

YENİLİK KÜMELERİNDE GİRİŞİMCİLİĞİN KAYNAKLARI OLARAK YERLEŞİK FİRMALARIN ROLÜNÜN SOSYOLOJİK ANALİZİ: TÜRKİYE ÖRNEĞİ

Mehmet CANSIZ, Meliha Demet ULUSOY

Özet: Yenilik kümeleri teknoloji tabanlı girişimciliğin gelişmesinde önemli rol oynarlar. Yenilik kümelerinde yoğunlaşan bilgi işçileri, sahip oldukları bilgi ve yeteneklerle her an girişimci olabilmektedirler. Literatürde bu süreç daha çok girişimcilik ekosistemi ve firmaların özellikleri açısından incelenmiştir. Bu sürecin sosyolojik boyutu yeterince analiz edilmemiştir. Buradan hareketle bu çalışmada; teknoparklardaki girişimci arzına odaklanılmış ve çalışanların girişimci olmasında; çalıştıkları firmaların yapısal özellikleri ve bunların sahiplerinin sosyal ve kültürel sermayelerinin etkisine bakılmıştır. Regresyon analiz sonucunda; özellik yanında çalıştıkları girişimcinin eğitim düzeyinin, etkili iş çevresinin, kümelenme girişimlerine katılma durumunun, firmanın yaşının, ihracat yapma durumunun ve firmanın yaptığı kamu destekli Ar-Ge proje sayısının istatistiksel olarak pozitif yönde bir etki, girişimci türü ve sahip olunan etkili bir siyasi çevrenin ise negatif bir etki yarattığı tespit edilmiştir.

Anahtar kelimeler: Türkiye, yenilik kümesi, bilgi toplumu, bilgi işçisi, yaratıcı sınıf, girişimcilik, filiz işletme, teknopark.

A Sociological Analysis of Established Firms as a Source of Innovative Cluster Entrepreneurialism: The Turkish Case

Abstract: Innovation clusters play an important role in the development of technology-based entrepreneurship. Information workers who are gathered in innovation clusters can become entrepreneurial at any time in relation to their knowledge and abilities. In literature, this process is generally explored from the point of the entrepreneurship ecosystem and the characteristics of firms. The sociological dimension of this process has not been adequately analysed in terms of social and cultural bases. Based on this, our work focuses on the entrepreneurial supply; the structural characteristics of firms and the social and cultural capital of the entrepreneurs that influence the workers in the process of becoming an entrepreneur. The regression analysis has demonstrated that education level, effective work environment, joining in clusters, age of the firms, number of publicly funded R & D projects made by the firm, and export capacity of the firm have a positive effect in the emergence of entrepreneurship. Moreover, the analysis has demonstrated that affective political environment has a negative effect on entrepreneurship.

Key words: Turkey, innovation clusters, information society, information worker, creative class, entrepreneurship, spin off, spin out, teknopark.

Giriş

Radikal değişimleri ve yapısal dönüşümleri kapsayan kalkınma süreci; yenilikçi ve üretken olmayı, yeteneklerin ve örgütsel yapıların geliştirilmesini, bilgi birikiminin artırılmasını ve yayılmasını gerektirmektedir. Dolayısıyla, kalkınma süreçlerinin ve değişimin en önemli parametrelerinden birisi tüm bu özellikleri içinde toplayan girişimcilerdir. Bu bağlamda girişimcilik ülkelerin öncelikli politika alanları arasında yer almaktadır.

Gerek kalkınma gerekse bilgi toplumuna dönüşme süreci iktisat ile sosyoloji arasındaki ortak çalışma alanını genişletmiş ve daha karmaşık hâle getirmiştir. Daha önce Weber ve Durkheim ile temelleri atılan ve makro konulara odaklanan iktisat sosyolojisi, bilgi toplumuna dönüşüm sürecinde yeni üretim ilişkilerinin aktörleri, aktörler arası ilişki tarzı ve örüntüleri başta olmak üzere yapı ve aktör tamlaması üzerinden yeni yapılaşma modellerini, etkileşim süreçlerini inceleme alanına dâhil etmiştir. Bu çerçevede özellikle girişimcilik sürecine ve bilgi toplumu işçilerine yönelik mikro ve makro bağlamli sosyolojik çalışmalarda ciddi bir artış kaydedilmektedir. Girişimcilerin başarı elde etme koşulları, kültür ve girişimcilik ilişkisi (Aldrich, 1991; Granovetter, 2000, Nee and Oppen, 2012; Swedberg, 2000; Thornton, 1999; Beck, 1992; Chen, 2015; Vallas ve Cummins, 2015) ve bilgi toplumunun yenilikçi girişimlere yönelik etkisi gibi konular (Thornton et., 2011; Easton, 1996; Ferrary and Granovetter, 2009; Henton ve Held, 2013; Kenney, 2000; Saxenian, 1996) iktisadi yaklaşım kadar sosyolojik bakış açısını da gerektirmektedir.

Bu noktadan hareketle araştırmanın temel konusu Türkiye'nin bilgi toplumuna dönüşüm sürecinde rol oynayan temel araçlardan biri olan teknoloji tabanlı girişimcilerin arzını etkileyen sosyolojik etkenlerdir.

Schumpeter (1975, 2000) girişimciyi; yenilik yapan, denenmemiş teknolojileri ve üretim tekniklerini geliştiren, yeni bir ürün veya hizmet geliştiren, bir ürünü yeni metotlar kullanarak üreten bu bağlamda devrim yaratan kişi olarak tanımlar. Dolayısıyla girişimcilerin gerektiği kadar risk alabilme, yeniliğe öncü olma, hırslı ve çalışkan olma, liderlik yeteneğine ve özgüvene sahip olma ile yenilikçi, enerjik ve özerk olma gibi özellikleri vardır (Hisrich ve Peters, 2001). Bu açıdan girişimciler toplumsal değişimin temel aktörleridir.

Bilgi toplumuna dönüşüm sürecinde girişimciler üniversite, araştırma merkezleri, risk sermayedarları ve ilgili kuruluşlarla birlikte kümeler oluşturarak teknopark adı verilen bölgelerde yoğun olarak faaliyet göstermektedirler. Teknoparklarda yeni girişimcilerin genel olarak üç kaynağı bulunmaktadır. Bunlardan birincisini daha önce teknopark dışında faaliyet gösteren ve firmalarını teknoparka taşıyan girişimciler oluşturmaktadır. İkinci grup şirket kuran öğrenci, araştırmacı, akademisyen veya az miktarda da olsa kamu çalışanlarından oluşan girişimcilerdir. Üçüncü grubu ise teknoparklarda

veya teknopark dışında faaliyet gösteren teknoloji tabanlı firmalarda çalışırken kendi firmalarını kuran girişimciler oluşturur.

Bu bilgiler bize özellikle firmalarda çalışanların, girişimciliğin en önemli kaynaklarından birisi olduğunu göstermektedir. Çalışanlar girişimci olurken fikirlerini çoğu zaman çalıştıkları işlerden alırlar (Pakes ve Nitzan, 1983; Klepper ve Sleeper, 2005; Cassiman ve Ueda, 2006; Nikolowa, 2014) ve fikir sahibi çalışanlar girişimci olup firmadan ayrılabilirler veya farklı bir görevde projelerini firma içinde sürdürebilirler (Anton ve Yao, 1995; Chatterjee ve Rossi, 2012; Hellmann, 2007).

Bu noktada bireyleri girişimci olmaya iten etkenler önem kazanır. Çalışanların girişimciliğe geçişini belirleyen nedenler genel olarak üç grupta toplanabilir: Birinci grup etmen girişimcilik ekosisteminin gelişmişliği iken ikincisi, çalışanların girişimcilik potansiyeli, yetenekleri, tecrübeleri, sahip olduğu kaynaklar ile ekibidir. Üçüncüsü ise girişimci olan çalışanların çalıştıkları firmaların ve onların sahibi olan girişimcilerin özellikleridir. Bu çalışmanın konusunu da bireyleri girişimciliğe yönlendiren üçüncü grup etmenler oluşturmaktadır; daha açık bir ifade ile çalışma yerleşik firmaların ve bu firmaların sahibi girişimcilerin, firma çalışanlarının girişimci olma sürecini nasıl etkilediği ile ilgilenmektedir ve kapsamı Türkiye'deki teknoparklardır. Bu bağlamda temel araştırma soruları: Hangi tip firmalar ve girişimci özellikleri çalışanların potansiyel girişimciliklerinin ortaya çıkmasında etkilidir ve etkili bir iş ortamı oluşturmaktadır? Özellikle teknoloji tabanlı girişimcilikte ve bunların yoğunlaştığı teknoparklarda bu süreç nasıl işlemektedir?

1. Bilgi İşçilerinin Girişimcilere Dönüşmesi Üzerine Kuramsal Yaklaşım Bilgi Toplumu ve Bilgi İşçileri

Bilgiye dayalı toplumun sanayi toplumundan önemli farklılıkları bulunmaktadır. Sanayi toplumlarının sınıfsal yapısı sanayi sonrası dönemde köklü bir değişim geçirmektedir. Bilgi toplumunda bilgi ve hizmet üreten, bilgiye dayalı uzmanlaşma/profesyonelleşmenin egemen olduğu bir sisteme doğru dönüşüm yaşanmaktadır (Lyotard, 2000; Bell, 1980). Bu süreçte bilgi üretenler önemli bir mesleki grup hâline gelmektedir (Bell, 1974). Böylelikle bilgi toplumlarında sınıfsal konum ve gücün temeli sermaye sahipliğinden bilgi üretimine kayma eğilimindedir. Bilgiye dayalı toplumun en ayırt edici özelliği ise bilgi ve uzmanlığa dayalı olarak ortaya çıkan bu yaratıcı sınıftır (Bell, 1973; Florida, 2002, 2006; Drucker, 1994, 1991). Dolayısıyla bilginin üretildiği, yönetildiği, ticarileştirildiği ve kullanıcılara aktarıldığı süreçlerde görev alan kişiler yaratıcı sınıfı oluşturmaktadır. Teknolojik gelişmeye odaklanan bu sınıf, insan aklını doğrudan bir üretim gücü olarak kullanmaktadır (Castells, 2005, ss. 21-41) ve bu sınıf bilgi toplumunun yeni tabakalaşma modelinin de imleyicisidir.

Bu sınıfın ortaya çıkmasıyla birlikte yeni tip bir girişimcilik de gelişmeye başlamıştır. Sanayi toplumuna ait esnaf, sanatkâr veya klasik sermaye sahibi sanayici girişimciliğinden teknoloji tabanlı girişimciliğe veya Ar-Ge ve yenilikçiliğe dayalı sanayiciliğe doğru bir değişim görülmektedir.

Castells'e (2005, s. 79) göre bilgi sınıfının yaygın olarak faaliyet gösterdiği üniversiteler, araştırma merkezleri, risk sermayesi şirketleri ile teknoloji tabanlı girişimciler, yetenekli mühendisler ve bilim insanlarının bir araya toplanması yenilik kümelerini oluşturmaktadır. Yenilik kümeleri, yeni yatırımları çeken cazibe merkezleridir. Bu kümelerde yenilik ve teknolojinin hızla yayılması - beceriye, sermayeye, yeni teknoloji ve pazarlar hakkındaki bilgilere erişimin kolaylaşması, bilgi ve teknoloji kaynaklarıyla dış bağlantıların kurulması-sayesinde girişimcilik faaliyetlerinde artış sağlanmaktadır (OECD, 2009, s. 31). Ar-Ge ve yenilik çerçevesinde sürekli bir şeyleri geliştirme üzerine kurgulanan iş birliği ortamı, yenilikçilik kültürünün oluşmasını sağlayarak ticarileşme faaliyetlerini artırmakta ve sürekli yeni girişimlerin ortaya çıkmasını mümkün kılmaktadır (Saxenian, 1996).

Bir çeşit yenilik kümesi olan Silikon Vadisi gibi teknoparklar sürekli yaratıcı fikirlerin ekseninde yeni şirketlerin ortaya çıkarak ticarileştiği ortamlardır. Drucker'ın (1994) deyimi ile bu ortamda çalışan bilgi toplumu işçileri yeni girişimciler çıkartan en önemli kaynak olarak karşımıza çıkmaktadır. Çalışanların filiz veya yeni işletme kurmaları ise konunun sosyolojik boyutunu da açıkça göstermektedir. Bilgi sınıfına dâhil bireylerin filiz işletme kurarak girişimci olmalarının ülke ekonomisinin yenilik ve teknoloji kapasitesini arttırması açısından önemi aşîkârdır. Sosyolojik açıdan çalışanların bu dikey sosyal hareketliliğinin esas önemi ise bunun bilgi toplumuna dönüşümün temel göstergelerinden birisi olmasıdır.

Sanayi toplumunda sanayiciler ile çalışanlar arasındaki en temel farklardan birisi ekonomik sermaye sahipliğidir ve bu, sınıflar arası farklılığın en önemli parametrelerinden biridir. Oysa bilgi toplumunda bilginin yeni bir sermaye tipi olarak ortaya çıkması bu toplumun girişimcisi ile bilgi işçisi olarak çalışanları arasındaki farklılığı iyice azaltmıştır. Bilgi toplumu işçisi olarak benzer sektörlerde çalışan bireylerin yenilikçilik ve Ar-Ge faaliyetlerine odaklanmaları ve kendi fikirlerini gerçekleştirebilmeleri için kamu ve girişim sermayesi fonlarından yararlanma potansiyellerine sahip veya yakın olmaları onların her an çalışandan girişimciye dönüşmesinde önemli kolaylıklar sağlamaktadır. Nitekim, Bhide'in (1994) araştırması hızlı büyüyen girişimcilerin % 71'inin fikirlerini daha önceki çalıştıkları firmadan geliştirmiş olduklarını ortaya koymuştur. Benzer şekilde, Cooper (1985) da girişimcilerin % 70'inin önceki çalışmalarıyla ilişkili olanakları takip ettiklerini tespit etmiştir. Diğer taraftan girişimciler yeterli başarı gösteremedikleri durumlarda ise tekrar çalışan

konumuna geri dönebilmektedirler. Bu durum bilgi toplumunda tabakalaşma ve sosyal hareketlilik mekanizmalarının değiştiğine işaret etmektedir.

Araştırma problemi açısından bireylerin çalıştıkları firmalar, hem dikey hareketlilik katalizörü hem de yeni ve potansiyel girişimciler için sosyalizasyon ajanları olarak fonksiyon görmektedirler. Dolayısıyla, yeni ve potansiyel girişimciler için çalıştıkları yerleri uygulamalı bir okul gibi görmek mümkündür. Çalışanların, firma sahibinin faaliyetlerini gözlemlemeleri ve onun verdiği görevleri bizzat yaparak uygulama içinde olmaları, onların bir sonraki aşamada girişimciye dönüşmeleri için önemli bir tecrübe sağlamaktadır. Bazı araştırmalar (Davidsson, 1989, ss. 37-38) çalışma deneyimi, yönetim tecrübesi ve önceki girişimci deneyimlerinin girişimcilik faaliyetleriyle önemli ölçüde ilişkili olduğunu göstermektedir.

Bu noktada çalışanlarını girişimci olmaya özendiren okulun (firma ve sahibi girişimcilerin) özelliklerinin ne olduğu, çok temel bir araştırma sorusu olarak karşımıza çıkmaktadır. Meselenin sosyal, ekonomik, kültürel, politik hatta psikolojik çok boyutlu ve faktörlü olduğu da açıktır. Özellikle küreselleşme ile hız kazanan toplumsal yapı dönüşümü bağlamında firmalar ve girişimciler; ekonomik bağlamda istihdam hareketlerine, sektörlere, büyümeye vs.; kültürel bağlamda risk kapasitesi ve kültürünün oluşumuna vs., sosyal bağlamda yapıya ve tabakalaşma örüntülerine, psikolojik bağlamda kişilik ve mesleki motivasyona vs. yönelik yaptıkları etki gibi pek çok konuda çok disiplinli bir araştırma alanının odağını oluşturmaktadırlar.

Bu açıdan günümüzde iktisat sosyolojisinin disiplinler arası bir bakış açısına dâhil olarak bilgi toplumuna dönüşüm süreci literatüründe ayrıcalıklı bir konuma oturduğu söylenebilir. İktisat sosyolojisi başlangıçta makro düzeyde toplumsal alana odaklanmıştır. 20. yüzyılın başlarında Weber'in "Protestan Ahlakı ve Kapitalizmin Ruhü" (1905) ve Durkheim'in "Toplumsal İş Bölümü" (1893) çalışmaları iktisat sosyolojisinin geleneğini oluşturmuştur. Bilgiye dayalı toplumun yükselişi bu alanı farklılaştırmış ve onun mikro alanlarda da söz sahibi olmasını sağlamıştır. Tarihsel olarak Polanyi (1944) tarafından kullanılan ve Granovetter (1985) tarafından işlevsel hâle getirilen "gömülülük" (embeddedness) kavramı, iktisadi davranışın toplumsal ilişkiler ve kurumlar tarafından da etkilendiği anlamına gelmektedir (Uzzi, 1999; Dacin vd., 1999). Granovetter (1992, s. 4) iktisadi davranışın, yalnızca kâr ve maliyet hesaplamasıyla yapılmadığını ve sosyal ağlar içinde gömülü olduğunu vurgulayarak iktisadi faaliyetleri sosyal inşa, iktisadi kurumları da toplumsal kurumlar olarak tanımlamıştır. Bu anlayış, girişimciler ve çalışanların dâhil olduğu tüm üretim ilişkileri aktörlerinin davranış biçimlerinin, yönelimlerinin analizi için sosyal ve kültürel parametrelerin de dâhil edilmesinin gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. İşte bu yaklaşım bu çalışmanın da temel hareket noktasını oluşturmuştur.

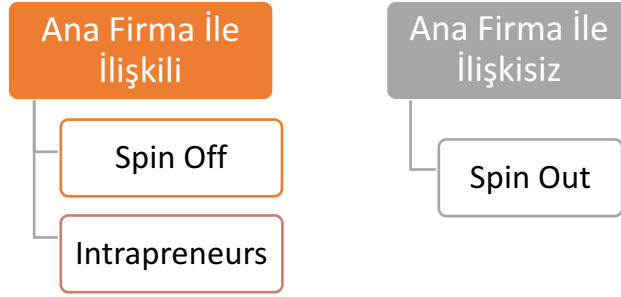
Girişimciliğe ilişkin literatür incelendiğinde genellikle ekonomik ve işletme bakış açısının hâkim olduğu görülmektedir. Ancak bilgi toplumu alanındaki gelişmeler giderek bu alanda sosyolojik çalışmalara olan ihtiyacı da arttırmıştır. Bu bağlamda bilgi toplumu, risk toplumu, risk ve belirsizlik, esnek üretim, pozisyon alma gibi girişimciliğe başlamaya yönlendiren nedenler, girişimcilerin başarısının iş yaratma üzerindeki etkisi (Aldrich, 1991; Granovetter, 2000, Nee and Oppen, 2012; Swedberg, 2000; Thornton, 1999; Beck, 1992; Giddens, 1991; Chen, 2015; Vallas ve Cummins, 2015; Lyotard, 2000) ve bilgiye dayalı toplumun en dinamik bölümleri olan teknoloji ve inovasyon tabanlı girişimler (Thornton et., 2011; Easton, 1996; Ferrary and Granovetter, 2009; Henton ve Held, 2013; Kenney, 2000) gibi konular sosyologların üzerinde yoğunlukla çalıştıkları alanlardır.

Bu anlamda Saxenian'ın (1996) dünyaca tanınan teknoparklar olan Silikon Vadisi ile Boston Route 128'i karşılaştırdığı çalışma bizim açıımızdan en dikkat çekici olanıdır. Yazar, bu çalışmada iki bölgedeki kültürel farklılığın girişimcilik yapısına yansıdığını ortaya koyarak çok farklı bir tartışma alanı açmıştır. Sosyal bilimcilerin dikkatini çeken Silikon Vadisi üzerine farklı parametreler üzerinden yapılan çalışmaların ortak kanaati ise Silikon Vadisindeki firma çalışanlarının gerek diğer firmalara geçmelerinin, gerekse yeni şirket kurmalarının bilginin yayılımını artıran ve yeniliklerin ticarileşmesini sağlayan çok önemli bir etkiye sahip olmasıdır. Böylelikle firmalar arası ilişkiler kurularak sinerji yaratılmakta ve girişimci için çekim merkezi oluşmaktadır. Bu durum çalışanların girişimci olarak ayrılmalarının sonuçları üzerine yapılan çalışmaların da çoğalmasını tetiklemiştir (Pakes ve Nitzan, 1983; Klepper ve Sleeper, 2005; Cassiman ve Ueda, 2006).

Bilgi İşçilerinin Girişimci Olma Süreci: Yenilikçi Fikirleri Ticarileştirme Yöntemleri

Bilgi toplumu işçisinin fikrini girişimci olarak ticarileştirebileceği kabaca üç yöntem bulunmaktadır. Bunlar genel olarak çalıştığı firma ile ilişkili ve ilişkisiz olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (bk. Grafik 1).

Birinci yöntem, çalışanların fikirlerinin ekseninde ana firmanın desteği ve/veya iş birliği içinde yeni filiz işletmelerin (spin-off) kurulmasıdır. Ana firma burada genellikle hâkim ortak konumundadır ve filiz işletme ana firma ile ticari bir ilişki içindedir. Yani, bazı firmalar bu tür filiz işletmelerin gelişmesini desteklemekte ve bunları yoğun şekilde kullanmaktadırlar (Allen, 1998; Amador ve Landier, 2003; Hellmann, 2007). Filiz işletmeler ana firmanın sağladığı önemli avantajlardan yararlanırlar (Hvide ve Kristiansen, 2012).



Grafik 1. Bilgi İşçilerinin Girişimci Olma Süreci
(Kaynak: Çalışma kapsamında yazarlarca üretilmiştir).

Firma ile ilişkili ikinci yöntem ise çalışanların fikirlerinin ana firma içinde geliştirilmesidir ki, bu iç girişimcilik (intrapreneurship) olarak adlandırılmaktadır. Hellmann (2007) firmaların yenilik ve örgüt yapısına göre çalışanların iç girişimci olma durumlarını analiz etmiştir. Bazı firmalar bunu daha kurumsal hâle getirmişlerdir. Örneğin 3M ve Google gibi büyük ve yenilikçi firmalar çalışanların zamanlarının belli kısımlarını yenilik faaliyetlerine ayırmaya teşvik etmektedir. Görüleceği gibi bu daha çok kurumsallaşmış büyük teknoloji firmalarının uyguladığı bir politikadır.

Firma ile organik bir bağı olmayan yeni firmaların (spin-out) çıkması ise üçüncü ticarileşme yöntemini oluşturmaktadır. Bilgi işçisi yeni firmasıyla bazı durumlarda mevcut firma ile doğrudan rekabet etmekte bazı durumlarda ise rakip olmayacak şekilde faaliyet göstermektedir (Anton ve Yao, 1995). Hatta bazı durumlarda fikir farklı girişimcilere satılabilir ve yeni bir bağımsız girişimci de çıkabilir (Chatterjee ve Rossi, 2012).

Yeni Girişimci Çıkarmayı Etkileyen Faktörler: Firma Performansı ve Yaşı

Bazı çalışmalar ise hangi firmaların çalışanlarından yeni girişimler çıktığına odaklanmaktadır. Bu bağlamda özellikle firmanın yaşı ve performansı incelenmiştir. Nikolowa (2014) yeni girişim yaratma kapasitesini ana firmanın özellikleriyle özdeşleştirmiştir. Çalışanların yetenekleri çalıştıkları firmalardan çok etkilendiği için güçlü bir teknolojik ve pazar bilgisine sahip firmalarda çalışanların iyi bir fikir bulma ve bunu ticarileştirme ihtimalinin daha yüksek olduğu düşünülmektedir. Bulgulara göre teknoloji ve pazar konusundaki gelişmişlik düzeyi yüksek olan firmaların, çalışanlarının bu yeteneklerden birisinin düşük olduğu firmalara göre girişim yaratma olasılığı daha yüksektir. Dolayısıyla bu alandaki temel bulgu; daha iyi performans sergileyen firmaların yeni girişimci ortaya çıkarma ihtimallerinin daha yüksek olduğudur (Klepper, 2007; Agarwal ve vd., 2004; Klepperand Sleeper, 2005).

Yeni girişimci çıkarmayı etkileyen bir başka faktör ise firmanın yaşıdır. Klepper ve Sleeper (2005) yeni girişimler çıkarma olasılığının firmanın yaşıyla ilişkili olduğunu ve yeni girişimlerin ortaya çıkmasının büyük olasılıkla firmaların orta yaşa geldiğinde mümkün olduğuna işaret etmektedir.

Sonuç olarak yukarıda konu edilen çalışmalardan açıkça görüldüğü gibi bu alanda genellikle firma düzeyinde analiz yapılmakta ve firmaların yapısal özelliklerinin etkisi tartışılmaktadır. Bu bağlamda ilk bakışta dikkat çeken eksikliklerden biri sürecin baş aktörlerinden olan girişimcilerin nitelikleridir. Hâlbuki teknoloji tabanlı firmaların en önemli özelliklerinden birisi de girişimcilerin ekonomik, sosyal ve kültürel sermaye güçlerinin firma ile özdeşleşmesidir. Dolayısıyla girişimcinin sahip olduğu özellikler firmanın genel karakteristiklerinde önemli bir etkiye sahip olabilir. Bu yüzden girişimcilerin cinsiyeti, yaşı, eğitimi, önceki meslekleri, tecrübeleri gibi kültürel sermaye özelliklerinin de çalışanların girişimci olma süreçlerine etkisi bulunabilir. Diğer taraftan girişimci başarısında etkili olan sosyal sermaye unsurlarının da benzer şekilde çalışanların girişimci olma süreçlerinde etkisi olabilir.

Ayrıca literatürdeki araştırmaların büyük bölümünün gelişmiş ülke örneklerinden alınan verilerle yapıldığı görülmektedir. Oysa gelişmiş ülkelerin teknoparkları ile gelişmekte olanlarındaki sektör, çalışan sayısı, kurumların büyüklüğü, pazar payları, kurumsallaşma düzeyleri açısından farklılık göstermektedir. Örneğin Silikon Vadisinde¹ risk sermayesi fon büyüklüğü, çalışan ve patent sayısı, firmaların ölçek büyüklüğü gibi değerler, Türkiye’de teknoparkların tamamının toplamıyla karşılaştırıldığında² bile çok yüksek kalmaktadır. Dolayısıyla, literatürdeki çalışmalar gelişmekte olan ülkeler için yeterince yol gösterici olmayabilir.

Bu bilgilerin ışığında bu çalışmanın temel araştırma konusu gelişen bir ülke olarak Türkiye’de teknoparklardaki firmalardan girişimci çıkmasını etkileyen faktörlerdir.

2. Araştırmanın Amacı ve Yöntemi

Türkiye özellikle 2000’li yıllardan itibaren, Ar-Ge, teknoloji tabanlı girişimcilik ve teknoparkların geliştirilmesi, “Girişimcilik Stratejisi ve Eylem Planı”, “Sanayi Stratejisi”, “KOBİ Stratejisi ve Eylem Planı” vb. gibi politika dokümanlarını hazırlamış ve uygulamaktadır. Görüleceği üzere yenilikçiliğin ve teknoloji tabanlı girişimciliğin geliştirilmesi Türkiye’nin üzerinde çalıştığı temel alanlardan birisidir. Kamu alanındaki bu çaba akademik alandan gelen çeşitli araştırmalarla desteklenmiştir; girişimciliğin geliştirilmesi ve kamu desteklerinin etkilerinin artması, teknoparkların daha başarılı olması için çeşitli

¹ <https://www.jointventure.org/images/stories/pdf/index2016.pdf>

² <http://btgm.sanayi.gov.tr/sayfa.html?sayfaId=312fb1e1-4886-4088-9ed8-7fe6e190b6fd>

araştırmalar yapılmıştır. Ancak bu araştırmaların içinde; hangi firmalardan yeni girişimcilerin çıktığı, firmaların/girişimcilerin hangi özelliklerinin yeni girişimci çıkarma üzerinde etkili olduğuna ilişkin sosyolojik bir çalışma bulunmamaktadır.

Amaç ve Hipotezler

Bu çerçevede çalışmanın amacı Türkiye’de teknoparklar içinde faaliyet gösteren firmalarda çalışan bilgi toplumu işçilerinin yeni girişimci olma süreçlerini analiz etmektir. Analiz çalışılan firma ve kurucusu üzerinden yapılmıştır. Bu çerçevede araştırmanın iki temel hipotezi bulunmaktadır:

1. Firmanın sahibinin özellikleriyle yeni girişimci çıkması arasında pozitif bir ilişki vardır. Analize girişimcinin özellikleri bağlamında bağımsız değişkenler olarak cinsiyet, yaş ve eğitim gibi demografik faktörler; girişimcilik öncesi çalışma ve girişimcilik tecrübesi, girişimci türü gibi kültürel sermaye bileşenleri ve kümelenme girişimlerine üyelik, iş ve siyasi çevre gibi sosyal sermaye unsurları dâhil edilmiştir.
2. Firmanın yapısal özellikleri ile firmada çalışanların girişimci olması arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır; firmanın özellikleri bağlamında ise firmanın yaşı, ortaklık yapısı, çalışan sayısı, hızlı büyümesi, ihracat yapması, Ar-Ge konusunda yaptığı iş birliği faaliyetleri, sektörü, faaliyet gösterdiği teknopark ve bulunduğu il bağımsız değişkenler olarak dâhil edilmiştir.

Literatüre Katkı

Çalışanların girişimci olmasında ana firmanın girişimcisinin özelliklerinin etkisi çalışılmış bir konu değildir. Bu anlamda çalışma yenilik içermektedir. Ayrıca araştırmalar genellikle gelişmiş ülke örnekleri dikkate alınarak yapılmıştır. Bu çalışmanın Türkiye gibi gelişmekte olan bir ülkede yapılmış olmasının literatüre katkı vermesi beklenmekte, OECD ve WB gibi uluslararası kuruluşlar için aydınlatıcı olabileceği umulmaktadır.

Çalışanlar açısından, girişimciliği gelecekte bir kariyer olarak görenler için hangi firmalarda çalışmalarının daha faydalı olabileceği konusunda aydınlatıcı olacağı değerlendirilmektedir. Diğer taraftan kamu destek politikaları açısından da girişimci çıkartan firmaların belirlenmesi faydalı olacaktır.

Evren, Örneklem, Veri Toplama ve Analiz Tekniği

Teknoparklar evreninden tesadüfi örneklem yolu ile 26 teknoparkta 1.112 girişimciye anket uygulanmıştır³. Anket ile teknoparklardaki firmaların yaklaşık

³ Teknopark araştırması daha sonra kitap olarak yayımlanacak olup, detaylar makaleler şeklinde sunulacaktır.

yüzde 32'sine ulaşılmıştır. Bu firmalarda çalışan sayısı 10.648 olup teknoparklardaki çalışan sayısı içindeki payı yaklaşık yüzde 30'dur⁴.

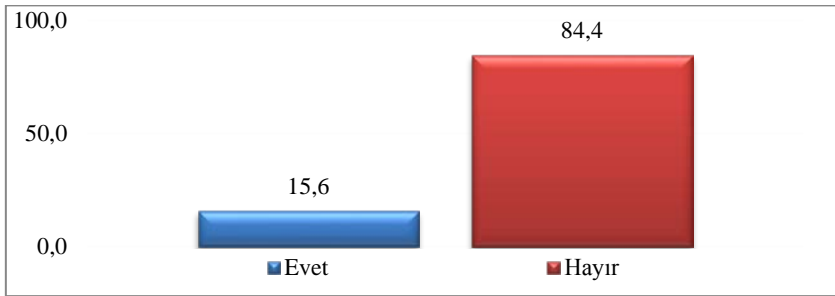
Çalışma kapsamındaki hipotezler “probit regresyon model” ile test edilmiş ve “marjin analizi” yapılmıştır.

Çalışmada girişimci ve firmanın hangi özelliklerinin yeni girişimcilik üzerinde etkisi olduğu analiz edileceği için söz konusu değişkenlere ilişkin veriler Ek-1 ve Ek-2'de probit regresyonda kullanıldıkları gruplar hâlinde sunulmuştur. İşe vuruş operasyonel tanımlar ise Ek 2'de verilmektedir.

Sınırlılıklar

Çalışmanın en önemli kısıtlılığını bilgileri anket yoluyla toplamak oluşturmaktadır. Anket yoluyla elde edilen verilerin öznel(sübjektif) olma olasılığı, birden fazla ortağa sahip firmalarda yapılan anketin tüm firmayı temsil edememesi ve anketlerin kesit olarak belli bir tarihte yapılmasından kaynaklanan zayıflıklar bulunmaktadır. Çalışmada yeni girişimci çıkarma potansiyeli ile seçili girişimci ve firma özellikleri arasındaki ilişkiye bakılmıştır.

3. Araştırmanın Bulguları



Grafik 2. Çalışanlardan Girişimci Çıkan Firmalar (yüzde)

Grafik 2'de çalışanlarından girişimci çıkan firma bilgileri verilmiştir. Firmaların yüzde 15,6'sından yeni bir girişimci çıkmış iken yüzde 84,4'ünden çıkmamıştır.

⁴ “Yenilik Kümelerinde Firmalar Arası İstihdam Hareketliliğinin Sosyolojik Analizi” adlı makalede aynı ifade yer almaktadır.

Tablo 1. Girişimci Olan Çalışan Sayıları

Girişimci Olan Personel Sayısı	Firma Sayısı	Yüzde	Girişimci Olan Toplam Personel
1	91	52.30	91
2	48	27.59	96
3	21	12.07	63
4	4	2.30	16
5	7	4.02	35
6	1	0.57	6
7	1	0.57	7
10	1	0.57	10
Toplam	174	100	324

Tablo 1’de firmalardan çıkan girişimci sayıları verilmektedir. Buna göre girişimci çıkartan 174 firmadan toplam 324 yeni girişimci çıkmıştır. Firmaların yüzde 52,3’ü tek girişimci çıkarırken, bunları yüzde 27,5’ile iki girişim çıkararan firmalar izlemiştir. Ortalamada ise 1,8 girişimci çıkmıştır.

Örnekleme çerçevesinde yerleşik firmaların yaklaşık yüzde 29’u kadar yeni firma ortaya çıktığı görülmektedir. Girişimci çıkaran firmalar bazında bakıldığında ise bu firmalar kendilerinin yaklaşık iki katı kadar yeni firma ortaya çıkarmışlardır. Bu durum, yenilik kümelerinin kendini sürekli üretmesi bağlamında dünya literatürüne uygun olup, Türk teknoparklarında da benzer bir sürecin işlediğini göstermektedir.

Tablo 2’de firmanın çalışanlarının girişimci olmasını etkileyen firma sahibi girişimci ve firma yapısına ilişkin faktörlerin belirlenmesine yönelik probit regresyon sonuçları verilmiştir.

Tablo 2. Çalışanların Girişimci Olmasını Etkileyen Faktörler

	Değişkenler	Z	P> Z	Marjin Analizi (dy/dx)
	Kültürel Sermaye			
Girişimci Özellikleri	Cinsiyet	1,72	0,086	
	Yaş	1,43	0,152	
	Eğitim Düzeyi	2,33	0,020	0,029
	Yurt Dışı Eğitim	1,26	0,207	
	Girişimcilik Öncesi Çalışma Tecrübesi	1,37	0,171	
	Yurt Dışı Girişimcilik Öncesi Çalışma Tecrübesi	-0,89	0,371	
	Girişimcilik Tecrübesi	1,38	0,167	
	Girişimci Türü	2,60	0,009	-0,109
	Sosyal Sermaye			
	İşlerini Kolaylaştıran İş Çevresi Bulunması	2,26	0,024	0,025
	İşlerini Kolaylaştıran Siyasi Çevresi Bulunması	-3,29	0,001	-0,030
Kümelenme Girişimlerine Üyelik	2,17	0,030	0,045	
Firma Özellikleri	Ortak Sayısı	0,18	0,856	
	Kadın Ortak	0,89	0,374	
	Akademisyen Ortak	0,08	0,939	
	Firmanın Yaşı	4,71	0,000	0,046
	Çalışan Sayısı	1,12	0,263	
	Hızlı Büyüme	0,51	0,610	
	İhracat	2,85	0,004	0,058
	Ürüne Dönüşen Ar-Ge Proje Sayısı	-0,98	0,329	
	Kamu Destekli Ar-Ge Proje Sayısı	2,08	0,038	0,008
	Çok Uluslu Şirketlerle Ortak Ar-Ge Projesi	-0,01	0,996	
	Sektör	0,58	0,560	
	Teknopark	1,56	0,119	
	İl	-1,57	0,116	

Bu regresyon analizinde çalışanların girişimci olmalarını etkileyen 11 girişimci ve 13 firma özellikleri olmak üzere toplam 24 bağımlı değişken kontrol edilmiştir. Bu tabloya göre girişimci özelliklerinden girişimcinin eğitim düzeyi, girişimci türü ve girişimcinin sahip olduğu iş ve siyasi çevresi ile kümelenme girişimlerine ortak olma durumlarının firma özelliklerinden ise yaşın, ihracat yapmanın ve kamu destekli Ar-Ge proje sayısının istatistiki olarak anlamlı bir etkisi olduğu görülmüştür. Marjin analizi verilerinden etkinin düzeyleri incelenmiştir.

Girişimci özellikleri açısından tüm değişkenler ortalama değerlerindeyken “Çalışanlarınız arasından girişimci çıktı mı?” sorusuna evet deme olasılığını;

- Girişimcinin eğitimindeki bir düzeylik artış (örneğin mezuniyetin lisanstan yüksek lisansa geçmesi) 2,9 yüzde puan artırmakta,

- Girişimci türünün normal girişimciden akademik girişimciye geçmesi 10,9 yüzde puan azaltmakta,
- Girişimcinin işlerini kolaylaştırıcı bir iş çevresi olması 2,5 yüzde puan artırmakta,
- İşlerini kolaylaştıran siyasi bir çevresi olması 3,0 yüzde puan azaltmakta,
- Girişimcinin kümelenme girişimlerine üye olması 4,5 yüzde puan artırmaktadır.

Firma özellikleri açısından ise;

- Firmanın yaş kategorisindeki bir birimlik artış 4,6 yüzde puan artırmakta,
- Firmanın ihracat yapma durumu yapmamaya göre yüzde 5,8 puanlık artış sağlamakta,
- Firmanın kamudan aldığı Ar-Ge desteklerindeki artış ise 0,8 yüzde puan artış sağlamaktadır.

Tartışma ve Değerlendirme

Bu bulgular ışığında regresyon analizinde anlamlı ilişki çıkan girişimci ve firma özelliklerini ayrı ayrı tartışılacaktır.

Kültürel Sermaye, Eğitim ve Girişimci Türü

Tüm değişkenler ortalama değerindeyken eğitim seviyesinin yükselmesi eğitim seviyesi arttıkça girişimcinin çalışanlarına karşı yaklaşımı yönetsel açıdan daha rasyonel ve yönlendirici olabilmektedir. Kurum içi iletişim, bilgi paylaşımı, eğitici faaliyetlere verilen önem, firmadan yeni girişimcilerin çıkmasını artırabilmektedir.

Diğer taraftan tüm değişkenler ortalama değerindeyken girişimci türünün normal girişimciden akademik girişimciye geçmesi firmanın girişimci çıkarmasını olumsuz etkilemektedir. Girişimcinin kültürel sermaye özelliklerinden eğitim düzeyi ile akademik girişimci olup olmaması birlikte değerlendirildiğinde; eğitim seviyesinin artması çalışanların girişimci olmasını pozitif etkilerken, girişimcinin akademik olması hâlinde bu faktörün girişimciliği negatif olarak etkilediği görülmektedir. Akademisyenlerin görece olarak eğitim düzeylerinin yüksek olduğu düşünüldüğünde bu durumun paradoksal olduğu söylenebilir.

Bu çerçevede yeni bir marjinaliz analizini gerçekleştirilmiş olup bu sefer girişimci türü dışındaki değişkenler yine ortalama değerlerinde iken girişimci türü sırasıyla önce normal girişimci (=0) sonra da akademik girişimci (=1) olarak belirlenmiştir. Tablo 3'ten görüleceği üzere diğer değişkenler ortalama değerlerinde ve girişimci türü normal girişimci olduğunda eğitim seviyesindeki

artış istatistiki olarak anlamlı pozitif etkisini sürdürürken, girişimci türü akademik girişimci olarak belirlendiğinde eğitim düzeyindeki artışın istatistiki olarak anlamlı pozitif veya negatif bir etkisinin söz konusu olmadığı görülmektedir.

Tablo 3. Eğitim Sabit İken Yapılan Marjin Analiz

Değişken	Girişimci Türü	Z	P> Z	Marjin Analizi (dy/dx)
Eğitim	Normal Girişimci	2,11	0,035	0,033
	Akademik girişimci	0,65	0,518	0,020

Tablo 4. Girişimci Türü Bazında Eğitim Düzeyi

Eğitim Düzeyi	Akademik Olmayan Girişimci	Akademik Girişimci	Toplam
Lise ve Altı	42	-	42
Üniversite	470	22	492
Yüksek Lisans	291	24	315
Doktora ve Üstü	80	183	263
Toplam	883	229	1.112

Akademik girişimciler ile akademik olmayanların eğitim düzeyleri Tablo 4'te verilmiştir. Görüleceği üzere akademik girişimcilerin çok büyük bir kısmının eğitim düzeyi doktora ve üstüdür.

Tablo 5. Girişimci Türü ve Çalışanların Girişimci Olması

Girişimci Türü	Girişimci Sayısı	Girişimci Olan Çalışan Sayısı	Toplam
Akademik Olmayan Girişimci	724	159	883
Akademik Girişimci	214	15	229
Toplam	938	174	1112

Tablo 5'te ise girişimci türü ile çalışanların girişimci olmasına ilişkin bilgiler verilmiştir. Buna göre akademik olmayan girişimci sayısı, akademik olanların 4 katı olmasına rağmen çalışanların girişimci olması açısından aradaki fark 10 kattan yüksektir.

Regresyon sonucuna döndüğümüzde; aslında eğitim düzeyinin artmasının akademik olmayan girişimcilerin yanında çalışanların girişimci olma olasılığını artırdığı sonucu çıkmaktadır. Bu nokta akıllara şöyle bir soruyu getirerek, bilgi toplumu oluşumuna yönelik ciddi bir yapısal soruna da işaret etmektedir: Üniversitede geleceğin girişimcilerini ve bilim adamlarını yetiştiren akademisyenler uygulama alanında kendi firmalarında neden akademik olmayan girişimciler gibi yeni girişimci yetiştirememektedirler?

Türkiye’de akademik girişimcilerle ilgili çok az sayıda (Cansız, 2016) araştırma bulunmaktadır. Ancak, bu bulgunun akademik girişimciliğe ilişkin Cansız’ın (2016, s. 318) yaptığı doktora çalışmasındaki bulgularla uyumlu olduğu görülmektedir. Bu çalışmanın bulgularına göre, akademik girişimcilerin büyük çoğunluğu bilimsel kaygılarla girişimci olmuştur ve temel hedefleri ticari faaliyetten ziyade kamu hibelerinden faydalanmak ve kendi akademik çalışmalarına katkı sağlamaktır. Bazılarının ise döner sermayenin kesintilerinden kurtulmak için firma kurarak danışmanlık ve proje işlerini yürütmek üzere girişimci oldukları tespit edilmiştir. Bu bağlamda ancak çok az bir kesimin gerçek anlamda girişimciliği düşünerek ürün/hizmet geliştirmeye yöneldiği anlaşılmaktadır. Türkiye’de akademik girişimciliğin görünenin aksine farklı amaçlarla kullanılması akademisyenlerin girişimci yetiştirmeme konusunu açıklayabilir ve bu çerçevede politika üretme gerekliliğini de ortaya koymaktadır.

Sosyal Sermaye; İş ve Siyasi Çevre, Küme Üyeliği

Sosyal sermayenin girişimcilerin başarısı üzerinde etkili olduğu konusunda literatürde önemli çalışmalar bulunmaktadır (Neergard ve Madsen, 2004; Amit vd., 1993; Cansız, 2014; Burt, 1997; Lin, 2001; Granovetter, 1985). Bireyin toplam kaynaklarını amaçları doğrultusunda kullanabilme yetisi olarak tanımlanan sosyal sermaye (Bourdieu, 1986, 2010) girişimcilerin başarısında da fark yaratmaktadır (Cansız, 2014, s. 130).

Bu kapsamda, araştırma bulgusuna göre çalışanların girişimci olma olasılığını, sosyal sermaye bileşenlerinden; girişimcinin iş çevresinin gücü ve kümelenme üyeliği pozitif etkilerken siyasi bağlantı gücü negatif etkilemektedir. Bu sonuç, iş çevresi ve küme üyeliğinin firmanın faaliyet alanıyla ilgili ekosistemde daha fazla bağlantı kurma, o ağların içinde olma imkânını sunması nedeniyle çalışanlara da doğal bir sosyal sermaye sağlayabildiğine işaret etmektedir. Yani, kısaca sosyal sermayenin yeni girişimcinin gerek cesaretini gerekse söz konusu ekosistemle ilgili bilgi ve tecrübesini artırıcı bir etkisi olduğu anlaşılmaktadır.

Diğer taraftan siyasi bağlantı gücünün yüksekliğinin negatif etkisi ise çalışanların yeni firma kurma yerine, onların kamu alanından sağlayabildikleri imkânlarla yöneldiğine işaret edebilir. Siyasi bağlantı gücünün yüksekliği firmayı Ar-Ge ya da pazar odaklı çalışmalardan ziyade kamuya hizmetler sunmaya yönelmiş olabilir. Bu durum çalışanların gerek yenilik gerekse pazar bilgisinin yeterli düzeyde oluşmasını engelleyebilir ve teknoloji tabanlı yeni firmalar kurulmasını zorlaştırabilir. Bu bulgu Cansız’ın (2016) teknoloji tabanlı girişimcilikte siyasi gücün ticarileşmede faydası olmadığı bulgusu ile de uyumludur. Ancak bulgunun, bilgi toplumuna dönüşüm sürecinde siyasetin girişimcilik üzerindeki etkilerini ortaya koymak bağlamında, daha detaylı çalışılması gerekmektedir.

Firmanın Yaşı ve İhracat Yapma

Literatürle paralel olarak bu çalışmada da bir firmanın yaşının artmasının yeni girişimci sayısını artırıcı etkisi olduğu saptanmıştır. Firmaların belli bir olgunluk düzeyine ulaşması, çalışanlarını piyasa koşullarında nasıl yetiştireceklerini bilmelerini ve daha fazla hayatta kaldıkları için de doğal olarak çalışan sirkülasyonunun artmasını sağlayarak girişimci çıkarma olasılığını artırmaktadır.

Benzer şekilde literatürle uyumlu bir sonuç ihracat için de geçerlidir. Teknoloji tabanlı işletmeler için rekabetin en yüksek olduğu uluslararası pazarlarda ürün satabilmek firmanın pazar hâkimiyetini göstermektedir. İhracatçı firmalarda çalışanlar, ulusal ekosistemin yanında uluslararası alanda da bilgi sahibi olmakta ve gerek satış gerekse yeni pazarlara açılma tekniklerini kazanmaktadırlar. Ayrıca diğer ülke firmalarıyla girdikleri iletişim nedeniyle genişlettikleri sosyal sermayenin çalışanların birçok bağlamda donanımlı olmalarını sağlayıcı etkisi vardır. Tüm bunlar yeni girişimci çıkarma potansiyelini artırmaktadır.

Kamu Destekli Ar-Ge Proje Sayısı

Son olarak kamu tarafından Ar-Ge projelerinin desteklenme sayısı iki farklı olguya işaret edebilir: Proje sayısının fazlalığı ilk önce Ar-Ge kapasitesinin yüksekliğini gösterir. İkinci olarak da devlet desteklerine ulaşma yollarının bulunmuş olmasını ifa edebilir.

Firmanın çok sayıda Ar-Ge projesi yapması ve yeni projeler için sürekli kamudan fon sağlayabilmesi görece olarak firmaların yenilik kapasitelerinin diğerlerine göre daha yüksek olduğunu gösterir. Yenilik kapasitesi yüksek firma çalışanlarının donanımı ve yetkinlikleri sürekli artar ve çalışanlar gerçek zamanlı olarak yeni bilgiye ulaşarak sektörel yenilikleri yakından takip edebilirler. Dolayısıyla teknoloji tabanlı girişimlerin en önemli özelliği ve gereksinimi olan; “alanında donanımlı olma” problemi bu tip firmalarda daha kolay aşılmaktadır. Bu bulgu da literatürle uyumludur.

Ancak, ana firmanın Ar-Ge kapasitesinin yanında ölçeği de büyüdüğünde çalışanların girişimci olarak dışarı çıkmasından ziyade içeride görev aldığı görülmektedir. Ne var ki ticarileşme yöntemi olarak Türkiye’de 3M, Google vb. gibi ölçekte firma olmadığı için, daha çok firmadan ayrılarak girişimci olunmaktadır.

Diğer taraftan ana firmanın çok sayıda Ar-Ge proje desteği alabilmesi; proje yazma, kamunun isteklerini karşılama, ölçme ve değerlendirme sistemlerine uygun modeller geliştirme, ihtiyaçlara yönelik konuları seçme, ana konuları bölerek farklı kurumlardan destek alabilme gibi bazı yetkinliklerin de firmada gelişmesi anlamına gelmektedir. Bu durum çalışanların nasıl kolay destek alınır

sorusunun cevabını öğrenmesi anlamına gelmektedir. Firma çalışanı da kendindeki bu kapasite ile “Ben de bu işi yaparım, girişimci olurum” düşüncesine daha kolay erişebilmektedir. Böylelikle, kamu desteklerinin firmadan ayrılmayı kolaylaştırıcı bir etkisinin olduğu da düşünülebilir.

Tablo 6. Girişimci Olurken Kamu Desteği Kullananlar

Destek Alan Girişimci Sayısı	Firma Sayısı	Yüzde	Yeni Girişimci Sayısı
Bilinmeyen			145
0	100	57.47	100
1	58	33.33	58
2	11	6.32	22
3	4	2.30	12
5	1	0.57	5
Toplam	174	100.00	324

Tablo 5’te anket yapılan yerli firma girişimcisinin bilgisi dâhilinde, yeni girişimci olanlardan kamu desteği alanlara ilişkin bilgiler verilmiştir. Toplam 324 girişimciden, 145’i hakkında bilgi bulunmamaktadır. Bilgisi bulunan 197 yeni girişimciden 97’sinin (yaklaşık yüzde 49) işe başlarken kamu desteği aldığı ifade edilmiştir.

Çalışanların girişimci olmasında kamu destek politikaları önemli bir araçtır. Kolay ulaşılabilen ve bol miktarda bulunan kamu destekleri, girişimcilik yeteneği ve düşüncesi olmayan çalışanların da kısa dönemli girişimci olmasını sağlamaktadır. Aynı zamanda onların ticarileşme bilinci ve yatkınlıklarının yeterince gelişmesini engelleyebileceği düşünülmektedir. Bu durum, yerleşik girişimciler için istihdam problemleri ortaya çıkarırken-kritik personelin girişimcilik desteği olarak ayrılması gibi-yeni projeci girişimlerin oluşmasına veya başarısız girişimciler ortaya çıkmasına neden olarak sisteme iki yönlü zarar verebilmektedir. Diğer taraftan bu süreç tecrübe sağlamak için katlanılması gerekli bir maliyet olarak da değerlendirilebilir. Bilgi işçilerini çekebilecek ve/veya kaybetmeyecek ortamı oluşturmak çok zordur. Gelişmekte olan ülkelerde yenilik bilincinin yeterli olmaması Ar-Ge istihdamında kamu desteğini daha önemli bir hâle getirmektedir. Eğer belirli eşikler geçilmez ise kazanımların kaybolma ihtimali bulunmaktadır. Bu yüzden Ar-Ge konusuna yaklaşımların uzun vadeli olması ve desteklerde kısıtlamaya değil iyileştirmelere gidilmesi gerekir (Cansız, 2016, ss. 157, 160). Her iki durumda da kamu desteklerinin etkinleştirilmesi diğer birçok faydasının yanında çalışanların girişimci olma sürecini pozitif etkileyecektir.

Cansız (2016, ss. 159-160) çalışmasında bu duruma işaret ederek Türkiye’de kamu desteklerinin yeterince etkin kullanılmaması sonucunda yeni tip bir proje girişimciliğinin geliştiğini ortaya koymuştur. Bu bağlamda literatürde örneği

olmayan bu çalışan tipini “tekno-memur” olarak kavramlaştırarak, Türkiye’ye özgü olan yeni bir bilgi toplumu aktörünün yükseldiğine işaret etmiştir. Bu bulgu, bilgi toplumu dönüşüm sürecinin mekanizmalarının ve aktörlerinin evrensel olmadığını, ülkelerin sosyokültürel yapıları bağlamında orijinal süreçlerin yaşandığını da gösterir. Özellikle modern ve geleneksel unsurları birbirine eklemleyen gelişmekte olan ülkeler bu açıdan gelişmiş ülkelerin izlediği yoldan farklılaşmaktadır. Geçiş aşamasında bu ülkelerde tampon süreçler (Kıray, 1964) ve aktörlerin ortaya çıkması şaşırtıcı değildir. Bu ise bilgi toplumu dönüşümü ve kalkınma projelerinin oluşturulmasında sosyolojik analizlerin dâhil edilmesinin önemini ortaya koyar.

Son olarak bu çalışma yeni bir araştırma ihtiyacını ortaya çıkarmıştır. Firmalarından ayrılarak girişimci olan kişiler açısından da meseleye yaklaşılması tamamlayıcı bir çalışma olarak tablonun daha net anlaşılmasını sağlayacaktır.

Kaynakça

- Agarwal, R., Echambadi, R., Franco, A. and Sarkar, M.B. (2004). Knowledge Transfer Through Inheritance: Spin-Out Generation, Growth and Survival. *Academy of Management Journal*, 47(4), 501-522.
- Aldrich, H. (1991). Need For More Research on Entrepreneurship. *The American Sociological Association Organizations and Occupations*. Newsletter Spring.
- Allen, J. (1998). Capital Markets and Corporate Structure: The Equity Carve-Outs of Thermo Electron. *Journal of Financial Economics*, 48, 99-124.
- Amador, M. and Landier, A. (2003). Entrepreneurial Pressure and Innovation. *Stern School of Business*. Mimeo.
- Amit, R., Glosten, L. and Muller, E. (1993). Challenges to Theory Development in Entrepreneurship Research. *Journal of Management Studies*, 30, 815-834.
- Anton, J. and Yao, D. (1995). Start-Ups, Spin-Offs, and Internal Projects. *Journal of Law, Economics and Organization*, 11(2), 362-378.
- Araujo, L. and Easton, G. (1996). *Networks in Socioeconomic Systems: A Critical Review* (D. Iacobucci, Ed.) in (pp. 63 – 107). *Networks in Marketing*.
- Beck, U. (1992). *Risk Society: Towards a New Modernity*. ThousandOaks, CA: Sage.
- Bell, D. (1973). *The Coming of Postindustrial Society: A Venture in A social Forecasting*. New York: Basic Books.
- Bell, D. (1974). *Labour in Post-Industrial Society: The Worker in “Post-Industrial” Capitalizm Liberal and Radical Responses*. New York: The Free Press.
- Bhide, A. (1994). How Entrepreneurs Craft Strategies That Work. *Harvard Business Review* in (pp. 150-161).
- Bourdieu, P. (1986). The Forms of Capital. (J. G. Richardson, Ed.). *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* in (pp. 241-258). New York: Greenwood Press.

- Bourdieu, P. (2010). *Sermaye Biçimleri, Sosyal Sermaye-Kuram, Uygulama, Eleştiri*. M. M. Şahin ve A. Z. Ünal (Der.) içinde (ss. 45-75). İstanbul: Sosyal Sermaye, Değişim.
- BSTB. (2016). Teknoloji Geliştirme Bölgeleri İstatistikleri. 1 Ocak 2017 tarihinde <http://btgm.sanayi.gov.tr/sayfa.html?sayfaId=312fb1e1-4886-4088-9ed8-7fe6e190b6fd> adresinden erişildi.
- Burt, Ronald, S. (1997). A Note on Social Capital and Network Content. *Social Networks*, 19, 355-374.
- Cansız, M. (2014). *Innovative Entrepreneurship of Turkey (The case of Turkish Technoparks)*. Ankara: Ministry of Development.
- Cansız, M. (2016). *Türkiye'de Akademik Girişimcilik*. Ankara: Kalkınma Bakanlığı.
- Cassiman, B. and Ueda, M. (2006). Optimal Project Rejection and New Firm Start-Ups. *Management Science*, 52, 262–275.
- Chatterjee, S. and Rossi, H. E. (2012). Spinoffs and The Market for Ideas. *International Economic Review*, 53, 53-93.
- Chen, V. T. (2015). *Cut Loose: Jobless and Hopeless in an Unfair Economy*. Oakland, CA: University of California Press.
- Cooper, A. (1985). The Role of Incubator Organizations in the Founding of Growthoriented Firms. *Journal of Business Venturing*, 1, 75-86.
- Dacin, M.T., Ventresca, M. and Beal, B.B. (1999). The Embeddedness Of Organizations: Debates, Dialogue, Dialogue and Directions. *Journal of Management*, 25(3), 317-356.
- Davidsson, P. (1989). Continued Entrepreneurship and Small Firm Growth. *Economic Research Institute*, Stockholm.
- Drucker, F. P. (1991). The New Productivity Challenge. *Harvard Business Review*, 69(6), 69-90.
- Drucker, F. P. (1994). *Yeni Gerçekler* (B. Karanakçı, Çev.). Ankara: Türkiye İş Bankası Kültür Yayınları.
- Ferrary, M. and Granovetter, M. (2009). The Role of Venture Capital Firms in Silicon Valley's Complex Innovation Network. *Economy and Society*, 18, 326-359.
- Florida, R. (2002). *The Rise of the Creative Class*. New York: Basic Books.
- Florida, R. (2005). *Cities and the Creative Class*. New York: Routledge.
- Giddens, A. (1991). *Modernity and Self Identity*. Self and Society in the Late Modern Age. Cambridge: Polity Press.
- Granovetter, M. (1985). Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *The American Journal of Sociology*, 91(3), 481-510.
- Granovetter, M. (1990). The Old and New Economic Sociology: A History and an Agenda. (R. Friedland and A.F. Robertson, Eds.). *Beyond The Market Place: Rethinking Economy and Society*. New York: Walter de Gruyter, Inc.
- Granovetter, M. (1992). Economic Institutions as Social Constructions: A Framework for Analysis. *Acta Sociologica*, 35(1), 3-11.

- Granovetter, M. (2000). The Economic Sociology of Firms and Entrepreneurs. (A. Portes, Ed.). *The Economic Sociology of Immigration: Essays in Networks, Ethnicity, and Entrepreneurship* in (pp. 128-165). New York, NY: Russell Sage Foundation.
- Hellmann, T. (2007). When Do Employees Become Entrepreneurs?. *Management Science*, 53, 919-933.
- Henton, D. and Held, K. (2013). The Dynamics of Silicon Valley: Creative Destruction and the Evolution of the Innovation Habitat. *Social Science Information*, 52(4), 539-557.
- Hvide, H.K. and Kristiansen, E.G. (2012). Management of Knowledge Workers. *Journal of Law and Economics*, 55, 815-838.
- Kalkınma Bakanlığı. (2011). İllerin ve Bölgelerin Sosyoekonomik Gelişmişlik Sıralaması Araştırması. 3 Ocak 2017 tarihinde <http://www.kalkinma.gov.tr/Lists/Yaynlar/Attachments/548/SEGE-2011> adresinden erişildi.
- Kenney, M. (2000). *Understanding Silicon Valley: The Anatomy of an Entrepreneurial Region*. Stanford, CA: Stanford Business Books.
- Kıray, M. (1964). *Ereğli: Ağır Sanayiden Önce Bir Sahil Kasabası*. İstanbul: İletişim Yayınları.
- Klepper, S. (2007). Disagreements, Spinoffs, and The Evolution of Detroit as the Capital of the U.S. Automobile Industry. *Management Science*, 53(4), 616-631.
- Klepper, S. and Sleeper, S. (2005). Entry by Spin-offs. *Management Science*, 51(8), 1291-1306.
- Lin, Nan. (2001). *Social Capital: A Theory of Social Structure*. NY: Cambridge University Press.
- Liotard, J. F. (2000). *Postmodern Durum-Postmodern Nedir?* (A. Çiğdem, Çev.). Ankara: Vadi Yayınları.
- Nee, V. and Opper, S. (2012). *Capitalism From Below: Markets And Institutional Change In China*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Neergard, H. and Madsen, H. (2004). Knowledge-Intensive Entrepreneurship in A Social Capital Perspective. *Journal of Enterprising Culture*, 12(2), 105-125.
- Nikolowa, R., (2014). Developing New Ideas: Spin-Outs, Spinoffs, or Internal Divisions. *Journal of Economic Behavior and Organization*, 98, 70-88.
- OECD. (2012). *Entrepreneurship at a Glance*. OECD, Paris.
- Pakes, A. and Nitzan, S. (1983). Optimum Contract for Research Personnel, Research Employment and Establishment of Rival Enterprises. *Journal of Labor Economics*, 1(4), 345-365.
- Polanyi, K. (1944). *The Great Transformation*. Holt, Reihhart. New York.
- Saxenian, A. L. (1996). *Regional Advantage: Culture and Competition in Silicon Valley and Route 128*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Silicon Valley Index*. (2016). 2 Ocak 2017 tarihinde <https://www.jointventure.org/images/stories/pdf/index2016.pdf> adresinden erişildi.

- Swedberg, R. (2000). *Entrepreneurship: The Social Science View*. New York: Oxford University Press.
- Thornton, P. H. (1999). The Sociology of Entrepreneurship. *Annual Review of Sociology*, 25, 19-46.
- Thornton, P., Ribeiro-Soriano, H. D. and Urbano, D. (2011). Socio-Cultural Factors and Entrepreneurial Activity: An Overview. *International Small Business Journal*, 29, 105-118.
- Uzzi, B. (1999). Embeddedness in the Making of Financial Capital: How Social Relations And Network Benefit Firms Seeking Capital. *American Sociological Review*, 64(4), 481-505.
- Vallas, S. (2016). Reconfiguring Worker Subjectivity: Enterprise Discourse in an Age of Neoliberalism. *Proceedings of the Annual Meeting of the Eastern Sociological Society*. Boston, MA.

Ekler**Ek 1. Regresyonda Kullanılan Girişimci Özelliklerine İlişkin Bilgiler**

Değişkenler ve Açıklamaları	Değer	Sayı	Yüzde
Girişimcinin Cinsiyeti	Kadın	196	17,6
	Erkek	916	82,7
Girişimcinin Yaşı	20-29	168	15,1
	30-39	528	47,5
	40-49	290	26,1
	50+	126	11,3
Girişimcinin Eğitim Düzeyi	Lise ve Altı	44	3,9
	Üniversite	490	44
	Yüksek Lisans	315	28,3
	Doktora ve Üstü	263	23,6
Yurt Dışı Eğitim Tecrübesi	Hayır	898	80,7
	Evet	214	19,3
Girişimcilik Öncesi Çalışma Tecrübesi	Hayır	488	43,9
	Evet	624	56,1
Yurt Dışı Çalışma Tecrübesi	Hayır	1,084	87,4
	Evet	156	12,6
Mevcut Firma Öncesi Girişimcilik Tecrübesi	Hayır	754	67,9
	Evet	358	32,1
Girişimci Türü	Akademik	883	79,4
	Normal	229	20,6
İşleri Kolaylaştırıcı İş Çevresine Sahip Olmak	Kesinlikle Katılmıyorum	24	2,1
	Katılmıyorum	84	7,6
	Ne Katılıyor Ne Katılmıyor	260	23,4
	Katılıyorum	595	53,5
	Kesinlikle Katılıyorum	149	13,4
İşleri Kolaylaştırıcı Siyasi Çevresine Sahip Olmak	Kesinlikle Katılmıyorum	312	28,2
	Katılmıyorum	244	21,9
	Ne Katılıyor Ne Katılmıyor	276	24,8
	Katılıyorum	224	20,2
	Kesinlikle Katılıyorum	55	4,9
Kümelenme Girişimlerine Üyelik	Yok	881	79,2
	Var	231	20,8

Ek 2. Regresyonda Kullanılan Firma Özelliklerine İlişkin Bilgiler

Değişkenler ve Açıklamaları	Değer	Sayı	Yüzde
Ortak Sayısı	0	324	29,1
	1	256	23,1
	2	286	25,7
	3	125	11,2
	4	59	5,3
	5	35	3,1
	6+	27	2,4
Kadın Ortak	Yok	867	77,9
	Var	245	22,1
Akademisyen Ortak	Yok	933	83,9
	Var	179	16,1
Firma Yaşı	0-2	286	25,8
	3-4	210	18,9
	5-9	375	33,7
	10+	241	21,6
Çalışan Sayısı	0-5	661	59,4
	5-10	242	21,8
	11-19	103	9,2
	20-49	78	7,1
	50+	28	2,5
Hızlı Büyüyen Firma ⁵	Hayır	967	86,9
	Evet	145	13,1
İhracat Yapan Firma	Hayır	872	78,4
	Evet	240	21,6
Ürüne Dönüşen Ar-Ge Proje Sayısı	0	194	17,4
	1	413	37,1
	2	219	19,6
	3	91	8,1
	4+	195	17,8
Kamu Destekli Ar-Ge Proje Sayısı	0	381	34,2
	1	392	35,2
	2	187	16,8
	3	73	6,5
	4+	79	7,3
Çok Uluslu Şirketlerle Ortak Ar-Ge Projesi Yapma	Hayır	875	78,7
	Evet	237	21,3
Firmanın Sektörü	Yazılım-Bilişim	463	41,7
	Diğer Sektör	649	58,3

⁵ Çalışmada hızlı büyüyen firma sınıflamasında OECD'nin (2012) tanımlaması kullanılmıştır. Buna göre bir işletmenin hızlı büyüyen olarak tanımlanabilmesi için üç yıl boyunca yılda ortalama yüzde 20'den fazla büyüme (ciro veya istihdam olarak) ve izlenmeye başlandığında en az 10 çalışanı bulunmalıdır.

Faaliyet Gösterilen Teknopark ⁶	Gelişmemiş	318	28,6
	Normal	373	33,5
	Gelişmiş	421	37,9
Firmanın Bulunduğu İl ⁷	Gelişmekte Olan	167	15,1
	Gelişmiş	340	30,5
	Megapol	605	54,4

⁶ Faaliyet gösterilen teknopark sınıflaması Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı tarafından açıklanan teknopark endeks bilgileri çerçevesinde oluşturulmuştur (BSTB, 2016).

⁷ Kalkınma Bakanlığının illerin sosyoekonomik gelişmişlik sıralaması çalışmasından yararlanılmıştır. Söz konusu çalışmaya ilave olarak İstanbul ve Ankara illeri megapol olarak değerlendirilmiştir (KB, 2011).