



T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
FEN BİLİMLERİ ENSTİTÜSÜ



DOKTORA TEZİ

**TEKNOLOJİ GİRİŞİMİ HIZLANDIRICILARININ İNCELENMESİ
VE ETKİNLİKLERİNİN ARAŞTIRILMASI: TÜRKİYE'DEKİ
HIZLANDIRICILARIN AMPİRİK BİR ANALİZİ**

Ceren ÇUBUKÇU

Enformatik Anabilim Dalı

Enformatik Programı

**DANIŞMAN
Prof. Dr. Sevinç GÜLSEÇEN**

Temmuz, 2018


İSTANBUL


Uygunluk
Prof. Dr. P. Gülseçen
06.07.2018


Bu çalışma, 6.07.2018 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Enformatik Anabilim Dalı, Enformatik Programında Doktora tezi olarak kabul edilmiştir.

Tez Jürisi


Prof. Dr. Sevinç GÜLSEÇEN(Danışman)
İstanbul Üniversitesi
Enformatik Bölümü


Doç. Dr. Seda TOLUN TAYALI
İstanbul Üniversitesi
İşletme Fakültesi


Doç. Dr. şenol Zafer ERDOĞAN
Konya Gıda ve Tarım Üniversitesi
Mühendislik ve Mimarlık Fakültesi


Prof. Dr. İlhami YAVUZ
Maltepe Üniversitesi
Mühendislik ve Doğa Bilimleri Fakültesi


Prof. Dr. Emin Murat ESİN
Maltepe Üniversitesi
Mühendislik ve Doğa Bilimleri Fakültesi



20.04.2016 tarihli Resmi Gazete’de yayımlanan Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Yönetmeliğinin 9/2 ve 22/2 maddeleri gereğince; Bu Lisansüstü teze, İstanbul Üniversitesi’nin aboneli olduğu intihal yazılım programı kullanılarak Fen Bilimleri Enstitüsü’nün belirlemiş olduğu ölçütlere uygun rapor alınmıştır.

ÖNSÖZ

Bu tez çalışmasını yaparken bana yardımcı olan ve desteklerini esirgemeyen pek çok kişiye teşekkür etmeyi bir borç bilirim. Öncelikle tez konumu seçerken isteklerimi göz önünde bulundurup sevdiğim konuyu seçmeme vesile olan ve bilgi ve tecrübesiyle her zaman bana yol gösteren, aynı zamanda konferans seyahatlerinde de bana eşlik eden sevgili danışman hocam Prof. Dr. Sevinç GÜLSEÇEN'e sonsuz teşekkür ederim.

Konya'ya yerleştikten sonra da bana desteklerini esirgemeyen ve her tez izleme jürimde özveriyle İstanbul'a gelen hocam Doç. Dr. Şenol Zafer ERDOĞAN'a ve yine tez izleme jürimde olan ve bana yardımlarını esirgemeyen hocam Doç. Dr. Seda TOLUN TAYALI'ya teşekkür ederim.

Bu tezin gerçekleşmesi için bana yardımlarını esirgemeyen İTÜ Çekirdek ekibine, Kworks koordinatörü Burak Yaman'a, Starter's Hub ekibinden Çiğdem TORAMAN, Eraycan SAFA ve Orhan BAYRAM'a, Pilot koordinatörü Ezgi SİBER'e, SuCool koordinatörü Başar KAYA'ya, IOT Telco Labs koordinatörü Gülsüm ÇIRACI'ya, Albaraka Garaj ekibinden İbrahim Fazıl ÇELİK'e, Lonca koordinatörü Lokman ÖKTEN'e ve Egirişim kurucusu Hilmi ÖĞÜTCÜ'ye değerli katkılarından ötürü teşekkür ederim.

Ayrıca teknoloji girişimciliği alanındaki ilişki ağıyla bana her zaman destek olan sevgili arkadaşım Müge ÇEVİK'e, ankete katılımcı bulmak için bana desteklerini esirgemeyen arkadaşlarım Uğur Bakış UZUN ve Miraç ACAR'a teşekkürü bir borç bilirim.

Son olarak bu tezi yazarken bana moral ve desteklerini hiçbir zaman esirgemeyen annem Şebnem ÇUBUKÇU, babam Atadan ÇUBUKÇU ve kardeşim Kutal ÇUBUKÇU'ya teşekkür ederim.

Temmuz 2018

Ceren ÇUBUKÇU

İÇİNDEKİLER

Sayfa No

ÖNSÖZ	iv
İÇİNDEKİLER.....	v
ŞEKİL LİSTESİ	viii
TABLO LİSTESİ.....	ix
SİMGE VE KISALTMA LİSTESİ.....	xii
ÖZET	xiii
SUMMARY	xiv
1. GİRİŞ	1
2. GENEL KISIMLAR.....	5
2.1. GİRİŞİM HIZLANDIRICI VE KULUÇKA MERKEZİNİN FARKLARI.....	5
2.2. HIZLANDIRICI PROGRAM TÜRLERİ	8
2.3. TÜRKİYE’DEKİ HIZLANDIRICI PROGRAMLAR	11
2.4. HIZLANDIRICI PROGRAMLARIN İŞLEYİŞİ	16
2.4.1. Programların Genel Yapısı	16
2.4.2. Programlara Kabul Edilen Girişimlerin Özellikleri	19
2.4.3. Programların Danışman Ağları.....	21
2.4.4. Paydaşlar ve Programların Operasyonel İşleyişi	23
2.4.5. Mezuniyet	24
2.4.6. Yatırım.....	29
2.4.7. Performans Kriterleri.....	30
2.4.8. Etkinlikler ve Diğer Detaylar	31
2.5. HIZLANDIRICI PROGRAM SÜRECİ.....	33
3. MALZEME VE YÖNTEM.....	35
3.1. ANKET ÇALIŞMASI.....	35
3.1.1. Hızlandırıcıda Sunulan Destekler.....	37
3.1.2. İçerik Geçerliliği Analizi	38
3.1.3. Güvenilirlik Analizi.....	38
3.1.4. Veri Toplama Yöntemleri.....	40
4. BULGULAR.....	42
4.1. TANIMLAYICI İSTATİSTİKLER	42

4.1.1. Girişimciler Hakkında Genel Bilgiler	42
4.1.2. Şirketler Hakkında Genel Bilgiler	49
4.1.3. Hızlandırıcılar Hakkında Genel Bilgiler	54
4.1.4. Girişimcilerin Hızlandırıcıda Sunulan Hizmetlerden Yararlanması	56
4.1.5. Girişimcilerin Hızlandırıcıda Sunulan Hizmetlerden Fayda Sağlaması.....	58
4.1.6. Girişimcilerin Hızlandırıcı Programlar Hakkındaki Görüşleri.....	61
4.1.7. Hızlandırıcı Programdan Ayrılmaya İlişkin Dağılımlar.....	62
4.2. HİPOTEZLER.....	64
4.3 HİPOTEZ TESTLERİ.....	69
4.4 REGRESYON MODELLERİ.....	94
4.4.1. Girişimci Verilerine Göre Hizmetlerden Yararlanma Etkilerinin İncelenmesi.....	94
4.4.1.1. Eğitim Hizmeti	94
4.4.1.2. Mentorluk Hizmeti	94
4.4.1.3. Ofis Hizmetleri.....	94
4.4.1.4. Laboratuvar Hizmetleri	95
4.4.1.5. Reklam Hizmetleri	95
4.4.1.6. Networking Hizmetleri.....	95
4.4.1.7. Yatırım/Finans Hizmetleri	95
4.4.1.8. Yatırımcılarla Görüşme Hizmetleri	96
4.4.1.9. Yurtdışı Olanakları	96
4.4.1.10. Marka Tescil / Patent Başvuru / Hukuk Danışmanlığı Hizmetleri.....	97
4.4.1.11. Hızlandırıcıyı Destekleyen Kuruluşlarla İşbirliği Yapabilme İmkânı	98
4.4.1.12. Teknik Alandaki Destekler	98
4.4.2. Şirket Verilerine Göre Hizmetlerden Yararlanma Etkilerinin İncelenmesi	99
4.4.3. Girişimci Verilerine Göre Hizmetlerin Şirket Gelişimine Sağladığı Fayda Düzeylerinin Etkilerinin İncelenmesi	99
4.4.3.1 Eğitim Hizmeti	99
4.4.3.2. Mentorluk Hizmeti	100
4.4.3.3. Ofis Hizmetleri.....	101
4.4.3.4. Laboratuvar Hizmetleri	101
4.4.3.5. Reklam Hizmetleri	101
4.4.3.6. Networking Hizmetleri.....	102
4.4.3.7. Yatırım/Finans Hizmetleri	102
4.4.3.8. Yatırımcılarla Görüşme Hizmetleri	103
4.4.3.9. Yurtdışı Olanakları	103

4.4.3.10 Marka Tescil / Patent Başvuru / Hukuk Danışmanlığı Hizmetleri	104
4.4.3.11. Hızlandırıcıyı Destekleyen Kuruluşlarla İşbirliği Yapabilme İmkânı	104
4.4.3.12. Teknik Alandaki Destekler	105
4.4.4. Şirket Verilerine Göre Hizmetlerin Şirket Gelişimine Sağladığı Fayda Düzeylerinin Etkilerinin İncelenmesi	105
4.5 KAPLAN-MEIER ANALİZLERİ	105
5. TARTIŞMA VE SONUÇ	111
KAYNAKLAR	117
EKLER	123
EK 1. Hızlandırıcı programlara sorulan sorular.	123
EK 2. Girişimcilere yapılan anket.	126
ÖZGEÇMİŞ	133

ŞEKİL LİSTESİ

	Sayfa No
Şekil 2.1: Girişimciler için hızlandırıcı program süreci.....	34
Şekil 4.1: Girişimcilerin hızlandırıcı programlara göre dağılımı.....	43
Şekil 4.2: Ankete katılanların cinsiyete göre dağılımı.....	43
Şekil 4.3: Ankete katılanların yaşa göre dağılımı.....	44
Şekil 4.4: Ankete katılanların eğitim durumları.....	45
Şekil 4.5: Başka firmalardaki iş tecrübeleri.....	46
Şekil 4.6: Girişimci olarak iş tecrübeleri.....	46
Şekil 4.7: Ailesinde girişimci olanlar.....	47
Şekil 4.8: Yakın çevresinde fikir alabileceği birileri bulunanlar.....	47
Şekil 4.9: Tek gelir kaynağı kurdukları girişim olanlar.....	48
Şekil 4.10: Girişimci olmak için ana motivasyon kaynakları.....	49
Şekil 4.11: Girişimcilerin şirketleşip şirketleşmedikleri.....	49
Şekil 4.12: Girişimcilerin ne zaman şirket kurdukları.....	50
Şekil 4.13: Girişimcilerin şirketlerinin yasal statüleri.....	50
Şekil 4.14: Araştırma dizaynı.....	64
Şekil 4.15: Kaplan-Meier analizi.....	106
Şekil 4.16: İhracata göre Kaplan-Meier analizi.....	109
Şekil 4.17: Ciroya göre Kaplan-Meier analizi.....	110

TABLO LİSTESİ

Sayfa No

Tablo 2.1: Kuluçka merkezi ve hızlandırıcı arasındaki farklar.	6
Tablo 2.2: Türkiye’deki hızlandırıcı programlar.	11
Tablo 2.3: Türkiye’deki hızlandırıcı programların özellikleri.....	14
Tablo 2.4: Programların genel yapısı.....	17
Tablo 2.5: Programdaki mentorlarla ilgili bilgiler.....	22
Tablo 2.6: Programdan mezun olan girişimler ile ilgili bilgiler.	25
Tablo 2.7: Mezuniyet sonrası destekler ile ilgili bilgiler.	28
Tablo 2.8: Yatırımlarla ilgili bilgiler.	29
Tablo 3.1: 5’li Likert tipi ölçek.....	36
Tablo 3.2: Hızlandırıcıdaki destekler.	37
Tablo 3.3: Cronbach’s alpha değeri.....	39
Tablo 3.4: Coefficient değerleri.....	39
Tablo 4.1: Şirketlerin faaliyet alanları.	51
Tablo 4.2: Şirketlere ait diğer bilgiler.....	52
Tablo 4.3: Hızlandırıcı özelliklerine ilişkin bilgiler.	55
Tablo 4.4: Hizmetlerden yararlanma düzeyi.	57
Tablo 4.5: Hizmetlerin şirketin gelişimine sağladığı fayda düzeyleri.....	60
Tablo 4.6: Hızlandırıcılar hakkındaki görüşler.....	62
Tablo 4.7: Hızlandırıcıdan ayrılmaya ilişkin dağılımlar.....	63
Tablo 4.8: Girişimcilerin cinsiyetlerine göre hizmetlerden yararlanma düzeylerinin kıyaslanması.	70
Tablo 4.9: Girişimcilerin yaşlarına göre hizmetlerden yararlanma düzeylerinin kıyaslanması.	71

Tablo 4.10: Girişimcilerin eğitim durumlarına göre hizmetlerden yararlanma düzeylerinin kıyaslanması.	72
Tablo 4.11: Girişimcilerin başka firmalardaki iş tecrübelerine göre hizmetlerden yararlanma düzeylerinin kıyaslanması.	74
Tablo 4.12: Girişimcilerin girişimci olarak tecrübelerine göre hizmetlerden yararlanma düzeylerinin kıyaslanması.	75
Tablo 4.13: Girişimcilerin aile ya da çevresinde girişimci olması durumuna göre hizmetlerden yararlanma düzeylerinin kıyaslanması.	76
Tablo 4.14: şirkette istihdam edilen çalışan sayısına göre hizmetlerden yararlanma düzeylerinin kıyaslanması.	77
Tablo 4.15: şirketin aylık ortalama cirosuna göre hizmetlerden yararlanma düzeylerinin kıyaslanması.	78
Tablo 4.16: şirketin ihracat yapma durumuna göre hizmetlerden yararlanma düzeylerinin kıyaslanması.	79
Tablo 4.17: şirketin bulunduğu sektördeki rekabet durumuna göre hizmetlerden yararlanma düzeylerinin kıyaslanması.	80
Tablo 4.18: Girişimcilerin cinsiyetlerine göre hizmetlerin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeylerinin kıyaslanması.	81
Tablo 4.19: Girişimcilerin yaşlarına göre hizmetlerin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeylerinin kıyaslanması.	82
Tablo 4.20: Girişimcilerin eğitim durumlarına göre hizmetlerin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeylerinin kıyaslanması.	84
Tablo 4.21: Girişimcilerin başka firmalardaki iş tecrübesine göre hizmetlerin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeylerinin kıyaslanması.	86
Tablo 4.22: Girişimcilerin girişimci olarak tecrübesine göre hizmetlerin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeylerinin kıyaslanması.	87
Tablo 4.23: Girişimcilerin aile ya da çevrelerinde girişimci bulunması durumuna göre hizmetlerin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeylerinin kıyaslanması.	88
Tablo 4.24: şirkette istihdam edilen çalışan sayısına göre hizmetlerin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeylerinin kıyaslanması.	90
Tablo 4.25: şirketin aylık ortalama cirosuna göre hizmetlerin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeylerinin kıyaslanması.	91
Tablo 4.26: şirketin ihracat yapma durumuna göre hizmetlerin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeylerinin kıyaslanması.	92

Tablo 4.27: Şirketin bulunduğu sektördeki rekabet durumuna göre hizmetlerin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeylerinin kıyaslanması.	93
Tablo 4.28: Ofis hizmetinden yararlanma düzeylerine etki eden faktörleri belirlemek için oluşturulan modele ilişkin bilgiler.	95
Tablo 4.29: Yurtdışı olanaklarından yararlanma düzeylerine etki eden faktörleri belirlemek için oluşturulan modele ilişkin bilgiler.	96
Tablo 4.30: Marka tescil / Patent başvuru / Hukuk danışmanlığı hizmetlerinden yararlanma düzeylerine etki eden faktörleri belirlemek için oluşturulan modele ilişkin bilgiler.	97
Tablo 4.31: Teknik alandaki desteklerden yararlanma düzeylerine etki eden faktörleri belirlemek için oluşturulan modele ilişkin bilgiler.	98
Tablo 4.32: Eğitim hizmetlerinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyine etki eden faktörleri belirlemek için oluşturulan modele ilişkin bilgiler.	100
Tablo 4.33: Mentorluk hizmetlerinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyine etki eden faktörleri belirlemek için oluşturulan modele ilişkin bilgiler.	101
Tablo 4.34: Reklam hizmetlerinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyine etki eden faktörleri belirlemek için oluşturulan modele ilişkin bilgiler.	102
Tablo 4.35: Yurtdışı olanaklarının şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyine etki eden faktörleri belirlemek için oluşturulan modele ilişkin bilgiler.	103
Tablo 4.36: Marka tescil / Patent başvuru / Hukuk danışmanlığı hizmetlerinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyine etki eden faktörleri belirlemek için oluşturulan modele ilişkin bilgiler.	104
Tablo 4.37: Girişimciye ait verilerin hızlandırıcıdan ayrılma üzerine etkilerinin incelenmesi.	107
Tablo 4.38: Şirkete ait verilerin hızlandırıcıdan ayrılma üzerine etkilerinin incelenmesi.	108

SİMGE VE KISALTMA LİSTESİ

Simgeler	Açıklama
α	: Cronbach değeri
Beta	: Regresyon denkleminde modeldeki değişkenlerin katsayıları
n	: Adet
p	: İstatiksel olarak anlamlı bir farklılık olup olmadığına karar vermemizi sağlayan değer
ss	: Standart Sapma değeri
t	: Modeldeki test değeri
χ^2	: Kruskal Wallis test değeri
z	: Mann-Whitney U test değeri

Kisaltmalar	Açıklama
GLMM	: Generalized Linear Mixed Models
Inbia	: International Business Innovation Association
İŞGEM	: İş Geliştirme Merkezi
KOSGEB	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
MVP	: Minimum Viable Product
SAAS	: Software As A Service
SPSS	: Sosyal Bilimler İçin İstatistik Programı
Startup	: Sıfır Noktasından İşe Başlayan Bir Şirket
TÜBİTAK	: Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu

ÖZET

DOKTORA TEZİ

TEKNOLOJİ GİRİŞİMİ HIZLANDIRICILARININ İNCELENMESİ VE ETKİNLİKLERİNİN ARAŞTIRILMASI: TÜRKİYE'DEKİ HIZLANDIRICILARIN AMPİRİK BİR ANALİZİ

Ceren ÇUBUKÇU

İstanbul Üniversitesi

Fen Bilimleri Enstitüsü

Enformatik Anabilim Dalı

Danışman : Prof. Dr. Sevinç GÜLSEÇEN

Bu tez, Türkiye'deki girişim hızlandırıcı programları analiz etmektedir. Girişim hızlandırıcıları, özellikle teknoloji girişimcilerini desteklemek ve onların bir sonraki seviyeye ulaşmalarına yardımcı olmak için doğan yeni nesil kuluçka programlarıdır. Türkiye'de hızlandırıcı programların kriterlerine uyan sekiz hızlandırıcı vardır. Bunlar Kworks, ITU Seed, SuCool, IOT Telco Labs, Pilot, Starter's Hub, Lonca ve Albaraka Garaj programlarıdır. Tüm bu programlar sadece teknoloji girişimcilerini kabul etmektedir ve onların işlerini büyütmelerine yardımcı olmaktadır. Bu çalışma bu hızlandırıcı programlara katılan girişimciler için geliştirilen bir anket kullanarak bu programların etkinliğine içsel bir bakış sunmaktadır. Ankete toplam 125 girişimci katılmıştır ve veriler SPSS ile analiz edilmiştir. Bu hızlandırıcı programlarda sağlanan desteklerin etkinliğini ölçmek için çeşitli hipotezler tanımlanmıştır ve bu hipotezler Mann-Whitney ve Kruskal-Wallis yöntemleri kullanılarak test edilmiştir. Bu testlerin sonuçlarına göre de bu desteklerin girişimciler üzerindeki verimliliğini ve etkinliğini daha derin bir şekilde incelemek için bir regresyon modeli geliştirilmiştir. Son olarak, bir hızlandırıcı programda geçirilen ortalama süreyi bulmak için bir Kaplan-Meier analizi yapılmış ve bu Kaplan-Meier analizi kullanılarak da hızlandırıcı programlardan ayrılma nedenleri tanımlanmıştır.

Temmuz 2018, 148 sayfa.

Anahtar kelimeler: hızlandırıcı programlar, kuluçka merkezleri, start-up şirketler, dijital girişimcilik

SUMMARY

Ph.D. THESIS

RESEARCH OF TECHNOLOGY STARTUP ACCELERATORS AND THEIR EFFECTIVENESS: AN EMPIRICAL ANALYSIS OF ACCELERATORS IN TURKEY

Ceren CUBUKCU

İstanbul University

Institute of Graduate Studies in Science and Engineering

Department of Informatics

Supervisor : Prof. Dr. Sevinc GULSECEN

This thesis analyses the business accelerator programs in Turkey. Business accelerators are new generations of incubation programs born especially to support technology entrepreneurs and help them reach to the next level. There are eight startup accelerators in Turkey out of eighteen which fit into the criteria of accelerator programs. These are Kworks, ITU Seed, SuCool, IOT Telco Labs, Pilot, Starter's Hub, Lonca and Albaraka Garaj programs. All of these programs only accept technology entrepreneurs and help them grow their businesses. Using a survey developed for entrepreneurs attending these accelerator programs, this study provides an inside look into the effectiveness of these programs. A total of 125 entrepreneurs attended the survey and the data has been analyzed via SPSS. Several hypotheses have been identified for measuring the effectiveness of supports provided in these accelerator programs and these hypotheses have been tested using Mann-Whitney and Kruskal-Wallis methods. According to the results of these tests, a regression model has been developed to have deeper analysis into the efficiency and effectiveness of these supports on entrepreneurs. Finally, a Kaplan-Meier analysis has been done in order to find the average time spent on an accelerator program and the reasons of leaving the accelerator program have also been identified using this analysis.

July 2018, 148 pages.

Keywords: accelerators; incubators; startups; digital entrepreneurship

1. GİRİŞ

Teknoloji ve internet son yıllarda hızla gelişmektedir ve bu gelişmeyle beraber inovasyona olan ilgi de artmaktadır. Günümüzde bir internet veya mobil teknoloji projesi yapmak isteyen herkes ücretsiz veya az bir ücret ödeyerek kullandığı araçlarla projesini hayata geçirebilmektedir. Bu projeler 90'larda hayata geçen teknoloji ve internet şirketlerinden çok daha farklıdır. 90'larda bir internet şirketini hayata geçirmek günümüze kıyasla daha fazla bir maliyet ve dolayısıyla da risk gerektiriyordu (Dee ve diğ., 2011). 2000'li yıllardan sonra teknolojinin ve internetin hızla gelişmesi ve ön plana çıkmasıyla teknoloji veya internet şirketi kurmak için daha iyi bir zaman hiç olmamıştır (Clarysse ve diğ., 2015). Bunun nedeni ise maliyetlerin oldukça düşmesi ve bilginin önem kazanmasıdır (Walters ve diğ., 2014). Bilgisini uygun bir yazılıma dönüştürebilenler ise gerekli minimum sermaye ile şirketlerini hemen kurmaya başlamışlardır.

İnternetin ilk geliştiği zamanlarda sunucu alma, lisanslı yazılım kullanma ve uygun yazılımcıyla çalışma gibi maliyetler oldukça yüksekti. Bu yüzden de yeni bir internet şirketi kurmak ciddi bir yatırım gerektiriyordu (Hochberg, 2015). Şimdi ise bulut teknolojisi ve açık kaynaklı yazılımlar sayesinde bu maliyetler önemli ölçüde azalmıştır. Ayrıca yeni yazılım dilleri ve platformları ile de internet ve mobil projeler geliştirmek oldukça kolaylaşmıştır. Azalan maliyetler ve yazılım geliştirmenin kolaylaşması, yeni bir teknoloji şirketi kurma riski de aynı oranda azaltmıştır. Bu yüzden de yeni bir teknoloji girişimi kurmak isteyen kişi sayısında son yıllarda bir artış meydana gelmiştir. Bu kişilere destek olmak için de devlet, özel sektör veya üniversiteler tarafından desteklenen veya bağımsız kişilerce kurulan kuluçka merkezleri açılmaya başlamıştır (Miller ve Bound, 2011).

Kuluçka merkezi; başlangıç aşamasındaki girişimlere düzenli destek sağlamak amacıyla kurulmuş merkezlerdir. İlk kuluçka merkezi Amerika'da New York eyaletinde 1959 yılında kurulmuştur (Brown ve diğ., 2000; Adkins, 2002). Ancak kuluçka merkezi konsepti 1970'lerin sonuna kadar yaygınlaşmamıştır (Isabelle, 2013). Bu merkezler, yeni kurulan girişimlerin en çok ihtiyacı olan çalışma alanı, malzeme, ofis gereçleri, fikrin geliştirilip ürün veya prototip haline dönüştürülmesi, pazar araştırmaları, hukuk ve finansman bulma konularında destek sağlamaktadırlar (Özkaşıkçı, 2013). Bunlara ilaveten danışmanlık, eğitim ve bilgi paylaşımı konularında da kuluçka merkezleri girişimcilere destek olmaktadır. Genellikle bu merkezler

teknoparklar, üniversiteler ve büyük ölçekli teknoloji firmalarının içlerinde konuşlanmışlardır. Pek çok farklı girişimcinin projesini hayata geçirmeye yardım eden kuluçka merkezlerinde girişimciler projeleri belli bir olgunluğa erişene kadar ortalama 3-5 yıl arasında kalmaktadırlar (Marangoz, 2016). Kuluçka merkezlerinin çoğu zaman ücretsiz bazen de sembolik bedellerle sunduğu tüm bu hizmetler, bu merkezleri girişimciler için cazip kılmaktadır. Bu yüzden bu merkezler yüzlerce hatta bazen binlerce başvuru almaktadırlar. Ne yazık ki bu başvuruların sadece %1'ini kabul edebilmektedirler (Özkaşıkçı, 2013). Kuluçka merkezlerinin modelinde eksiklikler vardır. Mesela; girişimciler için bir çıkış politikaları yoktur (Bruneel ve diğ., 2012). Bu yüzden bunlara ek olarak, girişimcileri desteklemek için son yıllarda hızla artarak yayılan yeni nesil programlar açılmaya başlamıştır (Wise ve Valliere, 2014).

Amerika'da doğan ve özellikle teknoloji girişimcilerine destek olan bu yeni programlara hızlandırıcılar denilmektedir. Hızlandırıcılar; adından da anlaşılacağı üzere, girişimcilere başlangıç aşamasında ihtiyaç duydukları itici gücü sağlayıp onların büyümelerini hızlandıran programlardır (Özkaşıkçı, 2013). Girişimcilere genellikle 3-6 ay gibi kısa süreli zamanlarda “mentorluk” denen akıl hocası danışmanlığı, eğitim, başlangıç sermayesi, ofis, ilişki ağı gibi destekler sağlamaktadırlar (Cohen, 2013; Marangoz, 2016; Mian ve diğ., 2016). Hızlandırıcı programlar kendi belirledikleri kriterlere göre seçtikleri şirketleri programlarına dâhil edip onların büyümelerini önemli ölçüde hızlandırmaktadırlar. İlk hızlandırıcının 2005 yılında kurulan Y Combinator programı olduğu kabul edilmektedir (van Huijgevoort, 2012; Pauwels ve diğ., 2015). Bu program kuluçka merkezlerine göre daha yenilikçi ve farklı bir iş modeliyle işlemektedir (Christiansen, 2009).

Bu çalışmada hızlandırıcı programların verdiği destekler ve bu desteklerden girişimcilerin ne kadar faydalandıkları incelenmiştir. Bu merkezlerden başarı hikâyeleri çıktığı bilirse de genel olarak girişimler ve girişimciler için ne kadar etkili oldukları daha önce araştırılmamıştır. Çalışmada Türkiye'deki hızlandırıcılardan seçilenlerle görüşülüp sağladıkları hizmet ve destekler öğrenilmiştir. Ayrıca bu hızlandırıcılarda mevcut bulunan veya bu programdan mezun olan girişimcilerden anket yoluyla veriler toplanıp SPSS programı kullanılarak bu veriler analiz edilmiştir. Çalışmada uygulanan anket çalışması ile birlikte bu girişimcilerin şirketlerinin hala aktif olup olmadığı, aktif ise şirketlerinin büyüüp büyümediği, hangi tip girişimcilerin programlardan daha çok yararlandıkları ve ne gibi desteklerden en çok fayda gördükleri incelenmiştir. Girişimcilerin hızlandırıcı programa ilk başvurdukları ürünle mezun

olduklarındaki ürünün aynı olup olmadığı sorgulanmıştır. İlâveten hala aktif olarak faaliyette olan firmaların da istihdama ve ihracata olan etkisine de değinilmiştir.

Türkiye’de girişimcilik destekleri ile ilgili yapılan çalışmalar genellikle KOSGEB ve İŞGEM’ler üzerinedir. Bunun nedenlerinden biri de girişimcilik desteği denilince akla ilk olarak devlet destekleri ve bu yüzden de KOSGEB, TUBİTAK ve İŞGEM gibi kuruluşların gelmesidir (Karadal, 2013). KOSGEB ve İŞGEM’ler de sadece teknoloji girişimleri/girişimcilerinin değil sektör fark etmeksizin tüm girişimcilerin destek alabildiği kuruluşlardır. Çalışma tüm sektörlerdeki girişimcilerle değil sadece “start-up” denilen katma değeri yüksek bir ürün veya hizmet sağlayan ve inovatif teknoloji alanında bir şirket kurmuş girişimcilerle ilgilenmektedir. Bu tip girişimcilerin de en çok destek aldığı mekanizmalar kuluçka merkezleri veya yeni ismiyle hızlandırıcı programlardır. Yurtdışında hızlandırıcı programlarla ve buralardan mezun olan girişimcilerle ilgili yapılan çalışmalar olmasına karşılık ne yazık ki ülkemizde pek fazla çalışma bulunmamaktadır. Bunun nedeni olarak hızlandırıcı programların ülkemizde oldukça yeni olmaları ve çoğunun son birkaç yıl içerisinde kurulmuş olmalarıdır.

Hızlandırıcı programlarla ilgili literatür çalışmaları da oldukça az ve hatta yetersizdir (Cohen ve Hochberg, 2014; Albort-Morant ve Oghazi, 2016; Battistela ve diğ., 2017). Cohen ve Hochberg’e (2014) göre bunun çeşitli nedenleri vardır. Bu nedenlerden ilki, içinde hızlandırıcı kelimesi geçen bazı programların aslında bir hızlandırıcı olmayıp esasen kuluçka merkezi olmalarıdır ve bu yüzden araştırmacıların çalışma yapmak için gerçek hızlandırıcı programı arayıp bulmak zorunda olmalarıdır. Bu çalışma yapılırken de bu sorunla karşılaşmıştır. Diğer bir neden ise hızlandırıcı programların oldukça yeni olması ve bu nedenle yeterli veriye sahip olmamalarıdır. Albort-Morant ve Oghazi’ye (2016) göre de bir diğer neden ise hızlandırıcılara katılan start-up şirketlerin erken aşama şirketler olması ve bu şirketlerin de çalışma yapmak için çoğu zaman yeterli veriye sahip olmamasıdır. Son olarak hızlandırıcı programa katılan şirketlerin hepsi her zaman hayatına devam edememektir ve bir kısmı ilk 5 yıl içinde kapanmaktadır. Bu durum da araştırmacıların veri toplamasını zorlaştırmaktadır.

Çalışmada iki aşamalı bir araştırma yöntemi kullanılmıştır. İlk aşama nitel olup hızlandırıcı programları incelemiştir. Çalışmanın bundan sonraki bölümünde hızlandırıcı programların genel özelliklerine değinilmiş ve seçilen hızlandırıcı programların operasyonel işleyişine yer verilmiştir. İkinci aşama ise niceldir. Bu bölümde de hızlandırıcı programlardaki girişimcilerle

bir anket çalışması yapılmıştır. Malzeme ve Yöntem bölümünde bu yapılan anket çalışmasına yer verilmiştir. Bulgular kısmında ise bu anket çalışmasından elde edilen veriler analiz edilmiştir. Son olarak Tartışma ve Sonuç kısmında çalışmadan elde edilen sonuçlar değerlendirilmiştir.



2. GENEL KISIMLAR

Hızlandırıcı programlar, kuluçka merkezlerinin farklı bir iş modeliyle işlemesi sonucu ortaya çıkmışlardır. Temelde ikisi de girişimcilerin şirketlerini büyütmeyi hedeflese de aralarında süre, kabul ettikleri girişimciler, işletme türü, yatırım olanağı gibi konularda farklılıklar mevcuttur.

2.1. GİRİŞİM HIZLANDIRICI VE KULUÇKA MERKEZİNİN FARKLARI

Hızlandırıcı programları kuluçka merkezlerinden ayıran en önemli özelliklerinden birisi genellikle kuluçka merkezlerinin kâr amacı gütmemesi fakat hızlandırıcıların çoğunun kâr amacı gütmesidir (Isabelle, 2013). Bu nedenle hızlandırıcı programlar bünyelerine aldıkları şirketlere tohum yatırım deneni ve karşılığında o şirketten hisse aldıkları ufak miktarda bir yatırım yapmaktadırlar. Tohum yatırım şirkete yapılan ilk yatırımdır. Bu hisse ve tohum yatırım miktarı her program için değişmekle birlikte genellikle %3 ile %5 arasında bir hisse olup yatırım miktarı da \$50,000'ı geçmemektedir (Christiansen, 2009). Hızlandırıcılarla kuluçka merkezlerinin arasındaki diğer farklılıklar ise, kuluçka merkezlerindeki programlar çok daha uzun süreli olup birkaç yıl sürmektedir. Hızlandırıcılarda ise programlar genellikle 3 ile 6 ay arasında değişmektedir. Bunun dışında hızlandırıcı programlar genellikle en az prototip aşamasında bir ürünü olan ya da fatura kesmeye başlamış girişimleri programlarına dâhil ederken, kuluçka merkezleri fikir aşamasında veya proje aşamasındaki girişimleri de programına dâhil etmektedirler. Yine bu iki program arasındaki başka bir ayrım da hızlandırıcı programların “startup” denilen, Türkçe karşılığı teknoloji girişimi olarak kabul edilen girişimleri programına dâhil etmesidir. Startup kelimesinin üzerinde henüz uzlaşmış bir tanım olmasa da, bu kelime hızlı büyüme odaklı, kullanıcı ve müşteriyi temel alan, kısa zamanda küçük kitleden büyük kitleye ulaşmayı hedefleyen başlangıç aşamasındaki teknoloji girişimlerini kastetmektedir (Marangoz, 2016). Ayrıca iyi bir hızlandırıcı programa kabul edilmek sayıca yeterli program olmadığı için ve bu programların kontenjanları da kısıtlı olduğu için oldukça zordur. Bu yüzden de hızlandırıcıların kabul oranları çok düşüktür. Kuluçka merkezleri ise hızlandırıcılar kadar rekabetçi değildir ve kabul oranları daha yüksektir (Malek vd., 2014). Aşağıdaki tabloda kuluçka merkezleri ile hızlandırıcı programların arasındaki farklar verilmiştir.

Tablo 2.1: Kuluçka merkezi ve hızlandırıcı arasındaki farklar.

	Kuluçka Merkezi	Hızlandırıcı
Süre	1- 5 yıl arası	3-6 ay arası
Girişim Aşaması	Fikir aşamasından orta ölçekli büyüklükte firma aşamasına kadar	Ürün/prototip aşamasından fatura kesme aşamasına kadar
Büyüme Aşaması	Büyüme hızı daha yavaş	Kısa sürede hızlı büyüeyebilen
Yatırım	Tohum yatırımı yok	Tohum yatırımı var
İşletme tipi	Kâr amacı gütmmez	Kâr amacı güder
Mezuniyet Günü	Yok	Var
Girişimciler	Tek tek odaklanır	Grup halinde odaklanır
Ekip	Bireye veya Takıma odaklanır	Takımlara odaklanır
Kabul Oranı	Yüksek	Düşük

Tablo 2.1’de görülebileceği üzere hızlandırıcılar girişimleri tek tek programlarına dâhil etmek yerine girişimleri grup halinde programlarına dâhil edip hepsiyle aynı anda ilgilenmektedirler. Yine hızlandırıcılar bireysel yetkinliklerden ziyade ekibin bütün olarak yetkinliğine önem vermektedirler. Ayrıca hızlandırıcı programların sonunda mezuniyet veya demo günü de denen hızlandırıcı bünyesindeki girişimlerin tanıtımının yapıldığı bir gün tertip edilmektedir. Kuluçka merkezlerinde ise böyle bir mezuniyet günü yer almamaktadır (Cohen, 2013). Tüm bu farklılıklar göz önünde bulundurulursa hızlandırıcı programların altı karakteristik özelliği olduğu söylenebilir. Bunlar Miller ve Bound’a göre (2011);

- 1) Hisse karşılığı veya karşılıksız tohum yatırım
- 2) Süre kısıtı olan destek
- 3) Herkese açık başvuru süreci
- 4) Sınıf veya grup şeklinde toplu alım
- 5) Birey yerine takımlara odaklanması
- 6) Program sonunda demo veya mezuniyet günü yapılması (Clarysse ve diğ., 2015; Pauwels ve diğ., 2015)

Buna karşılık hızlandırıcı programlar melek yatırımcı ağları, girişimci veya proje yarışmaları, girişimcilik eğitimleri ve girişimcileri destekleyen paylaşımlı ofislerle karıştırılmamalıdır (Walters ve diğ., 2014). Hızlandırıcı programlar bu gibi desteklerin bir veya birkaçını sağlayabilmektedirler fakat bu destekleri tek başlarına bir hızlandırıcı programla kıyaslamak doğru değildir. Mesela; seçtiği girişimcilere birkaç günlük bir eğitim verip sonra da onların jüri karşısındaki sunumlarına göre onlara ödüller veren bir girişimcilik yarışmasına hızlandırıcı program demek yanlıştır.

Hızlandırıcı programlar genellikle teknoloji alanında faaliyet gösteren ve startup olarak adlandırılan girişimleri programlarına dâhil etmektedirler. Özellikle e-ticaret, hizmet yazılımı, mobil, nesnelerin interneti, siber güvenlik, oyun yazılımı, büyük veri gibi yazılım projeleri hızlandırıcı programların en çok tercih ettiği startup türleri arasında gelmektedir. Bunun nedeni ise hızlandırıcı programların 3-6 ay arası kısa süreli programlar olmaları ve dijital projelerin bu kısa zaman aralığında bile büyük bir ivme kaydedebilmeleridir. Fakat donanım girişimleri için ise ne yazık ki bu zaman aralığı yeterli bir ivme gösterebilmeleri için çok kısadır. Bu nedenle bu tip girişimlerin daha uzun süre faydalanabilecekleri kuluçka merkezlerini tercih etmeleri daha yerinde olacaktır (Dee ve diğ., 2011).

Kâr amacı gütmeyen hızlandırıcılar olsa da çoğunlukla bu programlar kâr amacı gütmektedirler. Gelirlerini ise farklı şekillerde elde edebilmektedirler. Hızlandırıcılar tarafından en çok tercih edilen gelir modeli, programlarına dâhil ettikleri startup şirketlerden hisse almaktır. Bu şirketler ileride büyüyüp yatırımcıların dikkatini çektiğinde hızlandırıcı programlar kendi hisselerini yatırımcılara devredip paylarını almaktadırlar. Hızlandırıcılar tarafından uygulanan başka bir gelir modelinde ise programa dâhil olan her girişim veya girişimciden programdaki hizmetler için ücret alınmasıdır. Bu tek seferlik sabit bir ücret olabileceği gibi aylık ofis kullanımı veya aylık hizmet bedeli gibi aylık ücretler halinde de alınabilmektedir. Son olarak hızlandırıcıların kullandığı diğer bir gelir modeli ise programa sponsor bulup sponsorlardan belli bir ücret alınması veya devletten teşvik alınmasıdır. Bu modelde girişimciden herhangi bir ücret talep edilmemektedir. Bunlara ilaveten bazı hızlandırıcı programlar buldukları ofisi kurumsal firmalara belirli zamanlarda kiralayıp buradan kendilerine bir gelir sağlamaktadır veya düzenlediği ücretli etkinliklerden gelir kaynağı yaratabilmektedir. Hızlandırıcı programlar kâr amacı gütseler bile günümüzde kâr edebilen çok az hızlandırıcı program bulunmaktadır. Çoğu

ancak işletme giderlerini karşılayabilmektedir. İlk hızlandırıcı program olan Y Combinator programının bile kâra geçmesi beş yılı bulmuştur (Dee ve diğ., 2011).

2.2. HIZLANDIRICI PROGRAM TÜRLERİ

Hızlandırıcı programlar tasarım ve kuruluş şekillerine göre dörde ayrılabilir. Bunlar; yatırımcı ağı destekli hızlandırıcılar, devlet/üniversite destekli hızlandırıcılar ve kurumsal firmalar tarafından desteklenen hızlandırıcılarıdır. Bu üçünün de vizyon, misyon ve kuruluş nedenleri arasında farklılıklar vardır. Aşağıda bu programlar detaylıca incelenmiştir (Pauwels ve diğ., 2015; Walters ve diğ., 2014);

- 1) **Yatırımcı ağı destekli hızlandırıcılar:** Bu tip hızlandırıcılar “deal-flow maker” diye tabir edilen programlardır. Melek yatırımcılardan, risk sermayedarlarından aldıkları ödeneklerle bir fon oluşturup bünyelerindeki gelecek vaat eden girişimlere yatırım yapmaktadırlar. Genellikle yaptıkları tohum yatırım karşılığında girişimcilerden hisse almaktadırlar. Bu tip hızlandırıcılar kâr etmek amacıyla kurulmuşlardır ve bu yüzden seçtikleri girişimler daha çok belli bir başarı grafiği yakalamış ve genellikle satış yapmaya başlamış daha ileri aşama girişimlerdir. Program bünyesindeki seçici kurulun ve program danışmanlarının çoğunu da yatırımcılar oluşturmaktadır. Amerika’daki Y Combinator ve Techstars hızlandırıcı programları bu tip hızlandırıcılar arasına girmektedir (Walters ve diğ., 2014).
- 2) **Devlet/Üniversite destekli hızlandırıcılar:** Bu tip programlar genellikle devlet teşviklerinden yararlanmaktadırlar ve bir üniversitenin bünyesinde kurulmaktadırlar. Bu tip hızlandırıcıların en büyük amacı ekonominin büyümesine katkı sağlamak ve istihdam yaratmaktır. Bu tip hızlandırıcılar genellikle erken aşama girişimlere odaklanmaktadırlar. Danışman kadrolarında çoğunlukla akademisyenler, özel sektörde çalışan kişiler ve başarılı girişimciler bulunmaktadır. Genellikle kâr amacı gütmeyizler. Sadece operasyon giderlerini karşılamaya çalışmaktadırlar. Bunun için de girişimcilerden hisse talep edebilecekleri gibi, kurumsal firmalara çeşitli etkinlikler veya eğitimler düzenleyip bu sayede gelir elde etmektedirler (Walters ve diğ., 2014).
- 3) **Kurumsal firmalar tarafından desteklenen hızlandırıcılar:** Bu tip hızlandırıcılar genellikle şirketlerinin etrafında bir ekosistem yaratmak isteyen kurumlar tarafından kurulmaktadırlar. Bazen de şirketlerinin belirli problemlerini çözmeye yardımcı olacak küçük şirketler oluşturma hedefiyle kurulmaktadırlar. Özellikle bankalar ve teknoloji

firmalarının inovasyonu desteklemek ve müşterilerine inovatif çözümler sunmak için hızlandırıcı programları vardır. Bu tip hızlandırıcılar kâr amacı gütmeyenler. Tüm operasyon giderleri bağlı buldukları kurumsal şirket tarafından karşılanmaktadır. Seçici kurul arasında şirketin üst düzey yöneticileri, danışman kurulunda ise orta seviye yöneticileri bulunmaktadır (Walters ve diğ., 2014).

- 4) Hibrid hızlandırıcılar:** İki değişik hızlandırıcı tipinin özelliğini taşıyan hızlandırıcılar hibrid hızlandırıcılar olarak adlandırılmaktadır. Hibrid hızlandırıcılar birkaç değişik kurumun bir araya gelip kurduğu hızlandırıcılardır. Mesela; bir kurumsal firma ve melek yatırımcı ağının birleşip kurdukları hızlandırıcı hibrid sınıfına girmektedir. Bu tip hızlandırıcıların işleyişi kurucularına ve kuruluş amaçlarına göre farklılık göstermektedir (Walters ve diğ., 2014).

Bu dört çeşit hızlandırıcı programın da kendine göre avantajları ve dezavantajları vardır. Dolayısıyla birinin diğerinden üstün olduğunu söylemek doğru değildir. Girişimciler kendi ihtiyaçlarına göre en uygun programı kendileri seçmelidirler (Isabelle, 2013). Mesela prototip aşamasındaki bir girişim ile birkaç satış yapmış, az da olsa müşterisi olan bir girişimin ihtiyaçları birbirinden farklıdır. Biri prototipi tamamlamak için teknik desteğe ihtiyaç duyarken, diğeri daha fazla müşteriye ulaşabilmek için pazarlama ihtiyacı duymaktadır. Bunun yanı sıra girişimciler bazen ihtiyaçlarına göre değil de psikolojik sebeplerle bir hızlandırıcıyı tercih etmektedirler. Mesela, birkaç programdaki koordinatörler veya danışmanlarla tanıştıktan sonra içlerinden birine kendilerini daha yakın hissettikleri için ve onlarla daha rahat çalışabileceklerini düşündükleri için o programı tercih edebilmektedirler. Aşağıda girişimcilerin hızlandırıcı program seçerken neleri göz önüne aldıkları incelenmiştir.

- **Finansal Destek:** Hızlandırıcı programlar belirli bir hisse karşılığı, genellikle %3 ile %5 arası, programlarına dâhil ettikleri girişimlere tohum yatırım yapmaktadırlar. Bazı programlar ise girişimlere yatırım yapmayıp sundukları diğer hizmetler karşılığında bu hisseyi talep etmektedirler. Bu durumda girişimcilerin hisselerini vermek isteyip istemedikleri önem kazanmaktadır. Bazı girişimciler kesinlikle hisse vermek istemedikleri için kendilerinden böyle bir talepleri olmayan programları tercih etmektedirler. Bazı girişimciler ise girişimlerini hayata geçirmek için sermaye desteğine ihtiyaç duydukları için tohum yatırımı almak onlar için önemlidir. Bu yüzden de bu yatırımın karşılığı olarak hisse vermekte herhangi bir sorun yaşamamaktadırlar.

- **Akıl Hocaları ve Danışmanlar:** Programdaki danışmanların kim olduğu da çoğu zaman girişimciler için önem teşkil etmektedir. Girişimciler bu danışmanlar sayesinde kişisel ağlarını genişletmektedirler ve hatta potansiyel müşterilerine de çoğu zaman bu ağ sayesinde ulaşmaktadırlar. Bu nedenle girişimciler kendilerine en çok yardımcı olacak danışman kadrosuna sahip olan programı tercih etmektedirler. Ayrıca hızlandırıcı programların danışman kadrolarında mali müşavir, bilişim avukatı, halkla ilişkiler ve pazarlama uzmanı gibi uzmanların bulunması da gerekmektedir. Danışmanlarla ve akıl hocalarıyla resmi olmayan daha rahat bir ortamda ilişki kurmak girişimcilerin bilgi edinmesini kolaylaştırmaktadır (Battistella ve diğ., 2017).

- **Marka Değeri ve Bağlantıları:** Programın marka değeri ve geçmiş yıllarda mezun ettiği girişimler de programa yeni dâhil olacak girişimciler için değerli bir veridir. Ayrıca programın işbirliği yaptığı şirketler, melek yatırımcı ağları, üniversiteler, holdingler de girişimcilerin göz önüne aldıkları noktalar arasındadır. Girişimciler ilerisini düşünüp kendilerine en uygun bağlantıları ve işbirliklerini sağlayacak programa dâhil olmak istemektedirler. Ayrıca programa şu ana kadar katılmış şirketlerde girişimciler için önemlidir çünkü programdaki diğer şirketlerle açık bir inovasyon ortamında etkileşime geçmek ve bilgi alışverişinde bulunmak şirketlerin hayatta kalmasına yardımcı olmaktadır (Battistella ve diğ., 2017).

- **Yurtdışı İmkânı:** Bu özellikle küresel düşünen girişimciler için önemli bir faktördür. Bazı hızlandırıcı programların yurtdışı demo günleri veya yurtdışı kampları mevcuttur. Bu tip olanaklar özellikle şirketini yurtdışına taşımak isteyen ama nereden başlayacağını bilmeyen girişimcilerin işlerini kolaylaştırmaktadır. Bu kamplarda veya etkinliklerde tanıştıkları kişiler sayesinde kendilerine yurtdışında da kişisel bir ağ kurup işlerini geliştirme imkânına sahip olmaktadır.

Girişimciler hem yukarıdan sayılan desteklerden faydalanıp girişimlerini ileriye götürmek hem de girişimcilik ekosisteminin bir parçası olabilmek için bir hızlandırıcı programa dâhil olmak istemektedirler. Alanında uzman bir jüri tarafından birçok girişimci arasından seçilip hızlandırıcı programa kabul edilmek onların aslında doğru yolda olduklarının da bir göstergesidir. Bu da bir anlamda girişimcilere itibar sağlamaktadır. Ayrıca hızlandırıcı programlara dâhil olan girişimlere melek yatırımcılar daha kolay yatırım yapmaktadırlar. Bunun nedeni ise bu girişimlerin zaten daha önceden bir seçim sürecinden geçmiş olmalarıdır.

Tablo 2.2'den de anlaşılacağı üzere Türkiye'de kendini hızlandırıcı olarak tanımlayan 28 program bulunmaktadır. Yine aynı tablodan anlaşılacağı üzere 2013 yılından sonra bu programların sayısında bir artış meydana gelmiştir. Yine de bu sayı ülkemiz için yetersiz kalmaktadır. Ayrıca ne yazık ki sadece 6 ilimizde hızlandırıcı programlar mevcuttur ve diğer pek çok ilimizde girişimciler için böyle bir olanak bulunmamaktadır. Yatırımcıların ve büyük şirketlerin merkezlerinin genellikle İstanbul'da olması da bu programların neden burada konuşlandığını daha iyi açıklamaktadır.

Türkiye'deki hızlandırıcı programları yukarıda bahsedilen hızlandırıcı tiplerine göre sınıflanabilir.

- 1) **Yatırımcı ağı destekli hızlandırıcılar:** Etohum, Viveka, BIC 101, Hackquarters
- 2) **Devlet/Üniversite destekli hızlandırıcılar:** YFYİ, İnovent, İTÜ Çekirdek, Girişim Fabrikası, SuCool, Kworks, CyberPark Cap, Sera, BeeJet, TechUp, Bambu, Caretta, BTM 101
- 3) **Kurumsal firmalar tarafından desteklenen hızlandırıcılar:** Pilot, TEB Girişim Evi, Garanti Partners, Albaraka Garaj, Workup by İş Bankası, Workinton, Lonca
- 4) **Hibrid programlar:** IOT Telco Labs, Starter's Hub, Hicelerate, T3 Girişim Merkezi

Bu programlardan BIC 101 programı BIC melek yatırımcılık ağı tarafından desteklenmektedir. Etohum, Viveka ve Hackquarters ise daha önceden girişimcilik deneyimi olan ve yeni girişimcileri desteklemek isteyen bireysel yatırımcılar tarafından kurulmuştur. İnovent ve SuCool programı Sabancı Üniversitesi, YFYİ Odtü, İTÜ Çekirdek İTÜ, Girişim Fabrikası Özyeğin Üniversitesi, Kworks Koç Üniversitesi, CyberPark Cap Bilkent Üniversitesi, Sera programı Erciyes Üniversitesi, BeeJet Çankaya Üniversitesi, Bambu Dokuz Eylül Üniversitesi, Caretta ise Akdeniz Üniversitesi bünyesindedir. TechUp Bursa Bilecik Kalkınma ajansı ve Uludağ TTO, BTM 101 programı da İstanbul Kalkınma ajansı tarafından desteklenmektedir. Pilot programı Türk Telekom, TEB Girişim Evi ve Garanti Partners ise isimlerinden de anlaşılacağı üzere TEB ve Garanti Bankaları tarafından kurulmuştur. Albaraka Garaj programı Albaraka Türk Bankası, Lonca programı Kuveyt Türk Bankası ve Workup programı da İş Bankası tarafından desteklenmektedir. Workinton ise Workinton paylaşımlı ofis şirketinin kurduğu bir hızlandırıcıdır. IOT Telco Labs, Starter's Hub ve Hicelerate ise birkaç değişik ortak tarafından kurulan programlardır. IOT Telco Labs, Nexus Ventures şirketi ve İstanbul Startup Angels yatırımcı ağı tarafından hayata geçirilmiştir. Starter's Hub; Gedik Yatırım, Murat Vargı

Holding, Bahçeşehir Üniversitesi ve NetMarble Türkiye tarafından kurulmuştur. Hicelerate ise daha önceden girişimcilik deneyimi olan bireysel yatırımcılar ve Bilge Adam Bilişim Grubu'nun ortaklığı ile kurulmuştur. T3 Girişim Merkezi de Türkiye Teknoloji Takımı Vakfı tarafından kurulmuştur. Vakıf finansal olarak bireysel bağışçılar ve çeşitli destekçiler tarafından desteklenmektedir.

Yukarıda değinildiği üzere Türkiye'de kendini hızlandırıcı olarak tanımlayan 28 program bulunmaktadır. Ancak bu programların hepsinin iş modeli Miller ve Bound (2011) tarafından belirtilen hızlandırıcı programların 6 özelliğine uymamaktadır. Aşağıdaki tabloda hangi programların bu kriterlere uydukları görülebilir.

Bu tabloyu oluşturmak için öncelikli olarak tüm hızlandırıcı programların internet siteleri incelenmiştir. Herkese açık bir başvuru linkleri var mıdır, programla ilgili genel bilgiler nedir gibi konular incelenmiştir. Daha sonra bu programların iletişim bilgilerinden programlardaki ilgili kişilere email atılıp girişimlere tohum yatırım yapıp yapmadıkları, programlarının sürelerinin ne kadar olduğu, girişimcileri nasıl programa dâhil ettikleri ve bir mezuniyet günlerinin olup olmadığı sorulmuştur. Programların koordinatörlerinden alınan bilgilere göre de Tablo 2.3 oluşturulmuştur.

Aşağıdaki tabloya göre hızlandırıcı programların 6 kriterine uyan programlar; EThoum, İTÜ Çekirdek, Pilot, SuCool, Kworks, Starter's Hub, IOT-Telco Labs, Hicelerate, Albaraka Garaj ve Lonca olarak belirlenmiştir. Bu programlardan Kworks, İTÜ Çekirdek ve Lonca her bünyesine aldığı girişime yatırım yapmasa da yatırım yaptıkları girişimler oldukları için kriterlere uydukları kabul edilmiştir. Ayrıca İTÜ Çekirdek, Çekirdek Cüzdan ismini verdiği Ar-Ge fonu ile belirli girişimcilerin prototiplerini geliştirebilmeleri ve iş geliştirme süreçlerinde sorunsuz ilerleyebilmeleri amacıyla onlara ödenek sağlamaktadır. SuCool ise girişimcilerin şirket kurma aşamasında kendi aldıkları hisse karşılığı kadar sermaye bedeli ödemektedir. Mesela; şirket 50.000TL sermaye ile kurulacaksa ve SuCool %3 hisseye sahipse, 1.500TL tutarındaki hisse bedelini kuruluş aşamasında ödemektedir. Bu da bir yatırım kabul edildiğinden SuCool programının da bu kriterleri sağladığı kabul edilmiştir.

Tablo 2.3: Türkiye’deki hızlandırıcı programların özellikleri.

	Hisse Karşılığı veya Karşılıksız Tohum Yatırım	Süre Kısıtlı olan Destek	Herkese Açık Başvuru Süreci	Sınıf veya Grup Şeklinde Toplu Alım	Birey Yerine Takımlara Odaklanması	Demo veya Mezuniyet Günü
Etohum	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Girişim Fabrikası	X	✓	✓	✓	✓	✓
İTÜ Çekirdek	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Pilot	✓	✓	✓	✓	✓	✓
TEB Girişim Evi	X	✓	✓	✓	✓	X
SuCool	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Kworks	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Starter’s Hub	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Viveka	✓	✓	✓	X	✓	X
Inovent	X	X	✓	X	✓	✓
BIC 101	✓	✓	✓	X	✓	X
Hackquarters	✓	X	✓	X	✓	X
Garanti Partners	X	✓	✓	X	✓	X
YFYİ	X	✓	✓	✓	✓	✓
Sera	X	✓	✓	X	✓	X
IOT-Telco Labs	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Bilkent CyberPark	X	✓	✓	✓	✓	✓
Hicelerate	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Albaraka Garaj	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Lonca	✓	✓	✓	✓	✓	✓
Workup by İş Bankası	X	✓	✓	X	✓	✓
T3 Girişim Merkezi	X	X	✓	✓	✓	X
TechUp (Bebka)	X	✓	✓	✓	✓	✓
BeeJet	X	✓	✓	✓	X	✓
Bambu	X	✓	✓	✓	X	✓
Caretta	X	✓	✓	✓	X	✓
Workinton	X	✓	✓	✓	✓	✓
BTM 101	X	✓	X	✓	✓	✓

Yukarıdaki tabloya göre Hicelerate programı bu kriterleri sağlasa da programdan mezun olan girişimcileri New York'a götürüp, New York'ta şirketleşmelerini ve Amerika pazarında büyümelerini sağladığı için çalışmadan çıkarılmıştır. Bunun nedeni ise çalışmanın hızlandırıcı programların Türkiye'ye olan etkinliklerini ve katkılarını araştırmasıdır. Bu yüzden Türkiye merkezli girişimleri destekleyen programlar hedeflenmiştir. Hicelerate ise tamamen Amerika pazarında var olmak isteyen girişimleri hedef almaktadır. Bu nedenle bu programdan mezun olan girişimler çalışmanın kapsamı dışında kalmaktadır. Etohum programı da çalışmaya katılmayı kabul etmemiştir.

Diğer programların neden bu kriterlere uymadıklarına değinilirse; TEB Girişim Evi, Garanti Partners ve Workup by İş Bankası bankacılık mevzuatları gereği girişimcilere yatırım yapamamaktadırlar. Bunun yerine girişimcileri çeşitli yatırımcılara yönlendirmektedirler. Ayrıca TEB Girişim Evi ve Garanti Partners programlarının kesin bir mezuniyet şartı bulunmamaktadır. Girişim Fabrikası, Inovent, Sera, Bilkent Cyberpark, TechUp, BeeJet, Bambu, Caretta, Workinton ve BTM 101 programlarının ise girişimcilere yatırım yapma hedefi bulunmamaktadır. Bunun yerine girişimcileri uygun yatırımcılarla veya çözüm ortağı olabilecekleri kurumsal firmalarla buluşturmaktadırlar. Ayrıca Sera, Inovent ve Workup programları girişimcileri toplu halde değil de başvuruları değerlendirdikçe tek tek programlarına dâhil etmektedirler. BeeJet, Bambu ve Caretta programları ise takımlardan ziyade birey olarak girişimciye odaklanmaktadırlar. YFYİ ise seçtikleri girişimler için program sonunda bir yarışma düzenlemektedir. Bu yarışmanın sonucunda dereceye giren girişimler yarışmanın sponsorlarından para ödülü kazanmaktadırlar. YFYİ girişimcilere ayrıca yatırım yapmamaktadır. Viveka, BIC 101 ve Hackquarters ise her ne kadar girişimcilere yatırım yapsalar da tüm girişimler için toplu bir demo veya mezuniyet günleri bulunmamaktadır. Ayrıca bu programlar da girişimcileri toplu halde değil de başvuruları değerlendirdikçe tek tek programlarına dâhil etmektedirler. T3 Girişim Merkezinin ise verdiği desteğin süre kısıtı olmadığından bir demo veya mezuniyet günleri de yoktur. Tüm bu nedenlerden ötürü bu programların hızlandırıcı program kriterlerini sağlamadığı kabul edilmiştir.

Bir sonraki bölümde kriterlere uyan programların koordinatörleriyle yapılan mülakata ve bu mülakatın sonuçlarına değinilmiştir. Bu mülakat sayesinde hızlandırıcı programların işleyişi hakkında daha detaylı bilgilere ulaşılmıştır.

2.4. HIZLANDIRICI PROGRAMLARIN İŞLEYİŞİ

Bu bölümde kriterlere uyan hızlandırıcı programlarla telefonla mülakat yapılmıştır. Hızlandırıcı program kriterlerine uyan programların koordinatörlerine email atılıp telefonla görüşme için ortak bir zaman belirlenmiştir. İTÜ Çekirdek, Pilot, SuCool, Kworks, Starter's Hub ve IOT-Telco Labs programları ile Şubat 2017'de, Albaraka Garaj ve Lonca programları ile de Aralık 2017 tarihinde görüşülmüştür. Albaraka Garaj ve Lonca programları 2017 yılında açıldıkları için bu programlarla girişimciler seçilip hızlandırma süreci başladıktan sonra görüşülmüştür. Görüşme esnasında bu programların koordinatörlerine, ABD'de bulunan Inbia adındaki kâr amacı gütmeyen ve girişimciliği destekleyen kuruluş tarafından hazırlanan Impact Index (InBia, 2016) isimli kuluçka merkezleri ve hızlandırıcı programların ekonomik etkisini ölçen anketten yararlanılarak ve Aspen Institute'un Bridging the Pioneer Gap (Lall ve diğ., 2013) isimli makalesinden yola çıkılarak hazırlanan Ek 1'deki sorular sorulmuştur. İTÜ Çekirdek, Pilot, SuCool, Kworks, Starter's Hub ve IOT-Telco Labs programlarının koordinatörleriyle görüşülmüş ve alınan cevapların değerlendirilmesi sonucunda ortaya çıkan veriler Nisan 2018 tarihinde tez yazarı Ceren Çubukçu ve danışmanı Sevinç Gülseçen tarafından International Journal of Computer (IJC) isimli dergide yayınlanmıştır. Nisan 2018 tarihinde ise İTÜ Çekirdek, Pilot, SuCool, Kworks, Starter's Hub ve IOT-Telco Labs programlarının koordinatörlerine sorularak program verileri tekrar güncellenmiştir. Bu çalışmada da verilerin en güncel hali yer almaktadır.

Sorulan sorular hızlandırıcı programın genel yapısı, programa başvuru sayısı, kabul oranları ve kabul edilen girişimcilerin özellikleri, programın operasyonlarını nasıl sürdürdüğü, diğer kuruluşlarla ve paydaşlarla yaptığı işbirlikleri, şu ana kadar yaptığı ve yapacağı yatırım miktarları, verdiği destekler, danışman ağları, programın performans kriterleri, mezuniyet şartları ve düzenlediği etkinlikler gibi ana başlıklarda toplanabilir.

2.4.1. Programların Genel Yapısı

Program koordinatörlerinin bu görüşmeler sonucunda verdiği cevaplara göre programların genel yapısını gösteren aşağıdaki tablo oluşturulmuştur.

Tablo 2.4: Programların genel yapısı.

Program İsmi	Yılda Açılan Dönem Sayısı	Bir Dönemde Aldığı Girişim Sayısı	Program Süresi	Girişim Başına Yapılan Yatırım Miktarı	Alınan Hisse
İTÜ Çekirdek	3	90-100 girişim ile başlanıyor, program sonunda 20 girişime düşüyor. (Kabul Oranı: %1,8)	6-9 ay	Girişime göre ama ortalama 100.000TL	%3
Pilot	1	10 (Kabul Oranı: %2)	3 ay	75.000 TL (2018 itibari ile destek 90.000TL'dir.)	Hisse Alınmıyor
SuCool	2	10 (Kabul Oranı: %5)	6 ay	Girişime göre	%3
Kworks	1	20-25 (Kabul Oranı: %2,5)	3 ay + 6-9 ay	Girişime göre	%3
Starter's Hub	Birkaç	10-15 (Kabul Oranı: %1,7)	3-6 ay	20.000\$	%6-%8 arası
IOT-Telco Labs	1	6 (Kabul Oranı: %6)	3 ay	50.000-150.000 TL arası değişiyor	%2-%10 arası
Albaraka Garaj	1	10 (Kabul Oranı: %2,2)	3 ay + 9 ay	50.000 TL	Hisse Alınmıyor
Lonca	3	10 (Kabul Oranı: %1,6)	6 ay+ 6 ay	Girişime göre	Programa katılmak için hisse alınmıyor. Yatırım yapılırsa %5-%20 arası hisse alınmıyor.

Tablo 2.4'ten anlaşılacağı üzere programlar bünyelerine bir dönemde genelde 10-20 arası girişim kabul etmektedirler. Koordinatörler, her girişimin ihtiyaçları ile özel olarak ilgilenebilmek için belirli bir sayının üzerine çıkmak istememektedirler. Bunun tek istinası ise İTÜ Çekirdek programıdır. İTÜ Çekirdek, bünyesine aldığı her girişimi 7 hafta süren standart bir girişimcilik eğitiminden geçirdikten sonra program sonunda mezun olabilmeleri ve demo

gününde sahne alabilmeleri için her girişimden belli performans göstergelerine ulaşmasını istemektedir. Bunlara ulaşabilen girişimlerin arasından seçilen 20 girişim de “Big Bang” denilen mezuniyet ve demo gününde yatırımcıların karşısında sahneye çıkıp girişimlerini anlatmaktadır. Ayrıca Kworks, IOT Telco Labs, Pilot ve Albaraka Garaj programları yılda sadece bir dönem açılmaktadırlar. Starter’s Hub, İTÜ Çekirdek, SuCool ve Lonca programları ise yılda birkaç dönem boyunca girişimleri kabul edebilmektedirler. İTÜ Çekirdek programı yılda 3 kez program açmasına rağmen sene sonunda tek bir mezuniyet günü yapmaktadır. “Big Bang” denilen mezuniyet ve demo gününde, bu 3 dönemdeki girişimlerden seçilenler sahneye çıkmaktadır.

Programların süresi 3-9 ay arasında değişmektedir. Tablo 2.4’te yazılanlar programların resmi süresi olsa da koordinatörler ile yapılan görüşmelerde, koordinatörler girişimlerin hızlandırıcı programlarda ortalama 6-7ay kaldıklarını belirtmişlerdir. Girişim başına yapılan yatırım miktarı ise her programda farklılık göstermektedir. Mesela, Pilot programı bünyesine aldığı her girişime 75.000TL (2018 itibari ile 90.000TL) yatırım yaparken, IOT Telco Labs programı her girişime 50.000-150.000TL arasında değişen miktarlarda yatırım yapmaktadır. Yine buna bağlı olarak bu programda girişimcilerden alınan hisse miktarı yapılan yatırıma göre değişmektedir. Pilot programı ise Türk Telekom tarafından desteklendiği ve kâr amacı gütmeyi için girişimcilerden hisse talep etmemektedir. Albaraka Garaj programı da Albaraka Türk Bankası tarafından desteklendiği için kâr amacı gütmemektedir ve bu yüzden de girişimcilerden herhangi bir hisse talebi yoktur. Lonca programı da Kuveyt Türk Bankası tarafından desteklendiği için programına kabul ettiği girişimcilerden herhangi bir hisse talep etmemektedir ama program sonunda yatırım yaptığı girişimlerden %5 ile %20 arası değişen miktarlarda hisse almaktadır. Programlar girişimlere yaptıkları yatırımın yanı sıra onlara eğitim, danışmanlık hizmeti, atölye olanakları, yatırımcı görüşmeleri, potansiyel müşterilerle görüşme imkânı gibi çeşitli destekler de sunmaktadır.

Programlara başvuru sayıları da değişiklik göstermektedir. İTÜ Çekirdek yılda ortalama 5500 civarı başvuru alırken, Kworks 1000 başvuru, Pilot 500 başvuru, Starter’s Hub 834 başvuru, SuCool 200 başvuru, IOT Telco Labs 100 başvuru, Albaraka Garaj 452, Lonca ise 600 başvuru almaktadır. İTÜ Çekirdek’te sadece hızlandırıcı program değil, aynı zamanda ön kuluçka ve kuluçka programı da bulunmaktadır. Bu yüzden İTÜ Çekirdek’in genel olarak başvuru sayısı diğer programlara göre fazladır çünkü her aşamadaki girişimciyi bünyesine dâhil edebilecek bir

programı mevcuttur. Ancak, programların kabul yüzdeleri birbirlerine oldukça yakındır. İTÜ Çekirdek, Pilot, Kworks, Starter's Hub, Albaraka Garaj ve Lonca programlarının kabul yüzdeleri %1,5 ile %2,5 civarındadır. SuCool ve IOT Telco Labs programlarının kabul yüzdeleri ise sırasıyla %5 ve %6'dır.

Koordinatörler bünyelerine aldıkları girişimlerin daha yoğun bir danışmanlık süreciyle kısa zamanda daha fazla ilerlemelerini istedikleri için hızlandırıcı program olarak konumlanmayı tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Ayrıca girişimlere tohum yatırım yapıp onlara ortak olduklarını ve kuluçka merkezlerinde girişimcilere tohum yatırım yapmaktan çok eğitim ve ofis desteği gibi imkânların sağlandığını eklemişlerdir. Koordinatörlere bu programların kuruluş amacı sorulduğunda ise neredeyse tamamının verdiği ilk cevap "Girişimcilik ekosistemine katkı sağlamak" olmuştur. Bu cevabı inovasyona destek olmak, ekonomiye katkı sağlamak, girişimcilik kültürünü yaymak ve Türkiye'den dünya çapında bir girişim çıkarmak gibi cevaplar takip etmiştir.

2.4.2. Programlara Kabul Edilen Girişimlerin Özellikleri

Program koordinatörleri dünyanın her yerinden girişimci kabul etmeye açık olduklarını belirtmişlerdir. Hatta Kworks ve Starter's Hub programlarında Avrupa ve Asya'dan girişimler mevcut olup bu girişimcilerin program süresince İstanbul'da bulunmaları istenmektedir. Ancak bu şekilde programın sunduğu desteklerden en iyi şekilde faydalanabilmektedirler. Programların tamamı teknoloji sektöründen girişimci kabul etmekle birlikte teknolojide odaklandıkları alanlar değişkenlik göstermektedir (Dee ve diğ., 2015). Mesela; IOT Telco Labs, isminden de anlaşılacağı üzere, nesnelerin interneti (internet of things), telekom ve yazılım alanlarında faaliyet gösteren girişimlere yoğunlaşmaktadır. İTÜ Çekirdek ise büyük veri ve makine öğrenmesi alanında çalışan girişimleri öncelikli olarak tercih etmektedir. Kworks ise finansal teknolojiler, hizmet yazılımları (SAAS), mobil ve pazaryeri girişimlerini genelde programlarına dâhil ettiklerini belirtirken Pilot ise yapay zekâ, akıllı evler/şehirler, eğitim teknolojileri alanlarında çalışan girişimleri tercih ettiklerini belirtmiştir. Albaraka Garaj programı da öncelikli olarak finansal teknolojiler, büyük veri, artırılmış gerçeklik gibi ileri teknoloji alanlarında çalışan girişimcileri desteklediklerini belirtmiştir. Lonca da yine benzer şekilde öncelikli olarak finansal teknolojiler ile ilgili girişimlere yer verdiklerini belirtmiştir. Starter's Hub ve SuCool ise herhangi bir alan belirtmezken operasyon maliyetleri düşük ama kâr getirisi yüksek girişimlere öncelik verdiklerini dile getirmişlerdir.

Koordinatörlere göre girişimleri programlarına dâhil ederken en çok önem verdikleri hususlar; takım, takımın değişikliğe açık olup olmaması, fikrin yenilikçiliği, ürün, girişimin büyüme potansiyeli, iş modeli, pazar büyüklüğü, küreselleşme potansiyeli, çıkış (exit) stratejisi olup olmaması, kullanılan teknoloji ve bir iş planının olmasıdır. Programlara seçilen girişimcilerin demografik özellikleri ise çok çeşitlidir. İçlerinde üniversite öğrencileri de, yeni mezunlar da, uzun yıllar iş tecrübesi olanlar da mevcuttur. Yaş aralığı da genellikle 18-40 yaş arasında değişmektedir. Seçilen girişimcilerden kadınların oranı ise ne yazık ki %30'u geçmemektedir. Programlara dâhil olan girişimlerin çoğunluğunun prototip aşamasında oldukları veya ürünlerini pazara açmaya hazır oldukları, bir kısmının da satışa başlamış girişimler oldukları kaydedilmiştir. Fikir aşamasındaki girişimler ise oldukça azdır. Bunun nedeni ise hızlandırıcı programların süre olarak kısa olmaları ve bu yüzden belirli bir yol almış girişimleri daha rahat destekleyebilecekleri için tercih etmeleridir. Fikir aşamasındaki girişimler satışa başlamak için daha fazla süreye ihtiyaç duyacaklarından kuluçka merkezleri onlar için daha uygundur.

Programlarda dikkat çeken başka bir husus ise patent alan veya başvuru yapan girişimlerdir. Ne yazık ki İTÜ Çekirdek dışındaki programlarda patent başvurusu yapan girişim sayısı 5'i geçmezken, İTÜ Çekirdek'te ise bu rakam 100 civarındadır. Bu rakam İTÜ Çekirdek'in hem İTÜ hem de teknopark ile olan güçlü bağlantıları sayesinde. Ayrıca İTÜ Çekirdek programı bünyesine diğer programlara oranla çok daha fazla girişimi kabul etmektedir. Bu yüzden de diğer programlara oranla çok daha fazla girişime patent başvurusu yapabilmektedir.

Koordinatörlere girişimcilerin niye programlarına başvurdukları, beklentilerinin ne olduğu sorulduğunda ise genellikle benzer cevaplar alınmıştır. Örneğin Pilot programı, girişimciler için sağladığı en önemli desteğin yatırım desteği olduğunu düşünürken, girişimcilerden geri bildirim aldığı anda aslında sağladığı en önemli desteğin Türk Telekom ile işbirliği yapabilme fırsatı olduğunu görmüştür. Yine benzer şekilde diğer programlar da sağladıkları danışman ağı ve işbirlikleri fırsatlarının girişimciler için en değerli destekler olduklarına değinirken, SuCool programı yaptıkları yurtdışı kamplarının yurtdışına açılmak isteyen girişimciler için bir başlangıç noktası olması dolayısıyla oldukça önemli olduğunu belirtmiştir. Lonca programı da Workinton paylaşımlı ofis şirketi ile stratejik ortaklık yaptığından dolayı programdaki girişimciler Workinton'ın tüm ofislerinde çalışabilmektedir. Bu yüzden girişimciler ofis sıkıntısı yaşamamaktadır ve hangi Workinton ofisini isterlerse orada çalışabilmektedirler.

2.4.3. Programların Danışman Ağları

Programlarda görev yapan “mentor” denilen danışmanların tamamı gönüllü olarak çalışmaktadır. Bazı programlar danışmanlara bu hizmetlerinden dolayı çeşitli haklar sunmaktadır. Mesela; Kworks programı danışmanlarına Kworks ofisinden ve yazılımlarından ücretsiz yararlanma, Kworks bünyesindeki girişimlerin ürünlerinden de ücretsiz yararlanma hakkı sunmaktadır. Diğer programlarda ise danışmanlar tamamen kişisel tatmin veya ekosisteme katkı sağlamak amacıyla girişimcilere destek olmaktadır.

Programlar danışmanları birkaç değişik yol ile belirlemektedirler. Starter’s Hub, Kworks ve SuCool programları danışmanlarını belirlemek için hem resmi bir başvuru süreci kullanmaktadırlar hem de bazı danışmanlara kendileri teklif götürmektedirler. Ayrıca SuCool programı 2016 yılında “Tübitak Mentor Sea” programı ile kendi danışmanlarını yetiştirmiştir. İTÜ Çekirdek ve Lonca programları ise mentorlarını referans ile belirlemeyi tercih etmektedirler. Pilot programının ise mentor olmak için resmi bir başvuru süreci olmasa da kendilerine gelen talepleri değerlendirdiklerini belirtmiştir. Albaraka Garaj ve IOT Telco Labs ise mentorlarına kendileri teklif götürmektedirler.

Programlardaki mentor sayısı ise programa göre değişiklik göstermektedir. Mesela; IOT Telco Labs programının 32 aktif mentoruna varken, Starter’s Hub’da bu rakam 245’e çıkmaktadır. Diğer programlardaki mentor sayısı ise 50-100 arası değişmektedir. Mentorların mesleki geçmişleri ise çok çeşitlidir. Tüm programlarda girişimciler, avukatlar, finansçılar, akademisyenler, bilişimciler ve diğer meslek gruplarından çeşitli kişiler mentorluk yapmaktadır. Tablo 2.5’ten programlardaki mentorlarla ilgili daha detaylı bilgi edinilebilir.

Tablo 2.5’te görülebileceği çoğu programın mentorları için bir eğitim veya oryantasyon süreci mevcuttur. Bunların her ne kadar programlarda isimleri değişip kimi zaman eğitim kimi zamansa toplantı olarak adlandırılırsalar da sonuç olarak hepsinin amacı mentorların girişimcilere nasıl yol gösterebileceğini anlatmaktır. Program koordinatörleriyle yapılan görüşmelere göre girişimcilerin mentorlarla haftada en az 1 kere görüşmesi gerekmektedir. Ne var ki ne kadar çok ve değişik mentorla görüşülürse girişimcilerin programdan o kadar çok fayda sağlayacakları düşünülmektedir. Mentor görüşmelerinin sıklığı ve hangi girişimcinin hangi mentorlarla görüşeceği girişimcilerin taleplerine göre belirlenmektedir.

Tablo 2.5: Programdaki mentorlarla ilgili bilgiler.

Program İsmi	Mentor Seçimi	Mentor Sayısı	Mentorların Geçmişleri	Mentorlar için Eğitim veya Oryantasyon Süreci	Girişimcilerin Mentorlarla Görüşme Sıklıkları	Girişimci ve Mentor Görüşme Takibi
İTÜ Çekirdek	Referansla belirleniyor.	100'den fazla.	Her meslek grubundan farklı kişiler var.	Oryantasyon süreci var.	Haftada en az 1 görüşme	Resmi bir kayıt süreci yok ama üzerinde çalışıyorlar.
Pilot	Talep üzerine değerlendirme	80	Türk Telekom ve ekosistemden kişiler	Toplantı yapılıyor	Haftada en az 1 görüşme	Form doldurarak takip ediliyor.
SuCool	Başvuru alıyorlar ve kendileri de yetiştiriyor Tübitak Mentor Sea programı ile.	100'den fazla.	Girişimciler, akademisyenler , avukatlar, vb.	Kendi mentorlarını yetiştiriyorlar	Haftada en az 1 görüşme	Raporlama yoluyla takip ediliyor.
Kworks	Başvuru süreci var. Kendileri de teklif götürebiliyor .	50	Her meslek grubundan farklı kişiler var.	Mentor “meet-up” toplantıları ve mentorlar için workshop’lar var.	Genelde haftanın 3 günü, öğleden sonraları toplantı şeklinde	Form doldurarak takip ediliyor.
Starter’s Hub	Başvuru süreci var. Kendileri de teklif götürebiliyor .	245	Girişimciler, akademisyenler , avukatlar, vb.	Eğitim ve oryantasyon var.	Haftada en az 1 görüşme	Toplantı sonrası her iki taraftan da geribildirim alınıyor.
IOT-Telco Labs	Kendileri teklif götürebiliyor .	32	Nexus Ventures ve ekosistemden kişiler	Herhangi bir eğitim veya oryantasyon süreci yok.	Haftada en az 1 görüşme	Resmi bir kayıt süreci yok ama görüş alınıyor.
Albaraka Garaj	Kendileri teklif götürebiliyor .	-	Genellikle girişimciler	Herhangi bir eğitim veya oryantasyon süreci yok.	Haftada en az 1 görüşme	Resmi bir kayıt süreci yok ama görüş alınıyor.
Lonca	Referansla belirleniyor.	100'den fazla.	Her meslek grubundan farklı kişiler var.	Herhangi bir eğitim veya oryantasyon süreci yok.	Haftada en az 1 görüşme	Form doldurarak takip ediliyor.

Pilot, SuCool, Kworks, Starter's Hub ve Lonca programları mentor girişimci görüşmelerini resmi olarak kayıt altına almaktadırlar. Görüşme sonrası ise her iki taraftan da görüşme ile ilgili geribildirim alınmaktadır. Lonca programı mentorlardan girişimcileri gelişmelerine göre puanlamasını istemektedir ve bu puanlama resmi bir süreç olarak kayıt altına alınmaktadır. İTÜ Çekirdek, IOT Telco Labs ve Albaraka Garaj programlarında ise mentor girişimci görüşmeleri için henüz resmi bir takip süreci bulunmamaktadır.

2.4.4. Paydaşlar ve Programların Operasyonel İşleyişi

Hızlandırıcı programların hepsinin değişik paydaşlarla bağlantıları vardır ve bu kuruluşlar onlara değişik destekler sağlamaktadırlar. Mesela; İTÜ Çekirdek paydaşları arasında İTÜ, Tübitak, Otomotiv Endüstrisi İhracatçıları Birliği ve çeşitli kurumsal firmalar yer almaktadır. Bu kurumlardan kimisi operasyonel giderler için ödenek sağlarken, kimi hızlandırıcı programın içinde yer alan atölyenin kurulumu için cihaz desteğinde bulunmuştur, kimi de hukuksal süreçlerde destek olmuştur ve hala olmaktadır. Kworks paydaşları arasında ise Koç Üniversitesi ve Vehbi Koç Vakfı bulunmaktadır. Kworks operasyonel giderleri üniversitenin operasyon fonu tarafından karşılanmaktadır. Ayrıca buldukları bina da vakfa ait bir mülktür. Starter's Hub ise Gedik Yatırım, Net Marble Türkiye, Murat Vargı Holding, Bahçeşehir Üniversitesi ve birkaç bireysel yatırımcının ortak fonları ile kurulmuştur. Operasyonel giderlerini de bu fondan karşılamaktadır. Starter's Hub ayrıca Turkcell, Intel, Arçelik, İş Bankası ve Amazon gibi kurumlarla da girişimcilerin işlerini büyütmelerine yardımcı olacak hizmetler, araç ve gereçler sunmak için iş birliği yapmaktadır. Pilot programının ise operasyonel giderleri Türk Telekom tarafından karşılanmaktadır. Programı sürdürmek için başka herhangi bir kurumdan ödenek alınmamaktadır. IOT Telco Labs programı da benzer şekilde Nexus Ventures tarafından sağlanan sermaye ile operasyonel giderlerini karşılamaktadır. Ayrıca mekan için de sponsor bulunmaktadır. Mesela; en son programını Üsküdar Fikir Sanat Merkezinde gerçekleştirmiştir. Daha kalabalık etkinliklerini ise Kolektif House'da gerçekleştirmektedir. Albaraka Garaj programının tüm giderleri de Albaraka Türk bankası tarafından karşılanmaktadır. Garaj programı Albaraka Türk genel müdürlük binasının içinde yer almaktadır. Lonca programının paydaşları arasında Workinton ve KT Portföy yer almaktadır. Workinton, Lonca programını operasyonel olarak yönetmektedir ve girişimcilere 14 farklı lokasyonda ofis sağlamaktadır. KT Portföy ise yatırım şirketi olduğu için girişimcilere yatırım yapabilmektedir.

Hızlandırıcı programlar için devlet destekleri de oldukça önemlidir. Örneğin SuCool programı Sabancı Üniversitesi ve Sabancı Holding’le paydaş olmasına rağmen İstanbul Kalkınma ajansı desteklerinden, Tübitak fonlarından ve AB fonlarından yararlanıp ödenek almıştır. Kworks ve İTÜ Çekirdek programları da benzer şekilde İstanbul Kalkınma ajansı ve diğer ulusal fonlardan ödenek almıştır. Ayrıca SuCool, Kworks ve Starter’s Hub programları gelir elde edebilmek için kurumsal firmalara eğitimler ve ücretli etkinlikler de düzenlemektedirler. Bunlara ilaveten Starter’s Hub programı ofislerindeki etkinlik alanını kurumsal firmaların kullanımı için kiraya vermektedir. Türkiye’deki hızlandırıcı programların çoğu yurtdışındaki benzerlerine göre kâr amacı gütmese de kâr amacı güden IOT Telco Labs ve Starter’s Hub programları da henüz kâr etmediklerini bildirmişlerdir.

2.4.5. Mezuniyet

Programların mezuniyet koşulları farklılıklar göstermektedir. SuCool programı 6 ayın sonunda projeler şirketleştiklerinde girişimleri mezun olarak kabul etmektedir. Pilot ise demo gününe kadar girişimcilerinin “Minimum Viable Product” (MVP) denilen müşterilerinin ihtiyacını karşılayan en yalın ve sade ürünü üretmelerini beklemektedir. Demo gününde bu ürünü sunduktan sonra girişimcilerin programdan mezun oldukları kabul edilmektedir. Kworks, Starter’s Hub ve IOT Telco Labs programları ise her girişimciye ayrı hedefler vererek program sonuna kadar bu hedefleri tutturmalarını beklemektedirler. Bu hedefleri tutturanlar programlardan mezun olmaktadır. İTÜ Çekirdek programı girişimcilerin “Big Bang” denilen sunum gününde sahne alabilmesi için ilk 20 girişim arasına girmesini şart koşmaktadır. Bu ilk 20 girişim arasına girebilmek için ise girişimcilerin belirli performans göstergelerine ulaşmaları gerekmektedir. Big Bang’de sahne alan girişimlerin programdan mezun oldukları kabul edilmektedir. Albaraka Garaj programı 3 ayın sonunda eğitimler tamamlanıp demo günü yapılıncaya girişimcileri mezun olarak kabul etmektedir. Benzer şekilde Lonca programı da 6 ayın sonunda demo günü yapıldıktan sonra girişimcileri mezun olarak saymaktadır. Tablo 2.6’da programdan mezun olan girişimlerle ilgili daha ayrıntılı bilgiler görülmektedir.

Aşağıdaki tabloda görüldüğü üzere hızlandırıcı programlara her başlayan girişim mezun olamamaktadır. Mesela, İTÜ Çekirdek her yıl 100 girişim ile programa başlamaktadır ve bunlardan sadece 20 tanesi mezun olmaya hak kazanmaktadır. Kworks ve SuCool programlarında da her dönem programı bırakan ve mezun olamayan girişimciler olmaktadır. Bunun nedeni girişimcilerin istenilen performans göstergelerine ulaşamaması, girişimlerinin

validasyon aşamasında başarısız olması veya girişimin ortakları arasında çıkan anlaşmazlıklardan ötürü ilerleme sağlayamamaları gibi sebeplerdir.

Tablo 2.6: Programdan mezun olan girişimler ile ilgili bilgiler.

Program İsmi	Mezuniyet Koşulları	Mezun Olan Girişim Sayısı	Mezun Olamadan Ayrılan Girişim Sayısı	Programa Ortalama Kaç Ay Devam Ediliyor	Mezunlardan Hayatta Olan Girişim Sayısı
İTÜ Çekirdek	Big Bang'de sahne alan ilk 20 girişim arasına girmek	120	1.150 girişime destek verildi, bunlardan sadece 120'si mezun oldu.	6-7 ay	90 (%75'i hayatta)
Pilot	Yalın ve sade ürünü üretmeleri ve bunu demo gününde sunmaları	45	0	3 ay	27 (%60'ı hayatta)
SuCool	Şirketleşmeleri	44	Her yıl ortalama 2-3 girişim ayrılıyor	6 ay	22 (%50'si hayatta)
Kworks	Kendilerine verilen performans göstergelerini yerine getirmeleri bekleniyor	31	7	6-7 ay	31 (%100'ü hayatta)
Starter's Hub	Kendilerine verilen performans göstergelerini yerine getirmeleri bekleniyor	29	0	3-6 ay	29 (%100'ü hayatta)
IOT-Telco Labs	Yalın ve sade ürünü üretmeleri ve kendilerine verilen hedefleri tutturmaları	6	0	3 ay	6 (%100'ü hayatta)
Albaraka Garaj	3 aylık hızlandırıcı programı kendilerine verilen hedefleri tutturarak başarıyla tamamlamaları	9	1	3 ay	9 (%100'ü hayatta)
Lonca	6 aylık hızlandırıcı programı kendilerine verilen hedefleri tutturarak başarıyla tamamlamaları	10	0	6 ay	10 (%100'ü hayatta)

İlaveten, hızlandırıcı programı başarıyla tamamlayan her girişim de hayatta kalacak diye bir durum söz konusu değildir. Her ne kadar hızlandırıcı programa katılmak girişimin hayatta kalmasına yardımcı olsa da programın korunaklı ortamından ayrıldıktan sonra piyasada tutunamayan girişimler de mevcuttur. Yukarıdaki tablodan da görülebileceği üzere İTÜ Çekirdek, Pilot ve SuCool programlarında programdan mezun olup da kapanan girişimler olmuştur. Ayrıca girişimlerin programlara katılma süresi de programın tamamlanma süresinden farklı olabilmektedir. Örneğin; Tablo 2.4'te gösterildiği üzere İTÜ Çekirdek programının süresi 6-9 ay arası sürmekteyken, girişimlerin genellikle 6-7 ay programa devam ettikleri belirtilmiştir.

Demo günleri programlar için oldukça önemlidir çünkü programlar demo gününde programdan mezun ettikleri girişimleri herkese ilan etmektedirler ve böylece girişimlerinin de bir nevi reklamını yapmış olmaktadır. Demo günleri genelde herkese açık yapılsa da sadece davetiye ile katılım yapılan programlar da mevcuttur. Mesela, Pilot programının demo günü dışarıya açık değildir. Buna rağmen demo gününe her sene ortalama 250 kişi katılmaktadır. Kworks demo günlerine de katılım 200-250 kişi arasında değişmektedir. IOT Telco Labs, SuCool, Starter's Hub ve Lonca programlarının demo günlerine katılım ise 100-200 kişi arasında değişmektedir. İTÜ Çekirdek programının "Big Bang" denilen demo gününe ise en son 3000 kişi katılmıştır ve 40,000 kişi de bu etkinliği canlı yayından takip etmiştir. Big Bang etkinliğine katılımın bu denli yüksek olması aslında İTÜ Çekirdek'in bu etkinliğin tanıtımını çok iyi yapmasından ve ünlü isimleri de etkinliğe dâhil ederek katılımı cazip hale getirmesinden kaynaklanmaktadır. Mesela; 2016 yılı Big Bang etkinliğine Mustafa Sandal katılmıştır ve İTÜ Çekirdek girişimcilerinden 8 tanesine İTÜ Arı Teknokent ile birlikte ortak yatırım yapmıştır.

Tüm programların devam zorunluluğu bulunmaktadır. Girişimcilerin programdan en yüksek verimi elde edebilmesi için programın sunduğu eğitim ve danışmanlık seanslarına katılmaları gerekmektedir. Girişimciler her gün programın olduğu ofise gelmek zorunda değildir ama haftada en az 2 kez, hatta bazı programlarda 3 kez, programın bulunduğu ofise gelip eğitimlere katılmaları veya danışmanlarla görüşmeleri gerekmektedir. Program koordinatörleri zaten girişimcilerin ofiste oturmaktansa dışarı çıkıp potansiyel müşterilerle görüşmelerini tavsiye etmektedirler. Bu sayede girişimciler ürünlerini doğrulayabilmektedirler veya ürünlerini potansiyel müşterilerin beklentileri doğrultusunda revize edip girişimlerine yön verebilmektedirler. Koordinatörlere sanal bir hızlandırma programları olup olmadığı

sorulduğunda böyle bir programları olmadığını ve başlatmayı da düşünmediklerini ifade etmişlerdir. Bir tek Starter's Hub programı 2 ay süresince bir sanal hızlandırma programı yapmayı denemiştir ama bu programın yeteri kadar verimli olmadığına inandığı için devam etmemiştir. Diğer koordinatörler de sanal programdan girişimcilerin yeteri kadar verim alabileceklerine inanmamaktadırlar. Bu yüzden de sanal bir hızlandırma programı başlatmak gibi bir planları bulunmamaktadır. Lonca'nın sanal bir programı olmasa da bazı eğitimleri girişimcilere çevrimiçi olarak vermektedir.

Programlardan mezun olan girişimlere destek devam etmektedir. Aşağıda bulunan Tablo 2.7'de de belirtildiği üzere tüm hızlandırıcı programlar bünyelerinden mezun olup ayrılan girişimlere desteklerini devam ettirmektedirler. Verilen destekler yatırımcı görüşmeleri organize etme, girişime yeni müşteriler kazandırma, danışmanlık verme ve ofiste uygunluk varsa ofisi kullanmalarına izin verme şeklinde farklılıklar göstermektedir. Şu an için programların mezun olan girişimlere verdikleri desteklerden ötürü girişimlerden herhangi bir talepleri olmasa da programdan mezun olan girişimlerin sayıları arttıkça ve programlar talepleri karşılayamaz hale geldikçe girişimlerden aidat vb. ödenek taleplerinde bulunabileceklerini belirtmişlerdir. Örneğin; Starter's Hub ofis kullanımı için mezun olan girişimlerden ücret talep etmeye başlayabileceğini söylemiştir. İTÜ Çekirdek'te mezun olan girişimleri yeni açtığı İTÜ Magnet programına alacağını ve burada onlardan ofis kullanımı için aidat alacağını bildirmiştir.

Mezuniyet sonrası girişimler genelde İstanbul'da kalmaya devam etmektedir. Fakat yurtdışına açılan girişimler de olmuştur. Starter's Hub, İTÜ Çekirdek ve SuCool programlarından mezun olan girişimlerden Londra, Dubai, Amerika ve Almanya'ya açılan ve burada operasyonlarını büyüten girişimler olmuştur.

Tablo 2.7: Mezuniyet sonrası destekler ile ilgili bilgiler.

Program İsmi	Mezuniyet Sonrası Destek Var Mı?	Mezuniyet Sonrası Verilen Destekler	Mezuniyet Sonrası Desteklerden Yararlanmak için Şartlar
İTÜ Çekirdek	Evet	“Coaching” dedikleri danışmanlık ve gerekirse 1 yıl süren kuluçka programına katılma. Ofiste boşluk varsa ofisi de kullanabiliyorlar.	Mezun olanları başka programlara dâhil ediyorlar. Ayrıca mezunlar için İTÜ Magnet adında bir ofis açıldı. Bu ofiste ufak bir ücret karşılığı masa kiralayabiliyorlar.
Pilot	Evet	İşbirliği yapmaya çalışıyorlar. Yatırımcı görüşmeleri için destek oluyorlar. Müşteri bulmak için yardım ediyorlar.	Süre kısıtı yok. Mezun girişimlerden ofisi veya diğer imkânları kullanmak için ücret talep edilmiyor.
SuCool	Evet	Yatırımcı görüşmeleri için destek oluyorlar. Mentor destekleri girişimin isteğine göre devam ediyor.	Süre kısıtı yok. Mezun girişimlerden ofisi veya diğer imkânları kullanmak için ücret talep edilmiyor.
Kworks	Evet	Yatırımcı görüşmeleri için destek oluyorlar. Mentor destekleri girişimin isteğine göre devam ediyor. Gerekirse ofisi kullanabiliyorlar.	Süre kısıtı yok. Mezun girişimlerden ofisi veya diğer imkânları kullanmak için ücret talep edilmiyor.
Starter’s Hub	Evet	Mezun girişimler Starter’s Hub portföyüne giriyor ve onlara destekleri girişimin isteğine göre devam ediyor.	1 yıl süreyle ofis vb. olanaklardan yararlanmaya devam edebiliyorlar. Şu an için herhangi bir ücret talep edilmiyor ama özellikle ofis kullanımı için ileride talep edilmeye başlanabilir.
IOT-Telco Labs	Evet	Yatırımcı görüşmeleri için destek oluyorlar. Mentor destekleri girişimin isteğine göre devam ediyor.	Süre kısıtı yok. Mezun girişimlerden ofisi veya diğer imkânları kullanmak için ücret talep edilmiyor.
Albaraka Garaj	Evet	3 aylık hızlandırma programı sırasında sağladıkları destekler 9 ay daha aynen devam ediyor.	Süre kısıtı 1 yıl. 1 yıl boyunca girişimciler Garaj’ın sağladığı tüm imkânlardan faydalanabiliyorlar.
Lonca	Evet	6 aylık hızlandırma programı sırasında sağladıkları destekler 6 ay daha aynen devam ediyor.	Süre kısıtı 1 yıl. 1 yıl boyunca girişimciler Lonca’nın sağladığı tüm imkânlardan faydalanabiliyorlar.

2.4.6. Yatırım

Program koordinatörlerine bünyelerindeki girişimlere ne kadar yatırım yaptıkları sorulduğunda çok farklı cevaplar alınmıştır. Tablo 2.8’de programların ortalama yatırım miktarı, yatırım yapılan paranın kaynağı ve şu ana kadar yaptıkları toplam yatırım miktarı görülmektedir.

Tablo 2.8: Yatırımlarla ilgili bilgiler.

Program İsmi	Ortalama Yatırım Miktarı	Paranın Kaynağı	Toplam Yatırım Miktarı
İTÜ Çekirdek	100.000 TL	Devlet Ödenekleri ve Yatırımcı Ağları	800.000 TL (8 x 100.000)
Pilot	75.000 TL	Türk Telekom	3.375.000TL (45 x 75.000)
SuCool	Değişiyor	Devlet Ödenekleri ve Yatırımcı Ağları	-
Kworks	\$50.000	Devlet Ödenekleri ve Yatırımcı Ağları	\$115.000
Starter’s Hub	\$20.000 - \$250.000 arası değişiyor	Gedik Yatırım, Net Marble Türkiye, Murat Vargı Holding, Bahçeşehir Üniversitesi	-
IOT-Telco Labs	50.000- 150.000 TL arası	İstanbul Startup Angels Melek Yatırımcı Ağı	-
Albaraka Garaj	50.000 TL	Albaraka Türk Bankası	250.000TL (5 x 50.000)
Lonca	250.000- 400.000 TL arası	Kuveyt Türk Bankası ve KT Portföy	Henüz program yeni açıldığı yatırım yapmamışlar.

Bazı programlar şu ana kadar yaptıkları toplam yatırım miktarını açıklamak istememişlerdir. Bu nedenle o bölümler boş bırakılmıştır. Ayrıca program koordinatörlerine ellerinde bulunan toplam yatırım miktarı sorulduğunda bazıları bunun ticari bir sır olduğunu söyleyerek soruyu cevaplamak istemediklerini belirtmişlerdir. Starter’s Hub programı bu miktarın 10 milyon \$ olduğunu söylemiştir ve bunun 5 yıllık bir fon olduğunu da eklemiştir. Lonca programı da 10 milyon TL’lik bir fonları olduğunu ve bunun 2 yıllık olduğunu belirtmiştir. Program koordinatörlerine yatırım yaptıkları bir girişime ikinci kez yatırım yapıp yapmadıkları sorulduğunda ise hepsi henüz böyle bir yatırım gerçekleştirmediklerini ama böyle bir olasılığa sıcak baktıklarını belirtmişlerdir. Programlardan İTÜ Çekirdek, IOT Telco Labs ve Lonca

mezun olan girişimlerinin diğer kaynaklardan veya melek yatırımcılardan toplamda ne kadar yatırım aldıklarını da eklemiştirlerdir. Buna göre, IOT Telco Labs girişimleri toplamda 300.000\$ yatırım almıştır, İTÜ Çekirdek girişimleri toplamda 35.000.000TL yatırım almıştır ve Lonca girişimleri de toplamda 250.000TL yatırım almıştır.

2.4.7. Performans Kriterleri

Programların performans kriterleri farklılıklar gösterse de koordinatörlere göre programın başarısını gösteren en önemli ölçütler girişimlerin ne kadar aşama kaydedip büyüdükleri ve ne kadar şirket değerlemesiyle ne kadar yatırım aldıklarıdır. Bunlara ilaveten şirketlerin cirosu, istihdam verileri, programın mezun sayısı ve ticarileşen şirket sayısı da programların performans kriterlerini ölçmek için kullandıkları veriler arasındadır. Literatüre göre de hızlandırıcı programların başarısını ölçmek için üzerine anlaşılmış tek bir ölçüt bulunmamaktadır. Lalkaka'ya göre (1996) programların başarısı programlarından mezun olan girişimlerin ne kadarının hayatta kaldığı ve bunların ne kadar büyüdüğü göz önüne alınarak ölçülmelidir. Bazı çalışmalar ise programların destekledikleri şirketlerin değerlemelerine bakılması gerektiğini, diğerleri ise cironun ne kadar büyüdüğü, istihdam verileri ve nakit akışındaki değişim gibi ölçütlere bakılmasını gerektiğini savunmaktadır. Vanderstraeten and Matthyssens'e göre de (2010) hızlandırıcı programların başarısını ölçmek için iki kritere ihtiyacımız vardır. Bunlardan ilki, çıkış (exit) yapan şirket sayısı, ikincisi ise çıkış yapmamış fakat hala aktif olarak faaliyet gösteren şirket sayısıdır.

Ne yazık ki hızlandırıcı programların hiçbiri mezun girişimlerle ilgili detaylara tam olarak sahip değildir. Mesela; programdan mezun olan tüm girişimlerin toplam değerlemesi sorulduğunda sadece IOT Telco Labs programı bunun 10 milyon dolar olduğunu söyleyerek bir rakam verebilmiştir. Geri kalan programların koordinatörleri bunu tam olarak bilmediklerini ve bu yüzden rakam vermek istemediklerini belirtmişlerdir. Yine mezun olan girişimlerin ne kadar kâr ettikleri ve ne kadar kişiyi istihdam ettikleri sorulduğunda net bilgiler alınamamıştır. Koordinatörler hangi girişimlerinin kâr edip etmediğini bildiğini fakat bunların ne kadar kâr ettiğini bilmediğini söylemiştir. Ayrıca girişimlerin istihdam sayıları da takip edilmemiştir. İTÜ Çekirdek programı tüm girişimlerin 500'den fazla kişi çalıştırdığını söylemiştir. Pilot programı da programından mezun olan girişimlerin toplamda 141 kişi istihdam ettiğini belirtmiştir. Diğer koordinatörler 2-3 kişi çalıştıran girişim de olduğunu ama 30-40 kişi çalıştıran girişim de olduğunu fakat tüm girişimlerin toplam kaç kişi çalıştırdığını bilmediklerini ifade etmişlerdir.

Mezunlar ve programların performansı ile ilgili bilgilerin yeterli olmaması aslında sadece Türkiye'deki programlara özgü bir sorun değildir. Caley ve Kula'da (2013) araştırmalarında Kanada'daki hızlandırıcı programlar için aynı sorunu belirtmişlerdir.

2.4.8. Etkinlikler ve Diğer Detaylar

Hızlandırıcı programların hepsi girişimcilik etkinlikleri düzenlemektedirler. Bu programlardan bazıları herkese açık etkinlikler düzenlemekte bazıları ise sadece programlarına aldıkları girişimciler için etkinlikler düzenlemektedirler. Mesela; IOT Telco Labs ve Pilot programları sadece programa kabul ettiği girişimciler için etkinlikler düzenlerken Kworks ise etkinlik konusunda oldukça aktif bir merkezdir. Ayda ortalama 20-25 etkinlik düzenleyen Kworks programının, düzenlediği etkinlikler de oldukça çeşitlidir. Eğitim, seminer, girişimcilik toplantıları, atölye çalışmaları vb. gibi etkinliklerin bir kısmı herkese açık olsa da bir kısmı sadece programa katılan girişimcilere özeldir. Ayrıca herkese açık olan etkinliklerin bir kısmını da ücretli etkinlikler oluşturmaktadır. Kworks düzenlediği etkinlikleri e-posta bültenine üye olan herkese haftalık olarak göndermektedir. Starter's Hub ise yatırımcılara yönelik etkinliklere ağırlık vermektedir. Birkaç ayda bir yatırımcı eğitimleri düzenleyen program ayrıca kurumsal firmalara yönelik ücretli etkinlikler de düzenlemektedir. Bu etkinlikler sayesinde program gelir elde etmektedir. SuCool'da aynı şekilde kurumsal firmalar için ücretli etkinlikler düzenlemektedir. İlaveten Kworks gibi girişimcilere yönelik eğitim, seminer, girişimcilik toplantıları, atölye çalışmaları vb. gibi etkinlikler de organize etmektedir. Albaraka Garaj ve İTÜ Çekirdek de Kworks ve SuCool programları gibi girişimcilere yönelik ve herkesin katılabileceği çok çeşitli etkinlikler düzenlemektedirler. Ayda ortalama 6-7 etkinlik düzenleyen İTÜ Çekirdek, düzenlediği bu etkinlikler için herhangi bir ücret talep etmemektedir. Lonca ise Workinton'la stratejik ortak olduğu için, etkinlikleri Workinton düzenlemektedir. Ayda 10-15 etkinlik düzenleyen Workinton'ın düzenlediği bazı etkinlikler herkese açık olup, bazıları ise sadece Workinton'ın bünyesinde olan girişimcilere özeldir.

Hızlandırıcı programlarda çalışan ekiplerin tamamı tam zamanlı olarak çalışmaktadır. 14 tam zamanlı çalışan ile İTÜ Çekirdek ekibi en kalabalık ekiptir. Programlara dâhil edilen girişim sayısı ile personel sayısı karşılaştırıldığında İTÜ Çekirdek programı bünyesine diğer hızlandırıcı programlara oranla daha fazla girişim dâhil ettiğinden personel sayısının da diğer programlara oranla daha fazla olması beklenen bir durumdur. İTÜ Çekirdek programını, 7 tam zamanlı çalışan ile Starter's Hub programı takip etmektedir. İTÜ Çekirdek'te de Starter's

Hub'da da çalışanların hepsinin daha önceki yıllara ait girişimcilik veya yatırımcılık deneyimi yoktur. Sadece bir kısmının konuyla ilgili deneyimi vardır. Kworks'te 6, IOT Telco Labs ve Albaraka Garaj programlarında 5, SuCool ve Pilot programlarında ise 3 tam zamanlı çalışan vardır. Lonca programında ise Kuveyt Türk Bankasında çalışan 20 kişilik bir ekip mevcuttur. Bu ekip ihtiyaca göre programa destek vermektedir ama bu ekip sadece bu program için çalışmamakta olup banka bünyesinde başka görevlerde de çalışmaktadır. Ayrıca Workinton ekibi de Lonca programını operasyonel olarak yönetmektedir ve destek vermektedir. Bu hızlandırıcı programların çalışanlarının da tamamının daha önceki yıllara ait girişimcilik veya yatırımcılık deneyimi bulunmamaktadır. Sadece bir kısmının girişimci olarak deneyimleri vardır.

Hızlandırıcı programların tamamı programlarını tanıtmak için en çok sosyal medyayı kullanmaktadır. Sosyal medyaya ilaveten blog da tanıtım için oldukça tercih edilen bir araçtır. Sosyal medya ve blog dışında hızlandırıcı programlar tanıtım için farklı kanallardan da yararlanmaktadırlar. Mesela, Kworks programı Youtube'u aktif olarak kullanmaktadır ve her dönem tanıtım için yeni bir video hazırlamaktadır. Pilot programı ise dijital kanalların yanı sıra yazılı basını da kullanmaktadır ve gazetelere, dergilere programla ilgili ilanlar vermektedir. Ayrıca TV kanallarında da girişimcilerinin röportajları yayınlanmaktadır. Pilot programı bunun hem kendileri hem de girişimcileri için iyi bir tanıtım olduğuna inanmaktadır. Starter's Hub programı ise sadece tanıtımlarla kalmayıp beğendiği girişimcilere ulaşım onları programlarına başvurmaları için davet etmektedir.

Tüm programların en çok zorlandığı konu ise kaliteli girişimlere ulaşım onları programlarına dâhil etmektir. Bunu girişimcilerin tecrübesiz olması, fikrini tam olarak anlatamaması, girişimcilere finansman bulmak, girişimcilerle sözleşme yapmak, mezunları koordine etmek gibi sıkıntılar izlemektedir. Bunların bazıları aslında küresel problemlerdir. Mali kaynakların yetersizliği (Smilor, 1997) ve takımda girişimcilik tecrübesi eksikliği (Gruber ve diğ., 2008) girişimcilerin sıklıkla karşılaştığı en büyük zorluklardır. Bunlara ek olarak, kaliteli çalışanları işe alamamak (Zott ve Huy 2007) ya da belirli fırsatları nasıl kavrayacakları konusunda yeterli bilgiye sahip olamamak (Ambos ve Birkinshaw 2010) girişimcilerin genellikle karşı karşıya kaldığı diğer temel sorunlardır.

Program koordinatörlerine ayrıca kendilerini diğer hızlandırıcı programlarla rakip görüp görmedikleri de sorulmuştur. Program koordinatörlerinin hepsi de diğer programları rakip

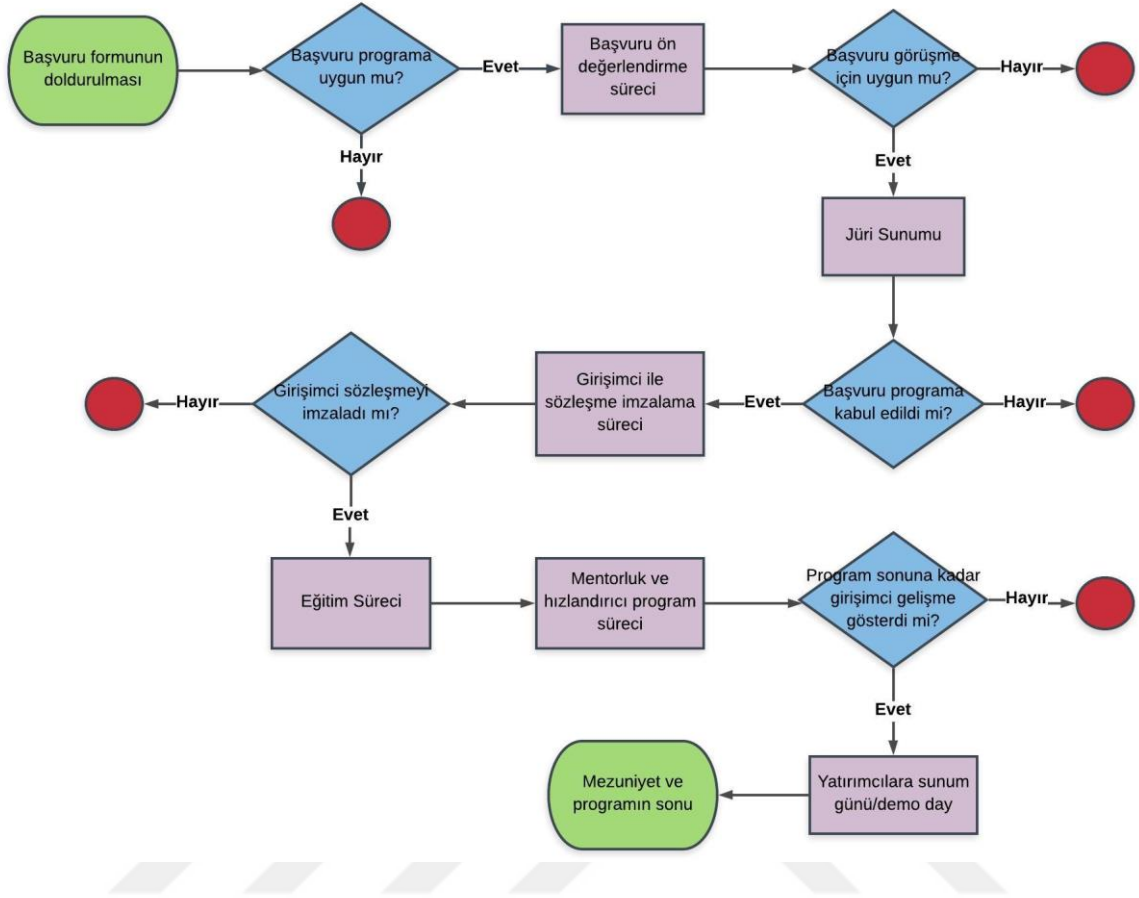
olarak görmediklerini aksine birbirlerini tamamladıklarını düşündüklerini söylemişlerdir. Bunun temel nedeni ise ekosistemin henüz böyle bir rekabet için yeterince büyük olmamasıdır. Starter's Hub koordinatörü ise "Rekabetlik" anlayışını benimsediklerini söylemiştir. Yani, hem rekabet hem de beraberlik onlar için önemlidir. Koordinatörlerin hemen hepsi uluslararası hızlandırıcı ağlardan haberdar olduklarını ama onlara artı bir değer katacaklarına inanmadıkları için üye olmayı tercih etmediklerini belirtmişlerdir. Bir tek İTÜ Çekirdek "UBI Global Network" programına dâhildir. Bunun dışında Kworks programı European Business Innovation Network'e başvurmuştur ve SuCool programı da başka bir uluslararası ağ ile üyelik sürecindedir. Lonca programı da çeşitli uluslararası ağlarla işbirliği yapmak ve yurtdışı ayağını kurmak için görüşme halindedir. Diğer programların ise henüz böyle bir girişimleri yoktur.

Bir sonraki bölümde hızlandırıcı programların sürecinin girişimciler için nasıl işlediğine yer verilmiştir.

2.5. HIZLANDIRICI PROGRAM SÜRECİ

Yapılan değerlendirmelere göre bir hızlandırıcı programdan diğerine değişmekle birlikte prensip olarak bir hızlandırıcı programın süreci girişimciler için Şekil 2.1'deki gibi işlemektedir.

Girişimciler hızlandırıcı programların internet sitelerinden başvuru formunu doldururlar. Başvurusunu tamamlayanlar ve program için uygun bulunanlar ön değerlendirme sürecine alınırlar. Başvurusu ön değerlendirme sürecinde başarılı bulunanlar yüz yüze görüşme veya jüri sunumu için çağırılırlar. Bu aşamada başarılı bulunan girişimcilere programa dâhil olmak için bir sözleşme imzalatılır. Programların hepsi sözleşme imzalamayı zorunlu tutmaktadır. Bu sözleşmeyi imzalayan girişimciler programa kabul edilirler. Girişimciler hızlandırıcı programda öncelikli olarak bir eğitim sürecine alınırlar. Eğitim sürecinden sonra program boyunca mentorluk ve programdaki diğer desteklerden yararlanırlar. Program sonuna kadar istenilen performans göstergelerine ulaşan veya gelişme kaydeden girişimciler yatırımcıların karşısına sunum yapmak için çıkarılırlar. Bu sayede şirketleri için yatırım alma şansı yakalarlar. Bu sunum gününe demo veya mezuniyet günü de denilmektedir. Bu sunumu da başarıyla tamamlayan girişimciler programdan mezun olmaya hak kazanırlar.



Şekil 2.1: Girişimciler için hızlandırıcı program süreci.

Bir sonraki bölümde çalışma için hazırlanan ankete ve bu çalışmada ölçülmek istenen hipotezlere yer verilmiştir. İlaveten veri toplama yöntemlerine de değinilmiştir.

3. MALZEME VE YÖNTEM

Çalışmanın bu kısmı nicel olup girişimcilerden veri toplamak için bir anket hazırlanmıştır ve daha sonra da bu anket planlandığı üzere İTÜ Çekirdek, Kworks, SuCool, Starter's Hub, Pilot, IOT Telco Labs, Lonca ve Albaraka Garaj programlarına katılmış girişimcilere uygulanmıştır. Aşağıda bu anketin hazırlanma yöntemi ve girişimcilerden veri toplama yöntemi detaylı bir şekilde anlatılmıştır.

3.1. ANKET ÇALIŞMASI

Çalışmada kullanılan anket girişimcilerin hızlandırıcı programlardan ne kadar verim aldıklarını ve hangi girişimcilerin hangi desteklerden daha çok yararlandıklarını ölçmek amacıyla hazırlanmıştır. Anketi hazırlarken girişimcilerle ve kuluçka merkezleriyle yapılan benzer çalışmalardaki anketlerden yararlanılmıştır. Bu çalışmalara bir sonraki bölümde detaylı olarak değinilmiştir. Bu çalışmalarda bulunan anketlerden yararlanılarak ve ölçülmek istenen hipotezler de göz önünde bulundurularak EK 2'deki anket hazırlanmıştır.

Araştırma kapsamında hazırlanan anket 4 ayrı bölümden oluşmaktadır. Bu bölümler aşağıdaki gibidir.

1) Girişimciye ait bilgiler: Bu kısımda girişimcinin yaşı, eğitim durumu, önceki iş ve girişimcilik tecrübeleri, girişimcinin ailesinde başka girişimciler olup olmaması ve girişimci olmak için ana motivasyon kaynağı sorgulanmaktadır. Bu kısımdaki sorular çoktan seçmelidir.

2) Şirkete ait bilgiler: Bu kısım sadece şirket kuran girişimciler tarafından doldurulmuştur. Hızlandırıcı programda olup henüz şirket kurmamış girişimciler de mevcuttur. Bu girişimciler ürünleri hazır olmadığı için veya henüz fatura kesmeye ihtiyaç duymadıkları için şirket kurmamışlardır. Bu kısımda şirketin kuruluş tarihi, yasal statüsü, hangi sektörde faaliyet gösterdiği, ortak sayısı, istihdam verileri, ihracat verileri, aylık cirosu ve şirket gelirlerinin ne için harcandığı sorgulanmaktadır. Bu kısım çoktan seçmeli ve açık uçlu sorulardan oluşmaktadır.

3) Hızlandırıcıya ait bilgiler: Bu kısımda hızlandırıcı programa katılan girişimcilerin hızlandırıcı programda en çok verim aldıkları destekler, hızlandırıcının olumsuz yönleri, hızlandırıcıdaki hizmetlerden ne kadar yararlandıkları, bu hizmetlerin şirketlerinin

gelişimlerine olan etkisi ve hızlandırıcı hakkındaki görüşleri sorgulanmaktadır. Bu kısım açık uçlu, çoktan seçmeli ve ölçekli sorulardan oluşmaktadır. Ölçek olarak 5’li likert ölçek kullanılmıştır. Aşağıdaki tabloda bu ölçek görülmektedir.

Tablo 3.1: 5’li Likert tipi ölçek.

Ölçek	0	1	2	3	4	5
Madde	Hiç/Böyle bir hizmet yok	Çok Az	Az	Orta	Yüksek	Çok Yüksek

4) Hızlandırıcıdan ayrılan girişimcilere ait bilgiler: Bu kısmı sadece hızlandırıcıdan ayrılan girişimciler doldürmüşlardır. Bu kısımda hızlandırıcıdan ayrılma nedeni, şirketin hala aktif olup olmadığı, hızlandırıcıdan ayrıldıktan sonra şirketin ne oranda değiştiği sorgulanmaktadır. Bu kısım çoktan seçmeli ve açık uçlu sorulardan oluşmaktadır.

Çalışmada ölçülmek istenen hipotezler ise aşağıdaki gibidir. Bu hipotezler bölüm 4.2’de detaylandırılmıştır.

Hipotez 1: Erkeklerin ve kadınların hızlandırıcı programlardan en çok yararlandıkları destekler birbirinden farklıdır.

Hipotez 2: Girişimcinin yaşı büyüdükçe hızlandırıcı programdan aldığı desteklere olan ihtiyacı azalmaktadır.

Hipotez 3: Girişimcinin eğitim seviyesi arttıkça hızlandırıcı programdan aldığı desteklere olan ihtiyacı azalmaktadır.

Hipotez 4: Önceden iş deneyimi olan ve olmayan girişimcilerin hızlandırıcı programlardan en çok yararlandıkları destekler birbirinden farklıdır.

Hipotez 5: Girişimcinin ailesinde başka girişimci olmaması hızlandırıcı programdan aldığı desteklere olan ihtiyacını arttırmaktadır.

Hipotez 6: İşletme büyüdükçe girişimcinin hızlandırıcı programdan aldığı desteklere olan ihtiyacı azalmaktadır.

Hipotezler ölçülürken yukarıdaki tabloda belirtilen desteklere olan ihtiyaçlarda girişimcinin demografik yapısına göre veya şirketinin durumuna göre farklılıklar olup olmadığı incelenecektir.

3.1.2. İçerik Geçerliliği Analizi

Bu anket çalışması hazırlanırken yukarıda da bahsedildiği üzere girişimcilerle ve kuluçka merkezleriyle yapılan benzer çalışmalardaki anketlerden yararlanılmıştır. Bunlar sırasıyla, Onur Sungur'un "İşletme kuluçkaları destek hizmetlerinin firma hayatta kalma üzerindeki rolü", Ratinho'nun "İşletme kuluçkalarının firmalar üzerindeki etkilerinin incelenmesi", Jorgensen'in "Büyüme fabrikaları isimli kuluçka merkezindeki girişimciler üzerine bir çalışma", Kemp'in "Kuluçka merkezlerinin Avustralya'da yeni gelişmekte olan şirketler üzerindeki etkisi", Dahleez'in "İşletme kuluçkalarının Gaza Şeridinde girişimciliği geliştirmedeki ve yeni işletmeler yaratmadaki rolü" ve son olarak Huijgevoort'un "İşletme Hızlandırıcı: Acaba sadece kuluçka merkezi için farklı bir isim mi?" adlı doktora ve yüksek lisans tezlerindeki anketlerdir. Bu tezlerde bulunan anketlerden yararlanılarak ve ölçülmek istenen hipotezler de göz önünde bulundurularak EK 2'deki anket hazırlanmıştır.

Bu anket çalışması hedeflenen gruptaki girişimcilere dağıtılmadan önce iki ayrı öğretim üyesinden görüş istenmiştir ve anket bu görüşlere göre revize edilmiştir. Daha sonra bir ön anket çalışılması hazırlanmıştır ve başka hızlandırıcı programlara katılmış girişimcilere dağıtılmıştır. Bu ön anket çalışmasında girişimcilerin soruları sorulmak istendiği şekilde anlayıp anlamadıkları ve cevapları da buna uygun bir şekilde verip vermedikleri ölçülmüştür. Ön anket çalışmasından edinilen sonuçlara göre anket revize edilip tekrar aynı girişimci gruba uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlara göre anket tekrar güncellenip bu sefer de hedef gruptaki girişimcilerin bir kısmına uygulanmıştır. Daha sonra bu anket de güncellenip son şeklini almıştır. Buna göre anketin 4. versiyonu anketin son halini oluşturmuştur. Bu da EK 2'de görülebilir. EK 2'deki anket hedef gruptaki girişimcilere uygulanmıştır.

3.1.3. Güvenilirlik Analizi

Soruların kendi aralarında tutarlı olup olmadığını ölçmek için güvenilirlik analizi yapılmıştır. Güvenilirlik analizi soruların birbirleri ile yakınlık derecesini göstermektedir. Likert ölçek kullanılan anketlerde güvenilirlik analizi için iki yöntem kullanılabilir. İlk yöntem Cronbach Alpha değerini bulmaktır. Eğer bu değer 0,80 ile 1,00 arasındaysa anket oldukça güvenilirdir.

Tablo 3.3: Cronbach alpha değeri.**Güvenilirlik İstatistikleri**

Cronbach Alpha	Standartlaştırılmış Ögelere Dayalı Cronbach Alpha	Öge Sayısı
,891	,910	32

Tablo 3.2’de görülebileceği üzere $\alpha = 0,891$ olarak hesaplanmıştır. Bu değere göre de anketin oldukça güvenilir olduğu sonucu çıkarılabilmektedir. Güvenilirliği hesaplamak için kullanılan bir diğer yöntem de Split-half katsayı değerini bulmaktır. Bu yöntemde anketteki tek ve çift numaralı sorular ikiye bölünerek değerlendirilmektedir ve buna göre Split-half katsayısı ve Spearman-Brown katsayısı hesaplanmaktadır. Tabloya göre Spearman-Brown katsayı değeri 0,852 ve Guttman Split-half katsayı değeri ise 0,851’dir. Bu değerlerin birbirlerine oldukça yakın olması ve aynı zamanda 0,8’den de büyük olması anketin oldukça güvenilir olduğunu göstermektedir. Zaten Cronbach Alpha ve Guttman Split-half katsayı değerleri de birbirlerine oldukça yakındır.

Tablo 3.4: Katsayı değerleri.**Güvenilirlik İstatistikleri**

	Değer	,793
	1. Bölüm	
	Öge Sayısı	16 ^a
Cronbach Alpha	Değer	,834
	2. Bölüm	
	Öge Sayısı	16 ^b
	Toplam Öge Sayısı	32
Formlar Arasındaki Korelasyon		,742
Spearman-Brown Katsayısı	Eşit Uzunluk	,852
	Eşit Olmayan Uzunluk	,852
Guttman Split-Half Katsayısı		,851

3.1.4. Veri Toplama Yöntemleri

Ankete veri toplama işlemleri 2017 yılının Eylül sonunda başlanıp Aralık sonunda tamamlanmıştır. Veri toplamak için çeşitli yöntemler kullanılmıştır. Öncelikle hızlandırıcı programların koordinatörleri aranarak programların merkezleri veya eğitim yaptıkları yerler ziyaret edilmiştir. Ziyaret esnasında orada bulunan girişimcilere anket elden dağıtılarak doldurmaları istenmiştir. Ziyaret edilen merkezler İTÜ Çekirdek, Starter's Hub, SuCool ve Kworks'tür. Bu merkezlerde doldurulan anketler daha sonra elektronik ortama aktarılmıştır. Anket verileri elektronik ortamda SurveyMonkey'de tutulmaktadır. Merkezlerde o an bulunmayan ve programlardan mezun olan girişimcilere ulaşmak için anketin internet ortamındaki linki koordinatörler tarafından geri kalan girişimcilere gönderilmiştir. IOT Telco Labs ve Pilot programlarında eğitimler sonlandığı için bu programlar ziyaret edilememiştir ve veriler sadece internet ortamında girişimcilere gönderilen link üzerinden toplanmıştır. Ayrıca anket linki sosyal medyada ilgili hızlandırıcı programların gruplarında ve girişimcilikle ilgili çeşitli gruplarda paylaşılmıştır ve bu şekilde de ankete katılım sağlanmıştır. Anket internet ortamında SurveyMonkey kullanılarak girişimciler tarafından doldurulmuştur.

Toplamda 162 kişi bu ankete katılmıştır fakat 130 kişi anketi tamamen doldurup tamamlamıştır. Bu 130 kişiden 5'i hedeflenen hızlandırıcı programların dışındaki programlara katılmış olduğundan çalışmadan çıkarılmıştır ve bu yüzden anketi hedef kitledeki 8 hızlandırıcı programdan 125 kişi doldurmuştur. Bu 125 girişimci de toplamda 106 ayrı şirkete mensuptur. Bu rakam diğer çalışmaları göz önünde bulundurursak çalışmamızı sürdürebilmek için yeterlidir. Mian (1997) kuluçka merkezleriyle yaptığı çalışmasında 1 kuluçka merkezinden 87 şirketle görüşmüştür. Rice (2002) yaptığı çalışmasında farklı kuluçka merkezlerine mensup 32 girişimci ve 8 kuluçka müdürüyle mülakat yapmıştır. Ratinho (2011) tez çalışması için 12 kuluçka merkezinden 101 şirketle görüşmüştür. Meru ve Struwig (2011) ise herhangi bir kuluçka merkezine dâhil olan 124 şirketten veri toplamıştır. Soetanto ve Jack (2013) yaptıkları çalışmada seçilen 1 kuluçka merkezine mensup 62 girişimciyle görüşmüştür. Ebbers (2013) çalışmasında 4 kuluçka merkezinden 101 girişimci ile görüşmüştür. Jorgensen (2014) tez çalışmasında Growth Factory isimli Danimarka'nın en büyük kuluçka merkezinde bulunan 150 girişimci ile çalışmıştır. Son olarak Hallen ve diğ. (2016), 8 hızlandırıcı programda bulunan 70 girişimci ile mülakat yapmıştır.

Veri toplarken karşılaşılan en büyük zorluklardan biri mezun olan girişimcilere ulaşmak ve onları anketi doldurmaya ikna etmek olmuştur. Ağırlıklı olarak hızlandırıcı programlara devam edenler veya son 2 yıl içinde mezun olanlar anketi doldurmuşlardır. Hızlandırıcılardan daha önce mezun olan girişimcilerin bir kısmı şirketlerini kapattıkları ve artık girişimcilikle ilgilenmedikleri için bir kısmı da tam tersine şirketlerini büyütüp yurtdışına açıldıkları için anketi doldurmayı tercih etmemişlerdir.

Bir sonraki bölümde ankette toplanan verilerin analizlerine yer verilmiştir. Öncelikle frekans analizleri açıklanmıştır. Ardından da hipotez testleri ve regresyon modellerine değinilmiştir.



4. BULGULAR

4.1. TANIMLAYICI İSTATİSTİKLER

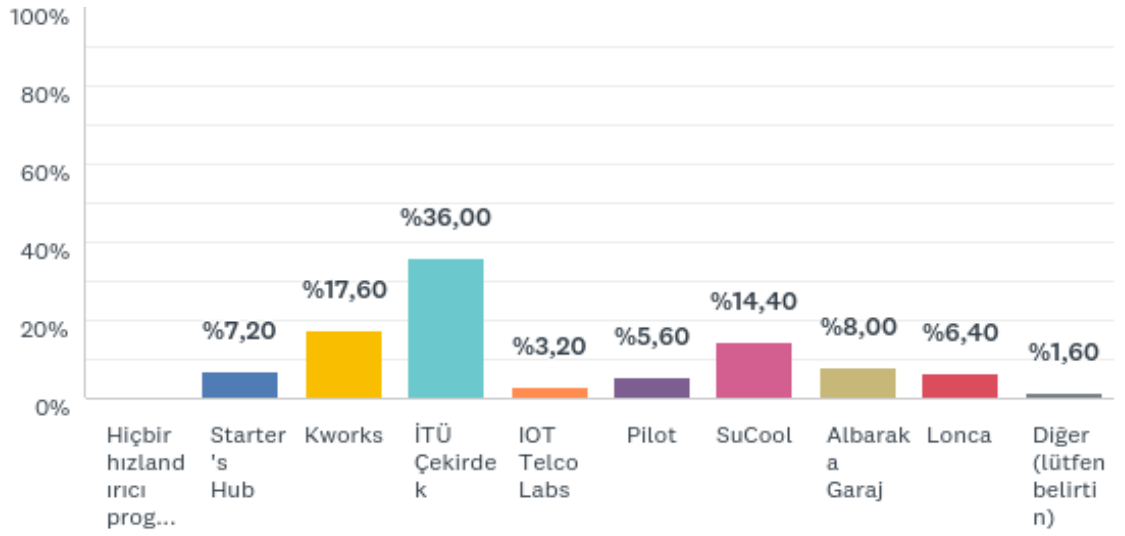
Anket çalışmasına dair araştırma bulguları aşağıda açıklanmıştır. Girişimcilere uygulanan ve EK 2’de bulunan ankette toplam 46 soru yer almaktadır. Anket çalışması girişimcilere uygulandıktan sonra bu ankete katılan girişimcilerin demografik özellikleri incelenmiştir ve hızlandırıcı programlara katılan girişimciler hakkında bir çıkarım yapılmıştır. Bu sonuçlar da tez yazarı Ceren Çubukçu ve danışmanı Sevinç Gülseçen tarafından Mart 2018 tarihinde Frankfurt’ta düzenlenen 14th International Conference on Social Sciences isimli konferansta sunulup bir bildiri halinde de yayınlanmıştır.

Bu bölümde öncelikle ankete katılan girişimciler ile ilgili tanımlayıcı bilgiler verilmiştir. Ardından girişimcilerin kurdukları şirketlere yönelik temel frekans analizleri verilmiştir. Sonrasında hızlandırıcı özelliklerine ilişkin tanımlayıcı bilgiler sunulmuştur. Sonraki kısımda girişimcilerin hızlandırıcıda sunulan hizmetlerden yararlanma düzeyi ve sunulan hizmetlerin şirketin gelişimine sağladığı fayda düzeyi açıklanmıştır. Ardından hızlandırıcı hakkındaki görüşlere ilişkin dağılımlar verilmiştir. Son olarak da hızlandırıcıdan ayrılmaya ilişkin temel frekans analizleri verilmiştir.

4.1.1. Girişimciler Hakkında Genel Bilgiler

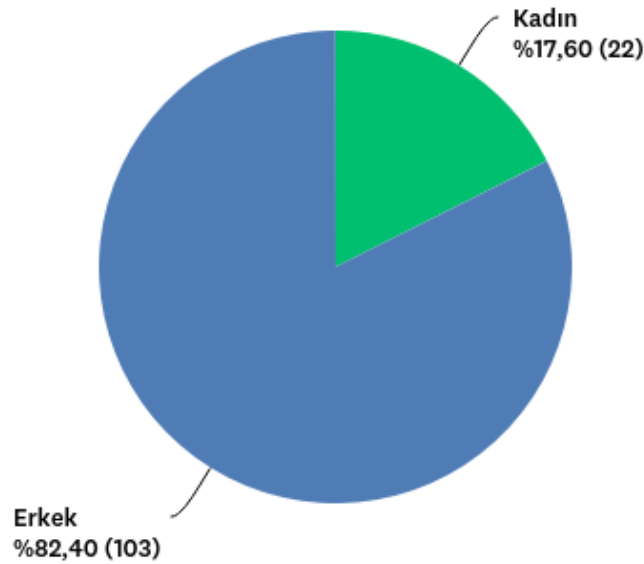
Ankete toplam 8 hızlandırıcı programdan 125 girişimci katılmıştır. Bu girişimcilerin programlara göre dağılımı Şekil 4.1’deki gibidir.

Aşağıdaki şekle göre Starter’s Hub programından 9, Kworks programından 22, İTÜ Çekirdek programından 45, IOT Telco Labs programından 4, Pilot programından 7, SuCool programından 18, Albaraka Garaj programından 10 ve Lonca programından ise 8 girişimci çalışmaya katılmıştır. “Diğer” olarak belirtilen kategorideki girişimciler hem İTÜ Çekirdek hem de başka bir hızlandırıcı programa katıldıklarından dolayı ankete katıldıkları her 2 programın da ismini yazmış olup bu kategorideki 2 girişimci de sonradan İTÜ Çekirdek kategorisine dâhil edilmiştir.



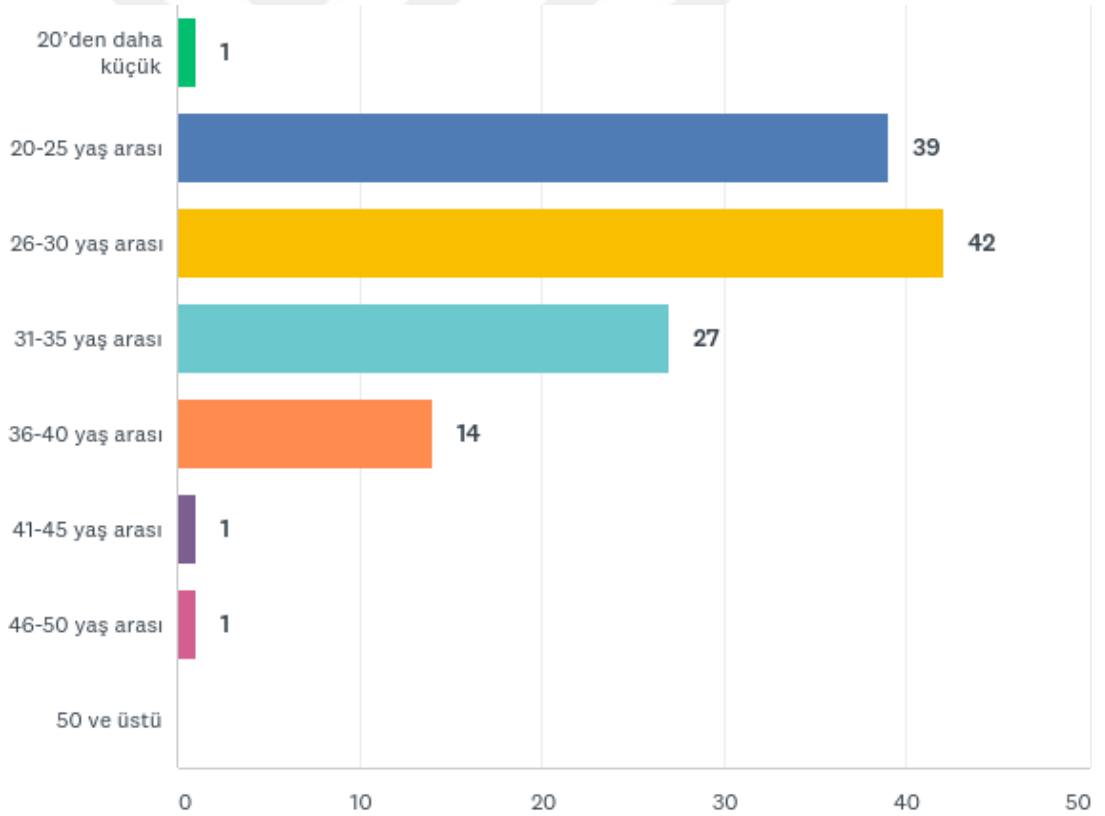
Şekil 4.1: Girişimcilerin hızlandırıcı programlara göre dağılımı.

Çalışmaya katılan kadın ve erkeklerin dağılımı ise Şekil 4.2’te görülmektedir. Buna göre çalışmaya 22 kadın ve 103 erkek katılmıştır. Erkeklerin oranı %80’in üzerindedir. Bu dağılım aslında girişimcilikle ve özellikle teknoloji girişimciliği ile ilgilenen kadınların ne kadar az olduğunu da gözler önüne sermektedir.



Şekil 4.2: Ankete katılanların cinsiyete göre dağılımı.

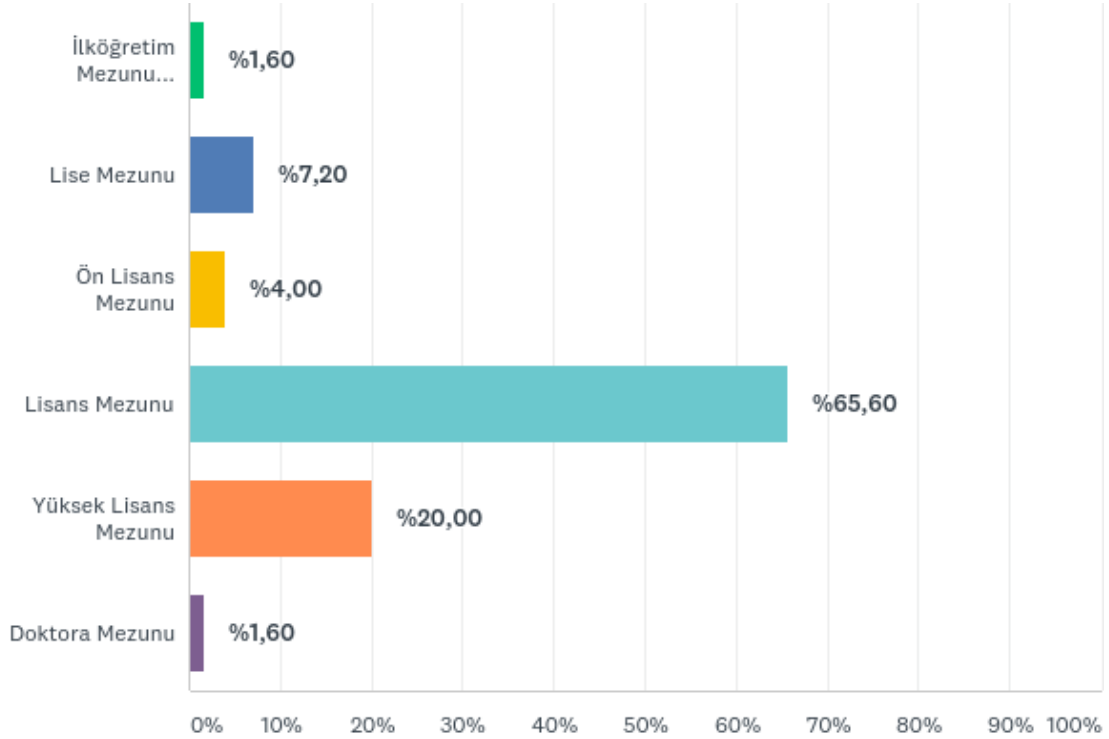
Çalışmaya çok çeşitli yaş gruplarından girişimciler katılmıştır. Ankete katılanların yaşlara göre dağılımı Şekil 4.3'te görülmektedir. Buna göre 42 girişimci ile ankete katılanların en çok 26-30 yaş aralığında olduğu gözlenmiştir. Bunu 39 girişimci ile 20-25 yaş aralığı izlemiştir. Ankete en az katılan gruplar 1'er girişimci ile 41-45 ve 46-50 yaş aralıklarıdır. Bu örneklemden teknoloji girişimcilerinin genellikle 20-30 yaş aralığında olduğu sonucu çıkarılabilmektedir. Üniversiteden mezun olduktan sonra bir süre çalışıp daha sonra girişimci olmaya karar veren kitle çoğunluğu oluşturmaktadır. Zaten şekilden de görülebileceği üzere yaş ilerledikçe girişimci sayısı azalmaktadır. Girişimciliği tercih edenlerin daha genç bir kitle olmasının arkasında yatan nedenlerden bazıları yaş ilerledikçe sorumlulukların artması veya girişimci olmanın daha çok fedakârlık gerektirmesi olabilir (Jackson ve Rodkey, 1994; Albort-Morant ve Oghazi, 2016). Ayrıca yaş ilerledikçe insanlar kariyerlerinde belli bir noktaya ulaştıklarından dolayı sıfırdan başlamak için mevcut kariyerlerini bırakmak zor gelebilmektedir.



Şekil 4.3: Ankete katılanların yaşa göre dağılımı.

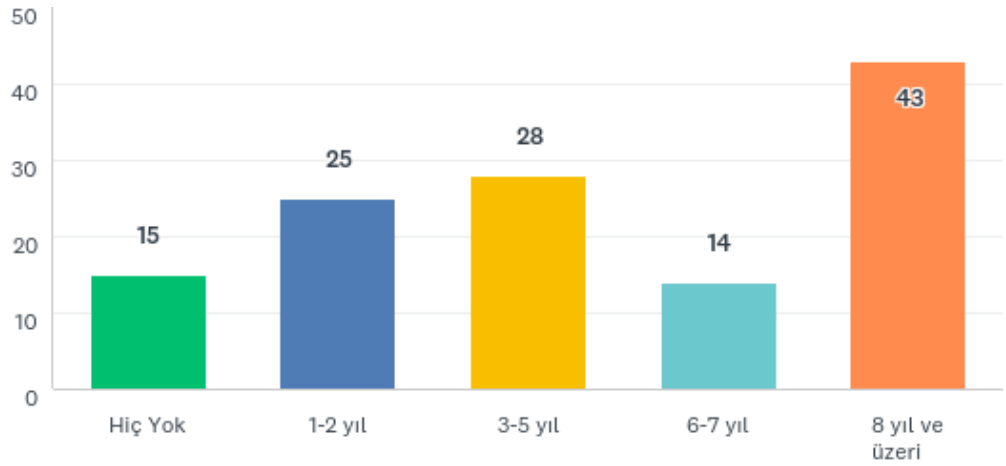
Çalışmaya ağırlıklı olarak lisans mezunları katılmıştır. 125 kişiden 82'si lisans mezunu ve 25'i de yüksek lisans mezunudur. Buradan teknoloji girişimcilerinin eğitimli bir kitle olduğu sonucu

çıkarılmaktadır. Aşağıda bulunan Şekil 4.4'te ankete katılan tüm girişimcilerin eğitim durumları görülmektedir. Teknoloji girişimcileriyle yapılan benzer araştırmalarda da girişimcilerin oldukça eğitilmiş bir kitle olduğu sonucuna ulaşılmıştır.



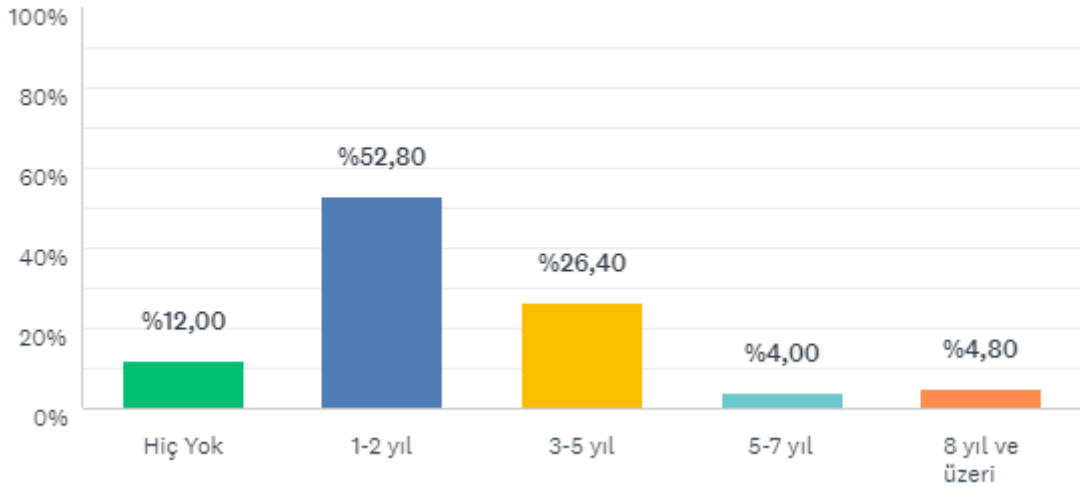
Şekil 4.4: Ankete katılanların eğitim durumları.

Ankete katılan girişimcilerin %88'inin başka firmalarda çalışan olarak iş tecrübesi bulunmaktadır. Ankete katılıp da başka firmalarda tecrübesi olmayan 15 kişi bulunmaktadır. Geriye kalan 110 kişinin iş tecrübesi ise Şekil 4.5'da gösterildiği gibidir. Bu şekilden çıkarılabilen bir başka sonuç ise ankete katılan 53 kişinin 1 ile 5 yıl arasında bir iş tecrübesine sahip olduğudur. Bu da aslında Şekil 4.3'te gördüğümüz sonuçla örtüşmektedir. Yani, teknoloji girişimcilerinin üniversiteyi tamamladıktan sonra birkaç sene çeşitli firmalarda tecrübe edinip daha sonra girişimci olmaya karar vermektedir.



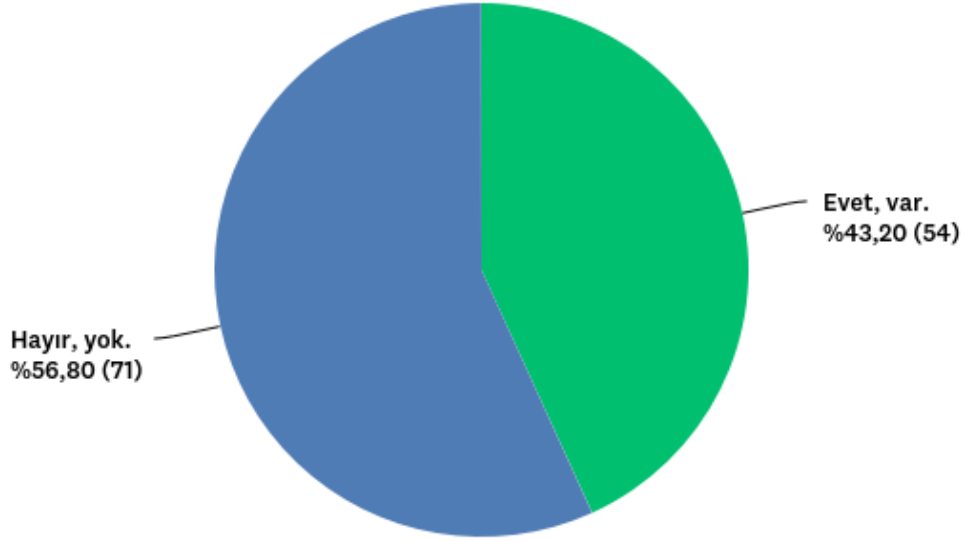
Şekil 4.5: Başka firmalardaki iş tecrübeleri.

Şekil 4.6'de girişimcilerin ne kadar zamandır girişimcilikle ilgilendikleri görülmektedir. Buna göre ankete katılanlardan %12'sinin girişimcilik tecrübesi 1 yılın altındadır ve neredeyse hiç yok denecek kadar azdır. Ankete katılanların büyük çoğunluğunun, %52,8'inin, girişimcilik tecrübesi 1-2 yıl civarındadır. Bu da onların üzerinde çalıştıkları ilk girişim olduğunu gösterir. Ankete katılanlardan %35,2'sinin ise girişimcilik tecrübesi 3 yılın üzerindedir.



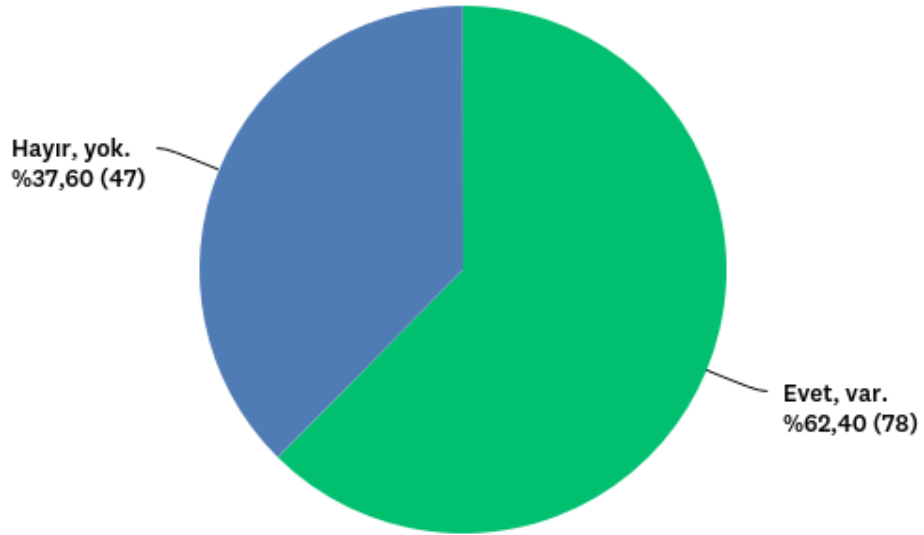
Şekil 4.6: Girişimci olarak iş tecrübeleri.

Ankete katılanlardan %43'ünün ailesinde, yani anne, baba veya kardeşlerinde girişimci olanlar vardır. %56'sının ailesinde ise hiç girişimci yoktur. Şekil 4.7'de bununla ilgili dağılım görülmektedir.



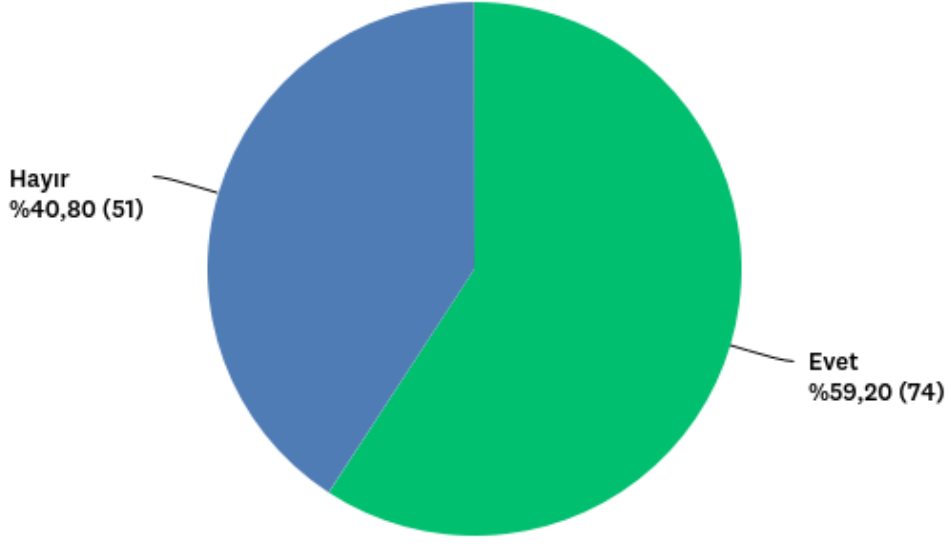
Şekil 4.7: Ailesinde girişimci olanlar.

Ankete katılan girişimcilerin %62,4'ünün yakın çevresinde fikirlerinden yararlandıkları kişiler mevcuttur. Ailesinde girişimci olanlar %43 olmasına karşılık, fikirlerinden yararlandıkları kişilerin yüzdesi 62,4'tür. Bu da ankete katılanların girişimci olmasa bile yakınlarından fikir aldıklarını göstermektedir. Aşağıda bulunan Şekil 4.8'de bunun dağılımı görülmektedir.



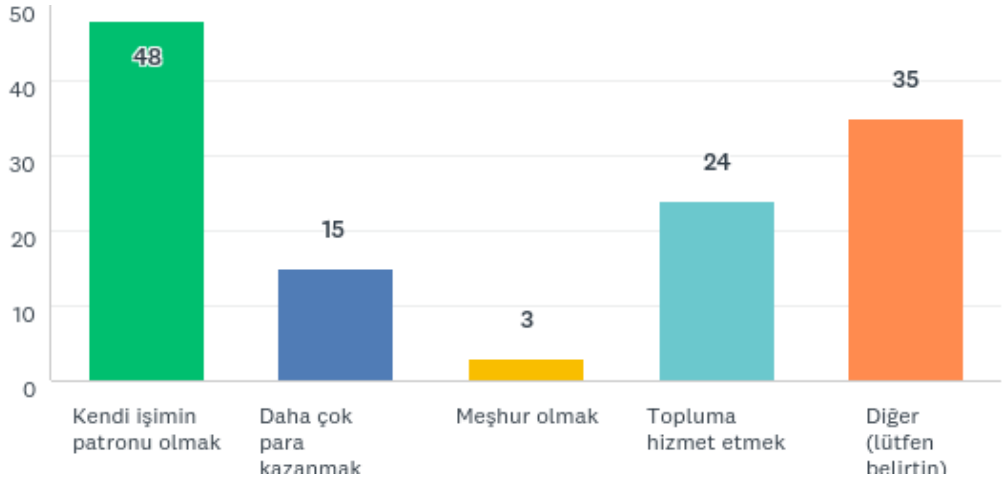
Şekil 4.8: Yakın çevresinde fikir alabileceği birileri bulunanlar.

Her ne kadar girişimcilerin işlerini büyütebilmeleri için sadece girişimleriyle ilgilenmeleri gerekse de para kazanıp hayatlarını devam ettirebilmek için girişimleri dışında işlerle meşgul olan kişiler de mevcuttur. Şekil 4.9'dan da görüldüğü üzere girişimcilerin %40,8'inin tek gelir kaynağı bu girişim değildir. %59,2'sinin ise tek gelir kaynağı bu girişimden kazandığı gelirdir.



Şekil 4.9: Tek gelir kaynağı kurdukları girişim olanlar.

Girişimcilerin girişimci olmaya karar vermesinin altında birçok neden yatmaktadır. Şekil 4.10'a göre ankete katılan girişimcilerden 48'i kendi işinin patronu olabilmek için, 15'i daha çok para kazanabilmek için, 24'ü topluma hizmet etmek için, 3'ü meşhur olmak için girişimciliği seçtiğini belirtmiştir. 35 kişinin ise girişimciliği seçmesinin altında çok çeşitli nedenler yatmaktadır. Bunlardan bazıları şu şekildedir; daha rahat bir çalışma ortamına sahip olmak, işsizlik nedeniyle bunu yapmaya mecbur olmak, zorlu görevlere meydan okumak, yenilikçi işler ortaya çıkartmak, fark yaratmak, hayallerini gerçekleştirmek, sevdiğin ve mutlu olduğun işi yapmak, özgür olmak, üretmek ve ülkeye katma değer sağlamak.

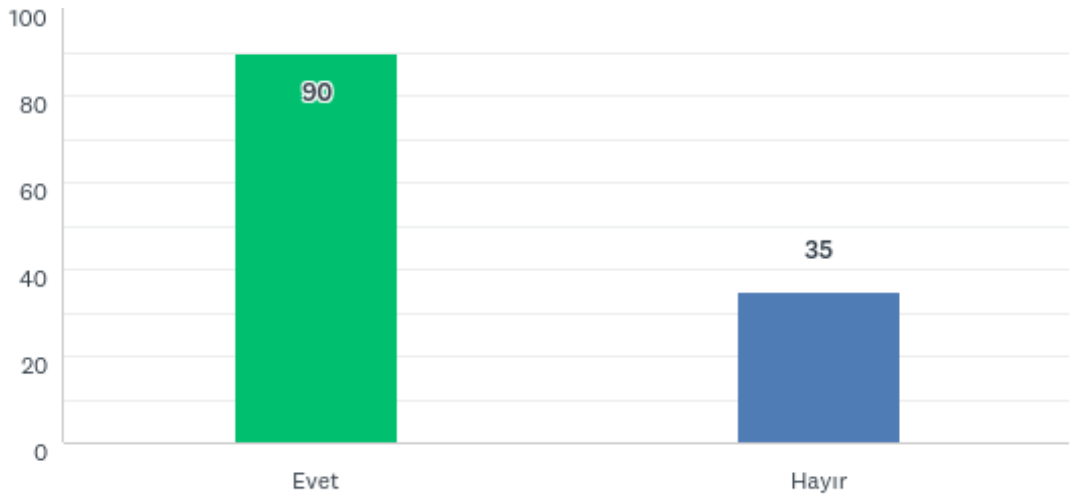


Şekil 4.10: Girişimci olmak için ana motivasyon kaynakları.

Bir sonraki bölümde girişimcilerin kurdukları şirketlere yönelik temel bilgilere yer verilmiştir.

4.1.2. Şirketler Hakkında Genel Bilgiler

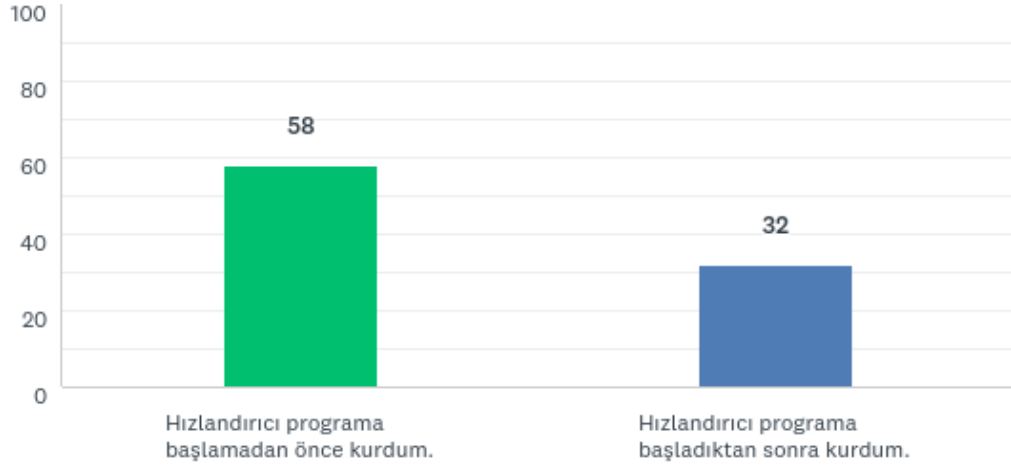
Şekil 4.11'e göre ankete katılan girişimcilerden 90 tanesi şirket kurmuştur ve 35 tanesi ise henüz şirket kurmamıştır. Neden şirket kurmadıkları sorulduğunda da girişimciler ağırlıklı olarak henüz satışa başlamadıklarını veya henüz ürünü tamamlamadıklarını belirtmişlerdir. Girişimcilerden küçük bir kısmı ise Tübitak desteklerinin neticesini beklediklerini bildirmişlerdir.



Şekil 4.11: Girişimcilerin şirketleşip şirketleşmedikleri.

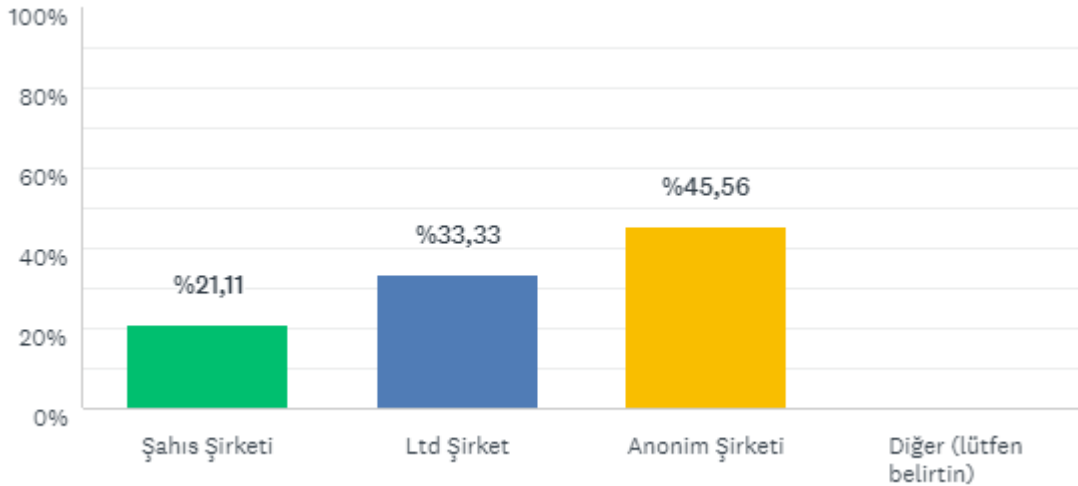
Şirket kuran 90 girişimciden 58'i şirketlerini hızlandırıcı programa başlamadan önce kurduklarını belirtmiştir. 32'si ise şirketlerini hızlandırıcı programa başladıktan sonra

kurduklarını ve hızlandırıcı programın sağladığı desteklerin şirketleşmelerinde etkili olduğunu belirtmiştir. Şekil 4.12’de bunun dağılımı görülmektedir.



Şekil 4.12: Girişimcilerin ne zaman şirket kurdukları.

Şekil 4.13’e göre şirket kuran girişimcilerin en çok tercih ettikleri şirket türü %45,6 ile anonim şirkettir. Bunu %33,3 ile limited şirket ve son olarak %21,1 ile şahıs şirketi izlemektedir. Yatırım şirketleri ve hızlandırıcı programlar şirketlere yatırım yapmak için şirketin çok ortaklı bir yapıda olmasına önem verdiklerinden girişimciler anonim ve limited şirket tiplerini tercih etmektedir.



Şekil 4.13: Girişimcilerin şirketlerinin yasal statüleri.

Şirket kuran girişimcilerin şirketleri her zaman tek bir faaliyet alanına uymamaktadır. Mesela eğitim alanında faaliyet gösteren bir akıllı uygulama aynı zamanda satış da yapıyorsa, hem

eğitim, hem mobil hem de e-ticaret alanlarında faaliyet gösteriyor demektir. Tablo 4.1'e göre Şirketler %54,4 (n=49) ile en çok yazılım alanında faaliyet göstermektedir. Bunu %31,11 (n=28) ile SAAS takip etmektedir. Şirketlerin geri kalanının ise %11,11'i (n=10) nesnelerin interneti alanında faaliyet gösteriyorken, %6,67'si (n=6) telekom, %8,89'u (n=8) finans, %7,78'i (n=7) eğitim, %15,56'sı (n=14) büyük veri, %16,67'si (n=15) makine öğrenmesi, %15,56'sı (n=14) mobil, %20'si (n=18) pazar yeri, %5,56'sı (n=5) akıllı ev/Şehir, %17,78'i (n=16) yapay zekâ, %14,44' (n=13) e-ticaret alanında ve %26,67'si (n=24) ise diğer alanlarda faaliyet göstermektedir.

Tablo 4.1: Şirketlerin faaliyet alanları.

YANIT SEÇENEKLERİ	YANITLAR	
Nesnelerin İnterneti	%11,11	10
Telekom	%6,67	6
Yazılım	%54,44	49
Finans	%8,89	8
Eğitim	%7,78	7
Büyük Veri	%15,56	14
Makine ğrenmesi	%16,67	15
SAAS	%31,11	28
Mobil	%15,56	14
Pazar Yeri	%20,00	18
Akıllı Ev/Şehir	%5,56	5
Yapay Zeka	%17,78	16
E-ticaret	%14,44	13
Diğer (lütfen belirtin)	%26,67	24
Toplam Yanıtlayan: 90		

Tablo 4.2'de ankete katılan Şirketlere ait diğer bilgiler görülmektedir. Buna göre girişimcilerin Şirketlerinin aktiflik süreleri 1 ile 94 ay arasında değişmekte olup ortalama $20,81 \pm 18,20$ aydır. Şirket kuran girişimcilerin %10'unun (n=9) sektöründeki rekabet durumu çok düşük düzeydeyken, %7,8'inin (n=7) düşük, %46,7'sinin (n=42) orta, %25,6'sının (n=23) yüksek,

%10'unun (n=9) ise çok yüksek düzeyde olduğu görülmüştür. Girişimcilerin %13,3'ünün (n=12) kendileri de dâhil ortak sayıları 1 iken, %37,8'inin (n=34) 2 kişi, %31,1'inin (n=28) 3 kişi, %11,1'inin (n=10) ise 4 kişi olduğu saptanmıştır. Buna göre şirketlerin %87'sinin en az 2 ortaklı olduğu söylenebilir. Girişimcilerin %31,1'inin (n=28) kendileri ve ortakları hariç istihdam ettiği çalışan sayısı 0 iken, %41,1'inin (n=37) 1-3 arası, %11,1'inin (n=10) 3-5 arası, %13,3'ünün (n=12) 5-10 arası, %2,2'sinin (n=2) 11-15 arası, %1,1'inin (n=1) ise 16-20 arası çalışan istihdam ettiği belirlenmiştir. Bu verilere göre şirketlerin %69'u çalışan istihdam etmektedir. Bu sayede de bir işveren olarak ekonomiye katkı sağlamaktadırlar. Şirket kuran girişimcilerin %63,3'ünün (n=57) marka tescili olduğu saptanmıştır. İlâveten şirket kuran girişimcilerin %77,8'inin (n=70) patent/faydalı model başvurusu olduğu görülmüştür.

Tablo 4.2: Şirketlere ait diğer bilgiler.

		Min-Mak	Ort±ss
Şirket süre (ay)		1-94	20,81±18,20
Patent sayısı (n:20)		1-6	2,00±1,56
İhracat kapasitesi (n:8)		120-450000	61977,50±156907,99
Reklam gideri (n:38)		175-50000	2790,13±8078,72
		n	%
Rekabet durumu (n:90)	Çok düşük	9	10
	Düşük	7	7,8
	Orta	42	46,7
	Yüksek	23	25,6
	Çok yüksek	9	10
Toplam ortak sayısı (n:90)	1	12	13,3
	2	34	37,8
	3	28	31,1
	4	10	11,1
	≥5	6	6,7
Çalışan sayısı (n:90)	0	28	31,1
	1-3	37	41,1
	3-5	10	11,1
	5-10	12	13,3
	11-15	2	2,2
	16-20	1	1,1
Marka tescili (n:90)	Var	57	63,3
	Yok	33	36,7

Tablo 4.2 (devam): Şirketlere ait diğer bilgiler.

Patent / Faydalı Model başvurusu (n:90)	Var	70	77,8
	Yok	20	22,2
İhracat (n:90)	Var	11	12,2
	Yok	79	87,8
Reklam (n:90)	Var	42	46,7
	Yok	48	53,3
Ciro artış isteği (n:90)	Var	90	100
	Yok	0	0
Büyümeye engel (n:90)	Var	53	58,9
	Yok	37	41,1
Aylık ciro (n:90)	Satışa başlanmadı	26	28,9
	100-5000 TL	23	25,6
	5001-10000 TL	14	15,6
	10001-20000 TL	16	17,8
	20001-50000 TL	7	7,8
	≥ 50000 TL	4	4,4
Finansal kaynak temini (n:90)	Kendi birikimleri	34	37,8
	Aile/Akraba/Arkadaş çevresi	6	6,7
	Yatırımcılar	14	15,6
	Hızlandırıcı	9	10
	Satışlar	23	25,6
	Diğer	4	4,4
Finansal kaynak kullanımı (n:90)	Finansal kaynak yok	7	7,8
	İş geliştirme	75	83,3
	Borç/kredi ödeme	5	5,6
	Diğer	3	3,3

Yine yukarıdaki tabloya göre şirket kuran girişimcilerin %12,2'sinin (n=11) ihracat yaptığı ve %46,7'sinin (n=42) de reklam yaptığı saptanmıştır. Ayrıca girişimcilerin tamamının (n=90) şirketini büyütüp cirosunu arttırmak istediği görülmüştür. Şirket kuran girişimcilerin %58,9'u (n=53) şirketlerinin büyümesini engelleyen bir durum olduğunu belirtmiştir. Bu durumlardan en belirginini sermaye yetersizliğidir. Bunu ülkenin ekonomik istikrarsızlığı ve melek yatırımcıların eksikliği izlemektedir.

Tablo 4.2'e göre şirket kuran girişimcilerin %28,9'u (n=26) satışa başlamamışken, %25,6'sının (n=23) aylık ortalama 100-5.000 TL arası, %15,6'sının (n=14) ortalama 5.000-10.000 TL arası, %17,8'inin (n=16) 10.000-20.000 TL arası, %7,8'inin (n=7) 20.000-50.000 TL arası, %4,4'ünün (n=4) ise 50.000 TL ve üzeri cirosu olduğu tespit edilmiştir. Girişimcilerin %37,8'i (n=34) şirketinin ihtiyacı olan ana finansal kaynağı kendi birikimlerinden, %6,7'si (n=6) aile/akraba/arkadaş çevresinden, %15,6'sı (n=14) yatırımcılardan, %10'u (n=9) hızlandırıcıdan, %25,6'sı (n=23) satışlardan temin ediyorken, %4,4'ünün (n=4) de diğer kaynaklardan temin ettiği saptanmıştır. Şirket kuran girişimcilerin %7,8'inin (n=7) mevcut finansal kaynağı yok iken, %83,3'ünün (n=75) mevcut finansal kaynağını en çok iş geliştirmek için, %5,6'sının (n=5) borç/kredi ödemek için, %3,3'ünün (n=3) ise diğer alanlarda kullandığı belirlenmiştir.

Bir sonraki bölümde hızlandırıcı programlara yönelik temel bilgilere yer verilmiştir.

4.1.3. Hızlandırıcılar Hakkında Genel Bilgiler

Tablo 4.3'e göre girişimcilerin hızlandırıcı programda yer alma süreleri 1 ile 24 ay arasında değişmekte olup ortalama $5,96 \pm 4,21$ aydır. Girişimcilerin %77,6'sının (n=97) daha önceden başka bir hızlandırıcı programa daha katıldığı saptanmıştır. Bu da girişimcilerin tek bir hızlandırıcı programla yetinmediğini göstermektedir. Girişimcilerin %40,8'inin (n=51) mevcut buldukları hızlandırıcı programı tercih etme nedeninin elverişli bir konumda olması iken, %51,2'sinin (n=64) marka bilinirliği, %53,6'sının (n=67) eğitim olanakları, %36'sının (n=45) tohum yatırımı/fonu imkânı, %61,6'sının (n=77) yatırımcılarla görüşme imkânı, %80'inin (n=100) mentorluk hizmeti, %58,4'ünün (n=73) ofis hizmetleri, %28,8'inin (n=36) yurtdışı olanakları, %74,4'ünün (n=93) networking imkânı, %32'sinin (n=40) hızlandırıcı destekleyen kuruluşlarla işbirliği yapabilme imkânı, %6,4'ünün (n=8) laboratuvar olanakları, %38,4'ünün (n=48) tanıtım ve reklam olanakları nedeniyle, %4,8'inin (n=6) ise diğer nedenlerle tercih ettiği saptanmıştır. Girişimcilerin %91,2'si (n=114) bu hızlandırıcı programa kabul edilmeseydi yine de bu şirketi kuracağını belirtmiştir. Bu da girişimcilerin eğer gerçekten girişimci olmak istiyorlarsa bunu herhangi bir hızlandırıcı programa dâhil olmadan da yaptıklarını göstermektedir.

Tablo 4.3: Hızlandırıcı özelliklerine ilişkin bilgiler.

		Min-Mak	Ort±ss
Hızlandırıcı programda bulunma süresi (ay)		1-24	5,96±4,21
		n	%
Başka hızlandırıcı programa katılım	Evet	97	77,6
	Hayır	28	22,4
Tercih etme nedeni	Elverişli konumu	51	40,8
	Marka bilinirliği	64	51,2
	Eğitim olanakları	67	53,6
	Tohum yatırımı/fonu imkânı	45	36
	Yatırımcılarla görüşme imkânı	77	61,6
	Mentorluk hizmetleri	100	80
	Ofis hizmetleri	73	58,4
	Yurtdışı olanakları	36	28,8
	Networking imkânı	93	74,4
	Hızlandırıcı destekleyen kuruluşlarla işbirliği yapabilme imkânı	40	32
	Laboratuvar olanakları	8	6,4
	Tanıtım ve reklam olanakları	48	38,4
	Diğer	6	4,8
	Hızlandırıcı programa kabul edilmemeseydiniz şirketi kurar mıydınız?	Evet	114
Hayır		11	8,8
Hızlandırıcıdan ayrılma süresi tercihi	Şirketim kendi kendini finanse edebildiği zaman	60	48
	Kâra geçtiğim zaman	13	10,4
	Hiç ayrılmazdım	30	24
	1 yılın sonunda ne olursa olsun ayrılırdım	10	8
	Diğer	12	9,6

Ayrıca yukarıdaki tabloya göre girişimcilerin %48'i (n=60) hızlandırıcıdan mezun olup ayrılma süresini kendisi seçebilseydi, şirketi kendi kendini finanse edebildiği zaman, %10,4'ü (n=13) kâra geçtiği zaman, %8'i (n=10) 1 yılın sonunda ne olursa olsun ayrılacağını belirtmiştir. Girişimcilerin %24'ü (n=30) hiç ayrılmayacaklarını belirtirken, %9,6'sı (n=12) diğer nedenlerle/zamanlarda ayrılacaklarını belirtmiştir.

Bir sonraki bölümde girişimcilerin hızlandırıcı programlarda sunulan hizmetlerden ne kadar yararlandığına yer verilmiştir.

4.1.4. Girişimcilerin Hızlandırıcıda Sunulan Hizmetlerden Yararlanması

Tablo 4.4'e göre girişimcilerin sadece %0,8'i (n=1) **eğitim hizmetinden** hiç yararlanmamaktadır. Girişimcilerin %3,2'si (n=4) çok az, %7,2'si (n=9) az, %16'sı (n=20) orta, %38,4'ü (n=48) yüksek ve %34,4'ü (n=43) ise çok yüksek düzeyde eğitim hizmetlerinden yararlanmaktadır. Girişimcilerin hepsi mentorluk hizmetlerinden yararlanmaktadır. %2,4'ü (n=3) **mentorluk hizmetinden** çok az yararlanırken, %6,4'ünün (n=8) az, %16'sının (n=20) orta, %28,8'inin (n=36) yüksek, %46,4'ünün (n=58) ise çok yüksek düzeyde yararlandığı saptanmıştır. Hızlandırıcı programların hepsi girişimcilere haftada en az 1 saat mentor görüşmesini zorunlu tutmuştur. Bu yüzden de mentor desteklerini kullanım oranı yüksektir. Girişimcilerin sadece %0,8'i (n=1) **ofis hizmetlerinden** hiç yararlanmıyorken, %4'ünün (n=5) çok az, %8'inin (n=10) az, %14,4'ünün (n=18) orta, %27,2'sinin (n=34) yüksek, %45,6'sının (n=57) ise çok yüksek düzeyde yararlandığı tespit edilmiştir. Hızlandırıcı programlarda ofis olarak girişimci şirket başına 1 masa verilmektedir. Bu alan da ne yazık ki ortak veya çalışan sayısı diğerlerine göre daha fazla olan girişimler için yetersiz kalmaktadır. Buna rağmen ofis kiralamak girişimciler için masraflı olduğu için hızlandırıcının sağladığı ofis desteklerini kullanım oranı yüksektir.

Tablo 4.4'te görüldüğü üzere girişimcilerin neredeyse yarısı, yani %49,6'sı (n=62) **laboratuvar hizmetlerinden** hiç yararlanmıyorken, %24,8'inin (n=31) çok az, %8'inin (n=10) az, %7,2'sinin (n=9) orta, %4'ünün (n=5) yüksek, %6,4'ünün (n=8) ise çok yüksek düzeyde yararlandığı belirlenmiştir. Laboratuvar hizmetlerinden çoğunlukla donanım ağırlıklı çalışan girişimcilerin yararlandığı tespit edilmiştir. Girişimcilerin %10,4'ü (n=13) **reklam hizmetlerinden** hiç yararlanmıyorken, %16'sının (n=20) çok az, %21,6'sının (n=27) az, %31,2'sinin (n=39) orta, %9,6'sının (n=12) yüksek, %11,2'sinin (n=14) ise çok yüksek düzeyde yararlandığı saptanmıştır. Girişimcilerin %0,8'i (n=1) **networking hizmetlerinden** hiç yararlanmıyorken, %0,8'inin (n=1) çok az, %8'inin (n=10) az, %28'inin (n=35) orta, %38,4'ünün (n=48) yüksek, %24'ünün (n=30) ise çok yüksek düzeyde yararlandığı saptanmıştır. Girişimciler için çevrelerini genişletmek yeni müşterilere ulaşmak için önemlidir. Bu yüzden networking hizmetlerini kullanım oranı yüksektir.

Tablo 4.4: Hizmetlerden yararlanma düzeyi.

	Hiç/Böyle bir hizmet yok	Çok az	Az	Orta	Yüksek	Çok yüksek
	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)
Eğitim (kurs, seminer) hizmeti	1 (0,8)	4 (3,2)	9 (7,2)	20 (16)	48 (38,4)	43 (34,4)
Mentorluk Hizmeti	0 (0)	3 (2,4)	8 (6,4)	20 (16)	36 (28,8)	58 (46,4)
Ofis Hizmetleri	1 (0,8)	5 (4)	10 (8)	18 (14,4)	34 (27,2)	57 (45,6)
Laboratuvar Hizmetleri	62 (49,6)	31 (24,8)	10 (8)	9 (7,2)	5 (4)	8 (6,4)
Reklam (PR) Hizmetleri	13 (10,4)	20 (16)	27 (21,6)	39 (31,2)	12 (9,6)	14 (11,2)
Networking Hizmetleri	1 (0,8)	1 (0,8)	10 (8)	35 (28)	48 (38,4)	30 (24)
Yatırım/Finans Hizmetleri	18 (14,4)	15 (12)	20 (16)	32 (25,6)	23 (18,4)	17 (13,6)
Yatırımcılarla Görüşme Hizmetleri	8 (6,4)	13 (10,4)	16 (12,8)	25 (20)	38 (30,4)	25 (20)
Yurtdışı Olanakları	40 (32)	22 (17,6)	12 (9,6)	20 (16)	14 (11,2)	17 (13,6)
Marka Tescil/Patent Başvuru/Hukuk Danışmanlığı Hizmetleri	23 (18,4)	23 (18,4)	20 (16)	28 (22,4)	17 (13,6)	14 (11,2)
Hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği yapabilme imkânı	11 (8,8)	12 (9,6)	16 (12,8)	34 (27,2)	29 (23,2)	23 (18,4)
Teknik alandaki destekler	21 (16,8)	26 (20,8)	21 (16,8)	20 (16)	22 (17,6)	15 (12)

Yine tablo 4.4'e göre girişimcilerin %14,4'ü (n=18) **yatırım/finans hizmetlerinden** hiç yararlanmıyorken, %12'sinin (n=15) çok az, %16'sının (n=20) az, %25,6'sının (n=32) orta, %18,4'ünün (n=23) yüksek, %13,6'sının (n=17) ise çok yüksek düzeyde yararlandığı görülmüştür. Girişimcilerin %6,4'ü (n=8) **yatırımcılarla görüşme hizmetlerinden** hiç yararlanmıyorken, %10,4'ünün (n=13) çok az, %12,8'inin (n=16) az, %20'sinin (n=25) orta, %30,4'ünün (n=38) yüksek, %20'sinin (n=25) ise çok yüksek düzeyde yararlandığı saptanmıştır. Girişimciler operasyonlarını büyütebilmek ve şirketlerine yeni çalışanlar alabilmek için yatırıma ihtiyaç duymaktadırlar ve bu nedenle de yatırımcılarla görüşme hizmetini kullanım oranı yüksek çıkmıştır. Girişimcilerin %32'si (n=40) **yurtdışı olanaklarından** hiç yararlanmıyorken, %17,6'sının (n=22) çok az, %9,6'sının (n=12) az,

%16'sının (n=20) orta, %11,2'sinin (n=14) yüksek, %13,6'sının (n=17) ise çok yüksek düzeyde yararlandığı belirlenmiştir. Bir şirketi küresel pazara taşımak sermaye gerektirdiği için girişimciler finansal açıdan kendilerini yeterli görmeden bu adımı gerçekleştirmemektedirler. Bu yüzden de yurtdışı hizmetlerini kullanma oranı düşüktür. Girişimcilerin %18,4'ü (n=23) **marka tescil / patent başvuru / hukuk danışmanlığı hizmetlerinden** hiç yararlanmıyorken, %18,4'ünün (n=23) çok az, %16'sının (n=20) az, %22,4'ünün (n=28) orta, %13,6'sının (n=17) yüksek, %11,2'sinin (n=14) ise çok yüksek düzeyde yararlandığı saptanmıştır. Girişimcilerin %8,8'i (n=11) **hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği yapabilme imkânlarından** hiç yararlanmıyorken, %9,6'sının (n=12) çok az, %12,8'inin (n=16) az, %27,2'sinin (n=34) orta, %23,2'sinin (n=29) yüksek, %18,4'ünün (n=23) ise çok yüksek düzeyde yararlandığı tespit edilmiştir. Girişimcilerin %16,8'i (n=21) **teknik alandaki desteklerden** hiç yararlanmıyorken, %20,8'inin (n=26) çok az, %16,8'inin (n=21) az, %16'sının (n=20) orta, %17,6'sının (n=22) yüksek, %12'sinin (n=15) ise çok yüksek düzeyde yararlandığı saptanmıştır. Girişimciler çoğunlukla üniversitede teknoloji ve mühendislik alanlarında eğitim alıp daha sonra girişimci olmaya karar verdikleri için teknik alanda ihtiyaç duydukları destekleri okuldaki hocalarından veya etraflarındaki diğer girişimcilerden de alabilmektedir. Bu yüzden de hızlandırıcı programın verdiği teknik desteği kullanma oranı düşüktür. Sonuç olarak yukarıdaki tabloya göre girişimcilerin en çok eğitim, mentorluk ve ofis hizmetlerinden yararlanıp en az laboratuvar ve yurtdışı olanaklarından yararlandığı tespit edilmiştir.

Bir sonraki bölümde girişimcilerin hızlandırıcı programlarda sunulan hizmetlerden ne kadar fayda sağladığına yer verilmiştir.

4.1.5. Girişimcilerin Hızlandırıcıda Sunulan Hizmetlerden Fayda Sağlaması

Tablo 4.5'e göre girişimcilerin %2,4'ü (n=3) **eğitim hizmetinin** şirketlerinin gelişimine hiç fayda sağlamadığını düşünüyorken, %3,2'si (n=4) çok az, %9,6'sı (n=12) az, %26,4'ü (n=33) orta, %28,8'i (n=36) yüksek, %29,6'sı (n=37) ise çok yüksek düzeyde fayda sağladığını belirtmiştir. Eğitim hizmetinden fayda sağlama oranı yüksek çıkmıştır çünkü girişimciler okulda teknik eğitim alıp hızlandırıcı programda ise girişimcilik eğitimi almaktadırlar. Bu sayede daha önce hiç duymadıkları kavramlarla tanışıp girişimlerini daha ileriye taşımak için neler yapmaları gerektiğini öğrenmektedirler. Girişimcilerin %3,2'si (n=4) **mentorluk hizmetinin** şirketlerinin gelişimine hiç fayda sağlamadığını düşünüyorken, %2,4'ü (n=3) çok az, %5,6'sı (n=7) az, %12'si (n=15) orta, %44'ü (n=55) yüksek, %32,8'i (n=41) ise çok yüksek

düzye de fayda sağladığını bildirmiştir. Sorunlarla karşılaştıklarında kendileriyle aynı aşamalardan geçmiş birilerinden danışmanlık almak girişimcilerin şirketlerini ileriye taşımalarında onlara yardımcı olmaktadır. Bu yüzden de girişimcilerin çoğu mentorluk hizmetlerinin şirketlerinin gelişimine fayda getirdiğini düşünmektedirler. Girişimcilerin %5,6'sı (n=7) **ofis hizmetlerinin** şirketlerinin gelişimine hiç fayda sağlamadığını belirtirken, %6,4'ü (n=8) çok az, %8,8'i (n=11) az, %12'si (n=15) orta, %35,2'si (n=44) yüksek, %32'si (n=40) ise çok yüksek düzeyde fayda sağladığını beyan etmiştir. Buna göre de girişimciler için ofis hizmetleri gelişmeleri açısından önemli bir yer tutmaktadır. Girişimciler ofis kiralamak için harcayacakları bütçeyi şirketleri için başka alanlarda kullanmaktadırlar. Bu yüzden de ofis hizmetlerinden fayda sağlamaktadırlar. Girişimcilerin yarısından çoğu, yani %53,6'sı (n=67) **laboratuvar hizmetlerinin** şirketlerinin gelişimine hiç fayda sağlamadığını bildirirken, %20,8'i (n=26) çok az, %6,4'ü (n=8) az, %5,6'sı (n=7) orta, %4'ü (n=5) yüksek, %9,6'sı (n=12) ise çok yüksek düzeyde fayda sağladığını belirtmiştir. Bu tablo 4.4'deki verilerle örtüşmektedir. Tablo 4.4'de de girişimcilerin yarısı laboratuvar hizmetlerinden hiç yararlanmadıklarını belirtmişlerdir.

Tablo 4.5'te görülebileceği üzere girişimcilerin %16'sı (n=20) **reklam hizmetlerinin** şirketlerinin gelişimine hiç fayda sağlamadığını düşünüyorken, %14,4'ü (n=18) çok az, %21,6'sı (n=27) az, %19,2'si (n=24) orta, %12'si (n=15) yüksek, %16,8'i (n=21) ise çok yüksek düzeyde fayda sağladığını bildirmiştir. Girişimcilerin %5,6'sı (n=7) **networking hizmetlerinin** şirketlerinin gelişimine hiç fayda sağlamadığını düşünüyorken, %6,4'ü (n=8) çok az, %6,4'ü (n=8) az, %21,6'sı (n=27) orta, %27,2'si (n=34) yüksek, %32,8'i (n=41) ise çok yüksek düzeyde fayda sağladığını açıklamıştır. Girişimciler için çevrelerini genişletmek şirketlerini piyasaya duyurmak ve yeni müşteriler kazanmak için önemlidir. Bu yüzden de networking hizmetlerinden çok yüksek düzeyde fayda sağlamaktadırlar. Girişimcilerin %14,4'ü (n=18) **yatırım/finans hizmetlerinin** şirketlerinin gelişimine hiç fayda sağlamadığını düşünüyorken, %11,2'si (n=14) çok az, %12,8'i (n=16) az, %22,4'ü (n=28) orta, %19,2'si (n=24) yüksek, %20'si (n=25) ise çok yüksek düzeyde fayda sağladığını belirtmiştir. Girişimcilerin %10,4'ü (n=13) **yatırımcılarla görüşme hizmetlerinin** şirketlerinin gelişimine hiç fayda sağlamadığını düşünüyorken, %6,4'ü (n=8) çok az, %9,6'sı (n=12) az, %25,6'sı (n=32) orta, %28'i (n=35) yüksek, %20'si (n=25) ise çok yüksek düzeyde fayda sağladığını bildirmiştir. Girişimcilerin hızlandırıcı programın referansıyla yatırımcılara gitmesi

yatırımcının gözünde girişimci için artı bir değer sağladığından, girişimciler yatırımcı görüşmelerinden yüksek fayda sağlamaktadırlar.

Tablo 4.5: Hizmetlerin şirketin gelişimine sağladığı fayda düzeyleri.

	Hiç/Böyle bir hizmet yok	Çok az	Az	Orta	Yüksek	Çok yüksek
	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)	n (%)
Eğitim (kurs, seminer) hizmeti	3 (2,4)	4 (3,2)	12 (9,6)	33 (26,4)	36 (28,8)	37 (29,6)
Mentorluk Hizmeti	4 (3,2)	3 (2,4)	7 (5,6)	15 (12)	55 (44)	41 (32,8)
Ofis Hizmetleri	7 (5,6)	8 (6,4)	11 (8,8)	15 (12)	44 (35,2)	40 (32)
Laboratuvar Hizmetleri	67 (53,6)	26 (20,8)	8 (6,4)	7 (5,6)	5 (4)	12 (9,6)
Reklam (PR) Hizmetleri	20 (16)	18 (14,4)	27 (21,6)	24 (19,2)	15 (12)	21 (16,8)
Networking Hizmetleri	7 (5,6)	8 (6,4)	8 (6,4)	27 (21,6)	34 (27,2)	41 (32,8)
Yatırım/Finans Hizmetleri	18 (14,4)	14 (11,2)	16 (12,8)	28 (22,4)	24 (19,2)	25 (20)
Yatırımcılarla Görüşme Hizmetleri	13 (10,4)	8 (6,4)	12 (9,6)	32 (25,6)	35 (28)	25 (20)
Yurtdışı Olanakları	45 (36)	21 (16,8)	7 (5,6)	17 (13,6)	14 (11,2)	21 (16,8)
Marka Tescil/Patent Başvuru/Hukuk Danışmanlığı Hizmetleri	28 (22,4)	26 (20,8)	17 (13,6)	18 (14,4)	17 (13,6)	19 (15,2)
Hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği yapabilme imkânı	18 (14,4)	14 (11,2)	16 (12,8)	24 (19,2)	29 (23,2)	24 (19,2)
Teknik alandaki destekler	33 (26,4)	27 (21,6)	13 (10,4)	13 (10,4)	20 (16)	19 (15,2)

Yukarıdaki tabloya göre girişimcilerin %36'sı (n=45) **yurtdışı olanaklarının** şirketlerinin gelişimine hiç fayda sağlamadığını düşünüyorken, %16,8'i (n=21) çok az, %5,6'sı (n=7) az, %13,6'sı (n=17) orta, %11,2'si (n=14) yüksek, %16,8'i (n=21) ise çok yüksek düzeyde fayda sağladığını beyan etmiştir. Girişimcilerin %22,4'ü (n=28) **marka tescil / patent başvuru / hukuk danışmanlığı hizmetlerinin** şirketlerinin gelişimine hiç fayda sağlamadığını düşünüyorken, %20,8'i (n=26) çok az, %13,6'sı (n=17) az, %14,4'ü (n=18) orta, %13,6'sı (n=17) yüksek, %15,2'si (n=19) ise çok yüksek düzeyde fayda sağladığını belirtmiştir. Girişimcilerin %14,4'ü (n=18) **hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği yapabilme**

imkânlarının şirketlerinin gelişimine hiç fayda sağlamadığını düşünüyorken, %11,2'si (n=14) çok az, %12,8'i (n=16) az, %19,2'si (n=24) orta, %23,2'si (n=29) yüksek, %19,2'si (n=24) ise çok yüksek düzeyde fayda sağladığını bildirmiştir. Hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlar girişimcilerin yeni müşterileri olabilmektedirler veya girişimcilere yeni müşteriler kazandırabilmektedirler. Bu yüzden de girişimciler bu işbirliği imkânından yüksek fayda sağlamaktadırlar. Girişimcilerin %26,4'ü (n=33) **teknik alandaki desteklerin** şirketlerinin gelişimine hiç fayda sağlamadığını düşünüyorken, %21,6'sı (n=27) çok az, %10,4'ü (n=13) az, %10,4'ü (n=13) orta, %16'sı (n=20) yüksek, %15,2'si (n=19) ise çok yüksek düzeyde fayda sağladığını açıklamıştır. Sonuç olarak yukarıdaki tabloya göre girişimcilerin en çok eğitim, mentorluk, ofis ve networking hizmetlerinden fayda sağlayıp en az laboratuvar ve yurtdışı olanaklarından fayda sağladığı anlaşılmıştır.

Bir sonraki bölümde girişimcilerin hızlandırıcı programlar hakkındaki görüşlerinin frekans dağılımına yer verilmiştir.

4.1.6. Girişimcilerin Hızlandırıcı Programlar Hakkındaki Görüşleri

Tablo 4.6'ya göre **“Hızlandırıcının startup'ların bir araya gelmesini sağlayarak işbirliğini kolaylaştırdığını düşünüyor musunuz?”** sorusuna girişimcilerin %0,8'i (n=1) hiç, %2,4'ü (n=3) çok az, %1,6'sı (n=2) az, %17,6'sı (n=22) orta, %35,2'si (n=44) yüksek, %42,4'ü (n=53) ise çok yüksek yanıtını vermiştir. Bu yanıtlardan da anlaşılacağı üzere girişimciler hızlandırıcıların startup şirketlerin bir araya gelmesine yardımcı olduğunu düşünmektedirler. **“Hızlandırıcının startup ekosistemindeki dayanışmayı geliştirmeye yönelik faaliyetleri ne düzeydedir?”** sorusuna girişimcilerin %0,8'i (n=1) hiç, %1,6'sı (n=2) çok az, %5,6'sı (n=7) az, %14,4'ü (n=18) orta, %31,2'si (n=39) yüksek, %46,4'ü (n=58) ise çok yüksek yanıtını vermiştir. Bu soruda da bir önceki soruda olduğu gibi girişimciler hızlandırıcının ekosistemdeki dayanışmayı geliştirdiğine inanmaktadırlar. Girişimciler hızlandırıcı programlarda sağlanan desteklerin yanı sıra kendileriyle benzer işler yapan başka şirketlerle etkileşimde olmak ve ekosistemin bir parçası olmak için de bir hızlandırıcı programa dâhil olmayı istemektedirler. **“Hızlandırıcının iş çevrenizi genişlettiğine/yeni müşteriler bulmanızda kolaylık sağladığını düşünüyor musunuz?”** sorusuna girişimcilerin %2,4'ü (n=3) hiç, %3,2'si (n=4) çok az, %7,2'si (n=9) az, %20,8'i (n=26) orta, %36,8'i (n=46) yüksek, %29,6'sı (n=37) ise çok yüksek yanıtını vermiştir. Girişimciler hızlandırıcı programların onlara yeni müşteriler kazandırdığını düşünmektedirler.

Tablo 4.6: Hızlandırıcılar hakkındaki görüşler.

	Hiç n (%)	Çok az n (%)	Az n (%)	Orta n (%)	Yüksek n (%)	Çok yüksek n (%)
Hızlandırıcının startup'ların bir araya gelmesini sağlayarak işbirliğini kolaylaştırdığını düşünüyor musunuz?	1 (0,8)	3 (2,4)	2 (1,6)	22 (17,6)	44 (35,2)	53 (42,4)
Hızlandırıcının startup ekosistemindeki dayanışmayı geliştirmeye yönelik faaliyetleri ne düzeydedir?	1 (0,8)	2 (1,6)	7 (5,6)	18 (14,4)	39 (31,2)	58 (46,4)
Hızlandırıcının iş çevrenizi genişlettiğine/yeni müşteriler bulmanızda kolaylık sağladığını düşünüyor musunuz?	3 (2,4)	4 (3,2)	9 (7,2)	26 (20,8)	46 (36,8)	37 (29,6)
Hızlandırıcının yatırımcılarla ilişki kurmanızda veya yeni yatırım kaynakları bulmanızda kolaylık sağladığını düşünüyor musunuz?	5 (4)	3 (2,4)	11 (8,8)	31 (24,8)	34 (27,2)	41 (32,8)
Hızlandırıcı içindeki diğer şirketlerle ticari bir alışverişte bulunuyor musunuz?	26 (20,8)	16 (12,8)	19 (15,2)	33 (26,4)	12 (9,6)	19 (15,2)

Yukarıdaki tabloya göre “Hızlandırıcının yatırımcılarla ilişki kurmanızda veya yeni yatırım kaynakları bulmanızda kolaylık sağladığını düşünüyor musunuz?” sorusuna girişimcilerin %4’ü (n=5) hiç, %2,4’ü (n=3) çok az, %8,8’i (n=11) az, %24,8’i (n=31) orta, %27,2’si (n=34) yüksek, %32,8’i (n=41) ise çok yüksek yanıtını vermiştir. Girişimciler hızlandırıcı programların onlara yeni yatırım kaynakları sağladığını düşünmektedirler. “Hızlandırıcı içindeki diğer şirketlerle ticari bir alışverişte bulunuyor musunuz?” sorusuna girişimcilerin %20,8’i (n=26) hiç, %12,8’i (n=16) çok az, %15,2’si (n=19) az, %26,4’ü (n=33) orta, %9,6’sı (n=12) yüksek, %15,2’si (n=19) ise çok yüksek yanıtını vermiştir.

Bir sonraki bölümde hızlandırıcıdan ayrılmaya ilişkin bilgilere yer verilmiştir.

4.1.7. Hızlandırıcı Programdan Ayrılmaya İlişkin Dağılımlar

Tablo 4.7’ye göre girişimcilerin %16’sı (n=20) hızlandırıcıdan ayrılmıştır. Hızlandırıcıdan ayrılan girişimcilerin %85’i (n=17) mezun olma, %10’u (n=2) beklentilerin karşılanmaması,

%5'i (n=1) ise başka programa kabul edilme nedeniyle hızlandırıcıdan ayrılmışlardır. Hızlandırıcıdan ayrılan girişimcilerin %95'inin (n=19) şirketi hala aktif olarak faaliyettedir. Tablo 2.6 incelenirse hızlandırıcı programlardan mezun olan tüm girişimlerin hayatta kalamadığı görülmektedir. Buna göre İTÜ Çekirdek'ten mezun olan girişimlerin %75'i hayatta olup, Pilot programından mezun olanların %60'ı hayattadır, SuCool'dan mezun olanların ise %50'si hayattadır. Ayrıca bu çalışmaya katılmayı kabul etmese de Etohum programının 2015 yılında yayınladığı istatistiklere göre 2008'den bu yana seçtikleri toplam 251 girişimden %64'i aktiftir ve büyümeye devam etmektedir, % 36'sı ise kapanmıştır veya pasif durumdadır (Etohum, 2015). İlâveten bu çalışmada toplanan verilere göre de programlardan mezun girişimcilerin %5'inin şirketi kapanmıştır. Aşağıdaki tabloda da daha detaylı olarak görülebilir. Tüm bu verilere dayanarak girişim hızlandırıcı bir programa katılmanın firmanın hayatta kalmasını garantilemeyeceği söylenebilir.

Tablo 4.7: Hızlandırıcıdan ayrılmaya ilişkin dağılımlar.

		n	%
Hızlandırıcıdan ayrılma	Evet	20	16
	Hayır	105	84
Ayrılma nedeni, (n:20)	Mezun olma	17	85
	Beklentilerin karşılanmaması	2	10
	Başka programa kabul edilme	1	5
Şirket hala faaliyette mi?, (n:20)	Evet	19	95
	Hayır	1	5
Ayrıldıktan sonra ciro nasıl değişti?, (n:20)	Aynı kaldı	6	30
	Büyüdü	13	65
Başlangıç ve ayrılık arası ürün farkı, (n:20)	Küçüldü	1	5
	Hala aynı	1	5
	Bazı değişiklikler oldu	16	80
Hızlandırıcı ile iletişim, (n:20)	Tamamen değişti	3	15
	Hala devam ediyor	16	80
Diğer şirketlerle iletişim, (n:20)	Devam etmiyor	4	20
	Hala devam ediyor	6	30
	Devam etmiyor	14	70

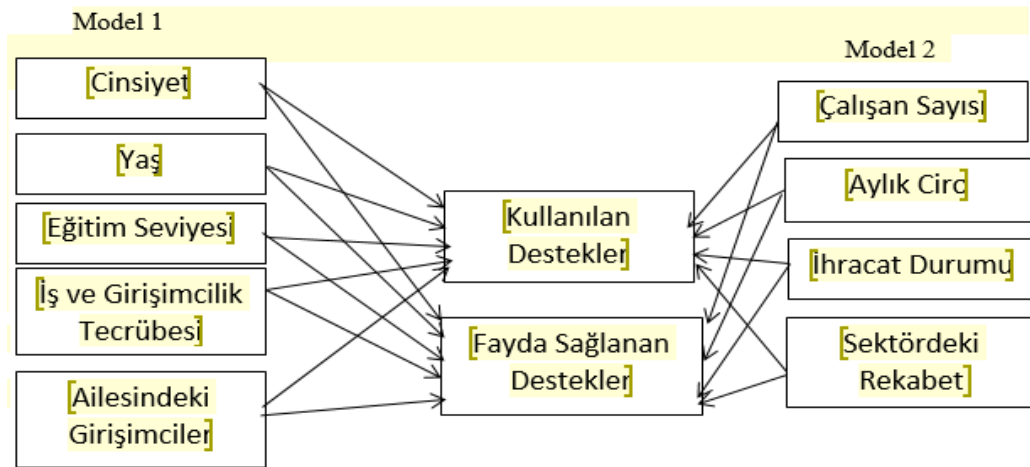
Yukarıdaki tabloya göre hızlandırıcıdan ayrılan girişimcilerin %30'unun (n=6) ayrıldıktan sonra şirketlerinin cirosu aynı kalırken, %65'inin (n=13) büyüdüğü, %5'inin (n=1) ise

küçüldüğü saptanmıştır. Hızlandırıcıdan ayrılan girişimcilerin %5'inin (n=1) hızlandırıcıya ilk başvurduğu zamanki ürünleri ile ayrıldığı zamanki ürünleri aynı iken, %80'inin (n=16) ürünlerinde bazı değişiklikler olduğu, %15'inin (n=3) ise tamamen değiştiği saptanmıştır. Buradan da anlaşılacağı üzere girişimcilerin ilk piyasaya sunmayı düşündükleri ürünle piyasaya sundukları ürün aynı değildir ve hızlandırıcı programların yönlendirmelerine ve müşterilerin isteklerine göre değişime uğramıştır. Hızlandırıcıdan ayrılan girişimcilerin %80'inin (n=16) hızlandırıcı ile iletişimi hala devam etmektedir. Hızlandırıcıdan ayrılan girişimcilerin %30'unun (n=6) hızlandırıcıdaki diğer şirketlerle iletişimi hala devam etmektedir.

Bir sonraki bölümde çalışmada ölçülmek istenen hipotezlere ve bu hipotezlerin sonuçlarına yer verilmiştir.

4.2. HİPOTEZLER

Bu çalışmada hangi girişimcilerin hangi hizmetlerden daha çok yararlanıp fayda sağladıklarını bulmak ve şirketlerin çeşitli özelliklerinin hızlandırıcıdan alınan hizmetleri değiştirip değiştirmediğini bulmak amacıyla muhtelif hipotezler belirlenmiştir. Bu hipotezler Şekil 4.14'te görüldüğü üzere iki modele ayrılmıştır. İlk model de girişimcinin özelliklerinin hızlandırıcıda sunulan hizmetleri kullanmasına ve şirketinin gelişimi için fayda sağlamasına etki edip etmediği araştırılacaktır. İkinci modelde de girişimcinin kurduğu şirketin özelliklerinin hızlandırıcıda sunulan hizmetleri kullanmasına ve şirketinin gelişimi için fayda sağlamasına etki edip etmediği araştırılacaktır.



Şekil 4.14: Araştırma dizaynı.

İlk modelimiz girişimcilerin hangi özelliklerinin hızlandırıcı programlardan yararlandıkları ve şirketleri için fayda sağladıkları desteklere olan ihtiyaçlarını arttırıp azalttığını incelemektedir. Girişimcilikte büyük bir cinsiyet uçurumu vardır. Berglann ve diğ. (2011)'ne göre, girişimcilerin yalnızca %25'i kadındır. Hatta 2012 yılında 'Women who Tech' tarafından yapılan bir ankete göre teknoloji şirketi kurucusu kadın girişimcilerin oranı sadece %5'tir. Carrasco ve Cuevas (2010), Hechavarria ve Reynolds (2009), Thach ve Kidwell (2009) gibi birçok yazar, kadın girişimcilerin sayısının her yıl arttığını belirtmektedirler. Bununla birlikte, teknoloji alanındaki ya da yeni girişimler alanındaki kadın girişimcilerle ilgili çalışmalar oldukça sınırlıdır ve kadın girişimcilerin teknoloji sektöründeki oranının diğer sektörlere oranla çok daha düşük olduğunu önermektedir. Kadınlar ve erkeklerin iş kurma nedenleri farklılık göstermektedir. Kadınlar, bağımsızlıklarını kazanmak ve işlerinde tatmin sağlamak için genellikle şirket kurarken (Gupta ve diğ., 2014) erkekler ise daha iyi bir işe sahip olmak ve daha çok para kazanmak için şirket kurmaktadır (Bönte ve Piegeler, 2013). Şirket kurarken ki motivasyonları farklı olduğu için de büyümek için farklı desteklere ihtiyaç duymaktadırlar.

H1a: Erkeklerin ve kadınların hızlandırıcı programlardan en çok yararlandıkları destekler birbirinden farklıdır.

H1b: Erkeklerin ve kadınların hızlandırıcı programlardan en çok fayda sağladıkları destekler birbirinden farklıdır.

Girişimci olma yaşı son birkaç yıldır düşmüştür. Bu şekil 4.3'te de görülebilir. Genç girişimcileri analiz eden ve yaşın girişimci olma üzerindeki etkisini gözlemleyen çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmalar Levesque ve Minniti (2006), Montes Rojas ve Siga (2009) ve Thomas (2009) tarafından gerçekleştirilmiştir. Ayrıca, Levesque ve Minniti (2006), gençlerin girişimci olma eğiliminde olduklarını, çünkü daha yaşlı insanlara göre daha fazla risk almaya istekli olduklarını belirtmektedir. Blanchflower ve Meyer (1994)'e göre, gençler daha macera dolu ve enerjik bir yapıda olduklarından dolayı yeni bir iş başlatma riskini almaya daha açıktırlar. İnsanlar yaşlandıkça daha fazla beceri ve bilgi kazanmaktadırlar fakat görevleri ve kaybedecekleri şeyler de aynı anda artmaktadır. Bu nedenle, işsiz kalmadıkları veya kendi kendinin patronu olma fırsatı bulamadıkları sürece yeni bir iş kurmaları daha zordur (Albort-Morant ve Oghazi, 2016).

H2a: Girişimcinin yaşı büyüdükçe hızlandırıcı programdan aldığı desteklere olan ihtiyacı azalmaktadır.

H2b: Girişimcinin yaşı büyüdükçe hızlandırıcı programdan fayda sağladığı desteklere olan ihtiyacı azalmaktadır.

Örgün eğitimin, girişimcilerin teknik, davranışsal, işletme yönetimi ve liderlik becerileri gibi girişimci olarak ihtiyaç duydukları bazı becerileri kazanmalarına yardımcı olduğu açıktır. Bununla birlikte, eğitimin girişimci algıları üzerindeki etkileri ile ilgili çalışmalar çelişkilidir. Shapero (1980), Fallows (1985), Ronstadt (1984), Laukkanen (2000), Peterman ve Kennedy (2003), Wu ve Wu (2008) gibi bazı araştırmalar, yükseköğretimin yeni bir girişim başlatma arzusunu azalttığını savunmaktadırlar. Yazarlara göre bunun birkaç nedeni vardır. Bunlardan biri, diploma sahibi bir kişinin başka birçok seçeneğinin olması ve dolayısıyla bir şirkette daha iyi bir iş bulabilmesidir. Bir diğer nedeni, yükseköğrenim, merakı ve belirsizliğe toleransı azaltması ve riskten kaçınma oranını arttırmasıdır. Ayrıca, bazı okullar öğrencilerini küçük işletmelerde çalışmaya hazırlamamaktadırlar ve bunun yerine büyük şirketlerde çalışmaya teşvik etmektedirler. Öte yandan, üniversite eğitiminin girişimcilik üzerindeki etkisinin olumlu olduğunu belirten Robinson ve Sexton (1994), Davidsson ve Honig (2003), Ilhan Ertuna ve Gurel (2011) gibi başka çalışmalar da bulunmaktadır. Bu, bir bireyin aldığı daha yüksek eğitimin, bireyin yeni bir işletme başlatma ihtimalinin artmasına yardımcı olduğu anlamına gelmektedir.

H3a: Girişimcinin eğitim seviyesi arttıkça hızlandırıcı programdan aldığı desteklere olan ihtiyacı azalmaktadır.

H3b: Girişimcinin eğitim seviyesi arttıkça hızlandırıcı programdan fayda sağladığı desteklere olan ihtiyacı azalmaktadır.

Deneyim, daha iyi kararlar alma yeteneğini getirmektedir ve ne yazık ki, bu teorik eğitimle okullarda öğrenilebilen bir şey değildir. Organizasyon becerileri ile ilgili tecrübeler ancak bir şirkette çalışarak elde edilmektedir (Albort-Morant ve Oghazi, 2016). Ayrıca, bir şirketin nasıl yönetileceği öğrenilmek isteniyorsa, o zaman en iyi yol, bir şirkette yönetici olarak çalışmak veya o şirketin yöneticilerini izleyip onlardan öğrenmektir. Mintzberg (2004), bir şirketin nasıl yönetileceğini öğrenmenin ancak ilk elden tecrübe kazanarak mümkün olduğunu belirtmektedir. Aksi halde, birey bir işletme yönetmenin tüm dinamiklerini anlayamamaktadır.

Bu yüzden de iş deneyimi olmayan bir birey yeni kurduğu bir işletmeyi idare etmek için daha fazla destek almalıdır.

H4a: Önceden iş deneyimi olmayan ve olan girişimcilerin hızlandırıcı programlardan en çok yararlandıkları destekler birbirinden farklıdır.

H4b: Önceden iş deneyimi olmayan ve olan girişimcilerin hızlandırıcı programlardan en çok fayda sağladıkları destekler birbirinden farklıdır.

H4c: Önceden girişimcilik tecrübesi olmayan ve olan girişimcilerin hızlandırıcı programlardan en çok yararlandıkları destekler birbirinden farklıdır.

H4d: Önceden girişimcilik tecrübesi olmayan ve olan girişimcilerin hızlandırıcı programlardan en çok fayda sağladıkları destekler birbirinden farklıdır.

Ailesinde veya yakın aile çevresinde başka girişimcilere sahip olan girişimciler, aldıkları aile desteğinden dolayı yeni bir işletmeye başlamak için daha eğilimlidirler. Albort-Morant ve Oguzi (2016), Gurel ve diğ. (2010) ve Singh ve diğ. (2001) da aynı argümanı desteklemektedirler. Özellikle girişimci olarak girişimci olan yakın bir aile üyesine sahip olmak, girişimci olan bir tanıdığına sahip olmaktan daha büyük bir etkiye sahiptir. Bunun nedeni, yeni girişimcilerin zorluklarla karşılaştıklarında ailelerinin deneyimlerinden yararlanabilmesidir. Ayrıca, girişimci ailelerin çoğu, daha önce aynı yollardan geçtikleri için çocuklarını da yeni bir girişim başlatmaya daha fazla teşvik etmektedirler ve de çocuklarını zorlukların üstesinden gelmeleri için yönlendirmektedirler.

H5a: Girişimcinin ailesinde başka girişimci olmaması hızlandırıcı programdan aldığı desteklere olan ihtiyacını arttırmaktadır.

H5b: Girişimcinin ailesinde başka girişimci olmaması hızlandırıcı programdan fayda sağladığı desteklere olan ihtiyacını arttırmaktadır.

İkinci modelimiz firmaların hangi özelliklerinin hızlandırıcı programlardan yararlandıkları ve şirketleri için fayda sağladıkları desteklere olan ihtiyacını arttırdığıdır. Yeni kurulan şirketler hayatta kalıp kâra geçebilmek için minimum etkili büyüklüğe ulaşmalıdırlar (Wagner, 1994; Audretsch, 1995; Delmar ve Wennberg, 2010). Bu yüzden de daha büyük startup şirketler küçükler göre daha hızlı ve fazla büyüme göstermektedirler. (Fritsch ve diğ., 2006) Küçük

şirketler de büyüyüp gelişebilmek için daha fazla desteğe ihtiyaç duymaktadırlar. Bu desteği de hızlandırıcı programlar sayesinde elde etmektedirler.

H6a: İşletme büyüdükçe hızlandırıcı programdan aldığı desteklere olan ihtiyacı azalmaktadır.

H6b: İşletme büyüdükçe hızlandırıcı programdan fayda sağladığı desteklere olan ihtiyacı azalmaktadır.

H6c: İşletmenin cirosu arttıkça hızlandırıcı programdan aldığı desteklere olan ihtiyacı azalmaktadır.

H6d: İşletmenin cirosu arttıkça hızlandırıcı programdan fayda sağladığı desteklere olan ihtiyacı azalmaktadır.

Hızlandırıcılardaki startup şirketler büyüme ve gelişme aşamasında olduklarından dolayı genellikle sadece yerel bazlı çalışmaktadırlar. İhracat yapmak başlı başına bir süreç olduğu için bu süreci en iyi şekilde yönetebilmek adına startup şirketler genellikle bir danışmanlık desteğine ihtiyaç duymaktadırlar (Engelman ve diğ., 2015). Hızlandırıcı programlar ve kuluçka merkezleri verdiği danışmanlık hizmetleri sayesinde startup şirketleri ihracata hazırlanmaktadır (Engelman ve diğ., 2015). İhracat yapmanın şirketlerin hacmini büyüttüğü aşikârdır. İhracat yapmanın şirketlerin büyümesine ve hayatta kalmasına pozitif etki yaptığını anlatan çalışmalar mevcuttur. Bu çalışmalar Sapienza ve diğ. (2006) ve Olivares ve Suarez (2007) tarafından yapılmıştır. Şirket büyüdükçe de hızlandırıcı programlara olan ihtiyacı azalmaktadır ve programın sunduğu desteklerden daha az yararlanmaktadır.

H7a: İhracat yapmak girişimcinin hızlandırıcı programdan aldığı desteklere olan ihtiyacı azaltmaktadır.

H7b: İhracat yapmak girişimcinin hızlandırıcı programdan fayda sağladığı desteklere olan ihtiyacı azaltmaktadır.

Sektördeki rekabetin çok olması şirketlerin pazardan pay alabilmesi ve büyümesi için daha farklı atılımlar yapmasını gerektirmektedir. Bir sektörde rekabet çoksa şirketler ya fiyat kırarak pazardan pay alabilmektedirler, ya kalitelerini ön plana çıkararak ya da yenilikçi ve inovatif bir ürün sunarak (Schmalensee, 1982; Gans ve Stern, 2003). Startup şirketler genellikle pazara yenilikçi ve inovatif bir ürün çıkararak girmektedirler fakat tabii ki pazardan pay alabilmeleri

için ürün-fiyat dengesinin piyasanın kabul edebileceği bir oranda olması gerekmektedir (Gans ve Stern, 2003). Bu oranları yakalayabilmek ve müşterilere kendilerini ispatlayabilmek için de hızlandırıcı programlara daha çok ihtiyaç duymaktadırlar.

H8a: Sektördeki rekabetin düşük olması girişimcinin hızlandırıcı programdan aldığı desteklere olan ihtiyacını azaltmaktadır.

H8b: Sektördeki rekabetin düşük olması girişimcinin hızlandırıcı programdan fayda sağladığı desteklere olan ihtiyacını azaltmaktadır.

Bir sonraki bölümde yukarıda değinilen hipotezlerin testlerine yer verilmiştir.

4.3 HİPOTEZ TESTLERİ

Aşağıda hipotezlerin testleri ve bu testlerin sonuçları görülebilir. Öncelikle Model 1'deki hipotezler test edilmiştir ve daha sonra Model 2'deki hipotezler test edilmiştir. Çalışma verileri değerlendirilirken tanımlayıcı istatistiksel metodlar (ortalama, standart sapma, medyan, birinci çeyreklik, üçüncü çeyreklik, frekans, yüzde, minimum, maksimum) kullanılmıştır. Nicel verilerin normal dağılıma uygunlukları Shapiro-Wilk testi ve grafiksel incelemeler ile sınanmıştır. Normal dağılım göstermeyen nicel değişkenlerin iki grup arası karşılaştırmalarında Mann-Whitney U testi kullanılmıştır. Normal dağılım göstermeyen nicel değişkenlerin ikiden fazla grup arası karşılaştırmalarında Kruskal-Wallis testi kullanılmıştır. Kruskal-Wallis testi sonucunda anlamlılık gözlenmesi durumunda, anlamlılığı yaratan grup ya da grupların belirlenmesinde Dunn-Bonferroni testi kullanılmıştır.

Tablo 4.8'de H1a hipotezi test edilmiştir. Destekleri kullanma ile ilgili kadın ve erkekler için herhangi bir anlamlı farklılık saptanamamıştır.

Tablo 4.8'de girişimcilerin cinsiyetlerine göre eğitim, mentorluk, ofis, laboratuvar, reklam, networking, yatırım/finans, yatırımcılarla görüşme, yurtdışı, marka tescil / patent başvuru / hukuk danışmanlığı hizmetlerinden, hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği yapabilme imkânından ve teknik alandaki desteklerden yararlanma düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark saptanamamıştır ($p>0.05$).

Tablo 4.8: Girişimcilerin cinsiyetlerine göre hizmetlerden yararlanma düzeylerinin kıyaslanması.

	Cinsiyet		z	p
	Kadın	Erkek		
Eğitim	4 (4, 4)	4 (3, 5)	-0.561	0.575
Mentorluk	4 (3, 5)	5 (4, 5)	-1.659	0.097
Ofis	4 (4, 5)	4 (3, 5)	-0.266	0.790
Laboratuvar	0 (0, 1)	1 (0, 2)	-1.558	0.119
Reklam	3 (2, 3)	2 (1, 3)	-0.761	0.447
Networking	4 (3, 4)	4 (3, 5)	-0.078	0.938
Yatırım/Finans	3 (2, 4)	3 (1, 4)	-1.372	0.170
Yatırımcılarla görüşme	4 (3, 4)	3 (2, 4)	-0.169	0.865
Yurtdışı	2.5 (0, 4)	1 (0, 3)	-0.408	0.683
Marka tescil / Patent başvuru /	3 (1, 4)	2 (1, 3)	-1.360	0.174
Hukuk danışmanlığı				
Hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği	4 (3, 4)	3 (2, 4)	-1.679	0.093
Teknik destek	2.5 (1, 4)	2 (1, 4)	-0.457	0.647

Mann-Whitney U test, medyan (Q1: Birinci çeyreklik, Q3: Üçüncü çeyreklik) şeklinde raporlanmıştır.

Tablo 4.9'da H2a hipotezi test edilmiştir. Destekleri kullanma ile ilgili yaşlara göre aralarında anlamlı bir farklılık bulunan destekler aşağıda belirtilmiştir.

Girişimcilerin yaşlarına göre eğitim, mentorluk, laboratuvar, reklam, networking, yatırım/finans, yatırımcılarla görüşme hizmetlerinden yararlanma düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark saptanmamıştır ($p > 0.05$). Diğer destekler için yaşlara göre aralarında anlamlı bir farklılık vardır ve bu destekler aşağıda belirtilmiştir.

Girişimcilerin yaşlarına göre ofis hizmetlerinden yararlanma düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu saptanmıştır ($p: 0.045$). Yaşı 35 ve üstü olan girişimcilerin yararlanma düzeyinin 25 yaş altı girişimcilerin yararlanma düzeyinden düşük olduğu saptanmıştır ($p: 0.049$).

Tablo 4.9: Girişimcilerin yaşlarına göre hizmetlerden yararlanma düzeylerinin kıyaslanması.

	Yaş				χ^2	P
	<25	26-30	31-35	>35		
Eğitim	4 (4, 5)	4 (3, 5)	4 (3, 4)	4 (3, 5)	4.285	0.232
Mentorluk	5 (4, 5)	4 (4, 5)	4 (3, 5)	4.5 (3.5, 5)	2.974	0.396
Ofis	5 (4, 5)	4.5 (3, 5)	4 (3, 5)	4 (2, 4.5)	8.041	0.045*
Laboratuvar	1 (0, 2)	1 (0, 2)	0 (0, 1)	0 (0, 1)	5.767	0.124
Reklam	3 (2, 3)	3 (2, 3)	2 (1, 3)	1.5 (1, 2.5)	7.532	0.057
Networking	4 (4, 4.5)	4 (3, 5)	3 (3, 4)	3.5 (3, 4)	6.923	0.074
Yatırım/Finans	3 (2, 4)	3 (1, 4)	2 (1, 3)	2 (1.5, 3)	7.368	0.061
Yatırımcılarla görüşme	4 (2.5, 4.5)	3.5 (2, 4)	3 (2, 4)	3 (1.5, 4)	1.721	0.632
Yurtdışı	3 (0.5, 4)	2 (0, 4)	1 (0, 2)	1 (0.5, 3)	8.863	0.031*
Marka tescil / Patent başvuru /	3 (1.5, 4)	2 (1, 3)	2 (0, 3)	1 (0, 3)	9.678	0.022*
Hukuk danışmanlığı						
Hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği	4 (3, 4.5)	3 (2, 4)	3 (1, 4)	2.5 (0.5, 4.5)	9.147	0.027*
Teknik destek	2 (1, 4)	3 (2, 4)	1 (1, 3)	1 (0, 3)	13.349	0.004**

Kruskal Wallis test, medyan (Q1: Birinci çeyreklik, Q3: Üçüncü çeyreklik) şeklinde raporlanmıştır.

*p<0.05

**p<0.01

Yine Tablo 4.9’da girişimcilerin yaşlarına göre yurtdışı olanaklarından yararlanma düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu saptanmıştır (p:0.031). Yaşı 31-35 arası olan girişimcilerin yararlanma düzeyinin 25 yaş altı girişimcilerin yararlanma düzeyinden düşük olduğu saptanmıştır (p:0.021).

Girişimcilerin yaşlarına göre marka tescil / patent başvuru / hukuk danışmanlığı hizmetlerinden yararlanma düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu saptanmıştır (p:0.022). Yaşı 31-35 arası olan ve 35 ve üstü olan girişimcilerin yararlanma düzeyinin 25 yaş altı girişimcilerin yararlanma düzeyinden düşük olduğu saptanmıştır (sırasıyla, p:0.048, p:0.048).

Girişimcilerin yaşlarına göre hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği yapabileme imkânından yararlanma düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu

saptanmıştır (p:0.027). Yaşı 31-35 arası olan girişimcilerin yararlanma düzeyinin 25 yaş altı girişimcilerin yararlanma düzeyinden düşük olduğu saptanmıştır (p:0.049).

Girişimcilerin yaşlarına göre teknik alandaki desteklerden yararlanma düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu saptanmıştır (p:0.004). Yaşı 31-35 arası olan ve 35 ve üstü olan girişimcilerin yararlanma düzeyinin 25-30 arası olan girişimcilerin yararlanma düzeyinden düşük olduğu saptanmıştır (sırasıyla, p:0.015, p:0.021).

Tablo 4.10'da H3a hipotezi test edilmiştir. Destekleri kullanma ile ilgili eğitim durumlarına göre aralarında anlamlı bir farklılık bulunan destekler aşağıda belirtilmiştir.

Tablo 4.10: Girişimcilerin eğitim durumlarına göre hizmetlerden yararlanma düzeylerinin kıyaslanması.

	Eğitim durumu			χ^2	P
	Lisans öncesi	Lisans	Lisans sonrası		
Eğitim	4 (3.5, 5)	4 (3, 5)	4 (3, 4)	1.803	0.406
Mentorluk	5 (4, 5)	4 (4, 5)	5 (3, 5)	1.461	0.482
Ofis	4 (3.5, 5)	4 (3, 5)	4 (3, 5)	1.203	0.548
Laboratuvar	0 (0, 1)	1 (0, 2)	0 (0, 1)	3.698	0.157
Reklam	3 (1.5, 3)	3 (2, 3)	2 (1, 3)	0.825	0.662
Networking	4 (3, 4)	4 (3, 5)	3 (3, 4)	4.944	0.084
Yatırım/Finans	3 (2, 4.5)	3 (1, 4)	2 (1, 3)	1.396	0.498
Yatırımcılarla görüşme	3.5 (2.5, 5)	4 (3, 4)	3 (1, 4)	4.978	0.083
Yurtdışı	2.5 (0, 3.5)	2 (0, 4)	1 (0, 2)	3.288	0.193
Marka tescil / Patent başvuru /	3 (1.5, 3)	3 (1, 4)	1 (0, 2)	10.831	0.004**
Hukuk danışmanlığı					
Hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği	3 (3, 4.5)	3 (2, 4)	3 (1, 3)	7.444	0.024*
Teknik destek	2 (1, 3.5)	3 (1, 4)	1 (0, 3)	8.956	0.011*

Kruskal Wallis test, medyan (Q1: Birinci çeyreklik, Q3: Üçüncü çeyreklik) şeklinde raporlanmıştır.

*p<0.05

**p<0.01

Tablo 4.10'da girişimcilerin eğitim durumlarına göre eğitim, mentorluk, ofis, laboratuvar, reklam, networking, yatırım/finans, yatırımcılarla görüşme hizmetlerinden ve yurtdışı olanaklarından yararlanma düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark saptanmamıştır ($p>0.05$). Diğer destekler için eğitim durumlarına göre aralarında anlamlı bir farklılık vardır ve bu destekler aşağıda belirtilmiştir.

Girişimcilerin eğitim durumlarına göre marka tescil / patent başvuru / hukuk danışmanlığı hizmetlerinden yararlanma düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu saptanmıştır ($p:0.004$). Eğitim düzeyi lisansüstü olan girişimcilerin yararlanma düzeyinin eğitim düzeyi lisans olan girişimcilerin yararlanma düzeyinden düşük olduğu saptanmıştır ($p:0.003$).

Girişimcilerin eğitim durumlarına göre hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği yapabilme imkânından yararlanma düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu saptanmıştır ($p:0.024$). Eğitim düzeyi lisansüstü olan girişimcilerin yararlanma düzeyinin eğitim düzeyi lisans olan girişimcilerin yararlanma düzeyinden düşük olduğu saptanmıştır ($p:0.027$).

Girişimcilerin eğitim durumlarına göre teknik alandaki desteklerden yararlanma düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu saptanmıştır ($p:0.011$). Eğitim düzeyi lisansüstü olan girişimcilerin yararlanma düzeyinin eğitim düzeyi lisans olan girişimcilerin yararlanma düzeyinden düşük olduğu saptanmıştır ($p:0.008$).

Tablo 4.11'de H4a hipotezi test edilmiştir. Destekleri kullanma ile ilgili girişimcilerin iş tecrübelerine göre aralarında anlamlı bir farklılık bulunan destekler aşağıda belirtilmiştir.

Girişimcilerin başka firmalardaki iş tecrübelerine göre eğitim, mentorluk, ofis, laboratuvar, reklam, yatırım/finans, yatırımcılarla görüşme, marka tescil / patent başvuru / hukuk danışmanlığı hizmetlerinden, hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği yapabilme imkânından ve teknik alandaki desteklerden hizmetinden yararlanma düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark saptanmamıştır ($p>0.05$). Diğer destekler için iş tecrübelerine göre aralarında anlamlı bir farklılık vardır ve bu destekler aşağıda belirtilmiştir.

Tablo 4.11: Girişimcilerin başka firmalardaki iş tecrübelerine göre hizmetlerden yararlanma düzeylerinin kıyaslanması.

	Başka firmalardaki iş tecrübesi					χ^2	P
	Hiç yok	1-2 yıl	3-5 yıl	6-7 yıl	8 yıl ve üzeri		
Eğitim	4 (4, 5)	4 (4, 5)	4 (3, 4.5)	4 (3, 5)	4 (3, 5)	3.840	0.428
Mentorluk	5 (4, 5)	4 (4, 5)	4 (3, 5)	4.5 (3, 5)	4 (3, 5)	2.366	0.669
Ofis	5 (4, 5)	4 (4, 5)	4 (3, 5)	5 (4, 5)	4 (3, 5)	7.960	0.093
Laboratuvar	0 (0, 1)	1 (0, 2)	0.5 (0, 1)	1.5 (0, 4)	0 (0, 1)	5.216	0.266
Reklam	3 (2, 3)	3 (3, 4)	2 (1, 3)	2 (2, 3)	2 (1, 3)	6.210	0.184
Networking	4 (4, 4)	4 (3, 5)	4 (3, 4)	4 (4, 5)	3 (3, 4)	11.735	0.019*
Yatırım/Finans	3 (1, 4)	4 (2, 4)	3 (1.5, 4)	3 (2, 4)	2 (1, 3)	7.793	0.099
Yatırımcılarla görüşme	4 (2, 4)	4 (3, 5)	4 (2, 4)	3 (3, 4)	3 (2, 4)	3.001	0.558
Yurtdışı	3 (0, 5)	3 (1, 4)	1 (0, 3.5)	0.5 (0, 2)	1 (0, 3)	11.221	0.024*
Marka tescil / Patent başvuru / danışmanlığı / Patent Hukuk	3 (0, 4)	3 (2, 4)	2 (1, 3.5)	3 (2, 3)	1 (0, 3)	8.803	0.066
Hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği	4 (3, 5)	4 (3, 4)	3 (2.5, 4)	3 (3, 4)	3 (1, 4)	5.064	0.281
Teknik destek	1 (0, 4)	3 (1, 4)	2 (1, 4)	3 (2, 4)	2 (0, 3)	8.894	0.064

Kruskal Wallis test, medyan (Q1: Birinci çeyreklik, Q3: Üçüncü çeyreklik) şeklinde raporlanmıştır.

*p<0.05

Tablo 4.11’de girişimcilerin başka firmalardaki iş tecrübelerine göre networking hizmetlerinden yararlanma düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu saptanmıştır (p:0.019). Yapılan ikili değerlendirmeler sonucunda başka firmalarda 8 yıl ve üzeri iş tecrübesi olan girişimcilerin yararlanma düzeyinin 1-2 yıl ve 6-7 yıl arası tecrübesi olan girişimcilerden daha düşük olduğu saptanmıştır (sırasıyla, p:0.045, p:0.048).

Girişimcilerin başka firmalardaki iş tecrübelerine göre yurtdışı olanaklarından yararlanma düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu saptanmıştır (p:0.024). Başka firmalardaki iş tecrübesi 6-7 yıl arası olan girişimcilerin yararlanma düzeyinin iş tecrübesi 1-2 yıl olan girişimcilerin yararlanma düzeyinden düşük olduğu saptanmıştır (p:0.043).

Tablo 4.12’de H4c hipotezi test edilmiştir. Destekleri kullanma ile ilgili girişimcilerin girişimci olarak tecrübelerine göre destekler arasında anlamlı bir farklılık saptanamamıştır.

Tablo 4.12: Girişimcilerin girişimci olarak tecrübelerine göre hizmetlerden yararlanma düzeylerinin kıyaslanması.

	Girişimci olarak tecrübe					χ^2	p
	Hiç yok	1-2 yıl	3-5 yıl	6-7 yıl	8 yıl ve üzeri		
Eğitim	5 (4, 5)	4 (3, 5)	4 (3, 5)	4 (2, 5)	4.5 (3, 5)	5.005	0.287
Mentorluk	4 (4, 5)	4 (3, 5)	4 (4, 5)	5 (5, 5)	4.5 (3, 5)	1.258	0.868
Ofis	5 (4, 5)	4 (3, 5)	4 (3, 5)	5 (5, 5)	4 (4, 5)	3.278	0.512
Laboratuvar	1 (0, 3)	0 (0, 1)	1 (0, 2)	1 (0, 1)	0 (0, 0)	4.128	0.389
Reklam	3 (1, 4)	3 (1, 3)	3 (2, 3)	3 (1, 5)	3 (1, 4)	0.354	0.986
Networking	3 (3, 4)	4 (3, 4)	4 (3, 5)	4 (4, 5)	4 (4, 5)	6.717	0.152
Yatırım/Finans	3 (2, 5)	3 (1, 4)	3 (2, 4)	3 (2, 4)	3.5 (2, 4)	3.041	0.551
Yatırımcılarla görüşme	4 (3, 5)	3 (2, 4)	4 (3, 4)	2 (2, 4)	4.5 (1, 5)	4.383	0.357
Yurtdışı	3 (0, 4)	2 (0, 3)	1 (0, 4)	2 (0, 2)	2 (1, 3)	2.270	0.686
Marka tescil / Patent başvuru / hukuk danışmanlığı	3 (1, 4)	2.5 (1, 3)	2 (1, 4)	2 (1, 2)	1 (0, 4)	2.675	0.614
Hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği	4 (3, 5)	3 (2, 4)	3 (3, 4)	3 (2, 4)	3.5 (3, 5)	4.167	0.384
Teknik destek	4 (0, 4)	2 (1, 3)	2 (1, 4)	3 (2, 3)	0.5 (0, 3)	4.415	0.353

Kruskal Wallis test, medyan (Q1: Birinci çeyreklik, Q3: Üçüncü çeyreklik) şeklinde raporlanmıştır.

Tablo 4.12’de girişimcilerin girişimci olarak tecrübelerine göre eğitim, mentorluk, ofis, laboratuvar, reklam, networking, yatırım/finans, yatırımcılarla görüşme, yurtdışı, marka tescil / patent başvuru / hukuk danışmanlığı hizmetlerinden, hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği yapabilme imkânından ve teknik alandaki desteklerden yararlanma düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark saptanamamıştır ($p>0.05$).

Tablo 4.13’te H5a hipotezi test edilmiştir. Destekleri kullanma ile ilgili girişimcilerin aile ya da çevresinde girişimci olması durumuna göre destekler arasında anlamlı bir farklılık bulunan destekler aşağıda belirtilmiştir.

Tablo 4.13: Girişimcilerin aile ya da çevresinde girişimci olması durumuna göre hizmetlerden yararlanma düzeylerinin kıyaslanması.

	Aile ya da çevrede girişimci		z	p
	Var	Yok		
Eğitim	4 (3, 5)	4 (4, 5)	-1.417	0.157
Mentorluk	4 (3, 5)	5 (4, 5)	-1.698	0.090
Ofis	5 (4, 5)	4 (3, 5)	-2.157	0.031*
Laboratuvar	0 (0, 1)	1 (0, 2)	-1.094	0.274
Reklam	3 (1, 3)	2 (2, 3)	-0.442	0.658
Networking	4 (3, 5)	4 (3, 4)	-0.705	0.481
Yatırım/Finans	3 (1, 4)	3 (1, 4)	-0.201	0.841
Yatırımcılarla görüşme	3 (2, 4)	4 (3, 5)	-1.753	0.080
Yurtdışı	1 (0, 3)	2 (0, 4)	-0.731	0.464
Marka tescil / Patent başvuru / Hukuk danışmanlığı	2 (1, 3)	2 (1, 4)	-0.471	0.638
Hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği	3 (2, 4)	3 (2, 4)	-0.283	0.777
Teknik destek	2 (1, 3)	2 (1, 4)	-1.082	0.279

Mann-Whitney U test, medyan (Q1: Birinci çeyreklik, Q3: Üçüncü çeyreklik) şeklinde raporlanmıştır.

*p<0.05

Tablo 4.13'te girişimcilerin aile ya da çevrelerinde girişimci olması durumuna göre eğitim, mentorluk, laboratuvar, reklam, networking, yatırım/finans, yatırımcılarla görüşme, yurtdışı, marka tescil / patent başvuru / hukuk danışmanlığı hizmetlerinden, hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği yapabilme imkânından ve teknik alandaki desteklerden yararlanma düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark saptanmamıştır (p>0.05). Bir tek ofis hizmetlerini kullanma bakımından anlamlı bir farklılık görülmüştür.

Girişimcilerin aile ya da çevrelerinde girişimci olması durumuna göre ofis hizmetlerinden yararlanma düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu saptanmıştır (p:0.031). Aile ya da çevresinde girişimci olan girişimcilerin yararlanma düzeyinin aile ya da çevresinde girişimci olmayan girişimcilerin yararlanma düzeyinden yüksek olduğu saptanmıştır.

Tablo 4.14'te H6a hipotezi test edilmiştir. Destekleri kullanma ile ilgili şirketlerdeki çalışan sayısına göre arasında anlamlı bir farklılık bulunan destekler aşağıda belirtilmiştir.

Tablo 4.14: Şirkette istihdam edilen çalışan sayısına göre hizmetlerden yararlanma düzeylerinin kıyaslanması.

	Çalışan sayısı				χ^2	p
	0	1-3	4-5	6-20		
Eğitim	4 (3, 5)	4 (3, 5)	4.5 (4, 5)	4 (3, 5)	0.746	0.862
Mentorluk	4 (3, 5)	4 (4, 5)	4 (3, 5)	5 (4, 5)	1.515	0.679
Ofis	4 (3.5, 5)	4 (3, 5)	4 (3, 5)	4 (3, 5)	0.234	0.972
Laboratuvar	0 (0, 1)	1 (0, 2)	0 (0, 1)	1 (1, 3)	5.693	0.128
Reklam	2 (1, 3)	3 (2, 3)	2 (1, 4)	3 (3, 5)	7.991	0.046*
Networking	4 (3, 4.5)	4 (3, 4)	3.5 (3, 4)	5 (4, 5)	9.318	0.025*
Yatırım/Finans	3 (1, 4)	3 (2, 4)	2.5 (1, 4)	4 (2, 5)	3.293	0.349
Yatırımcılarla görüşme	3.5 (2.5, 4)	4 (3, 4)	3.5 (2, 5)	4 (2, 5)	1.125	0.771
Yurtdışı	1 (0, 3)	1 (0, 3)	1.5 (0, 3)	2 (1, 3)	1.511	0.680
Marka tescil / Patent başvuru / Hukuk danışmanlığı	2 (0, 3)	2 (1, 3)	2.5 (1, 5)	2 (1, 4)	2.043	0.564
Hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği	3 (2, 4)	3 (2, 4)	3 (1, 4)	4 (2, 5)	1.178	0.758
Teknik destek	2 (1, 3.5)	2 (1, 4)	1 (0, 3)	2 (1, 4)	2.374	0.498

Kruskal Wallis test, medyan (Q1: Birinci çeyreklik, Q3: Üçüncü çeyreklik) şeklinde raporlanmıştır.

*p<0.05

Tablo 4.14'te şirkette istihdam edilen çalışan sayısına göre eğitim, mentorluk, ofis, laboratuvar, yatırım/finans, yatırımcılarla görüşme, yurtdışı, marka tescil / patent başvuru / hukuk danışmanlığı hizmetlerinden, hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği yapabilmek imkânından ve teknik alandaki desteklerden yararlanma düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark saptanmamıştır (p>0.05). Reklam ve networking hizmetlerini kullanma bakımından anlamlı bir farklılık saptanmıştır.

Şirkette istihdam edilen çalışan sayısına göre reklam hizmetlerinden yararlanma düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu saptanmıştır (p:0.046). Yapılan ikili

değerlendirmeler sonucunda istihdam edilen çalışan sayısı 6-20 arası olanların yararlanma düzeyinin 0 olanlardan yüksek olduğu saptanmıştır (p:0.041).

Şirkette istihdam edilen çalışan sayısına göre networking hizmetlerinden yararlanma düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu saptanmıştır (p:0.025). Yapılan ikili değerlendirmeler sonucunda istihdam edilen çalışan sayısı 6-20 arası olanların yararlanma düzeyinin 1-3 arası ve 4-5 arası olanlardan yüksek olduğu saptanmıştır (sırasıyla, p:0.037, p:0.049).

Tablo 4.15’de H6c hipotezi test edilmiştir. Destekleri kullanma ile ilgili şirketlerin aylık cirosuna göre destekler arasında anlamlı bir farklılık belirlenememiştir.

Tablo 4.15: Şirketin aylık ortalama cirosuna göre hizmetlerden yararlanma düzeylerinin kıyaslanması.

	Aylık ciro					χ^2	p
	Satışa başlanmadı	100- 5000 TL	5000- 10000 TL	10000- 20000 TL	\geq 20000 TL		
Eğitim	4 (3, 5)	4 (4, 4)	4 (3, 5)	4 (3, 5)	5 (4, 5)	2.830	0.587
Mentorluk	4 (4, 5)	4 (3, 5)	5 (4, 5)	4 (3, 5)	5 (4, 5)	7.421	0.115
Ofis	4 (3, 5)	4 (3, 5)	4.5 (3, 5)	4.5 (3.5, 5)	4 (3, 5)	1.010	0.908
Laboratuvar	1 (0, 2)	0 (0, 1)	1 (0, 1)	1 (0, 3.5)	0 (0, 2)	1.302	0.861
Reklam	2.5 (1, 3)	2 (2, 4)	3 (1, 4)	2 (1, 3)	3 (2, 5)	1.331	0.856
Networking	4 (3, 4)	4 (3, 5)	4 (3, 5)	4 (2.5, 4)	4 (3, 5)	4.989	0.288
Yatırım/Finans	3 (2, 4)	3 (3, 4)	2.5 (1, 4)	2.5 (1, 3.5)	3 (3, 4)	3.772	0.438
Yatırımcılarla görüşme	3 (2, 4)	4 (3, 4)	4 (3, 5)	3 (1.5, 4)	4 (4, 4)	9.432	0.051
Yurtdışı	1 (0, 3)	1 (0, 3)	1.5 (1, 3)	1.5 (0, 3)	1 (0, 5)	0.680	0.954
Marka tescil / Patent başvuru / Hukuk danışmanlığı	2 (0, 3)	1 (0, 3)	2 (1, 3)	2.5 (1, 3.5)	3 (2, 5)	7.120	0.130
Hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği	3 (2, 4)	4 (3, 4)	3 (2, 4)	3 (1.5, 3)	4 (2, 4)	4.198	0.380
Teknik destek	2 (1, 4)	2 (1, 4)	2 (1, 3)	2 (1, 3.5)	3 (1, 4)	0.939	0.919

Kruskal Wallis test, medyan (Q1: Birinci çeyreklik, Q3: Üçüncü çeyreklik) şeklinde raporlanmıştır.

Tablo 4.15’de şirketin aylık ortalama cirosuna göre eğitim, mentorluk, ofis, laboratuvar, reklam, networking, yatırım/finans, yatırımcılarla görüşme, yurtdışı, marka tescil / patent başvuru / hukuk danışmanlığı hizmetlerinden, hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği yapabilme imkânından ve teknik alandaki desteklerden yararlanma düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark saptanmamıştır ($p>0.05$).

Tablo 4.16’da H7a hipotezi test edilmiştir. Destekleri kullanma ile ilgili şirketlerin ihracat yapma durumuna göre destekler arasında anlamlı bir farklılık belirlenenler aşağıda belirtilmiştir.

Tablo 4.16: Şirketin ihracat yapma durumuna göre hizmetlerden yararlanma düzeylerinin kıyaslanması.

	İhracat		z	p
	Yok	Var		
Eğitim	4 (3, 5)	5 (3, 5)	-1.231	0.218
Mentorluk	4 (4, 5)	5 (4, 5)	-1.080	0.280
Ofis	4 (4, 5)	3 (2, 4)	-2.572	0.010*
Laboratuvar	1 (0, 2)	0 (0, 1)	-1.353	0.176
Reklam	3 (1, 3)	2 (2, 3)	-0.271	0.786
Networking	4 (3, 4)	4 (3, 5)	-1.282	0.200
Yatırım/Finans	3 (2, 4)	3 (2, 4)	-0.302	0.763
Yatırımcılarla görüşme	4 (2, 4)	4 (4, 5)	-1.918	0.055
Yurtdışı	1 (0, 3)	2 (1, 4)	-0.922	0.357
Marka tescil / Patent başvuru / Hukuk danışmanlığı	2 (1, 3)	2 (1, 2)	-0.790	0.429
Hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği	3 (2, 4)	3 (1, 4)	-0.806	0.420
Teknik destek	2 (1, 4)	2 (1, 3)	-0.389	0.698

Mann-Whitney U test, medyan (Q1: Birinci çeyreklik, Q3: Üçüncü çeyreklik) şeklinde raporlanmıştır.
* $p<0.05$

Tablo 4.16’da şirketin ihracat yapma durumuna göre eğitim, mentorluk, laboratuvar, reklam, networking, yatırım/finans, yatırımcılarla görüşme, yurtdışı, marka tescil / patent başvuru / hukuk danışmanlığı hizmetlerinden, hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği yapabilme

imkânından ve teknik alandaki desteklerden yararlanma düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark saptanmamıştır ($p>0.05$). Bir tek ofis hizmetlerini kullanma bakımından aralarında anlamlı bir farklılık vardır.

Şirketin ihracat yapma durumuna göre ofis hizmetlerinden yararlanma düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu saptanmıştır ($p:0.010$). İhracat yapan şirketlerin yararlanma düzeyinin ihracat yapmayan şirketlerin yararlanma düzeyinden düşük olduğu saptanmıştır.

Tablo 4.17’de H8a hipotezi test edilmiştir. Destekleri kullanma ile ilgili şirketlerin rekabet durumuna göre destekler arasında anlamlı bir farklılık bulunamamıştır.

Tablo 4.17: Şirketin bulunduğu sektördeki rekabet durumuna göre hizmetlerden yararlanma düzeylerinin kıyaslanması.

	Rekabet durumu					χ^2	p
	Çok düşük	Düşük	Orta	Yüksek	Çok yüksek		
Eğitim	4 (3, 4)	4 (2, 5)	4 (3, 5)	4 (3, 5)	4 (3, 5)	1.264	0.867
Mentorluk	4 (3, 5)	5 (2, 5)	5 (3, 5)	4 (4, 5)	4 (4, 5)	0.882	0.927
Ofis	4 (3, 4)	4 (2, 5)	4 (3, 5)	5 (3, 5)	5 (4, 5)	2.683	0.612
Laboratuvar	1 (0, 3)	0 (0, 2)	0.5 (0, 2)	0 (0, 1)	1 (0, 1)	1.485	0.829
Reklam	3 (3, 4)	2 (1, 3)	2 (2, 3)	2 (1, 3)	3 (2, 5)	5.780	0.216
Networking	4 (4, 5)	4 (3, 5)	4 (3, 4)	4 (3, 5)	4 (3, 5)	0.444	0.979
Yatırım/Finans	4 (3, 5)	3 (2, 4)	3 (2, 4)	3 (1, 3)	2 (2, 5)	3.730	0.444
Yatırımcılarla görüşme	3 (2, 4)	4 (2, 5)	4 (3, 4)	3 (2, 4)	4 (3, 4)	0.997	0.910
Yurtdışı	1 (0, 3)	1 (1, 3)	1 (0, 3)	1 (0, 4)	2 (1, 3)	1.637	0.802
Marka tescil / Patent başvuru / Patent Hukuk danışmanlığı	2 (1, 2)	1 (0, 4)	2 (1, 3)	2 (1, 4)	2 (1, 3)	1.323	0.858
Hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği	3 (3, 5)	3 (2, 4)	3 (2, 4)	3 (2, 4)	3 (2, 3)	2.742	0.602
Teknik destek	2 (1, 3)	3 (1, 4)	2 (1, 4)	2 (1, 3)	2 (1, 4)	1.100	0.894

Kruskal Wallis test, medyan (Q1: Birinci çeyreklik, Q3: Üçüncü çeyreklik) şeklinde raporlanmıştır.

Tablo 4.17’de şirketin bulunduğu sektördeki rekabet durumuna göre eğitim, mentorluk, ofis, laboratuvar, reklam, networking, yatırım/finans, yatırımcılarla görüşme, yurtdışı, marka tescil / patent başvuru / hukuk danışmanlığı hizmetlerinden, hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği yapabilme imkânından ve teknik alandaki desteklerden yararlanma düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark saptanmamıştır ($p>0.05$).

Tablo 4.18’de H1b hipotezi test edilmiştir. Desteklerden fayda sağlama ile ilgili cinsiyete göre destekler arasında anlamlı bir farklılık saptanmamıştır.

Girişimcilerin cinsiyetlerine göre eğitim, mentorluk, ofis, laboratuvar, reklam, networking, yatırım/finans, yatırımcılarla görüşme, yurtdışı, marka tescil / patent başvuru / hukuk danışmanlığı hizmetlerinden, hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği yapabilme imkânından ve teknik alandaki desteklerden şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark saptanmamıştır ($p>0.05$).

Tablo 4.18: Girişimcilerin cinsiyetlerine göre hizmetlerin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeylerinin kıyaslanması.

	Cinsiyet		z	p
	Kadın	Erkek		
Eğitim	4 (3, 4)	4 (3, 5)	-0.064	0.949
Mentorluk	4 (4, 4)	4 (3, 5)	-0.052	0.959
Ofis	4 (4, 4)	4 (3, 5)	-0.405	0.685
Laboratuvar	0 (0, 3)	0 (0, 1)	-0.103	0.918
Reklam	3 (2, 4)	2 (1, 4)	-0.441	0.659
Networking	4 (3, 4)	4 (3, 5)	-0.644	0.520
Yatırım/Finans	3 (2, 4)	3 (1, 4)	-0.442	0.659
Yatırımcılarla görüşme	4 (3, 4)	3 (2, 4)	-0.302	0.762
Yurtdışı	1 (0, 4)	1 (0, 4)	-0.595	0.552
Marka tescil / Patent başvuru / Hukuk danışmanlığı	2.5 (1, 4)	2 (1, 4)	-1.021	0.307
Hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği	3.5 (2, 4)	3 (1, 4)	-0.168	0.866
Teknik destek	2 (0, 4)	1 (0, 4)	-0.433	0.665

Mann-Whitney U test, medyan (Q1: Birinci çeyreklik, Q3: Üçüncü çeyreklik) şeklinde raporlanmıştır.

Tablo 4.19’da H2b hipotezi test edilmiştir. Desteklerden fayda sağlama ile ilgili girişimcilerin yaşına göre arasında anlamlı bir farklılık saptanan destekler aşağıda belirtilmiştir.

Tablo 4.19: Girişimcilerin yaşlarına göre hizmetlerin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeylerinin kıyaslanması.

	Yaş				χ^2	p
	<25	26-30	31-35	>35		
Eğitim	4 (3.5, 5)	4 (3, 5)	3 (3, 4)	3 (3, 4.5)	6.569	0.087
Mentorluk	4 (4, 5)	4 (4, 5)	4 (3, 4)	4 (3, 5)	11.057	0.011*
Ofis	4 (4, 5)	4 (3, 5)	4 (1, 5)	3 (2, 4)	7.519	0.057
Laboratuvar	1 (0, 2)	1 (0, 4)	0 (0, 1)	0 (0, 1)	7.837	0.049*
Reklam	3 (1, 4)	3 (2, 5)	2 (1, 3)	2 (1, 4)	8.168	0.043*
Networking	4 (3, 5)	4 (3, 5)	3 (2, 5)	4 (3, 5)	1.826	0.609
Yatırım/Finans	3 (1, 4)	3.5 (2, 5)	2 (0, 3)	3 (1.5, 4)	10.132	0.017*
Yatırımcılarla görüşme	3 (1.5, 4)	4 (3, 5)	3 (2, 4)	4 (2.5, 4)	4.551	0.208
Yurtdışı	1.5 (0, 4)	2 (0, 4)	0 (0, 2)	2.5 (0.5, 4)	8.463	0.037*
Marka tescil / Patent başvuru / Hukuk danışmanlığı	3 (1, 4)	2 (1, 4)	1 (0, 3)	1 (0, 3.5)	8.058	0.045*
Hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği	3 (1.5, 4)	3 (2, 4)	2 (1, 4)	3 (0.5, 4.5)	4.205	0.240
Teknik destek	1.5 (0.5, 4)	2.5 (1, 4)	1 (0, 3)	1 (0, 4)	5.002	0.172

Kruskal Wallis test, medyan (Q1: Birinci çeyreklik, Q3: Üçüncü çeyreklik) şeklinde raporlanmıştır.

*p<0.05

Tablo 4.19’da girişimcilerin yaşlarına göre eğitim, ofis, networking, yatırımcılarla görüşme hizmetlerinden, hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği yapabilme imkânından ve teknik alandaki desteklerden şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark saptanmamıştır (p>0.05). Yaşlara göre aralarında anlamlı bir farklılık olan destekler aşağıda belirtilmiştir.

Girişimcilerin yaşlarına göre mentorluk hizmetinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu saptanmıştır (p:0.011). Yapılan ikili değerlendirmeler sonucunda 26-30 yaş arası girişimcilerde mentorluk hizmetinin şirket

gelişimine sağladığı fayda düzeyinin 31-35 yaş arası girişimcilerden daha yüksek olduğu saptanmıştır (p:0.013).

Girişimcilerin yaşlarına göre laboratuvar hizmetlerinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu saptanmıştır (p:0.049). Yapılan ikili değerlendirmeler sonucunda 26-30 yaş arası girişimcilerde laboratuvar hizmetinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyinin 31-35 yaş arası girişimcilerden daha yüksek olduğu saptanmıştır (p:0.048).

Girişimcilerin yaşlarına göre reklam hizmetlerinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu saptanmıştır (p:0.043). Yapılan ikili değerlendirmeler sonucunda 26-30 yaş arası girişimcilerde reklam hizmetinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyinin 31-35 yaş arası girişimcilerden daha yüksek olduğu saptanmıştır (p:0.038).

Girişimcilerin yaşlarına göre yatırım/finans hizmetlerinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu saptanmıştır (p:0.017). Yapılan ikili değerlendirmeler sonucunda 26-30 yaş arası girişimcilerde yatırım/finans hizmetinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyinin 31-35 yaş arası girişimcilerden daha yüksek olduğu saptanmıştır (p:0.009).

Girişimcilerin yaşlarına göre yurtdışı olanaklarının şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu saptanmıştır (p:0.037). Yapılan ikili değerlendirmeler sonucunda 26-30 yaş arası girişimcilerde yurtdışı olanaklarının şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyinin 31-35 yaş arası girişimcilerden daha yüksek olduğu saptanmıştır (p:0.049).

Girişimcilerin yaşlarına göre marka tescil / patent başvuru / hukuk danışmanlığı hizmetlerinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu saptanmıştır (p:0.045). Yapılan ikili değerlendirmeler sonucunda 25 yaş altı girişimcilerde bu hizmetin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyinin 31-35 yaş arası girişimcilerden daha yüksek olduğu saptanmıştır (p:0.049).

Tablo 4.20'de H3b hipotezi test edilmiştir. Desteklerden fayda sağlama ile ilgili girişimcilerin eğitim durumuna göre arasında anlamlı bir farklılık saptanan destekler aşağıda belirtilmiştir.

Tablo 4.20: Girişimcilerin eğitim durumlarına göre hizmetlerin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeylerinin kıyaslanması.

	Eğitim durumu			χ^2	p
	Lisans öncesi	Lisans	Lisans sonrası		
Eğitim	4.5 (3, 5)	4 (3, 5)	3 (2, 4)	6.697	0.035*
Mentorluk	4.5 (3.5, 5)	4 (4, 5)	4 (3, 5)	2.291	0.318
Ofis	4 (2.5, 4)	4 (4, 5)	3 (2, 4)	8.366	0.015*
Laboratuvar	0 (0, 0.5)	1 (0, 2)	0 (0, 1)	4.093	0.129
Reklam	1.5 (0, 2.5)	3 (1, 4)	2 (1, 3)	10.002	0.007**
Networking	3 (3, 4)	4 (3, 5)	3 (2, 4)	6.956	0.031*
Yatırım/Finans	3.5 (0.5, 5)	3 (2, 4)	2 (1, 3)	4.722	0.094
Yatırımcılarla görüşme	3 (2, 5)	4 (3, 4)	3 (2, 4)	1.579	0.454
Yurtdışı	0 (0, 3)	2 (0, 4)	1 (0, 3)	4.153	0.125
Marka tescil / Patent başvuru / Hukuk danışmanlığı	1.5 (0, 3)	3 (1, 4)	1 (0, 2)	10.051	0.007**
Hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği	2.5 (1, 4)	4 (2, 4)	2 (0, 3)	10.927	0.004**
Teknik destek	1 (0, 3.5)	2.5 (1, 4)	1 (0, 2)	6.590	0.037*

Kruskal Wallis test, medyan (Q1: Birinci çeyreklik, Q3: Üçüncü çeyreklik) şeklinde raporlanmıştır.

*p<0.05

**p<0.01

Tablo 4.20’de girişimcilerin eğitim durumlarına göre mentorluk, laboratuvar, yatırım/finans, yatırımcılarla görüşme, yurtdışı hizmetlerinden şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark saptanmamıştır (p>0.05). Eğitim durumlarına göre aralarında anlamlı bir farklılık görülen destekler aşağıda belirtilmiştir.

Girişimcilerin eğitim durumlarına göre eğitim hizmetinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu saptanmıştır (p:0.035). Eğitim düzeyi lisansüstü girişimcilerde eğitim hizmetinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyinin eğitim düzeyi lisans olan girişimcilerden daha düşük olduğu saptanmıştır (p:0.046).

Girişimcilerin eğitim durumlarına göre ofis hizmetlerinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu saptanmıştır (p:0.015). Eğitim

düzeyi lisansüstü olan girişimcilerde ofis hizmetinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyinin eğitim düzeyi lisans öncesi olan girişimcilerden daha düşük olduğu saptanmıştır (p:0.028).

Girişimcilerin eğitim durumlarına göre reklam hizmetlerinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu saptanmıştır (p:0.007). Eğitim düzeyi lisans öncesi olan girişimcilerde reklam hizmetinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyinin eğitim düzeyi lisans olan girişimcilerden daha düşük olduğu saptanmıştır (p:0.014).

Girişimcilerin eğitim durumlarına göre networking hizmetlerinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu saptanmıştır (p:0.007). Eğitim düzeyi lisans öncesi olan girişimcilerde networking hizmetinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyinin eğitim düzeyi lisans olan girişimcilerden daha düşük olduğu saptanmıştır (p:0.014).

Girişimcilerin eğitim durumlarına göre marka tescil / patent başvuru / hukuk danışmanlığı hizmetlerinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu saptanmıştır (p:0.007). Eğitim düzeyi lisansüstü olan girişimcilerde bu hizmetin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyinin eğitim düzeyi lisans olan girişimcilerden daha düşük olduğu saptanmıştır (p:0.007).

Girişimcilerin eğitim durumlarına göre hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği yapabilme imkânının şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu saptanmıştır (p:0.004). Eğitim düzeyi lisansüstü olan girişimcilerde işbirliği yapmanın şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyinin eğitim düzeyi lisans olan girişimcilerden daha düşük olduğu saptanmıştır (p:0.004).

Girişimcilerin eğitim durumlarına göre teknik alandaki desteklerin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu saptanmıştır (p:0.037). Eğitim düzeyi lisansüstü olan girişimcilerde teknik alandaki desteklerin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyinin eğitim düzeyi lisans olan girişimcilerden daha düşük olduğu saptanmıştır (p:0.049).

Tablo 4.21’de H4b hipotezi test edilmiştir. Desteklerden fayda sağlama ile ilgili girişimcilerin iş tecrübelerine göre destekler arasında anlamlı bir farklılık saptanamamıştır.

Tablo 4.21: Girişimcilerin başka firmalardaki iş tecrübesine göre hizmetlerin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeylerinin kıyaslanması.

	Başka firmalardaki iş tecrübesi					χ^2	P
	Hiç yok	1-2 yıl	3-5 yıl	6-7 yıl	8 yıl ve üzeri		
Eğitim	4 (4, 5)	4 (3, 5)	4 (3, 5)	3 (3, 5)	4 (3, 5)	4.686	0.321
Mentorluk	5 (4, 5)	4 (4, 5)	4 (3, 4.5)	4 (4, 4)	4 (3, 5)	7.879	0.096
Ofis	4 (3, 5)	4 (4, 5)	4 (3, 5)	4 (4, 5)	4 (2, 4)	6.384	0.172
Laboratuvar	0 (0, 1)	1 (0, 2)	0.5 (0, 1.5)	1.5 (0, 4)	0 (0, 1)	7.402	0.116
Reklam	2 (1, 4)	3 (2, 5)	2 (1, 4)	3 (2, 3)	2 (1, 3)	6.972	0.137
Networking	4 (3, 5)	4 (3, 5)	4 (3, 5)	4 (3, 4)	4 (2, 5)	0.808	0.937
Yatırım/Finans	3 (1, 4)	4 (2, 5)	3 (2, 4.5)	3.5 (3, 4)	3 (1, 4)	4.653	0.325
Yatırımcılarla görüşme	3 (2, 4)	4 (3, 5)	3 (2, 4)	3.5 (3, 4)	4 (2, 4)	1.633	0.803
Yurtdışı	1 (0, 4)	3 (1, 4)	1 (0, 3.5)	0.5 (0, 3)	1 (0, 4)	5.723	0.221
Marka tescil / Patent başvuru / hukuk danışmanlığı	3 (0, 4)	3 (1, 4)	2 (0.5, 4)	3 (1, 4)	1 (0, 3)	7.128	0.129
Hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği	3 (1, 4)	4 (2, 5)	3 (1, 4)	4 (3, 4)	3 (1, 4)	3.620	0.460
Teknik destek	1 (0, 3)	2 (1, 4)	1 (0.5, 3.5)	3 (2, 4)	2 (0, 4)	8.165	0.086

Kruskal Wallis test, medyan (Q1: Birinci çeyreklik, Q3: Üçüncü çeyreklik) şeklinde raporlanmıştır.

Tablo 4.21’de girişimcilerin başka firmalardaki iş tecrübelerine göre eğitim, mentorluk, ofis, laboratuvar, reklam, networking, yatırım/finans, yatırımcılarla görüşme, yurtdışı, marka tescil / patent başvuru / hukuk danışmanlığı hizmetlerinden, hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği yapabilme imkânından ve teknik alandaki desteklerden şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark saptanmamıştır ($p>0.05$).

Tablo 4.22’de H4d hipotezi test edilmiştir. Desteklerden fayda sağlama ile ilgili girişimcilerin girişimci olarak tecrübelerine göre destekler arasında anlamlı bir farklılık saptanmamıştır.

Tablo 4.22: Girişimcilerin girişimci olarak tecrübesine göre hizmetlerin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeylerinin kıyaslanması.

	Girişimci olarak tecrübe					χ^2	P
	Hiç yok	1-2 yıl	3-5 yıl	6-7 yıl	8 yıl ve üzeri		
Eğitim	5 (4, 5)	4 (3, 5)	4 (3, 4)	3 (3, 3)	4 (2, 5)	8.209	0.084
Mentorluk	4 (4, 5)	4 (4, 5)	4 (3, 5)	4 (3, 5)	2.5 (1, 5)	4.580	0.333
Ofis	5 (4, 5)	4 (3, 5)	4 (2, 5)	4 (3, 4)	3.5 (2, 4)	5.280	0.260
Laboratuvar	1 (0, 5)	0 (0, 2)	0 (0, 1)	1 (0, 1)	0 (0, 0)	4.227	0.376
Reklam	3 (1, 5)	2 (1, 4)	2 (1, 4)	3 (1, 3)	2.5 (2, 4)	1.106	0.893
Networking	4 (3, 5)	4 (3, 5)	4 (3, 5)	5 (4, 5)	4.5 (3, 5)	3.366	0.499
Yatırım/Finans	4 (3, 5)	3 (1, 4)	3 (1, 4)	3 (3, 4)	3 (1, 4)	5.808	0.214
Yatırımcılarla görüşme	4 (3, 5)	3 (2, 4)	3 (3, 4)	4 (3, 4)	2.5 (2, 4)	2.906	0.574
Yurtdışı	4 (0, 5)	1 (0, 3)	1 (0, 4)	3 (0, 4)	2 (1, 3)	3.701	0.448
Marka tescil / Patent başvuru / hukuk danışmanlığı	3 (2, 5)	2 (1, 4)	1 (0, 4)	1 (1, 1)	1.5 (0, 3)	5.532	0.237
Hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği	4 (3, 5)	3 (1, 4)	3 (1, 4)	3 (2, 4)	3.5 (2, 4)	4.704	0.319
Teknik destek	4 (3, 5)	2 (0, 4)	1 (1, 3)	3 (1, 4)	0.5 (0, 3)	6.169	0.187

Kruskal Wallis test, medyan (Q1: Birinci çeyreklik, Q3: Üçüncü çeyreklik) şeklinde raporlanmıştır.

Tablo 4.22’de girişimcilerin girişimci olarak tecrübelerine göre eğitim, mentorluk, ofis, laboratuvar, reklam, networking, yatırım/finans, yatırımcılarla görüşme, yurtdışı, marka tescil / patent başvuru / hukuk danışmanlığı hizmetlerinden, hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği yapabilme imkânından ve teknik alandaki desteklerden şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark saptanmamıştır ($p>0.05$).

Tablo 4.23’te H5b hipotezi test edilmiştir. Desteklerden fayda sağlama ile ilgili girişimcilerin çevrelerinde girişimci bulunması durumuna göre arasında anlamlı bir farklılık olan destekler aşağıda belirtilmiştir.

Tablo 4.23: Girişimcilerin aile ya da çevrelerinde girişimci bulunması durumuna göre hizmetlerin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeylerinin kıyaslanması.

	Aile ya da çevrede girişimci		z	p
	Var	Yok		
Eğitim	4 (3, 4)	4 (3, 5)	-2.079	0.038*
Mentorluk	4 (3, 5)	4 (4, 5)	-2.053	0.040*
Ofis	4 (3, 5)	4 (2, 5)	-0.550	0.582
Laboratuvar	0 (0, 1)	1 (0, 4)	-1.688	0.092
Reklam	2 (1, 3)	3 (1, 4)	-1.047	0.295
Networking	4 (3, 5)	4 (3, 5)	-1.605	0.109
Yatırım/Finans	3 (1, 4)	3 (2, 4)	-1.457	0.145
Yatırımcılarla görüşme	3 (2, 4)	4 (3, 5)	-2.401	0.016*
Yurtdışı	1 (0, 3)	3 (1, 4)	-1.984	0.047*
Marka tescil / Patent başvuru / Hukuk danışmanlığı	2 (0, 4)	2 (1, 4)	-0.918	0.359
Hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği	3 (1, 4)	4 (2, 4)	-1.786	0.074
Teknik destek	1.5 (0, 4)	2 (1, 4)	-1.239	0.215

Mann-Whitney U test, medyan (Q1: Birinci çeyreklik, Q3: Üçüncü çeyreklik) şeklinde raporlanmıştır.

*p<0.05

Tablo 4.23'te girişimcilerin aile ya da çevrelerinde girişimci olması durumuna göre ofis, laboratuvar, reklam, networking, yatırım/finans, marka tescil / patent başvuru / hukuk danışmanlığı hizmetlerinden, hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği yapabilme imkânından ve teknik alandaki desteklerden şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark saptanmamıştır (p>0.05). İncelenen duruma göre aralarında anlamlı bir farklılık bulunan destekler aşağıda belirtilmiştir.

Girişimcilerin aile ya da çevrelerinde girişimci olması durumuna göre eğitim hizmetinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu saptanmıştır (p:0.038). Aile ya da çevresinde girişimci olan girişimcilerin sağladığı fayda düzeyinin aile ya da çevresinde girişimci olmayan girişimcilerin sağladığı fayda düzeyinden düşük olduğu saptanmıştır.

Girişimcilerin aile ya da çevrelerinde girişimci olması durumuna göre mentorluk hizmetinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu saptanmıştır (p:0.040). Aile ya da çevresinde girişimci olan girişimcilerin sağladığı fayda düzeyinin aile ya da çevresinde girişimci olmayan girişimcilerin sağladığı fayda düzeyinden düşük olduğu saptanmıştır.

Girişimcilerin aile ya da çevrelerinde girişimci olması durumuna göre yatırımcılarla görüşme hizmetlerinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu saptanmıştır (p:0.016). Aile ya da çevresinde girişimci olan girişimcilerin sağladığı fayda düzeyinin aile ya da çevresinde girişimci olmayan girişimcilerin sağladığı fayda düzeyinden düşük olduğu saptanmıştır.

Girişimcilerin aile ya da çevrelerinde girişimci olması durumuna göre yurtdışı olanaklarının şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu saptanmıştır (p:0.047). Aile ya da çevresinde girişimci olan girişimcilerin sağladığı fayda düzeyinin aile ya da çevresinde girişimci olmayan girişimcilerin sağladığı fayda düzeyinden düşük olduğu saptanmıştır.

Tablo 4.24'te H6b hipotezi test edilmiştir. Desteklerden fayda sağlama ile ilgili şirkette istihdam edilen çalışan sayısına göre destekler arasında anlamlı bir farklılık saptanamamıştır.

Tablo 4.24'te şirkette istihdam edilen çalışan sayısına göre eğitim, mentorluk, ofis, laboratuvar, reklam, networking, yatırım/finans, yatırımcılarla görüşme, yurtdışı, marka tescil / patent başvuru / hukuk danışmanlığı hizmetlerinden, hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği yapabilme imkânından ve teknik alandaki desteklerden şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark saptanmamıştır (p>0.05).

Tablo 4.24: Şirkette istihdam edilen çalışan sayısına göre hizmetlerin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeylerinin kıyaslanması.

	Çalışan sayısı				χ^2	p
	0	1-3	4-5	6-20		
Eğitim	3.5 (3, 5)	4 (3, 4)	4 (3, 5)	3 (3, 5)	1.973	0.578
Mentorluk	4 (3.5, 4.5)	4 (3, 4)	4 (3, 5)	4 (4, 5)	1.069	0.785
Ofis	4 (2, 5)	4 (3, 4)	4 (4, 5)	4 (3, 5)	0.713	0.870
Laboratuvar	0 (0, 1)	0 (0, 2)	0 (0, 1)	1 (0, 3)	2.642	0.450
Reklam	2 (1, 3)	2 (1, 4)	2.5 (2, 5)	3 (1, 5)	2.031	0.566
Networking	4 (3, 5)	4 (2, 4)	3 (3, 5)	4 (3, 5)	3.794	0.285
Yatırım/Finans	3 (1, 4)	3 (2, 4)	2.5 (1, 5)	4 (2, 5)	1.147	0.766
Yatırımcılarla görüşme	3 (2, 4)	3 (2, 4)	3.5 (2, 5)	4 (3, 5)	2.153	0.541
Yurtdışı	1 (0, 3)	1 (0, 3)	1 (0, 3)	3 (1, 4)	3.644	0.303
Marka tescil / Patent başvuru / Hukuk danışmanlığı	2 (0, 3)	1 (1, 3)	2.5 (0, 3)	1 (1, 4)	1.521	0.677
Hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği	3 (1.5, 4)	3 (1, 4)	2 (2, 5)	3 (1, 5)	1.170	0.760
Teknik destek	1 (0, 3)	1 (1, 3)	0.5 (0, 2)	4 (1, 5)	7.166	0.067

Kruskal Wallis test, medyan (Q1: Birinci çeyreklik, Q3: Üçüncü çeyreklik) şeklinde raporlanmıştır.

Tablo 4.25’de H6d hipotezi test edilmiştir. Desteklerden fayda sağlama ile ilgili şirketin aylık cirosuna göre destekler arasında anlamlı bir farklılık saptanamamıştır.

Tablo 4.25’de şirketin aylık ortalama cirosuna göre eğitim, mentorluk, ofis, laboratuvar, reklam, networking, yatırım/finans, yatırımcılarla görüşme, yurtdışı, marka tescil / patent başvuru / hukuk danışmanlığı hizmetlerinden, hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği yapabilme imkânından ve teknik alandaki desteklerden şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark saptanamamıştır ($p > 0.05$).

Tablo 4.25: Şirketin aylık ortalama cirosuna göre hizmetlerin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeylerinin kıyaslanması.

	Aylık ciro					χ^2	p
	Satışa başlanmadı	100- 5000 TL	5000- 10000 TL	10000- 20000 TL	\geq 20000 TL		
Eğitim	3 (2, 4)	3 (3, 4)	4.5 (3, 5)	4 (3, 5)	4 (3, 5)	8.053	0.090
Mentorluk	4 (3, 4)	4 (3, 5)	4 (4, 5)	4 (2.5, 5)	4 (4, 5)	5.479	0.242
Ofis	4 (2, 5)	4 (3, 4)	4 (1, 4)	4 (3.5, 5)	4 (3, 5)	3.566	0.468
Laboratuvar	0.5 (0, 3)	0 (0, 1)	1 (0, 2)	0 (0, 2)	0 (0, 1)	3.575	0.467
Reklam	2 (1, 3)	2 (2, 4)	1.5 (1, 2)	2 (1.5, 4.5)	3 (1, 5)	3.498	0.478
Networking	4 (2, 4)	4 (3, 5)	4 (1, 5)	3.5 (3, 5)	4 (3, 5)	2.159	0.706
Yatırım/Finans	3 (2, 4)	3 (1, 4)	3 (1, 5)	2 (0, 3.5)	4 (2, 5)	3.858	0.426
Yatırımcılarla görüşme	3 (2, 4)	3 (2, 4)	3 (1, 5)	3 (1.5, 4)	4 (4, 5)	6.630	0.157
Yurtdışı	1.5 (0, 4)	1 (0, 4)	1 (0, 3)	1.5 (0, 3)	2 (0, 4)	2.189	0.701
Marka tescil / Patent başvuru / hukuk danışmanlığı	2 (0, 4)	1 (0, 3)	1 (1, 3)	2 (0, 3)	2 (1, 4)	2.684	0.612
Hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği	3 (2, 4)	4 (1, 4)	2.5 (1, 4)	2 (0.5, 3)	3 (1, 4)	2.939	0.568
Teknik destek	2 (0, 4)	1 (0, 3)	1.5 (1, 4)	1 (0, 3.5)	2 (1, 3)	2.572	0.632

Kruskal Wallis test, medyan (Q1: Birinci çeyreklik, Q3: Üçüncü çeyreklik) şeklinde raporlanmıştır.

Tablo 4.26’da H7b hipotezi test edilmiştir. Desteklerden fayda sağlama ile ilgili şirketin ihracat durumuna göre arasında anlamlı bir farklılık olan destekler aşağıda belirtilmiştir.

Şirketin ihracat yapma durumuna göre eğitim, ofis, reklam, networking, yatırım/finans, yurtdışı, marka tescil / patent başvuru / hukuk danışmanlığı hizmetlerinden, hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği yapabilme imkânından ve teknik alandaki desteklerden şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark saptanmamıştır ($p > 0.05$). İhracat durumuna göre aralarında anlamlı bir farklılık bulunana destekler aşağıda belirtilmiştir.

Tablo 4.26: Şirketin ihracat yapma durumuna göre hizmetlerin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeylerinin kıyaslanması.

	İhracat		z	p
	Yok	Var		
Eğitim	4 (3, 5)	4 (3, 5)	-1.532	0.125
Mentorluk	4 (3, 4)	5 (4, 5)	-2.060	0.039*
Ofis	4 (3, 5)	3 (1, 4)	-1.347	0.178
Laboratuvar	0 (0, 2)	0 (0, 0)	-2.120	0.034*
Reklam	2 (1, 4)	2 (1, 3)	-1.335	0.182
Networking	4 (3, 5)	4 (3, 5)	-1.394	0.163
Yatırım/Finans	3 (1, 4)	4 (2, 5)	-1.115	0.265
Yatırımcılarla görüşme	3 (2, 4)	4 (4, 5)	-2.665	0.008**
Yurtdışı	1 (0, 3)	2 (0, 5)	-1.108	0.268
Marka tescil / Patent başvuru / Hukuk danışmanlığı	2 (0, 3)	1 (0, 2)	-1.201	0.230
Hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği	3 (1, 4)	3 (1, 4)	-0.827	0.408
Teknik destek	1 (0, 4)	2 (0, 3)	-0.031	0.975

Mann-Whitney U test, medyan (Q1: Birinci çeyreklik, Q3: Üçüncü çeyreklik) şeklinde raporlanmıştır.

*p<0.05

**p<0.01

Tablo 4.26’da şirketin ihracat yapma durumuna göre mentorluk hizmetinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu saptanmıştır (p:0.039). İhracat yapan şirketlerin sağladığı fayda düzeyinin ihracat yapmayan şirketlerin sağladığı düzeyden yüksek olduğu saptanmıştır.

Şirketin ihracat yapma durumuna göre laboratuvar hizmetlerinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu saptanmıştır (p:0.039). İhracat yapan şirketlerin sağladığı fayda düzeyinin ihracat yapmayan şirketlerin sağladığı düzeyden düşük olduğu saptanmıştır.

Şirketin ihracat yapma durumuna göre yatırımcılarla görüşme hizmetlerinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu saptanmıştır

(p:0.008). İhracat yapan şirketlerin sağladığı fayda düzeyinin ihracat yapmayan şirketlerin sağladığı düzeyden yüksek olduğu saptanmıştır.

Tablo 4.27’de H8b hipotezi test edilmiştir. Desteklerden fayda sağlama ile ilgili şirketin rekabet durumuna göre destekler arasında anlamlı bir farklılık saptanamamıştır.

Tablo 4.27: Şirketin bulunduğu sektördeki rekabet durumuna göre hizmetlerin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeylerinin kıyaslanması.

	Rekabet durumu					χ^2	p
	Çok düşük	Düşük	Orta	Yüksek	Çok yüksek		
Eğitim	3 (2, 5)	3 (3, 4)	3 (3, 5)	4 (3, 5)	4 (4, 5)	1.921	0.750
Mentorluk	4 (3, 4)	5 (4, 5)	4 (4, 5)	4 (3, 4)	4 (4, 5)	4.303	0.367
Ofis	4 (3, 5)	3 (2, 4)	4 (2, 4)	4 (3, 5)	4 (3, 4)	5.418	0.247
Laboratuvar	1 (0, 3)	0 (0, 2)	0 (0, 1)	0 (0, 1)	1 (0, 1)	2.063	0.724
Reklam	3 (2, 4)	2 (1, 4)	2 (1, 4)	3 (1, 4)	2 (1, 3)	3.651	0.455
Networking	4 (3, 4)	4 (2, 5)	4 (2, 4)	4 (3, 5)	4 (3, 5)	1.500	0.827
Yatırım/Finans	4 (3, 4)	3 (2, 4)	3 (2, 4)	2 (1, 4)	2 (1, 4)	3.325	0.505
Yatırımcılarla görüşme	4 (3, 4)	4 (3, 4)	3.5 (2, 4)	3 (3, 4)	3 (2, 5)	1.337	0.855
Yurtdışı	2 (1, 4)	2 (0, 4)	1 (0, 3)	1 (0, 3)	2 (1, 3)	2.535	0.638
Marka tescil / Patent başvuru / hukuk danışmanlığı	3 (1, 4)	1 (0, 3)	1 (0, 3)	1 (0, 3)	2 (1, 2)	1.063	0.900
Hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği	4 (3, 5)	4 (2, 4)	3 (1, 4)	2 (1, 4)	2 (2, 4)	7.067	0.132
Teknik destek	3 (1, 4)	1 (0, 4)	1 (0, 3)	2 (0, 3)	1 (1, 3)	0.665	0.956

Kruskal Wallis test, medyan (Q1: Birinci çeyreklik, Q3: Üçüncü çeyreklik) şeklinde raporlanmıştır.

Tablo 4.27’de şirketin bulunduğu sektördeki rekabet durumuna göre eğitim, mentorluk, ofis, laboratuvar, reklam, networking, yatırım/finans, yatırımcılarla görüşme, yurtdışı, marka tescil / patent başvuru / hukuk danışmanlığı hizmetlerinden, hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği yapabilme imkânından ve teknik alandaki desteklerden şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyleri bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark saptanamamıştır (p>0.05).

4.4 REGRESYON MODELLERİ

4.4.1. Girişimci Verilerine Göre Hizmetlerden Yararlanma Etkilerinin İncelenmesi

Girişimciye ait verilerinin, hizmetlerden yararlanma düzeyleri üzerine etkilerinin değerlendirilmesinde GLMM (generalized linear mixed models) kullanılmıştır. Tek değişkenli analizlerde her hizmet üzerine etki eden faktörler tek tek değerlendirilmiştir. Modellerde ise birden fazla faktörün yararlanma düzeylerine olan etkilerinin birlikte incelenmesi hedeflenmiştir. Modellere hizmetler bağımlı değişken olarak dâhil edilirken, tek değişkenli analizlerde istatistiksel olarak anlamlı ($p < 0.05$) etkileri olduğu gözlenen faktörler ise bağımsız değişken olarak dâhil edilmiştir.

4.4.1.1. Eğitim Hizmeti

Tek değişkenli analizlerde girişimcilerin eğitim hizmetinden yararlanma düzeyleri üzerine hiçbir demografik faktörün etkisi istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. Bu nedenle bu değişken için herhangi bir model oluşturulmamıştır.

4.4.1.2. Mentorluk Hizmeti

Tek değişkenli analizlerde girişimcilerin mentorluk hizmetinden yararlanma düzeyleri üzerine hiçbir demografik faktörün etkisi istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. Bu nedenle bu değişken için herhangi bir model oluşturulmamıştır.

4.4.1.3. Ofis Hizmetleri

Tek değişkenli analizlerde girişimcilerin ofis hizmetinden yararlanma düzeyleri üzerine yaş ve aile ya da çevrede girişimci olmasının etkileri istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Tablo 4.28'de görülebileceği üzere bu iki değişkenin bağımsız değişkenler olarak dâhil edildiği modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır ($F:3.555$, $p:0.009$). Modelde yaş ve aile ya da çevrede girişimci olması durumunun etkilerinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır (sırasıyla, $p:0.026$, $p:0.045$). Yaş değişkeni için ikili değerlendirmeler incelendiğinde, 25 yaş altı girişimcilerin yararlanma düzeylerinin hem 31-35 yaş arası hem de 35 yaş üstü girişimcilerin yararlanma düzeylerinden yüksek olduğu saptanmıştır (sırasıyla, $p:0.032$, $p:0.014$). Yaşı 26-30 arası olan girişimcilerin yararlanma düzeylerinin ise 35 yaş üstü girişimcilerin yararlanma düzeylerinden yüksek olduğu saptanmıştır ($p:0.048$).

Tablo 4.28: Ofis hizmetinden yararlanma düzeylerine etki eden faktörleri belirlemek için oluşturulan modele ilişkin bilgiler.

	Beta	t	p	Beta için %95 GA
Sabit (Intercept)	3.485	9.313	<0.001**	2.744, 4.226
Yaş (<25)	0.971	2.498	0.014*	0.201, 1.740
Yaş (26-30)	0.802	1.993	0.048*	0.005, 1.598
Yaş (31-35)	0.378	0.856	0.394	-0.496, 1.251
Yaş (>35)	-	-	-	-
Aile ya da çevrede girişimci (Var)	0.470	2.021	0.045*	0.010, 0.930

4.4.1.4. Laboratuvar Hizmetleri

Tek değişkenli analizlerde girişimcilerin laboratuvar hizmetinden yararlanma düzeyleri üzerine hiçbir demografik faktörün etkisi istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. Bu nedenle bu değişken için herhangi bir model oluşturulmamıştır.

4.4.1.5. Reklam Hizmetleri

Tek değişkenli analizlerde girişimcilerin reklam hizmetinden yararlanma düzeyleri üzerine hiçbir demografik faktörün etkisi istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. Bu nedenle bu değişken için herhangi bir model oluşturulmamıştır.

4.4.1.6. Networking Hizmetleri

Tek değişkenli analizlerde girişimcilerin networking hizmetinden yararlanma düzeyleri üzerine sadece başka firmalardaki iş tecrübesinin istatistiksel olarak anlamlı etkisi olduğu saptanmıştır. Bu nedenle bu değişken için herhangi bir model oluşturulmamıştır.

4.4.1.7. Yatırım/Finans Hizmetleri

Tek değişkenli analizlerde girişimcilerin yatırım/reklam hizmetinden yararlanma düzeyleri üzerine hiçbir demografik faktörün etkisi istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. Bu nedenle bu değişken için herhangi bir model oluşturulmamıştır.

4.4.1.8. Yatırımcılarla Görüşme Hizmetleri

Tek değişkenli analizlerde girişimcilerin yatırımcılarla görüşme hizmetinden yararlanma düzeyleri üzerine hiçbir demografik faktörün etkisi istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. Bu nedenle bu değişken için herhangi bir model oluşturulmamıştır.

4.4.1.9. Yurtdışı Olanakları

Tek değişkenli analizlerde girişimcilerin yurtdışı olanaklarından yararlanma düzeyleri üzerine yaş ve başka firmalardaki tecrübenin etkileri istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Tablo 4.29'de görülebileceği üzere bu iki değişkenin bağımsız değişkenler olarak dâhil edildiği modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır (F:3.812, p:0.001). Modelde yaş ve başka firmalardaki tecrübenin etkilerinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır (sırasıyla, p:0.034, p:0.036). Yaş değişkeni için ikili değerlendirmeler incelendiğinde, 31-35 yaş arası girişimcilerin yararlanma düzeylerinin hem 25 yaş altı hem de 26-30 yaş arası girişimcilerin yararlanma düzeylerinden düşük olduğu saptanmıştır (sırasıyla, p:0.006, p:0.011).

Tablo 4.29: Yurtdışı olanaklarından yararlanma düzeylerine etki eden faktörleri belirlemek için oluşturulan modele ilişkin bilgiler.

	Beta	t	p	Beta için %95 GA
Sabit (Intercept)	1.625	4.124	<0.001**	0.845, 2.405
Yaş (<25)	-	-	-	-
Yaş (26-30)	-0.212	-0.546	0.586	-0.981, 0.556
Yaş (31-35)	-1.323	-2.798	0.006**	-2.259, -0.386
Yaş (>35)	-1.068	-1.595	0.113	-2.395, 0.258
Başka firma tecrübe (Hiç Yok)	-0.023	-0.032	0.974	-1.419, 1.374
Başka firma tecrübe (1-2 yıl)	0.250	0.455	0.650	-0.840, 1.341
Başka firma tecrübe (3-5 yıl)	-0.665	-1.289	0.200	-1.688, 0.357
Başka firma tecrübe (6-7 yıl)	-1.090	-2.035	0.044*	-2.150, -0.029
Başka firma tecrübe (8 yıl ve üzeri)	-	-	-	-

Tablo 4.29'a göre başka firmalardaki tecrübe değişkeni için ikili değerlendirmeler incelendiğinde, 1-2 yıl arası tecrübesi olan girişimcilerin yararlanma düzeylerinin hem 3-5 yıl arası hem de 6-7 yıl arası tecrübesi olan girişimcilerin yararlanma düzeylerinden yüksek olduğu saptanmıştır (sırasıyla, p:0.045, p:0.008). Başka firmalarda 8 yıl ve daha fazla tecrübesi olan girişimcilerin yararlanma düzeylerinin 6-7 yıl arası tecrübesi olan girişimcilerin yararlanma düzeylerinden yüksek olduğu saptanmıştır (p:0.044).

4.4.1.10. Marka Tescil / Patent Başvuru / Hukuk Danışmanlığı Hizmetleri

Tek değişkenli analizlerde girişimcilerin marka tescil / patent başvuru / hukuk danışmanlığı hizmetlerinden yararlanma düzeyleri üzerine yaş ve eğitim düzeyinin etkileri istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Tablo 4.30'da görülebileceği üzere bu iki değişkenin bağımsız değişkenler olarak dâhil edildiği modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır (F:5.230, p<0.001). Modelde eğitim düzeyinin etkisinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır (p:0.022). Yaşın etkisi ise istatistiksel olarak anlamsız bulunmuştur (p:0.320). Eğitim düzeyine ilişkin ikili değerlendirmeler incelendiğinde, eğitim düzeyi lisans olan girişimcilerin yararlanma düzeylerinin lisans sonrası olan girişimcilerin yararlanma düzeylerinden daha yüksek olduğu saptanmıştır (p:0.006).

Tablo 4.30: Marka tescil / Patent başvuru / Hukuk danışmanlığı hizmetlerinden yararlanma düzeylerine etki eden faktörleri belirlemek için oluşturulan modele ilişkin bilgiler.

	Beta	t	p	Beta için %95 GA
Sabit (Intercept)	1.177	2.830	0.005**	0.353, 2.000
Yaş (<25)	0.790	1.439	0.153	-0.297, 1.876
Yaş (26-30)	0.400	0.781	0.436	-0.613, 1.412
Yaş (31-35)	0.086	0.164	0.870	-0.948, 1.120
Yaş (>35)	-	-	-	-
Eğitim (Lisans öncesi)	0.745	1.580	0.117	-0.189, 1.679
Eğitim (Lisans)	0.919	2.809	0.006**	0.271, 1.566
Eğitim (Lisans sonrası)	-	-	-	-

4.4.1.11. Hızlandırıcıyı Destekleyen Kuruluşlarla İşbirliği Yapabilme İmkânı

Tek değişkenli analizlerde girişimcilerin hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği yapabilme imkânından yararlanma düzeyleri üzerine yaş ve eğitim düzeyinin etkileri istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Bu iki değişkenin bağımsız değişkenler olarak dâhil edildiği modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır (F:5.230, $p<0.001$). Model anlamlı olmasına rağmen modelde yaş veya eğitim düzeyinin etkileri istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır (sırasıyla, $p:0.128$, $p:0.173$).

4.4.1.12. Teknik Alandaki Destekler

Tek değişkenli analizlerde girişimcilerin teknik alandaki desteklerden yararlanma düzeyleri üzerine yaş ve eğitim düzeyinin etkileri istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Tablo 4.31’de görülebileceği üzere bu iki değişkenin bağımsız değişkenler olarak dâhil edildiği modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır (F:4.697, $p:0.001$). Modelde yaş ve eğitim düzeyinin etkilerinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır (sırasıyla, $p:0.008$, $p:0.024$).

Tablo 4.31: Teknik alandaki desteklerden yararlanma düzeylerine etki eden faktörleri belirlemek için oluşturulan modele ilişkin bilgiler.

	Beta	t	p	Beta için %95 GA
Sabit (Intercept)	1.198	2.619	0.010*	0.292, 2.104
Yaş (<25)	0.279	0.504	0.615	-0.817, 1.375
Yaş (26-30)	1.084	2.162	0.033*	0.091, 2.076
Yaş (31-35)	0.051	0.097	0.923	-0.978, 1.079
Yaş (>35)	-	-	-	-
Eğitim (Lisans öncesi)	0.747	1.444	0.151	-0.277, 1.771
Eğitim (Lisans)	0.869	2.775	0.006**	0.249, 1.489
Eğitim (Lisans sonrası)	-	-	-	-

Tablo 4.31’e göre yaş değişkeni için ikili değerlendirmeler incelendiğinde, 26-30 yaş arası girişimcilerin yararlanma düzeylerinin 25 yaş altı, 31-35 yaş arası ve 35 yaş üstü girişimcilerin yararlanma düzeylerinden düşük olduğu saptanmıştır (sırasıyla, $p:0.028$, $p:0.003$, $p:0.033$).

Eğitim düzeyine ilişkin ikili değerlendirmeler incelendiğinde, eğitim düzeyi lisans olan girişimcilerin yararlanma düzeylerinin lisans sonrası olan girişimcilerin yararlanma düzeylerinden daha yüksek olduğu saptanmıştır (p:0.006).

4.4.2. Şirket Verilerine Göre Hizmetlerden Yararlanma Etkilerinin İncelenmesi

Şirkete ait verilerinin, hizmetlerden yararlanma düzeyleri üzerine etkilerinin değerlendirilmesinde GLMM (generalized linear mixed models) kullanılmıştır. Tek değişkenli analizlerde her hizmet üzerine etki eden faktörler tek tek değerlendirilmiştir. Modellerde ise birden fazla faktörün yararlanma düzeylerine olan etkilerinin birlikte incelenmesi hedeflenmiştir. Modellere hizmetler bağımlı değişken olarak dâhil edilirken, tek değişkenli analizlerde istatistiksel olarak anlamlı (p<0.05) etkileri olduğu gözlenen faktörler ise bağımsız değişken olarak dâhil edilmiştir.

Tek değişkenli analizlerde girişimcilerin tüm hizmet ve destekleri kullanma ve bunlardan yararlanma düzeyleri zerine Şirkete ait hiçbir faktörün etkisi istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. Bu nedenle bu değişkenler için herhangi bir model oluşturulmamıştır.

4.4.3. Girişimci Verilerine Göre Hizmetlerin Şirket Gelişimine Sağladığı Fayda Düzeylerinin Etkilerinin İncelenmesi

Girişimciye ait verilerin, hizmetlerden Şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyleri üzerine etkilerinin değerlendirilmesinde GLMM (generalized linear mixed models) kullanılmıştır. Tek değişkenli analizlerde her hizmet üzerine etki eden faktörler tek tek değerlendirilmiştir. Modellerde ise birden fazla faktörün sağlanan fayda düzeylerine olan etkilerinin birlikte incelenmesi hedeflenmiştir. Modellere hizmetler bağımlı değişken olarak dâhil edilirken, tek değişkenli analizlerde istatistiksel olarak anlamlı (p<0.05) etkileri olduğu gözlenen faktörler ise bağımsız değişken olarak dâhil edilmiştir.

4.4.3.1 Eğitim Hizmeti

Tek değişkenli analizlerde, eğitim hizmetinin Şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyi üzerine eğitim durumu ve aile ya da ęevrede girişimci olmasının etkileri istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Tablo 4.32’de görülebileceği üzere bu iki değişkenin bağımsız değişkenler olarak dâhil edildiği modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır (F:4.722, p:0.005). Modelde eğitim durumunun etkisi anlamlı bulunurken, aile ya da ęevrede girişimci olması

durumunun etkisinin anlamsız olduğu saptanmıştır (sırasıyla, p:0.006, p:0.156). Eğitim düzeyine ilişkin ikili değerlendirmeler incelendiğinde, eğitim düzeyi lisans öncesi olan girişimcilerde eğitim hizmetinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyinin eğitim düzeyi hem lisans hem de lisans sonrası olan girişimcilerde sağladığı fayda düzeyinden daha yüksek olduğu saptanmıştır (sırasıyla, p:0.038, p:0.001). Benzer şekilde eğitim düzeyi lisans olan girişimcilerde eğitim hizmetinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyinin eğitim düzeyi lisans sonrası olan girişimcilerde sağladığı fayda düzeyinden daha yüksek olduğu saptanmıştır (p:0.049).

Tablo 4.32: Eğitim hizmetlerinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyine etki eden faktörleri belirlemek için oluşturulan modele ilişkin bilgiler.

	Beta	t	p	Beta için %95 GA
Sabit (Intercept)	1.499	22.557	<0.001**	1.363, 1.636
Eğitim (Lisans öncesi)	-	-	-	-
Eğitim (Lisans)	-0.143	-2.273	0.032*	-0.272, -0.013
Eğitim (Lisans sonrası)	-0.308	-3.193	0.002**	-0.500, -0.116
Aile ya da çevrede girişimci (Var)	-0.089	-1.429	0.156	-0.213, 0.035

4.4.3.2. Mentorluk Hizmeti

Tek değişkenli analizlerde girişimcilerin mentorluk hizmetinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyi üzerine yaş ve aile ya da çevrede girişimci olmasının etkileri istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Tablo 4.33'te görülebileceği üzere bu iki değişkenin bağımsız değişkenler olarak dâhil edildiği modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır (F:5.075, p:0.001). Modelde yaş ve aile ya da çevrede girişimci olması durumunun etkilerinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır (sırasıyla, p:0.007, p:0.005). Yaşa ilişkin ikili değerlendirmeler incelendiğinde, 26-30 yaş arası girişimcilerde mentorluk hizmetinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyinin hem yaşı 31-35 arası olan ve hem de 35 yaş üstü olan girişimcilerde sağladığı fayda düzeyinden daha yüksek olduğu saptanmıştır (sırasıyla, p:0.002, p:0.048). Benzer şekilde yaşı 25 altı olan girişimcilerde mentorluk hizmetinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyinin yaşı 31-35 arası olan girişimcilerde sağladığı fayda düzeyinden daha yüksek olduğu saptanmıştır (p:0.026). Aile ya da çevresinde girişimci olmayan girişimcilerde mentorluk

hizmetinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyinin aile ya da çevresinde girişimci olan girişimcilerde sağladığı fayda düzeyinden daha yüksek olduğu saptanmıştır (p:0.005).

Tablo 4.33: Mentorluk hizmetlerinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyine etki eden faktörleri belirlemek için oluşturulan modele ilişkin bilgiler.

	Beta	t	p	Beta için %95 GA
Sabit (Intercept)	4.449	22.159	<0.001**	4.046, 4.852
Yaş (<25)	-	-	-	-
Yaş (26-30)	0.141	0.646	0.521	-0.294, 0.576
Yaş (31-35)	-0.673	-2.261	0.026*	-1.263, -0.084
Yaş (>35)	-0.613	-1.498	0.137	-1.423, 0.197
Aile ya da çevrede girişimci (Var)	-0.547	-2.933	0.005**	-0.920, -0.174

4.4.3.3. Ofis Hizmetleri

Tek değişkenli analizlerde girişimcilerin ofis hizmetinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyi üzerine sadece aile ya da çevrede girişimci olması durumunun istatistiksel olarak anlamlı etkisi olduğu saptanmıştır. Bu nedenle bu değişken için herhangi bir model oluşturulmamıştır.

4.4.3.4. Laboratuvar Hizmetleri

Tek değişkenli analizlerde girişimcilerin laboratuvar hizmetinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyi üzerine sadece aile ya da çevrede girişimci olması durumunun istatistiksel olarak anlamlı etkisi olduğu saptanmıştır. Bu nedenle bu değişken için herhangi bir model oluşturulmamıştır.

4.4.3.5. Reklam Hizmetleri

Tek değişkenli analizlerde girişimcilerin reklam hizmetinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyi üzerine yaş ve eğitim durumunun etkileri istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Tablo 4.34'te görülebileceği üzere bu iki değişkenin bağımsız değişkenler olarak dâhil edildiği modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır (F:4.585, p:0.001). Modelde yaş ve eğitim durumunun etkilerinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır (sırasıyla,

p:0.049, p:0.021). Yaşa ilişkin ikili değerlendirmeler incelendiğinde, 31-35 yaş arası girişimcilerde reklam hizmetinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyinin hem 25 yaş altı hem de 26-30 yaş arası olan girişimcilerde sağladığı fayda düzeyinden daha düşük olduğu saptanmıştır (sırasıyla, p:0.045, p:0.010). Eğitim düzeyine ilişkin ikili değerlendirmeler incelendiğinde, eğitim düzeyi lisans olan girişimcilerde reklam hizmetinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyinin eğitim düzeyi lisans öncesi olan girişimcilerde sağladığı fayda düzeyinden daha yüksek olduğu saptanmıştır (p:0.007).

Tablo 4.34: Reklam hizmetlerinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyine etki eden faktörleri belirlemek için oluşturulan modele ilişkin bilgiler.

	Beta	t	p	Beta için %95 GA
Sabit (Intercept)	1.684	4.422	<0.001**	0.926, 2.443
Yaş (<25)	-	-	-	-
Yaş (26-30)	0.197	0.509	0.612	-0.570, 0.965
Yaş (31-35)	-0.742	-2.042	0.045*	-1.467, -0.017
Yaş (>35)	-0.375	-0.713	0.477	-1.415, 0.666
Eğitim (Lisans öncesi)	-	-	-	-
Eğitim (Lisans)	1.179	2.756	0.007**	0.330, 2.027
Eğitim (Lisans sonrası)	0.725	1.535	0.129	-0.216, 1.665

4.4.3.6. Networking Hizmetleri

Tek değişkenli analizlerde girişimcilerin networking hizmetinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyi üzerine sadece aile ya da çevrede girişimci olması durumunun istatistiksel olarak anlamlı etkisi olduğu saptanmıştır. Bu nedenle bu değişken için herhangi bir model oluşturulmamıştır.

4.4.3.7. Yatırım/Finans Hizmetleri

Tek değişkenli analizlerde girişimcilerin yatırım/reklam hizmetinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyi üzerine sadece aile ya da çevrede girişimci olması durumunun istatistiksel olarak

anlamli etkisi olduğu saptanmıştır. Bu nedenle bu değişken için herhangi bir model oluşturulmamıştır.

4.4.3.8. Yatırımcılarla Görüşme Hizmetleri

Tek değişkenli analizlerde girişimcilerin yatırımcılarla görüşme hizmetinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyi üzerine sadece aile ya da çevrede girişimci olması durumunun istatistiksel olarak anlamlı etkisi olduğu saptanmıştır. Bu nedenle bu değişken için herhangi bir model oluşturulmamıştır.

4.4.3.9. Yurtdışı Olanakları

Tek değişkenli analizlerde girişimcilerin yurtdışı olanaklarından yararlanmanın şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyi üzerine yaş ve aile ya da çevrede girişimci olmasının etkileri istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur.

Tablo 4.35: Yurtdışı olanaklarının şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyine etki eden faktörleri belirlemek için oluşturulan modele ilişkin bilgiler.

	Beta	t	p	Beta için %95 GA
Sabit (Intercept)	2.587	6.100	<0.001**	1.747, 3.426
Yaş (<25)	-	-	-	-
Yaş (26-30)	0.127	0.293	0.770	-0.729, 0.983
Yaş (31-35)	-1.084	-2.578	0.012*	-1.922, -0.247
Yaş (>35)	0.102	0.175	0.862	-1.057, 1.262
Aile ya da çevrede girişimci (Var)	-0.628	-1.728	0.087	-1.347, 0.092

Tablo 4.35'te görülebileceği üzere bu iki değişkenin bağımsız değişkenler olarak dâhil edildiği modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır (F:4.270, p:0.003). Modelde yaş değişkeninin etkisi istatistiksel olarak anlamlı bulunurken, aile ya da çevrede girişimci olması durumunun etkisinin anlamsız olduğu saptanmıştır (sırasıyla, p:0.015, p:0.087). Yaşa ilişkin ikili değerlendirmeler incelendiğinde, 31-35 yaş arası girişimcilerde yurtdışı olanaklarından yararlanmanın şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyinin 25 yaş altı, 26-30 yaş arası ve 35 yaş

üstü olan girişimcilerde sağladığı fayda düzeyinden daha yüksek olduğu saptanmıştır (sırasıyla, p:0.012, p:0.005, p:0.041).

4.4.3.10 Marka Tescil / Patent Başvuru / Hukuk Danışmanlığı Hizmetleri

Tek değişkenli analizlerde girişimcilerin marka tescil / patent başvuru / hukuk danışmanlığı hizmetinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyi üzerine yaş ve eğitim durumunun etkileri istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Tablo 4.36'da görülebileceği üzere bu iki değişkenin bağımsız değişkenler olarak dâhil edildiği modelin istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır (F:4.585, p:0.001). Modelde eğitim durumunun etkisi istatistiksel olarak anlamlı bulunurken, yaşın etkisinin anlamsız olduğu saptanmıştır (sırasıyla, p:0.017, p:0.183). Eğitim düzeyine ilişkin ikili değerlendirmeler incelendiğinde, eğitim düzeyi lisans olan girişimcilerde marka tescil / patent başvuru / hukuk danışmanlığı hizmetinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyinin eğitim düzeyi lisans sonrası olan girişimcilerde sağladığı fayda düzeyinden daha yüksek olduğu saptanmıştır (p:0.008).

Tablo 4.36: Marka tescil / Patent başvuru / Hukuk danışmanlığı hizmetlerinin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyine etki eden faktörleri belirlemek için oluşturulan modele ilişkin bilgiler.

	Beta	t	p	Beta için %95 GA
Sabit (Intercept)	1.367	3.057	0.003**	0.480, 2.255
Yaş (<25)	0.591	1.018	0.311	-0.559, 1.741
Yaş (26-30)	0.158	0.286	0.775	-0.933, 1.249
Yaş (31-35)	-0.320	-0.588	0.557	-1.399, 0.758
Yaş (>35)	-	-	-	-
Eğitim (Lisans öncesi)	0.235	0.408	0.684	-0.908, 1.379
Eğitim (Lisans)	0.984	2.720	0.008**	0.263, 1.705
Eğitim (Lisans sonrası)	-	-	-	-

4.4.3.11. Hızlandırıcıyı Destekleyen Kuruluşlarla İşbirliği Yapabilme İmkânı

Tek değişkenli analizlerde girişimcilerin hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği yapabilme imkânının şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyi üzerine sadece aile ya da çevrede

girişimci olması durumunun istatistiksel olarak anlamlı etkisi olduğu saptanmıştır. Bu nedenle bu değişken için herhangi bir model oluşturulmamıştır.

4.4.3.12. Teknik Alandaki Destekler

Tek değişkenli analizlerde girişimcilerin teknik alandaki desteklerden yararlanmasının şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyi üzerine sadece aile ya da çevrede girişimci olması durumunun istatistiksel olarak anlamlı etkisi olduğu saptanmıştır. Bu nedenle bu değişken için herhangi bir model oluşturulmamıştır.

4.4.4. Şirket Verilerine Göre Hizmetlerin Şirket Gelişimine Sağladığı Fayda Düzeylerinin Etkilerinin İncelenmesi

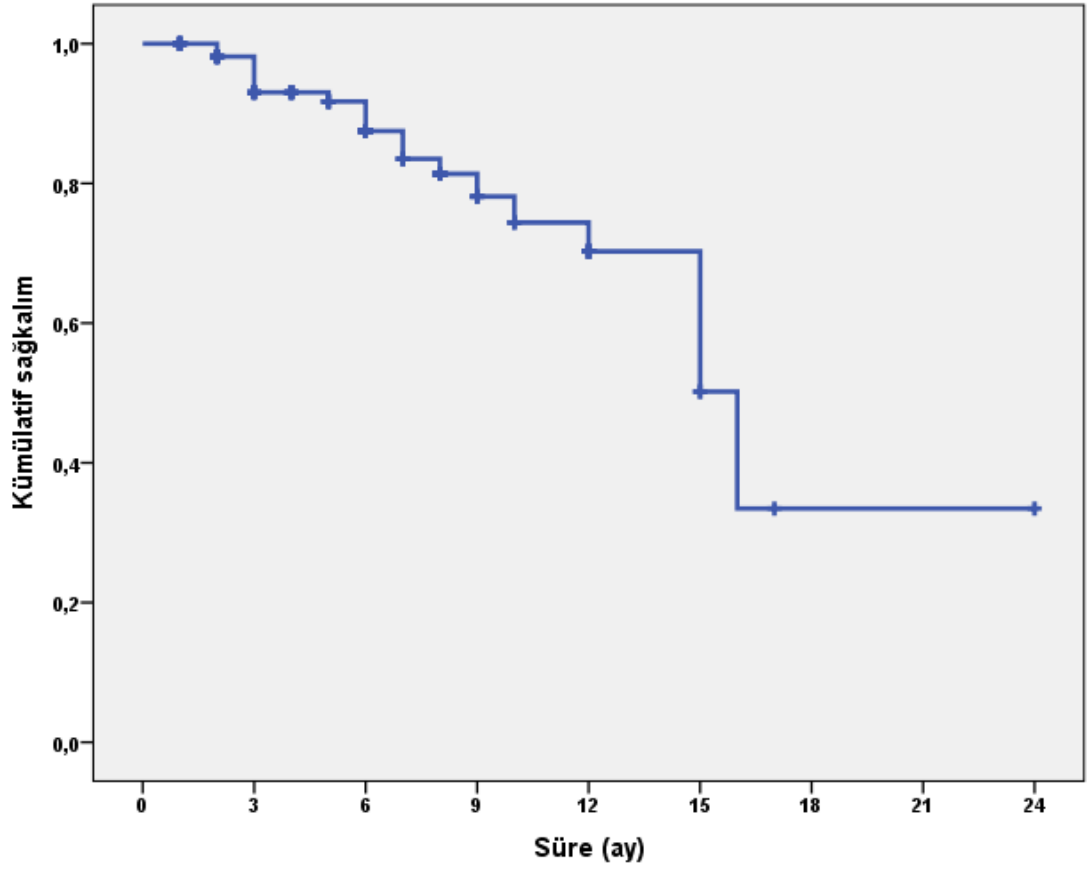
Şirkete ait verilerinin, hizmetlerin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyleri üzerine etkilerinin değerlendirilmesinde GLMM (generalized linear mixed models) kullanılmıştır. Tek değişkenli analizlerde her hizmet üzerine etki eden faktörler tek tek değerlendirilmiştir. Modellerde ise birden fazla faktörün sağlanan fayda düzeylerine olan etkilerinin birlikte incelenmesi hedeflenmiştir. Modellere hizmetler bağımlı değişken olarak dâhil edilirken, tek değişkenli analizlerde istatistiksel olarak anlamlı ($p < 0.05$) etkileri olduğu gözlenen faktörler ise bağımsız değişken olarak dâhil edilmiştir.

Tek değişkenli analizlerde girişimcilerin aldığı tüm hizmet ve desteklerin şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyi üzerine şirkete ait hiçbir faktörün etkisi istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. Bu nedenle bu değişken için herhangi bir model oluşturulmamıştır.

Bir sonraki bölümde girişimcilerin hızlandırıcı programdan ayrılma oranlarına etki eden nedenleri incelemek amacıyla yapılan Kaplan-Meier analizi detaylıca anlatılmıştır.

4.5 KAPLAN-MEIER ANALİZLERİ

Şirket kuruluş tarihi hakkında bilgi sahibi olunan 125 girişimciden elde edilen veriler kullanılarak girişimcilere ve şirketlere ait verilerin, hızlandırıcıdan ayrılma oranları üzerine olan etkileri Kaplan-Meier analizi ile incelenmiştir. Bu analizlerde istatistiksel anlamlılık $p < 0.05$ olarak kabul edilmiştir. Yapılan değerlendirme sonucunda bu girişimcilerin %16'sının ($n=20$) hızlandırıcıdan ayrıldığı saptanmıştır. Ortalama sürenin 15.84 ay olduğu gözlenmiştir. Aşağıdaki şekil 4.15'te bu görülmektedir.



Şekil 4.15: Kaplan-Meier analizi.

Tablo 4.37: Girişimciye ait verilerin hızlandırıcıdan ayrılma üzerine etkilerinin incelenmesi.

		N	Ayrılan sayısı	Ayrılmama yüzdesi	Ortalama süre	χ^2	p
Cinsiyet	Kadın	22	3	86.4	13.05	0.159	0.690
	Erkek	103	17	83.5	15.35		
Yaş	<25	40	5	87.5	14.12	0.731	0.866
	26-30	42	8	81	14.90		
	31-35	27	5	81.5	14.02		
	>35	16	2	87.5	11.10		
Eğitim	Lisans öncesi	16	5	68.8	12.71	2.563	0.278
	Lisans	82	9	89	17.79		
	Lisans sonrası	27	6	77.8	11.32		
Başka firmalardaki iş tecrübesi	Hiç yok	15	4	73.3	13.61	1.807	0.771
	1-2 yıl	25	5	80	11.44		
	3-5 yıl	28	3	89.3	10.62		
	6-7 yıl	14	2	85.7	10.50		
	≥8 yıl	43	6	86	14.43		
Girişimci olarak tecrübe	Hiç yok	15	0	100	±	3.934	0.415
	1-2 yıl	66	11	83.3	13.64		
	3-5 yıl	33	7	78.8	14.91		
	6-7 yıl	5	1	80	7.00		
	≥8 yıl	6	1	83.3	3.67		
Aile ya da çevrede girişimci	Var	86	16	81.4	13.04	2.108	0.147
	Yok	39	4	89.7	19.71		

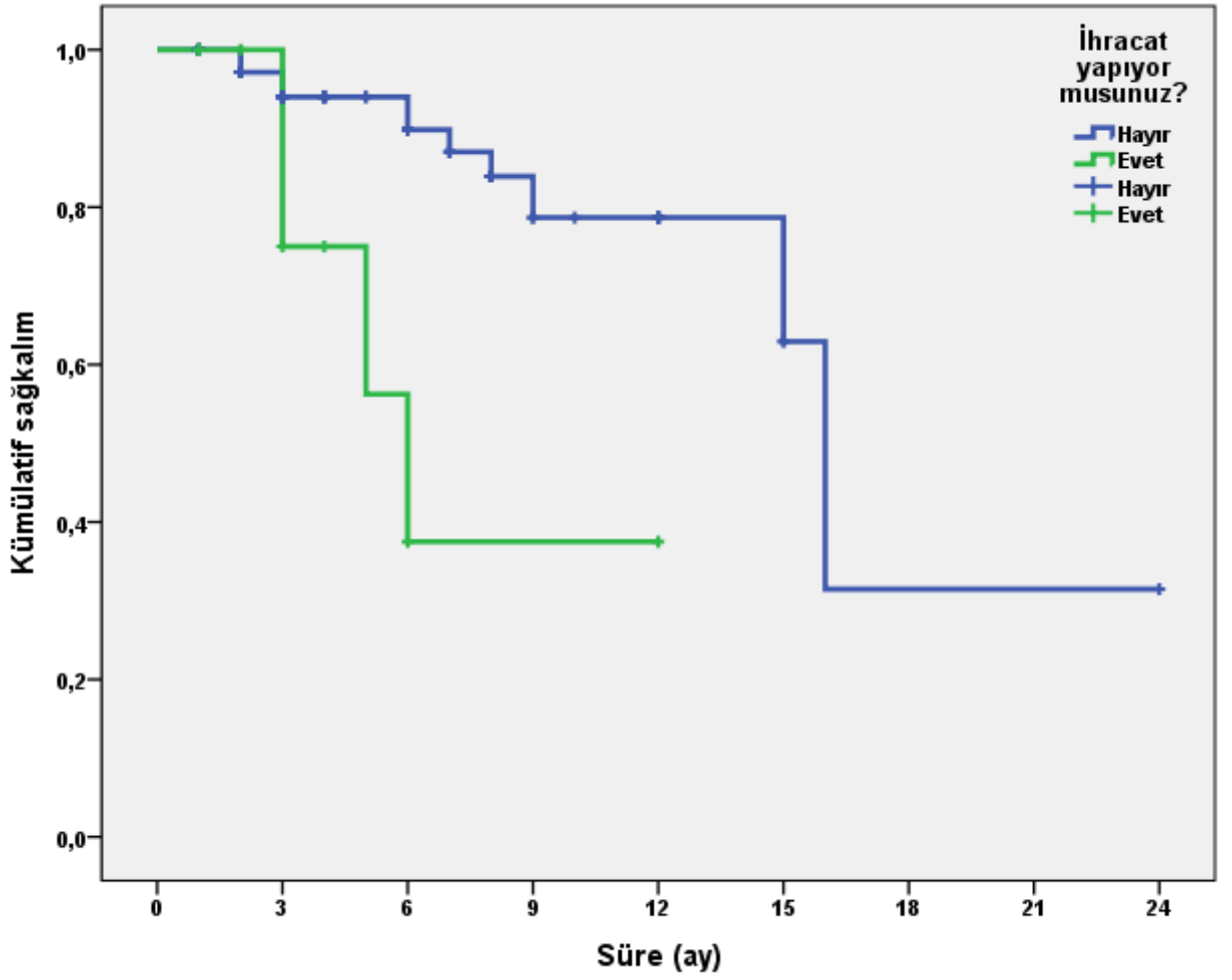
Yukarıdaki tablo 4.37'e göre girişimcilerin cinsiyetlerine, yaşlarına, eğitim durumlarına, iş tecrübelerine, girişimci olarak tecrübelerine ve aile ya da çevrelerinde girişimci olması durumuna göre hızlandırıcıdan ayrılma oranı bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark saptanmamıştır ($p>0.05$).

Tablo 4.38: Şirkete ait verilerin hızlandırıcıdan ayrılma üzerine etkilerinin incelenmesi.

		N	Ayrılan sayısı	Ayrılmama yüzdesi	Ortalama süre	χ^2	p
Rekabet durumu	Çok düşük	9	1	88.9	10.89	3.031	0.553
	Düşük	7	0	100	-		
	Orta	42	5	88.1	20.81		
	Yüksek	23	7	69.6	12.29		
	Çok yüksek	9	2	77.8	9.43		
Çalışan sayısı	0	28	1	96.4	14.47	7.238	0.065
	1-3	37	7	81.1	15.27		
	4-5	10	2	80	14.60		
	6-20	15	5	66.7	8.81		
İhracat	Var	11	4	63.6	7.31	9.054	0.003**
	Yok	79	11	86.1	16.27		
Aylık ciro	Satış yok	26	0	100	±	12.911	0.012*
	100-5000 TL	23	3	87	12.94		
	5000-10000 TL	14	5	64.3	9.33		
	10000-20000 TL	16	3	81.3	17.18		
	≥ 20000 TL	11	4	63.6	8.31		

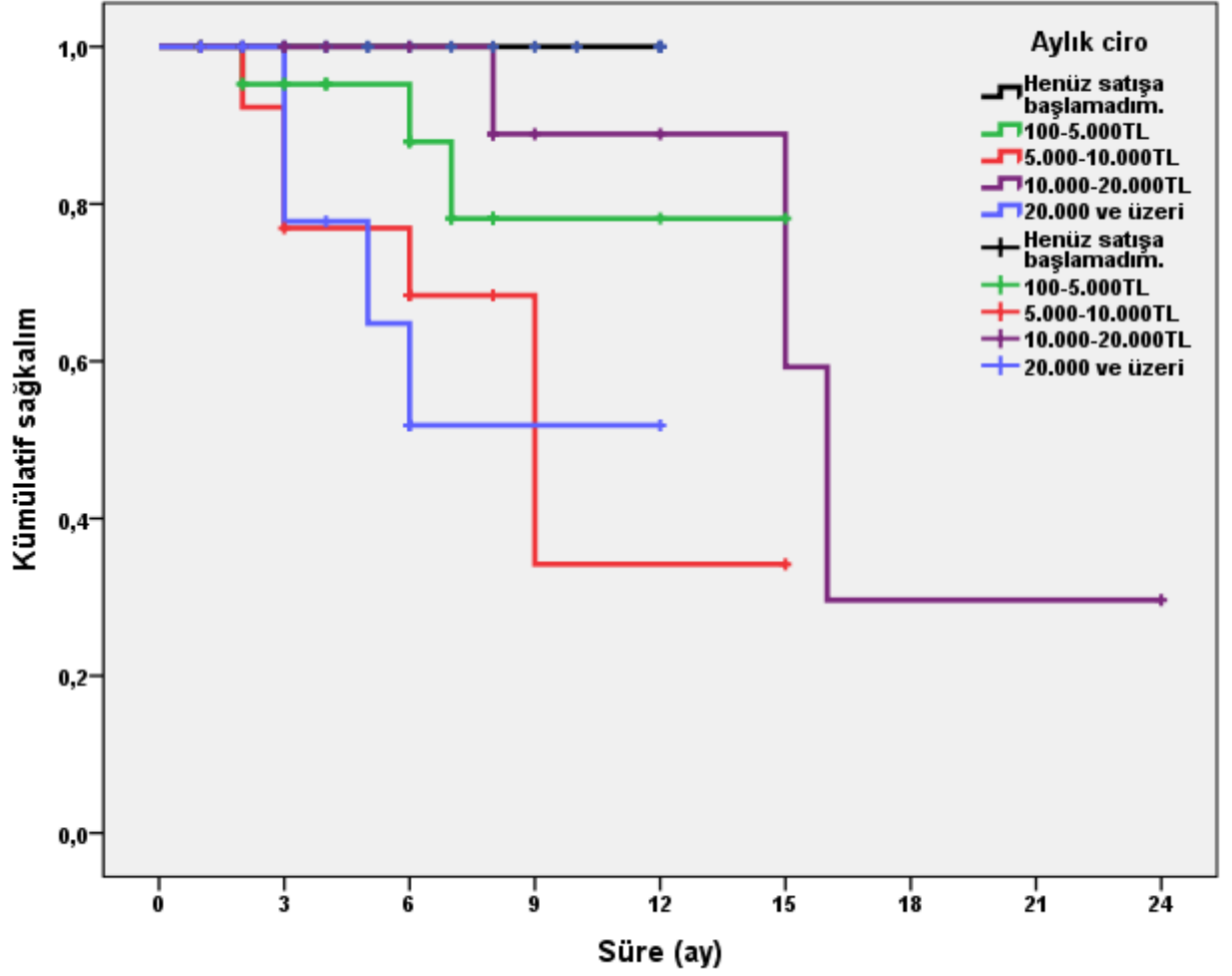
Yukarıdaki tablo 4.38'e göre şirketin bulunduğu sektördeki rekabet durumuna ve şirkette istihdam edilen çalışan sayısına göre hızlandırıcıdan ayrılma oranı bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark saptanmamıştır ($p>0.05$).

Tablo 4.38'e göre şirketin ihracat yapma durumuna göre hızlandırıcıdan ayrılma oranı bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu saptanmıştır ($p:0.003$). İhracat yapan şirketlerin girişimcilerinde hızlandırıcıdan ayrılma oranının ihracat yapmayan şirketlerin girişimcilerinden daha yüksek olduğu saptanmıştır. Aşağıdaki şekil 4.16'da da bu görülmektedir.



Şekil 4.16: İhracata göre Kaplan-Meier analizi.

Şirketin aylık cirosuna göre hızlandırıcıdan ayrılma oranı bakımından istatistiksel olarak anlamlı fark olduğu saptanmıştır ($p:0.012$). Henüz satışa başlamamış olan şirketlerin girişimcilerinde hızlandırıcıdan ayrılma oranının aylık cirosu 5000-10000 TL arası ve 20000 TL'den fazla olan şirketlerin girişimcilerinden daha düşük olduğu saptanmıştır (sırasıyla, $p:0.030$, $p:0.035$). Aşağıdaki şekil 4.17'de bu görülmektedir.



Şekil 4.17: Ciroya göre Kaplan-Meier analizi.

Bir sonraki bölümde bu çalışmadan elde edilen sonuçlara değinilmiştir. Girişimcilerin hızlandırıcı programlardan daha fazla verim alabilmesi için hızlandırıcı programların ne gibi bir yöntem izlemesi gerektiği de anlatılmıştır.

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Hızlandırıcılar, kuluçka merkezlerinden doğan yeni nesil programlardır. Dolayısıyla, literatür bu programlar hakkında hala detaylı bilgi içermemektedir. Özellikle ülkemizde hızlandırıcılarla ilgili yeterli çalışma bulunmamaktadır. Bu nedenle, bu araştırma Türkiye'deki programların genel yapısı ve programlardaki girişimcilerin özellikleri hakkında ayrıntılı bir analiz sunmaktadır. Ayrıca çalışma hızlandırıcı programların kendileri, devlet kurumları, üniversiteler, yatırımcılar ve konuyu inceleyen araştırmacılar için faydalı olacak önemli sonuçlar da üretmiştir. Bu çalışma diğer ülkelerdeki hızlandırıcılarla benzer bir çalışma yapmayı da teşvik edecek olup alanında bir öncüdür.

Bu tez çalışmasının ilk aşaması nitel olup hızlandırıcı programları incelemektedir. Hızlandırıcı programların genel özelliklerine değinilmiş ve seçilen hızlandırıcı programların operasyonel işleyişine yer verilmiştir. Tez çalışması için seçilen hızlandırıcı programlar literatürde tanımlanan hızlandırıcı programların tüm özelliklerini taşıdıkları için seçilmişlerdir. Yapılan analizlere göre bu programlar senede ortalama 10-20 girişim mezun etmektedirler ve programa her başlayan girişim de mezun olamamaktadır. Ayrıca programdan her mezun olan girişim de hayatta kalamamaktadır. Programın korunaklı ortamından çıktıktan sonra piyasada tutunamayan ve kapanan girişimler de mevcuttur. Bu yüzden de girişimcilerin piyasa şartlarına daha iyi hazırlanması gerekmektedir. Özellikle programların girişimlere mezuniyet sonrası destekleri yetersiz kalmaktadır.

Yurtdışındaki hızlandırıcı programlar kâr amacı gütse de Türkiye'deki hızlandırıcı programların çoğunun böyle bir amacı olmadığı görülmüştür ve bu yüzden de girişimcilerden hisse talep etmeyen programlar da bulunmaktadır. Türkiye'deki hızlandırıcı programların öncelikli amacı ekosisteme katkı sağlamak ve ekonomiyi büyütüp istihdam yaratmaktır. Bu anlamda Türkiye'deki programlar yurtdışındaki benzerlerinden ayrılmaktadır. Hızlandırıcı programlara kabul edilmek oldukça zordur. Programların kabul oranları %2 ile %6 arasında değişmektedir. Özellikle 2017 yılından sonra hızlandırıcı programların açılması ivme kazanmıştır ama kabul oranlarına bakarsak Türkiye'de henüz yeterli sayıda hızlandırıcı program olmadığı söylenebilir.

Programların en çok zorlandıkları konuların başında kaliteli ve tecrübeli girişimcilere ulaşmak ve onları programlarına dâhil etmek gelmektedir. Ne yazık ki ülkemizdeki girişimcilerin çoğu

tecrübesizdir ve girişimcilik kavramıyla ilk kez üniversitede veya üniversite mezuniyeti sonrası karşılaşmaktadır. Bu yüzden de hem girişimciler hem de programlar oldukça zorlanmaktadır. Bu nedenle girişimcilik kavramı daha küçük yaşlardan bireylere anlatılmalıdır ve üniversiteden önce de eğitim sistemine ilave edilmelidir.

Çalışmanın ikinci aşaması ise niceldir. Bu bölümde de hızlandırıcı programlarına katılmış 125 girişimciye bir anket çalışması uygulanmıştır. Anket SPSS programı kullanılarak analiz edilmiştir. Bu anketin sonuçlarına göre hızlandırıcı programlara katılan girişimcilerin demografik yapısının çoğunlukla erkek, yaş olarak 35'in altında, lisans eğitimini tamamlamış, birkaç sene başka firmalarda profesyonel olarak çalışmış, ailesinde girişimci olmayıp, yakın çevresinde girişimci olan, tek gelir kaynağı bu girişimden kazandığı olan ve girişimciliğe başlamasındaki ana motivasyon kaynağının kendi işinin patronu olmak olduğu görülmektedir.

Çalışmanın devamında hangi girişimcilerin hangi hizmetlerden daha çok yararlanıp fayda sağladıklarını bulmak ve şirketlerin çeşitli özelliklerinin hızlandırıcıdan alınan hizmetleri değiştirip değiştirmediğini bulmak amacıyla muhtelif hipotezler belirlenmiştir. Bu hipotezler iki modele ayrılmıştır. İlk model de girişimcinin özelliklerinin hızlandırıcıda sunulan hizmetleri kullanmasına ve şirketinin gelişimi için fayda sağlamasına etki edip etmediği araştırılmıştır. İkinci modelde de girişimcinin kurduğu şirketin özelliklerinin hızlandırıcıda sunulan hizmetleri kullanmasına ve şirketinin gelişimi için fayda sağlamasına etki edip etmediği araştırılmıştır. Bu araştırmadan çıkan sonuçlar ve bu sonuçlara uygun öneriler aşağıda detaylıca açıklanmıştır.

Girişimcilerin cinsiyeti onların hızlandırıcıdan yararlandığı destekleri etkilemezken yaşlarına göre bu durum değişkenlik göstermektedir. Yaşları daha küçük olan girişimcilerin ofis, yurtdışı olanakları, marka tescil hizmetleri, işbirliği olanakları ve teknik desteklerden yararlanma düzeyinin yaşları daha büyük olan girişimcilere göre daha yüksek olduğu saptanmıştır. Girişimcilerin eğitim seviyelerine göre de bazı desteklerden yararlanma düzeylerinin farklı olduğu görülmüştür. Eğitim seviyesi lisansüstü olan girişimciler marka tescil hizmetleri, işbirliği olanakları ve teknik desteklerden eğitim seviyesi lisans ve daha altı olan girişimcilere göre daha az yararlanmıştır. Bu verilere göre de yaşı daha küçük ve eğitim seviyesi daha düşük olan bir girişimcinin hızlandırıcı programda girişimini ilerletmek için daha çok kalması gerektiği sonucu çıkarılmaktadır.

Girişimcilerin profesyonel geçmişleri de onların hızlandırıcıda yararlandıkları destekleri etkilemektedir. İş tecrübesi daha fazla olan girişimciler yurtdışı olanaklarından ve networking hizmetlerinden daha az yararlanmaktadır. Yurtdışına gitmek girişimciler için şirket kurmaya ilaveten yeni bir risk unsuru olduğu için girişimcilerin deneyimleri ve çevreleri arttıkça bu riski göze alabilmeleri de azalmaktadır. Yurtdışına gidip sıfırdan bir hayat kurmayı ve yeni bir çevre edinmeyi tercih etmemektedirler. Daha az deneyimi olan ve yaşı daha genç olan girişimciler kariyerlerini kısa zamanda daha ileriye taşıyabilmek amacıyla yurtdışına gitmeyi tercih etmektedirler. Girişimcilerin aileleri veya çevrelerinde girişimci olması sadece ofis hizmetlerinden yararlanmalarına etki etmektedir. Aile ya da çevresinde girişimci olan girişimcilerin yararlanma düzeyinin aile ya da çevresinde girişimci olmayan girişimcilerin yararlanma düzeyinden yüksek olduğu saptanmıştır. Bu da ailesi veya çevresinde girişimci olanların ofis kavramının önemini bildiğini göstermektedir. Aile veya çevresinde girişimci olmayanlar kafe veya kütüphane gibi ofis dışındaki yerlerde de çalışmayı tercih etmektedirler.

Girişimcinin şirketinin bulunduğu sektörün rekabet durumu hızlandırıcıdaki desteklerden yararlanmasına etki etmezken şirketin istihdam sayısının reklam ve networking hizmetlerinden yararlanma açısından bir fark sağladığı görülmüştür. Yapılan ikili değerlendirmeler sonucunda istihdam edilen çalışan sayısı 5-20 arası olanların bu desteklerden yararlanma düzeyinin diğerlerine göre daha yüksek olduğu saptanmıştır. Şirketin ihracat durumu bir tek ofis hizmetlerinden yararlanma durumuna etki etmiştir. Buna göre ihracat yapan şirketlerin yararlanma düzeyinin ihracat yapmayan şirketlerin yararlanma düzeyinden düşük olduğu saptanmıştır. İhracat yapan şirketler operasyonlarını büyüttüklerinden, hızlandırıcının sağladığı ofis alan olarak yeterli gelmemektedir ve kendi ofislerini açmaktadırlar.

Girişimcinin cinsiyeti yukarıdakine benzer şekilde onların hızlandırıcıdan fayda sağladığı destekleri etkilemezken yaşlarına göre bu durum farklılık göstermektedir. Yaşlarına göre girişimcilerin mentorluk, laboratuvar, reklam, yatırım, yurtdışı ve marka tescil hizmetlerinden fayda sağlamaları değişiklik göstermektedir. Girişimcilerin eğitim seviyelerine göre de bazı desteklerden fayda sağlama düzeylerinin farklı olduğu görülmüştür. Farklılık görülen destekler; eğitim, ofis, reklam, networking, marka tescil, işbirliği imkânı ve teknik desteklerdir. Girişimcinin yaşı ve eğitim seviyesi arttıkça bu desteklerden daha az fayda sağlamaktadır. Bu nedenle de girişimcilerin yaşları ve eğitim seviyelerine göre hızlandırıcı program da kalma süreleri çeşitlendirilmelidir. Daha az deneyimli ve yaşı daha genç olan bir girişimci için

hızlandırıcıdaki program daha uzun süreye yayılırken yaşı daha büyük, deneyimi daha fazla ve eğitim seviyesi daha yüksek olan bir girişimcinin hızlandırıcıdaki programı daha kısa sürede uygulanmalıdır.

Girişimcilerin profesyonel geçmişleri ve girişimcilik tecrübeleri onların hızlandırıcıdan fayda sağladıkları destekleri etkilemezken aile ya da çevrelerinde girişimci bulunması eğitim, mentorluk, yatırımcılarla görüşme ve yurtdışı imkânlarından fayda sağlanmasını etkilemektedir. Aile ya da çevresinde girişimci olan girişimcilerin sağladığı fayda düzeyinin aile ya da çevresinde girişimci olmayanların sağladığı fayda düzeyinden düşük olduğu saptanmıştır. Aile veya çevresinde girişimci bulunan bir birey bu çevresindeki kişiler sayesinde de yatırımcılara ulaşabilmektedir veya çeşitli danışmanlık hizmetlerinden faydalanabilmektedir. Hâlbuki aile veya çevresinde girişimci olmayan bir kişinin bu desteklere hızlandırıcı program olmadan ulaşması çok daha güçtür.

Girişimcinin şirketinin bulunduğu sektörün rekabet durumu hızlandırıcıdaki desteklerden fayda sağlanmasına etki etmemektedir. Aynı şekilde şirketin istihdam sayısının ve aylık cirosunun da bu desteklerden fayda sağlanması üzerine bir etkisi yoktur. Yalnızca şirketin ihracat durumunun bu desteklerden fayda sağlanması üzerine etkisi vardır. Mentorluk ve yatırımcılarla görüşme hizmetlerinde ihracat yapan şirketlerin sağladığı fayda düzeyinin ihracat yapmayan şirketlerin sağladığı düzeyden yüksek olduğu saptanmıştır. İhracat yapmak girişimciler için karmaşık bir süreç olduğu için bu süreci işleyebilir bir hale getirebilmek adına danışmanlarla görüşmeleri olağandır. Ayrıca girişimcilerin şirketlerini ihracata hazırlayabilmek için operasyonlarını büyütmeleri gerektiğinden bu dönemde yatırım alabilmek adına yatırımcılarla görüşmeleri de beklenen bir durumdur.

Tüm bu analizler sonucunda girişimciye ve şirketine ait verilerin hizmetlerden yararlanma ve fayda sağlama düzeyleri üzerine etkilerinin değerlendirilmesinde GLMM (Generalized Linear Mixed Models) kullanılmıştır. Bu modellerde birden fazla faktörün yararlanma ve fayda sağlama düzeylerine olan etkilerinin birlikte incelenmesi hedeflenmiştir. Ofis hizmetinden yararlanma düzeyleri üzerine yaş ile aile ya da çevrede girişimci olmasının etkileri istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Yurtdışı olanaklarından yararlanma düzeyleri üzerine yaş ve başka firmalardaki tecrübenin etkileri istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Bu analize göre yaşları daha küçük ve deneyimleri daha az olan girişimcilerin yurtdışına gitmek istedikleri fakat yaşları daha büyük ve deneyimleri daha fazla olan girişimcilerin şirketlerinin yurtdışında en fazla

faaydayı sağladığı grlmtr. Bu nedenle hızlandırıcı programlar yaları ve eğitim seviyeleri daha yüksek ve deneyimleri daha fazla olan girişimcileri de yurtdışına gitmek için teşvik etmelidir.

Marka tescil hizmetlerinden yararlanma düzeyleri üzerine ya ve eğitim düzeyinin etkileri istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Teknik alandaki desteklerden yararlanma düzeyleri üzerine ise ya ve eğitim düzeyinin etkileri istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Bu sayılan hizmetlerdeki değişkenlerin bağımsız değişkenler olarak dâhil edildiği modellerin istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır. Analizlere göre ya ve eğitim seviyesi arttıkça bu hizmetlerden yararlanma oranı da düşmektedir. Bu yüzden de hızlandırıcı programdaki girişimcileri ya ve eğitim seviyesine göre ayırıp programı ayrı ayrı uygulamak girişimcilerin Şirketlerinin ilerlemesi için daha faydalı olacaktır.

Eğitim hizmetinin Şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyi üzerine eğitim durumu ve aile ya da çevrede girişimci olmasının etkileri istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Mentorluk hizmetinin Şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyi üzerine ya ve aile ya da çevrede girişimci olmasının etkileri istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Reklam hizmetinin Şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyi üzerine ya ve eğitim durumunun etkileri istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Yurtdışı olanaklarından yararlanmanın Şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyi üzerine ya ve aile ya da çevrede girişimci olmasının etkileri istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Marka tescil hizmetinin Şirket gelişimine sağladığı fayda düzeyi üzerine ya ve eğitim durumunun etkileri istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Bu sayılan hizmetlerdeki değişkenlerin bağımsız değişkenler olarak dâhil edildiği modellerin istatistiksel olarak anlamlı olduğu saptanmıştır. Bu analizlerden de anlaşılabileceği üzere girişimcilerin Şirketleri için hızlandırıcı programdan fayda sağlamalarını etkileyen faktörler ya, eğitim seviyesi ve aile ve çevrede girişimci olup olmama durumudur. Ailesi ve çevresinde girişimci olan girişimciler sadece hızlandırıcı programda sağlanan desteklerle yetinmeyip ailesi ve çevresinden de fayda sağlamaktadırlar. Bu yüzden de ailesi ve çevresinde girişimci olmayan girişimciler hızlandırıcı programdaki desteklerden daha fazla fayda sağlamaktadırlar.

Şirkete ait veriler değerlendirilerek yapılan tek değerkenli analizlerde hizmetlerden yararlanma veya fayda sağlama zerine Şirkete ait hiçbir faktörün etkisi istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. Bu nedenle bu değerkenler için herhangi bir model oluturulmamıtır. Genel olarak tüm veriler bir arada değerlendirildiğinde ya ve eğitim değerkenlerinin hızlandırıcıdaki

hizmetlerden yararlanma ve fayda sağlama üzerine en çok etki eden değişken olduğu görülmektedir. Yaş ilerledikçe ve eğitim seviyesi arttıkça hizmetlerden faydalanma oranı da düşmektedir. Bu yüzden de hızlandırıcı program aşamalara bölünmelidir ve yaşı daha küçük, eğitim seviyesi daha düşük ve daha az deneyimi olan bir girişimci hızlandırıcı programın uzun süreli aşamasına dâhil olurken yaşı daha büyük, eğitim seviyesi daha yüksek ve daha deneyimli bir girişimci hızlandırıcı programın daha kısa süren bir aşamasına katılmalıdır.

Çalışmada ayrıca şirket kuruluş tarihi hakkında bilgi sahibi olunan 125 girişimciden elde edilen veriler kullanılarak Kaplan-Meier analizi uygulanmıştır. Yapılan değerlendirme sonucunda bu girişimcilerin %16'sının hızlandırıcıdan ayrıldığı saptanmıştır. Hızlandırıcıda geçirilen ortalama sürenin 15.84 ay olduğu gözlenmiştir. Hâlbuki hızlandırıcı programlar ortalama 3-6 ay süren programlardır ama girişimciler hızlandırıcıda çok daha uzun süre kalmaktadırlar. Bunun nedeni ise girişimcilerin kendilerini finansal olarak güvende hissetmeden yani operasyonel giderlerini karşılayacak gelirleri elde etmeden hızlandırıcının korunaklı ortamından ayrılmak istememeleridir. Yapılan Kaplan-Meier analizi de bunu doğrulamaktadır. Buna göre şirketin ihracat yapma durumuna ve aylık cirosuna göre hızlandırıcıdan ayrılma oranı bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu saptanmıştır. İhracat yapan şirketlerin girişimcilerinde hızlandırıcıdan ayrılma oranının ihracat yapmayan şirketlerin girişimcilerinden daha yüksek olduğu saptanmıştır. Ayrıca henüz satışa başlamamış olan şirketlerin girişimcilerinde hızlandırıcıdan ayrılma oranının satışa başlamış şirketlerin girişimcilerinden daha düşük olduğu saptanmıştır.

Sonuç olarak hızlandırıcı programların etkinliklerinin araştırıldığı bu tez çalışması hangi tip girişimcilerin programlarda sunulan hangi desteklerden ve hizmetlerden daha çok fayda sağladığını göstermeyi amaçlamıştır. Çalışmanın devamında diğer ülkelerdeki hızlandırıcı programlar ile ülkemizdekiler karşılaştırılabilir. Aynı zamanda diğer ülkelerdeki hızlandırıcı programlara devam eden girişimciler incelenebilir. Eğer hızlandırıcı programlar hangi girişimcinin ne gibi bir desteğe daha çok ihtiyacı olduğunu bilirlerse onları doğru yönlendirip gelişmelerine daha çok katkıda bulunabilirler. Bu sayede girişimcilerin şirketlerini büyütüp başarılı olma şanslarını arttırırlar. Bu da girişimcilik ekosistemini büyütüp istihdama ve ekonomiye olumlu bir katkı sağlar. Özellikle de ülkemizin daha da kalkınması için teknoloji girişimciliğinin büyüyüp gelişmesi şarttır.

KAYNAKLAR

- Adkins, D., 2002, *A brief history of business incubation in the United States*, National Business Incubation Association.
- Albort-Morant, G. and Oghazi, P., 2016, How useful are incubators for new entrepreneurs?, *Journal of Business Research*, 69(6), 2125-2129.
- Ambos, T. C. and Birkinshaw, J., 2010, How do new ventures evolve? An inductive study of archetype changes in science-based ventures, *Organization Science*, 21(6), 1125–1140.
- Audretsch, David B., 1995, *Innovation and Industry Evolution*, Cambridge:MIT Press, 77-80.
- Battistella, C., De Toni, A. and Pessot, E., 2017, Open accelerators for start-ups success: a case study, *European Journal of Innovation Management*, 20(1), 80-111.
- Berglann, H., Moen, E., Røed, K., Skogstrøm, J.F., 2011, Entrepreneurship: origins and returns, *Labour Economics*, 18, 180–193.
- Blanchflower, D. G. and Meyer, B. D., 1994, A longitudinal analysis of the young self-employed in Australia and the United States, *Small Business Economics*, 6(1), 1-19.
- Bönte, W. and Piegeler, M., 2013, Gender gap in latent and nascent entrepreneurship: driven by competitiveness, *Small Business Economics*, 41(4), pp.961-987.
- Brown, M., Harrell, M.P., Regner, W., 2000, Internet Incubators: How to invest in the new economy without becoming an investment company. *Business Lawyer*, 56(1), 273-284.
- Bruneel, J., Ratinho, T., Clarysse, B. and Groen, A., 2012, The Evolution of Business Incubators: Comparing demand and supply of business incubation services across different incubator generations, *Technovation*, 32(2), 110-121.
- Cáceres-Carrasco, F. R. and Guzmán-Cuevas, J., 2010, Functional and productive dependence: New characteristics for the analysis of enterprises from a macroeconomic view, *International Entrepreneurship and Management Journal*, 6(2), 117-130.
- Caley, E. and Kula, H., 2013, Seeding success: Canada's startup accelerators, MaRS Data Catalyst, Toronto, Canada.
- Christiansen, J., 2009, *Copying Y Combinator: A framework for developing seed accelerator programmes*, Thesis(MBA), University of Cambridge.
- Clarysse, B., Wright, M. and Van Hove, J., 2015, A look inside accelerators, London, Nesta.
- Cohen, S., 2013, What do accelerators do? Insights from incubators and angels, *Innovations*, 8(3-4), 19-25.
- Cohen, S. and Hochberg, Y.V., 2014, Accelerating startups: The seed accelerator phenomenon.

- Çubukçu, C. and Gülseçen S., 2018, An analysis of the business accelerator programs in Turkey, *International Journal of Computer (IJC)*, 29(1), 13-32.
- Çubukçu, C. and Gülseçen S., 2017, Accelerator programs in Turkey: Who benefits the most from these programs?, *14th International Conference on Social Sciences*, 2-3 March 2018 Frankfurt, EUSER, European Center for Science Education and Research, ISBN: 9781642553970, Vol. 2, 563-573
- Dahleez, K. A., 2009, *The Role of Business Incubators in Developing Entrepreneurship and Creating New Business Start-ups in Gaza Strip*, Thesis (PhD), The Islamic University-Gaza.
- Davidsson, P. and Honig, B., 2003, The role of social and human capital among nascent entrepreneurs, *Journal of Business Venturing*, 18 (3), 301-331.
- Dee, N., Gill, D., Weinberg, C. and McTavish, S., 2015, Startup support programmes: What's the difference?, Nesta.
- Dee, N.J., Livesey, F., Gill, D. and Minshall, T., 2011, Incubation for Growth: A review of the impact of business incubation on new ventures with high growth potential, Nesta.
- Delmar, F. and Wennberg, K., 2010, *Knowledge intensive entrepreneurship*, Edward Elgar Publishing.
- Ebbers, J. J., 2014, Networking behavior and contracting relationships among entrepreneurs in business incubators, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 38(5), 1159-1181.
- Engelman, R., Carneiro Zen, A. and Fracasso, E., 2015, The impact of the incubator on the internationalization of firms, *Journal of technology management and innovation*, 10(1), 29-39.
- Etohum.com, 2018, Etohum'da son 7 yılın istatistikleri – Etohum.com, <https://www.etohum.com/blog-tr/son-7-yilin-istatistikleri/> [Ziyaret tarihi: 20 Ocak 2018].
- Fallows, J., 1985, The case against credentialism, *The Atlantic Monthly*, December, 49-67.
- Fritsch, M., Brixey, U. and Falck, O., 2006, The effect of industry, region, and time on new business survival – A multi-dimensional analysis, *Review of Industrial Organization*, 28(3), 285-306.
- Gans, J. S. and Stern, S., 2003, The product market and the market for “ideas”: commercialization strategies for technology entrepreneurs, *Research policy*, 32(2), 333-350.
- Gruber, M., MacMillan, I. C. and Thompson, J. D., 2008, Look before you leap: Market opportunity identification in emerging technology firms, *Management Science*, 54(9), 1652–1665.

- Gupta, V., Goktan, A. and Gunay, G., 2014, Gender differences in evaluation of new business opportunity: A stereotype threat perspective, *Journal of Business Venturing*, 29(2), 273-288.
- Gurel, E., Altınay, L. and Daniele, R., 2010, Tourism students' entrepreneurial intentions, *Annals of Tourism Research*, 37 (3), 646-69.
- Hallen, B., Bingham, C. and Cohen, S., 2016, Do Accelerators Accelerate? If So, How? The Impact of Intensive Learning from Others on New Venture Development.
- Hechavarria, D. M. and Reynolds, P. D., 2009, Cultural norms & business start-ups: the impact of national values on opportunity and necessity entrepreneurs, *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5(4), 417.
- Hochberg, Y., 2015, Accelerating entrepreneurs and ecosystems: The seed accelerator model, *National Bureau of Economic Research – 16th Innovation Policy and the Economy Conference*, 14 April 2015, Washington, D.C., USA.
- Ilhan Ertuna, Z. and Gurel, E., 2011, The moderating role of higher education on entrepreneurship, *Education+ training*, 53(5), 387-402.
- Impact Index Survey Guide, 2016, InBia.
- Isabelle, D., 2013, Key factors affecting a technology entrepreneur's choice of incubator or accelerator, *Technology innovation management review*, 2013(February), 16-22.
- Jackson, J. E. and Rodkey, G. R., 1994, The attitudinal climate for entrepreneurial activity, *Public Opinion Quarterly*, 58(3), 358-380.
- Jorgensen, S., 2014, *Business Incubators and Incubatees*, Thesis (PhD), Roskilde University.
- Karadal, H., 2013, *Girişimci destekleri*, Girişimcilik: Uygulamalı girişimcilik eğitimi ve güncel konular, In: Karadal, H. (ed.), Bölüm 15, Beta, İstanbul, ISBN: 978-605-333-762-1, 323-352.
- Kemp, P., 2013, *The influence of business incubation in developing new enterprises in Australia*, Thesis (Master), Edith Cowan University.
- Lalkaka, R. and Bishop, J., 1996, Business incubators in economic development: an initial assessment in industrializing countries, New York, NY: United Nations Development Programme.
- Lall, S., Bowles, L. and Baird, R., 2013, Bridging the “Pioneer Gap”: The Role of Accelerators in Launching High-Impact Enterprises, *innovations*, 8(3-4), 105-137.
- Laukkanen, M., 2000, Exploring alternative approaches in high-level entrepreneurship education: creating micro-mechanisms for endogenous regional growth, *Entrepreneurship and Regional Development*, 12 (1), 25-47.

- Levesque, M., and Minniti, M., 2006, The effect of aging on entrepreneurial behavior, *Journal of Business Venturing*, 21(2), 177-194.
- Malek, K., Maine, E. and McCarthy, I., 2014, A typology of clean technology commercialization accelerators, *Journal of Engineering and Technology Management*, 32, 26-39.
- Marangoz, M., 2016, *Girişimcilikte güncel konular ve uygulamalar*, 1. baskı, İnkılap Kitabevi, İstanbul, ISBN: 978-605-333-567-2
- Meru, A. K. and Struwig, M., 2011, An evaluation of the entrepreneurs' perception of business-incubation services in Kenya, *International Journal of Business Administration*, 2(4), 112.
- Mian, S. A., 1997, Assessing and managing the university technology business incubator: an integrative framework, *Journal of Business Venturing*, 12(4), 251-285.
- Mian, S., Lamine, W. and Fayolle, A., 2016, Technology business incubation: An overview of the state of knowledge, *Technovation*, 50, 1-12.
- Miller, P. and Bound, K., 2011, The startup factories: The rise of accelerator programmes to support new ventures, Nesta.
- Mintzberg, H., 2004, Managers not MBAs.
- Montes Rojas, G. and Siga, L., 2009, On the nature of micro-entrepreneurship: evidence from Argentina, *Applied Economics*, 41(21), 2667-2680.
- Olivares, A. and Suárez, S., 2007, The export development process of Spanish manufacturing firms: An application of survival analysis, *Revista Europea de Dirección y Economía de la Empresa*, 16(1), 89-98.
- Özkaşıkçı, I., 2013, *Dijital çağda girişimcilik ekosistemi*, 1. baskı, Butik Yayıncılık, İstanbul, ISBN: 978-605-5154-30-1
- Pauwels, C., Clarysse, B., Wright, M. and Van Hove, J., 2015, Understanding a new generation incubation model: The accelerator, *Technovation*, 50, 13-24.
- Peterman, N.E. and Kennedy, J., 2003, Enterprise education: influencing students' perceptions of entrepreneurship, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 28 (29), 129-44.
- Ratinho, T., 2011, *Are They Helping? An Examination of Business Incubators' Impact on Tenant Firms*, Thesis (PhD), University of Twente.
- Rice, M. P., 2002, Co-production of business assistance in business incubators: an exploratory study, *Journal of Business Venturing*, 17(2), 163-187.
- Robinson, P.B. and Sexton, E.A., 1994, The effect of education and experience on self-employment success, *Journal of Business Venturing*, 9 (2), 141-56.
- Ronstadt, R., 1984, *Entrepreneurship: Text, Cases and Notes*, Lord, Dover.

- Sapienza, H. J., Autio, E., George, G. and Zahra, S. A., 2006, Capabilities perspective on the effects of early internationalization on firm survival and growth, *Academy of Management Review*, 31(4), 914–933.
- Schmalensee, R., 1982, Product differentiation advantages of pioneering brands, *The American Economic Review*, 72(3), 349-365.
- Shapero, A., 1980, Are business schools teaching business. Inc., January.
- Singh, S. P., Reynolds, R. G. and Muhammad, S., 2001, A gender-based performance analysis of micro and small enterprises in Java, Indonesia, *Journal of Small Business Management*, 39(2), 174.
- Smilor, R. W., 1997, Entrepreneurship – Reflections on a subversive activity, *Journal of Business Venturing*, 12(5): 341–346.
- Soetanto, D. P. and Jack, S. L., 2013, Business incubators and the networks of technology-based firms, *The Journal of Technology Transfer*, 38(4), 432-453.
- Sungur, O., 2011, *İşletme kuluçkaları destek hizmetlerinin firma hayatta kalma üzerindeki rolü: COX orantılı hazard regresyon modeli ile iş geliştirme merkezlerine (İŞGEM) yönelik ampirik bir analiz*, Thesis(PhD), Süleyman Demirel Üniversitesi.
- Thach, L. and Kidwell, R. E., 2009, HR practices in US and Australian family wineries: cultural contrasts and performance impact, *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5(2), 219-240.
- Thomas, M. K., 2009, The impact of education histories on the decision to become self-employed: a study of young, aspiring, minority business owners, *Small Business Economics*, 33(4), 455.
- van Huijgevoort, T., 2012, *The 'Business Accelerator': Just a Different Name for a Business Incubator*, Thesis (Bachelor), Utrecht School of Economics, Utrecht, The Netherlands.
- Vanderstraeten, J. and Matthyssens, P., 2010, Measuring the performance of business incubators: A critical analysis of effectiveness approaches and performance measurement systems, *ICSB conference*, 24-27 June 2010, Cincinnati, USA.
- Wagner, J., 1994, The post-entry performance of new small firms in german manufacturing industries, *Journal of Industrial Economics*, 42, 141-154.
- Walters, K., Stacey, J., Haley, C., Roberts, I., 2014, *Startup accelerator programmes: A practice guide*, Nesta.
- Wise, S. and Valliere, D., 2014, The impact on management experience on the performance of start-ups within accelerators, *The Journal of Private Equity*, 18(1), 9-19.
- Women Who Tech., 2017, *Infographic / Women Who Tech.*, <https://www.womenwhotech.com/womenintechinfographic> ,[Ziyaret Tarihi: 19 Kasım 2017].

Wu, S. and Wu, L., 2008, The impact of higher education on entrepreneurial intentions of university students in China, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 15 (4), 752-74.

Zott, C. and Huy, Q. N., 2007, How entrepreneurs use symbolic management to acquire resources, *Administrative Science Quarterly*, 52(1): 70-1



EKLER

EK 1. Hızlandırıcı programlara sorulan sorular.

- 1) Programınızı en iyi hangisi tanımlar?
- 2) Hızlandırıcı programlar dünyada son birkaç yıldır var. Siz niye programınızı kuluçka merkezi değil de hızlandırıcı olarak adlandırmayı tercih ettiniz? Farklarını biliyor musunuz?
- 3) Bu tanımladığınız ana hizmet dışında ikincil bir hizmetiniz var mı?
- 4) Programınız nasıl bir işletmedir?
- 5) Yasal olarak statüsü nedir? (Ltd, vs.)
- 6) Programınız coğrafi olarak nerelerden girişimci kabul ediyor?
- 7) Programınız girişimci seçerken hangi sektörlere yoğunlaşıyor? İlk üç sektörü söyleyin.
- 8) Programınız girişimci seçerken hangi demografik özellikteki girişimcilere yoğunlaşıyor? Ya da böyle bir kriteriniz var mı?
- 9) Girişimcilerinizin kaçını kadın kaçını erkek? Bunların içinde kurucu ortak olan kaç kadın var?
- 10) Programınızdaki girişimcilerin profesyonel geçmişleri için ne söyleyebilirsiniz?
- 11) Patent alan girişimcileriniz var mı?
- 12) Bir girişim/işletme hangi aşamada programınıza dâhil olabilir? (fikir, mvp, 6 aylık kurulu şirket, 6-12 ay, 1 yıldan fazla, vs.) Ağırlıklı olarak hangisi daha fazla?
- 13) Sizce girişimciler size niye başvuruyor? En büyük beklentileri nedir?
- 14) Girişimcilerinize verdiğiniz destekler neler? Mentor, ofis, workshop, vb.?
- 15) Amacınız nedir? Niye bu hızlandırıcı programı başlattınız?
- 16) Kurumunuzda çalışanlar tam zamanlı mı yoksa part-time çalışan mı? Kaçını tam zamanlı, kaçını part-time var?
- 17) Mentor'larınız gönüllü mü yoksa ücret ödüyor musunuz? Tam zamanlı mı yoksa part-time mı çalışıyorlar?
- 18) Çalışanlarınızın geçmiş yatırımcılık veya girişimcilik deneyimleri var mı? Hangisi kaç yıl?
- 19) Herhangi bir kuruluşla partnerliğiniz var mı?
- 20) Nasıl bir bağlantınız var? Bu kuruluş size ne gibi destekler sağlıyor? (Ödenek, mekân, diğerleri)
- 21) Girişimcilere sunduğunuz ofis vb. hizmet için mekan size mi ait, kira mı yoksa sponsor tarafından mı sağlanıyor?
- 22) Sponsorun adı nedir?
- 23) Bu alanda özel bir laboratuvar vb. var mı?
- 24) Konferans salonu, eğitim alanı, açık etkinlik alanı gibi alanlar var mı?
- 25) Her ay kaç masa veya paylaşımlı masa/oda girişimciler tarafından işgal ediliyor?
- 26) Ofisinizdeki bu alanları başkalarının kullanımı için kiraya da veriyor musunuz? Ücretleri nedir?
- 27) Girişimciler veya bünyenizdeki üyeleriniz bunların kullanımını için kira ödüyor mu? Evetse, ücretleri nedir?
- 28) Kuruluşunuz herhangi bir devlet, üniversite veya özel sektörde başka bir firmadan ödenek alıyor mu operasyonlarını sürdürmek için?

- 29) Kuruluşunuz şu anda kâr ediyor mu? Ediyorsa nasıl ve hangi kalemlerden para kazanıyor? Girişimciden ücret mi alınıyor? Ofis kiraya mı veriliyor? Etkinlik düzenleyip ücret mi alınıyor? Girişimcilerden alınan hisseler mi satılıyor?
- 30) Girişimcileri programınıza dâhil etmek için resmi bir başvuru ve kabul süreciniz var mı?
- 31) Yılda ortalama kaç başvuru alıyorsunuz? Kaçını kabul ediyorsunuz?
- 32) Girişimcileri seçerken en çok önem verdiğiniz iki şey nedir?
- 33) Programınız kaç ay sürüyor? Kaç ay girişimciler sizin bünyenizde kalabilir? Kesin ve net bir süre var mı yoksa süre herkes için değişebilir mi?
- 34) Programdan mezun olma şartlarınız var mı? Varsa nelerdir? Özellikle en önemli iki koşul nedir?
- 35) Mezun olan girişimcilerinize destek vermeye devam ediyor musunuz? Evet ise verdiğiniz destekler neler? Mentor, ofis, workshop, vb.?
- 36) Mezun olmadan önce şirketler ortalama kaç ay sizin programınızda kalıyor?
- 37) Şu anda programa devam eden mevcut kaç girişim/girişimciniz var?
- 38) Şu ana kadar kaç girişim/şirket programınızdan mezun oldu?
- 39) Şu ana kadar kaç girişim/şirket programınızdan mezun olamadan ayrıldı?
- 40) Mezun olan şirketlerin kaçını hala açık ve işliyor? Kaçını kapandı?
- 41) Mezun olan şirketler mezun olduktan sonra sizin bünyenizdeki olanaklarından hala yararlanabiliyor mu? Ne kadar süre ile? Zaman kısıtı var mı? Mesela ofis veya masaları kullanabiliyorlar mı? Ya da onlardan olanakları kullanmak için ücret talep ediyor musunuz?
- 42) Mezun olan şirketler İstanbul'da kalmaya devam ediyorlar mı yoksa başka şehirlere ülkelere mi gidiyorlar? Bunların oranı nedir?
- 43) Hızlandırıcı programınız kaç yılında kuruldu ve kaç dönemdir girişimci alıp mezun ediyor?
- 44) Yılda bir dönem mi alım yapıyorsunuz yoksa birkaç dönem mi?
- 45) Bir dönemde kaç girişimci kabul ediyorsunuz?
- 46) Programınıza kabul edilen girişimcilerden herhangi bir ücret veya başka bir şey talep ediyor musunuz?
- 47) Onlara sermaye sağlıyorsanız hisse talep ediyor musunuz? Evet, ise yüzde kaç hisse?
- 48) Programınıza kabul edilen girişimciler her gün bu ofise mi gelmek zorunda? Başka bir yerden çalışabiliyorlar mı? Evet, ise haftalık ortalama buluşma sıklığınız nedir?
- 49) Demo günü yapıyor musunuz? Yapıyorsanız burada mı yapıyorsunuz? Yoksa başka bir yerde mi?
- 50) Genelde etkinlikleriniz ve demo günlerinize kaç kişi katılıyor?
- 51) Bünyenizdeki girişimcilere yatırım yapıyorsanız ilk yatırım yaptığınız yıl ne zamandı?
- 52) Girişimcilere ortalama ne kadar yatırım yapıyorsunuz?
- 53) Yatırım yaptığınız paranın kaynağı nedir? Kurumsal partnerler mi? Melek yatırımcılar mı? Devlet desteği mi?
- 54) Partner olduğunuz veya işbirliği yaptığınız yatırımcılar İstanbul'da mı yoksa yurtdışından veya başka şehirlerden de var mı?
- 55) Girişimcilere yatırım yapmak için ne kadar sıklıkla partnerlerinizden ödenek talep ediyorsunuz?
- 56) Şu anda elinizde hali hazırda mevcut olan ve girişimcilere yatırım yapabileceğiniz ödeneğiniz ne kadar?

- 57) Hızlandırıcı programınıza katılmak için hisse vermek zorunlu mu? Diyelim ki girişimci size hisse vermek istemiyor ve bu yüzden verdiğiniz tohum yatırımını kabul etmedi yine de programınıza dâhil olabilir mi?
- 58) Yatırım yaptığımız bir girişime ikinci kez bir yatırım yaptığınız oldu mu? Hiç yapmadıysanız böyle bir olasılık/imkân var mı?
- 59) Şu ana kadar toplam ne kadarlık bir yatırım yaptınız? Kaç girişime?
- 60) Hiç çıkış (exit) yapan bir firmanız oldu mu? Kaç tane?
- 61) Girişimciler programınıza sanal olarak dâhil olabiliyorlar mı yoksa fiziksel olarak burada mı olmak zorundalar?
- 62) Sanal bir program başlatma düşünceniz var mı?
- 63) Kendi programınızın performansını ölçmek için performans ölçütleriniz var mı? Varsa bu ölçütleriniz nelerdir? Doluluk oranı mı? Şirketlerin ne kadar yatırım aldıkları mı? Şirketlerin toplam değerlemesi mi?
- 64) Sizin için programın başarısını gösteren en önemli ölçüt nedir?
- 65) Performans raporlarınızı yatırımcılarınızla veya partnerlerinizle de paylaşıyor musunuz? Evet, ise ne sıklıkla?
- 66) Sizin için kilit paydaşlar kimler? Yatırımcılarınız mı? Üniversite mi?
- 67) Hâlihazırda programınızda olan ve programınızdan mezun olan tüm girişimlerin/şirketlerin toplam değeri nedir?
- 68) Bunların toplam kârları nedir?
- 69) Bunlar şu ana kadar toplamda ne kadar yatırım aldılar?
- 70) Bunların dışında kullandığınız herhangi bir ölçüt var mı?
- 71) Girişimcilerinizi mezun olduktan ve sizin bünyenizden ayrıldıktan sonra da takip ediyor musunuz? Nasıl?
- 72) Programınızda girişimciler için etkinlikler düzenliyor musunuz? Ayda/yılda ortalama kaç etkinlik düzenliyorsunuz?
- 73) Ne gibi etkinlikler düzenliyorsunuz? Meetups, startup weekend, workshops, demo days, hackathons?
- 74) Hiç eğitici etkinlik veya eğitim düzenliyor musunuz? Senede kaç tane? Bunlardan ücret alıyor musunuz?
- 75) Programınızdaki girişimcilerin bu etkinliklerin hepsine katılması zorunlu mu? Yoksa bazıları zorunlu, bazıları opsiyonel mi? Kaç tanesine katılması gerektiğini siz mi söylüyorsunuz?
- 76) Girişimcilere mentorluk hizmeti veriyor musunuz?
- 77) Bünyenizde aktif olarak çalışan kaç mentor var?
- 78) Bu mentorların geçmiş iş deneyimleri nelerdir?
- 79) Mentorları nasıl belirliyorsunuz? Bunun için resmi bir başvuru süreciniz var mı?
- 80) Girişimciler mentorlarla ne sıklıkla görüşüyor? Ayrıca nasıl görüşüyorlar? Birebir mi? Toplu olarak mı yoksa başka şekillerde mi?
- 81) Mentorlar için bir oryantasyon vb. süreciniz var mı?
- 82) Mentorlarla şirketlerin etkileşimini takip ediyor musunuz? Nasıl takip ediyorsunuz? Kayıt altına alıyor musunuz?
- 83) Programınızdaki tüm şirketler mentorlarla görüşüyor mu? Yoksa sadece bazıları mı görüşüyor? Oranları nedir?
- 84) Programınızda çalışan gönüllüler var mı? Varsa kaç tane? Bunlar haftada ortalama kaç saat çalışıyorlar?
- 85) Programınız kendini tanıtmak için hangi pazarlama ve sosyal medya kanallarını aktif olarak kullanıyor? (Blog, gazate, basın bülten, vs.)

- 86) Organizasyonunuzun en çok zorlandığı üç şeyi söyleyebilir misiniz?
 87) Bünyenizdeki girişimler için en etkili olduğunu düşündüğünüz destek nedir?
 88) Programınızdan mezun olan girişimcilerin liste halinde isimleri, şirketleri ve iletişim bilgilerini alabilir miyim?
 89) Bu girişimleri ve girişimcileri web sayfanızda da bulabilir miyim?
 90) Girişimcileri desteklemenin sizce daha iyi bir yolu var mı?
 91) Kendinizi diğer hızlandırıcı programlarla rakip görüyor musunuz?
 92) Hiçbir hızlandırıcı ağa üye olmayı düşündünüz mü? Global Accelerator Network (GAN) veya Seed_DB gibi?

EK 2. Girişimcilere yapılan anket.

Bu anket girişimcilerin hızlandırıcı programlardan ne kadar verim aldıklarını ve hangi girişimcilerin hangi desteklerden daha çok yararlandıklarını ölçmek için hazırlanmıştır.

1. Bölüm: Girişimciye Ait Bilgiler

- 1) Hangi hızlandırıcı programdasınız? (Eğer birden çok programa katıldıysanız lütfen en son bulunduğunuz hızlandırıcı programı işaretleyiniz.)
- Hiçbir hızlandırıcı programda değilim.
 - Starter's Hub
 - Kworks
 - İTÜ Çekirdek
 - IOT Telco Labs
 - Pilot
 - SuCool
 - Etohum
 - Diğer (Lütfen Belirtin):.....
- 2) Cinsiyetiniz Nedir?
- Kadın
 - Erkek
- 3) Yaşınız nedir? Lütfen uygun aralığı işaretleyiniz.
- 20'den daha küçük
 - 20-25 yaş arası
 - 26-30 yaş arası
 - 31-35 yaş arası
 - 36-40 yaş arası
 - 41-45 yaş arası
 - 46-50 yaş arası
 - 50 ve üstü
- 4) Eğitim Durumunuz Nedir?
- İlköğretim Mezunu (İlk+Orta Okul)
 - Lise Mezunu
 - Ön Lisans Mezunu
 - Lisans Mezunu
 - Yüksek Lisans Mezunu
 - Doktora Mezunu
- 5) Şu ana kadar toplamda başka firmalarda çalışan olarak iş tecrübeniz kaç yıldır?
- Hiç Yok

- b. 1-2 yıl
 - c. 3-4 yıl
 - d. 5-7 yıl
 - e. 8 yıl ve üzeri
- 6) Girişimci olarak tecrübeniz toplamda kaç yıldır?
- a. Hiç Yok
 - b. 1-2 yıl
 - c. 3-5 yıl
 - d. 6-7 yıl
 - e. 8 yıl ve üzeri
- 7) Ailenizde (anne, baba, büyük kardeş, küçük kardeş) sizden başka girişimci var mı?
- a. Evet, var.
 - b. Hayır, yok.
- 8) Ailenizde veya yakın çevrenizde deneyimlerinden yararlandığınız girişimciler var mı?
- a. Evet, var.
 - b. Hayır, yok.
- 9) Tek gelir kaynağınız bu girişimden kazandığınız gelir mi?
- a. Evet.
 - b. Hayır.
- 10) Girişimci olmak için ana motivasyonunuz nedir?
- a. Kendi işimin patronu olmak
 - b. Daha çok para kazanmak
 - c. Meşhur olmak
 - d. Toplumla hizmet etmek
 - e. Diğer (Lütfen Belirtin):.....

2. Bölüm: Şirkete Ait Bilgiler (Bu kısmı sadece şirket kuran girişimciler dolduracaktır. Henüz şirket kurmadıysanız lütfen bu bölümü atlayıp 3. bölüme geçiniz.)

- 1) Şirket kurdunuz mu?
- a. Evet
 - b. Hayır (Lütfen Neden Şirket Kurmadığınızı Belirtin):.....
- 2) Şirketinizin kuruluş tarihi nedir? (Ay/Yıl)/.....
- 3) Şirketinizi hızlandırıcı programa başlamadan önce mi kurdunuz yoksa sonra mı?
- a. Hızlandırıcı programa başlamadan önce kurdum.
 - b. Hızlandırıcı programa başladıktan sonra kurdum.
- 4) Hızlandırıcı programın şirketi kurmanızdaki etkisi nedir?
- 5) Şirketinizin yasal statüsü nedir?
- a. Şahıs Şirketi
 - b. Ltd Şirket
 - c. Anonim Şirketi
 - d. Diğer (Lütfen Belirtin):.....
- 6) Şirketiniz hangi alanda faaliyet göstermektedir? (Birden çok sektörü işaretleyebilirsiniz)
- a. Nesnelere interneti
 - b. Telekom
 - c. Yazılım
 - d. Finans
 - e. Eğitim
 - f. Büyük Veri

- g. Makine Öğrenmesi
 - h. SAAS
 - i. Mobil
 - j. Pazar Yeri
 - k. Akıllı Ev/Şehir
 - l. Yapay Zeka
 - m. E-ticaret
 - n. Diğer (Lütfen Belirtin)
- 7) Sektörünüzdeki rekabet durumu nedir?
- a. Yok
 - b. Çok Düşük
 - c. Düşük
 - d. Orta
 - e. Yüksek
 - f. Çok Yüksek
- 8) Kendiniz dâhil toplam ortak sayınız kaçtır?
- a. 1
 - b. 2
 - c. 3
 - d. 4
 - e. 5 ve üzeri
- 9) Kendiniz ve ortaklarınız hariç istihdam ettiğiniz çalışan sayınız kaçtır?
- a. 0
 - b. 1-3 kişi
 - c. 4-5 kişi
 - d. 6-10 kişi
 - e. 11-15 kişi
 - f. 16-20 kişi
 - g. 21 kişi ve üzeri
- 10) Marka Tesciliniz var mı?
- a. Evet, var.
 - b. Hayır, yok.
- 11) Patent/Faydalı Model başvurunuz var mı?
- a. Evet, var. Kaç tane?
 - b. Hayır, yok.
- 12) İhracat yapıyor musunuz?
- a. Evet. İhracat hacminiz aylık ortalama kaç TL'dir?.....
 - b. Hayır
- 13) Reklam Yapıyor musunuz?
- a. Evet. Reklam giderleriniz aylık ortalama kaç TL'dir?.....
 - b. Hayır
- 14) Şirketinizi büyütüp cirosunu arttırmak istiyor musunuz?
- a. Evet
 - b. Hayır
- 15) Şirketinizin büyümesini engelleyen bir durum var mı?
- a. Evet. Lütfen Belirtiniz:
 - b. Hayır.
- 16) Aylık ortalama cironuz nedir?

- a. Henüz satışa başlamadım.
- b. 100-5.000TL
- c. 5.000-10.000TL
- d. 10.000-20.000TL
- e. 20.000-50.000TL
- f. 50.000TL ve üzeri

17) Şirketinizin ihtiyacı olan ana finansal kaynakları nereden temin ediyorsunuz? (Lütfen birincil finans kaynağınızı seçiniz.)

- a. Kendi Birikimlerinizden
- b. Aile/Akraba/Arkadaş çevresinden
- c. Yatırımcılardan
- d. Hızlandırıcıdan
- e. Banka Kredisinden
- f. Satışlardan
- g. Diğer (Lütfen Belirtin):.....

18) Mevcut finansal kaynaklarınızı en çok ne için kullanıyorsunuz?

- a. Mevcut finansal kaynağım yok
- b. İşimi geliştirmek için
- c. Borç/kredi ödemek için
- d. Hisse sahiplerine kâr/temettü ödemesi için
- e. Diğer (Lütfen Belirtin):

3. Bölüm: Hızlandırıcı Özellikleri

1) Kaç aydır bu hızlandırıcı programdasınız? (Eğer hızlandırıcı programdan ayrıldıysanız toplamda kaç ay bu programda kaldınız?)

2) Daha önce başka bir hızlandırıcı programa katıldınız mı?

- a. Evet. Hangisi?
- b. Hayır

3) Bu hızlandırıcı programı tercih etmenizi sağlayan nedenleri işaretleyiniz. (Birden fazla işaretleme yapabilirsiniz.)

- a. Elverişli Konumu
- b. Marka Bilinirliği
- c. Eğitim Olanakları
- d. Tohum Yatırımı/Fonu imkânı
- e. Yatırımcılarla görüşme imkânı
- f. Mentorluk Hizmetleri
- g. Ofis Hizmetleri
- h. Yurtdışı olanakları
- i. Networking yapmama olanak sağlaması
- j. Hızlandırıcı destekleyen kuruluşlarla işbirliği yapabilme imkânı
- k. Laboratuvar Olanakları
- l. Tanıtım ve reklam (PR) olanakları
- m. Diğer (Lütfen Belirtin):

4) Bu hızlandırıcı programa kabul edilmeseydiniz yine de bu şirketi kurar mıydınız? (Eğer henüz şirket kurmadıysanız yine de bu proje üstünde çalışmaya devam eder miydiniz?)

- a. Evet
- b. Hayır

5) Hızlandırıcıdan mezun olup ayrılma sürenizi kendiniz seçebilseniz, bunu ne zaman yaptınız?

- Şirketim kendi kendini finanse edebildiği zaman
- Kâra geçtiğim zaman
- Hiç ayrılmazdım
- 1 yılın sonunda ne olursa olsun ayrılırdım
- Diğer (Lütfen Belirtin):

6) Hızlandırıcı programdan en çok verim aldığınız üç destek nedir?

7) Hızlandırıcı programın olumsuz bulduğunuz yönleri neler?

Hızlandırıcıda sunulan aşağıdaki hizmetlerden ne ölçüde yararlanıyorsunuz?

Eğitim (kurs, seminer) hizmeti	0-Hiç/Böyle bir hizmet yok	1- Çok Az	2- Az	3- Orta	4- Yüksek	5- Çok Yüksek
Mentorluk Hizmeti	0-Hiç/Böyle bir hizmet yok	1- Çok Az	2- Az	3- Orta	4- Yüksek	5- Çok Yüksek
Ofis Hizmetleri	0-Hiç/Böyle bir hizmet yok	1- Çok Az	2- Az	3- Orta	4- Yüksek	5- Çok Yüksek
Laboratuvar Hizmetleri	0-Hiç/Böyle bir hizmet yok	1- Çok Az	2- Az	3- Orta	4- Yüksek	5- Çok Yüksek
Reklam (PR) Hizmetleri	0-Hiç/Böyle bir hizmet yok	1- Çok Az	2- Az	3- Orta	4- Yüksek	5- Çok Yüksek
Networking Hizmetleri	0-Hiç/Böyle bir hizmet yok	1- Çok Az	2- Az	3- Orta	4- Yüksek	5- Çok Yüksek
Yatırım/Finans Hizmetleri	0-Hiç/Böyle bir hizmet yok	1- Çok Az	2- Az	3- Orta	4- Yüksek	5- Çok Yüksek
Yatırımcılarla Görüşme Hizmetleri	0-Hiç/Böyle bir hizmet yok	1- Çok Az	2- Az	3- Orta	4- Yüksek	5- Çok Yüksek
Yurtdışı Olanakları	0-Hiç/Böyle bir hizmet yok	1- Çok Az	2- Az	3- Orta	4- Yüksek	5- Çok Yüksek
Marka Tescil/Patent Başvuru/Hukuk Danışmanlığı Hizmetleri	0-Hiç/Böyle bir hizmet yok	1- Çok Az	2- Az	3- Orta	4- Yüksek	5- Çok Yüksek
Hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği yapabilme imkânı	0-Hiç/Böyle bir hizmet yok	1- Çok Az	2- Az	3- Orta	4- Yüksek	5- Çok Yüksek
Teknik alandaki destekler	0-Hiç/Böyle bir hizmet yok	1- Çok Az	2- Az	3- Orta	4- Yüksek	5- Çok Yüksek

Hızlandırıcıda sunulan aşağıdaki hizmetler sizin şirketinizin gelişimine ne kadar fayda sağlıyor?

Eğitim (kurs, seminer) hizmeti	0-Hiç/Böyle bir hizmet yok	1- Çok Az	2- Az	3- Orta	4- Yüksek	5- Çok Yüksek
Mentorluk Hizmeti	0-Hiç/Böyle bir hizmet yok	1- Çok Az	2- Az	3- Orta	4- Yüksek	5- Çok Yüksek

Ofis Hizmetleri	0-Hiç/Böyle bir hizmet yok	1- Çok Az	2- Az	3- Orta	4- Yüksek	5- Çok Yüksek
Laboratuvar Hizmetleri	0-Hiç/Böyle bir hizmet yok	1- Çok Az	2- Az	3- Orta	4- Yüksek	5- Çok Yüksek
Reklam (PR) Hizmetleri	0-Hiç/Böyle bir hizmet yok	1- Çok Az	2- Az	3- Orta	4- Yüksek	5- Çok Yüksek
Networking Hizmetleri	0-Hiç/Böyle bir hizmet yok	1- Çok Az	2- Az	3- Orta	4- Yüksek	5- Çok Yüksek
Yatırım/Finans Hizmetleri	0-Hiç/Böyle bir hizmet yok	1- Çok Az	2- Az	3- Orta	4- Yüksek	5- Çok Yüksek
Yatırımcılarla Görüşme Hizmetleri	0-Hiç/Böyle bir hizmet yok	1- Çok Az	2- Az	3- Orta	4- Yüksek	5- Çok Yüksek
Yurtdışı Olanakları	0-Hiç/Böyle bir hizmet yok	1- Çok Az	2- Az	3- Orta	4- Yüksek	5- Çok Yüksek
Marka Tescil/Patent Başvuru/Hukuk Danışmanlığı Hizmetleri	0-Hiç/Böyle bir hizmet yok	1- Çok Az	2- Az	3- Orta	4- Yüksek	5- Çok Yüksek
Hızlandırıcıyı destekleyen kuruluşlarla işbirliği yapabilme imkânı	0-Hiç/Böyle bir hizmet yok	1- Çok Az	2- Az	3- Orta	4- Yüksek	5- Çok Yüksek
Teknik alandaki destekler	0-Hiç/Böyle bir hizmet yok	1- Çok Az	2- Az	3- Orta	4- Yüksek	5- Çok Yüksek

Hızlandırıcı hakkındaki görüşleriniz nedir?

Hızlandırıcının startup'ların bir araya gelmesini sağlayarak işbirliğini kolaylaştırdığını düşünüyor musunuz?	0-Hiç	1- Çok Az	2- Az	3- Orta	4-Yüksek	5- Çok Yüksek
Hızlandırıcının startup ekosistemindeki dayanışmayı geliştirmeye yönelik faaliyetleri ne düzeydedir?	0-Hiç	1- Çok Az	2- Az	3- Orta	4-Yüksek	5- Çok Yüksek
Hızlandırıcının iş çevrenizi genişlettiğine/yeni müşteriler bulmanızda kolaylık sağladığını düşünüyor musunuz?	0-Hiç	1- Çok Az	2- Az	3- Orta	4-Yüksek	5- Çok Yüksek
Hızlandırıcının yatırımcılarla ilişki kurmanızda veya yeni yatırım kaynakları	0-Hiç	1- Çok Az	2- Az	3- Orta	4-Yüksek	5- Çok Yüksek

bulmanızda kolaylık sağladığını düşünüyor musunuz?						
Hızlandırıcı içindeki diğer şirketlerle ticari bir alışverişte bulunuyor musunuz?	0-Hiç	1- Çok Az	2- Az	3- Orta	4-Yüksek	5- Çok Yüksek

4. Bölüm: Hızlandırıcıdan Ayrılma (Bu kısmı sadece hızlandırıcıdan ayrılan şirketler dolduracaktır. Hala hızlandırıcı program bünyesindeyseniz lütfen bu kısmı doldurmayınız.)

1) Hızlandırıcıdan ayrılma tarihiniz nedir? (Ay/Yıl)/.....

2) Hızlandırıcıdan ayrılma nedeniniz nedir?

- Mezun oldum
- İflas/Girişimi kapatma
- Hızlandırıcının beklentilerimi karşılamaması
- Başka programa kabul edilme
- İş değişikliği
- Diğer (Lütfen Belirtin):

3) Hızlandırıcıdan ayrılan start-up şirketiniz hala aktif olarak faaliyette mi?

- Evet
- Hayır

4) Hızlandırıcıdan ayrıldıktan sonra şirketinizin cirosu ne ölçüde değişti?

- Aynı Kaldı
- Büyüdü
- Küçüldü

5) Hızlandırıcıya ilk başvurduğunuz zamanki ürününüzle ayrıldığınız zamanki ürününüz arasındaki farklar nelerdir?

- Ürünüm hala aynı.
- Ürünümde bazı değişiklikler oldu.
- Ürünüm tamamen değişti.

6) Hızlandırıcıdan ayrılmanıza rağmen hızlandırıcı ile iletişiminiz hala devam ediyor mu?

- Evet. Ne sıklıkla?.....
- Hayır.

7) Hızlandırıcıdan ayrılmanıza rağmen hızlandırıcıdaki diğer şirketlerle iletişiminiz hala devam ediyor mu?

- Evet. Ne sıklıkla?.....
- Hayır.

8) Hızlandırıcı programları iyileştirmek adına veya bu ankete katkı sağlayacağınızı düşündüğünüz önerileriniz var mı?

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler	
Adı Soyadı	Ceren ÇUBUKÇU
Doğum Yeri	Eskişehir
Doğum Tarihi	01.07.1985
Uyruğu	<input checked="" type="checkbox"/> T.C. <input type="checkbox"/> Diğer:
Telefon	0544-314-5676
E-Posta Adresi	Ceren.cubukcu@gmail.com
Web Adresi	www.cerencubukcu.com



Eğitim Bilgileri	
Lisans	
Üniversite	İstanbul Teknik Üniversitesi
Fakülte	Elektrik-Elektronik Fakültesi
Bölümü	Bilişim Sistemleri Mühendisliği
Mezuniyet Yılı	16.07.2008

Yüksek Lisans	
Üniversite	Bentley University
Enstitü Adı	McCallum Graduate School of Business
Anabilim Dalı	MBA
Programı	MBA- Full Time
Mezuniyet Tarihi	21.05.2011

Doktora	
Üniversite	İstanbul Üniversitesi
Enstitü Adı	Fen Bilimleri Enstitüsü
Anabilim Dalı	Enformatik Anabilim Dalı
Programı	Enformatik Programı
Mezuniyet Tarihi	06.07.2018

Makale ve Bildiriler	
Çubukçu, C. ve Gülseçen S., 2018, An analysis of the business accelerator programs in Turkey, <i>International Journal of Computer (IJC)</i> , 29(1), 13-32.	
Çubukçu, C., 2017, Kitleli Fonlama: Türkiye'deki kitleli fonlama platformları üzerinden bir değerlendirme, <i>Journal of Entrepreneurship and Innovation Management</i> , 6(2), 155-172.	
Çubukçu, C., 2016, Sistem analistlerinin dijital çağ ile birlikte değişen rolleri ve kullandıkları yeni yöntemler, <i>Academic Platform Journal of Engineering and Science</i> , 4(2), 37-40.	

- Atiker B., Çubukçu, C., Özcan M., Gürsul F., 2015, Sanal platformlarda siber zorbalık ve hukuki çözümler, *Legal Hukuk Dergisi*, 13(153)
- Çubukçu, C. ve Gülseçen S., 2017, Accelerator programs in Turkey: Who benefits the most from these programs?, *14th International Conference on Social Sciences*, 2-3 Mart 2018 Frankfurt, Almanya, EUSER, European Center for Science Education and Research, ISBN: 9781642553970, Vol. 2, 563-573
- Çubukçu, C., Gülseçen S., Tolun S., 2017, Risk management in startups: How using lean principles helps startups manage their risks more efficiently, *International Conference on Engineering Technologies*, 7-9 Aralık 2017, Konya, Türkiye, 146-150.
- Çubukçu, C. ve Özbay B., 2016, Ülkelerin ihracat ilişkilerine göre ilişkişel ağ analizi, *Uluslararası Bilgisayar Bilimleri ve Mühendisliği Konferansı*, 20-23 Ekim 2016, Tekirdağ, Türkiye, 12-19.
- Çubukçu, C. ve Atiker B., 2016, Ortaokullarda teknoloji kültürü ve etik, *3rd International Management Information Systems Conference*, 6-8 Ekim 2016, İzmir, Türkiye, 15- 24.
- Uğraş T., Gülseçen S., Çubukçu, C., Erdoğan İ., Gashi V., Bedir M., 2016, Research trends in web site usability: A systematic review, *HCI International 2016*, 17-22 Temmuz 2016, Toronto, Kanada, 9746(1), 517-528.