

İyi Bir Fikir Her Zaman Başarıyı Getirmez: Startuplar İçin Yolculuk Rehberi

Ahmet Tarık Usta¹

Özet

Dünya dijital odaklı bir ekonomiye geçtikçe, startup firmaları giderek daha önemli hale geliyor. Startuplar, mevcut ve gelecekteki ihtiyaçları karşılamak için hızla yenilik yapabilen ve yeni ürünler, hizmetler ve çözümler geliştiren firmalardır. Çalışmada irdelenecek engeller ve engellerin aşımında etkili olan faktörlerin bir iş kurmanın ve yürütmenin çeşitli yönleri hakkında değerli bilgiler sunacağı düşünülmektedir. Ek olarak, startup firmalarını incelemenin, girişimcilere başkalarının hatalarından ders alma ve bir iş kurma sürecindeki gerekli adımları ve süreçleri daha iyi anlama fırsatı sunması beklenmektedir.

GİRİŞ

Dünya dijital odaklı bir ekonomiye geçtikçe, startup firmaları giderek daha önemli hale geliyor. Startuplar, mevcut ve gelecekteki ihtiyaçları karşılamak için hızla yenilik yapabilen ve yeni ürünler, hizmetler ve çözümler geliştiren firmalardır (Skala ve Skala, 2019). Girişimcilerin iş dünyasında başarılı olmaları, istihdam yaratmaları ve ekonomik büyümeye katkıda bulunmaları için bir yol sağlar. Bu nedenle gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler yeni girişimlerin önünü açmakta ve bu girişimlerin başarılı olmaları için çaba sarfetmektedir (Salamzadeh ve Kawamorita Kesim, 2015).

Startuplar, gelişimin erken aşamalarında olan şirketlerdir. Tipik olarak yenilikçilik, risk alma, uzun vadeli büyüme ve kârlılığa odaklanma ile karakterize edilirler (Tekin, 2021). Startuplar genellikle, geleneksel pazarları bozmak ve yenilerini yaratmak amacıyla yeni ürün ve hizmetler geliştirmektedir ve bu ürün ve hizmetleri piyasaya sürmek için yaratıcılıklarından ilham alır (Bilgeseven ve Kasimoğlu, 2020). Startuplar, yeni pazarlar yaratmaya yardımcı olabilmeleri ve daha büyük ekonomi üzerinde olumlu bir etkisi olabilecek mevcut olan pazarları evrimleştirmeleri açısından önemlidir. Yıkıcı girişimler, yeni ve yenilikçi fikirleri finanse etmenin bir yolunu sağlayarak risk sermayedarları için önemli bir sermaye kaynağı sağlar. Genellikle toplu-

1 Arş. Gör., Gebze Teknik Üniversitesi, İşletme Fakültesi, atusta@gtu.edu.tr,
Orcid: 0000-0002-8136-2550

mu etkileyen sorunları çözmeye odaklanan startuplar, olumlu bir sosyal etki yaratmanın bir yolu olarak görülür. Kısacası, startuplar ekonomik büyüme, yenilik ve sosyal değişim için güçlü bir araçtır ve önemlerinin gelecekte daha da artması beklenmektedir. Diğer yandan startupların sınırlı kaynakları ve sermayeye sınırlı erişimi vardır, bu da onları kurucularına ve ilk yatırımcılara büyük ölçüde bağımlı hale getirir (Klačmer Čalopa vd., 2014).

Startuplar yaşam serüvenine devam edebilmek için ciddi bir mücadeleden içerisindedir. Startupların birçoğu işlerini ölçeklendirmek için mali kaynaklardan yoksunken, bir kısmı ise başarılı bir iş yürütmek için deneyim ve bilgiden yoksundur. Bunlara ek olarak, rekabet ortamı sürekli değişim içerisindedir ve startuplar rekabete ayak uydurmak için doğru stratejiden yoksun olabilmektedir. Ayrıca, bir iş kurmanın maliyeti ve müşteri edinmenin maliyeti oldukça yüksektir. Sınırlı sermayeye sahip olan startuplar, bu maliyetleri karşılamakta zorlanmaktadır (Ries, 2017). Son olarak, birçok yeni girişim, sınırlı pazarlama bütçeleri nedeniyle müşteri tabanı oluşturamamakta ve pazarın yeterince ilgisini çekememektedir. Tüm bu faktörler, yeni başlayan firmaların karşılaştığı engellerdir ve girişimcilerin başarılı olabilmeleri için bu zorlukları aşabilmeleri önemlidir.

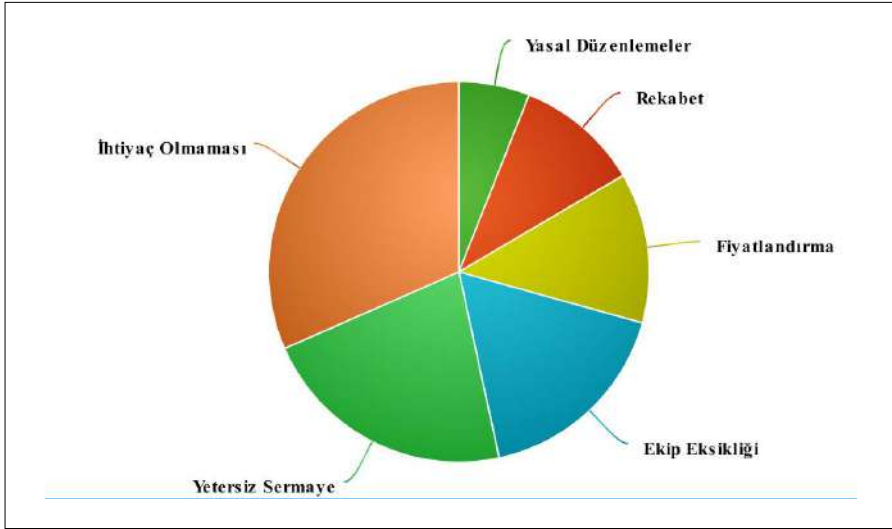
Startup firmalarını incelemek, işletmelerin nasıl oluştuğunu ve nasıl geliştiğini anlamının önemli bir parçasıdır. Startuplar, başarılı olabileceğine inandıkları bir ürün veya hizmet için iyi bir vizyona sahip girişimciler tarafından kuruldukları için kurumsallaşmış firmalardan ayrılmaktadır. Bu girişimciler büyük bir risk alırlar. Bu nedenle girişimin ticari başarıya ulaşması ve topluma katkı sağlaması için yapılan hataların ve çözüm yollarının irdelenmesi önem arz etmektedir. Bu çalışmada startup firmalarının başarı yolculuğunda karşılaştığı engeller ve engelleri aşmada önemli olan faktörlere değinilecektir. Çalışmada irdelenecek engeller ve engellerin aşımında etkili olan faktörlerin bir iş kurmanın ve yürütmenin çeşitli yönleri hakkında değerli bilgiler sunacağı düşünülmektedir. Ek olarak, startup firmalarını incelemenin, girişimcilere başkalarının hatalarından ders alma ve bir iş kurma sürecindeki gerekli adımları ve süreçleri daha iyi anlama fırsatı sunması beklenmektedir. Son olarak, girişimciler ürün ve hizmetlerini geliştirmek için sürekli olarak yeni yollar aradıklarından, startup firmalarını incelemek yenilikçiliği ve yaratıcılığı geliştirmeye yardımcı olabilir.

Başarıda Göz Ardı Edilenler

Startup Genome (2020) tarafından yürütülen araştırma neticesinde girişimlerin başarısız olma oranının %75 olduğu, zamanla başarısızlık oranının arttığı ve kurulan girişimlerin yaklaşık %90'ının beş sene içerisinde yok ol-

duğu tespit edilmiştir. Söz konusu çalışmada girişimlerin başarısız olmasının ana nedenleri arasında ürün için pazar ihtiyacının olmaması, kötü yönetim ve pazarın artan rekabetçiliği gösterilmektedir. Amerika Birleşik Devletleri'nin önde gelen danışmanlık firmaları arasında yer alan CB Insight firmasının startüplara yönelik 2021 yılında yayınladığı rapor da Startup Genome tarafından yürütölen çalışmadaki benzer sorunlara işaret etmektedir. Detaylı bir rapor hazırlayan CB Insight firmasının eriştiği bulgulara göre (bkz Şekil 1);

Şekil 1: Startup Firmalarının Başarısızlık Nedenlerinin Dağılımları



- Startup firmalarının %42'sinin geliştirilen ürün veya hizmete pazarın ihtiyacı olmaması,
- Startup firmalarının %29'unun nakdi sermayesi tükenmesi,
- Startup firmalarının %23'ü ekip eksikliği,
- Startup firmalarının %19'u fiyatlandırma veya maliyet sorunları,
- Startup firmalarının %17'si odaklanma eksikliği,
- Startup firmalarının girişimlerinin %14'ü rekabet ve,
- Startup firmalarının girişimlerinin %8'i yasal sorunlar nedeniyle başarısız olmaktadır.

Fon eksikliği

Startup firmaları genellikle faaliyetlerini sürdürmek için gerekli fona ulaşmakta zorlanırlar (Mustapha ve Tlaty, 2018). Bir iş kurmanın maliyetlerini karşılayabilmek için ciddi sermayelere sahip olmak gerekmektedir ve birçok

girişim, tüm masraflarını karşılayacak kaynaklara sahip değildir. Startup firmalarının büyük çoğunluğu piyasaya yeni girdiği için mevcut risk sermayesi miktarı sınırlıdır ve fon sağlayan kişi, kurum ya da kuruluşlar bile tüm ihtiyaçlarını karşılamak için startupları yeterli görmeyebilir. Bu finansman eksikliği, birçok girişim için büyük bir zorluk olabilir. Bu sorun hızlı ve etkili bir şekilde ele alınmazsa başarısızlıklarına yol açabilir. Gerekli finansal kaynaklar olmadan, startuplar kendi pazarlarında rekabet edebilmek ve başarılı olmak için gerekli personeli işe alamayacak veya ekipmanı satın alamayacaktır.

Yetenekli Personel Eksikliği

Startup firmaları, sınırlı bütçeleri, kısa geçmişleri, yerleşik marka ve itibarlarının olmaması nedeniyle genellikle yetenekli çalışanları işe almakta zorlanırlar. Yetenekli çalışanlar genellikle başarılı bir sicile, iyi bilinen bir markaya ve kariyer gelişimi vaadine sahip şirketlere çekilir (Yoo vd., 2012). Yeni kurulan şirketler, daha büyük, daha köklü şirketlerle rekabet edebilmek için cazip maaşlar veya sosyal yardım paketleri sunacak kaynaklara sahip değildir. Sonuç olarak, yetenekleri çekmek için şirkette eşitlik, esnek çalışma programları veya daha rahat bir çalışma ortamı sunmak gibi daha yaratıcı yaklaşımlara güvenmek zorunda kalabilirler. Ek olarak, girişimler genellikle yeni çalışanları etkili bir şekilde işe almak için gereken altyapı ve süreçlerden yoksundur. En iyi yetenekleri bulmayı ve işe almayı kolaylaştırmak için insan kaynakları teknolojisine yatırım yapmaları veya işe alımları üçüncü bir tarafa yaptırmaları gerekebilir.

Pazar Araştırması Eksikliği

Son yıllarda startup firmaları giderek yaygınlaştığı görülmektedir. Ancak, bu firmaların çoğu, zayıf pazar araştırması nedeniyle başarıya ulaşamamaktadır. Pazar araştırması, girişimcilerin hedef kitlelerini ve sektörlerini daha iyi anlamalarına yardımcı olduğu için, özellikle yeni başlayan her işletme için çok önemlidir (Şahin ve Sığırı, 2022). Pazarı anlamadan, startupların potansiyel fırsatları ve riskleri gözden kaçırmaları muhtemeldir. Ayrıca, sektörlerini anlamadan çok riskli veya iyi değerlendirilmemiş kararlar verebilirler. Zayıf pazar araştırması, yetersiz bir ürün veya hizmete de yol açarak müşteri sadakati eksikliğine ve satışların düşmesine neden olabilir. Nihayetinde, zayıf pazar araştırması, yeni başlayanlar için bir ölüm cezası olabilir ve onları pazarda rekabet edemez hale getirebilir.

Deneyim Eksikliği

Startup firmaları genellikle kök salmış yerleşik işletmelerin deneyiminden yoksundur (Berg vd., 2018). Bu durum, rekabetçi bir pazarda başarılı olmak söz konusu olduğunda startuplar için başka bir engel doğurmaktadır. Startuplar, müşteri ilişkilerini yönetme, bir pazarlama stratejisi geliştirip yürütme ve yasal ve düzenleyici ortamda hayatta kalma deneyiminden yoksundurlar. Doğru rehberlik olmadan, startup firmaları fırsatları kaçırabilir ve büyümeyi sürdürmeyebilir. Başarılı olmak için, bu firmalar temel güçlerinden yararlanmalı ve başarılı olmak için ihtiyaç duydukları bilgi ve deneyimi kazanmak için dış kaynakların yardımını kullanmalıdır.

Rekabet

Startup firmaları iş dünyasına girerken genellikle kırmızı okyanuslarda yani yoğun rekabetin olduğu pazarlarda konumlanmaktadır (Karadayı ve Yazıcı, 2021). Bu nedenle, oluşan mevcut ekonomik ortamda, daha büyük, daha köklü, daha fazla kaynağa ve paraya sahip şirketlerle rekabet etmeleri zorlaşmaktadır. Bu şirketler, daha geniş bir müşteri tabanı, araştırma ve geliştirmeye yatırım yapmak için daha fazla para ve daha fazla sermayeye erişimi gibi avantajlara sahiptir. Ek olarak, daha büyük şirketler sektörde daha fazla deneyime sahiptir ve ürünleri nasıl oluşturacaklarını ve müşterilere pazarlayacaklarını bilirler. Bu durum yeni başlayan firmaların kendileriyle rekabet etmesini ve rekabetçi kalabilmesini zorlaştırmaktadır. Sonuç olarak, startup firmaları daha büyük şirketlerle rekabet edebilmek için doğru stratejilere sahip olduklarından emin olmalıdır. Bu strateji oluşturulurken, pazarı araştırmayı, benzersiz bir ürün veya hizmet geliştirmeyi, net bir pazarlama stratejisine sahip olmayı ve başarılı olmalarına yardımcı olacak doğru kaynaklara yatırım yapmayı göz ardı etmemelidirler.

Yasal Düzenlemelerin Karmaşıklığı

Yeni kurulan şirketler, özellikle son yıllarda karmaşık yasal düzenlemelerden önemli ölçüde etkilenmektedir. Yeni işletmelerin sayısı arttıkça, yasal düzenleyicilerin bu firmaların çeşitli yasalara, yönetmeliklere ve standartlara uymasını sağlamaya daha fazla dahil oldukları tespit edilmiştir (Triebel, 2018). Bu durum, bir işi yürütmek için üstlenilmesi gereken evrak ve uyum çabalarının miktarında önemli bir artışa neden olmuştur. Karmaşık yasal düzenlemeler, bir işletmeyi yürütmeye ilgili maliyetlere de yansımıştır. Çünkü startup firmaları, uyumu sağlamak için avukatlara ödeme yapmak veya uyumsuz oldukları tespit edilirse ağır para cezaları ödemek zorunda kalmıştır. Çoğu durumda, uyum maliyeti o kadar yüksek hale gelmiştir ki, bazı

startup firmalarının faaliyete geçmesini engellemiştir. Bu durum, özellikle bu düzenlemelere uymak için gerekli finansal kaynaklara sahip olmayan küçük işletmeler için sorunlu olmuştur.

BAŞARI TARİFİ: DÖRT YAPRAKLI YONCA

Kurucu ve Ekip

Bir startup firmasının hayatta kalabilmesi büyük ölçüde kurucusunun rolüne bağlıdır. Kurucu, bir girişimin arkasındaki itici güçtür, ekibe liderlik etmekten, vizyonu belirlemekten ve bunların gerçekleşmesi için gerekli kaynakları sağlamaktan sorumludur (Salamzadeh, 2015). Güçlü bir kurucu olmadan, bir girişimin mücadelesinin uzun sürmemesi ve sonunda başarısız olması muhtemeldir.

Kurucular, firmayı başarılı kılacak vizyona, güdüye ve kararlılığa sahip olmalıdır. Doğru fırsatları belirleyebilmeleri ve ekibin hedeflere odaklandığından emin olmaları gerekir. Yatırımcılar, ortaklar ve müşterilerle etkili bir şekilde iletişim kurabilmelidirler. İş modeli ve rekabet ortamı hakkında iyi bir anlayışa sahip olmalıdırlar.

Başarıyı garantilemek için, kurucular doğru ekibi işe alabilmeli, kaynakları ve finansmanı yönetebilmeli ve hesaplanmış riskler alabilmelidir. Zor kararlar verebilmeli ve rekabette önde kalmalıdırlar. Ekibi motive edebilmeli ve işbirliği, yenilikçilik ve sorumluluk kültürü oluşturabilmelidirler. Nihayetinde, bir startup firmasının başarısı, kurucusunun liderliğine bağlıdır. Doğru vizyon, dürtü ve kararlılıkla bir kurucu başarılı bir iş yaratabilir.

Bir startup firmasının ulaşacağı başarılar büyük ölçüde ekibinin performansına bağlıdır (Crowne, 2002). Ekip, herhangi bir işletmenin mihenk taşıdır ve yeni kurulan bir şirketin başarılı olabilmesi için güçlü, motive olmuş ve üretken bir ekibe sahip olması çok önemlidir. Ekip, tamamlayıcı becerilere sahip ve şirketin hedeflerine ulaşmak için birlikte çalışabilecek kişilerden oluşmalıdır. Sorunlara yaratıcı çözümler bulmak ve birlikte çalışabilmek için ekipte iyi bir beceri ve yetenek dengesi kurmak önemlidir.

Ekip ayrıca kararlar almak ve harekete geçmek için etkili bir şekilde işbirliği yapmalı ve iletişim kurabilmelidir. İletişim, herhangi bir işte esastır ve etkili bir ekibe sahip olmak, başarılı iletişimin anahtarıdır. Bu, herkesin dinlenildiği ve fikirlerin tartışıldığı düzenli ekip toplantıları yoluyla başarılabılır.

Bir ekip ayrıca ortaya çıkan herhangi bir zorlukla başa çıkabilmeli ve sorunlar üzerinde düşünebilmelidir. Gelecekle ilgili genellikle belirsizlik oldu-

ğundan ve ekibin hızla uyum sağlayıp dönebilmesi gerektiğinden, bu bir startup için önemlidir.

Bunlara ilaveten, ekibin birbirine güven ve saygı duyması ve destekleyici bir ortama sahip olması önemlidir. Bu, tüm ekip bireylerinin motive ve üretken olmasına ve ekibin aynı hedef için çalışmasına yardımcı olacaktır.

Finansman

Startup firmaları genellikle fon eksikliği engeliyle karşılaşmaktadır. Finansman yetersizliği startup firmalarının faaliyet göstermelerini ve büyümelerini zorlaştırır. Ancak, iyi bir iş planıyla birlikte doğru miktarda finansman, bu acemi şirketler için başarının anahtarı olabilir.

Finansman, reklam, pazarlama, çalışanları işe alma, malzeme satın alma, mağaza kurma gibi bir iş kurmayla ilgili maliyetleri karşılamak için kullanılabilir. Kaynak sağlanacak bu operasyonlar, startupların temel iş faaliyetlerine odaklanmalarına ve yeni pazarlara açılmalarına olanak tanır.

Finansman, startup firmalarının daha fazla kaynağa ve fırsata erişmelerini sağlayarak başarı şanslarını artırmalarına da yardımcı olabilmektedir (Akın, 2020). Örneğin, deneyimli profesyonelleri ve danışmanları işe almak, gerekli ekipmanı satın almak ve yenilikçi ürün ve hizmetler geliştirmek için fonlar kullanılabilir.

Ayrıca, sermayeye erişime sahip olmak, girişimlerin ek fonlar ve değerli tavsiyeler sağlayabilecek potansiyel yatırımcıları ve risk sermayedarlarını çekmesine yardımcı olabilir (Şekerli ve Yıldız, 2022). Startupper, ek finansman sağlayarak operasyonlarını hızla büyütebilir ve yeni başarı zirvelerine ulaşabilir (Şekerli ve Yıldız, 2022).

Kısacası, finansman, herhangi bir girişimin başarısının temel bir unsurudur. Doğru miktarda fonu güvence altına alabilen ve bunları akıllıca kullanabilen şirketlerin, hedeflerine ulaşma ve başarılı olma şansı daha yüksektir.

Pazarlama ve İş Modeli

Startup firmalarının birçok hareketli parçası vardır ve pazarlamanın rolü bu parçaların en önemlilerinden birisidir (Crowne, 2002). Kapsamlı bir pazarlama stratejisi olmadan, bir startup firmasının başarısız olması muhtemeldir. Pazarlama, startup firmasının potansiyel müşteriler arasında görünürlük yaratmasına ve ilgi uyandırmasına ve doğru endüstri ortakları ve etkileyicilerle ilişkileri geliştirmesine olanak tanır.

İyi pazarlama, bir startup firmasının hedef müşterilerine ulaşmasına ve başarılı bir marka oluşturmaya yardımcı olur. Pazarlama stratejisi doğru uygulandığında, olumlu bir marka imajı oluşturmaya ve firmanın rekabette öne çıkmasını sağlayacaktır. Ayrıca doğru pazarlama stratejisi firmanın yeni pazarlara ve müşterilere ulaşmasına, müşteri tabanını ve gelirini artırmasına destek olur.

Pazarlama ayrıca dış dünyayla ilişkiler kurmanın harika bir yoludur. Mevcut ve potansiyel ortaklar, yatırımcılar ve diğer paydaşlarla bağlantı kurmak için kullanılır. Pazarlama yoluyla, firma olumlu bir kamu imajı yaratabilir ve halkın nezdinde güvenilirlik kazanabilir.

Kısacası, yeni başlayan bir firma için pazarlamanın rolü hafife alınmaz. İyi pazarlama, yeni başlayan bir firma için başarının anahtarı olabilir, hedeflerine ulaşmasına, olumlu bir itibar kazanmasına ve kendisini sektörde bir lider olarak kabul ettirmesine yardımcı olabilir.

İş modeli, herhangi bir başlangıç firmasının başarısında kritik bir rol oynar. Firmanın operasyonları için plan görevi görür ve firmanın nasıl gelir elde edeceği ve müşteriler için değer yaratacağı konusunda çerçeve sağlar. İş modeli aynı zamanda modeli uygulamak için gerekli kaynakları ve yetenekleri tanımlar. Ayrıca iyi hazırlanmış iş modelinde bu kaynakların ve yeteneklerin nasıl yönetileceğini ve tahsis edileceğini belirler.

İş modeli, startuplar için önemlidir çünkü fırsatları belirlemelerine ve farklı stratejiler izlemeyle ilişkili potansiyel riskleri değerlendirmelerine de yardımcı olmaktadır. Bir iş modeli, kaynakların kullanımının nasıl optimize edileceği ve rekabet avantajları yaratılacağı konusunda da rehberlik sağlamaktadır. Son olarak, bir iş modeli, bir startup firmasının kazanan bir strateji geliştirmesine ve tekliflerini rakiplerinden nasıl ayırt edebileceğini belirlemesine yardımcı olmaktadır. Bu nedenle, iyi hazırlanmış bir iş modeli, herhangi bir startup firmasının başarısında kilit bir faktördür (Sommer vd., 2009).

Zamanlama

Başlangıç firmasının başarısı için zamanlama çok önemlidir. Bir ürünü veya hizmeti piyasaya sürmek için doğru zamanın seçildiğinden emin olmak için bilgi sahibi olmak ve araştırma yapmak önemlidir. Bu, girişimin başarılı olmasına ve firmanın kendi sektöründe bir lider olarak yerleşebilmesine yardımcı olacaktır (Triebe vd., 2018).

Başarılı bir girişim, bir ürünü veya hizmeti piyasaya sürmek için doğru zamanı doğru bir şekilde belirleyebilen girişimdir. Bir ürün veya hizmetin

lansmanında çok erken veya çok geç kalmak, başarısız bir girişime yol açabilir.

Startup firmaları her zaman sektörlerindeki trendlerin yanı sıra tüketici ihtiyaçlarının da farkında olmalıdır. Rakiplerin hareketlerini izlemek ve onların güçlü ve zayıf yönlerini belirlemek önemlidir. Bu, potansiyel başarıyı en üst düzeye çıkarmak için bir ürün veya hizmetin piyasaya sürüleceği doğru zamanın belirlenmesine yardımcı olacaktır. Yeni başlayan bir firma, bir ürün veya hizmet lansmanı için doğru zamanlamayı belirlemek için mevcut ekonomik ve piyasa koşullarının yanı sıra kaynakların mevcudiyetine de dikkat etmelidir.

Sonuç

Startup firmaları, gelişme ve büyüme yolculuklarında başarılarını önemli ölçüde etkileyebilecek çok sayıda engelle karşılaşmaktadır. Bu engeller arasında finansmana erişim eksikliği, sınırlı pazar bilgisi, yetersiz altyapı, düzenleyici ve yasal engeller ve yoğun rekabet sayılabilir. Bir girişimin büyümesi ve hayatta kalması için bu engellerin aşılması çok önemlidir.

Startup firmalarının sıklıkla karşılaştığı önemli bir engel, finansmana erişim eksikliğidir. Finansman eksikliği, girişimin hala pazarda bir yer edinmeye çalıştığı gelişimin ilk aşamalarında büyük bir engel olabilmektedir. Yeni girişimler bu engeli aşmak için melek yatırımcıları, risk sermayedarlarını ve kitle fonlaması veya hibeler gibi diğer finansman kaynaklarını arayabilirler (Yanık, 2021). Bununla birlikte, yatırımcıları çekmek için, startup firmalarının net ve çekici bir iş planına ve gelir getirebilecek geçerli bir ürün veya hizmete sahip olmaları gerekir.

Startup firmalarının karşılaştığı bir başka engel de sınırlı pazar bilgisidir. Pazarı ve müşteri ihtiyaçlarını tam olarak anlamadan, yeni başlayanların tüketicilerde yankı uyandıracak bir ürün veya hizmet yaratması zor olabilir. Bu engelin üstesinden gelmek için yeni girişimlerin pazar araştırması yapması, hedef kitlesi hakkında veri toplaması ve bu bilgileri ürün geliştirme ve pazarlama stratejilerini bilgilendirmek için kullanması gerekmektedir.

Yetersiz altyapı, özellikle teknoloji ve üretim yetenekleri söz konusu olduğunda, girişimler için de bir engel olabilir. Bu engeli aşmak için startuplar mevcut altyapı ve ortaklıklardan yararlanabilir veya yazılım geliştirme platformları veya üretim ekipmanları gibi kendi altyapılarına yatırım yapabilir.

Düzenleyici ve yasal engeller, özellikle sağlık veya finans gibi yüksek düzeyde düzenlemeye tabi sektörlerde, girişimler için önemli engeller oluşturabilir. Bu engellerin üstesinden gelmek için, startupların ilgili düzenlemeleri

güçlü bir şekilde anlamaları ve uyumluluğu sağlamak için hukuk uzmanlarıyla çalışmaları tavsiye edilmektedir (Karabeytan, 2023).

Son olarak, genellikle köklü aktörlerin yer aldığı kalabalık pazarlara giren startuflar için yoğun rekabet yaygın bir engeldir. Bu engeli aşmak için startufların yenilikçi çözümler sunarak, güçlü bir marka yaratarak ve stratejik ortaklıklar kurarak kendilerini rekabette farklılaştırmaları gerekiyor.

Öte yandan, bu engellerin aşılmasında güçlendirici olarak hareket edebilecek çeşitli faktörler vardır. Net bir vizyon ve misyona sahip kurucu, bir girişimin odaklı ve motive kalmasına yardımcı olabilir. Güçlü ve tutkulu bir ekip, yenilikçiliği ve yaratıcılığı yönlendirmeye yardımcı olabilir. Stratejik ortaklıklar uzmanlığa, kaynaklara ve potansiyel müşterilere erişim sağlayabilir. Uyarlanabilir ve esnek bir iş modeli, karşılaşılan zorluklardan sıyrılmak için etkindir. Teknolojinin etkin kullanımı süreçleri düzene sokabilir ve verimliliği artırabilir. Son olarak, öğrenmeye ve dönüşe istekli olmak, yeni girişimlerin pazardaki değişikliklere karşı evik ve duyarlı kalmasına yardımcı olabilir.

Zorlukları etkili bir şekilde yönlendiren ve bu desteklerden yararlanan girişimler, büyüme ve başarı için kendilerini konumlandırabilir. Bununla birlikte, engelleri aşmak için herkese uyan tek bir yaklaşım olmadığına dikkat etmek önemlidir. Her girişim benzersizdir ve biri için işe yarayan stratejiler ve araçlar bir başkası için işe yaramayabilir. Bu nedenle, girişim kurucularının açık fikirli, yaratıcı ve kendileri için neyin işe yaradığını bulana kadar denemeye istekli olmaları çok önemlidir.

Sonuç olarak, bir girişimin yolculuğu zorluklarla ve engellerle doludur. Ancak doğru bakış açısı, kararlılık ve destekle bu engelleri aşmak ve başarılı bir iş yaratmak mümkündür.

Kaynaklar

- Akın, M. Ş. (2020). Risk Sermayesinin Yüksek Maliyeti ve Startuplar'ın İzleme- si Gereken Yatırım Stratejisi. *İstanbul İktisat Dergisi*, 70 (1), 229-245. DOI: 10.26650/ISTJECON2020-0010
- Berg, V., Birkeland, J., Pappas, I. O., & Jaccheri, L. (2018). The role of data analytics in startup companies: Exploring challenges and barriers. In *Challenges and Opportunities in the Digital Era: 17th IFIP WG 6.11 Conference on e-Business, e-Services, and e-Society, I3E 2018*, Kuwait City, Kuwait, October 30–November 1, 2018, Proceedings 17 (pp. 205-216). Springer International Publishing.
- Bilgiseven, E. B. & Kasımoğlu, M. (2020). Start Up Girişimlerde Girişimcilik Niyeti Üzerinde Etkili Olan Faktörler Arasındaki İlişkinin Analizi. *Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama Araştırmaları Dergisi*, 4 (7), 41-59. DOI: 10.31006/gipad.726625
- CB Insights. (2021, August 3). The Top 12 Reasons Startups Fail. Retrieved April 24, 2022, from CB Insights <https://www.cbinsights.com/research/report/startup-failure-reasons-top/>
- Crowne, M. (2002, August). Why software product startups fail and what to do about it. Evolution of software product development in startup companies. In *IEEE International Engineering Management Conference (Vol. 1, pp. 338-343)*. IEEE.
- Genome, S. (2020). The global startup ecosystem report GSER 2020. *Startup Genome, San Francisco*.
- Karabetyan, L. (2023). İşletmelere Yönelik Düzenlemeler ve Girişimcilik Faaliyeti: BRICS Ekonomileri için Bir Nedensellik Analizi. *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 10 (1), 175-188. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/optimum/issue/74376/1196788>
- Karadayı, T. & Yazıcı, S. (2021). PLANNING THE BUSINESS MODEL BY DESIGN THINKING: A RESEARCH ON START-UPS. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Girişimcilik Dergisi*, 5 (10), 75-95. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/tje/issue/66614/1011309>
- Klačmer Čalopa, M., Horvat, J., & Lalić, M. (2014). Analysis of financing sources for start-up companies. *Management: journal of contemporary management issues*, 19(2), 19-44.
- Mustapha, A., & Tlaty, J. (2018). The entrepreneurial finance and the issue of funding startup companies. *European Scientific Journal*, 14(13), 268-279.
- Ries, E. (2017). The startup way: how modern companies use entrepreneurial management to transform culture and drive long-term growth. Currency.

- Şahin, B. & Sığırı, Ü. (2022). Responsive Market Orientation: A Qualitative Research on Turkish Startup Companies. *Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 11 (1), 105-141. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/jeim/issue/72084/1142008>
- Salamzadeh, A. (2015). Innovation accelerators: Emergence of startup companies in Iran. In 60th Annual ICSB World Conference June (pp. 6-9).
- Salamzadeh, A., & Kawamorita Kesim, H. (2015). Startup companies: Life cycle and challenges. In 4th International conference on employment, education and entrepreneurship (EEE), Belgrade, Serbia.
- Şekerli, E. B. & Yıldız, A. (2022). Başlangıç Sermayesi Girişimlerinin Öğrenme-sinde Girişim Sermayesi Fonlarının Rolü. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24 (2), 197-211. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/iibfdkastamonu/issue/74499/1116008>
- Skala, A., & Skala, A. (2019). The startup as a result of innovative entrepreneurship. *Digital Startups in Transition Economies: Challenges for Management, Entrepreneurship and Education*, 1-40.
- Sommer, S. C., Loch, C. H., & Dong, J. (2009). Managing complexity and unforeseeable uncertainty in startup companies: An empirical study. *Organization Science*, 20(1), 118-133.
- Tekin, E. (2021). Türkiye’de Start-up Ekosistemi Üzerine Bir Değerlendirme. *Econder International Academic Journal*, 5 (1), 33-48. DOI: 10.35342/econder.847279
- Triebel, C., Schikora, C., Grasse, R., & Sopper, S. (2018). Failure in startup companies: why failure is a part of founding. *Strategies in failure management: Scientific insights, case studies and tools*, 121-140.
- Yanık, S. D. (2021). Girişim Şirketlerinin Sermaye İhtiyaçlarını Karşılama İçin Kullandıkları Fon Mekanizmaları. *Maltepe Üniversitesi Hukuk Fakültesi Dergisi*, (2), 339-372. Retrieved from <https://dergipark.org.tr/tr/pub/mhfd/issue/69028/1092352>
- Yoo, C., Yang, D., Kim, H., & Heo, E. (2012). Key value drivers of startup companies in the new media industry—The case of online games in Korea. *Journal of Media Economics*, 25(4), 244-260.