

ÜNİVERSİTELERDE GERÇEKLEŞEN GİRİŞİMCİLİK FAALİYETLERİNİN DEĞERLENDİRİLMESİ

Doç. Dr. Çağrı BULUT

Yaşar Üniversitesi, İşletme Bölümü, (cagri.bulut@yasar.edu.tr)

Arş. Gör. Gonca ASLAN

Yaşar Üniversitesi, İşletme Bölümü, (gonca.aslan@yasar.edu.tr)

ÖZET

Teknolojik gelişmelerin beraberinde küresel çevrede yaşanan değişim ve dönüşümler; bireyleri ve örgütleri ekonomik, sosyal ve kültürel alanda derinden etkilemektedir. Buna bağlı olarak kamu, özel ve üçüncü sektörlerde faaliyet gösteren kuruluşlarında kendilerini bu gelişmeler ışığında yeniden yapılandırma ihtiyacı duydukları anlaşılmaktadır. Girişimcilik, söz konusu yeniden yapılandırma sürecinde öne çıkan kavramların başında yer almakta; kamu, özel ve üçüncü sektör aktörleri tarafından odak noktası haline gelerek yoğun olarak tartışılmaktadır. Bu çalışmanın amacı, üniversite bağlamında girişimcilik kavramını kendi sınırları ve kısıtları içerisinde detaylarıyla inceleyerek, üniversite düzeyinde gerçekleşen girişimcilik faaliyetleri hakkındaki bilgi paylaşımını detaylarıyla incelemektir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Üniversite Girişimciliği, Akademik Girişimcilik, Girişimci Üniversite, Girişimcilik Eğitimi.

A REVIEW OF ENTREPRENEURSHIP ACTIVITIES AT UNIVERSITIES

ABSTRACT

Changes and transformations in global environment in company with technological developments has affected individuals, institutions, countries significantly both in economic, social and cultural fields. Therefore public, private and third sector organizations apparently are in need restructuring themselves in the light of these developments. Entrepreneurship is a prominent concept that has become the focal point of the public, private and third sector actors in previously mentioned restructuring process. The purpose of this study is to discuss and classify the related concepts of entrepreneurship activities at university level.

Keywords: Entrepreneurship, University Entrepreneurship, Academic Entrepreneurship, Entrepreneurial University, Entrepreneurship Education.

1. Giriş

Küreselleşme, bütünleşme, bilgi toplumu, üniversite sanayi iş birliği, ağlar, değer yaratma kavramlarıyla ifade edilmekte ve tüm sektörlerde yankı bulduğu görülmektedir. Hem özel hem de kamu kesimlerinin sunduğu ürün ve hizmetlere ilişkin süreçlerde, paydaşlarla iletişim yollarının geliştirilmesine dair sürekli bir iyileştirme ve/veya yenilenme faaliyetlerinin rutin bir strateji olarak ilgili yönetici ve işgörenler tarafından kabul edildiği anlaşılmaktadır. Küresel platformda gerçekleşen, değişim ve dönüşümü her kesim için zorunlu kıldığı görülmektedir.

Küreselleşmenin artan hızıyla finansal araçlardan dahi daha hızlı seyreden bilgi, diğer tüm kamu ve ticari kurumlardan görece daha temkinli karakterde olan üniversiteleri inovasyon ve girişimcilik üzerine odaklanmaya zorlamaktadır. Ticari faaliyetler (*işletmecilik anlayışı*) ve kamu faaliyetlerinin önemli bir kısmının da yine bilgi temelli teknolojilerden etkilenerek bir dönüşüm içine girdiği anlaşılmaktadır. Her ne kadar ticari kar ve sosyal fayda üretim süreçlerini üstlenmiş kamu ve özel kurumlarda yeni bilginin edinimi, dönüşümü, kullanımı ve çıktılarının ekonomik veya sosyal faydaya dönüştürülmesi bir yenilik ve iyileştirme süreci girdisi olarak kabul edilmiş olsa da, bu çalışmada üniversitelerde yeni fikirlerin sosyal ve ticari faydaya dönüşüm süreçlerinin üniversite girişimciliğine odaklanılmıştır.

Üniversite girişimciliği; patent, lisanslama, kurulan yeni şirketler, teknoloji transferini kolaylaştıran kuluçka merkezleri ve teknoparkların kurulması gibi bölgesel ekonomik kalkınmayı hızlandıran tüm girişimsel aktivitelerle ilişkilendirerek geniş bir çerçevede tanımlanmakta (Roathaermel vd., 2007:692) ve üniversite düzeyinde girişimcilik, stratejik bir hareket olarak değerlendirilmektedir (Yusof & Jain, 2010:89). Çalışma uzun zamandır tartışılan üniversite girişimciliğine ilişkin yürütülen faaliyetleri, belirgin özellikleri çerçevesinde sınıflandırmayı amaçlamaktadır.

Bu çerçevede öncelikle üniversite düzeyinde girişimcilik ile literatürdeki yaklaşımlar tartışılmaktadır. Sonuç bölümünde ise üniversitelerin sosyal entropiyi azaltıcı konumlarına işaret edilerek, hangi bağlam ve içerik dâhilinde girişimciliği ele almaları gerektiğine ilişkin öneriler yer almaktadır.

2. Üniversite Girişimciliği

Üniversitelerin en temel kuruluş amaçlarının bilimsel araştırma ve yükseköğrenim talebini karşılama hususlarına dayanan sosyal değer yaratmaya yönelik olması nedeniyle, üniversitelerin girişimcilik faaliyetlerini sadece ticari bir değer yaratma ya da ekonomik fayda sağlama ile sınırlandırmak eksik bir değerlendirme olarak görünmektedir. Yaşanılan yoğun rekabet içinde özel sektörün de üniversitelerde üretilen bilimsel bilgi ve yaratılan sosyal değerın ticarileştirilmesi ile yakından ilgilenmesi böylece üniversitelerin ajandalarına daha fazla ortaklık, iş dünyası ile sıkı işbirlikleri, fon sağlamaya yönelik süreçleri ele almaları yönünde birtakım gerekliliklerin gündeme gelmesi zorunluluğunu doğurmaktadır. Gaffikin & Morrissey'in (2008), üniversite tipolojisini; fildişi kulesi (*ivory tower model*), tarafsız (*non-partisan model*), hizmet (*service model*), sosyal (*outreach model*), bağlantılı (*engaged model*) olmak üzere beş modelin üzerinden tartışmakta ve bağlantılı olarak ifade edilen yeni üniversite modelinin, karşılıklı destekleyici ortaklığa dayanan ve uzun dönemli stratejik işbirliklerini

içeren günümüz üniversiteleri tarafından benimsendiğini ifade etmektedirler (Gaffikin & Morrissey, 2008:102).

Üniversitelerin geldiği noktada bilgi atölyesi, insan sermayesi atölyesi, teknoloji transfer atölyesi ve bölgesel kalkınma atölyesi olmak üzere dört açık misyonunun olduğundan bahsedilmektedir (Lazzeroni, 2001:15). Görüldüğü üzere, her ne kadar öncelikli misyonları bilgi üretmek ve insan yetiştirmek üzerine yükseliyor olsa da, üniversiteler üretimlerini dış paydaşlarla geliştirdikleri ilişkiler doğrultusunda ticarileştirmeye, belirli işbirlikleri ile ortak girişimlerde bulunmaya, akademik personelin ağlarla birbirlerine bağlanarak ortak proje ve araştırmaları gerçekleştirmelerine de önem vererek, sosyal ve ticari değer yaratımını birlikte gerçekleştirdikleri anlaşılmaktadır. Bu noktada üniversite girişimciliğinin ikileşik (dikotomik) bir anlam taşıdığını söylemek ve bu nedenle bireysel, kurumsal ve sosyal girişimcilik türlerinden farklılaştığını, bir anlamda söz konusu girişimcilik düzeylerinin bir birleşimi (füzyonu) olduğunu ifade etmek anlam kazanmaktadır.

Geçmişte pek çok üniversitede egemen olan üniversitelere özgü bürokratik kültürün istikrarını yitirerek, yerini daha girişimsel ve kurumsal bir kültüre bırakma eğiliminde olduğundan söz edilmektedir (Burnett & Huisman, 2010:121). Üniversitelerin belirli değişimlerden geçtiğini ve üniversite eğitiminin kitleleşmesi, bilimsel araştırmaların maliyetlerinin artması, devletin üniversitelere ayırdığı fonlardaki düşüş gibi nedenlerden dolayı üniversitelerin değişim geçirdiğini belirten Lazzeroni & Piccaluga (2003), söz konusu gelişmeleri özel sektör tarafından üniversitelere sağlanan finansal desteğin artışıdaki neden olarak göstermektedirler (Lazzeroni & Piccaluga, 2003:39).

Yokoyama (2006), üniversitelerde gerçekleşen girişimsel aktivitelerin sadece kar elde etme, risk alma ve ticari faaliyetler çerçevesinde sınırlandırmanın doğru bir yaklaşım olmadığını, bu bağlamda üniversite bünyesinde gerçekleştirilen girişimsel faaliyetlerin; üniversitelerin ayakta kalabilme, özerk olabilme, topluma karşı sorumluluklarının yerine getirme gayretiyle yapıldığını söylemektedir (Yokoyama, 2006:527). Bir anlamda, üniversite düzeyinde gerçekleştirilen girişimcilik faaliyetlerinin, üniversitelerin özellikle finansal bağlamda kendi ayaklarının üzerinde durarak özgürlüğünü ilan etmeye yönelik araçsal bir fonksiyon üstlendiği anlaşılmaktadır.

Mars & Rios-Aguilar 44 makale üzerinde yaptıkları çalışmada, girişimcilik terminolojisinin büyük çoğunlukla; teknoloji transferi, fikri mülkiyet hakları ve üniversite-sanayi işbirlikleri gibi belirli akademik davranış ve aktivite setleri üzerinde yoğunlaştığını, hiçbirinin açık bir biçimde sosyal odaklılık boyutlarına değinmediğini ortaya koymaktadırlar (Mars & Rios-Aguilar, 2010:452). Aynı zamanda yazarlar Thornton'ın (1999:23-24-25) girişimciliğin sosyolojisini irdelediği önemli çalışmasına atıfta bulunarak, yükseköğretim literatüründe girişimsel aktivitelerin ağırlıkla talep yönüne ilişkin perspektifle çevresel koşullar, baskılar ve fırsatlara cevap niteliğinde olduğunu ifade etmektedirler. Bu noktada, üniversitelerin girişimcilik faaliyetlerinin neo-liberal politikaların, küreselleşmenin ve pazar nüfuzunun dayatmasına karşı mağdur bırakılarak sürdürdüklerini belirtmektedirler. Arz yönüne ilişkin perspektiften bakıldığında; bireylerin, grupların, örgütlerin daha objektif ve amaçlı bir biçimde fırsat arayarak sosyal ve ekonomik değer yaratma eğiliminde oldukları anlaşılmaktadır ki bu onların daha bağımsız ajandalarına işaret etmektedir (Mars & Rios-Aguilar, 2010:455-456).

Üniversitelerin girişimcilikle ilgili her türlü faaliyetinin ikileşik (dikotomik) bir anlam ifade ettiği, anlamak önemli görünmektedir. Çünkü üniversitenin herhangi bir ekonomik fayda yaratma gayretinin en nihayetinde sosyal anlamda da değer yaratacağı, benzer biçimde sosyal değer yaratma gayretinin de en nihayetinde ekonomik bir değer yaratacağı düşünülmektedir. Ancak daha önce üzerinde durulduğu üzere, üniversitelerin öncelikli misyonlarının bilimsel katkı sağlamak, bireyleri eğitmek ve sosyal dönüşümü gerçekleştirmek olduğunu unutmamak gerekmektedir. Bu bağlamda üniversitelerin normatif baskılarla uyumlu hale gelerek meşruiyetlerini devam ettirmeye çalıştıklarını anlamakla birlikte, reaktif davranarak uyumlanmaktan ziyade, proaktif davranarak kendi girişimsel davranış setlerini oluşturmalarının önem kazandığı düşünülmektedir.

Tüm bu bilgilerin ışığında üniversite girişimciliği yazarlar tarafından şöyle tanımlanmaktadır; “Üniversite girişimciliği, üniversitenin tüm iç paydaşları tarafından benimsenmiş, kendi iç ve/veya dış paydaşlarıyla kurduğu çoklu ağlar aracılığıyla, sosyal ve ekonomik katma değer yaratmaya yönelik gerçekleştirdiği stratejik faaliyetlerin bütünüdür”.

2.1. Üniversite Girişimciliği Türleri

Bilgi temelli ekonomilerde teknolojik değişim ve inovasyon alanlarında aktif rol almaları beklenerek merkezi konuma oturtulan üniversiteler (Bramwell & Wolfe, 2008:1175), doğaları gereği birer kuluçka merkezi, araştırmaların ticarileşmesine yönelik birer lokomotif, yeni bilgi ve teknolojinin kaynağı olarak nitelendirilmektedirler (Alexander & Evgeniy, 2012:46). Bilginin ticarileşmesi bakımından üniversite düzeyinde gerçekleştirilen girişimcilik, bilginin ürünlere, süreçlere ve firmalara dönüştürülerek, sanayi ile gerçekleştirilen işbirlikleri aracılığıyla birer bilgi akış mekanizması fonksiyonu görmekte (Mueller, 2006:1499-1500), neredeyse her ilimizde üniversite bulunması sebebiyle bölgesel ekonomik kalkınmanın da ötesinde, yerel ekonomik kalkınmaya da önemli oranda katkı sağlamaktadır. Bu bağlamda üniversiteler yalnızca kodlanmış bilgi ve insan sermayesi üretmenin yanı sıra yerel ağ ve bilgi akışlarını küresel aktörlerle bağlantılandıran çok yönlü ekonomik ve stratejik aktörler olarak rol almaktadırlar.

Firma kurulması, danışmanlık hizmetleri, kamuya sunulan hizmetler, verilen burslar gibi faaliyetleri üniversite düzeyinde gerçekleştirilen çok katmanlı girişimsel aktiviteler olarak tanımlayan Yokoyama (2006), söz konusu aktivitelerin yeni trendler olmadığını ve üniversite bağlamında yürütülen girişimsel faaliyetlerin temel motivasyonun ticari amaçlı kar elde etmek ve risk almaktan ziyade toplum gözünde güvenilirliklerini artırarak ayakta kalabilme ve bağımsız olabilmeye yönündeki çabalar şeklinde ifade etmektedir (Yokoyama, 2006:526-527).

Aldrich (2012), akademik camiada gerçekleşen söz konusu değişimlerdeki önemli rolü kurumsallaşmaya atfederek, paylaşılan bilişsel anlayışın sosyal takasla sürdürülen davranış örüntülerinin normatif sistemlere aşılacak kolaylaştırıcılığının altını çizmektedir (Aldrich, 2012:1240). Bu noktada kurumsal girişimciliğin üniversite bağlamında; sayısız bilim insanının, grubun, kuruluşun, derneğin, örgütün, ajansın ortak eylemini kapsadığı anlaşılmaktadır (Aldrich, 2012:1241). Sebep çevreden gelen kurumsallaşma baskılarına yönelik meşrulaşma çabası ya da kendini paylaşılan güncel değerlerle ifade etme anlayışı da olsa, üniversitelerde yaşanan değişimlerin dramatik olduğu ve yaşanan değişime ilişkin süreç ve çıktılarının iç ve dış paydaşları büyük oranda etkilediği görülmektedir.

Üniversite düzeyinde gerçekleştirilen girişimcilik faaliyetlerinin tanımlanması ve sınıflandırılmasına ilişkin farklı yaklaşımların olduğu anlaşılmalı birlikte, akademik girişimcilik, girişimci üniversite ve girişimcilik eğitimi başlıkları altında konunun tartışılmasının bu çalışma kapsamında daha yararlı olacağı düşünülmektedir.

2.1.1. Akademik Girişimcilik

Akademik girişimciliğe ilişkin literatürde yapılan tanımlamalara bakıldığında tanımların birbirleri ile tam uyumlu olmadıkları görülmektedir. Bunun temel nedeninin atfın kime yapıldığı, bağlamının sınırları, içeriğinin ne olduğu konularıyla ilgili uzlaşma eksikliği olarak göze çarpmaktadır. Shane (2004) akademik girişimciliği, neredeyse tamamen üniversitelerin kurduğu şirketlere odaklanarak, akademik kuruluşun içinde yaratılan bir fikri mülkiyetten faydalanmak suretiyle yeni bir firmanın kurulması şeklinde tanımlamaktadır (Shane, 2004:4). Benzer şekilde Van Burg vd.,'nin (2008:115) akademik girişimcilik tanımlarının da, üniversite araştırmalarının neticesinde elde edilen teknolojik fırsatların yaratılması, keşfedilmesi ve kullanılmasıyla yeni şirketlerin kurulmasına odaklandığı görülmektedir. Görüldüğü üzere tüm yazarların, akademik girişimciliğin neticesinde yeni bir firma kuruluşuna odaklanarak somut çıktı üzerinden kavramı tanımladıkları anlaşılmaktadır. Patent, lisans, yeni şirket kurma, üniversite-endüstri işbirliği aracılığıyla akademisyen bilim insanlarının inovasyonlarını icarileştirme çabaları kapsamında teknolojik temelli ekonomik kalkınma girişimleri akademik girişimcilik olarak adlandırılmaktadır (Grimaldi vd., 2011:1045).

Akademik girişimcilik faaliyetlerini başarılı bir biçimde sürdüren üniversitelerin; finans, itibar ve sosyal alanlarda fayda sağladıklarını ifade eden Wood vd., (2011:159) bir anlamda Louis vd.,'nin (1989:110), araştırma fikirlerinin ve araştırma temelli ürünlerin geliştirilmesi, pazarlanması aracılığıyla bireysel ya da kurumsal karı, etkiyi ve prestiji artırma çabaları şeklinde tanımladıkları akademik girişimciliği çıktuları üzerinden desteklemektedirler. Akademik girişimcilik en temel düzeyde, bir araştırmadan elde edilen bilginin ticarileşmiş hizmet ve ürünler aracılığıyla yayılması olarak tanımlanmaktadır (Marion vd., 2012:402). Akademik girişimciliğin temel sayılması, üniversite içinde gerçekleşen bilimsel araştırmaların ticarileştirilerek gelir elde edilmesi olduğu ileri sürülmektedir (Wood, 2011:153). Urbano & Guerrero (2013) ise daha kapsamlı bir tanım yaparak akademik girişimciliği; bilgi ve teknolojiyi üretme, dönüştürme ve ticarileştirmeye yönelik faaliyetlerini üniversitenin sağladığı yeterli kaynak ve çevre aracılığıyla, üniversite içindeki günlük faaliyetlerini şekillendiren araştırmacı ya da akademisyeni tanımlayan bir olgu olarak ifade etmektedirler (Urbano & Guerrero, 2013:41).

Glassman vd.,'nin (2003) akademik girişimciliğin gerçekleşebilmesi için dört boyutun belirmesi gerektiğini söylemektedirler; fırsatların varlığı/fırsatların yaratılması, fırsatları farkedebilen/değerlendirebilen insanların varlığı ve yetiştirilmesi, kaynakların bulunması ve biriktirilmesi, girişimsel aktiviteleri destekleyen bir kültürün varlığı (Glassman vd. 2003:355). Akademik girişimciliğin gerçekleşmesi için gerekli olduğu iddia edilen söz konusu dört boyutun, daha çok bir üniversite iç girişimcilik iklimine işaret ettiği söylenebilir.

Akademik girişimcilik kavramının kapsadığı aktiviteler; büyük çaplı bilimsel projeler, sözleşmeli araştırmalar, danışmanlık, patent/lisans, üniversite araştırmaları sonucunda kurulan şirketler, üniversitenin dış paydaşlara sağladığı eğitimler, üniversite tarafından geliştirilen ürün

satışları şeklinde ifade edilmektedir (Klofsten & Jones-Evans, 2000:300). Ayrıca söz konusu aktivitelerin danışmanlık, sözleşmeli araştırmalar gibi hafif aktiviteler (*soft activities*) ve üniversite araştırmaları sonucunda kurulan şirketler, lisans/patent gibi kuvvetli aktiviteler (*hard activities*) şeklinde sınıflandırıldığı anlaşılmaktadır (Klofsten & Jones-Evans, 2000:302).

2.1.2. Girişimci Üniversite

Girişimci üniversite, ileri sanayi toplumlarının yanısıra gelişmekte olan ülkelerde de yaygınlaşarak önemli bir rol oynamakla birlikte, devlet politikalarında girişimci üniversitelerin ekonomik çıktıları ile teknoloji transferini kolaylaştırıcı mekanizmalarına odaklanıldığı anlaşılmaktadır (Tijssen, 2006:1570). Girişimci üniversite, endüstri temsilcileriyle her iki taraf içinde faydalı ve karşılıklı tatmin edici işbirliklerine girerek, zaman içinde yetkinliğini ispatlayan üniversite olarak ifade edilmektedir (Styhre & Lind, 2010:109). Etzkowitz (1998:833), eğitim ve araştırma faaliyetlerinin yanı sıra ekonomik gelişmeyi de akademik bir fonksiyon olarak üniversite ile birleştirilmesini girişimci üniversite olarak tanımlamaktadır. Girişimci üniversite olabilmek için, ticarileşebilen araştırmanın kurumsal sınırları aşmasına olanak sağlayacak örgütsel mekanizmaların geliştirilmesi ile hem akademik hem de akademik olmayan unsurların ortak bir çerçeve içinde birbirleriyle bütünleştirilmesi gibi iki önemli faktörün varlığından söz edilmektedir (Etzkowitz, 2003:113). Araştırma ve eğitim misyonlarına ek olarak ekonomik gelişme misyonunu da bünyelerine dahil ederek, üçlü sarmal modelinin bölgesel/ulusal kalkınmaya katkı sağlama misyonunun benimseyen üniversiteler, girişimci üniversite olarak tanımlanmaktadır (Philpott vd., 2011:162).

Pazarın gücüne vurgu yapan neo-liberalizm kavramı ile komşu olan girişimci üniversite düşüncesi, işleyişine dair kendiliğinden aktif olarak yenilik arayışı içinde olan ve örgüt kimliğini geleceğe dair umut veren bir duruşa yaklaştıran üniversite olarak tanımlanmaktadır (Yokoyama, 2006:523-524). Bu bağlamda, üniversiteler yalnızca kodlanmış bilgi ve insan sermayesi üreten kurumlar olmanın yanısıra, sürdürülebilir yerel ağlarla bilgi akışını sağlayan ve bunları küresel platformda bağlantı sağlayan ekonomik aktörler olarak öne çıkmaktadırlar (Bramwell, 2008:1178). Çoğu girişimci üniversitenin öğrenciler ve çalışanlarda farkındalık yaratmak için yeni örgüt yapılarına ve teşvik politikalarına uyumlandıkları anlaşılmaktadır (Tijssen, 2006:1571).

Girişimci üniversitelerin ekonomik kalkınma ve teknolojik inovasyon alanlarında yeni bir misyon yüklenerek, kuluçka merkezleri ve teknoparklara benzemeye başladıkları, yüksek teknoloji firmalarının da yürüttükleri araştırma faaliyetleri ve bilgiyi paylaşmak için yarattıkları ağlarla birlikte gitgide akademik modele yakınsadıkları anlaşılmaktadır. Devletlerinde üniversiteler ile sektörel aktör arasındaki bağlantıları bölgesel inovasyon sistemleri aracılığıyla ya da ortak projelere finansörlük yapmak suretiyle cesaretlendirerek, bir nevi aracılık faaliyeti sürdürdüğü ifade edilmektedir (Manifet, 2008:283). Ülkemizde de özellikle Sanayi Bakanlığı, Kosgeb, Tübitak, Yök, Başbakanlık gibi örgütler, girişimci üniversitelerin çoğalması adına önemli teşviklerde bulunmaktadırlar.

2.1.3. Girişimcilik Eğitimi

Girişimcilik eğitiminin iki şekilde yorumlanabileceğini ifade eden Rasmussen & Sørheim (2006); ya bir olgu olarak girişimciliğin öğrenilmesine ya da girişimci olabilmek adına faydalı bir takım melekelerin kazandırılmasına dikkat çekmektedirler (Rasmussen &

Sørheim, 2006:186). Tanımdan da anlaşılacağı üzere, girişimciliğe dair bir takım becerilerin geliştirilebildiği ifade edilmektedir. Kuratko'da (2005) girişimciliğe ilişkin belli özelliklerinin öğretilebileceğine işaret ederek, eğitimcilerin ve profesyonellerin "*girişimci olunmaz, doğulur*" efsanesinin ötesine geçerek bir evrimleşme sürecini yaşadıklarını ifade etmektedir (Kuratko, 2005:580). Eğer girişimcilik eğitimi, gerçek bir firmanın vücut bulmasını ve refah yaratmasını sağlayan girişimcileri üretiyorsa, şu halde eğitimcilerin göğüslemek zorunda oldukları mesele akademinin güçlüklerine rağmen kurslar, programlar ve temel çalışma alanları oluşturarak, öğrenmenin gerçekleştirilebileceği girişimcilik iklimini yaratmaya odaklanmaları olarak ifade edilmektedir (Solomon, 2007:169). Girişimcilik eğitimi bir trend olmanın ötesine geçerek, toplumun, pazarın belli beklentilerini karşılama yönünde önemli bir sorumluluğa vurgu yapmaktadır. Bu nedenle de üniversitelerin hem iç hem de dış paydaşlara arz edeceği girişimcilik eğitimine ilişkin programlarının ciddi bir disiplin içinde tasarlanması ve varsayımsal olmaktan ziyade daha pratiğe dönük geliştirilmesi gereği belirmektedir.

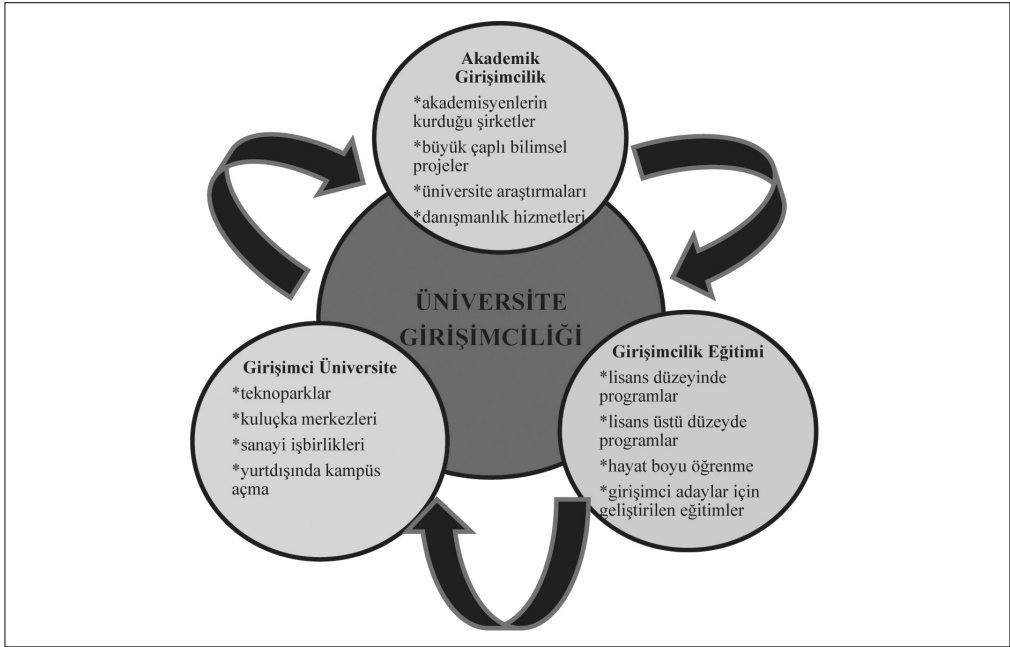
Girişimcilik alanının, girişimciyi başına buyruk, birtakım güçlere sahip süper kahraman tanımlamasının ötesine geçerek gelişim göstermesine rağmen, girişimci hala ticari faaliyetlerin merkezi konumunda algılanmaktadır. Bu nedenle de girişimcilik eğitimcilerinin genellikle hafif şeyler (*soft stuff*) olarak nitelendirdikleri; fırsat tanıma, belirsizlikle yaşama, girişimci zekası, karar verme, empati geliştirme, iş tasarımı, kültür, sosyal sorumluluk gibi temel ilkelere yönelik eğitim verdikleri ifade edilmektedir. Tüm bu içeriklerin birleşmeleri ile ekonomik, sosyal ve kişisel değer yaratmanın lokomotifini olan girişimciliği yansıttığı ifade edilmektedir (Neck & Greene, 2011:56).

Girişimcilik eğitiminin; metodlar (*iş planı yazmak*), kavramlar ve vakalar aracılığıyla bilgi ve beceriler üzerinde etkisi olduğu ve bu sayede girişimci olma maliyetini bireyler adına azalttığı, öğrencilerin tutum ve algılarını etkileyerek girişimsel niyetlerini ve davranışlarını şekillendirdiği deneysel bir ortamda simülasyonlar aracılığıyla girişimsel faaliyetlerde bulunarak deneyim kazanmaları gibi birtakım ayırıcı etkisinden bahsedilmektedir (von Graevenitza vd., 2010:93). Bu bağlamda girişimcilik eğitiminin anlamının, bilmenin ve konuşmanın ötesine geçerek; kullanım, uygulama ve hareket etmeyi içeren, pratiğe dayalı bir metod olduğu ifade edilmektedir (Neck & Greene, 2011:61-62). Neck & Greene'in (2011:57) ifade ettiği üzere girişimcilik eğitimi, üretim süreci gibi girdisi bilindiği için çıktısının tahmin edilebilir olduğu bir süreçten ziyade, belli bir metodun aktarılması ile sadece ticari girişimlere yönelik değil pek çok alanda da uygulanabilir bir metod olarak görülmektedir. Girişimcilik eğitimindeki pedagojinin pazarın beklenti ve talepleri yönünde değiştiğine işaret eden Solomon (2002:173-174), disiplinler arası programların işletme dışında özellikle sanat, mühendislik ve fen alanlarındaki öğrencileri dikkate alarak girişimcilikle ilgili özel kurslar tasarlanması yönünde ciddi bir trend olduğunu aktarmaktadır.

Sosyal girişimcilik ve sosyal işletme konularının gündeme gelmesiyle birlikte, üniversitelerde kar amacı gütmeyen örgütlerin yönetimine ilişkin eğitimlerin önem kazandığı anlaşılmaktadır. Sosyal amaca yönelik yönetim eğitimi şemsiyesi altında; sosyal işletme, kurumsal sosyal sorumluluk ve sosyal girişimcilik başlıklarıyla eğitimler verildiği görülmektedir. Üniversitelerin girişimcilik eğitimleri kapsamında sunduğu sosyal girişimcilik programları, kar amacı gütmeyen örgütlerin yönetilmesinde kariyer hedefleyen öğrencilerin, çağdaş yönetim tekniklerini öğrenmesini hedeflemektedir (Mirabella & Young, 2012:45).

Klofsten (2000:338), girişimcilik eğitimine holistik perspektiften bakarak üniversite bünyesinde gerçekleştirilen ve girişimciliği stimüle eden üç temel aktiviteden söz etmektedir; birincisi üniversitenin bütününe kapsayan ve girişimsel kültürün yaratılmasına ve sürdürülmesine katkı sağlayan dersler ve araştırmaların yanı sıra üniversite dışında yürütülen değer yaratmaya yönelik aktivitelerin geliştirilmesi, ikincisi öğrencilere özel hazırlanan girişimcilik dersleri, üçüncüsü ise kendi firmasının kurmak isteyen öğrenciler dışındaki girişimci adayları için hazırlanan özel girişimcilik eğitim programları. Söz konusu üç temel aktivitenin birlikte çalışmasının birbirini besleyen, zenginleştiren ve fayda sağlayan bir etki yarattığı belirtilmektedir.

Şekil 1: Üniversite Girişimciliği



Girişimcilik eğitiminde yöntem, pedagoji, müfredat, değerlendirme ve çıktılara ilişkin yoğun bir tartışma devam etmekle birlikte, Duval-Couetil (2013:405) bunun nedenini, girişimcilik eğitiminin daha gelişim aşamasının erken evresinde olmasına bağlamaktadır. Ancak girişimcilik eğitiminin üniversite öğrencilerine verilmesinin temel nedeni kısa vadede öğrencilere birtakım becerilerin kazandırılması ile orta ve uzun vadede üniversitede girişimcilik eğitimi alan öğrencilerin girişimsel faaliyetlerde bulunmalarına ilişkin beklenti olduğunu ifade etmek gerekmektedir. Jonas & Matlay (2011:696) bu noktada girişimcilik eğitiminin; (1) topluma hizmet eden sosyal girişimciler, (2) profesyonel olarak kariyer hedefleyen içgirişimciler, (3) mevcut bir işletmeyi alan kurtarıcılar ve (4) son olarak yeni iş kuran yaratıcılar olmak üzere dört bağlamda çıktılarının olduğunu ileri sürmektedirler. Ancak yazarlar, girişimcilik eğitiminin bir diğer çıktısının da kültür ve yaratıcı alanlarda gerçekleştirilen girişimcilik faaliyetlerinin olduğunun altını çizmek gerektiğine inanmaktadırlar. Özellikle son zamanlarda

bölgesel kalkınmadaki rolü gitgide anlaşılmakta olan yaratıcı sektörlere ilişkin girişimcilik eğitimlerinin hazırlanarak, bu alanları içeren üniversite bölümlerinde yer almaları gereklilik olduğu düşünülmektedir.

3. Sonuç ve Öneriler

Bilginin öneminin her geçen gün daha da arttığı ve insanoğlunun hayatında her zamankinden daha önemli bir anlam ifade ettiği görülmektedir. Artan entropik eğilimler ile birlikte detaylı bilgi ihtiyacının sürekli artması, bilgi üretimine katılacak kişi sayısının da sürekli olarak artmasını ve küresel işbirliğini kaçınılmaz kılmaktadır (Alpan & Efil, 2011:58). Bu bağlamda, üniversitelerden özelde bölgesel ve ulusal, genelde ise tüm küresel ölçekte gelişmeye, kalkınmaya, refah seviyesinin arttırılmasına yönelik beklentilerin her zamankinden daha yüksek olduğu gerçeği anlam kazanmaktadır. Çünkü bilginin üretilebileceği en elverişli kurumların başında gelen üniversiteler tüm sistemin en önemli alt sistemlerinden birini oluşturmakla birlikte, işlevselliğinin sistemin devamı için hayati olduğu bilinmektedir. Sistemi oluşturan öğeler arasındaki bütünleşememe ya da eklemleşememe nedeniyle toplumsal kaynakların, yararlı bir işe dönüştürülmesi sürecinde ortaya çıkan kayıpları ifade eden entropinin (Erol, 2001:129-130) azalması yönünde üniversiteler gerekli işbirliklerinin merkezi konumuna yerleşerek, pek çok paydaşı birbiri ile bağlantılandıran bir nevi sosyal, ekonomik, kültürel birleştirici görevi görmektedir.

Üniversite düzeyinde gerçekleştirilen girişimcilik faaliyetleri farklı alan ve kapsamı içermekle birlikte, gerek üniversitenin iç paydaşlarının girişimleri, gerek dış paydaşlarla kurulan çoklu ağlarla gerçekleştirilen girişimlerin üniversitelerin ürettikleri bilginin paylaşarak çoğalmasına büyük katkı sağladığı anlaşılmaktadır. Üniversite düzeyinde gerçekleştirilen girişimcilik faaliyetlerinin birbirlerini besleyerek değer üretilmesine önemli katkılar sağladığı ve bölgesel, ulusal ve uluslararası platformda anlam kazandığı görülmektedir.

Söz konusu bilgiler ışığında, köklü geleneğe sahip üniversitelerin strateji ve misyonlarına Weberyen terminolojiyle ifade edilecek olunursa “zamanın ruhuna” (*zeitgeist*) uygun çağdaş yorumlar getirdikleri anlaşılmaktadır. Ancak söz konusu durum Shakespeare’in Hamlet karakterinin meşhur tiradıyla ifade edilecek olunursa “*girişmek ya da girişmemek, tüm mesele bu*” şeklinde algılanmaması gerektiğini önemle belirtmek gerekmektedir. Girişimciliğe üniversite bağlam ve kapsamında “*iyi*” ya da “*kötü*” şeklinde atıfta bulunmak yerine, belli gerekliliklerin anlaşılabilir, üniversitenin alt ve üst yapısına, kapasitesine, stratejik hedeflerine, konumlandırmasına uygun girişimcilik faaliyetlerinin her bir üniversite için kendine özgü olduğunun farkına varılması önem arz etmektedir. Bu bağlamda, üniversite düzeyinde gerçekleşen girişimcilik faaliyetlerini genel olarak çerçevlendirmek mümkün olmakla birlikte, üniversitelerin kendilerine uygun girişimsel aktivite setlerini özellikle iş melekleri, risk sermayedarları, ulusal ve uluslararası bilim, teknoloji ve sanayi kurumları gibi dış paydaşlarla geliştirerek sosyal entropinin yavaşlatılmasına katkı sağlamaları beklenmektedir.

Kaynakça

Aldrich, H. E. (2012). The emergence of entrepreneurship as an academic field: a personal essay on institutional entrepreneurship. *Research Policy*, 41(7), 1240-1248.

- Alexander, U., Evgeniy, P. (2012). The entrepreneurial university in Russia: from idea to reality. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 52, 45-51.
- Alpan, G., Efil, İ (2011). Bir yönetim modeli önerisi: Toplam entropi yönetimi. *Business and Economics Research Journal*, 2(1), 53-87.
- Bramwell, A., Wolfe, D. A. (2008). Universities and regional economic development: the entrepreneurial University of Waterloo. *Research Policy*, 37(8), 1175-1187.
- Burnett, S. A., Huisman, J. (2010). Universities' responses to globalisation: the influence of organisational culture. *Journal of Studies in International Education*, 14(2), 117-142.
- Duval-Couetil, N. (2013). Assessing the impact of entrepreneurship education programs: challenges and approaches. *Journal of Small Business Management*, 51(3), 394-409.
- Erol, M. (2001). Sosyal Entropi'nin verimlilik üzerindeki etkileri. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 2(1), 127-143.
- Gaffikin, F., Morrissey, M. (2008). A new synergy for universities: redefining academy as an 'engaged institution'. *Education, Citizenship and Social Justice*, 3(1), 97-116.
- Glassman, A. M., Moore, R. W., Rossy, G. L., Neupert, K., Napier, N. K., Jones, D. E., Harvey, M. (2003). Academic entrepreneurship. *Journal of Management Inquiry*, 12(4), 353-374.
- Grimaldi, R., Kenney, M., Siegel, D. S., Wright, M. (2011). 30 years after Bayh-Dole: reassessing academic entrepreneurship. *Research Policy*, 40(8), 1045-1057.
- Jones, C., Matlay, H. (2011). Understanding the heterogeneity of entrepreneurship education: going beyond Gartner. *Education + Training*, 53 (8/9), 692-703.
- Klofsten, M. (2000). Training entrepreneurship at universities: a Swedish case. *Journal of European Industrial Training*, 24(6), 337-344.
- Klofsten, M., Jones-Evans, D. (2000). Comparing academic entrepreneurship in Europe: the case of Sweden and Ireland. *Small Business Economics*, 14 (4), 299-315.
- Kuratko, D. F. (2005). The emergence of entrepreneurship education: Development, trends, and challenges. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 29(5), 577-598.
- Lazzeroni, M. (2001). Introduzione all'innovazione territoriale. In Lanzara, R., Lazzeroni, M. (a cura di), *Metodologie per L'innovazione Territoriale. Un progetto sperimentale nelle aree di Pisa, Benevento, Brindisi e Lecce*. (1ª edizione, p. 11-29). Milano, Franco Angeli.
- Lazzeroni, M., Piccaluga, A. (2003). Towards the entrepreneurial university. *Local Economy*, 18(1), 38-48.
- Louis, K. S., Blumenthal, D., Gluck, M. E., Stoto, M. A. (1989). Entrepreneurs in academe: An exploration of behaviors among life scientists. *Administrative Science Quarterly*, 34, 110-131.
- Manifet, C. (2008). Academic entrepreneurship in France: the promotion of economic returns of public research and its political and scientific challenges. *European Journal of Education*, 43(3), 281-300.
- Marion, T. J., Dunlap, D. R., Friar, J. H. (2012). The university entrepreneur: a census and survey of attributes and outcomes. *R&D Management*, 42(5), 401-419.

- Mars, M. M., Rios, A. (2010). Academic entrepreneurship (re)defined: significance and implications for the scholarship of higher education. *Higher Education*, 59, 441-461.
- Mirabella, R., Young, D. A. (2012). The development of education for social entrepreneurship and nonprofit management diverging or converging paths?. *Nonprofit Management and Leadership*, 23(1), 43-57.
- Mueller, P. (2006). Exploring the knowledge filter: How entrepreneurship and university-industry relationships drive economic growth. *Research Policy*, 35(10), 1499-1508.
- Neck, H. M., Greene, P. G. (2011). Entrepreneurship education: known worlds and new frontiers. *Journal of Small Business Management*, 49(1), 55-70.
- Peters, M. A., Besley, T. A. C. (2008). Academic entrepreneurship and the creative economy. *Thesis Eleven*, 94, 88-105.
- Philpott, K., Dooley, L., O'Reilly, C., Lupton, G. (2011). The entrepreneurial university: examining the underlying academic intentions. *Technovation*, 31, 161-170.
- Rasmussen, E. A., Sørheim, R. (2006). Action-based entrepreneurship education. *Technovation*, 26(2), 185-194.
- Rothaermel, F. T., Agung, S. D., Jiang, L. (2007). University entrepreneurship: a taxonomy of the literature. *Industrial and Corporate Change*, 16(4), 691-791.
- Shane, S. (2004). *Academic entrepreneurship: university spinoffs and wealth creation*. Cheltenham, England: Edward Elgar.
- Solomon, G. (2007). An examination of entrepreneurship education in the United States. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 14(2), 168-182.
- Styhre, A., Lind, F. (2010). The softening bureaucracy: accommodating new research opportunities in the entrepreneurial university. *Scandinavian Journal of Management*, 26, 107-120.
- Thornton, P. H. 1999. The sociology of entrepreneurship. *Annual Review of Sociology*, 25, 19-46.
- Tijssen, R. J. W. (2006). Universities and industrially relevant science: towards measurement models and indicators of entrepreneurial orientation. *Research Policy*, 35(10), 1569-1585.
- Urbano, D., Guerrero, M. (2013). Entrepreneurial universities socioeconomic impacts of academic entrepreneurship in a European region. *Economic Development Quarterly*, 27(1), 40-55.
- Van Burg, E., A. G. L., Gilsing, V. A., Reymen, I. M. M. J. (2008). Creating university spin-offs: a science-based design perspective. *The Journal of Product Innovation Management*, 25, 114-128.
- Von Graevenitza, G., Harhoffa, D., Weber, R. (2010). The effects of entrepreneurship education. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 76(1), 90-112.
- Wood, M. S. (2011). A process model of academic entrepreneurship. *Business Horizons*, 54, 153-161.
- Yokoyama, K. (2006). Entrepreneurialism in Japanese and UK universities: governance, management, leadership, and funding. *Higher Education*, 52, 523-555.

