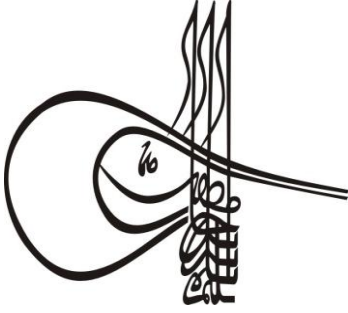




## Turkish Studies

International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic  
Volume 11/2 Winter 2016, p. 307-320  
DOI Number: <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.9173>  
ISSN: 1308-2140, ANKARA-TURKEY

---

### Article Info/Makale Bilgisi

✍ Received/Geliş: 21.01.2016 ✓ Accepted/Kabul: 18.02.2016  
✍ Referees/Hakemler: Doç. Dr. Ahmet MUTLU –  
Doç. Dr. Selahattin KAYNAK

---

*This article was checked by iThenticate.*

## GİRİŞİMCİLİK, YENİLİK VE İŞ MELEKLERİ

*Ahmet Zeki DEMİR\**

### ÖZET

Küreselleşmenin tecrübe edildiği günümüzde dünya genelinde benimsenmiş ihracata dayalı ekonomik kalkınma ve istihdam yaratma modellerinin yenilik tabanlı ihracat modeli olarak dönüşümü zorunlu hale gelmiştir. Bu dönüşümde en önemli aktörler girişimcilerdir ve girişimciler yeniliğin ana itici güçlerindendir. Girişimciler genelde yenilikçi iş fikirlerine veya icatlara sahiptirler. Fakat bu fikir veya icatlarını ticarileştirmeye çalışırken finansman sıkıntısından, üretim olanaklarına ve satış ve pazarlama problemlerine kadar birçok büyük problemle yüzleşirler. İhtiyaç duydukları destekleri bulamadıklarında tüm bu süreçleri tek başına omuzlamak zorunda kalırlar ve bu, girişimin başarı şansını düşüren bir zaman ve kaynak israfı sürecidir. Yenilik süreçlerini hızlandırabilmek ve yenilikçi iş fikirlerinin veya icatların ticarileşmesini sağlayabilmek için belli yardımcı unsurların devreye girmesi gereklidir. Kamu, girişimcilerin ihtiyaç duyduğu finansal kaynaklar hususunda teşvikler sağlasa da diğer ihtiyaçlar konusunda destek verememektedir. Bu durumda dünyada iş melekleri olarak bilinen ve belli sermaye gücüne sahip, sektörlerinde uzman ve gelişmiş iş bağlantılarına sahip kişilerin sisteme entegre edilmesi özellikle çok gereklidir. İş meleklerinin girişimlerin sayısının artması, yenilik kapasitesinin yükselmesi, şirketlerin performansının iyileştirilmesi ve istihdam yaratma konularında etkili oldukları görülmüştür. Türkiye’de yeterli sayıda iş meleği bulunmaması sebebi ile bu alanda özendirici uygulamaların özellikle de kurumsallaşmayı hızlandırıcı şekilde yapılması gerekmektedir. Artan sayıda iş meleği ve artan sayıda yenilikçi girişimcilik sayesinde ülkelerdeki ekonomik büyüme ve özellikle de istihdam sorunlarına daha etkili çözümler bulunabilecektir.

**Anahtar Kelimeler:** İş melekleri, yenilik, girişimcilik, istihdam

---

\* Yrd. Doç. Dr. Ondokuz Mayıs Üniversitesi Sivil Havacılık Ulaştırma İşletmeciliği, El-mek: ahmetzeki@yahoo.com

---

**ENTREPRENEURSHIP, INNOVATION AND BUSINESS ANGELS**
**ABSTRACT**

Currently the globalization is still in effect and export-oriented economic development and job creation models that have been adopted throughout the world become mandatory to be converted into the innovation-based export models. Entrepreneurs are the most important actors in this transformation. Entrepreneurs are the main driving forces of innovation. They possess innovative business ideas or inventions. But they are confronted with several major problems when they want to commercialize this ideas or inventions from funding shortages to production issues and to sales and marketing problems. When they could not find the support they need, they have to shoulder all these processes alone and therefore time and resources are wasted and this reduces the chance of success of the enterprise. To accelerate the innovation process and to commercialize the innovative business ideas or inventions some proper persons or institutions must come into play. Even though public institutions provides some financial incentives that needed by the enterprises they cannot provide support for the other requirements for the success. As a result, integration of the suitable persons who are known as business angels, who have financial resources and expertise in their sectors and advanced business connections, to the system is very crucial. Business angels have been shown to be effective on increasing the number of entrepreneurs, the rise of innovation capacity, improvement of the performance of companies and employment creation. Because of the absence of a sufficient number of business angels in Turkey incentives must be given to this area aiming especially to accelerate the institutionalization. Owing to the increasing number of business angels hence the increasing number of innovative entrepreneurship it will be possible to find more efficient solutions on economic growth and especially on employment issues in countries.

**STRUCTURED ABSTRACT**

Today, unemployment which has a direct impact on the economic and social development of a country has become an important issue to ponder upon. In Turkey according to the unemployment figures of October 2015, the unemployment rate calculated as 10.5% , the number of unemployed was over 3 million and youth unemployment was close to 20%. Governments in Turkey have searched for remedies to this critical and chronic problem for a very long time.

After the 1980s, to boost economic growth and solve the critical unemployment problem, Turkey has changed its economic model to the export-oriented growth model that gives special emphasizes to the international competition, targeting integration with the world economy and the dominance of market economy instruments.

Export-oriented development model is an accurate model that is used by developed and developing countries in the world today. But today's main issue that should be considered is what kind of export model

---

**Turkish Studies**

*International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*  
Volume 11/2 Winter 2016

is needed to be implemented. Nowadays, even countries rich in resources and also have large export incomes have begun to realize that the model of exporting only natural resources is an unsustainable model for the economic development due to the big fluctuations in external demand and prices. In both developed and developing countries knowledge and innovation-based development is seen as a means of maintain the stability and dynamism in the economy and now all countries and especially the resource-poor countries are beginning to understand that for exports and growth they have no other alternatives than innovation-based development model.

In a global competitive environment sustainable innovation is a need to be strong and have the advantage. Small and big entrepreneurs are the indispensable elements of this new model of innovation based export. Medium and large companies are one of the sources of innovation but they usually focus on their own industries and business sectors and therefore their innovation targets are generally restricted to the improvement of existing products and services. Therefore, the innovation objectives are focused on a narrower area.

Although they always cannot enjoy all the benefits, it was expected from small and new ventures to create game-changing innovations to survive in the market since they have no alternatives other than bringing market some differences. Therefore, their innovative business ideas or inventions carry big potentials for economies. But one of the biggest problems they face is the commercialization of inventions or ideas. Commercialization accommodates many factor like financing, the need of strategic decision-making and the need for marketing and sales and usually entrepreneurs are the people with only brilliant ideas but not experienced with a setting and developing companies and managing them and they have shortcomings in terms of knowledge and experience in these areas.

At this point, business angels are the only factors that can come into play. Business angels with their investment power, expertise and industry connections play a critical role for the commercialization of a products and especially the innovative products. By promoting entrepreneurs to make more commercial attempt through their investments they contribute to the strengthening of the eco-system for entrepreneurship and innovation. This study was conducted to reveal the effects of the angels on entrepreneurship, innovation and employment.

Usually investments made to non-public and in early stage companies and since there is no legal obligation for the announcement of these investments, the detection of many business angel investments are not possible in Turkey and in the world. For this reason, accessing to the broader information about their investments is problematic. Under these limitations as much literature review as possible was conducted on business angels. With the help of this study the questions of who are business angels and what innovation is and what are the effects of business angels on entrepreneurship and innovation were tried to be answered.

The business angels' effects on the employment and the companies' performance were analyzed based on the research results provided by

---

#### **Turkish Studies**

*International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*  
Volume 11/2 Winter 2016

EBAN (European Business Angels Network), one of the largest business angel network in the World, for 37 European countries' business angel investment operations. Finally, brief information about the current situation of business angels in Turkey was given.

Business angels are the individuals who invest their own money to someone else's business. They are called angels because they are the people who invest in companies that other investors does not find economically viable. Although new in our country, the system actively operates in the world for nearly 60 years.

Gradually declining number of venture capital firms are investing in the incubation and start-up companies, therefore the importance business angels in this area became more evident. Angels are much more effective in the financing of innovative companies since they can invest in different sectors and different geographical regions. Business angels usually invest in their own geographic area and in the sectors they have expertise and thus contribute to employment growth in the region they live in.

Private investors over the past 40 years have played a major role in the development of technological enterprises, increasing entrepreneurship and innovation. In 2013, 86% of all angel investments and 36% of all venture capital investments was invested in incubation and start-up businesses. Especially for the contribution to the economy, the support of business angels for early stage companies is very important.

The companies with business angel investments are very successful in creating employment, according to research results of EBAN. At the end of 3 years, companies are 3-fold increase in the average number of employees. In terms of the performance of companies business angel investment made income and assets of the companies to increase by an average of 1.5 times. And especially the initial stage companies in the information and technology sector became profitable even sooner.

Business angels' supply is very low in Turkey since there are great challenges in terms of their habitat. The majority of companies are non-institutionalized and therefore the businesses consist of professionals who are far off from the culture of institutional innovation and this does not facilitate the nurturing environment for angels and their qualifications. For this reason, the number of people who grow with corporate culture while performing certain functions of senior management and have the financial strength is very low in Turkey.

Thus, entrepreneurs are deprived of any support, regardless of how valuable and economical the idea or invention, try to cope with all development and commercialization processes and try to overcome the problems by themselves causing waste of time and resources and of course, this reduces the chance of success of the enterprises. As a result, once the failure rate of entrepreneurs increases more people pursue towards more secure places to work so they look for the jobs in the public and private sector. And this kind of situation is big blow to formation of entrepreneurial eco-system.

---

#### **Turkish Studies**

*International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*  
Volume 11/2 Winter 2016

Therefore, government should promote growth and development areas of the business angels and also government incentives should be organized in such a way that accelerate especially the institutionalization. Institutionalization is important since the institutionalized companies are the most suitable areas for people to experience corporate culture, involve in decision making processes and have sectoral networks and experiences. It helps to create quality managers human resource pools as well.

In Turkey, through angles many innovative business ideas might have the chance of commercialization. Thus, advantages will be provided to both in existing products and services as well as to the launch of new products and services to obtain higher value-added benefits for the country's economic development and consequently the increase in employment will be experienced through the development of the economy.

**Keywords:** Business angels, innovation, entrepreneurship, employment

## Giriş

Günümüzde ekonomik ve toplumsal kalkınmaya doğrudan etkisi olan işsizlik ülkelerin önemle üzerinde durmaları gereken bir konu haline gelmiştir (Korkmaz vd, 2013). Türkiye’de Ekim 2015 işsizlik rakamlarına göre işsizlik oranı %10,5, işsiz sayısı 3 milyonun üzerinde ve genç işsizlik oranı ise % 20’ye yakın olarak tespit edilmiştir (TÜİK, 2016). Bir ülkede işsizlik oranlarının yüksek olması hem büyük sosyo-ekonomik problemlerin habercisi ve hem de değerlendirilemeyen çok büyük bir insan kaynağının işaretidir ki bu ülkenin rekabet gücü açısından bir zayıflık göstergesidir. Yönetimler çok uzun bir süredir Türkiye’nin bu kritik ve kronik problemine bir çözüm yolu aramaktadırlar.

Aslında Türkiye, küreselleşme tartışmalarının henüz yaşanmadığı 1980’li yıllarda radikal bir değişikliğe giderek dışa açık, dünya ekonomisiyle bütünleşmeyi hedefleyen, piyasa ekonomisi enstrümanlarının hâkimiyetini hedef alan, uluslararası rekabeti ön plana çıkaran, ihracata dayalı büyümeyi temel alan bir model değişikliğine gitmiştir (Seyidoğlu, 1982; Şanlı, 1997). Bu modelin asıl hedefleri ekonomik büyüme ve işsizlikle mücadele olarak tespit edilmiş ve bu hedeflerin kamu yerine özel sektör eliyle gerçekleştirilmesi gerektiğine inanılmıştır. Bu sebeple ülkede özelleştirmeler yapılmış ve firmaların yurtdışına satış yapabilmeleri için büyük teşvikler sağlanmıştır. Yurtdışına satış yapan firmaların kapasite artırımına gidecekleri ve dolayısıyla çok daha fazla istihdam oluşturacakları öngörülmüştür. Bir noktaya kadar bu model başarılı da olmuş ve Türkiye’de ihracat 150 milyar USD (TİM, 2015) seviyelerine kadar yükselirken ihracat yapan sektörlerde de istihdam artışları olmuştur. Fakat bir noktadan sonra “eski ekonomiye” dayalı firmaların ürün ve hizmet ihracatının potansiyelinin sonuna gelinmiştir ve son yıllarda ihracatın artış hızı yavaşlamış ve hatta durma noktasına gelmiştir. Bu sebeple de ihracata dayalı istihdam beklentilerin altında kalmaya başlamıştır ve bu durum önümüzdeki yıllar için de negatif sinyaller vermektedir.

İhracata dayalı kalkınma modeli bugün dünyada gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelerin kullandığı doğru bir modeldir. Ama bugün için dikkat edilmesi gereken ana husus ne tür bir ihracat modelinin uygulanmaya konması gerektiğidir. Günümüzde kaynaklar açısından zengin ve büyük ihracat geliri olan ülkeler bile dışsal talep ve fiyatlarla büyük oynamalar sebebiyle ekonomik kalkınmalarının kaynak satımına dayalı bir ihracat modeli ile sürdürülemez olduğunu

görmektedirler. Hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerde bilgi ve yenilik tabanlı kalkınma istikrarın sağlanmasının ve ekonomide dinamizmin bir aracı olarak görülmektedir ve artık tüm ülkeler ve özellikle de kaynakça fakir olan ülkeler ihracat ve büyüme için yenilik tabanlı gelişim modeli dışında başka bir alternatifleri olmadıklarını anlamaya başlamışlardır (UNECE, 2012 ). İşte bu sebeple Türkiye’de de uygulanması gereken model de yenilik tabanlı ihracat modelidir.

Ekonomik büyümenin yenilik sayesinde sürdürülebilir olacağını gören birçok ülke yeniliği ana politika hedeflerinden biri yapmıştır. Global rekabet ortamında güçlü olabilmek ve avantaj sağlayabilmek için sürdürülebilir yenilik bir ihtiyaçtır. Yenilik tabanlı ihracata dayalı bu yeni modelin vazgeçilmez unsurları da girişimcilerdir. Girişimciler yeniliğin dinamosudurlar (Hindle ve Yencken, 2004). Fakat burada kastedilen “tekrarcı” yani mevcut sektör veya işleri taklit ederek veya tekrarlayarak mevcut pastayı büyütmeyen aksine geliri küçülten girişimciler değil “yenilikçi” yani yenilikçi fikirlerini veya icatlarını ticarileştirip piyasaya süren ve bazen de yeni bir sektör ve yeni bir istihdam alanı oluşumuna neden olan girişimcilerdir.

Başarılı girişimler yenilik olmadan piyasalarda yer bulamazlar ve başarıları kalıcı olamaz. Bu sebeple Türkiye de her yıl açılan iş yerlerinin sayısının yarısı kadarı kapanmaktadır (Milliyet, 2015). Yeni kurulan şirketler yenilik getiren değil eski anlayışın değişik bir yaklaşımı şeklinde kurulmakta ve bu sebeple de başarı şansları düşük olmaktadır. Rekabet avantajı sağlayarak ayakta kalabilecek olanlar sadece yenilikçi girişimcilerdir.

Günümüzden 15 veya 20 yıl önce yalnızca büyük ölçekli firmalar dünya çapında faaliyette bulunurken, son yıllarda yaşanan küreselleşme ve internet devrimi sayesinde en küçük firmalar bile dünyanın diğer ucundaki pazar fırsatlarını değerlendirebilir hale gelmişlerdir. Bu sebeple küresel rekabet ortamında büyük firmaların yanı sıra artık küçük ve orta ölçekli firmalar da yer almaya başlamıştır. (Johansson, 2000).

Küçük ve yeni şirketlerin klasik ürün ve hizmetler ile alakalı ihracat yapabilmeleri diğer büyük şirketlere göre çok daha zordur. Bu tür şirketlerin ihracat yapabilmeleri için büyük şirketlerin sunmadığı farklı ve yeni ürün ve hizmetlere ihtiyaçları vardır. Bu potansiyellerin önündeki en büyük engellerden biri ise icat veya fikirlerinin ticarileştirilmesidir. Ticarileştirme finansman ihtiyacından stratejik karar alma ihtiyacına ve satış pazarlama kabiliyetine kadar birçok etkeni içinde barındırmaktadır ve genelde girişimciler sadece parlak fikri olan ama şirket kurma ve yönetme deneyimi az olan kişilerdir ve bu alanlarda bilgi ve tecrübe eksiklikleri vardır. Yenilikçi fikirlerin iyileştirilmesi, piyasada satılabilir bir ürün veya hizmet hale getirilmesi ekonomik kalkınma ve ulusal rekabetin hızını bilirler ve bu sebeple yeniliğin ticarileştirilmesi çok önemlidir (UNECE,2012 ). Bu durumda girişimcilerin eksiklik duyduğu alanlarda yardımcı olabilecek kişi veya kurumların varlığı hem girişimcilere, hem yenilik yapabilme kapasitesine ve bu sebeple ihracata ve sonuç olarak da istihdama pozitif yansıyacaktır.

Bu noktada kamu belli teşvikler ile girişimciliğin ve yeniliğin finansman kısmını halletmeye çalışsa da ticarileştirme konusunda daha önemli alanlarda daha büyük eksikler mevcuttur. Gelişmiş ülkeler incelendiğinde icat veya iş fikrinden başlayıp, iş melekleri ve girişim sermayeleri ve özel yatırım fonları da dâhil olmak üzere bir başarılı girişimin ihtiyaç duyabileceği bütün enstrümanların dizayn edildiği ve birlikte bütünleşmiş bir sistem içinde çalışarak bir eko sistem oluşturdukları görülmüştür. Türkiye’de de belli aşamaları oluşmuş bu eko sistemin en zayıf halkasının yenilikçi girişimin ilk aşamalarda ihtiyaç duyduğu iş melekleri olduğu görülmüştür. Bu çalışma iş meleklerinin girişimcilik, yenilik ve istihdam üzerindeki etkilerini ortaya çıkarmak için yapılmıştır.

Genelde halka açık olmayan ve başlangıç aşamasındaki şirketlere yatırım yapıldığından ve bu yatırımların yasal duyurulma zorunluluğu olmadığından dünyada ve Türkiye’de birçok iş meleği yatırımının tespiti mümkün olamamaktadır. Bu sebeple yaptıkları yatırımlar ile ilgili çok geniş

bilgiye erişim imkânı da bulunmamaktadır. Bu sınırlamalar altında iş melekliği hakkında olabildiğince geniş bir literatür araştırması yapılmıştır. Bu araştırmanın da yardımı ile iş meleği kimdir ve yenilik nedir ve iş meleklerinin girişimcilik ve yenilik üzerine etkileri nelerdir sorularına cevap verilmeye çalışılmıştır. İş meleklerinin istihdam ve şirket performansına etkileri ise dünyadaki en büyük iş melek ağlarından biri olan EBAN'ın (European Business Angels Network - Avrupa İş Meleği Ağları) 37 Avrupa ülkesindeki iş melek yatırım çalışmasının sonuçları üzerinden analiz edilmiştir. Son olarak iş melekliğinin Türkiye'deki durumu hakkında bilgiler verilmiştir.

### 1.İş Melekleri, girişimcilik ve yenilik

Melek yatırımcı kavramı Türkiye'de yeni kullanılmaya başlanmakla birlikte, bu yolla fon sağlama ve yeni girişimleri finanse etme oldukça eskidir. Geçmişe bakıldığında A. Graham Bell 1874 yılında Bell telefon şirketini, Henry Ford, Ford fabrikasını ve Golden Gate köprüsünün yapımı melek yatırımcı fonları ile finanse edilmiştir. Günümüzde ise Amazon, Yahoo, Hotmail, Skype, Google, Youtube, Apple Computer gibi tanınmış firmaların kuruluş aşamalarında da melek yatırımcı fonları kullanılmıştır (Sohl, 2003).

Vance (2005)'e göre iş melekleri “kendi paralarını başkasının işine yatıran bireylerdir. Onlara, melek denmesinin sebebi ise yatırım yaptıkları firmaların diğer yatırımcılar tarafından yeterli görülmemeleridir”.

Melek yatırımcılar, girişimci firmalara yatırım yapmanın yanı sıra, o firmaların yönetim, pazarlama gibi karar alma alanlarında da rol oynamaktadırlar ve kendi tecrübeleri ve bilgileriyle katkıda bulunmaktadırlar (Wiltbank, vd., 2009). Yatırım yaptıkları firmanın gelecekte gelişimini arzulayan melek yatırımcılar, firmaya çeşitli katkılarda bulunarak firmanın uzun vadedeki başarısı üzerinde etki sahibi olmak isterler (Landström, 1998). Tashiro (1999), çalışmasında melek yatırımcıların firmalara finansal yatırım yapmanın yanı sıra başka şekillerde de katkıda bulunduklarını bulmuştur. Bu katkıları genellikle; yönetim, teknoloji ve insan kaynakları hususlarında yaptıklarını tespit etmiştir. Avrupa'da iş melekleri yeni girişimlerde stratejik ve operasyonel tecrübe sağlamanın yanı sıra (Harrison ve Mason, 2010 ) önemli bağlantılar ve tanışıklıklar kurma konusunda da önemli rol oynarlar.

Ülkemizde yeni olmakla beraber, sistem dünyada yaklaşık 60 yıldır aktif olarak işlemektedir. Geçtiğimiz 40 yıl boyunca özel yatırımcılar girişimcilik ve yeniliği artıran teknolojik girişimlerin gelişiminde büyük rol oynamıştır. 2013 yılında kuluçka ve başlangıç aşamasında ki girişimlere iş melek yatırımlarının tamamının %86'sı, Girişim Sermayesi yatırımlarının da tamamının %36'sı yatırım yapılmıştır (Center for Venture Research, 2013; PricewaterhouseCoopers Money Tree report, 2013).

Yenilik, bir icat veya fikir, bir ürün veya hizmetin, tasarım, üretim, satış, satış sonrası hizmetler veya diğer aşamalarında (mevcudu değiştirme veya yeni bir şey ortaya koyma ) ürün veya hizmetin rekabet gücünün artmasının sağlanması ve dolayısıyla ticari açıdan karlılığın artması olarak da tanımlanır.(Gümüş, 2009) Yenilik çok farklı alanlarda gerçekleştirilebilir. Bunlar arasında ürün, süreç, deneyim, pazarlama vb. gibi alanlar sayılabilir.

Türkiye'de icat, yenilik ve Ar-Ge birbirine çok karıştırılan kavramlardır. Steve Jobs (1998) “Yenilik ne kadar Ar-Ge dolarına sahip olduğunuz ile ilgili değildir. Apple Mac'ı ürettiğinde, IBM Ar-Ge ye en az 100 kat daha fazla harcamaktaydı. Bu, para ile ilgili değil. Bu sahip olduğunuz insanlar, nasıl yönetildiğiniz ve ne kadarını anladığınızla ilgili “ diyerek yeniliğin Ar-Ge den farkını çok açık dile getirmiştir. Yenilikle icat arasında da farklar vardır. “İcat, yenilik boyutu olan bir fikrin ürün veya sürece dönüştürülmesidir. İcat, başarıyla ticarileştirilmediği sürece toplumsal ve ekonomik fayda yaratamaz; dolayısıyla inovasyon (yenilik) olarak adlandırılmaz” (Şahin vd., 2015).

Yenilik iş hayatının en önemli aktivitelerinden biridir ve direkt ve dolaylı şekilde ülkelerin ekonomik büyümesine pozitif etki eder (Abramovitz, 1986). Yüksek seviye performans ve rekabetçilik için ekonomiler yeniliğe ihtiyaç duyarlar. Dünya ekonomileri günümüzde büyük çaplı globalleşme sürecini tecrübe etmektedirler. Diğer sonuçları bir yana bu süreç şirketler ve girişimciler için daha fazla pazara erişim imkânı sağlamak gibi faydalar sağlamaktadır (Yang ve Li, 2011). Pazarlara erişim imkânı işlerin büyümesi için pozitif bir beklenti oluşturur ve bu da daha çok rekabet ve yeniliğe sebep olmaktadır. Bugün her zamankinden daha fazla yeniliğin ve standart olmayan çözümlerle problemleri çözebilmek kabiliyetinin global ekonominin bu kritik aşamasında ne kadar hayati enstrümanlar olduğu görülmektedir (Tola ve Contini, 2015 ).

Yenilik ve rekabet arasındaki ilişki anlaşılabilir ve pozitif bir ilişkidir (Huang, 2011). Yenilik sebebiyle bir ürün ya teknolojik olarak ya fiyat olarak veya her ikisi sebebiyle daha rekabetçi hale gelir ve bu nedenle ürün daha çok pazara ulaşır ve yüksek rekabet potansiyeli, ürün yeniliğine sebep olur (Yang ve Li, 2011). Aynı zamanda yenilik ve rekabetçilik arasındaki ilişki ikili bir ilişkidir; rekabetçi ortam firmanın yeniliğini de etkilemektedir (Huang, 2011).

Yeniliğin bir kaynağı orta büyük işletmelerdir. Fakat bu ölçekteki firmaların çoğu kendi faaliyet alanları dışında yeni sektörlere yönelmeyi tercih etmemekte ve sadece bildikleri işi yapmak istemektedirler. Bu nedenle bu tür firmaların Ar-Ge çalışmaları sadece mevcut faaliyetleri ile alakalı olmakta ve mevcut ürün veya hizmetler geliştirilmeye çalışıldığından yenilik kapasitesi düşük olmaktadır. Bu sebeple bu tür firmalar bazen Ar-Ge sayesinde belli değişiklikler yapsa da bu değişiklikler oldukça sınırlı olmaktadır. Yenilik bir defa yapılarak başarı elde edilebilecek bir şey değildir ve başarı için yeniliğin devamlı olması gerekmektedir.

Bir de unutulmaması gereken konu, yenilik Ar-Ge çalışmaları sonucunda da ortaya çıkar fakat her Ar-Ge çalışması yenilik değildir ve her yenilik için Ar-Ge gerekmez. Yenilik bir kültürdür ve bu kültür ancak kurumsal yapıdaki şirketlerde devamlılık arz eder, sürdürülebilir olur. Her şirket, küçük büyük, belli dönemlerde bir yenilik bulup uygulamaya sokabilir ama tek seferlik yenilikler başarıyı kalıcı hale getiremez.

Yeniliklerin çoğu beklenin aksine sadece kendi faaliyet alanına odaklı daha büyük şirketler yerine piyasaya girip hayatta kalmak için farklı olmaya muhtaç olan küçük işletmelerden gelmektedir. Büyük şirketler yenilikte çok kötüdürler çünkü onlar baştan yenilikte kötü olmak için tasarlanmışlardır (Wessel, 2012) . Genç girişimci firmaların daha yenilikçi olarak kabul edilmesi şaşırtıcı değildir, sonuçta, yeni bir fikirden doğarlar ve bu fikri ticari açıdan başarılı kılmak için yaratıcı yollar bulmak ve hayatta kalmak zorundadırlar (Blank, 2013). Bu sebeple yenilikçi başlangıç şirketleri ve onların gelişimlerinin nasıl sağlanacağı çok önemli bir konudur.

Yenilikçi bir fikre sahip kişi yani girişimci bu fikri geliştirmek için öncelikle finansal desteğe ihtiyaç duyar. Ürünü kendi finansal gücü ile istediği noktaya getirirse bile yenilikçi bir ürünü piyasaya kabul ettirmek zorlu bir iştir. Bu sebeple piyasaya girebilmek için sektör bağlantıları olan etkili kişilerin yani iş meleklerinin yardımına ihtiyaç duyacaktır.

Özellikle teknoloji geliştirmede başlangıç aşamasında ki girişimlerin melek desteğini alması girişimşin kalite algısı ve bilinmezliğin azaltılması hususunda önemli bir sinyaldir (Elitzur ve Gavius, 2003 ) ve bu girişimin yenilik sürecini de kolaylaştırır.

Sahada yapılan anket ve mülakatlardan elde edilen bilgilere göre iş melek grupları aktif yatırımcıdır ve endüstri bağlantıları vardır ve gerekli insan kaynağı temininde etkilidirler (Van Osnabrugge ve Robinson, 2000). Ayrıca diğer potansiyel ortakları da cezbederler (Ehrlich vd., 1994). Borç verme işlemlerinde de iş meleklerinin firmaya yatırım yapmış olmaları borç verenler tarafından

bir ön işaret olarak alınır ve değerlendirilir (Wiltbank ve Boeker, 2007). İş melekleri finansman anlamında sağladıkları bu kolaylıklarla girişimcilik için hayati bir rol üstlenmiş olurlar.

İş meleklerinin aktif mentor oldukları, finansal performansı takip ettikleri, girişimler için sağlam bir yönetim kurulu üyesi görevi gördükleri ve girişimin performansını etkileyecek stratejiler oluşturdıkları yönünde deliller mevcuttur (Bruton vd., 2010). İş melekleri yatırım yaptıkları işlerden elde edecekleri gelir ile geçinmeye ihtiyaçları olmadığından ve hisselerini satmak için de bir aceleleri olmadığından (Van Osnabrugge, 2000) yatırım sürelerini esnetebilirler (Freear vd., 2002), ve uzun vadeli bir yatırımcı olarak şirkette kalabilirler (Bruton vd., 2010). Tüm bu unsurlar bir girişimin başarılı olması için elzem hususlardandır.

Bugün geniş bir kesim iş meleklerinin bir girişimin büyümesinde finansal sermaye yatırımı yaparak ve profesyonel hayatlarında elde ettikleri iş becerileri ve iş bağlantılarını sunarak girişimlere büyük katkılar yaptıklarını kabul etmektedir (Mason, 2006; Kelly, 2007). Birçok iş meleğinin kişisel ve profesyonel bilgileri ise daha önceki girişimcilik ve yöneticilik tecrübelerinden gelmektedir (Aernoudt, 1999).

Girişimcilik için řu kritik alanlarda iş melekleri çok önemlidir: Finansal sermaye arzını artırırlar ve birçok kaliteli girişimleri destekler (Gaston, 1989; Mason ve Harrison, 2000 ) ve bu sayede girişimlerin başarı şanslarını artırırlar. Şirkete sermaye girişi olmadığı durumlarda borçlanma sebebi ile oluşacak bilanço zayıflığı yerine şirketin bilanço kalitesini yükseltir. İş meleğinin bir şirkete yatırımı diğer yatırımcılar ve piyasa için de iyi bir işarettir ve bu sayede şirketler daha düşük riskli kabul edilir (Elitzur ve Gavius, 2003) ve gerektiğinde daha kolay, uzun vadeli ve ucuza borçlanma imkânı sağlar. İş melekleri firmanın kalitesini danışmanlık rehberlik ve diğer yatırımcılara erişim gibi katma değer aktivitelerle yükseltirler. Ve son olarak çok sayıda iş meleğinin başlangıç aşamasında ki firmaya yatırım yapıyor olması diğer girişimlerin sayısını da artırmaya yardımcı olur.

## 2. İş Melekleri ve ekonomik etkileri

Giderek azalan sayıda girişim sermayesi şirketleri, şirketlerin kuluçka ve başlangıç aşamalarına yatırım yaparken bu alanda iş meleklerinin önemi daha belirginleşmiştir. Melekler farklı coğrafi bölgeler de farklı sektörlerde yatırım yapabildiklerinden yenilikçi firmaların finansmanı konusunda çok daha etkilidirler. İş melekleri genelde kendi coğrafi bölgelerinde ve uzman oldukları alanlarda yatırım yaparlar ve böylece kendi yaşadıkları bölgelerde istihdam artışına katkı sağlarlar.

İş Melekliği olmadan girişimcilik özellikle de yenilikçi girişimcilik gelişemez. Dünya ve Türkiye’de çok sayıda parlak ve yeni fikir üretilmektedir. Bunların bir kısmı patente dönüşüyor olsa bile bu onların ticarileşeceği anlamına gelmemektedir. Ticarileştirme bambaşka ve çok zorlu bir süreçtir. Bu zorlukları aşmanın en önemli yolu ise yeniliğin yapıldığı sektörü iyi tanıyan, hangi icadın yeniliğe dönebileceğini tahmin edebilen, şirketin ayakta kalması ve başarılı olması için gerekli tecrübelere sahip bir mentor (akıl hocası) veya ortağın bulunmasıdır. Ancak bu şekilde parlak fikirlerin ticarileşme şansları artar ve böylece ekonomiye katkı sağlarlar. Yeni katma değeri yüksek sektörler oluşmaya başlar. Bu sayede ekonomik kalkınma hızı yükselebilir ve yeni istihdam alanları oluşabilir.

İş meleklerinin ekonomik katkılarını ortaya koyan çok önemli araştırma sonuçları 14. yıllık EBAN kongresinde yayınlanmıştır. Bu sonuçlara göre, 2004-2013 yılları arasında Avrupa’daki 3.208 başlangıç aşamasındaki şirkete yapılan yatırımlar 37 ülkede 1661 şirkete daraltılmış ve yatırım yapıldıktan sonraki üç yılın verileri incelemeye alınmıştır ve istihdam, gelir, aktif ve FAVÖK (Faiz, Vergi Öncesi Kar) performansları incelenmiştir. İstihdam ile ilgili elde edilen sonuçlara göre ortalama istihdam oranı üç kat artmıştır ve ortalama çalışan sayısı başlangıçta 5 iken üçüncü yılda

bu sayı 16,7 ye yükselmiştir. Şirket gelirleri ve aktifleri bakımından ortalama %150 ve %156,5luk bir artış gözlemlenmiştir Gelirler dört yılda ortalama 700.000 Avro'dan 1,8 milyon Avro'ya çıkmıştır, aktifler de benzer şekilde 800.000 Avro'dan 1,9 milyon Avro'ya yükselmiştir (Braha, 2014).

FAVÖK bakımından firmanın ilk dört yıl başbaşa noktasına gelemediği görülmüştür ki bu beklenen bir durumdur ve zaten bu sebeple iş melekleri yatırımdan genelde beş yıldan sonra çıkmayı hedeflerler. Bilgi ve iletişim teknoloji sektöründe ise FAVÖK üçüncü yılın sonunda pozitifte dönmüştür (Braha, 2014).

### 3. Türkiye’de iş melekliği

Melek yatırımları yenilikçi girişimlerin oluşmasına, olgunlaşmasına ve rekabetçi hale gelmesine yardımcı olmakta ve istihdam yaratma kabiliyetlerini de artırmaktadır. Bu sebeple bu model birçok ülkede karar alıcıların da devreye sokmak istediği bir modeldir. Bununla birlikte iş melekliğinin diğer yatırım modellerinden çok önemli bir farkı sebebiyle bu model hızla uygulamaya konamamaktadır. Sadece teşviklerle ve finansman sağlayarak bu modeli hayata geçirmek mümkün değildir. Çünkü tanımı gereği iş melekleri belli sermaye gücü haricinde, firmaların yönetim, pazarlama gibi karar alma alanlarında da rol oynayan ve bunu kendi tecrübeleri ve bilgileriyle yapan kişilerdir. Birçok iş meleğinin kişisel ve profesyonel bilgileri de daha önceki girişimcilik ve yöneticilik tecrübelerinden gelmektedir. Yani iş meleğinin özellikle de yenilikçi bir girişimi destekleyecek bir iş meleğinin sermaye gücünden çok daha fazla bilgi ve tecrübeye sahip olması gereklidir. Yenilikçi bir girişimi desteklemek finansal yatırımcı olmaktan veya bir sektörde yeni bir şirket kurmaktan çok farklıdır. Bu hem iş becerisi hem de şirket değerlendirme yapabilme ve denetim yapabilme gibi teknik bilgi gerektirir (OECD, 2011) .

Türkiye’de girişimcilik iklimi hızla değişse de iş melekliği hala başlangıç aşamasındadır. Türkiye’de iş melekliğinin durumunu bilimsel olarak net bir şekilde ortaya koymak da oldukça zordur. Yapısı gereği bu model çerçevesinde yatırımlar yapıldığında hiçbir kuruma haber verilmek durumunda olunmadığı için çoğu melek yatırımın melek yatırım olarak sınıflandırılması ve bunların etkilerinin ölçülmesi mümkün olamamaktadır. Bu noktada belli bilgiler ancak Türkiye’de iş meleği ağı olarak faaliyet gösteren melek ağlarından (Galata Business Angels, LabX, E-Tohum, BIC Angel Investments vb. gibi) elde edilebilmektedir ama bu bilgiler yatırımların özel yatırımlar olması ve rekabet sebebi ile çok yüzeyseldir. Hacim olarak da düşük olan işlemler sebebi ile üzerinde çalışma yapılabilecek yeterli bilgi mevcut değildir. Bu nedenle Türkiye’deki durumu ancak iş melekliği alanında uzmanlaşmış ülkelerin sistemleri üzerinden kıyasla ve Türkiye’de nelerin eksik olduğunu ifade ederek açıklamaya çalışmak mecburiyeti ortaya çıkmıştır.

Kurumsal yenilik kültürüne sahip, iş ve yönetim tecrübesi olan ve sektörlerinde bağlantılara sahip ve birikimlerini riske etmek isteyen insanların sayısının oldukça az olması Türkiye’de iş melekliği için en önemli engellerdendir. Türkiye’deki şirketlerin çok büyük bölümü patron yönetimlerinin olduğu aile şirketleridir. Kararlar patronlar veya ortaklar tarafından alınır ve çalışanların karar alma mekanizmalarında işlevsel bir fonksiyonları yoktur. İş yerlerinde terfiler bazen hakkaniyetle yapılsa bile terfiye uygun bir maaş ödemesi yapılmadığından birçok şirketteki (sözde) bölüm sorumluları veya müdürlerin sermaye biriktirme şansları olmamaktadır. Karar alma ve yönetme tecrübeleri gelişemeyen profesyonel çalışanlar, sermaye birikimleri de olamadığından başlangıç aşamasında özellikle de yenilikçi girişimlere destek verememektedirler.

Dünyada iş meleği olabilme potansiyeline sahip profesyoneller daha çok kurumsal şirketlerde üst düzey yönetim fonksiyonu icra eden kişiler olarak karşımıza çıkmaktadırlar. Türkiye’de bu potansiyele sahip kişileri iş meleği olmaya teşvik edecek herhangi bir teşvik sistemi uygulanmamakta ve konu hakkında farkındalık eğitimleri de verilmemektedir. Yine de potansiyel

barındırması itibari ile kurumsallaşmanın özendirilmesi ve şirketlerin şahıs yerine sisteme dayalı bir modelle birçok iş ve yönetim becerisi olan kişilerin yetişme alanları olması iş melekliğinin geleceği için çok önemlidir.

Kısaca Türkiye’de şu an itibari ile iş meleği arzı yapısal sorunlar sebebi ile oldukça düşüktür. Bu arz sadece finans teşvik sistemleri ile de çözülemez. İş melekliğini yeşereceği ortamların oluşturulması gereklidir.

### Sonuç

Ekonomik büyümeye katkısı ve istihdama olan etkisi sebebi ile ihracata dayalı büyüme modeli ülkeler tarafından dünyada en yaygın kullanılan modeldir. Fakat küreselleşmenin etkisi ile ihracat modelinin bilgi ve yeniliğe dayalı bir ihracat modeline dönüştürülmesi zorunluluğu ortaya çıkmıştır. Yenilik mevcut sektörlerde ihracat için rekabet avantajı sağlamanın ve küresel piyasalardan pay kapmanın neredeyse tek yolu haline gelmiştir. Yenilik barındırmayan ürünlerin üretim ve satışlarında karlılıklar çok sayıda üretici olması sebebi ile düşmüştür ve bu düşüşün ilk etkilediği alanda istihdam olmaktadır.

Yenilik tabanlı ihracat modelin asli unsuru yenilik yapabilen veya yapmaya çalışan küçük ve büyük girişimcilerdir. Orta ve büyük şirketler yeniliğin kaynaklarından biridir ama genelde kendi sektör ve faaliyet alanlarına odaklandıklarından yenilik hedefleri mevcut ürün veya hizmetlerinin geliştirilmesi üzerine kuruludur. Bu sebeple yenilik hedefleri dar bir alana odaklanmıştır.

Her zaman tüm faydalarından yararlanamamaları da oyun değiştiren yenilikleri küçük ve yeni girişimlerin yapması beklenir çünkü bu tür şirketlerin piyasada tutunabilmeleri için belli farklılıklar ortaya koymak dışında bir alternatifleri yoktur.

Farklı fikirlere veya icatlara sahip girişimcilerin önündeki en büyük engel ise ürün veya hizmetlerin ticarileştirilmesidir. Ticarileştirme finansal kaynak ihtiyacından pazara erişime ve üretim imkânlarına kadar birçok faktör içerir. Hepsinden önemlisi tüm bu süreçleri yönetebilme becerisi gereklidir.

Bu noktada tüm bu ihtiyaçları karşılamak üzere devreye girebilecek yegâne unsur iş melekleridir. İş melekleri kendi yatırım güçleri, uzmanlıkları ve sektör bağlantıları ile bir ürününü ve özellikle de yenilikçi bir ürünün ticarileştirilmesinde çok kritik bir rol oynarlar. Yaptıkları yatırımlar ile de daha çok girişimcinin girişimde bulunmasını teşvik ederek girişimcilik ve yenilik eko sisteminin güçlenmesine katkı sağlarlar.

Özellikle başlangıç aşamasındaki şirketlere iş meleği katkısı ekonomiye katkı açısından çok önemlidir. İş meleği yatırımı alan şirketler istihdam yaratmada çok başarılıdır, EBAN araştırma sonuçlarına göre 3 yılın sonunda şirketler ortalamada çalışan sayılarını 3 kat artırmaktadırlar. Şirketlerin performansları bakımından da iş meleği yatırımının şirket gelirlerini ve varlıklarının ortalama 1,5 kat arttırdığı görülmektedir. Ve özellikle bilgi ve teknoloji sektöründeki başlangıç aşamasındaki şirketler çok daha kısa sürede karlı hale dönmektedir.

Türkiye’de iş meleği arzı çok düşüktür çünkü iş meleğinin yetişme ortamı açısından büyük sıkıntılar mevcuttur. Kurumsal olmayan şirket ağırlığı ve bu sebeple kurumsal yenilik kültüründen uzak profesyonellerden oluşan iş piyasası iş meleği vasfına sahip kişilerin yetişmesine imkân sağlamamaktadır. Bu sebeple kurumsal kültürle yetişen ve üst düzey yönetim fonksiyonların icra ederken belli finansal güce de sahip olan insanların sayısı Türkiye’de azdır. Böyle olunca girişimciler bu destekten mahrum bir şekilde tüm geliştirme ve ticarileştirme süreçlerini, fikri veya icadı ne kadar değerli ve ekonomik olursa olsun, kendi başına halletmeye çalışmakta ve bu da ve büyük zaman ve kaynak israfı oluşturarak girişimlerin başarı şansını azaltmaktadır. Girişimcilerin başarısızlık oranı

artıkça insanlar girişimcilik yerine daha güvenli işlere yani kamu ve özel sektördeki işlere yönelmekte bu da girişimcilik eko sisteminin oluşumuna darbe vurmaktadır.

Bu sebeple kamu, iş meleklerinin yetiştirme ve gelişim alanlarını teşvik etmeli ve bu teşvikleri özellikle kurumsallaşmayı hızlandırıcı bir şekilde düzenlenmesi gerekmektedir. Kurumsallaşma önemlidir çünkü kurumsal bir kültürle yetişen, karar alma mekanizmalarında bulunan ve sektör bağlantıları ve tecrübesi olan kişilerin yetişmesi için en uygun alanlar kurumsal şirketlerdir. Bu sayede kaliteli yönetici insan kaynağı oluşacaktır. Türkiye’de birçok yenilikçi iş fikrinin ticarileşme imkânı olacaktır. Böylece hem mevcut üretilen mal ve hizmetlerde avantajlar sağlanacak ve hem de yepyeni ürün ve hizmetlerin piyasaya sürülmesi ve daha yüksek katma değer elde edilmesi ile ülkenin ekonomik kalkınmasına fayda sağlanacak ve gelişen ekonomi ile birlikte istihdamın da artışı sağlanmış olacaktır.

### KAYNAKÇA

- Abramovitz, M. (1986). Catching Up, Forging Ahead, and Falling Behind. *The Journal of Economic History*, 46(2), 385–406.
- Aernoudt, R. (1999). Business Angels: Should They Fly On Their Own Wings? *Venture Capital* 1, no. 2: 187–195.
- Blank, S. (2013). Why Big Companies Can’t Innovate. <http://steveblank.com/2013/02/23/why-big-companies-cant-innovate>. (Erişim tarihi: 13.02.2016)
- Braha, M. (2014). Research: The Economic Impact of Angel Investment. [http://www.eban.org/research-the-economic-impact-of-angel-investment/#.Vp-eE\\_mLS70](http://www.eban.org/research-the-economic-impact-of-angel-investment/#.Vp-eE_mLS70). (Erişim tarihi: 07.01.2016).
- Bruton, G.D., Filatotchev, I., Chahine, S., Wright, M. (2010). Governance, ownership structure, and performance of IPO firms: the impact of different types of private equity investors and institutional environments. *Strateg. Manag. J.* 31, 491–509.
- Center for Venture Research Report. (2013). The Angel Investor Market in 2013: A Return to Seed Investing”. <https://paulcollege.unh.edu/sites/paulcollege.unh.edu/files/2013%20Analysis%20Report%20FINAL.pdf> (Erişim tarihi: 02.01.2016).
- Ehrlich, S.B., De Noble, A.F., Moore, T., Weaver, R.R. (1994). After The Cash Arrives: A Comparative Study Of Venture Capital And Private Investor Involvement in Entrepreneurial Firms. *J. Bus. Ventur.* 9, 67–82.
- Elitzur, R., veGavious, A. (2003). Contracting, Signaling, and Moral Hazard: A Model of Entrepreneurs, Angels, and Venture Capitalists. *J. Bus. Ventur.* 18, 709–725.
- Freear, J., Sohl, J.E., Wetzel, W. (2002). Angels on Angels: Financing Technology-Based Ventures- a Historical Perspective. *Venture Capital*, Vol.4, No. 4, 275-287.
- Gaston, R. J. (1989). Finding Venture Capital for Your Firm: A Complete Guide. John Wiley & Sons, New York.
- Gümüş, R. (2009). İnovasyon Kültürü Üzerine. *Çerçeve Dergisi* 162-165. [http://www.vizyon21yy.com/documan/Genel\\_Konular/Inovasyon/Inovasyon\\_Kulturu\\_Uzerine.pdf](http://www.vizyon21yy.com/documan/Genel_Konular/Inovasyon/Inovasyon_Kulturu_Uzerine.pdf). (Erişim tarihi: 07.10.2015).

### Turkish Studies

*International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic*  
Volume 11/2 Winter 2016

- Harrison, R.T. ve Mason C.M. (2010). Annual Report on the Business Angel Market in the United Kingdom: 2008/09. [http://www.ukbusinessangelsassociation.org.uk/sites/default/files/media/files/bbaa\\_annual\\_market\\_report\\_2008-2009.pdf](http://www.ukbusinessangelsassociation.org.uk/sites/default/files/media/files/bbaa_annual_market_report_2008-2009.pdf) (Erişim tarihi: 11.01.2016).
- Hindle K, ve Yencken J. (2004). Public Research Commercialisation, Entrepreneurship And New Technology Based Firms: An İntegrated Model. *Technovation* (24) 793-803.
- Huang, K.F. (2011). Technology Competencies in Competitive Environment. *Journal of Business Research*, 64(2), 172–179.
- Jobs, S. (1998). “Steve Jobs Quotes”. <http://stevejobsdailyquote.com/tag/quotes-about-ibm/> . (Erişim tarihi: 02.01.2016).
- Johansson J. K. (2000). *Global Marketing*, Second Edition, New York: McGraw Hill, Inc., s.4.
- Kelly, P. (2007). Business Angel Research: The Road Travelled and the Journey Ahead. In *Handbook of Research on Venture Capital*, ed. H. Landstrom, 315–31. Cheltenham: Edward Elgar.
- Korkmaz M., Dilbaz Alacahan N., Tuna Cesim D., Yücel A.S., ve Aras, G. (2013). Türkiye’de Kadın İstihdamının Amerika Birleşik Devletlerindeki Kadın İstihdamı İle Karşılaştırılması, *Turkish Studies - International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic* Volume 8/9 Summer 2013, s. 1845-1863, ISSN: 1308-2140, [www.turkishstudies.net](http://www.turkishstudies.net), DOI Number: <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.5494> ANKARA-TURKEY.
- Landström, H. (1998). Informal Investors as Entrepreneurs. *Technovation*, 18 (5): 321-333.
- Mason, C.M. (2006). Informal Sources of Venture Finance. In *The Lifecycle of Entrepreneurial Ventures*, Ed. S. Parker, 259–99. Berlin: Springer.
- Mason, C.M. ve Harrison, R.T. (2000). The Size of the Informal Venture Capital Market in the UK, *Small Business Economics* 15, 137-148.
- Milliyet, (2015). “Türkiye’de 2014 Yılında 200 Bin 236 İşyeri Açılırken 96 Bin 353 İşyeri De Kapandı”. <http://www.milliyet.com.tr/turkiye-de-2014-yilinda-200-bin-236-trabzon-yerelhaber-592165>. (Erişim tarihi: 07.01.2016).
- OECD (2011), *Financing High-Growth Firms: The Role of Angel Investors*, OECD Publishing. <http://dx.doi.org/10.1787/9789264118782-en>. (Erişim tarihi: 03.01.2016).
- PricewaterhouseCoopers MoneyTree Report, (2013). [http://www.pwc.com/en\\_US](http://www.pwc.com/en_US). (Erişim tarihi: 02.01.2016).
- Seyidoğlu, H. (1982). “Türkiye’de Sanayileşme ve Dış Ticaret Politikaları” Turhan Kitabevi, Ankara.
- Sohl, J. E., (2003). “Trends And Issues in Angels Investing: Succeeding in today’s Environment at the National Association of Seed and Venture Funds (NASVF) Conference: Innovations in Early Stage Investing”. Baltimore, MD. [http://www.innovationamerica.us /index.php /associations/63-nasvf](http://www.innovationamerica.us/index.php/associations/63-nasvf). (Erişim tarihi: 07.09.2015).
- Şahin, V., Bilgili, M., ve Kocalar A.O. (2015). Coğrafya Lisans Öğrencilerinin Eğitimdeki İnovasyon İle İlgili Görüşleri, *Turkish Studies - International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic* Volume 10/11 Summer 2015, s. 1411-1426 DOI Number: <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.8348> ISSN: 1308-2140, ANKARA-TURKEY.

- Şanlı, B. (1997). “Sanayileşme Stratejileri ve Türk Dış Ticareti”, Işıklı Yayın, İstanbul.
- Tashiro, Y. (1999). Business Angels in Japan. *Venture Capital*, 1 (3): 259-273.
- TİM, Türkiye İhracatçılar Meclisi, (2015). Yıllık İhracat Rakamları, 2014. <http://www.tim.org.tr/tr/ihracat-ihracat-rakamlari-tablolar.html> (Erişim tarihi: 27.11.2015).
- Tola A., ve Contini M. V. ( 2015 ) . From the Diffusion of Innovation to Tech Parks, Business Incubators as a Model of Economic Development: the Case of “Sardegna Ricerche. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 176: 494 – 503
- TÜİK, Türkiye İstatistik Kurumu, (2016). İş Gücü İstatistikleri, Ekim, 2015. <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=21568> (Erişim tarihi: 16.01.2016).
- UNECE, United Nations Economic Commission for Europe, (2012). Fostering Innovative Entrepreneurship: Challenges and Policy Options. <https://www.unece.org/fileadmin/DAM/ceci/publications/fie.pdf>. (Erişim tarihi: 03.01.2016).
- Van Osnabrugge, M. (2000). A Comparison of Business Angel and Venture Capitalist Investment Procedures: An Agency Theory-Based Analysis”. *Ventur. Cap.* 2, 91–109.
- Van Osnabrugge, M., Robinson, R.J. (2000). *Angel Investing: Matching Startup Funds with Startup Companies—The Guide for Entrepreneurs and Individual Investors*. John Wiley.
- Vance, D. E. (2005). *Raising Capital*. Camden, New Jersey: Springer Press.
- Wessel, M. (2012). Why Big Companies Can’t Innovate. *Harvard Business Review*, <https://hbr.org/2012/09/why-big-companies-cant-innovate>. (Erişim tarihi: 13.02.2016)
- Wiltbank, R., Boeker, W. (2007). Angel investor performance project: data overview. *Soc. Sci. Res. Net.* (SSRN) 1024714.
- Wiltbank, R., Read, S., Dew, N. ve Sarasvathy, S. D., (2009). Prediction and Control Under Uncertainty: Outcomes in Angel Investing, *Journal of Business Venturing*, 24 (2): 116-133.
- Yang, T. T., ve Li, C. R. (2011). Competence Exploration and Exploitation in New Product Development: The Moderating Effects of Environmental Dynamism and Competitiveness. *Management Decision*, 49(9), 1444–1470.

#### Citation Information/Kaynakça Bilgisi

- Demir, A.Z. (2016). “Girişimcilik, Yenilik ve İş Melekleri / Entrepreneurship, Innovation and Business Angels”, *TURKISH STUDIES -International Periodical for the Languages, Literature and History of Turkish or Turkic-*, ISSN: 1308-2140, (Prof. Dr. Hayati Akyol Armağanı), Volume 11/2 Winter 2016, ANKARA/TURKEY, [www.turkishstudies.net](http://www.turkishstudies.net), DOI Number: <http://dx.doi.org/10.7827/TurkishStudies.9173>, p. 307-320.