



T.C.

TOKAT GAZİOSMANPAŞA ÜNİVERSİTESİ

LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

İŞLETME ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS PROGRAMI

**AKADEMİK GİRİŞİMCİNİN GİRİŞİM YOLCULUĞU VE BU
YOLCULUKTA TEKNOPARKLAR VE TEKNOLOJİ TRANSFER
OFİSLERİNİN KATKISI: TR83 BÖLGESİ ÖRNEĞİ**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Duygu GÜDEL

Danışman: Doç. Dr. Musa Said DÖVEN

TOKAT-2023

JÜRİ KABUL VE ONAY



ETİK SÖZLEŞME

Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü tez yazım kılavuzuna göre, **Doç. Dr. Musa Said DÖVEN** danışmanlığında hazırlamış olduğum **“Akademik Girişimcinin Girişim Yolculuğu ve Bu Yolculukta Teknoparklar ve Teknoloji Transfer Ofislerinin Katkısı: TR83 Bölgesi Örneği”** adlı Yüksek Lisans tezimin bilimsel etik değerlere ve kurallara uygun, özgün bir çalışma olduğunu, aksinin tespit edilmesi halinde her türlü yasal yaptırımını kabul edeceğimi beyan ederim.

.../.../...

Duygu GÜDEL

İmza

TEŞEKKÜR SAYFASI

Öncelikle yüksek lisansa başladığım andan itibaren bana bu bölümü sevdiren, bu zorlu sürecin fikir aşamasından son aşamasına kadar hiçbir zaman desteğini esirgemeyen, her iletişim kurduğumda değerli vaktini bana ayırıp bilgi, tecrübe, öneri ve yorumlarıyla yol gösteren çok değerli danışman hocam Doç. Dr. Musa Said DÖVEN'e sonsuz minnet ve teşekkürlerimi sunarım.

Hayatta her koşulda destekçim olan, tez sürecimde ne zaman pes etsem beni tekrar umutlandırıp tezi yazmaya cesaretlendiren en iyi arkadaşım, dostum, sırdaşım Şeyda ACAR'a, yine bu süreçte bana destek olan bütün arkadaşlarıma, anneme, babama kardeşlerime teşekkürlerimi sunarım.

Tez sürecimde görüştüğüm bütün hocalarıma da ayrıyeten teşekkürlerimi sunarım.

ÖZET

AKADEMİK GİRİŞİMCİNİN GİRİŞİM YOLCULUĞU VE BU YOLCULUKTA TEKNOPARKLAR VE TEKNOLOJİ TRANSFER OFİSLERİNİN KATKISI: TR83 BÖLGESİ ÖRNEĞİ

Duygu GÜDEL

Yüksek Lisans, İşletme Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Musa Said DÖVEN

Aralık 2023, xi + 109

Akademik girişimcilik, geçmişten günümüze bilim insanlarının yapmış olduğu araştırmaların sonuçlarından bir yarar sağlanması için bulunulan yeni girişimlerdir. Günümüzde bu kavram üniversite ile sanayi arasında işbirliği sağlayarak akademisyenlerin ve lisansüstü öğrencilerinin girişimci ruhlarını ortaya çıkararak, yeni girişimlerde bulunarak, bu girişimlerinin belli kurumlardan destek alarak ticarileşmesini sağlamaktır. Literatürde akademik girişimcilikle ilgili yapılan birçok çalışmada girişimci adayların girişimcilik niyetleri sorgulanmış olup bu girişimcilik niyetine etki eden faktörler araştırılmıştır. Bu çalışmada ise, girişimcilik kararı vermiş olan akademisyenlerin bu kararı vermesindeki neden, girişimcilik sürecindeki her bir aşamada kararını etkileyen faktörler ve bu süreçte Teknoparklar ve Teknoloji Transfer Ofislerinin rolü araştırılmıştır. Bu kapsamda özellikle akademisyenlerin yürüteceği girişimcilik türü olan teknogirişimcilik için bir süreç kurgulanmış olup bu sürecin aşamaları itibarıyla girişimci akademisyenlerin durumu sorgulanmıştır. Araştırma, TR83 bölgesi kapsamında olan Tokat, Samsun, Çorum illerindeki Teknopark firmalarında gerçekleştirilmiştir. Çalışmada 24 kişiye ulaşılmıştır fakat 4 kişinin görüşmeyi kabul etmeme sebebiyle 20 kişi ile görüşme yapılmıştır. Katılımcılara hazırlanan mülakat soruları sorulmuştur. Araştırma sonucunda akademisyenlerin girişimci olma sebeplerinin büyük ölçüde kişilik geçmiş tecrübe ve eğitime bağlı olduğu görülmüştür. Girişimci olma kararlarında Teknopark ve teknoloji transfer ofislerinin TÜBİTAK desteğiyle kurulan işletmeler haricinde fazla bir rolü olmadığı ortaya konmuştur. İş fikri büyük ölçüde akademisyenlerin kendi çalışma alanları ile ilgili olup piyasa taleplerine göre şekillenmiştir. Yine girişimciliğini ilerleyen süreçlerinde Teknopark ve teknoloji ofislerinden girişimcilerin destek talep etmediği belirlenmiştir.

Sonuçlar bütüncül bir bakış açısıyla değerlendirilerek akademik girişimciliğin gelişebilmesi adına akademisyenlere, Teknopark ve TTO'ya önerilerde bulunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Akademik Girişimcilik, Girişimcilik, Girişimcilik Niyeti, Teknopark, Teknoloji Transfer Ofisleri



ABSTRACT

THE ENTREPRENEURIAL JOURNEY OF THE ACADEMIC ENTREPRENEUR
AND THE CONTRIBUTION OF TECHNOPARKS AND TECHNOLOGY
TRANSFER OFFICES IN THIS JOURNEY: THE EXAMPLE OF TR83 REGION

Duygu GÜDEL

Master's Thesis, Business Administration

Thesis advisor: Doç. Dr. Musa Said DÖVEN

December 2023, xi + 109 pages

Academic entrepreneurship is new initiatives taken to benefit from the results of research conducted by scientists from past to present. Today, this concept is to ensure cooperation between the university and the industry, to reveal the entrepreneurial spirit of academicians and graduate students, to take new initiatives and to commercialize these initiatives by receiving support from certain institutions. In many studies on academic entrepreneurship in the literature, the entrepreneurial intentions of entrepreneurial candidates have been questioned and the factors affecting this entrepreneurial intention have been investigated. In this study, the reasons why academicians who have decided to become entrepreneurs make this decision, the factors that affect their decisions at each stage in the entrepreneurship process, and the role of Technoparks and Technology Transfer Offices in this process are investigated. In this context, a process has been designed for technoentrepreneurship, which is a type of entrepreneurship to be carried out especially by academicians, and the status of entrepreneurial academics has been questioned in terms of the stages of this process. The research was carried out in Technopark companies in the provinces of Tokat, Samsun and Çorum, which are within the scope of the TR83 region. Interview questions were asked to the participants. As a result of the research, it was seen that the reasons why academicians become entrepreneurs largely depend on their personality, past

experience and education. It has been revealed that Technoparks and technology transfer offices do not have much of a role in the decision to become an entrepreneur, other than the businesses established with the support of TÜBİTAK. The business idea is largely related to the academicians' own fields of study and is shaped according to market demands. It was also determined that entrepreneurs did not request support from Technopark and technology offices during their entrepreneurship process. The results were evaluated from a holistic perspective and suggestions were made to academics, Technopark and TTO in order to develop academic entrepreneurship.

Key Words: Academic Entrepreneurship, Entrepreneurship, Entrepreneurial Intention, Technopark, Technology Transfer Offices

İÇİNDEKİLER

ETİK SÖZLEŞME.....	i
TEŞEKKÜR SAYFASI	ii
ÖZET	iii
ABSTRACT.....	v
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar LİSTESİ.....	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	x
KISALTMALAR	xi
GİRİŞ	1
1. BİRİNCİ BÖLÜM: AKADEMİK GİRİŞİMCİLİK	3
1.1.GİRİŞİMCİLİK KAVRAMSAL ÇERÇEVE	3
1.1.1.Girişim ve Girişimcilik Kavramı ve Tarihsel Gelişimi	3
1.1.2. Girişimcilik Niyeti	5
1.1.3. Girişimcilik Türleri	6
1.1.4. Girişimci Kişilik Özellikleri.....	9
1.1.5. Girişimciliğin Avantajları ve Dezavantajları	12
1.1.6. Girişimci Üniversite Kavramı ve Özellikleri	14
1.2. AKADEMİK GİRİŞİMCİLİK	16
1.2.1. Akademik Girişimcilik Kavramı ve Gelişimi	16
1.2.2. Akademik Girişimcilik Niyeti.....	17
1.2.3. Akademik Girişimciliğin Önemi	21
1.3. Akademik Girişimcilik Ekosistemi	23
1.3.1. Teknopark	23
1.3.2. Teknoloji Transfer Ofisleri	25
1.3.3. Diğer Ekosistem Paydaşları	26
1.4. TÜRKİYE’DE AKADEMİK GİRİŞİMCİLİĞİN DURUMU	35
1.5. AKADEMİK GİRİŞİMCİLİK İLE İLGİLİ YAPILAN ÇALIŞMALAR.....	36
İKİNCİ BÖLÜM: GİRİŞİMCİLİK SÜRECİ	43
2.1. GİRİŞİMCİ OLMA KARARI	43
2.2. İŞ FİKRİNİ BELİRLEME	45
2.3. ŞİRKETLEŞME.....	47

2.4. ORTAKLIK VE EKİP KURMA	48
2.5. İŞ PLANININ/ İŞ MODELİNİN HAZIRLANMASI.....	50
2.6. MVP (Minimum Viable Product) ve PİVOT	54
2.8. MENTORLUK.....	56
2.9. GİRİŞİMCİLİK DESTEKLERİ VE İŞ FİKRİ YARIŞMALARI.....	58
2.10.DEĞERLEME VE YATIRIM ALMA (MELEK YATIRIMCIDAN BORSAYA YATIRIMCI)	60
2.11. BÜYÜME	62
2.12. AKADEMİK GİRİŞİMCİLİK SÜRECİ.....	63
ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: AKADEMİK GİRİŞİMCİNİN GİRİŞİM YOLCULUĞU ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA.....	66
3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	66
3.2. Araştırma Süreci	67
3.2.2. Örneklem ve Katılımcılar.....	67
3.2.3. Mülakat Sorularının Hazırlanması	68
3.2.4. Verilerin Toplanması	69
3.3. Araştırmanın Bulguları.....	71
3.3.1. Girişimci Olma Kararı.....	72
3.3.2. İş Fikrini Belirleme	74
3.3.3. Şirketleşme Kararı.....	76
3.3.4. Ortaklık ve Ekip Kurma	77
3.3.5. İş Modeli / Planı Belirleme, MVP ve Pivot	78
3.3.6. Mentorluk Hizmeti	80
3.3.7. KOSGEB, TÜBİTAK vb. Girişimcilik Desteklerinden Faydalanma	81
3.3.8. Büyüme ve Gelişme	82
3.3.9. Genel Olarak Girişimcilik Süreci.....	84
SONUÇ VE ÖNERİLER.....	88
KAYNAKÇA	96
EK 1: MÜLAKAT SORULARI.....	108
EK 2. TOKAT GAZİOSMANPAŞA ÜNİVERSİTESİ SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ARAŞTIRMALARI ETİK KURULU KARARI.....	109
ÖZGEÇMİŞ.....	110

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1: Girişimciliğin Avantajları ve Dezavantajları.....	13
Tablo 2: Akademik Girişimci Firma Sayıları	36
Tablo 3: Girişimin Safhalarına Göre Finansman İhtiyacı.....	59
Tablo 4: Mülakat Görüşme Süreleri ve Kodlamalar	70



ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Şirketleşme Türleri.....	48
Şekil 2: Kanvas İş Modeli	52
Şekil 3: Akademik Girişimcilik Faaliyetleri	64



KISALTMALAR

AA: Araştırma Altyapıları

ABD: Amerika Birleşik Devletleri

Ar-Ge: Araştırma ve Geliştirme

BİGG: Bireysel Genç Girişim

BİST: Borsa İstanbul

GSYO: Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklıkları

GİSDEP: Girişim Sermayesi Destekleme Programı

KOSGEB: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı

MVP: Minimum Uygulanabilir Ürün

TEKMER: Teknoloji Merkezleri

TEYDEB: Teknoloji ve Yenilik Destek Programları Başkanlığı

TGB: Teknoloji Geliştirme Bölgeleri

TÜBİTAK: Türkiye Bilimsel ve Teknik Araştırma Kurumu

SAYEM: Sanayi Yenilik Ağ Mekanizması

GİRİŞ

Geçmişten günümüze gelişen teknoloji yeni kavramların da gelişimini beraberinde getirmiştir. İnsanların bir ürün geliştirip bunları ticarileştirebilmesi için geçmişten beridir risk almayı göze almışlardır. İşte bu riski alarak bir kavramı ortaya çıkarmışlardır: girişimci. Girişim bir işe başlayabilmek demektir. Girişimci ise bir işe başlarken bütün riskleri göze alabilen kişidir. Girişimci, sürekli değişen çevredeki tehditleri fırsatlara çevirmeyi bilen yenilikçi kişidir. Girişimcinin girişimde bulunması için bazı özellikleri vardır: başarmak, istemek, risk alabilmek, belirsizliğe karşı toleranslı olmak, yenilikçi olmak ve en önemlisi kendine güvenmektir. Kendine güvenmeyen bir birey hayatı boyunca başarıyı yakalayamaz. Başarıyı yakalayamazsa da zaten yenilikçi olamaz ve yenilikçi olamazsa da girişimde bulunamaz. Girişim kavramı yüz yıllardır bizimle olup beraberinde de girişimci ve buna eş değer olan girişimci üniversite kavramlarını getirmiştir. Girişimci üniversite modeli, üniversite ve sanayi işbirliğiyle gelişerek hem üniversitelerin hem de akademisyenlerin gelişimiyle akademik girişimcilik kavramını ortaya çıkarmıştır.

Akademik girişimcilik, üniversitelerin ve o bölgenin gelişimi için yeniliklerde bulunmak, o bölgeyi ekonomik olarak kalkındırmak için yapılan girişimlerdir. Üretilen bir bilimsel bilginin ticarileştirilmesi ve ticarileştirilen bu bilginin patentinin alınması ve lisansının yapılması da bir akademik girişimcilik örneğidir. Akademik girişimcinin girişime teşvik edilmesi ve daha başarılı olması için hem eğitimler verilmekte hem de devletten ve bazı kurumlardan destekler sağlanmaktadır. Literatürde akademik girişimcilikle ilgili yapılan birçok çalışmada girişimci adayların girişimcilik niyetleri sorgulanmış olup bu girişimcilik niyetine etki eden faktörler araştırılmıştır. Bu çalışmada ise, girişimcilik niyetleri değil girişimcilik kararı vermiş olan akademisyenlerin bu kararı vermesindeki neden, girişimcilik sürecindeki her bir aşamada kararını etkileyen faktörler ve bu süreçte Teknoparklar ve Teknoloji Transfer Ofislerinin rolü araştırılıp açıklığa kavuşturulacaktır. Bu kapsamda özellikle akademisyenlerin yürüteceği girişimcilik türü olan teknogirişimcilik için bir süreç açıklanmış olup bu sürecin aşamaları itibariyle girişimci akademisyenlerin durumu sorgulanacaktır. Bu amaçla tezin birinci bölümünde akademik girişimciliği daha iyi

açıklayabilmek için öncelikle girişimcilik kavramının ne olduğu, ne anlama geldiği tarihçesiyle birlikte açıklanmıştır. Daha sonra girişimciliğin niyeti, türleri, kişilik özellikleri ve en sonunda da girişimciliğin avantajları, dezavantajları açıklanarak akademik girişimciliğe temel oluşturulmuştur. Sonrasında ise, akademik girişimcilik kavramına giriş yapılarak öncelikle akademik girişimcilik kavramının temeli olan girişimci üniversite kavramı açıklanmıştır. Devamında ise, akademik girişimcilik kavramına giriş yapılmıştır. Akademik girişimcilik kavramının özellikleri ve niyeti açıklanmıştır ve akademik girişimciliğe destek olan teknopark, teknoloji transfer ofisleri ve diğer paydaşların işlevleri açıklanarak akademik girişimciliğe olan katkıları da belirtilmiştir. Birinci bölümün sonunda ise literatürde akademik girişimcilik ile ilgili olan çalışmalar araştırılmıştır ve açıklanmıştır. İkinci bölüme gelindiğinde ise tezin amacı olan akademik girişimcinin girişim yolculuğunda ilerleyeceği girişimcilik sürecinin aşamalarından bahsedilmiştir. Araştırma kısmında ise TR83 bölgesinde olan Tokat, Samsun ve Çorum'daki Teknopark firmalarındaki akademisyen girişimcilerle görüşmeler yapılarak neden girişimci olduklarıyla, girişimcilik sürecinin her bir aşamasında neden ve nasıl karar adlıkları, bu aşamalarda Teknoparkların ve Teknoloji Transferi Ofislerinin katkılarının neler olduğu ilgili bilgiler alınarak alınmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM: AKADEMİK GİRİŞİMCİLİK

Bu bölümde tezin konusu olan akademik girişimcilik kavramının temeli olan girişimcilik kavramının tarihçesine bakılarak girişimcilik kavramının nereden geldiği anlatılmıştır ve girişimciliğin boyutları incelenmiştir. Sonrasında ise akademik girişimcilik kavramına giriş yapılarak öncelikle kavramın gelişimini sağlayan girişimci üniversite kavramı anlatılmış olup akademik girişimcilik kavramına açıklık getirilmiştir. Sonrasında akademik girişimciliğin ekosistemine bakılmıştır ve son olarak da akademik girişimcilikle ilgili yapılan çalışmalar incelenmiştir.

1.1.GİRİŞİMCİLİK KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Akademik girişimciliğin temeli olan girişimcilik kavramı bu başlık altında detaylı bir şekilde incelenmiştir. Girişimciliğin tarihsel gelişimi, niyeti, türleri ve kişilik özellikleri detaylı bir şekilde açıklanmıştır.

1.1.1.Girişim ve Girişimcilik Kavramı ve Tarihsel Gelişimi

Girişim, bir girişimcinin organizasyon kurması veya elindeki kaynakları kullanarak bir şeyler ortaya çıkarmasıdır (Yelkikalan, et al., 2010, s. 51). Yani bir girişim yapabilmek için bir girişimciye ihtiyaç vardır ki girişimcinin girişim yapabilmesi için de girişimcilik sürecine ihtiyaç vardır. Girişimcilik, insanlığın hayvancılık ve toplayıcılıkla uğraştığı devirden yine bir girişimde bulunarak neolitik çağa geçerek bir şeyler üretmeye başlamasıyla kendini göstermeye başlamıştır (Ercan & Gökdeniz, 2009, s. 60). Girişimci ve girişimcilik kavramları geçmişten günümüze gelişen dünyaya ayak uydurabilmek için küçük girişimlerde bulunularak günümüze kadar gelmiş ve gelişmiş kavramlardır. Bu kavramlar Dünya Ekonomik Krizi ve İkinci Dünya Savaşından etkilenecek gelişimine ara vermiştir ve devlet politikasıyla tekrar canlılığa kavuşmuştur (Aşkın, Nehir, & Vural, 2011, s. 60). Girişimcilik, globalleşmeyle birlikte de önemini artırmıştır ve bu bilim dünyasında da birçok gencin tercihi olmuştur (Tanrıverdi, Bayram, & Alkan, 2016, s. 2). Bir tercih olan girişimcilik bireylerin çağa daha hızlı uyum sağlamasını gerektirmiştir ve böylelikle girişimciliğe duyulan ilgi de artmıştır.

Girişimci kavramını akademik olarak ilk kez Fransız ekonomist Cantillon kullanmıştır. Literatüre 19. ve 20. yüzyıllarda girmeye başlamıştır ve birçok tanımı vardır. Bu kavramı bugün kullandığımız anlama da J. Babtiste Say getirmiştir. Say, girişimciyi bütün üretim faktörlerini bir araya getirerek kıymetli olduğu sanılan bir malı üreten ve elde edeceği kâr için riski göze alan kişi olarak tanımlamıştır (Aytaç, 2006, s. 141). Girişimci, bir iş kurarken yenilikçi, yaratıcı olan ve üretim faktörlerini de en etkili şekilde kullanan tabi bunları yaparken de riski de üstlenen kişidir. Girişimci, sürekli değişen çevrede pazardaki tehditleri fırsata çevirip, fırsatları da avantaja dönüştürüp, içinde yeni fikirler üretip, bunları da başarıyla yöneten, işletmesini değiştirip sürekli geliştiren ve hep de riski üstlenen kişidir. Girişimci, kaynaklar konusunda öngörüde bulunarak işi planlayan, insan kaynaklarını örgütleyerek girdilerin işlenmesini sağlayan ve elde edilen çıktıyı da kârlılık yaratacak biçimde tüketicilerin kullanımına sunma becerisini gösteren kişidir (Ballı A. , 2017, s. 146). O halde girişimcilik, kazanç veya kazanç amacıyla yenilikçi bir ekonomik organizasyon yaratmak için kaynakların risk ve belirsizlik koşulları altında kontrollü kullanılmasıdır (Dollinger, 2008, s. 9). Yine girişimci, odak noktasına başarıyı alıp ve ona göre hareket edip her zaman araştırmacı ve kararlı olmayı tercih eden ve her zaman da yeni bir şeyler öğrenen kişidir. Girişimci, diğer insanların kaynaklarını nasıl kullanmaları gerektiğini iyi bilir ve zamanla bu kaynakları nasıl analiz etmesi gerektiğini de öğrenir (Stevenson, 1983, s. 8). Bunları da uygulamaya döken ve tabi ki de bunları yaparken zamanını akıllıca kullanıp aynı zamanda da yenilik ve yaratıcılık adına riski üstlenebilen böylelikle de başarıya ulaşabilen kişidir girişimci. Girişimciler asla taklitçi değildirler.

Girişimcilik, girişimciye bütün bunları yapabilmesi için sunulan bir süreçtir. Yani girişimciye bu ortamı yaratan süreçtir. Aslında bu süreç sayesinde girişimci ve girişimcilik kavramları birbirlerini tamamlayarak yeni bir faaliyet alanı ortaya çıkarmıştır (şengöl, 2022, s. 20). Girişimcilik, girişimciye kendisine güvenmesini sağlayan, başarılı olması için yeni bir şeyler üretmeye iten, girişimcinin lider olmasını sağlayan, girişimcinin her zaman çözüm odaklı olmasını sağlayan, yani girişimcilere bu enerjiyi veren bir süreçtir. Girişimcilik, değişim içinde olan bu dünyada her daim yenilikçi olabilmeyi ve yine bu değişim içindeki fırsatlardan yararlanabilmeyi gerektirir (Odabaşı, 2004, s. 4). Girişimcilik, hayal gücünü genişleterek sürdürülebilir büyüme

sağlar. Girişimcilerin her zaman farklı düşünerek yeni bir şeyler üretmesini sağlar. Girişimciler, değişime ayak uydurarak, yenilikçi olarak toplumların ve ülkelerin kalkınmasını sağlarlar (Durukan, 2006, s. 29). Bu bağlamda girişimcilik ekonomik olarak da bir gelişim gösteren süreçtir ve ekonomisi gelişen bir ülkede refah seviyesi de yüksek olmaktadır (Küçükaltan, 2009, s. 23). Girişimci bir ülke gelişmiş bir ülkedir. Gelişen bir ülke de gelişmiş insanlar demektir. İnsanların girişimci olabilmesi için başarıma ihtiyaçlarının artması, kontrol odaklı olması, en önemlisi kendine güvenmesi, yenilikçi olması, sürekli değişen çevredeki belirsizlikleri gidermek için yeni fikirler üretmesi ve risk alabilmesi gerekir.

1.1.2. Girişimcilik Niyeti

Girişimcilik, başarı yolunda bir risk alma kavramıdır. Riski de başarısı da kişiye aittir. Bu yüzden insanların girişimciliğe niyetleri önemlidir. Girişimcilik niyetinde yine kişinin kendine ne kadar inandığı, ne kadar güvendiği ve ne kadar çaba gösterdiği çok önemlidir. Bir kişi girişimci olma yolunda niyetini kendisi yönlendirebilir ama bunu etkileyen faktörler de vardır. Girişimcilik yolculuğunda en önemli adım insanın kendine güvenmesidir. Özgüven, girişimcilik yolculuğunun en önemli adımıdır. Çünkü girişimciliğe adım atarken başaracağına inanarak adım atılır ki diğer adımlar kendisine güvenip yola çıktıktan sonra başlayan adımlardır. Bireyin kişilik özellikleri öncelikli aktördür (Ballı & Üstün , 2019, s. 309). Beşeri faktörler; mesela üniversitede görülen dersler veya çevresinde girişimci olmuş birisinin başarısı veya başarısızlığı bireyin girişimcilik niyetini etkilemektedir. Bir girişimci bu yolculuğa çıkarken değişikliklerin farkına varmalıdır. Yani aynı şeyleri tekrarlamamalı yenilikçi olmalıdır. Bunları yaparken de bazı aktörlerden etkilenecek niyetlenip yapmalıdır.

Girişimcilik niyeti, bireyin kendisini değiştirmek ve geliştirmek istemesiyle birlikte neler yapacağını, nasıl bir iş kuracağını belirleyip buna uygun planlar yapıp uygulanmasını sağlayabileceği bir süreçtir (Dilek, Kesgingöz, & Nergiz , 2019, s. 91). Bu süreçte girişimciye niyetinde yardımcı olacak unsurlar vardır. Bu unsurlar; eğitimciler, finansal aktörler, kültürel değerler, karar alıcılar ve kamu liderleri, destekleyici organizasyonlardır (Türko, 2020, s. 31). Eğitimciler, girişimcilik eğitimi vererek destek olmaktadır. Kültürel değerler, insanın yaratıcı olmasında diğer bir etkindir

(Alparslan, Taş, & Yastioğlu, 2017, s. 151). Çünkü insanları var eden kültürler kolay kolay değişmemektedir ki değerler de bu noktada devreye girmektedir. İnsanların davranışları, tutumları yaşadığı çevredeki kültürle uyumaktadır. Örneğin, bir grup çalışması yapıldığında orada insanların sergilediği davranışlar, tutumlar insanların ait olduğu kültürle, değerle ilgilidir. Bu yüzden kültürel değerler insanların nasıl bir yol izleyeceğinde şekil almasında yardımcı olmaktadır. Finansal aktörler, artık insanların bir girişim yolu belirlemiş ve kuracağı iş belli olmuştur ki işte bu anda belirlediği sektördeki işin ne kadar sermaye gerektirdiği, bu girişimdeki sermayedarlarını belirlemede yardımcı olmaktadır. Bu seçilen sektörde kurulan iş için karar alıcıların ve kamu liderlerinin de bu iş için gerekli kanun yapıcıları nedir ve nasıl düzenlenmesi gerekmektedir finansal aktörler buna yardımcı olmaktadır. Yola çıktığı bu girişimde destekleyicilerin rolü de büyüktür. Bir iş kurulduğunda yöneticilerin, mentörlerin iyi seçilmesi gerekir ki bu işte yarı yolda kalınmasın, kurduğu iş uzun ömürlü olabilsin.

1.1.3. Girişimcilik Türleri

Girişimcilik çok boyutu bir kavramdır. Bu sebepten çok çeşitli türü bulunmaktadır. Bunlardan yoğun olarak elen alınan türleri aşağıda kısaca açıklanmıştır.

Orijinal Girişimcilik: Bu girişimcilik türü girişimcinin ne kadar özgün olduğunu göstermektedir. Girişimcinin girişimciliğe başladığında kendisine ait olan bir şekilde yani yapmak istediği girişime herhangi birinin yeteneği veya bilgisiyle değil sadece kendisine ait olan yetenek ve bilgisiyle yaptığı bir girişimdir (Akgemci & Akça, 2021, s. 151). Burada girişime yeni başlayan bir girişimcinin riski üzerine alarak kendi deneyimleriyle yapmak istediklerini nasıl uygulamaya dökceğini kendi yöntemleriyle bulduğu bir türdür orijinal girişimcilik.

İç Girişimcilik: Kişilerin herhangi bir işletme içinde o işletmenin kuruluşundaki yetenekli kişilerle kendi yetenek ve bilgilerini birleştirerek o işletme için en faydalı olan çalışmaları yapmaya gayret göstermektedir. Var olan bir işletmenin daha çok kalkınması, varlığını sürdürülebilir hale getirebilmesi için o işletmeyi harekete geçirmek gerekmektedir. İşletmenin harekete geçirilebilmesi için de o işletmenin bir bireyi olan kişilerin daha yaratıcı fikirler üretmesi, daha yenilikçi ve daha özgün olması

gerekmektedir (Göçmen, 2007, s. 44). Bütün bunları yapabilmek için de en önemli şey insanların motivasyonlarıdır. Aynı işletme içinde çalışan bireylerin birbirlerini motive etmeleri gerekmektedir ki daha çok güçlenip daha çok iş geliştirme fikri ortaya çıkabilsin. İç girişimcilik daha çok işletmenin yapısında değişiklikler yaparak, işletmenin nasıl daha iyi kalkınabileceği hakkında bir girişimde bulunarak, daha yaratıcı daha özgün fikirler geliştirerek, kişinin kendi yetenek ve kabiliyetlerini de ortaya koyarak yepyeni bir girişim yapılmasını ifade etmektedir (Bozgeyik, 2005, s. 83).

İç girişimcilik, tüm sektörlerle yöneliktir (Kaygın & Güven , 2015, s. 26). Yani tüm işletmelerin kendi kendini yenileyebilmesi, kendi stratejilerini geliştirerek nasıl daha başarılı olabileceklerini ve ekonomide nasıl daha iyi olabileceklerini etkileyen bir türdür (Ağca & Kurt, 2007, s. 86). Günümüzde covid-19 salgını ile ekonomik bir kriz yaşayan ülkelerde işletmeler çok fazla zarar görmüştür ve bunun için canlılıklarını tekrar geri kazanabilmek için işletme içinde bireylerin birbirlerini daha çok tutarak, yeni gelişimler, değişimler yaratarak ayakta kalmayı başarabilmektedirler. İşletmelerin başarısında en çok iç girişimcilik ön plandadır. Çünkü yeni adımlar, yeni fikirler her zaman bir işletmenin kalkınmasında veya uluslararası olabilmesinde önemli etkenlerdir. İç girişimcilik kısaca örgütlerin sürekli gelişim içinde olarak verimliliklerini ve sürdürülebilirliklerini artırabilmeleridir (Gürel, 2012, s. 57).

Sosyal Girişimcilik: Toplumun isteyip de olduramadığı ve devletin de halkın isteklerine yetersiz kaldığı durumlarda girişimciler devreye girmektedir. Sosyal girişimciler sadece toplumsal sorunlarla değil çevresel sorunlarla da ilgilenirler. Bir yerde eşitsizlik varsa veya birisinin diğerinden daha çok hakları varsa bunlara çözüm olarak ne yapılabileceği üzerinde durmaktadırlar. Zaten sosyal devlet gereği herkesin eşit olması gerekmektedir ki sosyal girişimciler de buna uygun çalışmaktadırlar. Sosyal girişimciler hep bir çözüm odaklı hep bir yenilikçi olmak zorundadırlar (Özdevecioğlu & Cingöz, 2009, s. 88). Böyle olmalı ki sürdürülebilir olabilsinler. Sürdürülebilir olabilmek için de gelişim ve değişim gerekmektedir. Ne kadar çok gelişim, değişim ve hatta yaratıcılık o kadar çok sürdürülebilir olmak demektir. Bunları yaparken de toplumun ve çevrenin yararına olmakta fayda vardır. Çünkü bu girişimcilikte toplumun kabul etmediği bir yenilik kabul görmemektedir ve bir süre sonra kaybolup gitmektedir.

Sosyal girişimcilik sorunlara hep bir çözüm üretme içerisinde olan türdür (Olsen & Galamidi, 2009, s. 26) .

Kurumsal Girişimcilik: 1929 Dünya Ekonomik Buhranı ile İkinci Dünya Savaşı yıllarında devam eden olağanüstü durumlarla ortaya çıkmıştır (Ballı A. , 2018, s. 5). Böyle olağanüstü durumlarda ortaya çıkan bu girişimcilik türü, ekonomik krizlerde zor durumda kalan küçük işletmelere başarılı olmalarında yardımcı olarak kalkınmalarını sağlamak ve ülkelerin de bu ekonomik krizlerden etkilendiğinde onların da ekonomik olarak kalkınmalarına destekte bulunmak amacıyla ortaya atılmıştır. Kurumsal girişimcilik akademide ise 1980'lerin sonundan itibaren önem kazanmaya başlamıştır (Erkocaoğlu & Özgen, 2009, s. 204). İşletmelerin büyük veya küçük olduğunu ayırt etmeden içlerinde küçük girişimleri barındırarak o küçük girişimlerin gelişip değişmesine katkıda bulunan bir üst girişim türüdür kurumsal girişimcilik.

Stratejik Girişimcilik: Sürekli değişen gelişen bir dünyaya ayak uydurup yaşamını devam ettirebilmek için işletmelerin de stratejilerini değiştirip geliştirmeleri gerekmektedir (Yılmaz & Görmüş, 2012, s. 4486). Teknolojinin her geçen gün arttığı ve artık küresel piyasalara girmenin de zorlaştığı bu dönemlerde işletmelerin diğer işletmelerle rekabet edebilmeleri için yeni fikirlerde yeni girişimlerde bulunmaları gerekmektedir (Soysal, 2021, s. 151). Tabi bunun için de çok iyi bir pazar analizi yapmaları gerekmektedir. İyi bir analiz yapılmazsa piyasanın nasıl değiştiğini göremezler ve nasıl bir strateji uygulayacaklarını da bilemezler. İyi bir başarı ve iyi bir statüde olmak için işletmelerin çok iyi analiz yapıp rekabet edilebilirliklerini geliştirmeleri gerekmektedir. Bunları yaparken de stratejik girişimcilik yardımcı olmaktadır.

Akademik Girişimcilik: Ekonomik olarak hem bölgelere hem de üniversitelere katkılarda bulunan bir girişimcilik türüdür. Üniversitelerin kalkınmasında hem ekonomik olarak hem de yeni değer kazanmasında teknoloji tabanlı olarak gelişmesi için var olan bir girişimdir akademik girişimcilik (Zengin, Gemlik, & Çengel, 2021, s. 57). Akademik girişimcilik ilk olarak hayatımıza 1980'lerde üniversitelerin ilk kez Teknoloji Transfer Ofisleri kurmasıyla girmiştir (Soysal, 2021, s. 150). Sonra da günümüze kadar gelişim göstererek tabi teknolojinin de ilerlemesiyle üniversitelerde

Teknopark ofisleri açılarak bu kavram daha da değer kazanmıştır. Üniversite-sanayi arasında bir köprü gibi olan akademik girişimcilik kavramı, üniversitelerin aynı zamanda daha da fazla gelişerek ticarileşmesine olanak sağlamıştır. Akademik girişimcilik, üniversitelerdeki yenilikçilik için yapılan girişimlerin tümüdür. Bunları uygulamaya koyan akademisyenler veya lisansüstü öğrenciler de akademik girişimci olarak adlandırılır. Akademik girişimcilik sayesinde üniversiteler kendileri için bir yenilik yaparak değer kazanabilmektedir. Akademik girişimcilik konusu ileriki başlıkta daha detaylı bir şekilde anlatılacaktır.

1.1.4. Girişimci Kişilik Özellikleri

Bir bireyin girişimci olabilmesi için girişimcilik eğilimini artırması gerekir. Tabi girişimcilik eğiliminin artması da bazı özelliklerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Bu özellikler hangi tür girişimci olursa olsun hepsinin taşıyacağı özelliklerdir. Akademik girişimcilik de bir girişimcilik türü olduğu için bu özellikleri içine almaktadır. Bu başlık altında bu özelliklerin ne olduğu ve nasıl bir etkisinin olduğu incelenmiştir. Bu özellikler de birçok bilim adamı tarafından ortaya konmuştur. Bunlar; başarıma ihtiyacı, kontrol odağı, risk alma eğilimi, belirsizliğe karşı tolerans, yenilik ve kendine güven olmak üzere altı tanedir (Başar, 2019, s. 14).

Başarma İhtiyacı: McClelland tarafından ileri sürülmüş bir teoridir ve başarıma ihtiyacına sahip kişilerin kendine güvenleri ve sorumluluk alma eğilimleri yüksektir (Yüceol, 2018, s. 34). Başarma ihtiyacı, bireyleri olaylar karşısında çözüm üretebilen, aldığı riski kontrol altında tutabilmeyi başarabilen ve bireylerin kendilerini geliştirmelerini sağlayan bir teoridir (Akkaya, Yıldız, & Koldere Akın, 2014, s. 112). Bu özelliğe sahip insanların girişimcilik eğilimleri daha yüksektir. Bu yüzden girişimci olmak isteyen bireyler başarmaya ihtiyaç duyarlar. Zaten başarı isteği olmayan, başarmak için bir işe girişmeyen kişiler girişimci olamaz. Kişi bir amaç ve hedef belirlerse bunu başarmak istediği için belirlemiştir. Girişimci birey, her zaman yüksek başarı ihtiyacı duyar ki işte bu yüzden de riski göze alarak kendine güvenip yeni fikirler üretir (Özdemir, Özgüner, & Alkış, 2018, s. 433). Her girişimci odağına başarıyı alır ve onun için de yeni fikirler üretir yani diğerlerinden farklı düşünerek başarıya ulaşmak ister.

Kontrol Odağı: İlk olarak Rotter tarafından ileri sürülmüştür. Kontrol odağı, bir kişinin yaşamındaki ödül ve cezalar ile ilgili algılamalarını ifade etmektedir (Bozkurt, 2006, s. 100). Kontrol odağı, bir kişinin yaşamı hakkındaki algılarını ve yaşamındaki olayları kontrol edip edemeyeceğine olan inancını temsil eder (Türkoğlu, Tetik , & Açıkgoz, 2017, s. 3). İyi bir girişimci, kendini ve olayları kontrol etmesini iyi bilir. Zaten kontrol etmesini bilmeyen, kendine güvenmeyen bireyler iyi bir girişimci olamazlar. Kontrol odağı, içsel ve dışsal olmak üzere ikiye ayrılır: İçsel kontrol odağında kişiler yaşamı hakkındaki algılarını ve yaşamındaki olayları kendilerinin kontrol edebileceğine inanırlar; dışsal kontrol odağında ise kişiler kontrol edemeyeceklerine inandıkları için çevrelerini tehditkâr olarak algırlar (Ballı & Üstün , 2019, s. 313). İşte bu yüzden de çevrelerini iyi kontrol edip tehditler neler ve bu tehditleri nasıl fırsata dönüştürebilirim diye düşünürler. Sonra fırsatlar neler bunları da nasıl avantaja dönüştürebilirim diye düşünerek bir fikir üretirler. Girişimci bireyler her zaman iç ve dış olarak iyi bir analiz yapıp ona göre bir yol çizerler. Buna göre bir amaç ve hedef belirlerler ve bu amaç ve hedef doğrultusunda da bir strateji çizip ilerlerler. Girişimci bireyler iç kontrol odağındaki bireylerdir. Çünkü girişimciler risk alırlar ve risk alırken de kendilerini kontrol edebileceklerine inanırlar.

Risk Alma Eğilimi: Bir birey ilk önce başarmak ister, sonra bu başarı için riskleri göze alır. Girişimci birey, istenmeyen sonuçlarla da karşılaşacağı olasılığını bilse bile yine de risk almaktan kaçınmaz (Keleş, Kırıl Özkan, Doğaner, & Altunoğlu, 2012, s. 109). Risk, beklenmeyen bir olayın kötü sonuçlar doğurabilmesidir. Risk alma eğilimi ise, bir olayın kötü sonuç doğurduğunda girişimci bireyin bu olay karşısında risk alabilme davranışını sergilemesidir (Akkaya, Yıldız, & Koldere Akın, 2014, s. 111). Girişimci, risk alır çünkü aldığı riskler sayesinde fikirlerini hayata geçirir. Tabi girişimci katlandığı bu riskleri de avantaja dönüştürmesini iyi bilmektedir.

Belirsizliğe Karşı Tolerans: Belirsizliğe karşı tolerans, belirsiz durumlara karşı olumlu tepki verebilme yeteneğidir (Uluköy, Demireli, & Kahya, 2013, s. 85). Çevremiz sürekli değişmekte ve bizim bu değişen çevreye karşı her zaman uyum sağlamamız gerekmektedir. Çevreyle uyum içinde olan bireyler tehditlerini de fırsatlarını da bildikleri için belirsizliğe düştüklerinde bu belirsizliğe karşı olumlu tepki verebilmektedirler. Tabi burada önemli olan belirsizlikle karşılaşınca hemen pes

etmemeleridir. Girişimci kişilerin herhangi bir belirsizlik ve zorluklarla karşılaştıklarında çabalarında ısrarlı olmaları gerekmektedir (Avşar, 2007, s. 17). Bu ısrarları onların girişimci olabildiklerini ortaya çıkarır. Çünkü girişimci kişiler olumsuzluklar karşısında pes etmeyen ve bunları her zaman çözmeye çalışan kişilerdir. Nihayetinde insanlar olumsuzlukları çözmeye çalışırken yeni bir şeylerle karşılaşp yeni fikirler üretirler, daha yaratıcı düşünürler.

Yenilik: Girişimciler, daha önceden var olan bir düşünceyi taklit ederek yola çıkmazlar. Girişimcilerin sürdürülebilir olmaları için yenilikçi olmaları gerekmektedir ki başarılı olabilsinler (Gürpınar, Yüncü , & Yılan , 2020, s. 134). Yaratıcı, yenilikçi olmayan bir girişimci yerinde saymaktadır. Örneğin pazara yeni girecek olan bir kişi pazarı iyi analiz edip pazarda olmayan yeni bir ürün üretip ya da pazarda farklı bir uygulama yapıp başarılı olmaktadır. Böylelikle girişimciler yeni ürün, yeni organizasyon yapısı, yeni ürün süreçleri ve yeni bir şirket yapısı ile işe başlamaktadırlar (Solmaz, Aksoy, Şengül, & Sarıışık, 2014, s. 43). Schumpeter (1934) girişimciyi yenilikçi bir kişi olarak tanımlamakta ve yenilikçiliği girişimciliğin temeli olarak görmektedir. Bu anlamda yenilikçilik de girişimcinin olmazsa olmaz özelliklerindendir.

Kendine Güven: Kendine güven, girişimcilerin bir işe başladığında ben bu işi yapabilirim, bu sorumluluğun üstesinden gelebilmek için ihtiyaç duyduğum yeteneğe sahibim diyebildikleri kendilerine olan inançlarıdır (Bozkurt & Erdurur, 2013, s. 61). Bir girişimcinin kendine güveni tam olmalıdır. Kendine güven aslında sadece girişimciler için değil başarmak için de önemlidir. Çünkü kendine güveni olmayan bir birey belirlediği amaçlar ve hedeflerine ulaşamaz. Yani bir kişi ilk önce kendine inanmalı ve güvenmeli ki daha sonra başarılı olmak için bir şeyler yapmalıdır. Bir kişi yola çıkarken kendine güvenip çıkmalıdır, eğer kendine güvenmezse o yolda kalıp ilerleyememektedir. Kendine güven aslında içsel kontrol odağını, risk alma eğilimini ve belirsizliğe karşı toleransı içine alan bir kavramdır (Dündar & Ağca, 2007, s. 129).

Girişimci kişilik özellikleri, bireylerin girişimci olmak için eğilimlerinde çok önemlidir. Çünkü bir girişimci, kendine güvenmeli ki başarmak için bir adım atsın bir amaç belirlesin ve bu doğrultuda ne yapacağına karar verebilsin. Tabi kararlı olmak da önemli özelliklerden biridir. Bir girişimci tutarlı kararlar vermeli ve yenilikçi olmalıdır.

Yeni fikirler üretip bu fikirler doğrultusunda riskler alıp fikirlerini faaliyete geçirmelidir. Faaliyete geçireceği fikirleri için de analizler yapıp kontrol odağını iyi belirlemesi gerekmektedir. Buradaki belirsizliklere karşı da yeni yollar bulmalı, çözümler üretmeli yani ısrarlı olmalıdır. Girişimcinin hayal gücü geniş ve yaratıcı olmalıdır. İşte bu özellikler bir bireyin girişimciliğe eğilimli olmasında çok çok etkili olmaktadır.

1.1.5. Girişimciliğin Avantajları ve Dezavantajları

Girişimcilik, ilk çağlardan bu yana değişime ayak uydurarak gelişme göstermiştir ki hala da gelişmektedir. Teknoloji ilerledikçe girişimcilik de ilerlemektedir. Çünkü teknoloji demek gelişim, değişim demektir. Bu sürekli değişim ve gelişime ayak uydurabilmek risk alabilmek demektir. Risk alabilen girişimci yeniliklerin önünü açmaktadır. Girişimci yeni pazarlara girerek arayış içinde olmakta ve yepyeni bir ürün ortaya koymaktadır. Girişimciliğin avantajları olarak şunları söyleyebiliriz: Özerklik, başarıma ihtiyacı ve finansal kontrol (Kayış, 2010, s. 42). Girişimci kimseye bağımlı olmak istemez ve herkesten bağımsız hareket etmek ister ki yenilikçi olabilsin, bu özerkliği ifade eder (Salik, 2015, s. 29). Girişimcilik, toplumsal olarak da bireysel olarak da gelişime katkı sağlar ve özgün eserler ortaya koyarak başarıma ihtiyacını ortaya çıkarır (Bayram, 2014, s. 6). Girişimcilik, bireylerin kendilerine olan güvenlerini arttırarak yenilikçi bir birey olmalarını sağlamaktadır. Sürekli değişen çevreye yani bu belirsiz olan çevreye karşı toleranslarını ölçerek bireylerin olumlu tepkiler verebilme yeteneğini geliştirmektedir. Bu bağlamda olaylara karşı kendini kontrol etmekte zorlanan bireylerin kontrol odağını arttırarak iç ve dış analiz yapabilme yeteneklerini geliştirip iyi bir girişimci olmalarını sağlamaktadır. Girişimcilik, bireylerin hem kendilerini hem de dışarıdaki olayları iyi kavrayıp risk alabilme eğilimlerini arttırmaktadır (Ağca & Yörük , 2006, s. 159). Risk alabilen bireyler demek yepyeni bir toplum ve dünya demektir. Girişimcilik, bir ülkenin ekonomik olarak da kalkınmasını sağlamaktadır ki bu da ülkenin gelişmişliğini etkilemektedir. Gelişmiş bir ülkenin de refah seviyesi her zaman daha yüksektir. Bu da işsizliği önlemektedir. Bunlar girişimciliğin avantajlarıdır.

Tabi ki de her şeyin olduğu gibi girişimciliğin de dezavantajları vardır: kişisel özveriler, sorumluluk yükü ve hata yapma toleransı (Marangoz, Kaya, & Bakan, 2014, s. 78). Bu dezavantajlar girişimciliğin gelişmesindeki engellerdir. Girişimci bir işe girerken bütün sorumluluğu kendisi yüklediği için risk almaktadır.

Risk almak her zaman olumlu tepkiler yaratmaz. Bunun olumsuz tepkileri de vardır. Mesela risk alıp yepyeni bir ürün geliştirildi ve bu ürünün pazarlarda rekabet edilebilir olması ve toplum tarafından da benimsenmesi gerekmektedir. Bu ürün toplum tarafından benimsenmezse ve rekabet edilebilir olmazsa ölü bir ürün olup girişimcinin zarar etmesine neden olmaktadır. Bu zarar girişiminin elinde olan tüm sermayesini kaybetmesine neden olmakta ve girişimciyi zorda bırakmaktadır. Girişimci bu zarara maddi ve manevi katlanmak zorunda kalmaktadır. Çünkü girişimci demek sorumluluk almak demek ve bu yükü de taşıyabilmek demektir. Girişimci her şeyi iyi analiz edebilen kişidir ki analizini yaparken bazen belirsiz durumlarla karşılaşabilmektedir. Bu belirsiz durumlara karşı olumlu cevap vermek girişimciyi baya bir zorlamaktadır. Tabi bu da girişimciyi psikolojik olarak etkilemektedir ki girişimci bu durumla da başa çıkmak zorunda kalmaktadır. Girişimci bireyin belirli bir mesai saati yoktur ve hem kendisine hem de ailesine zaman ayıramamaktadır (Doğan N. , 2013, s. 45). Tabi bu da girişimciyi sosyal olarak olumsuz etkilemektedir. Sosyal olarak olumsuz etkilenmek girişimciliğin gelişmesini de olumsuz etkilemektedir. Girişimcinin gelişmesinde ve girişimcilerin istedikleri amaçları gerçekleştirebilmelerinde sosyal sermaye önemli bir kaynaktır (Yetim, 2002, s. 81).

Tablo 1: Girişimciliğin Avantajları ve Dezavantajları

Girişimciliğin Avantajları	Girişimciliğin Dezavantajları
1. Bireyin kimseye bağımlı olmadan bağımsız hareket ederek yenilikçi olmasını sağlar.	1) Hem iş riskini hem de başkalarının riskini üstlenerek girişimcinin baskı altında kalmasına neden olur.
2. Bireyin özgün eserler ortaya koymasını sağlayarak başarıya ihtiyacını ortaya çıkarır.	2) Girişimcinin sürekli yenilik içinde olması kendinden ödün vermesine neden olmaktadır.
3. Belirsiz olan çevreye karşı bireylerin toleranslarını ölçerek olumlu tepkiler verebilmesini sağlar.	3) Girişimcinin kendi işinin patronu olması sorumluluk yükünü arttırmıştır.
4. Bireylerin kontrol odaklarını arttırarak iyi bir analizci olmasını sağlar.	4) Risk alındığında bu bazen hata yapmaya neden olur ve bu da işletmeye zarar ettirir. İşletme sahibi yaşamını sürdürebilme mücadelesi ile karşı karşıya kalır ve bu da girişimciyi yıpratır.

5. Bir ülkenin ekonomik olarak kalkınmasını sağlayarak gelişmişliğini etkiler.	5) Girişimcinin belirli bir mesai saatinin olmayışı bireyin sosyal yaşamını olumsuz etkiler ve ailesine de zaman ayıramamasına neden olur.
6. Ülkenin refah seviyesini etkileyerek işsizliğin önlenmesini sağlamaktadır.	6) Başaramama korkusu girişimcinin stres yapmasına neden olur ve bu da psikolojik olarak girişimciyi olumsuz etkiler.
7. Bireylerin karşısına çıkan fırsatları yakalayabilmesini sağlayarak dikkatli bir girişimci olmasını sağlamaktadır.	7) Girişimcinin sürekli stres içinde olması fiziksel olarak da sağlığı etkilemektedir.
8. Bireylerin kendilerini geliştirmelerini sağlayarak becerilerini ortaya çıkarır ve başarılı bir girişimci olmalarını sağlar.	8) Girişimcinin yasal olarak da yerine getirmesi gereken görevleri vardır ve zamanında yerine getiremediğinde yükümlülükleriyle karşılaşır.

Kaynak: Literatüre dayalı olarak Yazar tarafından oluşturulmuştur. .

Globalleşme ve artan rekabetle birlikte üniversitelerin de artmasıyla üniversitelerde girişimcilik yönelimi artmıştır ve bu da girişimci üniversite kavramını ortaya çıkarmıştır (Sakınç & Aybarç Bursalıoğlu, 2012, s. 93).

1.1.6. Girişimci Üniversite Kavramı ve Özellikleri

Üniversitelerin çevresiyle, bölgesiyle etkileşim içinde olup kendisini girişimci olarak geliştirmesi girişimci üniversite kavramını ortaya çıkarmıştır (Çiftçi M. , 2010, s. 1). Girişimci kendini geliştirirken bilgilerinde, fikirlerinde yaratıcı olması gerekir ki en büyük etken de teknolojiye uyup bilgilerini tazeleyip inovasyon sahibi bir üniversite için girişimlerde bulunması gerekmektedir. Üniversiteler sadece kendisini kalkındırmak için değil bulundukları bölgenin de ekonomik olarak kalkınabilmesi için girişimde bulunmaktadırlar. Üniversitelerin girişimci olabilmesi hem üniversitenin bir örgüt olarak hem girişim içinde bulunacak kişiler hem de bulunduğu çevreyle etkileşim içinde bulunarak nasıl bir girişimde bulunacaklarını belirlemektedir (Sungur, 2015, s. 48). Üniversitelerin bir girişimci olabilmesi için üniversite ilk önce kendisi için bir girişimde bulunmalıdır. Çünkü üniversite kendisi için bir girişimde bulunmazsa içinde bulunan üyeler veya çevresinde yaptığı etkileşimler onun girişimci olmasını sağlayamaz. Her şey kendisini değiştirmek isteyen bir bireyde veya organizasyonda başlamaktadır. Üniversitelerin kaliteli olması o üniversitede okuyanlarında kaliteli olmasını sağlamaktadır. Üniversite yenilikçi, yaratıcı olursa ve içinde olan öğrencilerine de iyi fırsatlar sunarsa o öğrenciler de mezun olduklarında bir yenilikçi, yaratıcı olabilmekte ve girişimci olma ruhları ortaya çıkarmaktadır (Yamamoto, 2020, s. 46). Böylelikle üniversiteler sadece mezun vermek için var olmazlar; kaliteli, yenilikçi, kendisine

güvenen mezunlar vermek için var olurlar. Ayrıca üniversiteler ticari bir boyut kazandıkça yeni işlere, faaliyetlere adımlar atarlar. Üniversitelere Teknoloji Transfer Ofisleri açılarak hem profesyonel olanların bir patent almasını sağlamıştır hem de profesyonel olma yolunda olanlara yani aslında bir nevi orijinal olan girişimcilere yol göstererek destek olmuşlardır (Bürken, 2018, s. 23). Patent alan lisanslanan girişimciler artık hem direkt satışlarda bulunabilirler hem de hisse sahibi olabilirler. Girişimcilerin kendi özgün, yaratıcı, yenilikçi olan çalışmaları artık ticarileşmektedir. Ticarileşen bu çalışmalar sayesinde üniversiteler de ulusal bir boyut kazanma yolunda ilerlemiştir. Yeni girişimci olmuş üniversiteler, nereden ne kaynak geleceğini veya kendisini mi kalkındıracak yoksa bulunduğu bölgeyi mi kalkındıracak bilemediğinden her şeyi deneye deneye öğrenmektedirler. Ama artık profesyonelleşmiş yani girişim yolundaki o uyumu yakalamış girişimci üniversiteler, nereden ne kaynak geleceğini, nereden fon sağlanacağını iyi bilmekte ve artık deneme yöntemine gitmemektedirler. Kendisini daha fazla kalkındırmak için nasıl fikirler geliştireceğini düşünmektedirler. Bunun için de uluslararası piyasalara uygun olacak şekilde bir buluş yapmaktadırlar.

Girişimci üniversitelerin bir organizasyon olarak rekabet üstünlüğü sağlamaları gerekmektedir ki piyasalarda yarışabilmek ve hatta uluslararasılaşmak için karşısındakilerden daha üstün bir rekabet sağlayacak bir ürün bulmalılardır (Yıldız, 2019, s. 29). Bulacakları bu ürün tabi ki hem devlet tarafından desteklenen hem de toplumun istediği bir ürün olmalıdır. Girişimci üniversiteyi anlatan bir model vardır; üçlü sarmal modeli. Üçlü sarmal modelinin üçlüleri; üniversite, devlet, sanayidir. Üniversite sanayileşmeli fakat sanayileşirken kamu desteğini de almalıdır. Yani bu üç kavram kendi içlerinde etkileşim halinde olarak yepyeni bir ağ oluşturmalıdır ki güçlü olup daha fazla bilgi, daha fazla teknoloji ile de birleşerek başarılı bir yolda ilerleyebilsinler (Özçelik & Şentürk, 2021, s. 25). Günümüzde yaygınlaşan bir kavram olan akademik girişimcilik içinde girişimci üniversite kavramı da bir yol gösterici kavramdır. Aslında bir nevi aynı kavramlardır. Bu kavramların uzun zamandır olmasına rağmen literatürde hak ettiği sayıda çalışma yoktur. Günümüzde daha da gelişen bu kavramlar artık üniversitelerde üçlü sarmal olan modelle kalıcı hale gelmiştir.

1.2. AKADEMİK GİRİŞİMCİLİK

Bu başlık altında çalışmanın ana konusu olan akademik girişimcilik kavramının gelişimi ve akademik girişimciliğin niyeti detaylı bir şekilde anlatılmıştır. Bunun yanı sıra akademik girişimciliğin önemine de değinilmiştir.

1.2.1. Akademik Girişimcilik Kavramı ve Gelişimi

Akademik girişimcilik kavramının ortaya çıkışı 1960 ve 1970’lerde biyoteknolojinin gelişimiyle olmuştur. Üniversitelerde ise 1980’lerde ve 1990’larda Teknoloji Transfer Ofisleri açılarak gelişme göstermiştir (Zengin, Gemlik, & Çengel, 2021, s. 57). Bu kavram üniversitelerin ilgisiyle daha da büyüyerek artık bir sanayi ile de birleşerek yaratıcılıkların ortaya konulduğu bir kavram haline gelmiştir. Üniversitelerin gözdesi haline gelmesiyle artık her üniversiteye bir Teknoloji Transfer Ofisi açılmaya başlanmıştır. Akademik girişimcilik, üniversitelerdeki akademisyenlerin veya lisansüstü öğrencilerinin girişimci ruhlarını ortaya çıkararak kendi yetenek ve becerilerini ortaya koyarak yaptıkları girişimlerdir. Bu girişimler devlet veya üniversitelerde açılan Teknoparklar veya Teknoloji Transfer Ofisleri gibi dış kaynaklardan destek alarak var olmaktadır. Akademik girişimcilerin girişim ruhları ön plana çıkmalı ve bunları aşılmalı ki yaratıcı fikirler ortaya koyabilsinler. Üniversitelerin kalkınmasında da önemli rol oynayan akademik girişimcilik kavramı yepyeni bir çağ oluşturup üniversiteleri sanayi ile birleştirerek bu sanayilerden de destek alarak varlığını sürdürmeye devam etmektedir. Akademik girişimcilikle üniversiteler de ticarileşmeye gitmiştir ki firma oluşturabilme hakkına da sahip olabilmişlerdir. En önemlisi de bu firmalarda akademik girişimciler kendi yetenekleriyle, fikirleriyle, yaratıcılıklarıyla ortaya çıkardıkları çalışmalardan hisse sahibi olabilecektir ve böylelikle maddi olarak da kazancı kendisine kalabilecektir.

Akademik girişimcilik kavramının gelişmesi ve girişimcilerin daha çok bu girişimde bulunabilmeleri için teşvik edici politikalar yapılmalıdır. Böylelikle girişimci ruhları ortaya çıkıp araştırmalar yaparak kendi yaratıcı fikirleriyle oluşturdukları çalışmaları hem kendi ekonomilerine hem de üniversitenin ekonomisine katkılarda bulunmaktadır (Demirtaş, 2014, s. 204). Bu bağlamda akademik girişimcilerin başarılı

olabilmeleri ve gelirlerinin olabilmesi için belli faaliyetler vardır. Akmermer ve Çolak (2016) gelir getirici faaliyetleri şöyle sıralamıştır:

- Projeler, akademik girişimciliğe destekte bulunan devlet hibe programları, sanayilerin kaynaklarıyla bilimsel olarak veya dış örgütlerin yani firmaların katkılarıyla sözleşmeli özel olarak projelerin hazırlanıp yürütülmesidir.
- Danışmanlık hizmetleri, akademik girişimcilerin problemleri olduğunda o problemlerin giderilmesinde ister bilimsel olsun ister teknolojik olsun yardımda bulunulmasıdır. Yani mentörlük hizmeti alınmasıdır.
- Patent, akademik girişimcilerin ortaya çıkardığı yaratıcı fikirleriyle oluşturduğu çalışmalarının patentlenmesidir. Yani güvence altına alınmasıdır.
- Spin-off Şirket, akademik girişimcilerinin yaptığı çalışmalarla, yeniliklerle bir ticaret firmalarının kurulmasıdır.
- Özel eğitimler, üniversite dışında olan kişilere veya örgütlere akademik girişimcilik eğitimlerinin verilmesidir.
- Akademik girişimcilerin yaptıkları çalışmaların satışları yapılmaktadır.

Akademik girişimcilik kavramı bu faaliyetler kapsamında da gelişerek günümüze kadar gelerek yeni akademik orijinli startupların oluşmasını sağlamıştır. Melek yatırımcılar bunların bir kısmının başlangıcına finansal olarak destek vermişlerdir. Bir kısmı TÜBİTAK, KOSGEB vb kurumların desteğiyle hayata geçmiştir. Diğerleri ise özkaynakları ile hayata tutunmaya çalışmışlardır.

1.2.2. Akademik Girişimcilik Niyeti

Girişimcinin girişim yolculuğundaki yönelimi işletmelerin arasında bir rekabete girerek risk alıp bir organizasyon olarak kendini geliştirip özgün çalışmalarla yeni fikirlerini ortaya koymalarıdır. Pazarlara girmek, ticari olarak en iyisi olmak için de bu yönelimde iyi bir pazar arayışı, piyasa kontrolü yapmalılardır. Akademik girişimcilik de benzer mantıkta ilerlemektedir aslında. Ama sadece üniversite ortamı ve üniversite içindeki çalışmalardan yapılan bir girişimcilik faaliyetidir. Akademik girişimcilik niyetinin boyutları/ bişelenleri bulunmaktadır. Bunlar aşağıda kısaca açıklanmıştır.

Öz yeterlilik: Bir bireyin girişimci olabilme niyetindeki en önemli faktör kişinin bir girişimcilik algısının olup olmamasıdır. Kişi bu girişimcilik isteğine ne kadar inanıyor, yeteneklerine ne kadar inancı var bu çok önemlidir. Öz yeterlilik, Albert Bandura'nın 1983 yılında yapmış olduğu Sosyal Öğrenme Teorisi araştırması sonucunda ortaya çıkan bir kavramdır (Özler, Giderler, & Baran , 2017, s. 737). Öz yeterlilik kavramı, insanların kendileri adına belirlemiş oldukları amaç ve hedefleri, bunlara ulaşmak için ne kadar çaba sarf edeceklerini, hedeflere ulaşmak adına karşılaştıkları güçlüklerle ne kadar süre yüz yüze kalabildiklerini ve başarısızlık karşısındaki tepkilerini etkilemektedir (Bıkmaz, 2002, s. 199). Bandura öz yeterlilik kavramını kısaca bireylerin amaçlara ulaşmak için gerekli olan eylemleri organize etme ve gerçekleştirme konusundaki yeteneklerine olan inançları olarak ifade etmiştir (Bolat, 2011, s. 256). Bu açıdan insanlar bir işe başlarken o işe kendi becerilerinin olduğuna dair inançları motivasyonlarını da arttırmaktadır. Öz yeterlilik, bireylerin karşılarına çıkan problemleri çözmeye çalışmasını, pes etmemesini ve o problemin üstesinden gelebilecek yeteneklerini ortaya çıkarmasını ifade etmektedir (Çetin, 2011, s. 74). Bandura, öz yeterliliği yüksek olan bireylerin, eylemleri sonucunda başarılı olmayı beklediklerini; düşük öz yeterliliğe sahip olan bireylerin ise başarısızlık beklentisi içinde olduklarını ifade etmiştir (Akkoyunlu & Kurbanoglu, 2003, s. 3).

Öz yeterlilik algısında deneyimler de çok etkilidir. Ama tabi sadece deneyimle olmamakta ve kişinin her zaman kendisine inanması gerekmektedir. Öz yeterlilikte şöyle bir ilke vardır; bireyler bir iş yaparken kendilerini bu işi yapmaya yeterli hissettiklerinde işi gerçekleştirme ihtimalleri yüksektir; yeterli olmadıklarını hissettiklerinde ise işi gerçekleştirme ihtimalleri düşüktür (Arseven, 2016, s. 67). İşte bu ilke de söylendiği gibi başarılı olmak için sadece yetenekli ve deneyimli olmak yetmemekte olup kişinin kendine öz güveni olması gerekmektedir.

Öz yeterlilik algısını kişilerin davranışları, deneyimleri etkiler (Sakız, 2013, s. 190). Kişi doğrudan kendisi deneyimleyip bir şeyler yaşarsa ya da kendisi ile aynı durumda olan birisi bir şeyler yaşayıp deneyimlense ve bunlarda olumlu etki ederse o kişi de öz yeterlilik inancı oluşturur. Bu öz yeterlilik inancı da kişinin girişimciliğe eğilim göstermesine etki etmektedir. Öz yeterlilik algısını etkileyen bir başka şey de kişi bir işe kalkıştığında o kişiye başarılı olması için ikna olmasında sözel olarak söylenen

teşvik edici sözlerdir. Psikolojik olarak stres de öz yeterlilik algısını etkilemektedir. Bir işte stresli olan ya da rahat hareket edemeyen bir bireyin öz yeterlilik algısı düşecektir; ama rahat hareket eden, olumlu ruh hali olan, stresli olmayan bir bireyin de öz yeterlilik algısı güçlenip başarısı da artacaktır. Buradan da anlaşılacağı gibi öz yeterlilik algısı ne kadar güçlü olursa yani kişi kendine ne kadar güvenirse girişimcilik eğilimleri de o kadar yüksek olacaktır. Öz yeterlilik algısı, kişilerin girişimcilik süreçlerinde göstermeleri gereken yüksek performansın bir açıklayıcı faktörü olarak görülebilmektedir (Çetin, 2011, s. 74). Bireylerin girişimcilik süreçlerinde öz yeterlilik algıları ne kadar yüksek olursa performansları da o kadar yüksek olacaktır.

Öz yeterlilik akademik girişimciliğin niyetinde de önemli bir kavramdır. Çünkü yeni bir bilgi üretimi için veya yepyeni bir buluş için öncelikle bireylerin öz yeterlilik algılarının yüksek olması gerekmektedir. Kişinin kendine olan öz güveni yüksekse ve öz yeterlilik inancı varsa başarabilme yetisi de yüksek olacaktır. Bu yüzden akademik girişimcinin bir girişimde bulunabilmesi için öz yeterlilik inancının yüksek olması gerekmektedir.

Duygusal Zeka: Girişimcilik niyetinde duygusal zeka, bireylerin girişim yolculuğunda verdikleri kararlarda etkili bir kavramdır. Çünkü bir girişimcinin gerçek bir girişimci olabilmesi için duygularını kontrol edebilmesi veya orijinal fikirler üretebilmesi gerekmektedir. Kendine özgü bir fikri olmayan kendini geliştiremeyen bir birey girişimci olamamaktadır. Bunun için de duygusal zekanın iyi kontrol edilebilmesi gerekmektedir.

Duygusal zeka kavramı ilk olarak 1990 yılında Mayer ve Salovey tarafından ortaya konmuştur (Acar & Uslu, 2018, s. 17). Daniel Goleman, 1995 yılında duygusal zekayı; kendini harekete geçirebilme, aksiliklere rağmen yoluna devam edebilme, dürtüleri kontrol ederek tatmini erteleyebilme, ruh halini düzenleyebilme, sıkıntıların düşünmeyi engellemesine izin vermeme, kendini başkasının yerine koyabilme ve umut besleme yetenekleri olarak tanımlamıştır (Karabulutlu, Yılmaz, & Yurttaş, 2011, s. 75). Bu tanımlamalara göre duygularını kontrol etmesini iyi bilen bir birey, hemen pes etmeyeceği için daha avantajlı olacaktır. Bireylerin duygularını ifade edebilmesi, empati kurabilmesi, başkalarının duygularını anlayabilmesi, bulunduğu çevreye uyum

sağlayabilmesi, sabırlı olması, sorun çözme yeteneğinin olması, kendi kendini kontrol edebilmesi, bağımsız hareket edebilmesi, saygılı olması ve mizacını kontrol edebilmesi duygusal zekalarına kaynaklık etmektedir (Yelkikalan, 2006, s. 44).

Duygusal zekâ kavramı karar verme sürecinde tutarlı bir şekilde davranma özelliklerine sahip olabilmek adına, değişimi kavrayabilme ve değişime uyum sağlayabilme, bilinçli ve kontrollü bir şekilde hareket edebilme gibi niteliklerin kazanılmasına aracılık etmektedir (Arıcıoğlu, 2002, s. 17). Uluköy'e (2016) göre; duygularını kullanabilme becerisi olan, orijinal fikirler üreten, fırsatları değerlendirerek hislerini ve duygularını problem çözümünde kullanabilen girişimci bireylerin liderlik özelliklerini, iletişim ve vizyoner kişilik özelliklerini daha başarılı biçimde kullanacakları düşünülmektedir.

Girişimcilik eğilimine yönelmek için girişimcilik ruhunun da olması gereklidir. Girişimcilik ruhu, bireyin duygusal zekasına teşkil eder ve başarılı olmasında da yardımcı olmaktadır. Bir iş yaparken girişimcilik ruhu ile hareket edilirse başarılı olunmaktadır. Girişimcilik ruhuna sahip olmayan bireyler başarısızlığa mahkumdur. Çünkü her iş girişimcilik hisleriyle desteklenmek ister. Duygusal zeka, bir örgütte iklimi ve çalışanların yaratıcılığını da etkilemektedir. Çalışanların yaratıcı olması duygusal zekalarına bağlıdır. Duygusal zekalarını iyi kullanan bireylerin yaratıcılığı artmakta ve bu yaratıcılıkları da girişimcilik eğilimlerinde, niyetlerinde büyük etki yaratmaktadır.

Akademik girişimcinin niyetinde duygusal zeka yaratıcı olmalarını sağlamaktadır. Bir akademik girişimci duygusal zekasını harekete geçirerek, iyi kontrol ederek ve duygusal zekasına iyi bir şekilde yön vererek kendine özgü fikirler üreterek yenilikçi ve yaratıcı olabilmektedir.

Sosyal destek: Bir bireyin girişimci olma girişiminde çevresindeki insanların düşünceleri veya destekleri önemlidir. Çünkü bir girişimci çevresiyle uyumlu olduğu ve çevresinden destek aldığı zaman daha da güçlenmektedir. Algılanan sosyal baskı kişilerin girişimci olma kararında olumlu veya olumsuz bir etkidir (Sütay, 2009, s. 22). Girişimcilik niyeti, etraftaki insanların girişimci olacak kişiye karşı olan tavırlarında değişime uğrayabilecek bir kavramdır. Çünkü akademik girişimcilikte de bireyleri

üniversite iklimi etkilemektedir. Sosyal destek, referanslar her zaman için niyet de önemlidir.

Akademik girişimcilik, üniversite ortamında akademisyenler tarafından üretilen bilginin ticarileştirilmesi demektir. Bu da o bulunulan bölgedeki Teknoloji Ofisleri ile mümkündür ki bu sayede de teknoloji ofislerinin bulunduğu bölgeler gelişmiş olmaktadır. Gelişmiş bir bölge demek refah seviyesi yüksek demektir. Refah seviyesi gelişen bir bölgede de istihdam yüksek olmaktadır. Bu da işsizliğin azalması demektir ve akademik girişimciliğin bir avantajıdır. Akademik girişimcilik, içinde bulunulan kültürü de etkileyerek bu kültürü teknolojiye, yeniliğe dayalı bir kültüre dönüştürerek gelişimi hızlandırmaktadır (Çakır B. Ö., 2018, s. 76). Akademik girişimcilik toplumu ve aynı zamanda ekonomiyi de etkilemektedir. Gelişen teknoloji tabanlı buluşlar sayesinde ekonomi olumlu etkilenmektedir. Tabi toplum da bu yenilikler sayesinde gelişmektedir. Akademik girişimcilik dinamizm gerektiren bir olgudur. Sürekli gelişim değişim içinde olan bu çevreye karşı yenilikçi olmayı gerektirir. Böylelikle akademik girişimcilik üniversitelerin gelişimine ve değişimine de değer katmaktadır. Üniversitelere rekabet avantajı sağlayarak sürekli yenilikçi olmasını sağlamakta ve bu da üniversitelerin misyonunu genişletmektedir. Akademik girişimcilik genel olarak hem bölgeyi hem üniversiteyi hem de girişimci olan bireyleri olumlu etkilemektedir. Ama bir yandan da psikolojik olarak olumsuz etkileyebilmektedir. Çünkü bu süreçte yeni bilgi üretme ve bu bilgiyi üretirken nasıl bir yol izleyeceğini bulmak stresli olduğundan bazen psikolojik olarak olumsuz etkilenilebilmektedir.

Akademik girişimciler gelişip uluslararası pazarlara da yayılmak isterler. Ama burada karşılaştıkları zorluklar vardır; bu konuda beceri eksiklikleri, yönetim olarak beceri eksiklikleri ve uluslararası pazarlara yayılabilmek için gerekli kaynakların kıt olmasıdır ki bunlar için de zaman ve finansman gereklidir (Nalbantoğlu, 2022, s. 32). Bu eksikliklerin kapatılması için de mentörlük destekleri alınmaktadır.

1.2.3. Akademik Girişimciliğin Önemi

Akademik girişimcilik üniversite ortamında gerçekleştiği için ve bulunduğu bölgeye yeni teknolojik gelişmeler kattığı için her ülkede gelişime katkı sağlamaktadır.

Akademik girişimcilik yenilik gerektirdiği için ülkelerin kalkınmasında önemli rol oynamaktadır ve üniversite-sanayi işbirliği ile teknoloji transferinin sağlanmasını kolaylaştırmaktadır. Akademik girişimcilik, akademisyenler ve öğrencilerin teknolojik buluşlarından faydalanmak için ortaya çıkmış bir türdür. Küresel rekabet ortamında sürekli gelişen teknoloji bir gelişim aracıdır. Bu bağlamda akademik girişimcilik küresel olarak da bir rekabet gerektirmektedir.

Akademik girişimciliğin önemi teknolojik buluşlara bağlı olarak da her geçen gün artmaktadır ve bununla birlikte akademik girişimciliğin şu faydaları vardır (Shane, 2004, s. 17-32):

- ✓ Ekonomik kalkınmayı sağlamak
- ✓ Üniversite ortamında geliştirilen teknolojik buluşların ticarileşmesini sağlamak
- ✓ Üniversitelerin misyonlarına katkıda bulunmak
- ✓ Orantısız biçimde yüksek bir performans sergilemek
- ✓ Üniversitelerin gelirine normal bir şirketle yapılan lisans antlaşmasından daha fazla katkıda bulunmak

Akademik girişimcilik, Teknoloji Geliştirme Bölgeleri sayesinde akademisyenlerin geliştirdiği bilgilerin, yazılan makalelerin, tezlerin, projelerin raflarda kalıp tozlanmaması için yeni değerler sağlanarak ve bu bölgelerde akademik filiz işletmeleri kurularak teknolojik gelişmelere katkı sağlamaktadır (Kalça, Dindaroğlu , & Bal , 2017, s. 487). Akademik startuplar, akademik girişimciliğin geliştirilerek artık bir işletme haline gelmesidir. Yani akademisyenler veya üniversite öğrencilerinin ürettiği teknolojik bilgilerin lisanslanarak patentinin alınıp bir güvence altına sokulmasıyla teknolojik gelişmelerin devamlı bir şekilde ilerlemesini sağlamaktadır.

Akademik girişimciliğin her geçen gün değişen çevreye, gelişmekte olan teknolojiye ve insanların her geçen gün artmakta olan arz ve taleplerindeki değişimlere uyum sağlayarak modern bilgiler, ürünler üreterek ülkenin ekonomik, sosyal ve kültürel olarak kalkınmasına katkıları yadsınamaz (Erdil, 2023, s. 26). Çünkü akademik girişimcilik bilime yeni girişimlerde bulunarak ülkedeki eksikliklere yeni çözümler

üretmektedir. Akademik girişimcilik ülkede istihdam yaratarak yeni girişimler yapılmasını sağlamaktadır ve bu yüzden de her geçen gün önemi daha da artmaktadır. Akademik girişimciliğe önemin artmasıyla birlikte destek olan kurumlar da artmaktadır. Akademik girişimciliğin gelişmesiyle ülkede veya bölgede yeni eğitim fırsatları oluşmakta ve ekonomiye de yeni gelir akışları sağlanmaktadır.

1.3. Akademik Girişimcilik Ekosistemi

Akademik girişimcilik, üniversite-sanayi arasında köprü kurarak işbirliği oluşturmuştur. Bu işbirliğinde ise üniversitelerde bilgilerin ticarileştirilmesi için bazı kurumsal firmalar açılmıştır. İşte bu kurumsal firmalar akademik girişimciliğin ortaya çıkmasına ve gelişimine katkılarda bulunmuşlardır. Akademik girişimciliğe katkıda bulunan bu kurumlar akademik girişimciliğin ekosistemini oluşturmaktadır ve ekosisteminde Teknoparklar, Teknoloji Transfer Ofisleri ve kamu destekleri gibi diğer paydaşlar yer almaktadır. Akademik girişimcilik ekosistemi, girişimci bireylerin veya bir organizasyon olarak üniversitelerin bünyesinde olan ama tabi sadece üniversiteye bağlı olmayan ama en çok da akademisyenlerin veya yüksek lisans yapan öğrencilerin yeteneklerini ticari olarak sergileyebilecekleri ortamdır. Akademik girişimciliğin sadece akademisyenler, öğrenciler veya üniversiteye değil; bulunduğu bölgeye ve ülkeye gelişmişlik anlamında olumlu katkıları olmaktadır.

1.3.1. Teknopark

Teknopark, üniversitelerde veya herhangi bir bilgi kurumunda ortaya çıkarılan bilgilerin bir ticari değer kazanmasını sağlayan ve bunları yaparken de yaratıcı, yenilikçi şirketleri içerisine alan bir modeldir (Çelik, 2019, s. 1114). Bu model üniversite-sanayi işbirliğini sağlamaktadır ve böylelikle de hem üniversitenin hem kendisinin hem de bulunduğu bölgenin ekonomisine katkılarda bulunmaktadır. Bilgi toplumlarında inovasyon sürecinde ülkeler veya bölgeler uluslararası pazarlarda rekabet üstünlüğü sağlamak istemektedirler. Bunun için de ülkeler ilk önce eğitimden yola çıkarak üniversite-sanayi işbirliğinde bir model geliştirerek hem bir üniversite olarak başarı elde ediyorlar hem de bir örgüt olarak daha yaratıcı fikirlerle bu üniversite-sanayi işbirliğiyle artık profesyonelleşmiş girişimciler yeteneklerini, kabiliyetlerini hem

uluslararası alanda hem de ticari alanda ön plana çıkarıyorlar. Bunları daha güvende tutmak için de Teknopark gibi bazı kurumlar tarafından patent alabiliyorlar. Teknoparklar, teknolojinin gelişiminde yüksek rollere de sahiptirler. Her geçen gün gelişen teknolojiye, her geçen gün değişen gelişen bilime katkılarda bulunan ve bu katkılarıyla bulunduğu ülkeleri, bölgeleri, üniversiteleri kalkındıran bir modeldir Teknopark (Altuğ, 2021, s. 268).

Teknopark modeli, 1940'lı yılların sonlarında ABD'de Silikon Vadisi olarak anılan yüksek düzeyde teknoloji endüstriyel parkı ile üniversite-sanayi işbirliğini geliştirmek amacıyla ortaya çıkmıştır (Gülbaş, 2011, s. 139). Daha sonra başarıları görülen bu model, diğer ülkeler tarafından da benimsenmeye başlanmıştır. Ayrıca bu modelin işsizliğe de katkıları bulunmuştur. Akademik olarak ilerlemek isteyen girişimci öğrencilerin mezun olduktan sonra yeteneklerini sergileyebileceği, kariyerini geliştirebileceği bir model haline gelmiştir. Bu modelin Türkiye'de uygulanması 4691 sayılı TGB Kanunu ile başlamıştır ve ülkenin inovasyon performansını geliştirmesini, teknoloji üreten bir yapıya geçmesini desteklemektedir (Gülbaş, 2011, s. 141). Kariyer olarak ileri düzeyde olan bireylerin katkıları hem o ülkenin hem de o üniversitenin kalkınması için bir rol oynamaktadır. Bu başarılar sayesinde de artık her bölgede üniversite-sanayi işbirliği içerisinde var olan Teknoparklar bir gelişim, değişim ve en önemlisi inovasyon aracıdır (Karademir, 2019, s. 29). Teknoloji yoğunluklu olan bu model aynı zamanda teknolojinin ilerlemesine de katkılarda bulunmaktadır. Teknopark ve teknopark gibi modeller, ülkelerin ekonomik alanda kalkınmalarını sağlamaktadır.

Teknoparklar akademik girişimciliğin gelişimine katkılarda bulunmaktadır. Akademik girişimcilik üretilen bilgilerin ticarileştirilmesi anlamına gelmektedir ki üniversite de bunu tek başına yapamamaktadır. Teknoparklar, üretilen bilgileri ticarileştirdiği gibi bu bilgilerin üretilmesi için gerekli ortamı oluşturup bireyleri akademik girişimciliğe teşvik etmektedir. Teknoparkların akademik girişimciliğe katkısı sağladığı hizmetlerle gerçekleşmektedir. Mesela kuluçka hizmetleri sayesinde yeni fikir geliştirecek bireylere destek vererek, hangi yönde ilerlemeleri gerektiğini göstererek kolaylık sağlamaktadır. Bunun gibi hizmetlerle akademik girişimciliği kolay hale getirerek geliştirip yaygınlaşmasını sağlamaktadır. Teknoparklar ile akademik

girişimcilik daha fazla gelişerek akademisyenlerin daha fazla yeni girişimlerde bulunmalarını sağlamıştır (Demirtaş, 2014, s. 191).

1.3.2. Teknoloji Transfer Ofisleri

Akademik girişimcilik ekosistemi içerisinde yer alan Teknoloji Transfer Ofisleri, Teknoparklar gibi niversite-sanayi işbirliğini sağlamak amaçlı elde edilen yepyeni bir ürün veya buluşun devletin de destekleriyle hem lisanslanıp hem de ticarileştirildiği bir kurumdur (Kiper, Taş , & nl, 2019, s. 135). TTO, niversite-sanayi işbirliği kapsamında tarafların projelerini birbiriyle buluşturan ve bu projelerin fikri mülkiyet haklarıyla ilgili desteklerde bulunarak tarafların haklarını korumasını sağlayan bir kurumdur. Bu ofisler aslında niversite-Sanayi-Devlet ls ile bir ilişki içerisindedir (Kılıç & Ayvaz, 2011, s. 62). Akademik çalışmaların değerlenip yayınlanması ve ticarileşmesinde de haklar elde edilmesini sağlayan bir devlet politikasına ihtiyaç vardır. Devlet politikaları sadece ticarileşmesinde değil bu ofislere destek olacak hibe yardımlarıyla veya uluslararası pazarlara girişte kolaylık sağlayacak yardımlarda da bulunmaktadır (Toraman, 2020, s. 22). Devlet bu yardımları yönetmelikler çıkararak, vergiler koyarak, finansman desteği sağlayarak, rekabet edebilecek ortamlar oluşturarak ve fikri mülkiyetle ilgili politikalarla yapmaktadır. Bu politikalar, ticarileşme veya etkileşmelerin kolaylaşmasını veya zorlaşmasını sağlayabilmektedir. Mesela bir ürün çıkarıldığında bu ürün uluslararası pazarlarda tercih edildiğinde başka ülkelere gönderirken vergiler zor durumda bırakabilmektedir. Ya da bir finansman kaynağı sağlayarak kolaylaştırabilmektedir. Bu politikalar zaten hem bölgesel hem ulusal olarak ekonomik ve başarı anlamında kalkınma sağlamak için yapılmaktadır. Sadece devlet politikaları değil, aynı zamanda sanayileşen üniversitelerin özel sektörde olan şirketlerle işbirliği içinde olarak birbirlerine doğru şekilde verdikleri desteklerle ortaya koyacakları ürünlerin, bir organizasyon olarak hem firmaların hem de üniversitelerin gelecekte daha başarılı olacak şekilde bir uyumla yapmaları gerekmektedir (Arslan & zmodanlı , 2020, s. 98). Bilimsel araştırmalar, inovasyon süreci içerisinde bilgilerin sürekli değişip gelişmesiyle sahip olduğu kültürlerin dönüşümüne de katkı sağlamaktadır. Teknoloji ağının vermiş olduğu bir değişim ve gelişimle her alan da farklı şekiller almaktadır.

Akademik girişimcilikte Teknoloji Transfer Ofislerinin rolü, teknolojinin sürekli gelişmesiyle bilgilerin de sürekli değişmesiyle ve bu değişen bilgileri her an güncel tutup kabiliyet ve yeteneklerini de buna göre geliştiren bir birey veya organizasyona o geliştirdiği ürününün pazarlara girmesine yani ticarileşmesine bir kurum olarak katkılarda bulunulmasıdır. TTO, üniversite ile işbirliği içerisinde olup teknoparklar gibi üretilen bilginin ticarileştirilmesine yardımcı olmaktadır. Akademik girişimciliğe teşvik açısından yine bilginin üretilmesi için ortam oluşturur ve fikirler oluşturmak için de programlarla destekler verir. Teknoloji transfer ofisleri, akademik bilginin üniversite dışına çıkarılarak ulusallaşmasına yardımcı olmaktadır. Böylelikle de akademik girişimcilik yaygınlaşarak daha da çok gelişme gösterecektir.

1.3.3. Diğer Ekosistem Paydaşları

1.3.3.1. TEKMER

TEKMER, girişimcilere yapacağı girişimler için bir çalışma ortamı sağlar ve iş modellerini oluştururken o iş modelini daha iyi geliştirir, iş modelini pazarlara sunarken bunun hukuk boyutuyla ilgili bilgiler verir ve hakları nelerdir bunlarla ilgili destekler almasını sağlayarak girişimcinin girişiminde daha bilgili olarak ilerlemesini sağlamaktadır (Erdil, 2022, s. 6). Teknoloji Merkezleri, vergi teşvikleri sağlayarak girişimcilere ekonomik bir ortam yaratmakta ve start-up gibi teknoloji tabanlı girişimcilerin çalışmalarını iyileştirici destek sağlamaktadır. Girişimcilere verilen destekler sayesinde firmaların rekabet gücü de artmaktadır. Böylelikle firmalar kendilerini daha başarılı kılmak için inovasyon yaratarak farklı olmaya çalışmaktadırlar.

Teknoloji Merkezleri, girişimcilere teşvik edici politikalar uygulayarak ve onlara uygun ortamı sağlayarak akademik girişimciliğe özendirmeye çalışmışlardır. Nasıl bir yol izleyeceğini veya nasıl bir bilgi üreteceklerini bilemeyen girişimcilere yön göstererek destek olmuşlardır ve böylelikle de akademik girişimciliğin önünü açmaya yardımcı olmuşlardır. En önemlisi de teknoloji tabanlı bilgiler üretebileceği ortamları oluştururken hiçbir ücret talep etmemeleridir. Bu da girişimcilerin ilgisini çekmekte ve akademik girişimciliğe adım atmaktadırlar.

1.3.3.2. Ar-Ge ve Tasarım Merkezleri

Ar-Ge faaliyeti insanlığımız ve toplumumuzun gelişimi için zorunlu bir faaliyettir. Çünkü insanlığımızın gelişebilmesi ve değişebilmesi için Ar-Ge faaliyeti teknolojik ve bilimsel alanda özgün tasarımlar yapılan bir süreçtir. Ar-Ge Merkezleri de bu faaliyet sürecini yani Ar-Ge ve yenilik sürecini inovatif yöntemlerle gerçekleştirmek için destek olan kurumlardır ve üretilen bilgiyi ulusallaştırma özelliğine de sahiptirler. Ar-Ge Merkezleri, gelir vergisi stopaj desteği, sigorta işveren primi desteği, damga vergisi istisnası muafiyetlerini sağlayarak bireyleri yenilik yapmaya teşvik etmektedir (Karakuş, 2021, s. 1388).

Tasarım Merkezleri, firmaların tasarım faaliyetlerini gerçekleştirmek üzere ayrı bir örgütlenme içinde bulunan ve bu faaliyetleri yurt içinde gerçekleştiren kurumlardır. Bu kurumlar, girişimcinin girişimine yenilik kazandırarak iyileştiren ve rekabet edilebilir halde geliştirerek, girişimciye muafiyetler de sağlayarak teşvikte bulunan kurumlardır (Armağan, 2019, s. 80).

Ar-Ge ve Tasarım Merkezleri, akademik girişimciliğe teşvik için bilgi üretme sürecinde inovatif yöntemleri kullanarak özgün bilgiler üretilmesine destek olmaktadır. Tabi buna bağlı olarak da bilgi üretmenin kolaylığını sağladığı için akademik girişimciliğe yönelim de artmaktadır. Ar-Ge ve Tasarım Merkezleri, birtakım vergi teşvikleri de sağlayarak, bilginin ticarileştirilmesinde maliyetleri aşağı çekerek bireyleri akademik girişimciliğe teşvik etmektedirler.

1.3.3.3. Kuluçka Merkezleri

Kuluçka merkezleri, girişimcinin girişim yolculuğundaki fikrini geliştirip iyileştirebilmesi için eğitimler verip mentörlük desteği sağlayarak hangi yönde ilerlemeleri gerektiğini göstermektedir (Özdoğan, 2016, s. 116). Diğer yandan girişimcilere ekipman, ofis ve altyapı desteği sağlayarak maddi olarak yüklerini hafifletmekte ve uzman yatırımcılarla tanışma fırsatını yakalamalarına yardımcı olmaktadır. Böylelikle girişimciler nasıl bir yol ilerleyeceklerini çizerek tasarımlarını ve iş modellerini seçerek yollarında ilerlemeye devam etmektedirler. Kuluçka merkezleri, girişimcilerin ürettikleri fikirlerini geliştirip uygulamaya dökebilmeleri için danışmanlık hizmetleri, teşvik edici politikalar, bilgileri ticarileştirebilme ve

pazarlayabilme, iletişim becerilerini güçlendirebilme gibi imkânlar sağlamaktadır (Çakır C. , 2021, s. 41).

Kuluçka Merkezleri, akademik girişimcilikte girişimcinin iş planı aşamasında devreye girerek ve oluşturacağı fikirde destek vererek kolaylık sağlamaktadır. Kuluçka Merkezleri çoğunlukla Teknopark bünyesinde yer almaktadırlar. Kuluçka merkezleri girişimcilerin ilk fikir geliştirme aşamalarında etkili olduğu için akademik girişimciliğe de bir fikir geliştirme programları sunarak katkılarda bulunmaktadır.

1.3.3.4. TÜBİTAK

TÜBİTAK, diğer destek programları gibi bireyleri girişimciliğe özendirerek birtakım desteklerde ve teşviklerde bulunmaktadır. Ar-Ge çalışmalarını, teknolojik yenilikleri desteklemektedir. TÜBİTAK, ülkemizin bilim ve teknolojik anlamda girişimini artırmak için politikalar belirlemektedir ki öncelik olarak ulusal anlamda çalışmaları yürütmektedir. Girişimciler, hem yurt içi hem de yurt dışı teşviklerde bulunularak ve ödüllerle de desteklenerek bilime özendirilmektedir. TÜBİTAK birçok destek programı sağlayarak birden çok amaca hizmet etmektedir. Bunlardan bazıları (Pamukkale Üniversitesi Proje Destek Ofisi): Bilimsel ve teknolojik araştırma projeleri destek programı, hızlı destek programı, öncelikli alanlar Ar-Ge projeleri destekleme programı, mükemmeliyet merkezi destek programı, ulusal yeni fikirler ve ürünler araştırma destek programı, kamu kurumları araştırma ve geliştirme projelerini destekleme programı vb. programlardır. TÜBİTAK, bu destek programları ile üniversitelerde gelişen akademik girişimciliğe katkılarda bulunmaktadır. Bu programlardan biri olan BİGG (Bireysel Genç Girişim), 2012'den itibaren yürütülmüş olup TÜBİTAK 1512 programıdır ve 2015 yılından itibaren de BİGG olarak yenilenmiştir (Özmodanlı & Testik, 2017, s. 50). Teknogirişim Sermaye Desteği adı altında yürütülen BİGG, girişimci bireylerin teknolojik ve yenilik odaklı fikirlerini daha fikir aşamasındayken geliştirip rekabet edilebilir bir ürün üretebilmeleri için eğitimler vererek pazar aşamasına kadar desteklemektedir (Özcan & Tepekule, 2016, s. 7). Bu program, iş fikrini ticarileşen bir ürüne dönüştürürken; fikirlerin değerlendirildiği ve doğrulandığı aşama, değerlendirilen fikirlerin ticari ürüne dönüştürüldüğü ve desteklendiği aşama, ticari ürüne dönüştürülen fikrin desteklenip uygulamaya

koyulduğu aşama olmak üzere üç aşamadan oluşmaktadır (TÜBİTAK T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2023). Bilgi üretim aşamasında olan bir girişimciye ulusal anlamda gelişmesi için fikir veren programlar düzenleyerek girişimciyi teşvik etmektedir. TÜBİTAK, akademik girişimciliğin rolünü arttırarak teknoloji tabanlı yeniliklerin de artmasını sağlamaktadır. Hem devlet hem de özel sektör olarak destek sağlayarak akademik girişimciliğin de önünün açılmasını sağlamıştır. Özellikle teknoloji odaklı girişimlere ve akademisyenle yönelik TÜBİTAK destek programlarının bir kısmı aşağıdaki gibidir. (TÜBİTAK T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2023):

TÜBİTAK Sanayi Ar-Ge Projeleri Destekleme Programı: KOBİ ölçeğindeki kuruluşların proje esaslı araştırma, teknoloji geliştirme ve yenilikçilik faaliyetlerinin desteklenmesi hedeflenmekte ve çağrılı olarak yürütülmektedir. Sağlanan destek hibe şeklinde olup destek için herhangi bir konu sınırlaması yoktur, tüm sektörler başvurabilmektedir.

1503 Proje Pazarları Destekleme Programı: somut bir Ar-Ge düşünce veya proje fikrine sahip, bu fikrini gerçekleştirmek için başka uzmanlık alanlarına da ihtiyaç duyan, proje öneri veya sonucuna ilişkin var olan talepleri araştıran ve arz edilen projeye işbirliği için teknolojik önerilerde bulunan veya finansal olarak katkıda bulunmak isteyen, üniversite ve özel sektör kuruluşlarından kişilerin bir araya gelerek projelerini birbirlerine tanıtarak işbirliğine ortam oluşturan ulusal veya uluslararası etkinliklerdir.

1505 Üniversite-Sanayi İşbirliği Destek Programı: Üniversite, araştırma altyapısı, kamu araştırma merkez ve enstitülerindeki bilgi birikimi ve teknolojinin, Türkiye’de yerleşik ve proje sonuçlarını Türkiye’de uygulamayı taahhüt eden kuruluşların ihtiyaçları doğrultusunda ürüne ya da sürece dönüştürülerek sanayiye aktarılması yoluyla ticarileştirilmesine katkı sağlayan programdır.

1507 TÜBİTAK KOBİ Ar-Ge Başlangıç Destek Programı: KOBİ ölçeğindeki kuruluşların teknoloji ve yenilik kapasitelerinin geliştirilerek daha rekabetçi olmaları, sistematik proje yapabilmeleri, katma değeri yüksek ürün geliştirebilmeleri, kurumsal araştırma teknoloji geliştirme kültürüne sahip olmaları, ulusal ve uluslararası destek programlarında daha etkin yer almaları hedeflenmekte ve çağrılı olarak yürütülmektedir. Sağlanan destek hibe şeklinde olup projelerde konu sınırlaması yoktur.

1511 TÜBİTAK Öncelikli Alanlar Araştırma Teknoloji Geliştirme ve Yenilik P. D. P. (Teknoloji Odaklı Sanayi Hamlesi Programı) : Türkiye’de orta-yüksek ve ileri teknoloji seviyeli, katma değeri yüksek ürünlerin ve bu sektörlerin gelişimi için kritik öneme sahip ürünlerin üretiminin artırılması ve bu çerçevede yeni üretim imkan ve kabiliyetlerinin ülkemize kazandırılması amaçlanmıştır. Ülkemizin ihtiyaç duyduğu teknolojik gelişmeye katkı sağlayacak yatırım projelerinin uçtan uca yönetim ve destek modeli ile hayata geçirilmesi hedeflenmiştir.

1512 Girişimcilik Destek Programı (BİGG) : Bu program girişimcilerin iş fikirlerini hayata geçirmelerine ve bu kapsamda da girişimcilik eğitimi verilmekte, ayrıca sanayi deneyimi olan rehberler ile girişimciye teknik, ticari ve idari konularda destek olmaktadır.

1513 Teknoloji Transfer Ofisleri Destekleme Programı: Üniversitelerde ve teknoloji geliştirme bölgelerinde üretilen bilgi ve teknolojilerin ticarileştirilmesine ve bu sayede ekonomik, sosyal ve kültürel değer oluşturulmasına katkı vermek için faaliyet gösteren teknoloji transfer ofislerinin desteklenmesi amaçlanmıştır.

1514 Girişim Sermayesi Destekleme Programı (Tech-Inves TR) : Ülke ekonomisine katma değer sağlayabilecek nitelikte KOBİ ölçeğindeki erken aşama teknoloji tabanlı şirketlerin Ar-Ge ve yenilik faaliyetleri sonucu ortaya çıkan ürün ve teknolojilerini ticarileştirme süreçlerinde ihtiyaç duyacakları sermayenin girişim sermayesi fonları aracılığıyla karşılanması amacıyla hazırlanmıştır. Fon yatırımcı olarak katılan TTO, TGB ve AA’ların erken aşama teknoloji tabanlı girişimler için ödeyeceği katkı paylarının %50’si TÜBİTAK tarafından hibe şeklinde desteklenmektedir.

1515 Öncül Ar-Ge Laboratuvarları Destekleme Programı: Türk bilim insanlarının araştırma niteliklerinin yükseltilmesi ve ülkemizin belirli bilim ve teknoloji alanlarında küresel çekim merkezi olmasının sağlanması amaçlanmıştır. Bu amaçla da alanında öncül bilimsel ve teknolojik bilgi üreten ulusal veya uluslararası kuruluşların Türkiye’de kuracağı Ar-Ge Laboratuvarlarının belli giderleri hibe olarak desteklenecektir.

1601 Yenilik Girişimcilik Alanlarında Kapasite Artırılmasına Yönelik Destek Programı: Girişimcilik ve yenilik alanlarında kapasite artırma amacı taşımakta ve farklı çağrılar açılabilir. Özel sektörün Ar-Ge ve yeniliğe yaptıkları yatırımdan etkin ve verimli sonuçlar alması, üniversite-sanayi işbirliklerinin canlanması ve teknolojik iş fikirleri olan girişimcilerin kurduğu başlangıç firmalarının daha hızlı gelişmesine katkı sağlanması hedeflenmiştir.

1602 TÜBİTAK Patent Destek Programı: Ülkemiz kaynaklı ulusal ve uluslararası patent başvuru sayısının artırılması ve ülkemizdeki patent sayısının artırılması hedeflenmiştir.

1612 BİGG- 1. Aşama Uygulayıcı Kuruluş Çağrısı: 2015 yılından bu yana BİGG programının birinci aşaması Uygulayıcı Kuruluşlar tarafından yürütülmektedir. Yetkinliklerini birleştirerek girişimcilik ekosistemini geliştirmeyi amaçlamaktadır. 2023-2025 döneminde BİGG Programı 1. Aşama süreçlerini yürütecek olan kuruluşlar, girişimcilerin teknoloji odaklı iş fikri başvurularını toplayarak değerlendirecek, uygun buldukları iş fikirlerini ön kuluçkaya alarak iş fikri doğrulama süreçlerinden geçirecek ve nitelikli iş planı hazırlama hususunda girişimcilere destek olacaktır.

1607 BİGG+ KOBİ Mentör Arayüzü: Araştırma ve yenilik alanlarına ayrılan kamu kaynaklarının daha etkin ve verimli kullanabilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda TÜBİTAK TEYDEB Programları kapsamında desteklenen KOBİ'lerin ürün ve hizmetlerinin ticarileştirilmesi, bu KOBİ'lerin yeni pazarlara girmesi ve ihracat kapasitelerinin artırılması için mentörlük mekanizması geliştirilip uygulanması gerekçelenmiştir.

1613 Teknoloji Transferi Profesyoneli Çağrısı: Bu çağrının TTO'ların performansına pazar fırsatı farkındalığı, fikri hak stratejisi, iş geliştirme, araştırma sonuçlarının ekonomik faydaya dönüştürülmesi katkılarını sağlaması beklenmektedir.

1704 SAYEM Sanayi Yenilik Ağ Mekanizması: Özel sektör, üniversite ve kamu iş birliğiyle yenilik platformları oluşturularak, sanayi kesimine yönelik üst politika belgelerinin hedefleri olan katma değeri yüksek ürün veya ürün grubu

geliştirilmesi amacıyla bir teknoloji ekosistemi olan SAYEM tasarlanmıştır. SAYEM platformları ile Türkiye'nin Ar-Ge kaynaklarının etkin kullanımı sağlanarak cari açığın azaltılması hedeflenmiştir.

1707 Siparişe Dayalı Ar-Ge Projeleri için KOBİ Destekleme Çağrısı: 2022 yılı 2. Dönem itibarıyla sürekli başvuruya açık olacak şekilde 2 adet çağrı açılmıştır. 1707 Siparişe Dayalı Ar-Ge Projeleri için KOBİ Destekleme Çağrısı (1707 Sipariş Ar-Ge), 1707 BİGG Ortaklı Siparişe Dayalı Ar-Ge Projeleri için KOBİ Destekleme Çağrısı (1707 BİGG Ortaklı Sipariş Ar-Ge). Sipariş Ar-Ge çağrısı kapsamında olan projeler için müşteri kuruluş dönemsel olarak gerçekleşen proje giderlerinin %40'ını Tedarikçi kuruluşa ödeyecek, TÜBİTAK giderleri değerlendirildikten sonra kabul edilen harcama tutarının %40'ını Tedarikçi kuruluşa hibe destek olarak verecektir. BİGG Ortaklı Sipariş Ar-Ge çağrısı kapsamındaki projelerde TÜBİTAK desteği %50 olacaktır.

1702 Patent Tabanlı Teknoloji Transferi Destekleme Çağrısı: Üniversitelerde, araştırma kurumlarında ve teknoloji geliştirme bölgelerinde geliştirilen patentli teknolojilerin sanayiye aktarılmasını amaçlamaktadır. Üniversiteler, araştırma altyapıları, teknoloji geliştirme bölgesi şirketleri ve teknoloji transfer ofisleri Teknoloji Sağlayıcı Kuruluş olarak nitelendirilmektedir. Müşteri Kuruluş Teknoloji Sağlayıcı Kuruluşun hak sahibi olduğu ve ulusal veya uluslararası patentler ile korunan teknolojileri lisanslama ya da devir yolu ile edinerek ekonomik değer oluşturmayı hedefleyen ve Türkiye'de yerleşik sermaye şirketi olarak tanımlanmıştır.

1711 Yapay Zekâ Ekosistem Çağrısı: İlki 2022 yılında açılan, yapay zekâ teknolojilerinin müşteri kuruluşların ihtiyaçları doğrultusunda ürün ya da çözümlere dönüştürülmesine katkı sağlamayı ve Türkiye Yapay Zekâ Ekosistemini harekete geçirmeyi amaçlayan 1711-YZE-2023 kodlu Yapay Zekâ Ekosistem Çağrısının ikincisi 1 Mayıs 2023'te açılmıştır. Bu ikinci çağrıda; akıllı üretim sistemleri, akıllı tarım, gıda ve hayvancılık, finans teknolojileri(e-ticaret dahil), iklim değişikliği ve sürdürülebilirlik, akıllı eğitim teknolojileri desteklenecektir.

1.3.3.5. Melek Yatırımcılık

Yeni girişimde bulunacak bireylerin finansal kaynağa ihtiyacı olmaktadır. Bunun için risk sermayedarları olan melek yatırımcılara ihtiyaç olmuştur ki işletme kendini yükseltebilsin (Günay & Başalp, 2011, s. 155). Melek yatırımcılık az maliyetli finansal kaynaklar arasında yer almaktadır ve bir girişim sermayesidir. Amerika’da ortaya çıkmıştır (İşgörücü & Bozkurt, 2019, s. 250). Melek yatırımcılar, yatırımlarını yeni girişimde bulunan girişimcilere yatan bireysel yatırımcılardır (Karabayır, Gülşen , Çiftci, & Muzaffar, 2012, s. 72). Bu açıdan melek yatırımcılar hiçbir kurum altına girmeyen bireysel olarak hareket eden bir yatırımcılık türüdür. Girişimciliğe destek olmaktadır ve danışma hizmeti vermektedirler ki bir nevi girişimcilere öz kaynak olmaktadır. Melek yatırımcılar girişimcilerin daha ilk girişim aşamasında devreye girerek iş fikirlerini geliştirebilmeleri ve kendilerini büyütebilmeleri için yatırım yapan bir özel yatırımcıdır (Bingöl & Yılmaz Türkmen, 2016, s. 360). Yani hem maddi hem de manevi olarak girişimcilere destek olmaktadır. Melek yatırımcılar uzmanlık bilgisine sahip olup yüksek risk alarak girişimcilere girişim aşamasında destek olarak yol göstermektedirler (Özçelik, 2018, s. 1). Melek yatırımcılar, akademik girişimciliğe girişimcilerin fikirlerini üretirken kendilerini geliştirip ilerletebilmeleri için sahip olduğu bilgilerle danışmanlık yapmaktadırlar. Bunun dışında akademik girişimcilere girişim aşamasında finansal yatırım yaparak başarılı bir girişimci olabilmeleri için mentörlük yapmaktadırlar.

1.3.3.6. KOSGEB

KOSGEB, küçük ve orta ölçekli işletmelerin kendini geliştirip iyileştirebilmeleri için 3624 sayılı kanunla 1990 yılında kurulmuştur (Öktem, Aydın, & Ekinci , 2007, s. 54).. KOSGEB bir kamu kuruluşu olarak girişimcilere birçok destek programları sağlayarak girişimciliğe teşvik etmektedir (Çetinkaya & Ay, 2017, s. 31). KOSGEB, girişimciliği destekleyen bir program olan uygulamalı girişimcilik programı, yeni girişimcilik programı, iş geliştirme programı, iş planı ödülü programını yürütmektedir ve girişimciliğin gelişmesini sağlamaktadır (Namal, Koçancı, & Aksoy, 2018, s. 93). Girişimcilik bir ülkede veya bölgede gelişim ve değişim aracıdır. İşte bu yüzden de KOSGEB gibi programlar girişimciliğe destekler vererek, girişimcilik eğitimi vererek

girişimciliğın gelişmesine yardımcı olmaktadır. Girişimciliğın gelişmesi istihdamın da gelişmesini arttırarak yeni iş imkânlarını ortaya çıkarmıştır ve ekonominin de canlanmasına yardımcı olmuştur (Türkmen, 2018, s. 53). İşte KOSGEB böyle girişimcilik kültürünün yayılmasını sağlayarak ülkeye ve bölgeye katkılar sağlamaktadır. Aynı şekilde akademik girişimciliğe de desteklerde bulunarak istihdamı arttırmaktadır. KOSGEB yenilik destek programları vardır (KOSGEB T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2023):

Ar-Ge, Ür-Ge ve İnovasyon Destek Programı: KOBİ’ler, Ar-Ge ve inovasyon projeleri aracılığıyla bilim ve teknolojiye dayalı yeni fikir ve buluşlara sahiptir. Girişimcilerin; yeni bir ürün, yeni bir süreç veya yeni bir hizmet üretmelerinin veya iyileştirmelerinin, ürün geliştirme faaliyetleri ile değışen pazar taleplerine ve teknolojik gelişmelere uyum sağlamaları amacıyla KOBİ’ler tarafından orijinal, iyileştirilmiş veya değıştirilmiş yeni ürünlerin üretilmesinin sağılandığı programdır.

Stratejik Ürün Destek Programı: Sanayi ve Teknoloji Bakanlığınca yürütölen Teknoloji Odaklı Sanayi Hamlesi Programı kapsamında Türkiye’de orta-yüksek ve ileri teknoloji seviyeli sektörlerdeki katma değeri yüksek ürünlerin ve bu sektörlerin gelişmesi için kritik öneme sahip ürünlerin üretimini arttırmaya yönelik yapacağınız yatırım projelerinin desteklenmesidir.

KOBİ Teknolojik Ürün Yatırım (TEKNOYATIRIM) Destek Programı: Ar-Ge, Ür-Ge yenilik faaliyetleri sonucu ortaya çıkan ürünler ile orta-yüksek ve ileri teknoloji alanında yer alan ve cari işlemler hesabına katkı sağılayacak ürünlerin üretimini ve ticarileştirilmesini sağılamaktır.

KOSGEB, bu yenilik destek programları ile girişimciliğı destekleyerek yeni fikirlerin ortaya çıkmasını sağılayarak hem üniversitelerin hem de ülkenin önemini arttırmaktadır.

1.4. TÜRKİYE’DE AKADEMİK GİRİŞİMCİLİĞİN DURUMU

Türkiye’de girişimcilik Osmanlı’dan süregelen olup Türkiye Cumhuriyeti’nin kuruluşundan bu yana da devam etmiştir ve 1980’den itibaren de ekonomik gelişmeler göstererek Türkiye’de tam anlamıyla gelişme göstermiştir (Aşkın, Nehir, & Vural, 2011, s. 68). Teknolojinin gelişmesiyle beraber girişimcilik de gelişerek yaygınlaşmıştır. Türkiye bilgi toplumuna girmeyi başarmış ve bununla birlikte girişimcilik üniversiteye girmiştir ve üniversitelerde rekabet artmış ve bu da yeniliklerin artmasını sağlayarak girişimci üniversite kavramını ortaya çıkarmıştır (Demir, Eliöz , Çebi , & Sezen, 2015, s. 207). Üniversitelerde akademisyenlerin ürettikleri bilgilerin ticarileşmesiyle akademik girişimcilik kavramı ortaya çıkmıştır. 2000 yılından itibaren bu kavram gelişme göstermeye başlamıştır. Akademik girişimcilik, dinamiklik gerektiren bir olgudur. Yani teknolojinin sürekli geliştiği çağımızda üretilecek bilgiler de gelişmekte ve yenilikçi bir topluma dönüşmekteyiz. Akademik girişimcilik de bilgi temelli teknoloji içinde sürekli gelişim ve değişim gerektirmektedir. Üniversitelerin gelişmesi ve bilgilerin ticarileşmesine katkıda bulunmak için üniversitelere Teknoparklar açılmıştır. Bu sayede akademik girişimciliğin de gelişmesine katkıda bulunulmuştur.

Üniversiteler ülkenin ekonomik olarak kalkınmasında önemli bir rol oynamaktadır ki işte bu yüzden eğitimin kalitesinin artırılması için üniversite misyon ve vizyonları çok önemlidir (Nur, 2020, s. 22). Türkiye, konumu itibarıyla bilgi toplumuna dönüşümünde ekonomik durumuyla orantısızlıklar içerisinde olup gelişmekte olduğu için yüksek teknolojiye ayak uyduramaması ve sermaye olarak da yetersiz olması akademik girişimciliği yeterince geliştirememiştir (Cansız, 2016, s. 71). Üniversitelerde akademik girişimciliği geliştirmek için Teknoloji Geliştirme Bölgeleri kurulmuştur. Bu ofisler faaliyetini sürdürdüğünden bu yana az da olsa akademik girişimcilik yönelimleri artış göstermiştir. TGB, ülkemizde 101 adet olup 89 tanesi faaliyette fakat 12 tanesi altyapı sorunu nedeniyle faaliyete geçememiştir ve bu bölgelerden 9.950 toplam firma sayısından akademisyen ortaklı firma sayısı 1.946’dır (Sipahi, 2023, s. 62). Üniversitelerde kurulan spin-of şirketleri bölgesel olarak ekonomik kalkınmayı sağlamakta ve bu şirketler Türkiye’de Teknoloji Geliştirme Bölgeleri ile iç içe geçmiş olup bilgilerin hem aynı hem de farklı sektörlerde

yayılmasını sağlamaktadır (Dindaroğlu, 2014, s. 39). Spin-of şirketler üniversitelerin performansını yükseltmek, TTO gibi bilgilerin ticarileşmesini sağlamak ve ülkenin ekonomik kalkınmasını sağlamak amaçlarına hizmet etmektedir. Üniversitelerde artan Teknoloji Transferi Ofisleri ve Teknoloji Geliştirme Bölgeleri ile Türkiye’de akademik girişimcilikte artış görülmüştür. Ekim 2023 itibariyle ülkemizdeki Teknopark sayısı 101’e yükselmiştir (T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, 2023).

Tablo 2: Akademik Girişimci Firma Sayıları

Sıra Numarası	Üniversite	Akademik Girişimci Firma Sayısı
1	Orta Doğu Teknik Üniversitesi	100
2	İstanbul Teknik Üniversitesi	100
3	Boğaziçi Üniversitesi	91
4	Gebze Teknik Üniversitesi	88
5	Yıldız Teknik Üniversitesi	85
6	Sabancı Üniversitesi	83
7	Erciyes Üniversitesi	80
8	Kocaeli Üniversitesi	74
9	Sakarya Üniversitesi	70
10	İhsan Doğramacı Bilkent Üniversitesi	68

Kaynak: (Sipahi, 2023, s. 61)

Tablo 2’ye bakıldığında en fazla akademik girişimciliğin olduğu üç üniversite vardır: Orta Doğu Teknik Üniversitesi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Boğaziçi Üniversitesi.

1.5. AKADEMİK GİRİŞİMCİLİK İLE İLGİLİ YAPILAN ÇALIŞMALAR

Erdil (2022) çalışmasında, akademik girişimciliğin üniversite ile sanayi arasında bir köprü görevi görmesiyle ve bu bağlamda akademik girişimcilere sağlanan desteklerle ilgili bir araştırma yapmıştır. Araştırma kapsamında ise üçlü sarmal modelin akademik girişimciliği nitelik ve nicelik olarak desteklediği sonucuna varılmıştır.

Yücel ve Sezgin (2022) çalışmalarında, bireyleri akademik girişimciliğe iten motivasyonlar ve çalışmalarındaki faaliyetler hakkında nitel bir araştırma yapmışlardır. Araştırma 10 katılımcı ile gerçekleşmiştir ve araştırma bağlamında kişisel, bilimsel bilgiyle ilgili, girişimcilik fırsatlarıyla ilgili, kaynakların mevcudiyetiyle ilgili, sosyal ağlarla ilgili ve topluma fayda sağlama ile ilgili olmak üzere altı motivasyon başlığı ortaya çıkmıştır. Bu motivasyonlardan en çok fayda sağlayan ise bilimsel bilgi ile ilgili

sağlanan motivasyondur. Yine araştırma kapsamında bilim projeleri, sözleşmeli araştırmalar, danışmanlık, patentleme, spin-off işletmeleri, kurum dışı eğitim ticarileştirme ve test hizmetleri olmak üzere sekiz faaliyet kolu ortaya çıkmıştır. Bu faaliyet kollarından ise dokuz katılımcının danışmanlık yaptığı tespit edilmiştir.

Bulut ve Aslan (2014) çalışmalarında, üniversite girişimciliği kavramını akademik girişimcilik, girişimci üniversite ve girişimcilik eğitimi kavramları çerçevesinde inceleyerek belirsizlikleri ortadan kaldırmayı amaçlamışlardır. Bu amaç doğrultusunda da akademik girişimciliğin büyük çaplı bilimsel projeler, akademisyenlerin lisanslama/patentleme ile kurduğu şirketler ve danışmanlık hizmetleri; girişimci üniversitenin teknoparklara benzeyerek kuluçka merkezleri sanayi işbirlikleri hizmetleri verdiği ortaya çıkmıştır. Girişimcilik eğitimi kavramının lisans ve lisansüstü düzeyde eğitimler vererek üniversite girişimciliğine katkıda bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Arslan ve Özmodanlı (2020) çalışmalarında, 10 yılını aşmış bazı Teknoloji Geliştirme Bölgelerini belirlemişler ve bunları karşılaştırarak akademik girişimcilikle orantılı olup olmadıklarını incelemişlerdir. Bu inceleme neticesinde akademik girişimcilik bakımından bölgeleri üç gruba ayırmıştır ve bu gruplardan da en çok performansa sahip olan grubun birinci grup olduğu tespit edilmiştir ki bu teknoloji geliştirme bölgelerinden en çok akademik girişimcilik olarak etkin olanların performans olarak daha başarılı oldukları ortaya koyulmuştur.

Demirtaş (2014) çalışmasında, akademisyenlerin akademik girişimciliğe yönelmesinde bireysel ve sosyal faktörlerin rolünü araştırarak ve buna ek olarak da üniversite sanayi işbirliğini sağlayan teknoparkların da katkısının olup olmadığı incelenmiştir. Araştırma kapsamında 422 akademisyenle anket çalışması yapılarak onların girişimcilikle ilgili tecrübelerinin onlara nasıl bir katkısı olduğu araştırılmıştır. Bu çalışma sonucunda ise hem bireysel olarak hem de girişimcilikle ilgili olan tecrübelerin önemli faktörler olduğu ortaya konmuştur. Üniversite sanayi işbirliğine katkısı olan Teknoparkların da akademisyenlerin girişimciliğe yönelmesinde olumlu bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

Sipahi ve Genç (2022) çalışmalarında, son yıllarda ortaya çıkan akademik girişimcilik kavramı ile ilgili yazılan uluslararası alandaki makalelerin bibliyometrik

analizini yaparak hangi yıllardan bu yana bu kavramın daha çok önem kazandığını ve en çok hangi dergilerde yayınlandığını araştırmışlardır. Araştırma sonucunda ise, akademik girişimcilikle ilgili en fazla çalışmaların son beş yılda yapıldığı ve en fazla makalenin 2020 yılında yayınlandığı bilgisine varılmıştır. Bununla birlikte akademik girişimcilikle ilgili en fazla makalenin yayınlandığı dergi “Journal of Technology Transfer” olduğu ve en fazla atıf sayısının ise “Research Policy” dergisinde olduğu tespit edilmiştir.

Peldek ve Kültepe (2017) çalışmalarında, üniversitelerde akademisyenlerin ürettiği bilgilerin ticarileşmesinde katkısı bulunan ve bölgesel olarak ekonomiye katkıda bulunan spinoff firmaları üzerine bir araştırma yapılmıştır. Spinoff firmaları üniversitelerde bilgilerin gelişip bir değere dönüşmesine, misyonlarını geliştirmelerine ve stratejik olarak daha başarılı olmalarına destek olan bir olgudur. Bu bilgilerden de yola çıkarak spinoff firmalarının akademisyenleri girişime özendirip firma kurmalarına da destek oldukları değerlendirilmesi yapılmıştır. Spinoff firmalarının kullanmış olduğu teknolojilerin birden çok amaç için ve birçok alanda kullanılması ve üretilen ürünün kalitesini artırması yönünden önemliliği göz ardı edilmemektedir.

Zengin, Gemlik ve Çengel (2021) çalışmalarında, akademisyenleri girişimciliğe teşvik eden girişimci kişilik özellikleri hakkında bilgi almak için sağlık yönetimi ve sağlık bilimi alanındaki akademisyenlerle görüşme yapmışlardır. Bu görüşme sonunda ise akademisyenlerin girişimciliğe uzak oldukları ve onları girişimciliğe özendirmek için özel sektörle işbirliği içinde olarak ve ayrıca danışma hizmetleri verilerek, Teknoparklardan da destek alarak bir motivasyon çalışması yapılmasının gerektiği sonucuna varılmıştır.

Bürken (2018) çalışmasında, Teknoloji Transferi Uygulama ve Araştırma Merkezinin Akdeniz Üniversitesinin girişimci üniversite olma sürecindeki rolünü araştırmıştır. Buna ek olarak da teknoloji transferi ve girişimci üniversite kavramlarını akademik girişimcilik kavramları ile ilişkilendirmiştir. Araştırma sonucunda ise Teknoloji Transfer Ofislerinin Akdeniz Üniversitesinin girişimci üniversite olma sürecini hızlandırdığı ortaya çıkmıştır.

Maria ve Vadim (2017) çalışmalarında, akademik girişimcilikte cinsiyet farkını İngiltere’deki Birleşik Krallık merkezli akademisyenlere anket yaparak analiz etmişlerdir. Anket, bilim, sosyal bilimler, sanat ve beşeri bilimler alanlarındaki 22 binden fazla akademisyene hitap etmektedir. Çalışmada akademik girişimciliğin kolay

ölçülebilir olan spinout faaliyetine odaklanılmıştır. Araştırma sonucunda ise, kadın akademisyenler ile erkek akademisyenler arasında farklılıklar ortaya çıkmıştır. Kadın akademisyenler erkeklere göre daha az düzeyde pozisyonlara sahiptir. Bir iş yürütme konusunda daha az deneyime sahiptir ve araştırmaların ticarileştirilmesi konusunda da daha kararsız hissetmeleri muhtemeldir.

Meyers ve Pruthi (2011) çalışmalarında, Amerika Birleşik Devletleri ve Avrupa'daki başarılı biyoloji kümelenme örneklerine dayalı olarak girişimci bir üniversitenin beş temel özelliğini tanımlayıp paydaşlar için gündem belirlemektedirler. Sonrasında akademik girişimciliğin biyoteknoloji alanındaki önemini vurgulayıp biyo kümelenmelerden de yararlanarak üniversitelerin akademik girişimciliği neden benimsemeleri gerektiğini anlatmaktadır.

Obschonka, Moeller ve Goethner (2019), girişimcilik tutkusunun öncüllerine dair yeni iç görüler sunması bakımından hem girişimciliğe hem de akademik girişimciliğe özel olarak ve iş bağlamında olan tutkunun genel rolüne ilişkin araştırmalara katkıda bulunarak çalışmalarını tamamlamışlardır. Bu araştırma sonucunda ise, tutkunun genel olarak iş motivasyonu ve iş sonuçları için hayati bir rol oynadığı ortaya çıkmıştır. Diğer bir sonuç olarak ise, kişilik özellikleri düzeyinde kavramsallaştırılan temel girişimci karakteri, girişimci tutkunun itici gücü olarak ortaya konmaktadır.

Astebro, Braunerhjelm ve Broström (2013) çalışmalarında, yeni iş kuran akademisyenlerin özel getirilerini araştırmışlardır. İsveç'te 1999 ve 2008 yılları arasında üniversitelerde çalışan ve tam zamanlı girişimci olmak için işten ayrılan 478 kişinin evreni için toplam kazanç derlenmiştir. Araştırma sonucunda, girişimcilik öncesi ortalama kazancın yarısından fazla sermaye kazancı elde eden dört girişimci bulunmuştur. Birçok akademisyen için girişimciliğin kademeli bir süreç olduğu ve tam zamanlı akademik girişimciliğin dönemsel olduğu ortaya çıkmıştır. Bir başka sonuç ise, akademisyenlerin %60'dan fazlası tam zamanlı girişimciliği 2 yıl içinde bırakmakta ve %66'sı akademiye geri dönmektedir. Bu bağlamda eski üniversite çalışanlarının tam zamanlı girişimciliği sık rastlanan bir olgu olmamaktadır.

Sandström vd. (2018) çalışmalarında, teknoloji merkezleri, kuluçka merkezleri ve akademik girişimcilik üzerine güncel literatürün eleştirel bir incelemesini ve tartışmasını sunmuşlardır. Sosyal sitemlerdeki ve kamu tercihi teorisindeki sağlamlık

kavramından yararlanarak, bu girişimlerin yenilik ve ekonomik büyüme yaratma olasılığını değerlendirmek 166 çalışma gözden geçirilmiştir. Bu bağlamda akademik girişimcilik girişimlerinin çelişkili hedefler, üniversiteler ve akademisyenler için zayıf teşvik yapıları ile karakterize edildiğini ve bağlamsal olarak üniversitenin gücü gibi faktörlere bağlı olduğu bulunmuştur. Sonucunda ise, üniversiteler ve politika yapıcılar akademik girişimcilik girişimlerini desteklemek için politikalar yürürlüğe koyduğunda yerine getirilmesi muhtemel olmayan kritik sınır koşulları olduğu görülmektedir ve üniversitelerden teknoloji transferinin nasıl daha iyi sağlanabileceği de tartışılmaktadır.

Stal, Andreassi ve Fujino (2016) çalışmalarında, teknoloji tabanlı üniversite inkübatörlerinin akademik üyeleri tarafından yaratılan şirketlerin cazibesi üzerindeki rolünü, sekiz vaka çalışmasına dayanarak analiz etmeyi amaçlamışlardır. Çalışmada daha çok üniversite inkübatörlerinden olan kuluçka merkezlerinin akademik girişimcilikte bir rolü olup olmadığı üzerinde durulmuştur. Analiz sonucu, akademik girişimciliğin desteklenmesinde kuluçka merkezlerinin performanslarının teşvik edici olduğunu göstermektedir.

Guindalini, Verreynne ve Kastle (2021) çalışmalarında, akademik girişimciliğin nasıl geliştiğini ve daha geniş bir temsiliyet sağlamak için çok çeşitli bilimsel dergilerden yayınları göz önünde bulundurarak, alana daha kapsamlı bir genel bakış sunmak için literatürü sistematik olarak gözden geçirerek akademik girişimcilik araştırmalarına katkıda bulunmayı amaçlamışlardır. Bulgular sonucunda, akademik ortamda girişimciliğin çok boyutlu özelliklerini karakterize eden birbiriyle son derece bağlantılı üç araştırma faaliyeti alanını ve ayrıca potansiyel bilimsel keşiflerin piyasaya sürülmesini desteklemek için yaklaşımları değerlendiren çalışmalarla ilgili önemli bir boşluk olduğu tespit edilmiştir. Önerilen model ise, erken ölçeklendirmeyi önlemek ve ticarileştirme başarı oranını artırmak için pazar keşfi ve doğrulama sürecinde gezinmek ve sürdürülebilir ve ölçeklenebilir bir iş modeli geliştirmektir.

Garcez, Silva ve Franco (2022) çalışmalarında, dijital dönüşüm ile akademik girişimcilik arasındaki bağlantının yapısal sütunlarını gösteren ve bu bağlantı da covid-19 salgının bir etkisinin olup olmadığını gösteren bir çerçeve önermeyi amaçlamışlardır. Bu amaç doğrultusunda da yeni kalıplar, yöntemler, yönetim, bilgi sistemleri ve kültür bilimleri gibi konularda beceriler araştırılmıştır. Araştırma sonucu ise, covid-19 salgınından önce dijital teknolojinin akademik girişimciliğin bir temel unsuru olarak

ortaya çıktığını fakat bu salgından sonra dijital dönüşüm sürecinin hızlandığını göstermektedir.

Hossinger, Block, Chen ve Werner (2023) çalışmalarında, girişimcilik motivasyonlarının tamamlanan girişim yaratma faaliyetlerinin miktarını nasıl etkilediğini, bu etkilerin ne kadar güçlü olduğunu ve belirli motivasyon faktörlerinin nasıl etkilediğini göstererek akademik girişimcilik araştırmalarına katkıda bulunmayı amaçlamışlardır. Amaç doğrultusunda bulgular, kendini geliştirme, gereklilik ve artan finansal gelir ile ilgili kurucu güdülerinin girişim yaratma faaliyetlerini tamamlama olasılığını artırdığını göstermektedir. Bulgular sonucunda ise, kendini geliştirme arayışının ve artan finansal gelirin olumlu etkilerinin ticarileştirme faaliyetlerini tamamlamada operasyonel faaliyetlere göre daha belirgin olduğu bulunmuştur.

Samo ve Huda (2019) çalışmalarında, akademik girişimcilik niyetinin belirleyicilerini analiz etmek için modeli test ederek akademik girişimcilik niyetini geliştirmekte olan ülke perspektifinden anlamak için üçlü sarmal modeli entegre etmeyi amaçlamışlardır. Bu amaç doğrultusunda Pakistan'ın farklı üniversitelerinde okuyan/ çalışan 310 genç akademik araştırmacının örnekleme kullanılmıştır. Bulgular sonucunda ise, hükümetin ve akademinin genç araştırmacıların akademik girişimcilik niyetleri ile önemli ölçüde pozitif bir ilişkiye sahip olduğu, sanayinin ise pozitif ancak anlamsız bir ilişkiye sahip olduğu bilgisine ulaşılmıştır.

Goethner ve Wyrwich (2020) çalışmalarında, üniversitelerdeki girişimciliğin üniversite fakülteleri arasındaki mekansal yakınlıktan ne ölçüde etkilendiğini incelemeyi amaçlamışlardır. Bu amaçla da 2007 ve 2014 yılları arasında Alman üniversitelerinin fakülteleri tarafından iş fikri üretimine ilişkin bilgileri bu üniversitelerin ve fakültelerin yapısal özelliklerine ilişkin kapsamlı verilerle ilişkilendirilen yeni bir veri kullanılmıştır. Analiz sonucu, doğa bilimlerinde girişimcilik fikirlerinin ortaya çıkmasının işletme okullarına yakınlığın olumlu yönde etkilendiğini göstermektedir. Üniversitenin doğa bilimleri tesisleri ile yerel işletme okulları arasındaki mesafenin ne kadar büyük olduğu, doğa bilimlerinden ortaya çıkan girişimcilik fikirlerinin büyüklüğünün o kadar düşük olduğunu göstermektedir.

Sinell, Wieland ve Muschner (2018) çalışmalarında, bilim insanlarının bilim, teknoloji, mühendislik ve matematik alanlarındaki kamu araştırma kurumlarındaki bilgi ve teknoloji transferi ve girişimcilik faaliyetine katılımı etkileyen cinsiyete özgü

kısıtlamaları analiz etmeyi amaçlamışlardır. Bu amaçla da 40 akademik girişimci ile niteliksel görüşmeler yapılmıştır. Yapılan analiz bilim adamlarının transfer ve girişimciliğe aktif katılımını etkileyen meta ve operasyonel düzeyde olmak üzere iki kısıtlama ortaya çıkarmıştır. Analiz sonucunda ise, akademik girişimcilik ve transfer faaliyetlerine özgü temel kısıtlamaların operasyonel düzeyde olduğuna ulaşılmıştır. Cinsiyet farklılıklarının analizi ise, kadınların kaynak ve bilgi eksikliğini erkek meslektaşlarına göre daha sık ve daha büyük zorluklar olarak algıladıklarını ortaya çıkarmıştır.



İKİNCİ BÖLÜM: GİRİŞİMCİLİK SÜRECİ

Birinci bölümde tezin konusu olan akademik girişimcilik kavramı ele alınmıştır. Bu bölümde ise akademik girişimciliğe temeli olan girişimcilik süreci anlatılmaktadır. Bir girişimci girişimciliğe yönelirken nasıl bir yol izleyecektir, bunun için ilk önce hangi adımı atmalıdır ve devamında işletme kurmak için neler gereklidir ve işletmeyi kurduktan sonra da nasıl büyüyüp varlığını devam ettirecektir sorularının cevabı bu bölümde ele alınmaktadır.

Burada iş kurma sürecinin aşamaları anlatılmaktadır. Bu aşamalar iş kurmadan önce girişimciye nasıl bir yol izleyeceğini göstermektedir. Girişimcilik süreci, girişimcinin önüne çıkan fırsatları nasıl değerlendireceğini ve bunun için de doğru kaynakları kullanabilmesine yardımcı olan bir süreçtir. Bu süreçte yeni işlerin kurulması, fırsatların iyi anlaşılması ve bu fırsatların takip edilmesi için oluşturulan örgütlerle ilgili tüm fonksiyonlar vardır (Eren A. , 2022, s. 39). Girişimcilik süreci, girişimcinin yeni bir fikir oluştururken ve bu fikrin doğuşundan fikrin geliştirilip ilgili araştırmaların yapılıp ve bunların belirli bir zamana ayrılmasını sağlamaktadır (Köker, 2021, s. 561). Bu bölüm girişimciye iş kurarken nasıl bir motivasyon sağlaması gerektiğini, iş fikrini nasıl belirleyeceğini, iş fikrini belirlerken de nasıl bir araştırma yapılacağını, iş modelini nasıl hazırlayacağını, işi kurarken de nasıl bir finansal destek alacağını ve son olarak şirketleşerek nasıl büyüyeceğini anlatan bir bölümdür.

2.1. GİRİŞİMCİ OLMA KARARI

Girişimci bir işe girişirken ilk önce o işle ilgili motivasyonunu sağlamalıdır ki girişimci olma kararını verebilsin. Çünkü bir işe başlarken en önemli şey girişimcinin motivasyonunun olup olmadığıdır. Girişimciye girişimci olma kararını verirken yardımcı olacak en büyük etken motivasyondur. Girişimcinin motivasyonu yüksekse büyük işler başarabilir fakat motivasyonu düşükse küçükte olsa bir işe girişemez ve başaramaz. Motivasyon, nasıl kararlar alındığını, bu kararların neden alındığını, bu kararlar neticesinde nasıl bir çalışma yapılacağını ve bireylerin neden aynı uyarıcıya farklı tepkiler verdiğini açıklayan bir değişken olup girişimcilik sürecini etkilemektedir (Uygun, Güner, & Mete, 2018, s. 881). Bir girişimciyi bir işe girişirken motive edecek bazı unsurlar vardır: kendi işinin patronu olmak istemek, hayallerini gerçekleştirme

arzusu, hırs yapmak, bağımsızlık hissi, başarıma isteği, zamanını kendisinin yönetmek istemesi, yaratıcılık ve yenilikçilik (Ölmez, 2010, s. 24). Girişimcinin motivasyonunu bulunduğu çevre ve aile ortamı çok fazla etkilemektedir. Girişimcilik ruhu doğuştan da gelebilir ama sonradan da kazanılabilir. Girişimcilik ruhunu sonradan kazanmak için de teşvik eden çevre ve ailede olmak çok önemlidir. İçinde bulunulan kültür ve girişimcilik eğitimi de motivasyon açısından önemliliğini arz etmektedir.

Girişimcilik motivasyonunu yani girişimci olma kararını iki şekilde incelemek mümkündür: girişimciliğe çeken ve iten faktörler. Hayatından memnun olmayan bireylerin sadece para kazanma arzusu olarak giriştiği, iş ve aile sorumluluğu fazla olan bireylerin özellikleri iten faktörler arasında; bir şeyleri başarmak isteyen, bağımsızlık arzusuyla kendini yükseltmek isteyen, yenilikçi ve yaratıcı olmak isteyen bireylerin özellikleri ise çeken faktörler arasındadır (Aksoy, Koçancı, & Namal, 2019, s. 115). Bu bağlamda çeken faktörlerin özelliklerini taşıyan bireyler girişimciliğe kendi arzusuyla giren bireylerdir. Ama iten faktörlerin özelliklerini taşıyan bireyler ise hayatın getirdiği zorunluluklar dolayısıyla girişimciliğe giren bireylerdir. Bu yüzden çeken faktör özelliklerini taşıyanlar daha başarılı olurlar.

Bazı girişimciler ise çalıştığı işi beğenmeyen ve bu yüzden de kendi yeteneklerini keşfedip, kendi işini kurup, sevdiği işi yapmak isteyen ve özgürce hareket etmek isteyip de girişimciliğe yönelen girişimcilerdir (Polat, 2011, s. 229). Bundan da yola çıkarak girişimcilik motivasyonlarının insanların yaşadığı hayat tarzından kaynaklı olduğu kanısına varılır. Girişimcilik motivasyonunu, eğitim almak da etkilemektedir. Eğitim, girişimcilere önüne çıkan fırsatları nasıl değerlendirmesi gerektiğini ve kendini nasıl geliştirmesi gerektiğini göstererek girişimcilik motivasyonlarını artırmaktadır. Motivasyon, girişimcinin başarıma motivasyonunu artırarak kendine güvenlerini ve rekabet etme güçlerinin artmasını sağlamaktadır (Karabulut, 2009, s. 333). Böylelikle de girişimciler girişimci olma kararını verirken motivasyonunun güçlü olması gerekmektedir.

2.2. İŞ FİKRİNİ BELİRLEME

Bir iş kurarken gerekli motivasyonu sağladıktan sonra önemli aşamalardan biri de iş fikrini belirlemektir. İş fikri belirlenirken içinde bulunulan çevrede iyi bir gözlem yapılmalıdır. Girişimci detaylı araştırma yaparak çevredeki fırsatların ve tehditlerin neler olduğunu tespit etmelidir. Bu fırsat ve tehditleri bilerek bir fikir oluşturmalıdır. Fikir toplum adına hizmet etmeli yani toplumun ihtiyacı olan bir yenilik olmalı ki kalıcı olmayı başarabilsin. İş fikrini belirlemekte yardımcı unsurlar: ailenin etkisi, bir başkasını taklit etmek, iyi bir pazar araştırması yapmak, fırsatları iyi değerlendirebilmek, fikir alışverişi yapmak, farklı düşünebilme, devlet yönlendirmesi (Keskin & Şen , 2022, s. 97). Girişimcilerden bazıları bir fikir oluştururken bir başkasının yaptığı bir şeyi kendi düşünceleriyle yorumlayarak taklitçilik yapmaktadır. Bazıları ise tamamen kendi becerilerini ortaya koyarak oluşturduğu şeyi yaparak farklı olmayı tercih etmektedir. İş fikrini belirlerken önemli şeylerden biri iyi bir pazar araştırması yaparak en iyi fırsatı yakalayabilmektir. Bu fırsatlar arasından en iyi seçimi yaparak iş fikrini en etkili ve net bir şekilde belirlemek yapılacak olan çalışmaların da kalitesini artırmaktadır (Sürücü, 2018, s. 31).

İş fikrini belirlemenin yolları vardır (Gedik, Akyüz, Aydın, Yıldırım, & Akyüz, 2008, s. 105):

- Kişinin kendisi yeni bir fikir geliştirebilir,
- Başka birinin fikrini alıp onu değiştirerek kullanabilir,
- Başka birinin fikrini satın alabilir.

Buradan yola çıkılırsa girişimci fikir belirlerken olmayan bir şeyi yapmak zorunda değildir. Çünkü mesela hizmet sektörü düşünülecek olursa bir sürü kafe, restoran var. Düşünüldüğünde hepsinin işlevi de aynıdır. Ama şu fark vardır ki aralarında rekabet olduğu için hepsi de müşterilere en iyisi neyse onu yapmaya çalışmaktadır. Müşteriler kendisiyle daha fazla ilgilenen, güler yüzle karşılandığı ve hijyen içinde en lezzetli, en özenli yeri tercih etmektedirler. Girişimci bu yüzden en başarılı olmaya çalışır. Bunu yaparken de yani iyi bir fikir belirlerken gerekli kaynakların hepsini göz önüne serer, nasıl değerlendirmesi gerektiğini belirler ve

pazarda en iyisi olarak rakiplerine meydan okur (Ağca, 2005, s. 164). İşte bunlardan dolayı fikir belirleme aşaması çok önemlidir. Çünkü bu aşama girişimcinin başarısını etkilemektedir. Üst düzey girişimci olmak iyi bir fikir belirlemekten geçmektedir.

Girişimcinin iş fikrini de belirledikten sonra bu fikrin bir ön değerlendirmesini yapması gereklidir. Bu rekabet eder mi, topluma fayda sağlar mı, bulunduğu çevreye uygun mu, pazar da tutulur mu sorularına cevap aranır. Ayriyeten bu fikir dış tehditlere karşı güçlü mü yani rekabetçi mi; fırsatlara nasıl tepki veriyor yani proaktif mi diye bir değerlendirme yapılır (Akyazı, 2014, s. 44). Bir girişimci yeni bir iş kurarken bulunduğu çevrede bir gözlem yapar, fırsatlara ve tehditlere bakar ki karşısına bir tehdit çıktığında güçlü kalabilmeyi başarabilsin. İyi bir fırsat karşısına çıktığında da bu fırsatı yakalayabilsin. İşte girişimci başarılı olmak ve kalıcılığı yakalayabilmek için fikri belirledikten sonra mutlaka bir ön değerlendirme yapmalıdır. Girişimcinin kurduğu işe bir bölge belirlemesi gereklidir ki bunun için de bazı faktörlere dikkat etmesi gerekir. Bu faktörler; pazara yakınlık, hammadde, iş gücü, lojistik, devletin teşvik ve sınırlandırmalarıdır (Dinçel, 2019, s. 22).

Girişimci değerlendirmelerini yaparken çok yönlü düşünmelidir. Eğer çok yönlü düşünüp değerlendirmelerini doğru bir şekilde yaparsa başarıyı yakalama oranı artmaktadır. Bu yüzden girişimci her zaman olaylara geniş pencereden bakmalıdır. Bu bağlamda girişimci iş fikrini belirlerken çok yönlü bir araştırma yapmalıdır ki hem daha yolun başındayken zamandan tasarruf etmiş olsun hem de korkusuzca risk alabilsin. Başarılı olmak isteyen bir girişimci her zaman iyi bir araştırmacı olmalıdır. Önüne çıkan fırsatları da iyi değerlendirmesini bilmelidir. İyi bir değerlendirmeden geçirilmeyen fırsat başarısızlığa sürüklemektedir. Girişimci iş fikrini ortaya koymadan önce mutlaka o fikri değerlendirerek gerekli kaynakları elinde bulundurmalıdır.

İş fikrini oluşturup değerlendirmesini de yaptıktan sonra bu oluşturulan fikir ne kadar yapılabilir bunun araştırılması gereklidir. Çünkü yapılabilirliği olmayan fikir uygulamaya konulamaz. Oluşturulan fikrin piyasada nasıl değerlendirileceğini ve işi kurarken maliyetine katlanabilir olup olmadığını ölçmek için bu araştırma yapılacaktır (Mazgal, 2013, s. 41). Bunun için de belli araştırmalar yapılmalıdır. İş fikri ile ilgili şunlar araştırılmalıdır (Görgün, 2022, s. 23):

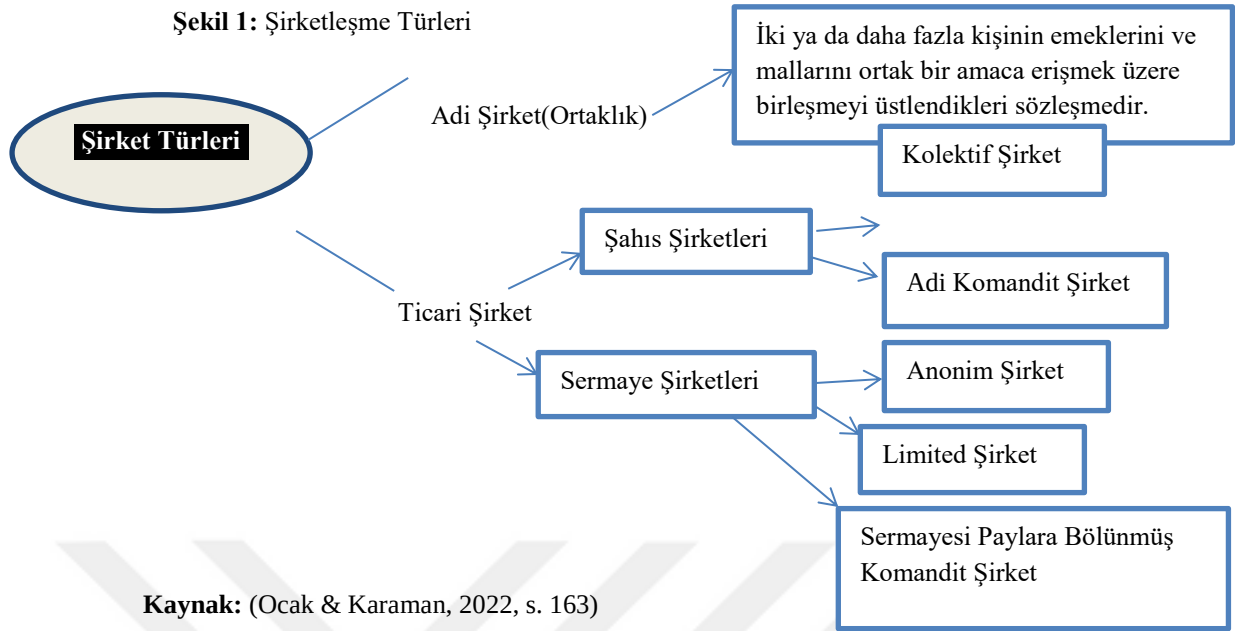
- ❖ Fikrin finansmanı,
- ❖ İş fikriyle ilgili alınacak belgelerde herhangi bir kısıtlama bulunmaması,
- ❖ Ortaya konulan fikirle ilgili pazar durumu analizi,
- ❖ Hedef kitlesine ulaştırabileceği dağıtım kanallarına sahip mi?
- ❖ İş fikrindeki rakipleri kimlerdir?
- ❖ Fikirle ilgili gerekli nitelikli elemana ulaşılabilir mi?
- ❖ İşin kurulacağı yer iş fikrine uygun mu?

İşte bunlar araştırılıp sonuca bağlanmadan iş fikri uygulanamaz. Bu araştırma konularının yapılabilir olması için destek alınabilmektedir. Girişimci bu araştırmaları yaptıktan sonra fikrini geliştirebileceği kaynakları elde etmelidir (Demirci, 2018, s. 25). Çünkü geliştirebileceği kaynaklar iş fikrinin gelişimini de sağlamaktadır. İş fikrinin yapılabilirliğini araştırmak, iş planının uygulanabilmesi için önemli bir süreçtir ve bu sürecin devamı için de iş fikri için gerekli olan kaynaklar belirlenmelidir (Ünüvar, 2019, s. 12).

2.3. ŞİRKETLEŞME

Girişimcinin iş planını yaptıktan sonra bu planını uygulayabileceği ve ürettiği ürünü pazarlayabileceği bir işletmeye sahip olması gerekir. Girişimciler, hayatta kalabilmek yani devamlılıklarını sağlayabilmek adına kendilerini güvene alabilmeleri için şirketleşmek isterler. Şirket, iki veya daha fazla kişiyle kurulan, özel hukuk tüzel kişiliğine sahip ve kamu otoritesi değil de kendi otoritesini kendisi yaratan ve kâr sağlamak amacıyla kurulan bir topluluktur (Sunay, 2004, s. 71). Şirketleşmede sosyal ve ekonomik faktörler, kanuni düzenlemeler, vergi sınırlamaları etkili olmaktadır ve bu şirketleşmenin türleri vardır ki bunlar da şekil 1’de gösterilmiştir.

Şekil 1: Şirketleşme Türleri



Kaynak: (Ocak & Karaman, 2022, s. 163)

Girişimci, şirketleşmeye giderken Şekil 1’deki şirket türlerinden herhangi birini belirler. Girişimci, sermaye ağırlıklı şirket kuracaksa sermaye şirketi kuracaktır. Eğer kişilerin özelliklerine dikkat çeken bir şirket kuracaksa şahıs şirketi kuracaktır. Şahıs şirketlerinde ortakların hepsinin de ayrı ayrı yönetme hakkı ve sınırsız sorumlulukları varken; sermaye şirketlerinde ise yönetme hakkı denetim organlarının ve ortakların sorumluluğu ortaya koyduğu sermaye miktarı ile sınırlıdır (Dbey, 2009, s. 60).

Girişimciler bir amaca ulaşmak için elde ettikleri bilgileri birbirleriyle uyumlu bir şekilde çalışarak ve bu amaca ulaşırken önüne çıkan fırsatları yakalayabilmek ve bunun için de gerekli olan kaynakları tam anlamıyla kullanabilmek ve aynı zamanda gelişebilmek, büyüyebilmek için bir örgüt içinde çalışmayı tercih ederler (Kaygın, 2011, s. 36). Böyle örgüt halinde çalışabilmek için şirketleşme yoluna gitmişlerdir. Çünkü örgüt halinde olmak girişimcilerin dinamik kalmasını sağlamaktadır.

2.4. ORTAKLIK VE EKİP KURMA

Ortaklıklar, Osmanlı dönemindeki ticari hayattan başlayarak Osmanlı’nın son dönemlerinden şirketleşmeyle birlikte anonim ortaklıklar kurulmuştur ve günümüz Türk hukukuna 1850 Ticareti Beriyye Kanunnamesi ile girmiştir ve Türkiye tarihinde hâlâ yürürlükte olan 6762 sayılı Türk Ticaret Kanunu şirketleri düzenlemektedir (Köse, 2012, s. 278). Bu bağlamda da ortaklıklar, geçmişten günümüze ekonomik olarak

gelişebilmek ve insanlık için faydalı olabilmek adına mal ve hizmet üretmek için kurulmuştur. Günümüzde girişimciliğin gelişmesiyle birlikte firmalar daha fazla sinerji yaratabilmek adına ortaklık kurmaya gitmektedirler. Ortaklık kurulmasıyla birlikte de artık bir ortaklık kültürü dahilinde bireyler, sorumluluk duygusuyla birbirlerine güven artırıcı davranışlarda bulunarak küresel rekabet ortamında sinerji yaratmakta ve rekabet edilebilirliği güçlenmektedirler. (Durak, 2011, s. 245). Ortaklıklar farklı alanda çalışan kişilerle de aynı meslek grubundan kişilerle de olabilir. Aynı meslek grubuna sahip mesleki ortaklıklar; iş içindeki sorumluluklarını, iş yükünü, iş stresini hafifletmekte olup deneyimli ve deneyimsiz gençleri bir araya getirerek sinerji sağlamaktadır (Kısakürek & Alpan , 2010, s. 90-91). Ortaklıklar daha çok küçük işletmeler için avantaj sağlamaktadır. Çünkü küçük işletmelerin, işlerini sürdürülebilmesi için farklı alanda çalışma uzmanlarına ihtiyaç vardır ve finansal olarak da desteğe ihtiyaçları vardır ki bunu da ortaklıklarla sağlayabilmektedirler (Güler, Bozacı, & Karakaya, 2016, s. 25).

Ortaklık bir süreçtir. Bu sürece yönetim fonksiyonları ve işletme fonksiyonları açısından bakmak faydalı olacaktır. Ortaklıkta bu fonksiyonlara dikkat edilirse hem sürdürülebilirlik hem de başarı oranı artar. Başarılı bir ortaklığın da yol haritası vardır, bu harita sırasıyla şöyledir: bilgi, yetenek, tecrübe, istek (Genç, 2007, s. 111). Tabi ortaklıkta çok ortaklılık da büyüme açısından çok önemlidir. Çünkü farklı uzmanlık alanından kişilerin fikirleri birleşip bilgi güçlülüğü artmaktadır.

Girişimciler şirketleşebilmek için ortaklık kurma yoluna gitmişlerdir. Çünkü iyi bir ortaklık şirketin büyümesine katkılarda bulunmaktadır. Bu yüzden ortaklık kurmak önemli bir aşamadır. Girişimciler, her geçen gün artan rekabete karşı işletmeyi kurarken tek şahıs şirketi olarak değil de sermaye şirketi olarak ortaklık kurup, bir ortaklık kültürü oluşturup, bireylerin sinerji yaratmaları hem ekonomik hem de sosyal olarak daha büyük güç oluşturulmalarını sağlamaktadır (Durak, 2011, s. 245). Ortaklık, iki ya da daha fazla bireyin bir araya gelerek kazanç sağlayarak, sağlanan kazancı paylaşmak amacıyla iktisadi ve mali teşebbüs kurmak için, emek ve sermayelerini birleştirerek oluşturulan isimdir (Halis, Şenkal , & Türkay, 2009, s. 444). Ortaklık kurulması maliyetlerin ve alınan risklerin paylaşarak azalmasını sağlamaktadır (Halıcıoğlu & Kuntay, 2015, s. 68). Ortaklık kurmanın diğer avantajları ise, yeni teknolojik ürünler

ortaya koyarak yeni piyasalar yaratmak ve pazarda rakiplerine karşı üstün olmaktır (Güler, Bozacı, & Karakaya, 2016, s. 25).

Ekip kurmayla, farklı uzmanlık alanında olan bireyleri bir araya getirerek ortaya çıkacak herhangi bir sorunu birden fazla bakış açısıyla değerlendirmek amaçlanmıştır (BENNETT & GADLIN , 2013, s. 429). Ekip kurulurken sayısına dikkat edilmelidir, çünkü bir ekipte ne kadar çok kişi varsa o kadar farklı bakış açısı var demektir ve bu da ekip içindeki uyumu zorlaştırır. Ekip içinde uyumu sağlamak için de iş paylaşımının adaletli yapılması gerekir ve ekip içindeki bireylerin de birbiri arasında güçlü bir bağ kurması gerekmektedir. Ekipler bir araya gelerek grup oluşturmaktadırlar. Gruplar da ikiye ayrılmaktadır: örgütlerin amaçları doğrultusunda verilen görevleri yerine getirip belirli bir sonuca ulaşmayı gerektiren formel yapılar; grup içinde bireyin görevini yerine getirmiş olması dışında diğer çalışanlarla ilişki kurarak gereksinimlerini karşılayabileceği informal yapılardır (Sarılar, 1999, s. 19). Bu bağlamda işletmeler iyi bir ekip kurarak, planlı programlı çalışarak iyi işler başarabilirler. Çünkü bir işte en önemli mesele iyi bir ekip kurabilmektir. Ekip içinde de etkili bir takım çalışması için en önemli şey saygı ve dayanışmadır.

2.5. İŞ PLANININ/ İŞ MODELİNİN HAZIRLANMASI

İş fikrinin başarılı olabilmesi için iyi bir iş planı hazırlanmalıdır. İş planı süreci girişimciye yön veren, amaçlarına hizmet eden, fikrini belgeleyen, girişimcinin pazarda fikirlerini iyi bir şekilde sunabilmeleri için işletmenin içeriğini kendisinin belirlediği yani benzersiz olan bir süreçtir (Öztürk, 2007, s. 199). Aynı zamanda işletmenin kurulabilmesi ve finansal desteklerin alınabilmesi için öne sürülen önemli bir araçtır. İş planının amacı, iş ortamını hazırlamak, yakalanan fırsatı iyi bir şekilde tanımlamak, çelişkili durumları ortaya koymak, rakipleri belirlemektir (İlter, 2008, s. 22).

Bir iş planı detaylı hazırlanmalı ki işi kurarken hem finansmanının kolaylıkla sağlanmasını hem de amaçlarına ulaşırken nerede olduğunu görebilmesini sağlayabilsin (Ceyhan & Yardımcıoğlu, 2017, s. 167). Bu süreç işletmenin iyi işler başarabilmesi açısından önemli bir süreçtir. Çünkü bir kuruluştan yardım isteneceği zaman bir plan sunulması gerekir ki bu planın kaliteli olması yardımın kolaylıkla alınmasını sağlar. İş

planı artık fikrin gerçekleşmesi için elle tutulur bir işin olduğunu ortaya koymak ve iş kurulurken neyin nasıl olması gerektiğini anlatan bir hazırlık aşamasıdır (Uslan, 2019, s. 12). Bu aşamada somut bir iş modeli ortaya çıkmaktadır ve artık elimizde uygulamaya koyulacak bir iş bulunmaktadır.

İş planı içerisinde şunları içermektedir (Oral & Selçuk, 2021, s. 17):

- ✓ Üretilen fikrin detayları
- ✓ Piyasadaki fırsatların analizi
- ✓ Müşteri kitlesi
- ✓ Rekabet analizi
- ✓ Ürüne fiyat biçmek ve satış stratejisi geliştirmek
- ✓ Riskleri tanımlamak ve planlamak
- ✓ Kârı ve zararı içeren program
- ✓ Finansal kaynaklar

Girişimci planını hazırlarken bunların hepsinden eksiksiz bir şekilde bahsetmelidir. Çünkü kurulacak olan işle ilgili öncelikle hangi müşteri kitlesine hitap edecek, piyasada hangi fırsatlar ve tehditlerle karşı karşıya olacak, rakiplerini geçebilecek mi bunların net bir şekilde belirlenmesi gerekir. Ürün piyasada rağbet görecektir mi veya görmesi için nasıl bir strateji geliştirilmeli, bunların da belirlenmesi gerekir. Sonra hangi risklerle karşı karşıya kalınacak bununla ilgili bir plan yapılmalıdır. Bir iş planı kurulacak işin ana göbeğini oluşturmaktadır. Yani o olmazsa bir iş kurulamaz. Bu yüzden bir plan çok iyi hazırlanmalıdır.

Son yıllarda iş planının yerini alan bir kavram olarak İş Modeli karşımıza çıkmaktadır: İş Modeli bir girişimin nasıl değer yaratacağını, bunu kimlere, nasıl

ulaştıracağını ve nasıl gelir elde edeceğini gösteren kavramsal bir modeldir. Ve doğası gereği sayfalarca olan İş Planlarının aksine İş Modelini tek sayfada ortaya konmaktadır. Son yıllarda KOSGEB, TÜBİTAK vb kurum kuruluşlar da girişimci adaylarında iş planları yerine iş modeli dokümanı talep etmektedir. Aynı şekilde girişimcilik ile ilgili eğitimlerde iş planı eğitiminin yerini iş modeli eğitimi almıştır. Bu model, Osterwalder tarafından geliştirilmiş, iş modellerini tanımlamak, görselleştirmek, değerlendirmek ve değiştirmek için herkesin anlayabileceği sade bir dil ortaya koymaktadır (Kacar & Yakın, 2018, s. 730).

Şekil 2: Kanvas İş Modeli

Temel Ortaklar	Temel Faaliyetler	Değer Önerisi	Müşteri İlişkileri	Müşteri Segmenti
	Temel Kaynaklar		Kanallar	
Maliyet Yapısı			Gelir Akışı	

Kaynak: (Osterwalder & Pigneur, 2010, s. 42)

Kanvas iş modeli 9 yapı taşından oluşmaktadır (Boğa, 2019, s. 19):

Temel ortaklıklar: Başlıca ortaklar kim, tedarikçiler kim, ortaklardan alınan başlıca kaynaklar neler ve ortakların başlıca faaliyetleri neler? Sorularına cevap aranmaktadır.

Temel faaliyetler: İşletmenin devamlılığı için değer önerilerinin şart koştuğu başlıca faaliyetlere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu faaliyetlerin kilit faaliyetler olması için işletmenin yaptığı işin herkes tarafından olağanlaşmış bir iş olmaması gerekir.

Temel kaynaklar: İşletmenin faaliyetlerini hayata geçirebilmesi için gerekli kilit kaynakların belirlenmesi gerekir. Bunlar işi kurarken başında gerekli olan ekipman, finansman vb. kaynaklardır.

Değer önerisi : İşletmenin müşterilerine fiyat, kalite, performans, seçim vb. farklı değerlerin birleşimini sunduğu ve somut bir kavramdır. Mevcut iş geliştirilirken hangi değerlerin müşterilere sunulduğu ve rakiplerden farklı hangi değerlerin sağlandığı vb. soruların sorulması gerekmektedir (Ensari, 2017, s. 161)

Müşteri ilişkileri: Müşteri ilişkileri yönetiminin müşteri seçimi, müşteri edinme, müşteri koruma ve müşterinin derinleştirme olmak üzere dört evresi vardır. Burada müşterimiz kim, mevcut müşteri nasıl elde tutulur ve müşteriyi nasıl daha çok kendi müşterimiz haline getirebilir? Soruları sorulmaktadır (Ensari, 2017, s. 165).

Müşteri segmenti: İş geliştirme aşamasında mevcut olan müşterileri tanımak, potansiyel müşterilerin kimler olabileceğini anlamak ve yeni bir iş kurarken de potansiyel hedef kitleyi kurgulamak işletmenin bütün yapı taşlarını etkilemektedir. Bunun için de müşteriyi tanımak ve oluşturulan iş modeline uygun hedef müşteri grubuna yönelmek gerekmektedir. (Ensari, 2017, s. 163)

Kanallar: Ürünün veya hizmetin kullanan müşterilere acenteler, toptancılar, perakendeciler gibi kuruluşlardan ulaştırıldığı bir yapıdır (Ensari, 2017, s. 163)

Maliyet yapısı: İş modeli kurgulanırken ortaya çıkacak direkt ilk madde maliyeti, işçilik maliyeti ve genel üretim maliyetlerini özetleyen bölümdür. Maliyet yapısı düzenlenirken rekabet gücünün artırılacağı uygulamalar kullanılmaktadır. (Ensari, 2017, s. 169):

Gelir modeli: Hangi müşterilerden para kazanılacak, çıkar gruplarına nasıl ulaşılır? Soruları sorularak işin devamlılığının sağlanması açısından önemli bir yapı taşıdır. (Ensari, 2017, s. 166)

Kanvas modeli, işletmenin işlerini planlı ve ölçülü olarak daha başarılı bir şekilde ilerletebilmelerini sağlamaktadır. Özellikle teknoloji odaklı girişimlerde iş modeli kanvası oluşturularak iş fikri detaylandırılmalı, ve her bir yapı taşı test edilerek doğrulanmalıdır. Bu durum hem girişimin başarısını arttıracak hem de kamu kurum kuruluşlarından Melek yatırımcılarından ve benzeri yerlerden destek talebi esnasında girişimin işini kolaylaştıracaktır

2.6. MVP (Minimum Viable Product) ve PİVOT

Teknoloji odaklı girişimcilerin özellikle akademik gelişimcilerin karşılaştığı bir diğer sıkıntı mükemmele ulaşma arzusudur. Akademik birikimin ve kültürün de etkisiyle girişimci ürün veya hizmetini mükemmele ulaştırıp sahaya sürmek istemektedir. Bu durum özellikle müşteri tarafından doğrulanmamış ürün ve hizmetler için boşuna çabaya ve de pazara geç çıkmaya sebep olmaktadır. Bunun için girişimcilerin öncelikle MVP (Minimum Viable Product) denilen ürünü tasarlayıp müşteri doğrulamasını sunması gerekmektedir. Ürün geliştirebilmek için yalın girişim modeline ihtiyaç vardır ve bu model, müşterinin ihtiyacı olan ürünü en sade şekilde geliştirmektedir (Şahin, Bostancı , Yağlı, & Yılmaz, 2015, s. 377). Yalın girişim felsefesi, değerini ve girişimcinin büyüme projeksiyonlarını test etmek için minimum uygulanabilir ürünü mümkün olan en kısa sürede pazara sunarak kaynakların verimli kullanımını savunur. Bu iş modelinin uygulanabilmesi için de MVP modeline ihtiyaç vardır. MVP, hedef alınan müşterilerin ihtiyaçlarını karşılayacak, kaynakları verimli kullanarak ortaya çıkan problemi çözecek minimum özelliklerde geliştirilen ürün veya hizmetlerdir (Sevim, Eroğlu Hall, & Uzun, 2019, s. 72). MVP türleri şu şekilde sıralanmaktadır (Ertemel, 2016, s. 125-126):

➤ **Karşılama Sayfası:** Mevcut ürünün kısa ve öz cümlelerle ve görsellerle etkileyciliğini artırıp tanıtımının yapıldığı tek sayfalık bir web sitesi tasarlamasıdır.

- **Demo/Tanıtım Videosu:** Ürünün nasıl kullanıldığını deneyimlerle anlatan kısa bir videodur.
- **Faydayı Anlatan Reklam:** Reklam ağlarında ürünün değer önerisini tek satırda yazarak tıklanmasının ölçümlenmesini sağlamaktadır.
- **Konsiyerj Hizmeti:** Ürünün sunulmasında başlangıç safhasında kullanılarak, memnuniyet oranını artırarak ilk müşterilerini kazanmasını ve aynı zamanda müşterilerin beklentilerinin daha iyi anlaşılmasını sağlar.
- **Çalışır Gibi Gözüken Ürün:** Normalde ürünün çok az ya da hiçbir özelliğinin çalışmadığı fakat ön planda tüm özelliklerinin çalışır gözüktürülüp, manüel yöntemlerle ürünü müşterilere denetip geri dönüş alınmasını amaçlar.
- **Mevcut Ürüne Eklenti:** Mevcut ürüne rakip ürün üzerinde eklenti getirerek değişiklik yapılan ürünü müşterilere deneterek geri dönüş alınmasını amaçlamaktadır.
- **Satış Görüşmesi:** Mevcut ürünü ticarileştirmek ve potansiyel bir firmaya satabilmek için etkili bir satış görüşmesinin yapılması gerekir.
- **Tanıtım Broşürü:** Ürünün en kilit özelliklerinin ve müşteriye sunacağı faydalarının anlatıldığı bir broşür tasarlamasıdır.

MVP, sürekli olarak öğrenmeye ve gelişime açık bir yöntem olarak “İnşa et, Ölç, Öğren” yöntemini uygulatmaktadır (Çubukçu & Yücel, s. 35). Girişimci pazara MVP ürünü sürmeli, müşterinin sesini dinleyip gerekli revizyonları yaparak ürünü geliştirmelidir. Eğer Pazar net bir şekilde ürün veya hizmetten memnun değilse iş modelinde kökü değişime gitmelidir. Bu duruma da pivot etmek denmektedir.

Pivot terimi girişimcilik sözlüğüne, yalın başlangıç metodolojisi ile girmiştir ve müşteri geri bildirimlerinin bir firmanın iş hipotezlerini ihlal etmesinden sonra yapılan yapısal rota düzeltmesi anlamına gelmektedir (Kirtley & O'Mahony, 2020, s. 199). Yani pivot, bir firmanın belirlediği stratejiyi uygulamaya koyduğunda piyasada yeni fikirlerle karşılaşp bu fikirleri de stratejisine uygulayarak iş fikrinde yaptığı net bir değişikliktir. Bu bağlamda da pivot, müşterilerin beklentilerinin öğrenildiği takdirde yeni girişimlerde bulunurken vizyonda hiçbir değişiklik yapmadan esnek bir radikal değişikliğe gitmektir ve türleri şunlardır (Ertemel, 2016, s. 126-127):

➤ **Zoom-in ve Zoom-out Pivot:** Zoom-in pivot, belirli bir ürünün belli özelliklerinden yola çıkarak tam bir ürün ortaya çıkarmaktır. Zoom-out pivot, tam zannedilen bir ürünün daha büyük bir ürünün özelliğine dönüştürerek geliştirmeyi ifade eder.

➤ **Platform Pivotu:** Herhangi bir uygulamayı genişleterek platforma çevirmektir.

➤ **İşletme Modeli Pivotu:** Bir modelden farklı bir modele geçişi ifade etmektedir.

➤ **Müşteri Segmenti Pivotu:** Bir ürünün müşterilerin problemini çözmekle elde ettiği müşteriler mevcut ürünün hitap ettiği müşteriler olmadığı durumda başka bir müşteri segmentine geçiş durumunu ifade etmektedir.

➤ **İhtiyaç Pivotu:** Mevcut ürünle ilgilenmeyen müşterilere, onların ilgilerini çeken ihtiyaç duydukları başka bir ürüne geçmeyi ifade eder.

➤ **Değer Pivotu:** Sunulan değerın paraya dönüştürülmesinde uygulanan modelin farklı bir modele geçirilmesidir.

➤ **Kanal Pivotu:** Müşteri kitlesine ulaşılacak kanalın daha etkin bir kanalla değiştirilmesidir.

➤ **Teknoloji Pivotu:** Bir ürünün yeni bir teknoloji altyapısıyla sunulmasıdır.

➤ **Büyüme Modeli Pivotu:** İşletmenin girişiminde daha başarılı olup devamlılığını sağlayabilmesi için büyüme modeline ihtiyaç duyarak farklı stratejiler geliştirmesidir.

Girişimci pazarın müşterinin sesini dinleyerek iş modelinde köklü değişikliklere gidebilir. Hedef kitleyi değiştirebilir. Değer önerisi teklifinde değişiklikler yapabilir. Gelir modelinde değişiklik yapabilir örneğin kiralama modelinden aidat modeline geçebilir. Fakat bu pivot işleminde müşterinin ve pazarın sesini dinleyerek yapması gerekmektedir

2.8. MENTORLUK

Girişimci tüm bu süreçleri tek başına ve kendi bilgisi/ tecrübesi ile yürütmesi neredeyse imkânsızdır. Bilmediği, az bildiği alanlarda destek almalıdır. Mentorluk, bir konu hakkında daha deneyimli bir kişinin bilgi ve becerilerini paylaşarak başka bir

kişinin bilgi ve becerilerini geliştirmesine destek olarak bilgeliğe ulaşma sürecidir (Kuzu, Kahraman , & Odabaşı, 2012, s. 175). Mentorluk, bireylere rehberlik etme aracıdır. Mentorluk süreci ve ilişkileri şu aşamalardan oluşmaktadır (Özkalp, Sungur, Kırel, & Cengiz, 2006, s. 58):

1) Başlayış veya Başlangıç: Bu aşama 6 ayla 1 yıl arasında sürmektedir, mentorluk ilişkisinin başlatıldığı aşamadır ve bu aşama her iki taraf için de önemlidir.

2) Yetiştirme: 2-5 yıl arasında sürmektedir. Bu aşamada mentorluk ilişkisi derinleşmekte ve çalışanlar da kariyerlerinde yükselmektedirler.

3) Ayrılık: Bu aşama hem mentor olan kişi hem de mentor desteği alan kişi tarafından olabilmektedir. Mentor olan kişi tarafından hastalık gibi nedenlerle, mentor desteği alan kişi tarafından ise artık bağımsızlıklarını ilan ederek yeni çalışma yerlerine gitmek istemelerini belirtmeleri ile olmaktadır.

4) Yeniden Tanımlama: Mentorluk ilişkisi zamanla arkadaşlık ilişkisine dönüşmekte ve bambaşka bir boyut kazanmaktadır. Danışan kişi artık mentor olan kişi ile eşit düzeye gelmekte ve çiftler de birbirini aynı meslekte olan kişiler olarak görmektedir. Mentor, yetiştirdiği kişiyle gurur duymakta ve danışan da mentoruna minnet duyup saygısını yitirmemektedir. Yani kısaca mentorluk ilişkisi bir başarıya dönüşmektedir.

Kram'a göre mentorluk ilişkisini etkileyen iki işlev vardır: birincisi kariyer işlevi; ikincisi ise psiko-sosyal işlevidir (Kram, 1983, s. 614). Bu işlevler mentorluk aşamasında da etkili olmaktadır ve mentorluk ilişkisinin nasıl deneyimlendiğini göstermektedir. Mentorluk, bir girişimcinin kendini geliştirip kendi işinin uzmanı olabilmesi için önemli bir aşamadır. Mentor desteği alan kişi mentörünün deneyimlerinden yola çıkarak kendisine faydalı olacak şekilde yararlanmaktadır. Mentorluk zaten kişinin kendini geliştirebilmesi için var olan bir uygulamadır. Bu uygulamanın başarılı olması için de mentörlerin gönüllü olarak kişilerle yakından ilgilenerek kariyerlerine yön vermelerini, kişisel gelişimlerini tamamlamalarını ve aynı zamanda hem sosyalleşmelerini hem de psikolojik olarak da mutlu olmalarını sağlamalıdır (Kılınç & Alparslan, 2014, s. 92). Çünkü mentörlük sadece girişimcilik sürecinde değil hayatın her anında ihtiyaç olunan bir uygulamadır. Mentorluk ilişkisinde etkili faktörler vardır. Bunlar (Kuzu, Kahraman , & Odabaşı, 2012, s. 177): Cinsiyet,

İrk/etnik köken, Kişilik, Zamanlama, Mentinin ihtiyaçları gibi İç faktörler; Organizasyonun amacı, Mentörlük modeli, Yüz yüze mentörlük ya da e-mentörlük gibi dış faktörler olabilir.

2.9. GİRİŞİMCİLİK DESTEKLERİ VE İŞ FİKRİ YARIŞMALARI

Girişimciler, girişim yolculuklarında ve girişimciliğe özendirecek desteklerle yollarına devam etmektedirler. Bu destekler de başta devlet olmak üzere birçok kurumdan alınmaktadır. Tabi bu verilen destekler yapılan işin fikrine göre yapılan planına göre de değişebilmektedir. Devlet, girişimcileri destekleyerek teşvik programlarıyla ve bazı maddi yardımlarla girişimciliği artırmaya çalışmaktadır. Devlet desteğini Türkiye’de ilk girişim aşamasında TÜBİTAK ve KOSGEB yapmaktadır. KOSGEB ve TÜBİTAK şu destekleri vermektedir (Gürler, Taş, & Ersoy, 2019, s. 60):

KOSGEB, yeni girişim programı, ileri girişimci desteği, iş planı ödülü desteklerini vermekte; TÜBİTAK ise, 1512 BİGG, 1514 GİSDEP, 2238 Girişimcilik ve Yenilikçilik Yarışmaları Programı, 2239 Girişimcilik ve Yenilikçilik Eğitim ve Araştırma Faaliyetlerini Destekleme Programı, 1601 Yenilik Girişimcilik Alanlarında Kapasite Artırılmasına Yönelik Destek Programı ile desteklerini vermektedir. Bu destekler sayesinde girişimciler yeni bir girişimde bulunma cesaretini de almaktadır.

Devlet bu kurumlar üzerinden hibe yardımları da yapmaktadır. Tabi bu kurumlar dışında risk sermayedarları, Melek Yatırımcılar da veya çeşitli kurum ve kuruluşlar destek vermektedir. Bu kurumların destekleri önceki bölümde açıklanmıştır.

Girişimcileri iş fikri geliştirmeye teşvik etmek için belli kurumlar yarışmalar yaparak ödüller vermektedir. Örnek verilecek olursa TÜBİTAK, 2239 destek programı altında Bilim Olimpiyatları ve Yarışma Programları yaparak girişimcileri fikir geliştirmeye teşvik etmektedir (Gürler, Taş, & Ersoy, 2019, s. 65). KOSGEB, İş Planı Ödülü Destek Programı ile girişimcilik ekosisteminde yer alan aktörlerle işbirliği sağlayarak girişimcilerin iş kurma ve yönetme konularında teşvik edilmeleri için girişimcilik konulu yarışmalar düzenleyerek bunların arasından başarılı bulunan iş

fikirlerinin ödüllendirilerek hayata geçirilmesini sağlamaktadır (T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı).

Girişimciler bir girişim yaparken de kendileri bağımsız bir şekilde kontrol etmek istemektedirler (Sert, 2019, s. 34). Bu bağlamda ise girişimciler planladıkları işin uygulamaya konulması için gerekli olan finansal kaynakları belirlemelidirler. Finansal yönden de bir sıkıntı yaşanmaması adına kaynakları belirlerken girişimcilik sürecinin sağlıklı bir şekilde ilerlemesi için kaynakların eksiksiz olmasına özen gösterilmelidir (Görgün, 2022, s. 26). Zaten girişimcilerin bir işe girişirken belirli bir bütçeye ihtiyaçları olmaktadır ama asıl ihtiyaç olan şey girişimcinin bilgisi ve yeteneğidir ki tabi bunları yaparken de daha önemli olan şey zamandır (Turgut, 2019, s. 86). Çünkü zaten bilgisi ve yeteneği olan girişimciler bütçesi olmasa da o işi kurabilmektedir. Burada da hazırlanan plan öne çıkmaktadır. Finansal destek alabilmek için girişimciler güçlü bir iş planı hazırlamaktadır ki karşı tarafı ikna edebilsin.

Finansal destek, iş kurulumu aşamasında ihtiyaç duyulacak sermaye için ya biriyle ortak olmak ya da kendi imkanları ile sermayeyi sağlamaktır (Atamulu & Yüce, 2021, s. 217). İş kurulumunda yeterli sermayesi bulunmayan girişimciler finansman için çeşitli kurumlardan destek almaktadır. Bu destekler önceden aileden, yakın çevreden ve bankalardan alınabilirken şu anda devlet, melek yatırımcılar, risk sermayedarları, KOSGEB, TÜBİTAK vb. kurumlardan da alınabilmektedir (Turhan, 2020, s. 165). Bugün bakıldığında KOSGEB, işletmelere en fazla desteği veren kurumlardan biridir ve paket olarak 150 bin TL'ye kadar destek olmaktadır ve bu paketi sadece işletmelere değil projelere de sağlamaktadır (Alptekin, 2013, s. 17). Finansman ihtiyacı işletmenin ilk girişim aşamasından başlayıp gelişme gösterdiği safhalara göre farklılaşmaktadır ve bunlar Tablo 4'tedir.

Tablo 3: Girişimin Safhalarına Göre Finansman İhtiyacı

SAFHA	FİNANSMAN İHTİYACI
AR-GE	Kamu fonları, kredi, kişisel sermaye
DOĞUM	Kamu ticarileştirme fonları, Melek yatırımcılar
HAYATTA KALMA	Çekirdek Sermaye
İLK BAŞARI	Erken evre girişim sermayesi
ERKEN BÜYÜME ve BÜYÜME	Erken evre sonrası girişim sermayesi

Kaynak: (Şahap, 2020, s. 35)

Finansal destek işletmenin işini kurup devam ettirebilmesi adına kaynaklarını toplayabilmesi için önemli bir aşamadır. Bu yüzden girişimci işini kurarken ilk önce bir sermayeye ihtiyacı olur ki eğer yeteri kadar yoksa finansman ihtiyacını karşılayabileceği kişi veya kurumları ikna edici bir iş planı hazırlaması gerekmektedir.

2.10.DEĞERLEME VE YATIRIM ALMA (MELEK YATIRIMCIDAN BORSAYA YATIRIMCI)

İşletmeler ürettiği ürünü piyasada satabilmek için rakiplerine de bakarak ölçüp tartıp ürüne bir fiyat biçmelidir. Fiyat belirlerken de bunu ürünün değerine göre yapmalıdırlar. Her ürünün arzına talebine göre piyasada bir değeri vardır. Değer, bir malın veya ürünün değişim değeridir ve bu değer de malın piyasada sağladığı faydaya ve arz ve talep dengesine göre belirlenmektedir (Aydın Y. , 2012, s. 90). Değerleme, Türkiye Muhasebe Standartları Kurulu'na "finansal tablolarda yer alan kalemlerin bilanço ve gelir tablosunda tahakkuk ettirilecekleri ve gösterilecekleri parasal tutarların belirlenmesini ifade eder." şeklinde tanımlanmıştır (Ulusay, 2008, s. 131). Bu bağlamda değerlendirme, bir ürünün satılabilmesi için bu ürünün piyasada edecek değeri üzerinden alacak kişilerin razı olacakları fiyatı belirlemektir. Değer, sabittir fakat değerlendirme dinamik bir süreçtir. Çünkü bir ürünün değeri bellidir ama bir fiyat biçmek için piyasa araştırılır bu yüzden de değerlendirme bir süreçten ibarettir. Değerleme sadece ürün veya hizmetin değil firmanın da olabilmektedir. Değerleme yapmanın nedenleri şöyle açıklanmaktadır (Fernandez, 2004, s. 2-3):

❖ **Alım ve satım işlemlerinde değerlendirme;** bir malın alıcılar açısından en yüksek fiyatın, satıcılar açısından da en düşük fiyatın belirlenmesidir.

❖ **Borsada işlem gören şirketler için değerlendirme;** hisselerin alınması, satılması veya elde tutulabilmesi için hisse fiyatlarının borsada karşılaştırılmasının yapılmasıdır.

❖ **Halka arzda değerlendirme;** halka arz edilecek fiyatların belirlenmesidir.

❖ **Veraset ve miras işlemlerinde değerlendirme;** hisselerin değerlerinin karşılaştırılmasıdır.

❖ **Değer yaratmaya yarayan tanzim programı;** bir işletmenin değerlemesi, değer yaratımının somut olabilmesi için yöneticilerin değerlendirilebilmesini sağlamaktır.

❖ **Değer yaratan unsurları belirlemek için değerlendirme;** bir işletmenin ana değer yaratan unsurlarını belirlemek için kullanılır.

❖ **Stratejik kararlarda değerlendirme;** işletmenin devamlılığını sağlamak için stratejik kararlar almasında kullanılır.

❖ **Stratejik planlamada değerlendirme;** işletmenin değer yaratmasında stratejilerin önemini ölçülmesini sağlar.

Girişimcilerin girişimlerine başladıkları ve daha fikirlerinin gelişim aşamasında büyüüp geliştirebilmeleri için yatırıma ihtiyaçları vardır. Girişimciler yatırım alabilmek için de öncelikle geliştirdiği iş fikrini iyi araştırıp analiz edip ve iyi bir plan hazırlamalıdır. Çünkü iyi hazırlanmış bir iş planı yatırım almanın yollarını göstermektedir. Melek yatırımcılar, girişimci ile arasında melek yatırım ağları sayesinde bir bağ kurarak bir araya gelirler ve melek yatırım ağları direk yatırım yapmak yerine girişimcilerin yatırım sürecini daha verimli hale getirerek yardımcı olmaktadır (Şener, 2019, s. 50). Melek yatırımcılar daha yeni girişim aşamasında olan işletmelere destek sağladığı için riskten kaçmayan bir yatırımcı türüdür. Melek yatırımcılar, yeni kurulan işletmelere sermaye yatırımında bulunan biçimsel olmayan bir risk sermayedarlarıdır ve bu işletmelere büyüme aşamasına kadar sermaye yatırımını devam ettirip kaynak sağlayan ve hatta işletmelere danışmalık destekleri de vererek değer katan yatırımcılardır (Kurnaz & Bedük, 2017, s. 29).

Melek yatırımcıları ve risk sermayedarları genellikle yarışmalar düzenleyerek girişimcilerin kendilerini yatırım vermeleri konusunda ikna etmelerini istemektedirler (Çiftçi & Petekçi , 2022, s. 262). Melek yatırımcılar hem maddi hem de manevi yollarla yatırım yaparak girişimcilere ve işletmelere katma değer katmaktadırlar (Bingöl & Yılmaz Türkmen, 2016, s. 361). Girişimcilere sadece melek yatırımcılar değil kuluçka merkezleri, TÜBİTAK, KOSGEB, Teknoloji Transferi Ofisleri, Teknoparklar, Ar-Ge ve Tasarım Merkezleri, TEKMER de yatırım almalarında önemli rol oynamaktadırlar. Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklıkları (GSYO) firmaları, girişimcilere yeni fikir geliştirmelerinde yeni yatırım fırsatları sunmakta ve bu firmaların hisse senetleri

BİST’de işlem görmektedir (Apan & Öztel, 2018, s. 646). Girişimciler böylelikle her yeni iş aşamasında yatırım desteği olarak büyümeye gitmektedir.

2.11. BÜYÜME

Şirketleşen girişimciler varlıklarını sürdürebilmeleri için büyüme yoluna gitmektedirler. Büyüme, şirketlerin belli bir dönem ve zamanda ürettiği mal ve hizmetin önceki dönem ürettiği mal ve hizmete göre artması durumudur (Işık & Bilgin , 2016, s. 1758). Büyümek, firmaları üst düzey kapasiteye ulaştırarak piyasada daha iyi yer edinebilmesini, kullandığı kaynaklarını daha iyi bir hale getirebilmesini ve çalıştıracağı personellerin alanında daha başarılı olanını seçebilmesini sağlar (Aslan, 2022, s. 282). Bu bağlamda bir firmanın gelişebilmesi için büyümesi gerekmektedir ki rekabet ortamında rekabet edebilecek bir güçte olsun. Büyümek, rakip elemek için çok önemlidir. Girişimciler bunun için büyüme stratejisi geliştirirler.

Büyüme stratejisi, firmaların amaçları ve içinde bulunduğu pazarın yapısına göre değişkenlik göstermektedir ve elindeki imkânlar doğrultusunda rakip firmaları satın alma ya da elindeki kaynaklarını başka firmalarla birleştirme gibi yollarla yapılmaktadır (Ölmez, 2010, s. 67). Girişimciler firmaları adına büyüme stratejisini doğru seçmelidirler. Çünkü yanlış yapılan bir strateji firmaların büyümelerine değil de rakipleri karşısında yok olmalarına neden olmaktadır. Sürdürülebilir bir strateji için de firmaların kendilerini iyi tanımaları gerekmektedir.

Firmanın değerinin artmasında yüksek sermaye getirisinin ve büyümenin etkileri vardır. Ama tabi ki de bir işletmede büyüme ve sermaye getirisi ikisi bir arada ne kadar yüksek olursa nakit akışları da o kadar kolay sağlanır. Bu nedenle firmalar büyümeye gitmeye ihtiyaç duymaktadırlar. Firmalar büyümek için de sermaye artırımına giderler ve işletmeler sürekli gelişen ve değişen bu dünyada ayakta kalabilmek için dinamik kalmak zorundadırlar. Dinamik kalmak isteyen işletmeler de büyüme stratejileri geliştirmektedirler.

Firmalar belli bir aşamaya geldiğinde büyüyeabilmektedir, bu büyüme organik veya inorganik şekilde olabilmektedir. Organik büyüme, firmaların kaynaklarını planlı

bir şekilde kullanarak, içerden yavaş yavaş büyüdüğünü göstermektedir (Sarı, 2009, s. 47). Bu büyüme dört şekilde olabilir: birincisi yoğun bir şekilde pazara nüfuz ederek, ürün ve pazar geliştirerek; ikincisi firmaların elinde bulundurduğu ürün veya hizmete yeni özellikler katarak hem ürünü hem de pazarı çeşitlendirerek, tek yönlü veya çok yönlü olarak (Acar A. Z., 2004, s. 23); üçüncüsü ürünün kalitesini artırmak, üretimin maliyetini azaltmak ve eski kullanılan ekipmanların son teknolojik ekipmanlarla değiştirilmesi amacıyla modern çağıımıza ayak uydurarak büyüyerek (Yenilmez, 2022, s. 12); dördüncüsü ise küçük ve orta büyüklükte olan işletmelere karşısındaki büyük işletmelere karşı rekabet edebilme gücünü artırabilmesi için mal üretmesini sağlayıp kendilerini bulundukları konumda en iyisi yaparak uzmanlaşarak, büyüyerek (Eren E. , 2002, s. 222) gerçekleşmektedir.

İnorganik büyüme, işletmelerin kendi iç kaynaklarıyla birlikte başka işletmelerin kaynaklarını da kullanarak büyümelerini ifade etmektedir (Sekman, 2017, s. 37). İnorganik büyüme iki şekilde olmaktadır: birincisi işletmelerin birbirinden bağımsız bir şekilde bir araya gelerek veya yatırımlarını da birleştirerek yeni bir işletme oluşturarak (Aydın H. , 1998, s. 18); ikincisi iki veya daha fazla işletmenin bir araya gelerek kendi kaynaklarını ve sermayesini birleştirip, geçici veya sürekli bir işletme kurarak teknik, ticari ve mali destek sağlayıp anlaşarak (Akgöbek, 2011, s. 21) büyümedir.

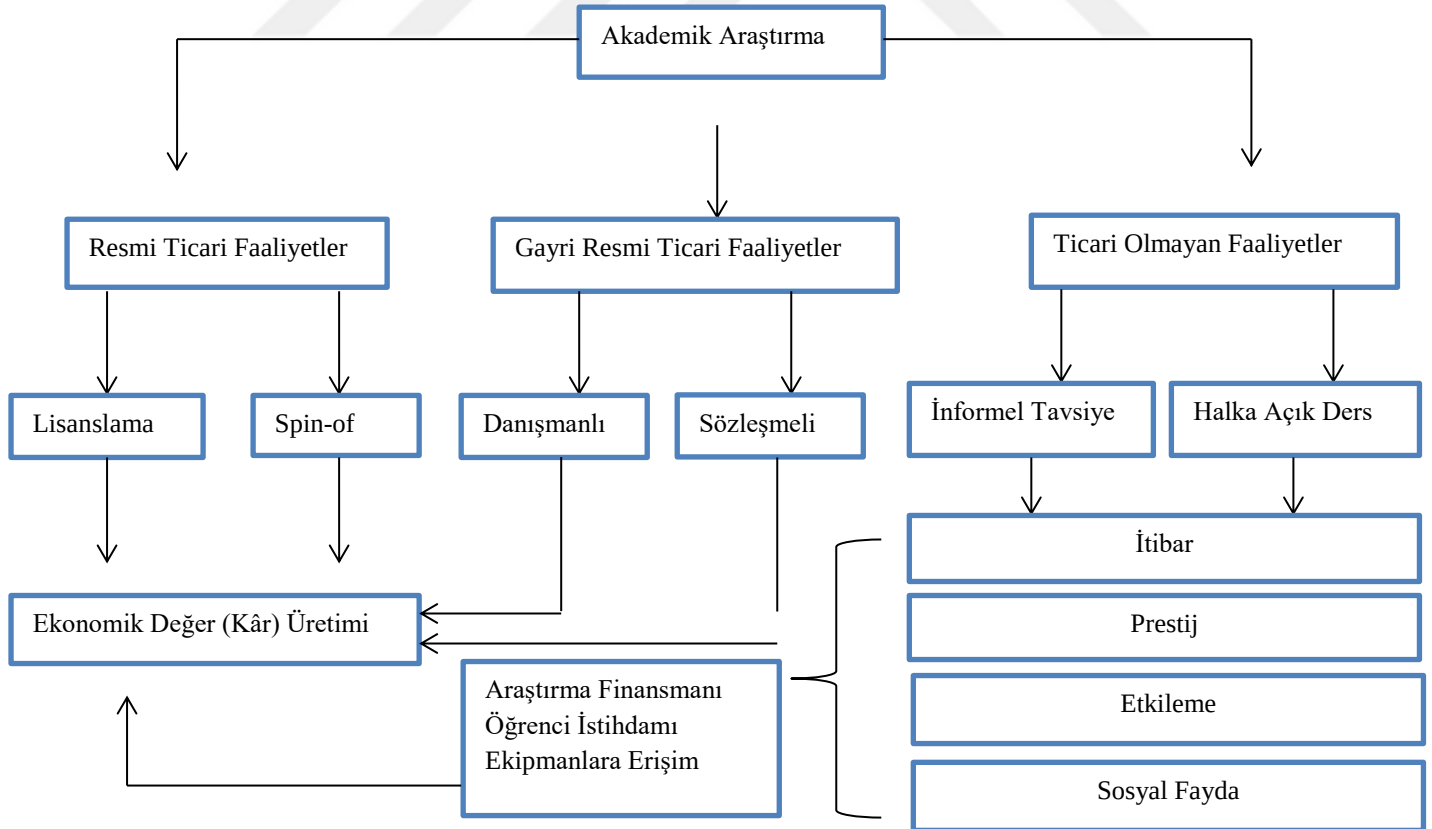
2.12. AKADEMİK GİRİŞİMCİLİK SÜRECİ

Akademik girişimcilik, üniversite ile sanayi arasında köprü görevi görmektedir. Üniversitelere girişimciliğin girdiğinden bu yana girişimci üniversite kavramı ortaya çıkmıştır. Üniversiteler gelişebilmek adına da sanayi ile işbirliği yapabilmek adına kampüslere Teknopark veya Teknoloji Transfer Ofisleri açmışlardır. Girişimci üniversiteler, ekonomik olarak kalkınmayı sağlamakta ve yeni fikirler üreterek dinamik kalmayı başarmaktadır. Üniversitelere açılan Teknoloji Transferi Ofisleriyle akademisyenlerin girişimciliğe özendirilmesi için danışmanlık hizmetleri verilmiştir ve bir yandan da ürettikleri bilgi veya ürün için patent almak hakkı tanıyıp ticarileştirebilmelerini sağlamışlardır. Bunun için de akademisyenler akademik girişimciliğe yönelme eğilimi göstermiştir ve akademik girişimcilik şu evrelerle gerçekleşmektedir (Tijssen, 2006, s. 1572):

- Akademisyenler, ilk önce girişimci ruhuna sahip olarak üniversitelerdeki girişimciliğin ve araştırmacıların endüstri farkındalığını ortaya çıkarmalıdır.
- Böylelikle üniversitelerin bilgi ve becerileri artmakta, akademisyenlerin yaptıkları çalışmaları değerlendirmesi kolaylaşmaktadır.
- Çıktıların alımı gerçekleşerek girişimci faaliyetler sözleşmeye bağlanmakta ve araştırmalara olan katılım artmaktadır.
- Sonra üniversite-sanayi işbirliğiyle Ar-Ge çalışmaları ile ihtiyaç olunan kaynaklar ve yetenekler elde edilmektedir.
- Son olarak da elde edilen çıktının ticarileştirilebilmesi için patentinin alınması, lisanslamasının yapılması ve şirket kurulabilmesi için TGB, TEKMER, KOSGEB, TEKNOPARK, Kuluçka Merkezleri gibi kurumlardan desteklerin alınması ve bağlı bulunulan üniversiteden de izin alınması gerekmektedir.

Akademik girişimciliğin bir süreç olarak ilerleyebilmesi için faaliyetler vardır. Bunlar Şekil 3'te gösterilmektedir.

Şekil 3: Akademik Girişimcilik Faaliyetleri



Kaynak: (Abreu & Grinevich, 2013, s. 412)

Şekil 3'e bakıldığında akademik girişimcilik sürecinde yardımcı olacak faaliyetler görülmektedir. Bunlar akademik girişimciliğin ticarileştirilme evresinde neler yapıldığını ve burada nasıl fayda sağlandığını ve nasıl kâr elde edildiğini göstermektedir.

Akademik girişimcilik şöyle ilerlemektedir (Nalbantoğlu, 2022, s. 26):

- Akademik girişimci gelişebilmek için Teknoparklardan destek alarak altyapı oluşturup resmi bir alanda bulunması gerekir.
- Sonra spin-off firma kurularak üniversitelerdeki bilgilerin piyasaya aktarılmasını sağlayıp yeni girişimlere teşvik olunması gerekir.
- Üretilen bilgilerin belgelenmesi için patent ve lisansını alıp fikri mülkiyet haklarının korunması gerekir.
- Üniversite ve sanayi arasındaki işbirliğini koruyarak yeni projeler yürütüp hem sanayiye katkı sağlayıp hem de sosyal etkileşimlerin artmasını sağlayarak yeni girişimler yapılmasını öngörür.
- Sanayiye yönelik eğitimler verilerek bölgesel işgücünün desteklenmesini sağlayarak rekabet gücünün artması sağlanır.
- Kişiselleştirilmiş danışmanlık hizmetleri verilerek akademik uzmanlık kazanımlar sağlanır.
- Hibe yardımlarıyla dış kaynaklar sağlanır.
- Akademik sonuçlar yayınlanarak üniversitenin itibarının artmasını sağlar.
- Lisans ve lisans sonrası programlarla yetenekli iş gücü oluşturulması için kalifiye mezunlar yetiştirilir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM: AKADEMİK GİRİŞİMCİNİN GİRİŞİM YOLCULUĞU ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Araştırmanın bu bölümünde, akademik girişimcinin girişimcilik süreçlerini nasıl gerçekleştirdikleri ve bu süreçte nasıl bir yol izledikleri öğrenilmektedir. Bu bağlamda da araştırmanın amacı ve önemi, araştırma süreci, araştırmanın analiz süreci ve araştırma bulguları sunulacaktır.

3.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Literatürde akademik girişimcilikle ilgili yapılan birçok çalışmada girişimci adayların girişimcilik niyetleri sorgulanmış olup bu girişimcilik niyetine etki eden faktörler (Sipahi, 2023) araştırılmıştır. Bu çalışmanın amacı ise, girişimci adayların girişimcilik niyetleri değil girişimcilik kararı vermiş olan akademisyenlerin bu kararı vermelerindeki neden, girişimcilik sürecindeki her bir aşamada kararını etkileyen faktörlerin neler olduğu ve bu süreçte Teknopark ve Teknoloji Transfer Ofislerinin katkısını araştırmaktır.

Girişimcilik literatürde sıklıkla karşılaşılan bir konu olmasına karşın, akademisyenlerin girişimciliğe yönelimlerindeki faktörlerin neler olduğu (Buyurgan, 2019), bu süreçte Teknoparklar ve TTO'ların rolü ile ilgili çalışmalar görece azdır. Özellikle son yıllarda önemi daha da çok vurgulanan Teknoparklar ve TTO'ların girişimcilik kararında, şirketleşme sürecinde ve de ilerleyen aşamalarda ne gibi bir katkısı olduğunun tespit edilmesi daha da önem arz etmektedir. Teknoloji girişimciliği ekosisteminin önemli aktörleri olan Teknoparklar ve TTO'lar akademik girişimcilerin etkileşiminin incelenmesi, gerek teknoloji girişimciliği ekosisteminin gelişmesine gerekse bu konuda görece eksik olan literatürün gelişimine katkı sağlayacaktır.

3.2. Araştırma Süreci

3.2.1. Araştırma Yöntemi

Çalışmanın alan araştırmasında olgunun derinlemesine araştırılması için nitel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Nitel araştırma yöntemi, gözlem, görüşme, doküman ve söylev analizi gibi teknikleri kullanarak ele alınan problemi kendi bağlamında yorumlayıcı yaklaşımla inceleyip yorumlarken insanların onlara atfettiği anlamlarına odaklanmaktadır (Baltacı, 2019, s. 370). Bu araştırmada belirlenen temalar üzerinden belirli bölgede yer alan girişimci akademisyenlerin görüşlerinden yola çıkarak girişimcilik aşamalarında nasıl ve neden karar verdikleri ve de bu aşamalarda Teknopark ve TTO'nun rolü keşfetmeye gidilmiştir.

Araştırmada veri toplama tekniği olarak mülakat (görüşme) tekniği kullanılmıştır. Bu çalışmada girişimcilik kararı vermiş akademisyenin bu kararı vermesindeki neden ve girişimcilik sürecindeki her bir aşamada kararını etkileyecek faktörler araştırılıp, bu aşamalarda Teknopark ve TTO'ların rolleri araştırılacağı için bu veri toplama amacına uygun olarak yarı yapılandırılmış mülakat formu hazırlanmıştır. Girişimci akademisyenler için hazırlanan form, girişimcilik süreci aşamalarından yararlanılarak 9 temel soru şeklinde hazırlanmıştır.

3.2.2. Örneklem ve Katılımcılar

Nitel araştırmalarda araştırmacının aydınlığa kavuşturmak istediği konuya uygun olacak en iyi nitelikteki katılımcıları alabilmesi için bir örneklem belirlemesi gerekmektedir (Esmer, 2019, s. 59). Nitel araştırmalarda olasılıklı olmayan araştırma yöntemi kullanılmaktadır. Araştırmada evren geniş olduğu için çalışmanın amacına netlik kazandırmak amacıyla ulaşılabilir bir örneklem seçilmiştir. Örneklem, TR83 Bölgesinde olan Tokat, Samsun, Çorum illerindeki Teknopark firmalarında girişimci olan akademisyenler olarak belirlenmiştir.

Katılımcıların belirlenmesinde başlangıçta ölçüt örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemde bir amaç doğrultusunda ölçütlere uygun olan durumlar

tespit edilmekte ve araştırma için belirli bölge seçiminde stratejik kararlar alınmasını sağlayarak, araştırmanın amacına en çok etkiyi gösterecek yöntemin belirlenmesi çalışmanın kalitesini artırıp zengin içerik sağlayacaktır. (Baltacı, 2018, s. 252). Bu bağlamda katılımcılar, araştırmanın yapılma amacına uygun olacak şekilde ve gerekli verilere ulaşılması açısından kolaylık sağlanması için stratejik bir şekilde seçilerek belirlenmiştir. Yine araştırmanın amacı doğrultusunda diğer katılımcılara görüşülen akademisyenlerden tavsiye alınarak ulaşılmıştır. Bu yöntem zincirleme örnekleme yöntemidir. Zincirleme örnekleme yöntemi, ulaşılan katılımcılardan onların tavsiye edebileceği başka bir katılımcı var mı diye öğrenilerek, bu öğrenilen katılımcıya ulaşma ve yine tekrar bu ulaşılan katılımcının da tavsiyesi üzerine bir başka katılımcıya ulaşılması yöntemidir. Bu bağlamda da görüşmeye ilk olarak Tokat Teknopark bünyesinde faaliyet gösteren girişimci akademisyenlerle başlanmıştır

3.2.3. Mülakat Sorularının Hazırlanması

Araştırmanın amacı, girişimci olma kararı vermiş akademisyenin bu kararı verirken etkili olan nedeni ve bu girişimcilik sürecinin her bir aşamasında etkili olan faktörleri ve bu süreçte Teknopark ve TTO'nun rolünü araştırmaktır. Bu doğrultuda da literatürde yapılan çalışmalardan faydalanılarak belirli temalar hazırlanmıştır ve bu temalardan da yola çıkarak sorular hazırlanmıştır. Araştırmanın teması olan girişimcilik sürecinin her bir aşamasından esinlenerek her bir başlık soru olarak yazılmıştır ve bu sorulara Teknoparkın/TTO'nun akademisyenlere herhangi bir katkısının olup olmadığı sorusu da eklenmiştir. 9 ana soru hazırlanmış olup ve görüşme sırasında araştırma konusuyla ilgili derinlemesine bilgi alınması için ek sorular eklenmiştir. Görüşme esnasında soruların sırasıyla sorulmasına dikkat edilmiştir. Fakat diğer sıradaki sorulara da cevap verilmesi durumunda sırası geldiğinde o sorular tekrar sorulmamıştır. Sorularla ilgili bilgilerden de teorik kısmın ikinci bölümünde bahsedilmiştir. Mülakat soruları şu şekildedir:

a) Girişimci olma kararını nasıl verdiniz. Bu süreçte görev yaptığınız üniversitenin Teknoparkı / Teknoloji Transfer Ofisi nasıl bir rol oynadı.

b) İş fikrinizi nasıl belirlediniz. Bu süreçte görev yaptığınız üniversitenin Teknoparkı / Teknoloji Transfer Ofisi nasıl bir rol oynadı.

c) Şirketleşme (türü, ortaklı yapısı vs) kararını nasıl aldınız? Bu süreçte görev yaptığınız üniversitenin Teknoparkı / Teknoloji Transfer Ofisi nasıl bir oynadı.

d) Ortaklık ve Ekip Kurma konularında nasıl karar aldınız? Bu süreçte görev yaptığınız üniversitenin Teknoparkı / Teknoloji Transfer Ofisi nasıl bir rol oynadı.

e) İş modelinizi nasıl belirlediniz. MVP ürününüz oldu mu? İş modelinizi pivot ettiniz mi? Bu süreçte görev yaptığınız üniversitenin Teknoparkı / Teknoloji Transfer Ofisi nasıl bir rol oynadı.

f) Mentorluk hizmeti aldınız mı? Bu süreçte görev yaptığınız üniversitenin Teknoparkı / Teknoloji Transfer Ofisi nasıl bir rol oynadı.

g) KOSGEB, TÜBİTAK vb. Girişimcilik desteklerinden faydalandınız mı? Bu süreçte görev yaptığınız üniversitenin Teknoparkı / Teknoloji Transfer Ofisi nasıl bir rol oynadı.

h) Büyüme ve Gelişme aşamalarında nasıl karar aldınız? Bu süreçte görev yaptığınız üniversitenin Teknoparkı / Teknoloji Transfer Ofisi nasıl bir rol oynadı.

i) Genel olarak girişimcilik sürecinde görev yaptığınız üniversitenin Teknoparkı / Teknoloji Transfer Ofisi nasıl bir rol oynadı.

3.2.4. Verilerin Toplanması

Çalışmada verilerin toplanmasında yarı yapılandırılmış görüşme formu kullanılmıştır. Yarı yapılandırılmış görüşme formu, çalışılan konuyu derinlemesine tüm sorunları ile analiz edilmesini sağlayarak ve araştırmacının daha çok sohbet biçiminde soruları sorarak ve alınan cevaba göre de soruların sırasını veya yapısını değiştirdiği bir görüşme tekniğidir (Nazlım, 2021, s. 50). Araştırmada bilimsel araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun hareket edilmiş olup Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulundan 05.09.2023 tarihli 14.10 sayılı etik kurulu kararı alınmıştır. Saha araştırması, etik kurul kararı alınmasının ardından Eylül - Ekim aylarında yürütülmüştür. Girişimci olan akademisyenlerden görüşülmesi planlanan akademisyenlere, ilgili Teknopark /TTO yöneticileri ve tez danışmanı aracılığıyla ulaşılmıştır. Bu akademisyenlerin iletişim numaraları ve e-posta adreslerinin olduğu bir liste çıkartılarak burada yer alan iletişim numaralarından ulaşılarak uygun tarihlerde görüşülmek üzere online ve yüz yüze görüşme randevuları alınmıştır. Görüşme yapılan akademisyenlerden tavsiye alınarak başka girişimcilere ulaşılmıştır ve

bu girişimciler aranarak katılımcılara araştırma hakkında gerekli bilgiler verilerek görüşme için bir ön zemin hazırlanmıştır. Bu da katılımcı akademisyen ve araştırmacı arasındaki güven ortamını sağlamıştır. Görüşmeler girişimci akademisyenlere ve araştırmacıya göre uygun şartlar belirlenerek yüz yüze veya online yapılmıştır. Görüşme sırasında izin veren katılımcılarla ses kaydı ve online olması halinde video kaydı yapılmıştır ve izin vermeyen katılımcıların ise görüşme boyunca söyledikleri not alınmıştır. Sonrasında ise ses kayıtları dinlenerek kâğıt üzerine dökülmüştür ve bu verilerin içerik analizi yapılmıştır. Katılımcıların görüşme sırasında verdiği özgün düşüncelerinden de doğrudan alıntı yapılmıştır. Araştırmada elde edilen verilerin yalnızca bu çalışmada yer alacağı ve bilgilerin gizliliğinin sağlanması görüşme sırasında katılımcılara aktarılmıştır. Toplanan veriler, analizini yapmak için kontrol edilmiştir ve eksik olan veya anlaşılmayan bir sorun olduğunda katılımcılarla tekrar iletişime geçilmiş ve alınan bilgiler dahilinde içerik kodlanarak analiz yapılmıştır. Araştırma kapsamında verilerin toplanmasına yönelik akademik girişimciler ile görüşmeler dakika olarak Tablo 6’da gösterilmiştir.

Tablo 4: Mülakat Görüşme Süreleri ve Kodlamalar

KATILIMCILAR	ONLİNE	YÜZ YÜZE	TOPLAM
Katılımcı-1	-	24.59	
Katılımcı-2	-	26	
Katılımcı-3	-	20.55	
Katılımcı-4	-	26.11	
Katılımcı-5	-	21	
Katılımcı-6	26.03	-	
TOKAT (TOPLAM)	26,03	118,25	144,28
Katılımcı-7	-	40	
Katılımcı-8	-	18.54	
Katılımcı-9	-	22.21	
Katılımcı-10	-	33.57	
Katılımcı-11	37	-	
Katılımcı-12	39	-	
Katılımcı-13	-	28.21	
Katılımcı-14	-	17.59	
Katılımcı-15	-	36.28	
Katılımcı-16	-	16.58	
Katılımcı-17	26.05	-	
SAMSUN (TOPLAM)	102,05	212,98	315,03
Katılımcı-18	26.04	-	
Katılımcı-19	30.02	-	
Katılımcı-20	16.04	-	
ÇORUM (TOPLAM)	72.1		72.1
GENEL TOPLAM	200,18	331,23	531,41

Görüşmelerin tamamlanmasının ardından elde edilen ses ve video kayıtları analiz edilmek için kâğıt üzerine dökümü gerçekleştirilmiştir. Tokat ve Samsun görüşmeleri hem yüz yüze hem de online olacak şekilde gerçekleştirilmiştir. Tokat'ta 6 akademik girişimci ile görüşülmüştür ve bunlardan 5 akademisyenle yüz yüze, 1 akademisyenle ise online görüşme yapılmıştır. 3 kişiden ses kaydı, 1 kişiden video kaydı alınmıştır ve 2 kişinin ses kaydına izin vermemesi nedeniyle görüşme sırasında notlar alınmıştır. Samsun'da 11 akademik girişimci ile görüşülmüştür ve bunlardan 8 akademisyenle yüz yüze, 3 akademisyenle ise online görüşme yapılmıştır. 7 kişiden ses kaydı, 3 kişiden video kaydı alınmıştır ve 1 kişinin ses kaydına izin vermemesi nedeniyle görüşme sırasında notlar alınmıştır. Çorum'da 3 akademisyenle görüşülmüştür. 3 akademisyenle de online görüşme yapılmıştır. Toplam 24 akademisyene ulaşılmıştır. Bunlardan 4'ü görüşmeyi kabul etmemiştir ve 20 kişiyle mülakat yapılmıştır.

3.3. Araştırmanın Bulguları

Bu çalışmaya katılan akademisyenlere yöneltilen sorulara akademisyenlerin verdikleri cevapların görüşme formundaki maddelere uygun bir şekilde oluşturulan temalar dâhilinde içerik analizi yapılmıştır. Bu temalar, girişimcilik sürecindeki aşamalardan yola çıkarak hazırlanmıştır. Bu temalar aşağıdaki gibidir.

- **Girişimci olma kararı**
- **İş fikrinin belirlenmesi**
- **Şirketleşme**
- **Ortaklık ve ekip kurma**
- **İş planının/modelinin hazırlanması ve Pivot**
- **Mentorlük**
- **Girişimcilik Destekleri**
- **Büyüme**

3.3.1. Girişimci Olma Kararı

Bu çalışmada ilk olarak, akademisyenlerin neden girişimci olmak istedikleri ortaya konmaya çalışılmıştır. Bu kararı verirken girişimcilik süreci aşamalarından yararlanılmış mı ve yararlanıldıysa her birinde bu girişimci olma kararını etkileyen faktörler nelerdir bunlar araştırılmıştır ve bu etkili olan faktörlere ulaşırken de Teknopark ve TTO'dan destek alınmış mı bunlar incelenmiştir. Buna göre, araştırma probleminin belirlenme sürecinde akademisyenlerin birçoğu girişimci olma kararının bir anda verilen bir karar olmadığını, geçmişten, çocukluktan gelen bir karar olduğunu söylemiştir ki aynı zamanda meraktan ve ihtiyaç üzerine üretme isteğinden geldiğini ifade etmiştir. Akademik olarak yazdıkları yayınları makalelerini, çıktılarını, akademik deneyimlerini ticarileştirmek amacıyla da girişimci olma kararı verdiklerini söylemişlerdir. 2 akademisyenimiz ise bir şeylere katkı sağlamak, insanlığa ve topluma yararlı olmak amacıyla girişimci olduklarını söylemişlerdir. Geçmişte yapılan projelerin memurken hayata geçirilememesi nedeniyle de girişimci olma kararı alınmıştır. Bu aşamada da Teknopark veya TTO'dan bazı akademisyenlerimiz talepte bulunmamıştır ya da Teknopark veya TTO'nun bir önerisi olmamıştır. Burada Katılımcı 17 şöyle bir şey söyleyerek açıklık getirmiştir: *“Bu sürece tamamen kendi motivasyonumla girdim ki zaten Teknopark ve TTO ile de girişimcilik sürecine girdiğimde tanıştım.”*

Girişimci olma kararıyla ulaşılan bir başka düşünce ise geçmişten gelen ticaret düşüncesi ile sadece memurlukla olunmayacağı ve memuriyet dışında ne yapılabilir diyerek girişimci olma yoluna gidilmiştir.

11 akademisyen ise Teknopark ve TTO'nun çok büyük katkısının olduğunu söylemiştir; Teknopark ve TTO girişimcilik kararında eğitimler vererek bir fikir oluşmasını sağlamıştır ve ayrıyeten ekonomik olarak destek sağlamıştır ve kanuni sıkıntılar karşısında da önlerini açmıştır. Burada Katılımcı 7'nin görüşüyle Teknoparkın etkisi netliğe kavuşmuştur: *“Teknopark, nefes almayı sağlıyor.”*

Teknopark aynı zamanda Ar-Ge tabanlı bir şirketin kurulumuyla muafiyetler sağlayarak girişimciliğe teşviki arttırmıştır ve şirketin üniversite ile i içe olmasını

sağlamıştır. Akademisyenlerin girişimci olma kararına ilişkin aşağıdaki ifadelerde daha net bir şekilde görülebilir:

“Bu karar birden alınan günübirlik bir karar değildir. Yarın sabah kalk girişimci ol diyerek alınan bir karar değildir. Yetişme tarzı ile alakalı bir karardır.”
(Katılımcı - 1)

“Çocukluktan gelen bir bisikletimin olmayışından yola çıkarak bir bisikletim olsun hayaliyle bir şeyler üretme merakı oluşmuştur. Bu da girişimcilik için bir ateş yakmıştır.” (Katılımcı - 2)

“Girişimci olma kararında ilk temas önemlidir.” (Katılımcı - 5)

“Girişimcilik bir ruhtur. Geçmişten gelen, çocukluktan gelen bir şeydir.”
(Katılımcı - 6)

Girişimci olma kararında para kazanma duygusundan çok girişimcilikten alınan zevk duygusunun daha önde olduğu aşağıdaki ifadelerle ortaya konmuştur.

“Girişimci olma kararında paradan ziyade haz etkilidir.” (Katılımcı - 4)

Mühendis bir akademisyen bir mühendisin girişimci olması gerektiğini vurgulayarak şunu söylemiştir: *“Girişimci olmazsanız mühendis değil öğretmen olursunuz.”* (Katılımcı - 14)

Girişimci olma kararında Teknoparkta bir şirkette işe girilip burada verilen eğitimlerle işle ilgili her şeyin öğrenilmesinden yola çıkarak merak duygusu da etkili olmuştur. Akademisyenlerin bu karara ilişkin görüşlerinde yapılan bir aktarımla daha net bir şekilde görülebilir:

“Girişimcilerle ve sektörle birebir çalışıp burada aldığım eğitimin de uygulamalı olması girişimci olma kararında etkili olmuştur. Şirkette 2 haftalık çalışma ile kazandığımız maddi kazanç da en büyük motivasyon aracımız olmuştur.” (Katılımcı

- 1) Burada paranın da girişimci olma kararında motivasyon sağlayarak etkili olduğu anlaşılmaktadır.

Girişimci olma kararında girişimcilik ruhunun olması gerektiği ve bu ruhla da merak duygusunun gelişerek yenilikçi olma yolunda ilerleyerek bir şeyler üretildiği öğrenilmiştir ki girişimciliğin bir haz meselesi olduğu ve sırf para için girişimci olunamayacağı sonucuna ulaşılmıştır. Akademisyenler yazdıkları makalelerin sadece dergilerde veya ürettikleri bu bilgilerin sadece makale de kalmasını istemeyip ticarileştirme yoluna gitmek istemişler ki tabi bunu yapmak için de bir kuruma ihtiyaçları olduklarını öğrenmişler ve böylelikle de Teknopark ve TTO ile tanışmışlardır. Tabii ki Teknopark ve TTO'nun kendilerini tanıtmak için yaptıkları toplantılarla da olmuştur.

Böylelikle de bir akademisyenin bir girişimde bulunabilmesi ve çıktılarını ticarileştirebilmesi için de mutlaka o akademik girişimcilik ekosistemin içine girerek Teknopark ve Teknoloji Transferi Ofisinin rolüne ihtiyacı olduğu bilgisine ulaşılmıştır. Birebir Teknoparkta bir şirkette çalışarak işin işleyişini öğrenip orada da kazanılan paraların motivasyon olması ile akademik girişimciliğe yönelimde etkili olmuştur. Teknopark/TTO olmazsa da yasal olarak bir girişimcilik sürecine başlanamayacağı bilgisine ulaşılmıştır.

3.3.2. İş Fikrini Belirleme

Katılımcılara iş fikrinizi nasıl belirlediniz sorusu sorulduğunda ise iş fikirlerinin piyasa ihtiyacına, piyasa talebine ve uluslararası gelen talebe göre şekillendiği ve bu fikrin toplumun problemlerine yanıt verecek şekilde ve akademisyenin kendi alanındaki bir açığı gidermek ihtiyacı ile oluştuğu ortaya çıkmıştır. Hatta katılımcı-2 kendi uzmanlık alanı ile ilgili bir açığı fark ederek merak duygusu ve bir şeyleri üretme geliştirme duygusu ile kendi uzman olduğu alan ve başka bir teknolojik alanı birleştirerek iş fikrini ortaya çıkarmıştır. Ailede birisinde olan rahatsızlığa çözüm üretmek amaçlı bir fikir geliştirmeye gidilmiştir. Bir başka fikir ise israfın önüne geçmek için ve insanların ihtiyacı dinlenerek belirlenmiştir. Bir katılımcımız içinse pazardaki genişliğine ve rakibine göre belirlenmiştir:

“Başlangıçta çok satalım çok zengin olalım değil de pazarı çok geniş olan, çok zorlanılmayacak ve rekabetin çok kızışmadığı yerlere yönelip bir problem çözme düşüncesi ile iş fikrimizi belirledik. Akademik olarak düşünüldü bu yüzden rakip olmasın pazar da geniş olsun.” (Katılımcı - 4)

Bir fikir de şöyle belirlenmiştir: *“Ekip olarak da bireysel olarak da ben neyde iyiyim ve bu iyi olduğum şeyin piyasada bir karşılığı var mı, bunu analiz ediyorsunuz, sonrasında ise probleme odaklanıyorsunuz ve buna çözüm üretiyorsunuz. Böylelikle de fikrinizi belirliyorsunuz.”* (Katılımcı - 14) Buradan da anlaşılacağı gibi bir şeyler üretme isteğiyle yola çıkılarak, kişinin kendisinin iyi olduğu alana yönelerek, bu alanda var olan bir probleme bir çözüm üretme düşüncesiyle fikir belirlenmiştir.

Bir başka iş fikri ise bilimsel meraktan teknikler geliştirilerek bunların yayınlanmasıyla uluslararası anlamda ilgi çekmeye başlayıp, tesadüfen bir sigorta şirketi ile tanışmaları sonucu bu şirketin desteği ile geliştirilmiştir. Bir akademisyen ise 2 ortak arkadaş bir araya gelerek ortak buluşabileceği doktora tezlerinden yola çıkarak, en iyi bildikleri konu üzerine yoğunlaşarak, üretim yapmak istediklerini söyleyerek fikrin belirlendiğini söylemiştir.

Bu soru altında Teknoparkın ve TTO’nun iş fikrinizi geliştirirken bir rolü oldu mu? Sorusu sorulduğunda ise birçok akademisyen destek almamış, talepte de bulunmamış yani ihtiyaç hissetmemiş veya iş fikrini kendisi belirleyip Teknoparka götürmüştür. Teknoparkın bir rolünün olmadığı bir katılımcımızın görüşüyle şöyledir: *“Teknoparkın rolü, iş fikrini belirlemede değil iş fikrini başlatmak için olmuştur.”* (Katılımcı - 20)

Bir başka katılımcımız ise Teknopark veya TTO’nun ancak büyük üniversitelerde olursa bir rolünün olduğunu ve küçük üniversitelerdeki Teknopark veya TTO’nun onları beklemekten başka bir rolünün olmadığını ifade etmiştir.

Ama birkaç akademisyen destek almış ve hatta Teknoparkın sunduğu imkânlar sayesinde farklı işlere de girişebilmiştir. Bir katılımcımızın görüşü bunu desteklemektedir:

“Teknoparkın sağladığı bir imkân ile Türkiye genelindeki tüm akademisyenlerle iş yapabiliyorum. Çünkü elimde müthiş bir insan kaynakları gücü var. Her sektöre girebiliyor her işi yapabiliyorum. Teknoparkın müthiş katkısı var.” (Katılımcı - 6)

İş fikri daha çok kendi alanlarında ilerlemek, alanlarında en iyisini yapabilmek ve alanlarındaki açığı fark ederek merak duygusuyla yeni bir şeyler üretme arzusuyla belirlenmiştir. Belirlenecek fikir için de pazar analizi yapılarak rakibin daha az olduğu ve pazarın da daha geniş olduğu alana yönelerek ilgi çekmeye çalışılmıştır. Çünkü iş fikrinin kalıcı olması için hem ulusal hem de uluslararası anlamda değer görmesi gerekmektedir. Teknopark ve TTO rolü iş fikrini uygulamaya dökerken ve başka firmalarla etkileşime geçerken olmuştur.

İş fikri hem kendi alanı olsun hem de kendi alanı dışında olsun insanın içindeki bir şeyler üretme arzusuyla veya merakla gelişen bir şeydir. Daha çok bir şeye ilgi duymak ve o şeyin üzerine gitmekle ilgilidir. İçinde oluşan o girişimcilik ruhu ile insanlığa faydalı olacak ve işleri kolaylaştıracak bir yöntemi bulup ve insanlık için en önemli şeylerden birisi olan zamanı çok fazla almayacak yani kısa zamanda kolaylıkla nasıl yapılabileceğinin yollarını bulma isteğiyle yeni fikirler ortaya çıkmaktadır. Teknoparkın desteği ile farklı alanda işlere de girişip hem ulusal hem de uluslararası pazarlara açılabilme imkânı olmaktadır.

3.3.3. Şirketleşme Kararı

Katılımcılara şirketleşme (türü, ortaklık yapısı vs.) kararı alırken neye göre alındığını ve bu kararda görev yaptığınız üniversitenin Teknoparkı/TTO’su nasıl bir rol oynadı? Sorusu sorulduğunda, 15 katılımcının arkadaşlıktan ortaklığa dönen 2, 3 veya 4 ortaklı şirket yapısı vardır. 5 akademisyenin tek ortaklı şirket yapısı vardır. Şirket türüne karar verilirken en çok etkili faktör maliyet olmuştur. Prestij için ve kurulmasının kolay, maliyetinin az ve aynı zamanda yönetiminin de kolay olmasından dolayı limited şirket olma kararı verilmiştir. TÜBİTAK’ın ve KOSGEB’in mecbur kılmasıyla da limited veya anonim şirket olma kararı verilmiştir. Şirketin kolay açılıp kapatılması açısından şahıs şirketi olma kararı verilmiştir. Teknopark ve TTO’nun şirketleşme kararı verilmesinde bir katkısının olmadığı anlaşılmıştır. Nedeninin ise ihtiyaç

duyulmadığı, kendi uzmanlık alanları olduğu için bir rehber ihtiyacı duyulmadığı ve Teknopark/TTO'nun da böyle bir önerisinin bulunmadığı anlaşılmıştır. Yapılan görüşmelerden ise Teknopark/TTO'nun dolaylı olarak verdikleri eğitimle bir katkısının olduğu anlaşılmıştır.

10 katılımcı Teknoparkın katkısıyla şirketinin türünü belirlediğini söylemiştir. Teknoparkın şirket türleri hakkında bilgi vererek girişimcinin şirket türleri arasındaki farklılıkları öğrenmesini sağlamıştır. Daha önce Teknoparkta şirket kurup kapatmak zorunda olan kişilerden bilgi almıştır. Şirketleşme kararı Teknoparktaki muhasebecileriyle birlikte almıştır. Çünkü muhasebeci işin içinde olduğu için hangisinin daha iyi olacağını bilmektedir.

Şirketleşme kararı, öyle rastgele alınan bir karar değildir. Bu kararı vermek için hangi şirket türünün nasıl bir özelliği var hepsinin öğrenilip, sonra eldeki sermayeye de bakılarak verilmelidir. Aksi takdirde şirket büyüyemeden kapatmaya gitmek zorunda kalmaktadır. Bunun için de ölçüp tartıp stratejik bir karar alınmalıdır ki girişimciliğe verilen desteklerden de yararlanma hakkı olabilsin. Tabi kendi sermayesi olan destek almak istemeyen ve kapatıp açması da kolay olsun diye akademisyenler şahıs şirketi kurmaktadır.

Bu destekler, Teknopark ve TTO'nun şirket türleri hakkında bilgisi olmayanlara bilgi vermek amaçlı yaptıkları eğitimlerle ve daha önceden tecrübeli olan arkadaşlardan alınan desteklerle olmaktadır.

3.3.4. Ortaklık ve Ekip Kurma

Katılımcılara ortaklık ve ekip kurma konularında nasıl karar aldıkları ve bu kararda görev yaptığınız üniversitenin Teknoparkı/TTO'su nasıl bir rol oynadı? Sorusu sorulduğunda, ortaklık ve ekip kurarken Teknopark ve TTO'nun hiçbir rolünün olmadığı, Teknopark ve TTO'dan herhangi bir talepte bulunmadığı ve ortaklığın Teknopark/TTO dışında geliştiği anlaşılmıştır. Teknopark veya TTO'nun öneride bulunduğu ama bu önerinin de kabul edilmediği anlaşılmıştır. Teknoparktan yardım

alınmamasını bir görüş şöyle açıklamıştır: “*Bunun 2 nedeni vardır; bazen konular örtüşmüyor ve zaman olarak yetişemiyoruz.*” (Katılımcı - 7)

KOSGEB’den ekip konusunda destek alınmıştır. Daha doğrusu ekibin bütçesinin desteklenmesi yoluyla yardım alındığı ifade edilmiştir. Bir katılımcı görüşüyle ekibin maaşlarını ilk kuruluş sürecinde %75’lik kısmını KOSGEB’in ödediğini ve %25’lik stopaj kısmını da kendilerinin ödediğini söyleyerek KOSGEB’in böyle bir desteğinin olduğunu ortaya çıkarmıştır (Katılımcı - 13). Ekip kurulurken KOSGEB’in Ar-Ge girişimcilik desteğinden de faydalandığı belirtilmiştir. Ekibin kurulurken üniversiteden parlak görülen öğrencilerden alınıp yetiştirdiğine ulaşılmıştır ve şöyle de netlik kazandırılmıştır: “*Kendin yetiştir, istihdam et.*” (Katılımcı - 16)

Ortaklık kurulurken eskiden gelen arkadaşlık veya sonradan oluşan dostluklarla birbirlerine güven vererek oluşturdukları ekip arkadaşlarıyla birlikte ortaklık kurulduğu anlaşılmıştır. Ekibin bir şirketin ihtiyacı olan fonksiyonlarını net bir şekilde belirleyip bilinçli olarak kurulan stratejik bir seçim olduğu anlaşılmıştır. Ekip kurulurken genellikle tanıdıkları arkadaşlardan ve aile dışında kimsenin ekibe dahil edilmediği görülmüştür. Ekibe birisi alınacaksa da bunlar genellikle yüksek lisans veya doktora yapan yani akademi düşünen öğrencilerden istihdam edilmektedir.

Buradan da anlaşılabileceği üzere ortaklık ve ekip kurma kişilerin birbirlerine olan güvenleriyle gelişmektedir. Bu süreç kişilerin kendisiyle ilgili olduğu için de Teknopark ve TTO dışında gelişmektedir. Ekip kurarken ise o işte faydalı olabilecek, ekip çalışmasına uyum sağlayabilecek ve yetenekli olan kişiler öncelikli olmaktadır.

3.3.5. İş Modeli / Planı Belirleme, MVP ve Pivot

Katılımcılara iş modelinizi nasıl belirlediniz. MVP ürününüz oldu mu? İş modelinizi pivot ettiniz mi? Bu süreçte görev yaptığınız üniversitenin Teknoparkı/TTO’su nasıl bir rol oynadı, sorusu sorulduğunda, iş modeli bir pazar araştırması yapılarak piyasada neye ihtiyaç var, üretilecek ürün nasıl bir fayda sağlar yani müşterinin sorununa çözüm olur mu sorularıyla piyasadaki ihtiyaçlar bulunarak belirlenmiştir. İş modelinin belirlenmesinde gelen taleplerin ve başka firmaların yaptığı

şeylerin gözlemlenerek edinilen tecrübelerin ve bir problem üzerine üretilen çözümlerin de etkisinin olduğu bilgisine ulaşılmıştır. Genellikle Teknopark ve TTO'dan talepte bulunulmamıştır ve onların da bir önerisi olmamıştır. Talepte bulunulmamasının nedeni ise işin içinde olunması ve yöntemlerin bilinmesidir. Teknoparkın iş modeli belirlemede bir katkısının olmadığı; projenin yapılması, modüllerin oluşturulması, yenedünyaya açılma ve firmalarla eşleştirme konusunda toplantılar yaparak bir desteğinin olduğu sonucuna varılmıştır. Nadir de olsa Teknopark ve TTO, yönlendirmeleriyle ve verdikleri eğitimlerle iş modelinin netleşmesinde etkili olmuştur. Katılımcıların kendilerinin isteyerek tasarladığı bir MVP ürünü olmamış fakat istemleri dışında bir MVP ürünleri olmuştur. Bu da bir katılımcının görüşü ile daha net bir şekilde görülebilir:

“Bizim bir iş fikrimiz yok birden fazla iş fikrimiz var. Bunu da hem piyasadaki hem de insan kaynakları yetkinliğimize bakarak ayarlıyoruz.” (Katılımcı - 6)

İş modelinde planlı programlı ilerleyen akademisyenlerin pivot etme durumu olmamıştır. İş modelinin pivot edilmesi, piyasadaki taleplere ve piyasaya çıkıldığında gelişen yeni fikirlere göre şekillenmiştir. İkili diyaloglarla piyasadaki ihtiyaçlar öğrenilmektedir. Pivot etme istem dışı gelişmiştir ve bu da bir katılımcının aktardığı düşüncesiyle net bir şekilde görülebilir:

“Direk pivot etme olmadı. Ama bir gezi sırasında değer önerisinin farklı ürünlere de aktarılabilceğini gördük.” (Katılımcı - 4)

İş modeli pivot edilirken Teknopark ve TTO'nun bir rolünün olmadığı ortaya çıkmıştır. Bunun nedeninin ise herhangi bir destek talebinde bulunulmamasıdır. Bir katılımcının görüşüne göre de Teknoparkta yer alan bürolarına bağımlı çalışmadıkları için Teknopark yönetimiyle yakın olmamalarından dolayı bir talepte bulunmadıkları bulgusuna ulaşılmıştır. Teknoparkın rolünün iş modeli pivot edilirken olduğuna ulaşılmıştır ve bir düşünce ile netleşmiştir: *“Teknoparka atanan bir mentörle görüşünce iş fikrimizin çalışma alanı değişmiştir.”* (Katılımcı - 11)

İş modeli piyasadan gelen taleplere göre ve piyasadaki ihtiyaçların analizlerle bulunarak o yönde yapılan çözümlerle belirlenerek gelişmektedir. Minimum uygulanabilir bir ürünün istemleri dışında geliştiği ve buna göre de piyasadan gelen taleplerle dokunuşlar yapıldığı bulgusuna ulaşılmıştır. İlk başta piyasaya çıkılan fikrin yeni fikirlerle karşılaşma sonucunda değiştiğine yani bir pivot etme durumu olduğuna ulaşılmıştır. Teknopark ve TTO rolüne talep edilmeme nedeni ile rastlanmamıştır.

Teknopark ve TTO'dan her ne kadar talepte bulunulmasa da verilen eğitimlerle dolaylı da olsa bir destek alınmıştır. Teknopark ve TTO'da her sektörden çalışan olmadığı için akademisyenler bazen istediklerini bulamamaktadır. Tabi akademisyenlerin yapmakta olduğu iki görevleri olduğundan hatta bazen idarede olan akademisyenler de vardır ki bu da Teknoparktaki firmalarına zaman ayıramamalarına neden olmaktadır. Böyle olduğu için de akademisyen ile Teknopark arasında bir mesafe olmaktadır ve bu da destek almalarını engellemektedir.

3.3.6. Mentorluk Hizmeti

Katılımcılara mentorluk hizmeti aldınız mı? Bu süreçte görev yaptığınız üniversitenin Teknoparkı/TTO'su nasıl bir rol oynadı, sorusu sorulduğunda, bulgulara göre mentorluk hizmetini çoğu katılımcının almadığına ulaşılmıştır. Bir başka bulguya göre bu hizmeti alanlar da olmuştur. Bunların da şirketleşme yani kuruluş aşamasında ya da BİGG programının getirdiği yasal zorunlulukla alındığı ve bu aşamadan sonra da gerekmedikçe herhangi bir mentorluk hizmetinin alınmadığı bilgisine ulaşılmıştır. Bir başka bulguya göre ise sürece hâkimlikten ve yönetim kurulunda veya projelerde çalıştığından dolayı işin içinde olduğundan mentorlûğe ihtiyaç duyulmadığına ulaşılmıştır. Bir akademisyen KOSGEB'in ileri girişimcilik programına başvurduğunda süreci bilmedikleri için prosedürü öğrenmek amaçlı KOSGEB'den mentorluk aldığını söylemiştir (Katılımcı - 20). Teknopark ve TTO'nun rolünün yalnızca şirketleşme aşamasında olduğuna ve bunun dışında da Teknopark/TTO'dan bir talepte bulunulmadığına ulaşılmıştır.

Mentorluk hizmetini prosedürü bilmeyen akademisyenler almıştır. İşin içinde olan akademisyenler ihtiyaç duymamıştır. Bazen de girişimcilik destek programlarının

getirdiği zorunlulukla mentorlük alınmıştır. Genellikle de ilk aşamada alınmış olup ilerleyen aşamalarda ihtiyaç duyulmamıştır.

3.3.7. KOSGEB, TÜBİTAK vb. Girişimcilik Desteklerinden Faydalanma

Katılımcılara KOSGEB, TÜBİTAK vb. Girişimcilik desteklerinden faydalandınız mı? Bu süreçte görev yaptığınız üniversitenin Teknoparkı/TTO'su nasıl bir rol oynadı sorusu sorulduğunda, başlangıçta TÜBİTAK'ın 1512 BİGG programından destek alındığına ve ileri ki aşamalarda da herhangi bir desteğe ihtiyaç duyulmadığına ulaşılmıştır. Fakat ihtiyaç hissedildiğinde ileriki aşamalarda Teknogirişim, 1517 TEYDEP ve 1507 programlarından faydalandığı bilgisine de ulaşılmıştır. İhtiyaç duyduğu takdirde KOSGEB ve Ar-Ge İnovasyon desteklerinden de yararlanılmıştır. Bu süreçte ise Teknopark/TTO'nun aracılık ederek bu desteklerden herhangi birinin alınmasını sağlamıştır fakat kendisi destek olmamıştır. Teknopark ve TTO'dan talepte bulunulmadığından dolayı bir rolünün olmadığı ve sürece hakim olduklarından dolayı da kendilerinin süreci ilerlettiği bilgisine ulaşılmıştır. Bir başka bulgu ise şuan herhangi bir destekten faydalanılmadığını fakat nihai ürünün çıkmasına yakın başvurulabileceğinin düşünülmesidir.

KOSGEB ve TÜBİTAK'dan faydalanılmak istendiği halde faydalanılamamıştır. Çünkü KOSGEB ve TÜBİTAK'dan yararlanabilmek için en az anonim ve limited şirket olunması gerekmektedir ve buna da şöyle açıklık getirilmiştir: *“KOSGEB ve TÜBİTAK'dan faydalanabilmek için en az anonim veya limited şirket olmak gerekiyor, biz şahıs şirketi olduğumuz için faydalanamadık.”* (Katılımcı - 19)

Girişimcilik desteklerine özellikle ilk girişim aşamasında ihtiyaç duyulmuştur. İlk girişim aşamasında sektör bilinmediği için sektörü öğrenmek amaçlı ve şirket kurulumunda ilk bir sene daha yeni olduğu için mali yardımlardan faydalanmak amaçlı alınmıştır. Bu desteklerden faydalanabilme şartları vardır ve bu şartlara uygun olmayan şirket türleri faydalanamamaktadır. Dolayısıyla da bu desteklerden faydalanmak için de Teknopark ve TTO desteğine ihtiyaç duyulmamıştır.

Girişimcilik desteklerine şirket adıyla başvurulmaktadır. İlk önce şirket türü belirlenir ve daha sonra hangi şirket türü hangi desteklerden faydalanabilir buna bakılır. Tabi bazen de bu desteklerden faydalanabilmek adına ilk önce bu kurumlar araştırılır ve ona göre bir şirket türü belirlenir. Bazı şirketler ise süreci kendisi başlatmıştır ama Teknoparkın yönlendirmesiyle de bir kurumla tanışıp destek almaktadırlar.

3.3.8. Büyüme ve Gelişme

Katılımcılara büyüme ve gelişme aşamalarında nasıl karar aldınız ve bu aşamada görev yaptığınız üniversitenin Teknoparkı/TTO'su nasıl bir rol oynadı sorusu sorulduğunda, projenin gerçekleştirilememesi nedeniyle büyüme ve gelişme aşamasına gelinememiştir. Başlangıçtaki büyüklük yeterli görüldüğü için ve hem akademisyenliği hem de girişimciliği sağlıklı yürütebilmek ve maliyetler dolayısıyla da minimum büyüme yeterli görülmüştür. Fakat büyüyen firmalar da vardır. Maliyetlerin fazla olmasından dolayı ürün üretip satmak yerine akademik bilgiler satma yoluna gidilmiştir. Piyasadaki ihtiyaca göre ve ulaşılmak istenen hedeflerin olmasıyla şartlar dahilinde de büyüme ve gelişme kararı alınmaktadır. Bir başka büyüme ve gelişme kararı gelirlerin artışına ve piyasadaki beklentilere göre olduğu görülmüştür. Bir de piyasadaki reklamın iyi olmasına göre ve kazanç sağlandıkça büyümeye gidilmektedir. Büyümeye gidecek firmaların izlediği yol bir katılımcının sözleriyle daha net bir şekilde ifade edilmiştir:

“Önce bir maliyet analizi yapılıyor. Biz bu işi gerçekten belli bir fiyat içerisinde yapabilir miyiz/ yapamaz mıyız? Kendi uzmanlarımız yok bunun için de uzman maliyetlerine bakılıyor, o işten elde edecekleri paraya bakılıyor ve bunu karşılar mı karşılamaz mı? buna bakılıyor. Eğer karşılamazsa o işe hiç yaklaşılmıyor ama para kazanabileceğine inanılıyorsa o iş alınıyor.” (Katılımcı - 6)

Büyümenin yavaş yavaş sağlam adımlarla yapılması gerektiği bilgisine ulaşılmıştır ve şöyle de netleşmiştir: *“Piyasaya ve kendi enerjime göre büyüme ve gelişmeye gittim. Stratejiyi yavaş yavaş yaptım ve kontrollü bir büyüme yolunda ilerledim. Kontrollü büyümenin dışına çıkarsan işletme ölür, mümkün değil ayakta kalamaz.”* (Katılımcı - 16)

Büyüme ve gelişmeye ve aynı zamanda girişimciliğe idari görevde olmak engel olmaktadır. Bu da şöyle ifade edilmiştir: *“Hem girişimci hem de idari görevde olmak girişimciliği sekteye uğratmaktadır.”* (Katılımcı - 18)

Teknopark ve TTO’nun genellikle büyüme ve gelişmeye katkısının olmadığı kanısına varılmıştır. Teknopark ile firmaların onları bulması sağlanmıştır ve alternatif yollar açabilmek adına da yardımcı olmuşlardır. İki görüşle Teknoparkın büyümeye etkilerine şöyle netlik kazandırılmıştır:

“Bir fidanı dışarıda dikerseniz belki de dışarıdaki şartlarda fidan ölür, Teknopark içerisinde suyu, ışığı, nemi ayarlandığı için büyütme şansınız oluyor.” (Katılımcı - 15)

“Teknopark, üretime dayalı elverişli yerler sundu ve bize avantaj oldular. Onların sürekli olan bu desteklerinden dolayı büyüdük.” (Katılımcı - 12)

Teknoparkların büyüme ve gelişmeye etkisinin içinde bulunduğu firma sayısına, şehrin büyüklüğüne ve üniversitenin büyüklüğüne göre değiştiği kanısına ulaşılmıştır: *“Teknoparklar, büyük şehirlerde firmalarını fuarlara götürüp tanıtıyor fakat küçük şehirlerde böyle bir yapılanma yoktur.”* (Katılımcı - 19)

Büyüme ve gelişmenin ancak planlı ve programlı bir şekilde fırsatların ve tehditlerin neler olduğu göz önüne alınarak stratejik bir şekilde yapılması gerektiği ve bu şekilde ilerlenirse ancak sağlıklı bir şekilde büyüme ve gelişme olacağı öne sürülmüştür. Tabi büyüme ve gelişme büyük ve küçük şehirlere göre de değişme göstermektedir. Büyük şehirlerde imkânların genişliğinden dolayı daha çok gelişme gösterirken küçük şehirlerde imkânların kısıtlı olması sebebiyle gelişme de kısıtlı olmaktadır. Teknopark/TTO rolü başka firmalarla etkileşimi artırarak olmuştur. Bunun dışında firmalar büyüme ve gelişmeye kendi elinde olan imkanlar dahilinde gitmişlerdir.

Şirketler büyümeye gitmeden önce bir analizlerine bakarlar. Büyümeye ihtiyaçları var mı ya da büyümek için doğru zaman mı buna bakarlar. Eğer büyümeye ihtiyaçları yoksa bu onlar için yeterliyse böyle devam ederler. Fakat büyümeye

ihtiyaçları varsa bunun için detaylı bir piyasa araştırması yaparlar. Bu piyasa araştırmasından sonra büyüyüp büyümeme kararlarını verirler. Eğer piyasada avantajlı bir fırsat varsa ve bu menfaatleri doğrultusunda büyümeye giderler. Büyüme aşamalarla olmalıdır. Birden en yüksek kademeye geçilmez. Kontrollü büyüme hayat kurtarır.

Büyüyüp gelişebilmek için de gelişmiş veya gelişebileceğin birden fazla fırsatların sunulabileceği şehirde olmak da bir başka etkidir. Etkileşimin fazla olması için firma sayısının fazla olduğu bir yerde olmak yeni fırsatların doğmasını sağlamaktadır. Teknoparkların rolü de tam burada devreye girmektedir. Eğer büyük ve gelişmiş bir Teknopark ise yapacağı fuarlarla şirketlerin tanıtımını sağlayarak diğer şirketlerle tanıştırp orada istediğini bulabilme fırsatını sunmaktadır.

3.3.9. Genel Olarak Girişimcilik Süreci

Katılımcılara genel olarak girişimcilik sürecinde görev yaptığınız üniversitenin Teknoparkı/TTO'su nasıl bir rol oynadı sorusu sorulduğunda, Teknoparkın başlangıçta akademisyenlerin girişimciliğe girmesini kolaylaştıracak yasal izinlerin verilmesini sağladığı, üniversitelerde ve Teknopark içerisinde toplantılar düzenleyip bilgilendirme amaçlı tanıtımda bulunduğu bilgisine ulaşılmıştır. Teknoparkların aynı zamanda değişen mevzuat ve yönetmelikleri takip edip bilgi verdiği kanısına da ulaşılmıştır. Bu konunun netleşmesi için iki katılımcının görüşlerine bakılabilir:

“Teknopark bizim girişimciliği rahatlıkla yapabileceğimiz hem yasal olarak hem idari olarak sıkıntı çıkmayacak birazda prestij özellikle başlangıç aşamasında prestij kazanacak yerleşim yeri olarak katkı sağladı. Ama süreçte faaliyetleri yaparken gerek biz talep etmediğimiz için gerekse onların bir önerisi olmadığı için çok fazla bir katkısı olmadı.” (Katılımcı - 6) *“Teknopark ve TTO'ların girişimcilik sürecinde yetki alanına giren konularda destek vermeleri yeterlidir.”* (Katılımcı - 2)

Teknoparkların girişimcilik süreci boyunca teşvik ettiği fakat reklamını çok iyi yapamadığı için akademisyenlerin böyle bir girişimde bulunabileceklerini yani Teknoparkı ve adını duydularsa bile ne gibi bir işlevi olduğunu bilmemelerine neden

olmaktadır. Bunun için de şöyle bir öneri vardır: *“Teknoparklar öğretim üyelerini buraya çekecek çalışmalar yapmalıdır, sanayi ile iç içe olmalıdır ve akademisyenlerin odası olmalıdır. Böyle olursa hem üniversite hem de ülke için büyük katkı sağlar.”* (Katılımcı - 9)

Teknoparklardan verim alabilmek adına şöyle bir öneri daha vardır: *“Teknoparkta çok sık personel değişiyor. Başta alınan personeller daha iyi verim alabilmek adına değişmemelidir ve personellere dolgun maaş verilmelidir. Personellerini ellerinde tutmalıdırlar.”* (Katılımcı - 7)

Katılımcı -19 Teknoparklarla ilgili bir sıkıntıyı da şöyle dile getirmiştir: *“Teknoparkların sahibi ve yöneticisi üniversite olması gerekirken maalesef küçük illerdeki Teknoparklarda üniversite bir hak sahipliği yönetemediği için mi veya konjonktür nasıl oluştysa genelde organize sanayi müdürlükleri ve oradaki sanayi odasının kurduğu müdürlüklerden veya derneklerden bir ekip kuruluyor. Bu da bizim akademik veri üretmemizi engelliyor.”* diyerek Teknoparkların yönetim kuruluyla doçent seviyesindeki bir hocanın aynı dili konuşamayıp sıkıntılar çıktığını dile getirmiştir.

Teknopark ile Dernek arasında şöyle bir anlaşma varmış: *“Eğer Teknoparkta şirket kuran bir akademisyense ilk 1 yıllık kira ile ısınma bedellerini o dernek karşılıyor.”* diye bir anlaşma. *“Bu anlaşma bizim karar vermemizde çok etkili olmuştur, kurulduk anlaşma yürürlükten kalktı. Biz devam edebildik tabi ki de ama böyle destekler Teknoloji Geliştirme Bölgeleri yönetimi tarafından sağlanırsa kişiler üzerinde çok daha büyük teşvikler olacaktır.”* (Katılımcı - 20)

Teknoparkın girişimci olabilmek ve firma kurabilmek için bir gereklilik olduğunu söyleyen Katılımcı -10 şu önerilerde bulunmuştur:

“İdareci olmayan akademisyenleri mercek altına almalıdır yani girişimciliğe vakti olanları almalıdır. Girişimcilik konusunda ümit vadeden gençleri tespit edip

onlarla birebir iletişime girmesi lazım eğer Teknopark bünyesinde girişimciliğin yayılması arzu ediliyorsa.”

Buradan da anlaşılacağı gibi Teknopark/TTO girişimcilik süreci içerisinde pek bir katkı sağlamamıştır. Teknopark ve TTO’ların sağladığı finansal destekler projelerin yapılmasını da kolaylaştırmıştır. Fakat bu görüşün aksini düşünen bir katılımcı şöyle söylemiştir: *“Teknoparkta kuluçkadaki ürünlerin ticari hale gelmesi için mekanizması olabilir ama finansman desteği yok ve büyük ve küçük şirketlerle aynı kira alınmaktadır. Kiranın adaletli alınması gereklidir.”* (Katılımcı - 12)

Teknoparkların girişimcilik sürecinde rol alabileceği konusunda önerilerde bulunan akademisyenler olmuştur. Teknoparkın yaşaması için şehir ve organize sanayi olmak üzere iki önemli unsur olduğunu söyleyen katılımcı-3, bunu şöyle açıklamıştır:

“Organize sanayi güçlü bir oluşumla destek sağlarsa Teknoparklara da bunun yansımaları oluyor. Büyük firmalar sadece Teknoparkta kalmak istemiyor, organize sanayi ve Teknoparkla bir arada yürümek istiyor.”

Teknoparklara şirketleşme aşamasında şöyle bir öneride bulunulmuştur: *“İşin şirketleşme aşamasında tamamen şeffaf ve dürüstçe olumlu veya olumsuz her şeyi yansız bir biçimde anlatmaları gerekmektedir ki aksi takdirde bu göz göre göre şirketi batırmak demektir.”* (Katılımcı - 13)

Bir başka öneri ise şöyledir: *“Teknopark ve TTO’lar bize bir alan sunmalı, alan sunmuyor değil, orada bana ofis vermesin. Ben istiyorum ki bana bir alan belirlesin, ücretsiz tahsis yapsın, nasıl serbest bölgelerde, organize sanayi bölgelerinde varsa bana bir alan versin 40 yıllık sözleşme yapalım, ben oraya kendi binamı dikeyim. Yoksa Teknoparkların bünyesi içerisindeki küçük odalarda devasa projelerin çıkmasını beklemek, çalışan personelin motivasyonu açısından çok şey olmuyor.”* (Katılımcı - 16)

Katılımcı-16 yine şöyle bir öneride daha bulunmuştur: *“Mesela ben bir teknoloji geliştiriyorum, bunu bütün üniversitelere resmi yazı ile bildirmesi gerekiyor.”* diyerek üretilen ürünün veya bilginin tanıtımının yapılması gerektiğini vurgulamıştır.

Girişimcilik sürecinde şirketin büyüyüp gelişmemesindeki en büyük eksikliğin akademisyenlerin şirkete zaman ayıramıyor oluşundan kaynaklandığı ortaya çıkmıştır. Bir başka bulguya göre ise akademisyenlerin girişimci olma kararlarının genç yaşta olmamasıdır. Akademisyenlerin girişimcilik sürecine ilişkin görüşlerinde yapılan bir aktarımda daha net bir şekilde görülebilir:

“Akademisyen girişimcilerin yaş ortalaması çok yüksektir. Girişimcilik kararı belli bir yaşın üstünde alınıyor.” (Katılımcı - 4)

Genel olarak girişimcilik süreci boyunca Teknopark ve TTO’ların girişimciliğe nefes aldırarak akademisyenlerin önünü açtığı ve değişen yönetmelikleri de takip ederek akademisyenleri bilgilendirdiği ve aynı zamanda birçok vergi muafiyeti vb. teşviklerde bulunarak bir rol oynadığı bilgisine ulaşılmıştır. Tabi akademik girişimciliğin gelişebilmesi için bunların eksik kaldığı ve bu eksik oldukları konuları da akademisyenlerden dinleyerek gidermeleri önerilmektedir. Bu önerilerden en önemlileri ise akademisyenlere kendilerini duyurabilmek adına reklamlarını daha farklı mekanizmalarla yapmaları, personel değişimine değil personellerini ellerinde tutmaya gitmeleri ve bir bilgi veya ürün üretildiğinde bunun bütün üniversitelere duyurulmasını sağlamalarıdır.

Akademik girişimciliğin gelişebilmesi adına girişimci olma yaşını küçültmeye gidilmesi gerekmektedir. Hatta yaşı küçük ve sorumluluğu daha az olan akademisyenler girişimciliğe teşvik edilme yoluna gidilirse daha fazla verim alınacaktır. Teknopark/TTO’lar akademisyenlerin ürettiği yeni bilginin veya ürünün duyulması için destek olmalıdırlar. Yeni girişimci olmuş şirketleşme aşamasına gelmiş olan akademisyene avantajlar ve dezavantajlar olduğu gibi eksiksiz bir şekilde anlatılmalıdır. Buna göre bir plan yapıp o yolda ilerlenmesi gerekmektedir ki kurulan şirketlerin de kalıcılığı artsın. Büyük, gelişmiş şehirlerdeki Teknoparkların akademik girişimciliğe gösterdiği ilginin aynı şekilde küçük ve gelişmemiş şehirlerde de gösterilmesi akademik girişimciliğin gelişimine katkı sağlayacaktır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Geçmişten günümüze gelişen teknoloji ile yeni kavramlar ortaya çıkmıştır ve riskler alınarak teknolojinin getirdiği yeniliklerle de bir şeyler üretme arzusuyla girişimci kavramı ortaya çıkmıştır. Bu kavram sanayinin gelişmesiyle birlikte geçmişten günümüze güncelliğini koruyarak yepyeni kavramların ortaya çıkmasını sağlamıştır. Üniversitelere girerek üniversite-sanayi işbirliğini geliştirip girişimci üniversite modelini ortaya çıkarmıştır. Üniversitelerin girişimci olmasıyla bu kavram günümüzde akademisyenlerin de ilgisini çekmiştir ve girişimci olma isteğiyle birlikte akademik girişimcilik kavramı doğmuştur. Bu kavram, Teknoloji Geliştirme Bölgeleri ve Teknoparkların kurulumuyla gelişme göstermiş olup günümüzde de hala gelişmektedir. Akademik girişimcilik, akademisyenlerin ürettikleri bilgileri ve ürünleri üniversite-sanayi işbirliği içerisinde ticarileştirmeleri demektir. Akademik girişimcilik kavramıyla ilgili çalışmalar literatürde de sınırlı sayıdadır. Bu çalışma, akademik girişimciliğin literatürde olan eksikliklere açıklık kavuşturmak amacıyla yola çıkılarak yapılmıştır. Literatüre bakıldığında yapılan çalışmalar daha çok akademik girişimcilik niyeti üzerinedir ve bu niyete etki eden faktörler araştırılmıştır.

Bu çalışmanın temel amacı ise, literatürde olan girişimcilik niyeti üzerine araştırma yapıp niyete etki eden faktörleri değil de girişimci olma kararını vermiş akademisyene girişimci olma kararında etkili olan faktörü ve girişimcilik süreci boyunca etki eden faktörleri öğrenerek bu kararlarında veya süreç boyunca etkili olacak faktörlere Teknopark ve Teknoloji Transferi Ofisinin bir rolünün olup olmadığına da açıklık getirmektir. Bu amaç üzerinden de nitel bir çalışma yaparak TR83 Bölgesinde (Tokat-Samsun-Çorum) olan illerdeki Teknopark firmalarındaki akademisyenlerle bir alan araştırması yapılmıştır. Bu alan araştırması kapsamında da girişimcilik süreci aşamalarından da yola çıkılarak mülakat soruları hazırlanmış olup, gizliliğin sağlanarak ve güven ortamının oluşturularak, mülakat sohbet havasında gerçekleştirilmiştir. Teknopark ve TTO'nun rolünün araştırıldığı bu çalışmada elde edilen bulgular şöyledir:

Girişimci olma kararının bir anda verilen bir karar olmadığıнын, geçmişten gelen bir merak veya topluma ve insanlığa faydalı olma amacıyla gelen üretme isteğinden, öğrencilik yıllarında çalıştığı bir şirketten etkilenecek ve ürettikleri akademik bilgileri

ticarileştirme isteğinden yola çıkılarak verildiği kanısına ulaşılmıştır. Bu süreçte de Teknopark/TTO'nun pek bir rolünün olmadığı fakat yasal olarak akademisyen iken girişimci olamayacakları ve bilgilerini ticarileştirmek için Teknopark/TTO'ya ihtiyaç duyulduğu öğrenilmiştir. Bunun dışında da bir talepte bulunulmamıştır.

İş fikrinin, akademisyenlerin kendi uzman oldukları bir alandaki bir eksikliği fark ederek, kendilerinin en iyi olduğu alanı belirleyip bu alanda ne üretebiliriz diyerek, bir israfın önüne geçerek, pazarda araştırma yapılarak rakibe göre ve bilimsel veya bir şeyler üretme merakıyla belirlendiği sonucuna varılmıştır. Bu süreçte de Teknopark/TTO rolünün olmadığı ve akademisyenlerin iş fikirlerini kendilerinin belirleyip TTO/Teknoparka sunduğu ortaya çıkmıştır. Teknoparkın iş fikrini belirlemede değil de başlatmada bir rolünün olduğu bilgisine ulaşılmıştır.

Şirketleşme kararını verirken maliyet göz önüne alınmıştır. Sektörün bilinmemesi sebebiyle akademisyenler Teknopark/TTO dan şirket türleri konusunda bilgiler almıştır. Teknoparktaki muhasebecilerin yardımıyla şirket türüne karar verilmiştir. Burada KOSGEB veya TÜBİTAK desteği alabilmek için de limited veya anonim şirketten birini olma mecburiyeti ile şirket türünde maliyetinin az, yönetiminin kolay ve prestij açısından avantajlı olması dolayısıyla en çok limited şirket türü tercih edilmiştir. Tabi burada şirketi açıp kapatması kolay olması açısından da şahıs şirketi olma kararı verildiği bilgisine de ulaşılmıştır. Bulgulara göre de en fazla 4 ortaklı bir şirket yapısının olduğu bilgisine ulaşılmıştır.

Ortaklık kurulurken, güven duygusu ile arkadaşlıktan ortaklığa gidildiği bilgisine ulaşılmıştır. Ekibin stratejik bir kararlar, alanında uzman olan kişilerin belirlenip, bu kişilere teklifte bulunularak kurulduğu ortaya çıkmıştır. Ekibe sonradan dahil edilecek kişilerin ise yüksek lisans ve doktora öğrencileri arasından parlak olanların ve kendin yetiştir istihdam et politikası ile seçildiği kanısına ulaşılmıştır. Bu süreç Teknopark/TTO dışında gelişmiştir ve onlardan bir talepte bulunulmadığı dolayısıyla bir rolüne rastlanmamıştır.

İş modeli belirlenirken planlı programlı gidilmesi gerektiği ve aksi takdirde kalıcı olunamayacağı bilgisine ulaşılmıştır. İş modeli, pazar araştırması yapılarak,

piyasanın gözlemlenmesiyle piyasadaki ihtiyaç, problem belirlenerek, sağlayacağı fayda da göz önüne alınarak belirlenmiştir. Bu süreçte Teknopark/TTO rolünün modeli belirlemede değil dolaylı olarak verdikleri eğitimlerle, projenin yapılmasında, başka firmalarla etkileşimlerde ve modüllerin oluşturulmasında olduğu bilgisine ulaşılmıştır. Araştırma sonucunda bir MVP ürününün olmadığı ve olduysa da istem dışı geliştiği ortaya çıkmıştır. Piyasaya çıkıldığında yeni iş fikirleriyle karşılaşıldığında ilk belirlenen iş fikrinde değişiklik yapılarak, daha faydalı olan iş fikrine yönelerek bir pivot etme durumu gerçekleştirilmiştir. Teknopark/TTO'nun rolüne talepte bulunulmaması ve onların da herhangi bir öneride bulunmaması nedeniyle rastlanılmamıştır.

Mentorlük hizmetinin ilk başlangıç aşamasında alındığı ve bunun dışında alınmadığına ulaşılmıştır. Şirketleşme aşamasında işleyişin bilinmemesi nedeniyle Teknopark/TTO mentorlüğü alındığına ulaşılmıştır. Bir başka mentorlük ise KOSGEB ileri girişimcilik programında işleyişi öğrenmek amacıyla alınmıştır.

Girişimcilik sürecinde ilk proje girişiminde TÜBİTAK 1512 BİGG programından faydalandığı bilgisine ulaşılmıştır. İleriki aşamalarda ise TÜBİTAK'ın 1517 TEYDEP, 1507 ve Teknogirişim desteklerinden, KOSGEB ve Ar-Ge İnovasyon desteğinden faydalandığı sonucuna varılmıştır. Bu süreçte Teknopark/TTO'nun rolü aracılık ederek olmuştur. Bunun dışında Teknopark/TTO'dan herhangi bir talepte bulunulmadığı ve işin içinde olduğundan dolayı ihtiyaç duyulmadığı için bir rolü olamamıştır.

Büyüme ve gelişme aşamasında kontrollü bir şekilde yavaş yavaş ve sağlam adımlar atılarak ilerlemenin şirketin sağlığı açısından önemi vurgulanmıştır. Büyüme ve gelişme kararı vermek için önce bir maliyet analizi yapılarak kâr edip edilememesine bakılarak menfaatleri doğrultusunda bir karar verildiği bilgisine ulaşılmıştır. Teknopark ve TTO'nun rolüne rastlanmamıştır. Fakat Teknopark'ın kendi imkanları dahilinde şirket içinde alternatif yollarla sağladığı bir rolüne ulaşılmıştır. Büyüme ve gelişmenin Teknopark/TTO tarafından sağlanabilmesi o Teknopark/TTO'nun bulunduğu şehrin büyük ve küçüklüğüne göre değiştiği kanısına ulaşılmış olup, eğer büyük şehirde ise büyüebilme imkanının daha fazla olduğu sonucuna varılmıştır.

Genel olarak girişimcilik sürecinde, Teknopark/TTO'nun rolünün akademisyenlerin rahat nefes alabilmesi için yasal izinlerin verilmesi konusunda işlerini kolaylaştırmada ve akademisyenleri bilgilendirme amacıyla yapılan tanıtımlarla sağlandığı bilgisine ulaşılmıştır. Yapılan tanıtımların eksik kalması nedeniyle akademik girişimciliğe teşvik için bunu bütün akademisyenlere duyurma noktasında farklı mekanizmalar yapılması gerektiği önerisinde bulunulmuştur. Akademik girişimciliğin gelişmesi adına girişimcilik yaşını küçültebilmek adına da teşviklerde bulunulması gerekmektedir. Daha çok veri üretilebilmesi için Teknoparkların yönetiminin üniversite olması gerektiği aksi takdirde ise bir doçent veya profesör ile Teknopark yönetimindeki kişi aynı dili konuşamama nedeniyle anlaşmazlıkların çıktığı dile getirilmiştir. Teknopark personellerinin sürekli değişmesi verimin düşmesine neden olmaktadır ve bunun için personellerin değişmemesi önerilmektedir.

Sonuç olarak, girişimcilik süreci boyunca Teknopark ve Teknoloji Transferi Ofislerinin akademik girişimciliğe rollerinin kısıtlı olduğu ve bu rollerini artırmak için yeni mekanizmalar yapması gerektiği önerilmektedir.

Akademik girişimcilikle ilgili yapılan diğer çalışmalara bakıldığında Yücel ile Sezgin'in (2022) akademik girişimcilik motivasyonları çalışmalarında sosyal ağlarla ilgili motivasyonda bir katılımcının sahada karşılaşılan problemlere çözüm üretmek için çalışmaya başladıklarını söyleyerek bu çalışmada iş fikrinin belirlenmesi aşamasında katılımcı 14'ün söylediği “... *probleme odaklanıyorsunuz ve buna çözüm üretiyorsunuz...*” görüşünü destekler niteliktedir. Bu bakımdan da iş fikrinin sosyal ağlar aracılığıyla bir probleme çözüm üretmek amaçlı olduğu ortaya çıkmaktadır. Yine Yücel ile Sezgin'in kişisel motivasyonların etkisiyle katılımcılardan ulaşılan bir bulguda bağımsız çalışmak, hayallerini gerçekleştirebilmek ve teknik, ekonomik kazanımlar sunmak için kendi motivasyonlarıyla girişimciliğe başladıklarını söyleyerek bu çalışmanın girişimci olma kararı verilmesinde katılımcı 17'nin dediği “...*tamamen kendi motivasyonumla girdim...*” görüşüyle girişimciliğe başlama sürecinin motivasyonları arasında kişisel motivasyonun da olduğuna ulaşılmıştır. Yücel ile Sezgin'in çalışmasında yönetsel/organizasyonel problemler ve akademik iş yükü fazlalığı sorunları bulgusuna ulaşılmış ve bu bulgu bu çalışmanın büyüme ve gelişme

kısımında hem idari görevde olmanın hem de girişimci olmanın girişimciliğe engel olduğu bilgisiyle paralellik göstermiştir.

Çakır (2018) yaptığı çalışmada akademisyenlerin girişimciliğe başlama hikayeleri adı altında ulaştığı bulgulardan 3 akademisyenin doktora tezinden yola çıkarak projeyi hayata geçirme istekleri, bu çalışmada iş fikri belirleme aşamasında ulaşılan 2 akademisyen arkadaşın doktora tezlerinden yola çıkarak en iyi bildikleri konu üzerine üretim yapmak istemeleri ile örtüşerek hem girişimciliğe başlama hem de iş fikri belirleme hikayesi olduğu ortaya çıkmaktadır. Yine Çakır'ın çalışmasında ulaşılan bilimsel araştırmaya dayalı yaptıkları projelerinden yola çıkarak ürün çıkarma düşüncesiyle TÜBİTAK 1512 BİGG programına başvurarak bunun da kabul olmasıyla Teknokentte şirket kurmalarıyla faaliyete başlama bulguları, bu çalışmada hem iş fikri belirleme hem de girişimcilik programlarından destek alma sorularına gelen yanıtlara eşdeğer olmuştur. Böylelikle de alınan girişimcilik destekleri bir kez daha kanıtlanmış olmaktadır. Bu çalışmada ulaşılan bulgular ışığında akademisyenlerin sanayi deneyimi olmadan girişimciliğe girişi onları ürünecekleri bilgisine ulaşılmıştır. Yani akademisyenlerin sanayi ile iç içe olması gerekmesi bilgisine ulaşılmıştır ki buna benzer bir çalışma olan Çakır'ın çalışmasında akademisyenin sanayici ile beraber sahada olması ve üniversite-sanayi iş birliğinin geliştirilerek teknolojiye aktarılması bulgusu da sanayi-üniversite iş birliğinin önemini vurgulamıştır. Bu bağlamda da hem akademik girişimcilik hem de üniversitenin gelişimi açısından sanayi ile iç içe olunması gerektiği durumu ortaya çıkmıştır.

Teknoloji tabanlı girişimlerle ilgili yapılan Öztepe (2021)'nin çalışmasında Teknopark, Kuluçka Merkezleri ve Hızlandırıcı programların verdiği hizmetlerin fonksiyonel, finansal, mentörlük olarak yetersiz oldukları ve yaygın veya ulaşılabilir olmadığı bulgularına ulaşılmıştır. Benzer durum çalışmamızda da ortaya konmuştur. Bu durumun sebebi bazen akademisyen girişimcinin Teknopark ve Teknoloji Transferi Ofislerinden yardım talep etmemesine bağlı iken; bazen de Teknopark ve Teknoloji Transferi Ofislerinin akademisyenlere yeteri kadar ulaşamamasından kaynaklanmaktadır.

Araştırma sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde akademisyenlerin yıllara yaygın girişimci olma düşüncesi olduğu görülmektedir. Girişimci olma niyetinin arkasında çoğunlukla kişisel sebepler yer almaktadır. Zaten halihazırda hayatlarını idame edecek bir gelir düzeyleri bulunmaktadır. Dolayısıyla girişimci olmaya iten sebep maddi sebepten öte hayallerini gerçekleştirme olarak ifade edilebilir. Katılımcıların büyük çoğunluğunun yaptığı vurguya göre girişimci olma kararı bugünden yarına alınan bir karar değil çocukluktan itibaren eğitim, yetişme tarzı, stajlar, kişilik gibi hususlardan etkilenmektedir. Diğer taraftan akademik çalışmaların rafta değil piyasada olma isteği de bu niyeti kamçulamıştır. Teknoparklar ve teknoloji transfer ofisleri zaten girişimci olma niyetinde olan akademisyenlerin bu hayallerini gerçekleştirmeyi bir parça hızlandırmıştır. Fakat örneklerimizdeki hiçbir akademisyen teknoparklar ve teknoloji transfer ofislerinin girişimleri sonucu bu kararı almamıştır. Şurası bir gerçek teknoparkların sağladığı vergisel ve mevzuatsal avantajlar bu süreci kolaylaştırmıştır. Yine örneklerimizde karşımıza çıkan diğer bir sonuç TÜBİTAK BİGG desteklerinin bu sürecin hızlandırıcısı olduğudur. Bu bağlamda Teknopark ve teknoloji transfer ofislerin en büyük katkısı akademisyenlerin BİGG sürecine dahil edilmesiyle oluşmuştur. Şirketleşme türü ile ilgili karar da büyük ölçüde girişimcinin araştırması, mali müşavirlere danışması ve önceki şirket kuran arkadaşlarından aldığı bilgiyle şekillenmiştir. Ortaklık seçiminde iki husus ön plana çıkmıştır: Birincisi yıllara yaygın tanışıklık; ikincisi ise iş fikrinin tamamlayıcı olma rolleri olmuştur. Gerek ortak bulmada gerek ekip bulmada girişimciler büyük ölçüde kendileri karar vermiştir.

Girişimciler iş fikirlerini büyük ölçüde kendi çalışma alanlarından ortaya çıkarmışlardır. BİGG desteğiyle kurulmuş işletmeler teknoloji transfer ofisleri ve teknoparklarla iş fikirlerini istişare ederek belirli bir olgunluğa getirmişlerdir. Diğer girişimciler ise iş fikirlerini çok büyük ölçüde kendileri bulup geliştirmişlerdir. Girişimcilerin bir kısmı teknoparka verdikleri projeye odaklanıp tüm mesailerini o projeye harcarken, diğer girişimciler teknoparka verdikleri proje haricinde ürün, eğitim ve danışmanlık sunmaktadırlar. İş fikirlerini netleştirirken sistematik bir piyasa araştırması, potansiyel müşterilerle görüşme ve benzeri etkinlik çoğunlukla yapılmamıştır. Aynı şekilde bu süreçte de Teknopark ve teknoloji transfer ofislerinden hizmet talep edilmemiştir. İş fikirlerini netleştirmek, sistematik bir şekilde tuvale

yerleştirmek amacıyla hazırlanan iş modeli de benzer şekilde yapılmıştır. Akademisyenlerin tecrübeleri kısmi görüş alışverişleri ışığında hazırlanmış olup BİGG haricindeki olan işletmelerde formal bir şekilde iş modeli ortaya konulmamıştır. Akademik girişimcilerin büyük bir çoğunluğu piyasaya bilinçli bir şekilde MVP sunmamıştır. Aynı şekilde formal bir pivot yapılmamıştır. BİGG ile şirketleşmiş akademisyenlerde bu süreçler daha formal bir şekilde ilerlemiştir. Yine aynı şekilde BİGG harici olan firmalar formal bir mentollü danışmanlık hizmeti almamışlardır. Firmaların devlet desteklerinin etkin bir şekilde faydalanmadığı da gözükmemektedir. Bunun sebepleri; ilgisizlik, bilgisizlik, formaliteyle uğraşmama isteği şeklinde sıralanmaktadır. Girişimci sürekli bir bütün olarak ele alındığında teknoparkların ve teknoloji transfer ofislerin (BİGG harici) bu sürece çok fazla katkısı olmadığı gözükmemektedir. Bunun sebebi büyük ölçüde firmaların isteksiz olmasıdır. Akademik girişimciliğin gelişmesi için aşağıdaki noktalar önerilebilir:

- Akademik girişimcilerin bir kısmı akademik çalışmalarını fikirlerini şirketleştirmekte fakat ticarileştirememektedir. Bu konuda kendilerini geliştirmelidirler.
- Akademik çalışma alanlarını belirlerken piyasa ihtiyaçlarına uygun ticarileştirilecek konular araştırılabilir.
- Teknik olarak iyi düzeyde ama piyasada karşılığı olmayan Ar-Ge çalışmaları yapılmaktadır. Müşterinin / piyasanın sesine daha fazla kulak verilmelidir.
- Ticarileşme konusunda gerek istekli gerek bilgili olması gerekmektedir. Bilgili olmak için başta teknoparklar ve teknoloji transfer ofisleri olmak üzere farklı kurum ve kuruluşlardan yardım talep etmelidirler.
- Teknik bilgilerin yanı sıra işletmecilik bilgilerini geliştirmeleri gerekmektedir. Mentörlük almaları bu aşamada önem arz etmektedir.
- Başta TÜBİTAK olmak üzere desteklerden daha fazla yararlanmaya çaba göstermeleri gerekmektedir.
- Teknoparkların bir misyonu da network oluşturmaadır. Teknopark, TTO ve diğer firmaların bilgi ve tecrübesinden mümkün olduğunca faydalanmak gerekir.
- Akademisyenlerin bir kısmı piyasayı bilmedikleri için girişimciliğe yönelmekte tereddüt etmektedirler. Akademisyenlerin sanayi ile yakınlalışıp bu tereddütlerinin giderilmesi gerekmektedir.

- Genç akademisyenlerin girişimciliğe teşvik edilmesi gerekmektedir.

Akademik girişimcilik ile ilgili ileriki çalışmalarda aşağıdaki konular ele alınabilir:

- Araştırma diğer Teknoparklarda da yapılmak suretiyle genişletilebilir. Böylece Teknoparklar arası farklılığı olup olmadığı analiz edilebilir.

- Bu çalışma nitel olarak kurgulanmıştır. Yeni çalışmalar nicel olarak kurgulanabilir.

- Akademik girişimcilerin şirket performansları da analiz edilebilir.

- Akademik girişimciler ile diğer teknogirişimciler arasındaki fark ve benzerlikler araştırılabilir.

KAYNAKÇA

- Abreu, M., & Grinevich, V. (2013). The Nature of Academic Entrepreneurship in the UK: Widening The focus on Entrepreneurial Activities. *Research Policy*(42), 408-422.
- Abreu, M., & Grivenich, V. (2017). Gender patterns in academic entrepreneurship. *J Technol Transf* 42, 763-794.
- Acar, A. Z. (2004, Mayıs 13). Büyüme Stratejileri İzleyen İşletmelerin Örgütsel Yetenekleri ile İşletme Performansı İlişkisi. *Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 153. Gebze, Türkiye.
- Acar, S., & Uslu, D. (2018). Duygusal Zeka ile Girişimcilik Niyeti Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 5(4), 16-32.
- Ağca, V. (2005). Girişimcilik, Girişimcilik Yaklaşımları ve Girişimsel Süreç: Kavramsal Bir Çerçeve. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 7(1), 149-168.
- Ağca, V., & Kurt, M. (2007, Temmuz-Aralık). İç Girişimcilik ve Temel Belirleyicileri: Kavramsal Bir Çerçeve. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*(29), 83-112.
- Ağca, V., & Yörük, D. (2006). Bağımsız Girişimcilik ve İç Girişimcilik Arasındaki Farklar: Kavramsal Bir Çerçeve. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 8(2), 155-173.
- Akgemci, M. A., & Akça, C. (2021). Girişimciliğin Tanımı ve Türleri. *İktisadi ve İdari Bilimler Alanında Uluslararası Araştırmalar-4* (s. 464). içinde Konya: Eğitim Yayınevi.
- Akgöbek, İ. (2011, Haziran 14). Büyüme Stratejisi Olarak Şirket Birleşme ve Satın Almaları Türk Perakende Sektöründe Bir Araştırma. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 148. Karaman, Türkiye.
- Akkaya, D. T., Yıldız, E., & Koldere Akın, Y. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Girişimci Kişilik Özelliklerinin Değerlendirilmesi: Yalova Meslek Yüksekokulu Öğrencilerine Yönelik Bir Uygulama. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(8), 108-122.
- Akkoyunlu, B., & Kurbanoğlu, S. (2003). Öğretmen Adaylarının Bilgi Okuryazarlığı ve Bilgisayar Öz Yeterlik Algıları Üzerine Bir Çalışma. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*(24), 1-10.
- Akmermer, B., & Çolak, Ç. (2016). Akademik Girişimciliğin Geliştirilmesine Yönelik Bir Kamu Politikası Önerisi. *İkinci Uluslararası Saraybosna Sosyal Bilimler Konferansı*.
- Aksoy, B., Koçancı, M., & Namal, M. K. (2019, Mart 15). Girişimcilik Motivasyonu: Uygulamalı Girişimcilik Eğitimi Katılımcıları Örneği. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 26(1), 109-129.
- Akyazı, T. E. (2014, Nisan 16). Girişimcilik Sürecinde Sosyal Sermaye ve Sosyal Ağlar ile İç Girişimcilik Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma. *Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*. Aksaray, Türkiye.
- Alparslan, A. M., Taş, M. A., & Yastıoğlu, S. (2017, Ekim). Girişimcilik Niyeti Eğitimle Mi Artar Yoksa Kültürel Değerle Mi Açıklanır? *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(21), 148-161.
- Alptekin, E. (2013, Haziran 5). Türkiye'de Firmaların Finansal Desteklerinin Ekonomik Analizi. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 164. İzmir, Türkiye.
- Altuğ, F. (2021). Bölgesel İnovasyon Kümeleri Teknoparklarda Coğrafi ve İlişkisel Yakınlıkların Bilgi ve İnovasyon Süreçlerine Etkileri: Erciyes Teknopark Örneği. *Ege Coğrafya Dergisi*, 30(2), 265-288.
- Altuntaş, H. T. (2016). Girişimcilik Destek Programlarının Aktif İstihdam Politikası Üzerindeki Etkinliği: KOSGEB Yeni Girişimcilik Programı Örneği ve TR21 Analizi. *Tekirdağ, Türkiye*.
- Apan, M., & Öztel, A. (2018, Eylül 12-14). Borsa İstanbul'da Hisse Senetleri İşlem Gören Girişim Sermayesi Yatırım Ortaklıkları'nın 2012-2016 Dönemi Finansal Performans Analizi: Bir CRITIC Tabanlı PROMETHEE Uygulaması. *Business and Organization Research*, 643-648.

- Arıcı, A. S. (2000). Dünya Otomotiv Sanayiinde Küresel Büyüme Stratejileri ve Türk Otomotiv Sanayii Üzerindeki Etkileri. *Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 125. Antalya, Türkiye.
- Arıcıoğlu. (2002). Yönetimsel Başarının Değerlemesinde Duygusal Zekânın Kullanımı. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 27-42.
- Armağan, Y. (2019). Mobilya Tasarımında Yapay Zeka: Tasarım ve Ar-Ge Merkezleri Üzerinden Bir Değerlendirme. *Hacettepe Üniversitesi Güzel Sanatlar Enstitüsü*. Ankara, Türkiye.
- Arseven, A. (2016, Ekim 5). Öz Yeterlilik: Bir Kavram Analizi. *Electronic Turkish Studies*, 11, 63-80.
- Arslan, N., & Özmodanlı, Y. (2020). Teknoloji Geliştirme Bölgeleri ve Akademisyen Girişimciliği. *Verimlilik Dergisi*(3), 91-114.
- Aslan, M. (2022). Firmalarda Büyüme ve Büyüklük İlişkisinin Tespitine Yönelik Bir Analiz. *Kastamonu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 24(2), 280-288.
- Astebro, T., Braunerhjelm, P., & Broström, A. (2013, Ocak 22). Does Academic Entrepreneurship Pay? *Industrial and Corporate Change*, 22(1), 281-311.
- Aşkın, A., Nehir, S., & Vural, S. Ö. (2011). Tarihsel Süreçte Girişimcilik Kavramı ve Gelişimi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 6(2), 56-72.
- Atamulu, İ., & Yüce, A. A. (2021). Anonim Şirketin Sermaye Borcunun Ödenmesi İçin Pay Sahiplerine Hukuka Aykırı Olarak Finansal Destek Sağlaması. *Ticaret ve Fikri Mülkiyet Hukuku Dergisi*, 7(2), 213-237.
- Avşar, M. (2007, Eylül). Yükseköğretimde Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Araştırılması, Çukurova Üniversitesinde Bir Uygulama. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 1-99. Adana, Türkiye.
- Aydın, H. (1998, Mayıs 29). Büyüme Stratejisi Olarak Holdingler ve Türkiye'deki Holdingleşme Olgusu. *Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 112. Trabzon, Türkiye.
- Aydın, Y. (2012, Mart). Firma Değerleme Yöntemleri. *Kırklareli Üniversitesi İİBF Dergisi*, 1(1), 87-110.
- Aytaç, Ö. (2006, Ağustos). Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(15).
- Aytekin, H. Ö. (2022, Nisan 29). Büyüme Stratejilerinin Örgüt Performansına Etkisinde Lojistik Stratejilerin Düzenleyici ve Örgüt Yapılarının Aracı Rolünün Havacılık Sektörü Bağlamında Araştırılması. *İstanbul Arel Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü*, 148. İstanbul, Türkiye.
- Ballı, A. (2017). Girişimcilik ve Girişimci Tipolojileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(29), 143-166.
- Ballı, A. (2018). Girişimcilik, Girişimcilik Türleri ve Girişimci Tipoloileri Üzerine Bir Araştırma.
- Ballı, A. İ., & Üstün, F. (2019). Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Niyeti Üzerine Etkisi: Uygulamalı Girişimcilik Eğitimine Katılanlar Üzerine Bir Çalışma. *Business & Management Studies: An International Journal*, 7(1), 308-326.
- Baltacı, A. (2018, Haziran). Nitel Araştırmalarda Örneklem Yöntemleri ve Örnek Hacmi Sorunsalı Üzerine Kavramsal Bir İnceleme. *Bitlis Eren Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 231-274.
- Baltacı, A. (2019). Nitel Araştırma Süreci: Nitel Bir Araştırma Nasıl Yapılır? *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 368-388.
- Başar, B. (2019). Girişimcilerde Kişilik Özellikleri ve Çalışma Ahlakı İlişkisine Yönelik Bir Çalışma. *Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*. Ankara.
- Baydaş, M. (2013, Şubat 4). İşletmelerin Kriz Dönemlerinde Uyguladıkları Pazarlama Stratejileri EURO Bölgesi Krizinden Etkilenme Düzeylerinin Araştırılması: Mobilye Sektörü Örneği. *Dicle Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 119. Diyarbakır, Türkiye.

- Bayram, G. N. (2014). Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisinin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 1-59. Gaziantep.
- BENNETT, L. M., & GADLIN, H. (2013). Collaboration and Team Science: From Theory to Practice. (L. Ataseven, & R. Yılmaz, Dü) *World of Knowledge*, 14(2), 420-439.
- Bıkmaz, F. H. (2002). Fen Öğretiminde Öz Yeterlik İnancı Ölçeği. *Eğitim Bilimleri ve Uygulama*, 1(2), 197-210.
- Bingöl, G., & Yılmaz Türkmen, S. (2016, Ocak). Girişimciliğin Finansmanında Melek Sermaye ve Türkiye Uygulaması. *Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi*, 12(45), 357-373.
- Boğa, T. (2019, Aralık). Girişimcilerin Pazarlamaya Bakış Açışı Bağlamında Pazarlama Eğitimi ve Deneyiminin Girişimcilerin Başarısına Etkisi. *İstanbul T.C. Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 144. İstanbul, Türkiye.
- Bolat, O. İ. (2011, Nisan). Öz yeterlilik ve Tükenmişlik İlişkisi: Lider-Üye Etkileşiminin Aracılık Etkisi. *Ege Akademik Bakış*, 11(2), 255-266.
- Bozgeyik, A. (2005). *Girişimcilere Yol Haritası*. İstanbul: Hayat Yayınları.
- Bozkurt, Ö. (2006). Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(2), 93-111.
- Bozkurt, Ö., & Erdurur, K. (2013). Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimindeki Etkisi: Potansiyel Girişimciler Üzerinde Bir Araştırma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(2), 57-78.
- Bulut, Ç., & Aslan, G. (2014). Üniversitelerde Gerçekleşen Girişimcilik Faaliyetlerinin Değerlendirilmesi. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 10(22).
- Buyurgan, E. (2019, Ağustos 26). Akademik Girişimciliğe Etki Eden Bireysel ve Örgütsel Faktörler. *Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 149. İzmir, Türkiye.
- Bürken, G. Ö. (2018). Girişimci Üniversite Kurgusunda Teknoloji Transfer Ofislerinin Rolünün İncelenmesi: Akdeniz Üniversitesi Teknoloji Transfer Ofisi Örneği. *Sosyal Bilimler Enstitüsü*. Antalya.
- Cansız, M. (2016, Mart 22). Türkiye'de Akademik Girişimciliğin Sosyolojik Analizi. *Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*. Ankara, Türkiye.
- Ceyhan, F. M., & Yardımcıoğlu, M. (2017, Ağustos 29). Uluslararası Ölçekte Girişimci ve İşletme Olabilmek İçin Oluşturulması Gereken Girişimcilik İklimi . *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 4(10), 165-172.
- Çakinberk, A. (2007). Stratejik İttifaklar ile Büyüme Stratejisi ve Kaynaklar Arasındaki ilişkinin İncelenmesi. *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 243. İstanbul, Türkiye.
- Çakır, B. Ö. (2018). Teknoparklar ve Girişimciliğin Akademik Boyutu Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*. Konya, Türkiye.
- Çakır, B. Ö. (2018). Teknoparklar ve Girişimciliğin Akademik Boyutu Üzerine Nitel Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 294. Konya, Türkiye.
- Çakır, C. (2021). Türkiye Startup Ekosisteminde Üniversite Kulučka Merkezlerinin ve Melek Yatırımcılarının Deđerlendirilmesi. *Tekirdađ Namık Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*. Tekirdađ, Türkiye.
- Çelik, F. (2019, Aralık). Yerel Kalkınmada Teknopark Modeli: Emilia-Romagna (İtalya) ve Shannon (İrlanda) Bölgeleri Örnekleri. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(4).
- Çetin, F. (2011). Örgüt İçi Girişimcilikte Öz Yeterlilik Algısı ve Kontrol Odağının Rolü. *İşletme ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 2(3), 69-85.
- Çetinkaya, A. ř., & Ay, K. (2017, Ağustos). KOSGEB Girişimcilik Desteklerinin Amacına Ulaşma Düzeyi: Konya İli Araştırması. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 17, 19-34.
- Çiftçi, M. (2010). Girişimci Üniversite ve Üçüncü Kuşak Üniversiteler. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*(27), 1-5.

- Çiftçi, U. S., & Petekçi, S. (2022). Start-up Anlatılarının Argümantasyon Perspektifinden Değerlendirilmesi: İTÜ BİG BANG Start-up Challenge Örnek Olayı. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(Kongre Özel Sayısı), 258-279.
- Çubukçu, C., & Yücel, U. O. (tarih yok). Çevik Metodolojilere Karşı Yalın Prensipler: Hangisi Teknoloji Girişim Şirketlerinin Büyümesi İçin Kullanılmalıdır? *Bişimde Güncel Uygulamalar*, 1, 25-43. İstanbul, Türkiye.
- Dbeys, A. D. (2009, Mayıs 8). İzmir ve Antalya İlleri Örneği İle Tarımsal Üretimde Şirketleşme Koşul ve Olanakları Üzerine Bir Araştırma. *Ege Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, 266. İzmir, Bornova, Türkiye.
- Demir, A. Z., Eliöz, M., Çebi, M., & Sezen, S. (2015). Girişimcilik ve Girişimci Üniversite: Spor Fakültesi Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma. *Ondokuz Mayıs Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 34(1), 198-212.
- Demir, B. (2015, Haziran). Üst Yönetim Karakteristik Özelliklerinin Büyüme Stratejisine Etkisi: Üst Yönetimin Stratejik Karar Sürecinin Aaracılık Etkisi. *İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 173. İstanbul, Türkiye.
- Demirci, İ. (2018, Haziran 25). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimi: Iğdır Üniversitesi Örneği. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 122. Iğdır, Türkiye.
- Demirtaş, Ö. (2014). Akademik Girişimilikte Bireysel ve Sosyal Faktörlerin Rolü. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 12(23), 189-207.
- Dilek, S., Kesgingöz, H., & Nergiz, E. (2019). Ekonomi Okuryazarlığının Girişimcilik Niyeti Üzerine Etkisi. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 54(1), 89-107.
- Diñel, S. (2019). *Girişimcilik*. Ankara, Türkiye: Togan.
- Dindaroğlu, Y. (2014, Ağustos 12). Üniversite Spin-Off Şirketlerinin Başarısını Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Türkiye Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Örneği. *Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*. Trabzon, Türkiye.
- Doğan, N. (2013). Türkiye'de Girişimcilik Eğilimi: Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. *İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*. İstanbul.
- Doğan, S., & Şahin, F. (2007). Duygusal Zeka: Tarihsel Gelişimi ve Örgütler İçin Önemine Kavramsal Bir Bakış. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(1), 231-252.
- Dollinger, M. J. (2008). *Entrepreneurship*. Marsh Publications.
- Durak, İ. (2011). KOBİ Girişimcilerinin Tek Başına İşletme Sahibi Olmak Ya Da Ortaklık Kurmakla İlgili Yaklaşımları: Bir Alan Araştırması. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 9(1), 239-256.
- Durak, İ. (2011). KOBİ Girişimcilerinin Tek Başına İşletme Sahibi Olmak Ya Da Ortaklık Kurmakla İlgili Yaklaşımları: Bir Alan Araştırması. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 9(1), 243-256.
- Durukan, T. (2006). Düünden Bugüne Girişimcilik ve 21. Yüzyılda Girişimciliğin Önemi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(2), 25-37.
- Dündar, S., & Ağca, V. (2007). Afyon Kocatepe Üniversitesi Lisans Öğrencilerinin İncelenmesine İlişkin Ampirik Bir Çalışma. *H.Ü. İktisadi ve İdari Birimler Fakültesi Dergisi*, 25(1), 121-142.
- Ensari, M. Ş. (2017). İş Modeli Kanvası'nı Anlamak. *Maliye Finans Yazıları Dergisi*(20), 154-174.
- Ercan, S., & Gökdeniz, İ. (2009). Girişimciliğin Gelişim Süreci ve Girişimcilik Açısından Kazakistan. *Ahmet Yesevi Üniversitesi Mütevelli Heyet Başkanlığı*(49), 59-82.
- Erdil, Ş. T. (2022). Türkiye'de Akademik Girişimcilik Bağlamında Üniversite-Sanayi İş Birliği Arayüzleri ve Sağlanan Destekler. *Journal of Theoretical Empirical Research on Management*, 2, 1-9.
- Erdil, Ş. T. (2023, Şubat 17). Üniversite, Sanayi ve Devlet Desteklerinin Akademik Girişimcilik Davranışına Etkisinin İncelenmesi. *Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü*. Çanakkale, Türkiye.

- Eren, A. (2022, Eylül 12). Girişimsel Öz- Etkinlik ve Fırsat Tanımlamanın Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Niyetleri Üzerindeki Rolünün İncelenmesi: Karabük Üniversitesinde Bir Araştırma. *Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü* , 123. Karabük, Türkiye .
- Eren, E. (2002). *İşletmelerde Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası* (6. b.). İstanbul, Türkiye: Beta Basım Yayın Dağıtım .
- Erkan, M. K. (2015, Kasım 9). Firma Büyüme Performansının Dinamikleri. *Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 136. Sakarya, Türkiye.
- Erkocaoğlu, E., & Özgen, H. (2009). Kurumsal Girişimcilik ile Örgüt Yapısı Arasındaki İlişki. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(1), 203-214.
- Erkoç, S. (2006). KOBİ'lerin Büyüme Yönelimlerinin Büyüme Stratejileri Açısından Analizi ve Aydın Organize Sanayi Bölgesinde Bir Araştırma. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 164. Kütahya, Türkiye.
- Ertaş, F. C., & Çetin, A. (2009). Türkiye'de Şirketleşme ve Ekonomik Değişkenlerle Olan Etkileşimi: 1995-2008. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*(43), 85-96.
- Ertemel, A. V. (2016). Teknoloji Girişimi Süreç Yönetiminde Yeni Bir Yaklaşım: Yalın Girişim Metodolojisinin İncelenmesi. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15(29), 119-133.
- Esmer, A. H. (2019, Mayıs 27). Dış Ticaret Firmalarının Endüstri 4.0 Uygulama ve Süreçlerine Dair Nitel Bir Araştırma. *Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü*, 109. Sakarya, Türkiye.
- Fernandez, P. (2004, January). Company Valuation Methods. The Most Common Errors in Valuations. *IESE Business School-University of Navarra Working Paper*(449), 1-33.
- Garcez, A., Silva, R., & Franco, M. (2022). Digital transformation shaping structural pillars for academic entrepreneurship: A framework proposal and research agenda. *Education and Information Technologies*, 27, 1159-1182.
- Gedik, T., Akyüz, K. C., Aydın, A., Yıldırım, İ., & Akyüz, İ. (2008). Orman Endüstri Mühendis Adaylarının Bölüm Tercihi ve İş Bulma Düşünceleri Üzerine Bir Araştırma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 3(1), 103-116.
- Genç, N. (2007). *Ortaklık Kültürü*. İstanbul: MÜSİAD Yönetim Kitaplığı.
- Gençtürk, D. Ç. (2006, Ekim 11). Aile İşletmelerinin Büyümesi ve Büyüme Stratejilerine Karşı Tutumu Kocaeli Sanayi Odası'na Bağlı Aile İşletmelerinde Bir Uygulama. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 93. Kocaeli, Türkiye.
- Goethner, M., & Wyrwich, M. (2020). Cross-faculty proximity and academic entrepreneurship: the role of business schools. *The Journal of Technology Transfer*, 45, 1016-1062.
- Göçmen, S. (2007). İşletmelerde Girişimcilik Özelliğini Destekleyen Faktörler: İç Girişimcilik. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*. Manisa, Türkiye.
- Görgün, M. (2022, Aralık 9). Girişimcilik Sürecinde Kadın ve Girişimci Ev Hanımları: Kütahya İli Örneği. *Kütahya Dumlupınar Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü*. Kütahya, Türkiye.
- Guindalini, C., Verreynne, M. L., & Kastle, T. (2021 , Aralık). Taking scientific inventions to market: Mapping the academic entrepreneurship ecosystem . *Technological Forecasting & Social Change* , 173.
- Gülbaş, S. Y. (2011). İnovasyon: Teknopark Modeli. *ANKEM Dergisi*, 25, 139-145.
- Güler, Y. B., Bozacı, İ., & Karakaya, E. (2016, Aralık). Kültür ile Girişimcilik Eğilimi ve Ortaklık Kültürü İlişkilerinin İncelenmesi: Kırıkkale İli Üniversite Öğrencileri Örneği. *AKÜ İİBF Dergisi*, 18(2), 23-33.
- Güler, Y. B., Bozacı, İ., & Karakaya, E. (2016, Aralık). Kültür ile Girişimcilik Eğilimi ve Ortaklık Kültürü İlişkilerinin İncelenmesi: Kırıkkale İli Üniversite Öğrencileri Örneği. *AKÜ İİBF Dergisi*, 18(2), 23-33.
- Gümüşboğa, D. C. (2021, Ocak 29). Havalimanı İşletmeciliğinde Stratejik Büyüme: TAV Havalimanları Örnek Olayı. *Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 80. Kocaeli, Türkiye.

- Günay, S. G., & Başalp, A. (2011). Girişimciler, Melek Yatırımcılar ve Risk Sermayesi Firmaları Arasında Kurulacak Bir Ağ, Bu Ağın Yapısı ve Önemi. *Business and Economics Research Journal*, 2(2), 153-164.
- Gürel, E. B. (2012, Haziran). İç Girişimcilik: Bir Literatür Taraması. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*(6), 57-75.
- Gürler, G., Taş, A., & Ersoy, A. Y. (2019). *Girişimcilik Temek Kavramlar ve Bir Süreç Önerisi*. Sakarya, Türkiye: Sakarya Üniversitesi Yayınları.
- Gürpınar, K., Yüncü , V., & Yılan , Y. (2020). Sosyal Zeka ve Girişimci Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin Sınıflandırılması. *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 9(2), 128-148.
- Halıcıoğlu, F. H., & Kuntay, G. (2015). Yapı Projelerinde Uluslararası Ortaklık Oluşturma Nedenleri Üzerine Bir Araştırma. *Küresel Mühendislik Çalışmaları Dergisi*, 2(2), 62-69.
- Halis, M., Şenkal , A., & Türkay, O. (2009). Kültür, Ortaklık ve Rekabet: Türkiye'ye İlişkin Rakamlar. *Journal of Azerbaijani Studies*, 444-460.
- Hossinger, S., Block, J., Chen, X., & Werner, A. (2023). Venture creation patterns in accademic entrepreneurship: the role of founder motivations. *The Journal of Technology Transfer*, 48, 68-125.
- İlter, B. (2008, Nisan). Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunların Analizi: Kagitider Örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 234. Afyonkarahisar, Türkiye.
- İskender, E., & İskender, H. Y. (2016). Tübitak Bilimsel Destekleri ve Girişimci Üniversiteler. Hakkari, Türkiye.
- İşgörücü, M., & Bozkurt, Ö. (2019). Girişimcilerin Finansal Kaynağı Olarak Meleke Yatırımcılar Üzerine Bir İnceleme. K. Çapraz içinde, II. *InTradersUluslararası Ticaret Kongresi Kongre Kitabı* (s. 248-262). Türkiye: Hiperlink eğit. ilet. yay. san. tic. ve ltd. sti.
- İşık, H. B., & Bilgin , O. (2016). Finansal Gelişme ve Ekonomik Büyüme İlişkisi: Türkiye Örneği. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 5(7), 1757-1765.
- İşmen, A. E. (2001). Duygusal Zeka ve Problem Çözme. *M.Ü. Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 13(13), 111-124.
- Kacar, A. İ., & Yakın, V. (2018, Temmuz 30). Paylaşım Ekonomisi ve Değer Yaratmak: Kanvas İş Modeli Örneği. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 53(3), 724-739.
- Kalça, A., Dindaroğlu , Y., & Bal , B. (2017). Teknoloji Geliştirme Bölgeleri Özelinde Akademik Filiz İşletmelerin Kuruluşunu Etkileyen Faktörlerin Belirlenmesi: Türkiye Örneği. *Karadeniz Teknik Ünivrsitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(4), 485-500.
- Karabayır, M. E., Gülşen , A. Z., Çiftci, S., & Muzaffar, H. (2012). Melek Yatırımcıların Yatırım Kararlarında Girişimci Odaklılığının Rolü: Türkiye'deki Melek Yatırımcılar Üzerine Bir Çalışma. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 67(2), 69-93.
- Karabulut, A. T. (2009). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerini ve Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 26(1), 331-356.
- Karabulutlu, E. Y., Yılmaz, S., & Yurttaş, A. (2011). Öğrencilerin Duygusal Zeka Düzeyleri İle Problem Çözme Becerileri Arasındaki İlişki. *Psikiyatri Hemşireliği Dergisi* , 2(2), 75-79.
- Karademir, H. (2019, Eylül 12). Üniversite ve Sanayi İş Birliği Bağlamında Teknoparkların Ar-Ge ve İnovasyon Faaliyetleri: Yıldız Teknopark Örneği. *Sosyal Bilimler Enstitüsü*. İstanbul, İstanbul, Türkiye.
- Karakuş, G. (2021). Ar-Ge/Tasarım Merkezi Nedir? Türkiye'de Ar-Ge ve Tasarım Merkezi Kurulum Sürecine İlişkin Bir Araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* , 23(3), 1381-1404.

- Kaygın, E. (2011, Kasım 25). Girişimcilik Sürecinde Dönüştürücü Liderlik Anlayışı- Bir Uygulama. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 260. Erzurum, Türkiye.
- Kaygın, E., & Güven , B. (2015). *Girişimcilik: Temel Kavramlar, Girişimcilik Türleri, Girişimcilikte Güncel Konular*. İstanbul, Başakşehir: Siyahinci Akademi .
- Kayış, A. (2010, Kasım 4). Girişimcilik ve İç Girişimciliğin Önündeki Engeller: Yazılım Sektöründe Bir Uygulama. *Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü*. Gebze, Türkiye.
- Keleş, H. N., Kırıl Özkan, T., Doğaner, M., & Altunoğlu, A. E. (2012). Önlisans Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Uluslararası Ekonomik ve İdari Çalışmalar Dergisi*, 5(9), 107-118.
- Kepenek, E. B. (2020). Yaratıcı Endüstrileri ve Girişimci Üniversiteler İlişkisi: Dijital Oyun Sektörü Üzerinden Bir İnceleme. *Politik Ekonomik Kuram*, 4(1), 141-169.
- Keskin, U., & Şen , O. (2022). Girişimcilik Sürecinin Sokratik Bakış Açısıyla Değerlendirilmesi. *Kafkas Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 13(25), 89-113.
- Kılıç, A., & Ayvaz, Ü. (2011, Kasım). Üniversite-Sanayi-Devlet İşbirliğinin Sağlayıcısı Olarak Teknoparklar ve Teknoloji Transferi İşbirliklerinde Mevcut Durum. *Savunma Bilimleri Dergisi*, 10(2), 58-79.
- Kılınç, U., & Alparlan, A. M. (2014, Mayıs 11). Yükseköğretimde Mentörlük: Mentör ve Menti Bakış Açılarını Belirlemeye Yönelik Bir Uygulama. *Yükseköğretim Dergisi*, 4(2), 91-101.
- Kiper, M., Taş , R., & Ünlü, S. (2019). *Teknoloji Transfer Ofisleri* (1. b.). Eskişehir: ACT Reklam Ajansı.
- Kirtley, J., & O'Mahony, S. (2020, Şubat 6). What is a pivot? Explaining when and how entrepreneurial firms decide to make strategic change and pivot. *Special Issue Article*(44), 197-230.
- Kısakürek, M. M., & Alpan , N. (2010). Muhasebe Meslek Ortaklığının Sağlayacağı Yararların Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Sivas Örneği. *Ekonomik ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 6(2), 85-101.
- Kocaoğlu, H. E. (2010, Mart 2). Türkiye'de Küçülerek Büyüme Stratejisinin Avantaj ve Dezavantajlarını İncelemeye Yönelik Bir Örnek Olay Çalışması. *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 184. İstanbul, Türkiye.
- Koçak, A. (2022, Şubat). Oyun Geliştirme Süreçlerinde MVP Tekniklerinin Kullanımı: HYPER-CASUAL Mobil Oyunlar Örneği. *Gaziantep Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, 102. Gaziantep, Türkiye.
- KOSGEB T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı. (2023). *T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı*. Kasım 12, 2023 tarihinde <https://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/genel/destekler/6313/arge-teknolojik-uretim-ve-yerlilestirme-destekleri>
- Köker, A. R. (2021, Nisan 10-12). Girişimcilik Sürecinde Sosyal Ağ İlişkilerinin Evrimi. *ASEAD 7. Uluslararası Sosyal Bilimler Sempozyumu*, 558-575. Antalya, Kemer, Türkiye.
- Köse, M. (2012). Tarihi Süreçte Şirketler ve Fonsiyonları. *EKEV Akademi Dergisi* , 16(50), 273-284.
- Kram, K. E. (1983). Phases of the Mentor Relationship. *Academy of Management Journal*, 26(4), 608-625.
- Kurnaz, G., & Bedük, A. (2017, Nisan). Türkiye'de ve Dünyada Melek Yatırımcılık. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 20(1), 27-40.
- Kuzu, A., Kahraman , M., & Odabaşı, H. (2012). Mentörlükte Yeni Bir Yaklaşım: E-Mentörlük. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(4), 173--184.
- Küçükaltan, D. (2009). Genel Bir Yaklaşımla Girişimcilik. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 21-28.
- Lokmanhekim, R. (2017, Aralık). Yabancı ve Türk Sermayeli Lojistik Firmalarının Türkiye'deki Büyüme Stratejileri. *Okan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 107. İstanbul, Türkiye.

- Marangoz, M., Kaya, F., & Bakan, H. (2014, Haziran). Eğitim Alanı Girişimcilik Niyetini Nasıl Etkilemektedir? Üniversite Öğrencilerine Yönelik Bir İnceleme. *Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 75-96.
- Mazgal, S. (2013, Temmuz 25). Girişimciliğin Bir Kariyer Olarak Tercih Edilmesinde Dışsal Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*. Sakarya, Türkiye.
- Meyers, A. D., & Pruthi, S. (2011). Academic entrepreneurship, entrepreneurial universities and biotechnology . *Journal of Commercial Biotechnology* 17, 349-357.
- Nalbantoğlu, A. (2022, Ocak 6). Akademik Özyeterliliğin Akademik Girişimcilik Niyetine Etkisi ve Üniversite-Sanayi İşbirliği Destek Mekanizmalarının Değerlendirilmesi. *İzmir Katip Çelebi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*. İzmir, Türkiye.
- Namal, M. K., Koçancı, M., & Aksoy, B. (2018). KOSGEB Girişimcilik Programı: Eleştirel Bir Değerlendirme. *Akademik Hassasiyetler*, 5(9), 93-110.
- Nazlım, A. (2021, Kasım). Erkeklerin Evi Geçindirme Yükümlülükleri ve Çalışma Kararları Etkileşimi: Denizli İli Örneği ile Nitel Bir Araştırma. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 125. Denizli, Türkiye.
- Nur, N. B. (2020). Determinants of Entrepreneurial Intention Among Academicians in Turkey. *İstanbul Aydın Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü*, 108. İstanbul, Türkiye.
- Obschonka, M., Moeller, J., & Goethner, M. (2019, Ocak 9). Entrepreneurial Passion and Personality: The Case of Academic Entrepreneurship. *Original Research Published* , 9.
- Ocak, N., & Karaman, G. (2022). Türkiye'de Yiyecek İçecek Sektöründe Faaliyet Gösteren İşletmelerin Kurumsallaşması: Hukuksal Yapı ve Reorganizasyon. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, 5(1), 157-169.
- Ocak, N., & Karaman, G. (2022). Türkiye'de Yiyecek İçecek Sektöründe Faaliyet Gösteren İşletmelerin Kurumsallaşması: Hukuksal Yapı ve Reorganizasyon. *Journal of Gastronomy Hospitality and Travel*, 5(1), 157-169.
- Odabaşı, Y. (2004). *Girişimcilik*. Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Yayını.
- Olsen, S., & Galamidi, B. (2009). Managing Social and Environmental Impact: A New Discipline For A New Economy. *Journal Of World Affairs*, 15(2), 43-56.
- Oral, S., & Selçuk, G. N. (2021, Aralık 6). Yükseköğretim Öğrencilerinin Girişimcilik Hissi Üzerine Bir Araştırma: Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesi Örneği. *Journal of Silk Road Tourism Researches*, 1(1), 13-40.
- Osterwalder, A., & Pigneur, Y. (2010). *Business Model Generation: A Handbook for Visionaries, Game Changers, and Challengers* (Cilt 1). John Wiley & Sons.
- Öktem, M. K., Aydın, M. D., & Ekinci , S. (2007). Türkiye'de Girişimciliğin Geliştirilmesinde KOSGEB'in Rolü ve Önemi: Uygulamalı Bir Çalışma. *Sosyo Ekonomi*, 5(5), 47-76.
- Ölmez, M. (2010, Eylül 27). Girişimcilerin Pazarlama İletişimine Bakışları (Girişimcilik Süreci İle KOBİ Statüsü Kazandıktan Sonraki Durumun Karşılaştırılması). *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 223. Elazığ, Türkiye.
- Özcan, P. M., & Tepekule, U. (2016). Girişimciliğin Yeni Yüzü: Teknogirişim ve Kamusal Destekler. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*. Türkiye.
- Özçelik, G. (2018). Melek Yatırımcıların Değer Katan Roller: Türk Melek Yatırımcılar Üzerine Bir Araştırma. *Kastamonu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü* , 1-122. Kastamonu, Türkiye.
- Özçelik, G., & Şentürk, F. K. (2021). Girişimci Üniversite:Düzce Üniversitesi Örneği. *The Third Mission of Universities: An International Journal*, 1(1).
- Özdemir, A., Özgüner, M., & Alkış, H. (2018, Kasım). Üniversitelerde Verilen Girişimcilik Eğitimi Girişimci Kişilik Özelliklerini Nasıl Etkiler? Deneyisel Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 21(2), 430-447.
- Özdevecioğlu, M., & Cingöz, A. (2009, Ocak-Haziran). Sosyal Girişimcilik ve Sosyal Girişimciler:Teorik Çerçeve. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*(32), 82-95.

- Özdoğan, B. (2016). Girişimciliğin Desteği Olarak Üniversite Kuluçka Merkezleri, Türkiye Perspektifi. 2. Uluslararası Ekonomi ve İşletme Kongresi, 115-124. Manisa, Türkiye.
- Özer, Y. E. (2011). Girişimci Üniversite Modeli ve Türkiye. *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 30(2), 85-100.
- Özkalp, E., Sungur, Z., Kirel, Ç., & Cengiz, A. A. (2006). Örgütsel Toplumsallaşma Sürecinde Mentorluk ve Mentor'un Yeri ve Önemi: Anadolu Üniversitesi Araştırma Görevlileri Üzerine Bir İnceleme. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(2), 55-70.
- Özkan, N. (2010, Eylül 14). Küreselleşme Süresinde Uluslararası Şirket Birleşmeleri ve Satın Almalarının Büyüme Stratejileri Açısından Analizi ve Bir Uygulama. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 254. İzmir, Türkiye.
- Özler, N. D., Giderler, C., & Baran, H. (2017). Öz Yeterlilik ve Kontrol Odağının Bireylerin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*(17).
- Özmodanlı, Y., & Testik, Ö. M. (2017). Teknogirişimcilik Programları İçin Yapısal Bir Analiz. *Verimlilik Dergisi*, 4, 47-79.
- Öztepe, T. (2021, Kasım 11). Teknoloji Tabanlı Girişimlerin Erken Aşama Destekleri İle İlgili Mevcut Durum Analizi ve Girişimlerin Erken Aşama Desteklerden Faydalanabilmesi İçin Değerlendirme Metod Önerisi . *İstanbul Teknik Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü*, 177. İstanbul, Türkiye.
- Öztürk, M. (2007). İş Planları, Hazırlanması ve Önemi. *Muhasebe ve Finansman Dergisi*(35), 197-205.
- Pamukkale Üniversitesi Proje Destek Ofisi*. (tarih yok). Aralık 2022 tarihinde <http://pdo.pau.edu.tr/tubitak-fon-kaynaklari> adresinden alındı
- Peldek, S., & Gültepe, Y. (2017). Akademik Spinoff Firma Değerlendirilmesi: Ar-Ge Faaliyetlerinin Ticarileştirilmesi. *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 8(15).
- Polat, D. D. (2011). Girişimcilik Motivasyonu ve İşletme Yenilikçiliği Arasındaki İlişkinin Araştırılmasına Yönelik Turizm İşletmelerinde Bir Araştırma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 6(2), 227-254.
- Sakınç, S., & Aybarç Bursalıoğlu, S. (2012, Ağustos). Yükseköğretimde Küresel Bir Değişim: Girişimci Üniversite Modeli. *Yükseköğretim ve Bilim Dergisi*, 2(2), 92-99.
- Sakız, G. (2013). Başarıda Anahtar Kelime: Öz Yeterlilik . *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 26(1), 185-209.
- Salik, N. (2015, Haziran 26). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi: Kafkas Üniversitesi. *Kafkas Üniveritesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*. Kars, Türkiye.
- Samo, A. H., & Huda, N. (2019). Triple Helix and academic entrepreneurial intention: understanding motivating factors for academic spin-off among young researchers. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 9(12).
- Sandström, C., Wennberg, K., Wallin, M. W., & Zherlygina, Y. (2018). Public Policy for Academic Entrepreneurship initiatives: a Review and Critical Discussion. *J Technol Transf*, 1232-1256.
- Sarı, B. (2009, Şubat 17). KOBİ'lerde Büyüme Stratejileri: Çaycuma Bölgesindeki KOBİ'lere Bir Anket Çalışması. *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 209. Zonguldak, Türkiye.
- Sarılar, M. A. (1999, Haziran 14). Yurtdışındaki Çok Katlı Bir Konut Şantiyesinde Performansa Dayalı Prim Sistemi ve Ekip Kurma. *İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü*, 140. İstanbul, Türkiye.
- Schumpeter, & Joseph. (1934). *'The Theory of Economic Development'*. Harvard University Press.
- Sekman, B. (2017, Nisan 29). Aile İşletmelerinde Örgüt Yapıları İle Büyüme Stratejileri Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma. *İstanbul Arel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 122. İstanbul, Türkiye.

- Sert, T. (2019, Nisan 4). Kadın Girişimciliğinde Finansal Desteklere Ulaşım Farkındalığı: Trakya Bölgesi Örneği. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimleri Enstitüsü*, 135. Edirne, Türkiye.
- Sevim, N., Eroğlu Hall, E., & Uzun, M. (2019, Aralık 11). Yalın Girişimlerde Yeni Ürün Geliştirme Süreci: Akıllı Ev Güvenlik Sistemleri Üzerine Bir Uygulama. *Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 1(1), 65-93.
- Shane, S. (2004). *Academic Entrepreneurship University Spinoffs and Wealth Creation*. Cheltenham, İngiltere: Edward Elgar Publishing, Inc.136 West Street.
- Sinell, A., Wieland, R., & Muschner, A. (2018). Gender-Specific Constraints on Academic Entrepreneurship and Engagement in Knowledge and Technology Transfer. *Technology Innovation Management Review*, 8(2).
- Sipahi, H. (2023, Ocak 20). Türkiye'de Akademisyen Girişimcilerin Girişimcilik Niyetlerine Etki Eden Belirleyicilerin Analizi. *Giresun Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 247. Giresun, Türkiye.
- Solmaz, S. A., Aksoy, Ö., Şengül, S., & Sarıışık, M. (2014). Üniversite Öğrencilerinin Girişimci Kişilik Özelliklerinin Belirlenmesi: Turizm Lisans ve Önlisans Öğrencileri Üzerine Bir Alan Araştırması. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16(26), 41-55.
- Soysal, A. (2021). *İktisadi ve İdari Bilimler Alanında Uluslararası Araştırmalar-4*. Eğitim Yayınevi.
- Sözeri, C. (2009). Türkiye'de Medya Sektöründe Uluslararası Şirket Birleşmeleri. *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 256. İstanbul, Türkiye.
- Stal, E., Andreassi, T., & Fujino, A. (2016, Nisan-Haziran). The role of university incubators in stimulating academic entrepreneurship. *IMR Innovation Management Review*, 13(2), 89-98.
- Stevenson, H. H. (1983). A Perspective on Entrepreneurship. *Harvard Business School*, 13, 1-13.
- Sunar, L., Özen, B., & Kemikli, U. (2022). İktisadi Hayatta Ortaklıklar. *İstanbul Ticaret Odası*. (L. Sunar, Dü.) İstanbul, Türkiye.
- Sunay, H. (2004). Spor Kulüplerinde Şirketleşme (Bazı Avrupa Ülkeleri ve Türkiye'den Örnekler). *Gazi Beden Eğitimi ve Spor Bilimleri Dergisi*, 9(2), 69-76.
- Sungur, O. (2015). Üniversitelerin Bölgesel Kalkınmada Değişen Rolü ve Girişimci Üniversite Kavramı. *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 15(4), 35-61.
- Sürücü, D. (2018, Ağustos 17). İş Planı Hazırlama Yeteneğinin Gelişiminde KOSGEB Uygulamalı Girişimcilik Eğitiminin Rolü. *Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*. Aksaray, Türkiye.
- Sütay, F. (2009). Akademik Girişimcilik Yönelimi ve Kariyer Motivasyonu. İzmir.
- Şahap, F. (2020, Temmuz). Girişimcilik Temelinde Alternatif Bir Finansman Modeli Olan Kitle Fonlaması ve Türkiye'deki Yatırımcılarına Yönelik Bir Araştırma. *Galatasaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 167. Türkiye.
- Şahin, M., Bostancı, B., Yağlı, T., & Yılmaz, T. (2015). DOOB: Rahat Ürün Olarak Komuta Kontrol Yazılımı ve Geliştirme Deneyimleri. Ankara, Türkiye.
- Şener, E. (2019, Haziran 17). Girişimciliğin Finansmanında Melek Yatırım: Türkiye Üzerine Bir İnceleme. *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 123. Kırklareli, Türkiye.
- Şengül, F. (2022, Şubat). Girişimcilik Ekosistemi Dinamikleri ve Önceliklendirilmesi. *Karabük Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü*. Karabük, Türkiye.
- T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı. (tarih yok). Temmuz 29, 2023 tarihinde <https://www.kosgeb.gov.tr/site/tr/ulusaldestekler/destek kategorileri/8/yatirim kapasite-artirimi>
- Tanrıverdi, H., Bayram, G. N., & Alkan, M. (2016). Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisinin İncelenmesi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 11(1), 1-29.
- Tatlı, Y. (2015, Ekim 26). KOBİ'lerde Büyüme Stratejileri: Erzurum, Erzincan ve Bayburt'ta KOBİ'ler Üzerinde Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 212. Erzurum, Türkiye.

- Tijssen, R. J. (2006, Aralık 7). Universities and industrially relevant science: Towards measurement models and indicators of entrepreneurial orientation. *Research Policy* (35), 1569-1585.
- Toraman, C. (2020, Haziran). Teknoloji Transfer Ofislerine Yönelik Yeni Bir Model Geliştirilmesi: Türkiye ve Dünya Uygulamalarında Karşılaştırmalı Vaka Analizi. Gebze, Türkiye.
- Turgut, E. (2019, Nisan). Girişimcilik Sürecinde Pazarlama ve Satış Aktivitelerinin Etkileri ve Önemi. *TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi*, 162. Türkiye.
- Turhan, G. T. (2020, Kasım). Dış Kaynaklı Finansal Destek Düzeyinin AR-GE Harcamaları, İnovasyon ve Rekabet Endeksi Açısından Değerlendirilmesi: Risk Sermayesi. *International Journal Entrepreneurship and Management Inquiries*, 4(1), 162-181.
- TÜBİTAK T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı. (2023). *T.C. Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı*. Haziran 28, 2023 tarihinde <https://www.tubitak.gov.tr/tr/destekler/sanayi/ulusal-destek-programlari/icerik-1512-girisimcilik-destek-programi-bigg> adresinden alındı
- Türkmen, A. (2018, Nisan). KOSGEB Destekleri Kapsamında KOSGEB İl Müdürlüklerinin Verimlilik Analizi. *Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*. Düzce.
- Türko, E. S. (2020). *Girişimcilik Ekosisteminin Teorik Temelleri Eleştirel Bir Yaklaşım*. İstanbul: Kriter Yayınevi.
- Türkoğlu, T., Tetik , S., & Açıkgöz, A. (2017). Meslek Yüksekokulu Öğrencilerinin Sosyo-Demografik Özellikleri İle Girişimci Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin Araştırılması. *Journal of Yaşar University*, 12(45), 1-13.
- Uluköy, M., Demireli, C., & Kahya, V. (2013). KOSGEB Girişimcilik Eğitimi Kurslarına Katılan Katılımcıların Girişimcilik Profiline Yönelik Bir Alan Araştırması. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(2), 79-96.
- Uluköy, Ülker, Kılıç, Yumuşak, & S. ve Azaklı. (2016). Duygusal Zekânın Girişimcilik Üzerine Etkisi: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler Üzerine Bir Analiz. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 5, 119-136.
- Uluslan, H. (2008). Değerleme Esasları ve Finansal Tabloların Niteliksel Özellikleri Açısından İncelenmesi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(1), 129-154.
- Uslan, B. (2019, Ağustos 8). Girişimcilik Eğitiminin Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisinin Planlanmış Davranışlar Teorisine Göre Değerlendirilmesi. *Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*. Antalya, Türkiye.
- Uygun, M., Güner, E., & Mete, S. (2018, Aralık 10). Girişimcilik Eğitiminin Gençlerin Girişimcilik Motivasyonlarının Gelişimindeki Rolü. *Yönetim ve Ekonomi*, 25(3), 779-894.
- Ünüvar, O. (2019, Nisan 24). Ekonomik Büyüme ve Kalkınmada Girişimciliğin Rolü ve Önemi. *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 76. Mersin, Türkiye.
- Yamamoto, G. T. (2020, Nisan). Girişimci Yenilikçi Üniversite. *Üniversite Araştırmaları Dergisi*, 3(1), 44-48.
- Yelkikalan, N. (2006). 21. Yüzyılda Girişimcinin Yeni Özelliği: Duygusal Zeka. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(2), 39-51.
- Yelkikalan, N., Akatay, A., Yıldırım, H. M., Karadeniz, Y., Köse, C., Koncagül, Ö., & Özer, E. (2010). Dünya ve Türkiye Üniversitelerinde Girişimcilik Eğitimi: Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*(2), 51-59.
- Yenilmez, B. (2022, Ocak 7). Değişen Piyasalarda Büyüme, Çeşitlendirme ve Küçültme Stratejilerinin Firma Performansına Etkisi: Sektörel Analiz. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 280. Ankara, Türkiye.
- Yetim, N. (2002, Kasım 1). Sosyal Sermaye Olarak Kadın Girişimciler: Mersin Örneği. *Ege Academic Review*, 2(2), 79-92. Mersin, Türkiye.
- Yıldırım, A. (2009, Ağustos 10). İşletmelerde Lojistik Yönetimine Dayalı Büyüme Stratejileri. *Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 167. İstanbul, Türkiye.

- Yıldız, O. (2019, Nisan). Girişimci Üniversitenin Kavramsal Çerçevesi. *Üniversite Araştırmaları Dergisi*, 2(1), 25-34.
- Yılmaz, H., & Görmüş, A. Ş. (2012). Stratejik Girişimciliğin, Algılanan Örgütsel Destek ve Örgütsel Öğrenme Üzerine Etkilerinin Araştırılması: Tekstil Sektöründe Ampirik Bir Çalışma. *Journal of Yaşar University*, 26(7), 4483-4504.
- Yücel, E., & Sezgin , O. B. (2022). Akademik Girişimcilik Motivasyonları ve Faaliyetleri Üzerine Nitel Bir Araştırma. *İzmir İktisat Dergisi*, 37(2), 536-564.
- Yüceol, N. (2018, Ocak 24). Girişimcilik Eğitimi Alan Kişilerin Girişimci Kişilik Özellikleri ve Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma. *İstanbul Gelişim Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*. İstanbul, Türkiye.
- Zengin, O., Gemlik, H. N., & Çengel, Ö. (2021). Akademisyenlerin Girişimci Kişilik ve Özellikleri Hakkındaki Görüşleri Üzerine Nitel Bir Çalışma. *Econharran Harran Üniversitesi İİBF Dergisi*, 5(8), 49-74.



EK 1: MÜLAKAT SORULARI

- 1) Girişimci olma kararını nasıl verdiniz? Bu süreçte görev yaptığınız üniversitenin Teknoparkı / Teknoloji Transfer Ofisi nasıl bir rol oynadı.
- 2) İş fikrinizi nasıl belirlediniz? Bu süreçte görev yaptığınız üniversitenin Teknoparkı / Teknoloji Transfer Ofisi nasıl bir rol oynadı.
- 3) Şirketleşme (türü, ortaklı yapısı vs.) kararını nasıl verdiniz? Bu süreçte görev yaptığınız üniversitenin Teknoparkı / Teknoloji Transfer Ofisi nasıl bir rol oynadı.
- 4) Ortaklık ve Ekip kurma konularında nasıl karar verdiniz? Bu süreçte görev yaptığınız üniversitenin Teknoparkı / Teknoloji Transfer Ofisi nasıl bir rol oynadı.
- 5) İş modelinizi nasıl belirlediniz? MVP ürününüz oldu mu? İş modelinizi pivot ettiniz mi? Bu süreçte görev yaptığınız üniversitenin Teknoparkı / Teknoloji Transfer Ofisi nasıl bir rol oynadı.
- 6) Mentorluk hizmeti aldınız mı? Bu süreçte görev yaptığınız üniversitenin Teknoparkı / Teknoloji Transfer Ofisi nasıl bir rol oynadı.
- 7) KOSGEB, TÜBİTAK vb. Girişimcilik desteklerinden faydalandınız mı? Bu süreçte görev yaptığınız üniversitenin Teknoparkı / Teknoloji Transfer Ofisi nasıl bir rol oynadı.
- 8) Büyüme ve gelişme konularında nasıl karar aldınız? Bu süreçte görev yaptığınız üniversitenin Teknoparkı / Teknoloji Transfer Ofisi nasıl bir rol oynadı.
- 9) Genel olarak girişimcilik sürecinde görev yaptığınız üniversitenin Teknoparkı / Teknoloji Transfer Ofisi nasıl bir rol oynadı.

EK 2. TOKAT GAZİOSMANPAŞA ÜNİVERSİTESİ SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ARAŞTIRMALARI ETİK KURULU KARARI

KARAR TARİHİ	OTURUM NO	KARAR SAYISI
05.09.2023	14	01-14

Üniversitemiz Sosyal ve Beşerî Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu Başkanı Prof. Dr. Nail YILDIRIM Başkanlığında toplandı.

KARAR 14.10- Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Müdürlüğünün 04.08.2023 tarih ve 322958 sayılı yazısı görüşüldü.

Aşağıda bilgileri yer alan araştırmacıların yapmak istediği uygulamaların ve kullanacağı veri toplama araçlarının etik açıdan uygunluğuna oy birliği ile karar verildi.

ÇALIŞMANIN TÜRÜ	Yüksek Lisans Tezi
BAŞLIK	Akademik Girişimcinin Girişim Yolculuğunda Teknoparklar ve Teknoloji Transferi Ofislerinin Katkısı: TR83 Bölgesi Örneği
TEZ YÜRÜTÜCÜSÜ/ YAZARI	Doç. Dr. Musa Said DÖVEN Duygu GÜDEL (İşletme Anabilim Dalı)
RAPORTÖR GÖRÜŞÜ	OLUMLU

Prof. Dr. Nail YILDIRIM
Etik Kurul Başkanı
İmza

Prof. Dr. Mehmet Serkan UMUZDAŞ
Başkan Yardımcısı
İmza

Prof. Dr. Emine ÖĞÜK
Üye
İmza

Doç. Dr. Mehmet KARGÜN
Üye
İmza

Doç. Dr. Muhittin DEMİRAY
Üye
(İzinli)

Doç. Dr. Tuğba KILIÇER
Üye
İmza

Doç. Dr. Hüseyin Baha ÖZTUNÇ
Üye
İmza

ÖZGEÇMİŞ

