T.C.
ÇANKIRI KARATEKİN ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE DİJİTALLEŞMENİN GİRİŞİMCİLİĞE ENTEGRASYONU ÜZERİNE KAVRAMSAL BİR ÇALIŞMA

FAARES SOHAEL SHIBAN

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman
Dr. Öğr. Üyesi Pembe GÜÇLÜ

Çankırı – 2023

T.C.

ÇANKIRI KARATEKİN ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

İŞLETME ANABİLİM DALI

SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE DİJİTALLEŞMENİN GİRİŞİMCİLİĞE ENTEGRASYONU ÜZERİNE KAVRAMSAL BİR ÇALIŞMA

FAARES SOHAEL SHIBAN

ORCID: 0000-0002-2129-2503

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Danışman
Dr. Öğr. Üyesi Pembe GÜÇLÜ

Çankırı – 2023

İÇİNDEKİLER

Sayfa

BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ iii
TEZ KABUL VE ONAY iv
ÖZET v
ABSTRACT vi
KISALTMALAR vii
TABLO LİSTESİ viii
ŞEKİL LİSTESİ ix

1. GİRİŞ 1

2. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE SÜRÜDÜRÜLEBİLİR KALKINMA 2

2.1. Sürdürülebilirlik Kavramı 2
2.2. Sürdürülebilir Kalkınma Kavramı 4
2.3. Sürdürülebilir Kalkınmanın Boyutları 5
2.3.1. Çevresel Sürdürülebilirlik 6
2.3.2. Sosyal Sürdürülebilirlik 7
2.3.3. Ekonomik Sürdürülebilirlik 8
2.4. Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri 10

3. GİRİŞİMCİLİK 13

3.1. Girişimci Kavramı 13
3.2. Girişimcilik Kavramı 14
3.3. Girişimcilik Teorileri 16
3.3.1. Schumpeter'in girişimcilik teorisi 16
3.3.2. Leibenstein (1978) X-verimliliği teorisi 17
3.3.3. Knight (1921) risk taşıyan teorisi 18
3.3.4. Hagen'in girişimcilik teorisi 18
3.4. Girişimcilik Ekosistemi 19
3.5. Girişimcilik Türleri 21
3.6. Girişimci Tipolojileri 22
3.7. Girişimciliğin Önündeki Engeller 25
3.8. Ekonomik Kalkınmada Girişimciliğin Rolü 27

4. SÜRDÜRÜLEBİLİR DİJİTAL GİRİŞİMCİLİK VE DİJİTAL SÜRDÜRÜLEBİLİR GİRİŞİMCİLİK 30

4.1. Dijital Girişimcilik 30
4.1.1. Dijitalleşme ve dijital iş modeli 30
4.1.2. Dijital yenilik 32
4.1.3. Geleneksel girişimcilikten dijital girişimciliğe 33
4.2. Sürdürülebilir Girişimcilik 35
4.2.1. Geleneksel girişimcilikten sürdürülebilir girişimciliğe 35

4.2.2. Sürdürülebilir girişimcilik modelleri 36
4.3. Sürdürülebilir Dijital Girişimcilik ve Dijital Sürdürülebilir Girişimcilik 39
4.3.1. Bican ve Brem'in (2020) dijital dönüşüm modeli 39
4.3.2. Baranauskas ve Raišiene'in (2022) dijital sürdürülebilir değer modeli 42
4.3.3. Satalkina ve Steiner'in (2020) inovasyon sistemi modeli 44
4.3.4. Xu vd. (2022)'nin dijital sürdürülebilir girişimcilik çalışması 48
4.3.5. Gregori ve Holzmann'ın (2020) dijital sürdürülebilir girişimcilik üzerine çalışması 49

5. SONUÇLAR 51

KAYNAKÇA 54

ÖZGEÇMİŞ 68

6. ÖZGEÇMIŞ 69

BİLİMSEL ETİK BİLDİRİMİ

Yüksek Lisans tezi olarak hazırladığım *Sürdürülebilirlik ve Dijitalleşmenin Girişimciliğe Entegrasyonu Üzerine Kavramsal bir Çalışma* adlı çalışmanın öneri aşamasından sonuçlanmasına kadar geçen süreçte bilimsel etiğe ve akademik kurallara özenle uyduğumu, tez içindeki tüm bilgileri bilimsel ahlak ve gelenek çerçevesinde elde ettiğimi, tez yazım kurallarına uygun olarak hazırladığım bu çalışmamda doğrudan veya dolaylı olarak yaptığım her alıntıya kaynak gösterdiğimi ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu beyan ederim.

17 / 05 / 2023

İmza

FAARES SOHAEL SHIBAN SHAABAN

TEZ KABUL VE ONAY

ÇANKIRI KARATEKİN ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

FAARES SOHAEL SHIBAN SHAABAN tarafından hazırlanan *Sürdürülebilirlik ve Dijitalleşmenin Girişimciliğe Entegrasyonu Üzerine Kavramsal bir Çalışma* başlıklı bu çalışma,*[17.05.2023]*tarihinde yapılan tez savunma sınavı sonucunda *[oybirliği]* başarılı bulunarak jürimiz *tarafından İşletme* Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans tezi olarak kabul edilmiştir.

TEZ JÜRİSİ ÜYELERİ (Unvanı, Adı ve Soyadı)

Danışman : Dr. Öğr. Üyesi Pembe GÜÇLÜ İmza……..

Üye : Dr. Öğr. Üyesi Aysel ÇETİNDERE FİLİZ İmza……..

Üye : Doç.Dr. Hülya ÜNLÜ İmza……..

ONAY

Bu Tez, Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun ...../..../ 202.. tarih ve ..... sayılı oturumunda belirlenen jüri tarafından kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Coşkun POLAT

Enstitü Müdürü

ÖZET

Tezin Başlığı : Sürdürülebilirlik ve Dijitalleşmenin Girişimciliğe Entegrasyonu Üzerine Kavramsal bir Çalışma
Tezin Yazarı : FAARES SOHAEL SHIBAN SHAABAN
Danışman : DR.ÖĞR.ÜYESİ PEMBE GÜÇLÜ
Anabilim Dalı : İşletme
Tezin Türü : Yüksek Lisans
Kabul Tarihi : 17-05-2023

Sürdürülebilirlik ve dijitalleşme, girişimcilik araştırmalarında iki merkezi taraftır, son yıllarda ise ortaklaşa tartışılmaktadır. Literatüre bakıldığında geçmiş çalışmalarda sürdürülebilir kalkınmayı ilerletmede dijitalleşmenin potansiyeli araştırılmaktadır. Fakat girişimciliğin sürdürülebilirlik ve dijitalleşme ile entegrasyonuna odaklanan yeterli sayıda çalışma bulunmamaktadır. Bu çalışma, bu üç kavramın entegrasyonunu ortaya çıkarmak için literatürün sistematik bir incelemesini içermektedir. İnceleme sonucunda dijital teknolojilerin kullanımı yoluyla sürdürülebilirlik için herkese uyan tek bir çözüm olmadığı ve sürdürülebilir iş modellerinin etkinliğini artırmak için dijital teknolojilerin entegrasyonun gerekli olduğu sonuçlarına ulaşılmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilir girişimcilik, dijital girişimcilik, sürdürülebilir dijital girişimcilik, dijital sürdürülebilir girişimcilik

ABSTRACT

Thesis Title **:** A Conceptual Study on the Integration of Sustainability and Digitalization into Entrepreneurship
Author **:** FAARES SOHAEL SHIBAN SHAABAN
Supervisor **:** Asst. Prof. Dr. Pembe GÜÇLÜ
Department **:** Business Administration
Thesis Type **:** Master's Thesis
Date **:17-05-2023**

Sustainability and digitalization are two central parties in entrepreneurship research, but have been discussed jointly, especially in recent years. Looking at the literature, past studies explore the potential of digitalization in advancing sustainable development. However, there are not enough studies focusing on the integration of entrepreneurship with sustainability and digitalization. This study includes a systematic review of the literature to reveal the integration of these three concepts. As a result of the review, it is concluded that there is no one-size-fits-all solution for sustainability through the use of digital technologies and that the integration of digital technologies is necessary to increase the effectiveness of sustainable business models.

Keywords: Sustainable entrepreneurship, digital entrepreneurship, sustainable digital entrepreneurship, digital sustainable entrepreneurship

KISALTMALAR

AB	Avrupa Birliği
BİT	Bilgi ve iletişim teknolojileri
BM	Birleşmiş Milletler
DÇKK	Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu
DETE	Dijital Ekonomi ve Toplum Endeksi
ÜAÇ	Üçlü Alt Çizgi

TABLO LİSTESİ

Tablo No: **Sayfa**

Tablo 3.1 Girişimci Tipolojileri 23
Tablo 3.2 Girişimciliğin önündeki engeller ile ilgili çalışmalar 26
Tablo 4.1 Bican ve Brem'in (2020) dijital terimi üzerine bulguları 40

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil No: **Sayfa**

Şekil 2.1: Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri 10
Şekil 4.1: Elkington (1994) üçlü alt çizgi modeli 36
Şekil 4.2: Passet'in (1996) biyoekonomi modeli 37
Şekil 4.3 Sürdürülebilir girişimcilikte entegrasyon modeli 38
Şekil 4.4: Bican ve Brem'in (2020) dijital dönüşüm modeli 41
Şekil 4.5 Baranauskas ve Raišiene (2022)'nin değer önerisi modeli 44
Şekil 4.6: Satalkina ve Steiner (2020)'nin inovasyon sistemi modeli 47

1. GİRİŞ

Sürdürülebilirlik ve dijitalleşme toplumsal, politik ve bilimsel tartışmalara rehberlik eden iki önemli söylemdir. İlk olarak sürdürülebilirlik, iklim değişikliği ve eşitsizlikler gibi sosyal ve çevresel zorluklarla alakalıdır. Bu doğrultuda girişimcilik araştırmaları, finansal açıdan uygun işletmeler aracılığıyla olumlu sosyal ve çevresel etki yaratarak sürdürülebilir kalkınma çabalarını ilerleterek bu konuda hayati bir rol üstlenen sürdürülebilir girişimciler kavramını benimsemeye başlamıştır (Dean ve McMullen, 2007). İkinci olarak dijitalleşme, dijital teknolojilerin dönüştürücü kapasitesi ve günlük yaşamdaki yaygın hâkimiyetine vurgu yapmaktadır (Nambisan, 2017). Bulut bilişim, yapay zekâ, sanal gerçeklik veya nesnelerin interneti gibi dijital teknolojiler, şirketlere önemli faydalar ve yenilik sağlayarak çok sayıda sektörde değişime vesile olmaktadır (von Briel vd., 2018).

Mevcut girişimcilik literatürü, öncelikle sürdürülebilirlik ve dijitalleşme olgularını iki ayrı araştırma akışında incelemiş, bu da çok az entegre araştırma ile sonuçlanmıştır. Son zamanlarda bu iki söylem, girişimcilik araştırmalarında dikkat çeken konular arasına girmektedir. Bu gelişmeler, genel olarak dijital sürdürülebilir girişimcilik ve sürdürülebilir dijital girişimcilik olarak adlandırılan entegre araştırma alanlarının hızla gelişmesini sağlamıştır (George vd., 2021). Bu nedenle bu çalışma, dijitalleşme ve sürdürülebilirlik söylemlerinin girişimcilikle entegrasyonu ile alakalı araştırmaları ve bu alandaki araştırmaların akademik yönelimlerini ortaya çıkarmayı amaçlamaktadır.

Çalışmanın geri kalanı şu şekilde devam etmektedir: 2. Bölümde sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma kavramları incelenmektedir. 3. Bölümde girişimcilik kavramına değinildikten sonra girişimcilik teorileri ve türleri açıklanıp ekonomik kalkınmada girişimciliğin yeri anlatılmaktadır. 4. Bölümde ise dijital ve sürdürülebilir girişimcilik kavramları açıklandıktan sonra dijital sürdürülebilir girişimcilik ve sürdürülebilir dijital girişimcilik ile ilgili kavramsal ve ampirik çalışmalar tartışılmaktadır. Son olarak 5. bölümde kavramsal çalışmanın sonuçları verilmektedir.

2. SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK VE SÜRÜDÜRÜLEBİLİR KALKINMA

Bu bölümde ilk olarak sürdürülebilirlik kavramı açıklanmaktadır. Daha sonra sürdürülebilir kalkınma kavramı ve boyutları ele alınmaktadır. Son olarak sürdürülebilir kalkınma hedefleri incelenmektedir.

2.1. Sürdürülebilirlik Kavramı

Dünya nüfusu her geçen gün artmakta ve buna bağlı olarak üretim ve tüketim artmaktadır. İnsanların sebep olduğu ekolojik ve sosyal zararlar nedeniyle günümüz tüketicileri sadece kendileri için değil toplum ve gelecek nesiller için de değer istemektedir. Bandura'ya (2007) göre sürdürülebilir bir geleceğe ulaşmak için çevre sorunları, aşırı tüketim ve sosyal eşitlik dikkate alınmalıdır. Sürdürülebilirlik kavramı 1970 öncesi herhangi kaynakta geçmemekle birlikte 1970'lerde ortaya çıktığı bilinmektedir (Caradonna, 2014).

Sürdürülebilirlik, örgütlerin faaliyetlerinin olumsuz etkilerinin sorumluluğunu üstlenerek uzun vadeli ekonomik, sosyal ve çevresel değeri maksimize etmeye odaklanan yükselen bir konu olmuştur. Konu, elli yılı aşkın bir süredir örgütler, tüketiciler, araştırmacılar ve politika yapıcılar tarafından endişe konusu olmuştur (Kumar ve Christodoulopoulou, 2014). Özellikle son yıllarda, devam eden iklim değişikliği, giderek azalan doğal kaynaklar, sosyo-ekonomik sorunlar ve artan tüketici bilinci nedeniyle kavram daha kritik hale gelmiştir. 1960'larda kavram, doğal kaynakların sınırlandırılması ile ilgili endişelerle gündeme girmiş ve devlet ve hükümet dışı ekonomik faaliyetleri gerçekleştirirken ekolojik, toplumsal ve çevresel hususları kapsayacak şekilde genişlemiştir (Sheth ve Parvatiyar 1995).

Sürdürülebilirliğin birden fazla tanımı bulunmaktadır, ancak en yaygın olarak kullanılan tanım, Norveç Başbakanı Gro Harlem Brundtland'ın başkanı olduğu Brundtland Komisyonu tarafından sürdürülebilirliğin bir süreç olarak ele alındığı tanımdır. Yapılan tanıma göre sürdürülebilirlik kaynakların tüketimi, yatırım tarafı, teknolojik gelişmenin yönelimi ve kurumsal değişimin uyum içinde olduğu ve insan ihtiyaçlarını ve isteklerini karşılamak için hem mevcut hem de gelecekteki

potansiyeli geliştirdiği değişim sürecidir. Farklı bir tanım Dünya Çevre ve Kalkınma Komisyonu (DÇKK) tarafından "Bugünün ihtiyaçlarını, gelecek nesillerin kendi ihtiyaçlarını karşılama kabiliyetinden ödün vermeden karşılayan kalkınma" şeklinde yapılmıştır (DÇKK, 1987: 46).

Gallopin'e (2003) göre sürdürülebilirlik kavramı literatürdeki en muğlak ve tartışmalı kavramlar arasında yer almaktadır. Sürdürülebilirliğin tanımındaki bu belirsizlik, bu terimin yanlış anlaşılmasına ve çeşitli tanımlarına yol açmıştır. Sürdürülebilirlik, dış dünyayla etkileşime açık bir sistemin özelliğidir. Bu, statik bir durum değil, sistemin temel kimliğinin kalıcı bir değişimin ortasında dinamik bir şekilde korunmasıdır. Gallopin (2003), sürdürülebilir kalkınmanın bir durumu değil geçişi ima ettiğini beyan etmektedir. Bu nedenle, sistemi sürdürülebilir bir şekilde geliştirebilen bir dönüşüm yolu olarak tanımlanmaktadır.

Elkington (1998) sürdürülebilirliği ekonomik karlılık, çevreye saygı ve sosyal sorumluluğun üçlü alt çizgisi olarak görmektedir. Sürdürülebilirliğin bu üç boyutu, bütünsel pazar odaklı kaynaklar, yetenekler ve rekabet avantajının temeli olarak görülebilir (Hunt ve Morgan, 1995). Çevresel boyut ağırlıklı olarak doğal kaynakların korunmasına odaklanmaktadır, sosyal boyut ise firmaların toplum üzerindeki etkilerini dikkate alma ve topluluk ilişkileri, eğitim desteği ve hayırsever katkılar gibi konuları ele alma ihtiyacını tanımlamaktadır (Hart, 1995). Sosyal sorumlulukla ilgili diğer konular arasında kurumsal sosyal sorumluluk ve topluluk katılımı ile organizasyonun farklı özelliklerdeki bireyleri (azınlıklar, cinsiyet eşitliği, engellilik) içeren konulardaki konumu yer almaktadır (Bhattacharya ve Sen, 2001). Diğer yandan ekonomik boyut, organizasyonun sürdürülebilirlik faaliyetlerinin değer yaratmasına ve finansal etkisine odaklanmaktadır (Bansal, 2005).

Sayılan bu boyutlar (çevresel, sosyal, ekonomik) farklı şekillerde birbirleri ile bağlantılıdır ve bu bağlantılarla ilgili çeşitli görüşler vardır. Bu nedenle, sürdürülebilirliğin bu üç direği arasındaki bağlantılar ve etkileşimler ve sürdürülebilirlik kavramının kapsadığı tüm konular hakkında artan bilgi ve farkındalık gereklidir (Hutchins ve Sutherland, 2008). Boyutların birbiriyle ilişkili

olması aynı zamanda yeşil, çevresel, sürdürülebilir, etik veya ekolojik gibi terimlerin farklı izleyiciler için farklı çağrışımlara sahip olsalar da birbirlerinin yerine kullanılabileceği anlamına gelmektedir (Miller, 2014).

2.2. Sürdürülebilir Kalkınma Kavramı

En popüler ve yaygın olarak bilinen sürdürülebilir kalkınma tanımı, Birleşmiş Milletler (BM) sponsorluğundaki Brundtland raporunda şu şekilde verilmektedir;

> *"Sürdürülebilir kalkınma, geleceğin ihtiyaçlarını karşılama yeteneğinden ödün vermeden bugünün ihtiyaç ve isteklerini karşılamayı amaçlamaktadır. Ekonomik büyümenin durdurulmasını gerektirmekten çok, yoksulluk ve az gelişmişlik sorunlarının, gelişmekte olan ülkelerin büyük bir rol oynadığı ve büyük faydalar sağladığı yeni bir büyüme çağı olmadıkça çözülemeyeceğini kabul etmektedir" (DÇKK, 1987:46).*

Bu kavramın yükselişi ile dünya çapındaki sektörler ve işletmeler, çalışma yapılarını sürdürülebilir bir yapıya dönüştürmenin yollarını bulmaktadır; böylece işletmeler sürdürülebilir kalkınmaya katkılarını artırmaktadır. Bu bağlamda, döngüsel ekonomi kavramı, sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma ile doğrudan ilişkisi nedeniyle ön plana çıkmaktadır.

Goodland ve Ledec (1987) sürdürülebilir kalkınmayı gelecekte oluşacak benzer faydaların olası potansiyelini tehlikeye atmadan, günümüzdeki ekonomik ve toplumsal faydaları optimize eden bir sosyal ve yapısal ekonomik dönüşüm modeli olarak ele almaktadır. Turner'a (1988) göre, optimal bir sürdürülebilir kalkınma politikası, ulusal sermaye varlık stokunu veya doğal çevresel varlık stokunu tüketmeden, kişi başına düşen reel gelirlerde kabul edilebilir bir büyüme oranını korumaya çalışmalıdır. Pronk ve Haq (1992), sürdürülebilir kalkınmanın mevcut tüketimin, başkalarının ödemek zorunda olduğu ekonomik borçlara katlanarak uzun süre finanse edilemeyeceği anlamına geldiğini ve günümüz nüfusunun eğitimine ve

sağlığına yeterli yatırım yapılması gerektiğini belirtmektedir. Yazarlara göre sürdürülebilir kalkınma gelecek nesillere sosyal bir borçtur.

Sürdürülebilir kalkınma, tüm insanların her yerde ve her zaman haklarını tam olarak kullanmasını garanti eden, tüm insan faaliyetleri için genel bir çerçeve, genel çıkarların basit bir yorumu olarak görülebilir. Dolayısıyla, sürdürülebilir kalkınma güvenlik ve özgürlük olmadan var olamaz ve ancak herkesin gıda, sağlık ve eğitime erişim açısından temel ihtiyaçlarını karşılayabilmesi durumunda başarılabilir (Brunel, 2004).

Sürdürülebilir kalkınma, çeşitli fakat nihayetinde sonlu bir gezegenin gerçekliğini kabul ederek, insan refahına yönelik bir taahhüttür. Doğanın imkânları dâhilinde faaliyet gösterirken artan insan talebinin nasıl karşılanacağı, sürdürülebilir kalkınmayı işler hale getirmek için birincil zorluk haline gelmektedir. Bu, hem insan talebinin etkin yönetimini hem de kendini yenileme yeteneği de dâhil olmak üzere doğal sermayenin korunmasını gerektirmektedir. Bu görev için, doğal sermaye arzını insan talebi ile karşılaştıran güvenilir ölçüm araçları vazgeçilmez kılınmaktadır. İlerlemeyi takip etmeye, hedefler belirlemeye ve sürdürülebilirlik için politikalar oluşturmaya yardımcı olmaktadır. Hales ve Prescott-Allen'ın (2002) öne sürdüğü gibi kalkınmanın sürdürülebilir olması için sağlam bir ekonomiyi, zengin ve esnek doğal sistemleri ve gelişen insan topluluklarını birleştirmesi gerekmektedir. Bu hedeflerin rasyonel bir şekilde takip edilmesi, net politika hedeflerinin olmasını, bunları eylemler ve sonuçlar açısından operasyonel hale getirmeyi, öncelikli eylemlere karar vermek için analitik araçlar geliştirmeyi ve ilerlemeleri izleyip değerlendirme yapmayı gerektirmektedir.

2.3. Sürdürülebilir Kalkınmanın Boyutları

Sürdürülebilir kalkınma boyutları çevresel, sosyal ve ekonomik sürdürülebilirlik olarak üçe ayrılmaktadır. Bu bölümde bu üç boyut ele alınmaktadır.

2.3.1. Çevresel Sürdürülebilirlik

Doğa insanlığa sunduğu nimetlerle ekonomik devamlılığı mümkün kılmaktadır. Doğanın bu kaynakları insanlık için ticari bir bedel ifade etmediğinden, insanlık bu kaynakları tükenmez diye düşünerek kullanmış ve kullanmaya devam etmektedir. Ancak günümüzde ortaya çıkan doğa sorunları dikkate alındığında bu kaynakların dolaylı maliyetinin insanlık için feci sonuçlar doğurabileceği açıktır. Bu şekilde devam edecek bir süreç, gelecekte dünya hayatını sürdürülemez hale getirecektir. Bu nedenle, ülkeler, kurum ve kuruluşlar, tüm mal ve hizmet üretim süreçlerinde doğaya saygılı, onun bütünlüğüne ve çeşitliliğine zarar vermeyen uygulamaları benimsemek zorundadır. Aksi takdirde gelecek nesiller doğal kaynaklardan mahrum kalacak ve alternatif yollar bulmak zorunda kalacaktır.

Çevresel sürdürülebilirlik, insanın çevre ile olan ilişkilerinde çevrenin en doğal haliyle korunmasını sağlayacak faaliyetleri ve yok olan ya da yok olmaya yüz tutmuş doğal çevreyi iyileştirmeye yönelik faaliyetleri içermektedir. Çevresel sürdürülebilirlik doğal kaynakların tükenmesini önlemeye yönelik uygulamaları ifade etmekte olup gelecek nesillerin bugünün doğal kaynaklarına sahip olmasını sağlamayı amaçlamaktadır (Goodland 1995). Tietenberg (2000) çevresel sürdürülebilirliği, yalnızca toplamın değerinin değil, bireysel kaynakların fiziksel akışının sürdürüldüğü bir durum olarak tanımlamaktadır. Yazar sürdürülebilirlik kriterinin eserin veya çevrenin biçiminde veya yapısında değil, bunlar arasındaki sabit kalması gereken kaynak akışında yattığını düşünmektedir. Temeldeki yapıların zaman içinde değişebileceği kaynak akışlarının korunmasına odaklanırken mevcut kaynak akışını bir referans noktası olarak almaktadır

Çevresel sürdürülebilirlik en basit tanımıyla insanlığa ve gelecek nesillere sağlıklı bir çevre bırakmak, yenilenemeyen doğal kaynakları korumak ve yenilenebilir doğal kaynakları doğru kullanmak olarak tanımlanabilir (Güner, 2020). İdeal bir sistemde çevresel açıdan sürdürülebilir olmak için kaynakların doğru kullanımına özen gösterilmesi kritik öneme sahiptir. Çevresel boyut, ekosistem bütünlüğünü vurgulamaktadır (Kong vd., 2021). Faaliyetlerinden kaynaklanan çevre kirliliğinin olumsuz etkilerini en aza indirmeyi ve raporlamayı amaçlayan ticari işletmeler,

sürdürülebilirlik açısından sorumlu işletmeler olarak görülmektedir (Dangelico ve Pujari, 2010).

Vezzoli ve Manzini (2008) çevresel sürdürülebilirliğin etkinliğini sağlamak için beş koşulun sağlanması gerektiğini vurgulamıştır. İlk olarak doğal kaynak tüketiminin en aza indirilmesi gerekir. İkinci olarak üretim ve tüketim malzemelerinin yenilenebilir kaynaklardan oluşması gerekir. Üçüncü olarak atıkların en üst düzeyde geri dönüşümünün sağlanması şarttır. Dördüncü olarak enerji kaynaklarının korunması adına yenilenebilir enerji sistemlerinin öngörüsü elzemdir. Son olarak çevre temelli konfigürasyonlarda ekolojik çevreye ve canlılara zararsız yöntemleri seçmek gerekir.

2.3.2. Sosyal Sürdürülebilirlik

Sürdürülebilir kalkınmanın sosyal boyutu, kalkınma sürecindeki insanlara odaklanmaktadır. Bu süreçte bireylere kaynakların dağılımında sahip olmaları gereken haklar, eğitim, sağlık, cinsiyet eşitliği gibi sosyal hak ve özgürlükleri kazandırmayı amaçlar. İnsanlar arasında paylaşımda eşitsizlik, bugüne kadar kalkınmada görmezden gelinen bir kavramdır. Ancak günümüzde sürdürülebilir kalkınmanın nasıl sağlanabileceği konusunun öneminin artmasıyla birlikte konunun toplumsal boyutu da giderek önem kazanmaya başlamıştır.

Sosyal sürdürülebilirliğin yaygınlaşması, Brundtland Raporu'nun yayınlanmasından sonra 1987'de başlamıştır (Vallance vd., 2011). Sürdürülebilirlik denilince akla ilk gelen çevresel boyut olsa da aslında sosyal sürdürülebilirlik de bir o kadar büyük öneme sahiptir. Güner (2020), sosyal sürdürülebilirliğin, başta çalışanlar olmak üzere insanların hak ettikleri yüksek standartlara sahip olması, farklı kültürlerden insanların toplumda eşit koşullara sahip olması ve topluma katkı sağlayacak insanlar yetiştirmesi gibi unsurları gerektirdiğini belirtmiştir. Sosyal sürdürülebilirlik, bireylerin sağlık, eğitim, sosyal haklar, siyasal katılım ve benzeri her alanda varlığa ve sorumluluğa sahip olduğu, devletin sunduğu hizmetlerin her bireyin ihtiyacını karşılayacak düzeyde olduğu bir sistemdir (McKenzie, 2004). Sosyal sürdürülebilirlik, bir toplumun tüm bireylerine eşit koşulların sağlanmasını ve yaşamsal ihtiyaçlarının karşılanmasını gerektirir (Bilgili, 2017).

İşletmelerin yürüttükleri faaliyetlerin sürdürülebilir olabilmesi için toplum tarafından onaylanması gerekmektedir. Özellikle son yıllarda yaşanan küresel değişimler/talepler ile birlikte işletmelerin sosyal sorumluluk faaliyetlerine yönelmesi kaçınılmaz olmuştur. Sürdürülebilirliklerini kurumsal açıdan sağlamak isteyen işletmeler, ekonomik ve çevresel sürdürülebilirliklerinin yanı sıra sosyal olarak da sürdürülebilir olmaya özen göstermişlerdir (Dempsey vd., 2011). Sosyal sürdürülebilirlik, bugünün geleceği için tüm toplumdan sorumlu olma halidir (Vallance vd., 2011).

Sosyal sürdürülebilirlik, en iyi yaşam standardını sağlama çabası olarak ifade edilebilir. Toplum için maksimum pozitif çıktılar ve minimum negatif çıktılar üretebilen işletmeler sosyal olarak sürdürülebilirdir. Beşeri ve sosyal sermaye, sosyal sürdürülebilirlik sermayesini oluşturan fonların iki temel bileşenidir. Beşeri sermayenin kapsamını çalışanın ve iş ortağının bağlılığı, yeteneği ve motivasyonu oluştururken, sosyal sermayenin içeriğini eğitim sisteminin kalitesi ve kamu hizmetlerinin kalitesi oluşturmaktadır. Sosyal sürdürülebilirlik konusunda fayda gruplarının onayını alan şirketler, beşeri ve sosyal sermayelerini artırarak katma değer yaratabilen şirketlerdir (Dempsey vd., 2011).

Bir toplumun, yalnızca mevcut üyelerinin ihtiyaçlarını karşılamakla kalmayan, aynı zamanda gelecek nesillerin sağlıklı bir toplum ve nesiller arası adaleti sürdürme yeteneğini de destekleyen süreçler ve yapılar geliştirme yeteneği ve istekliliği, sosyal sürdürülebilirlik kavramı için önemli bir bileşendir. Sürdürülebilirlik düşüncesinin sosyal yönü, dünyanın daha uzun vadeli refahı için önemli bir başarı faktörü haline gelmektedir (Tardieu, 2014).

2.3.3. Ekonomik Sürdürülebilirlik

Ekonomi, genellikle insan yaşamını şekillendiren en temel faktörlerin başında gelmektedir. Ekonomik kaynaklar toplumun yaşamını sürdürmek için üretilir ve tüketilir. Üretilen kaynakların gelecek nesillere aktarımı sürdürülebilirlik esas alarak yapılmalıdır. Çevresel ve sosyal sürdürülebilirliğin gerçekleşmesi için gerekli finansal kaynakların oluşturulması ve sürdürülmesi ekonomik sürdürülebilirlik ile

mümkün hale gelmektedir (Anand ve Sen, 2000). Ekonomik sürdürülebilirlik, çevresel faydalar ile ekonomik maliyetler arasındaki dengedir. Ekonomik faaliyetleri bu denge içinde sürdürürken, doğal kaynakların kullanımında dikkatli olunması, yenilenebilir kaynakların korunması, yenilenemeyen kaynakların tutumlu kullanılması, yenilenebilir kaynakların değiştirilmesi gibi durumları içermektedir.

Ekonomik sürdürülebilirlik yeteneği, hâlihazırdaki kaynakları optimum şekilde kullanmak için farklı stratejilerin kullanılmasına dayanmaktadır. Böylece uzun vadede iş ve çevre arasında sorumlu ve faydalı bir denge sağlanabilmektedir. Ayrıca kullanılacak kaynakları daha uzun bir süre boyunca korurken aynı zamanda gelir ve kârın maksimize edilmesi olarak da tanımlanan ekonomik sürdürülebilirlik, iş bağlamında işletmenin birleşik varlıklarının zaman içinde işlevsel karlılığını sürdürmesini sağlamak için verimli bir şekilde kullanılması olarak tanımlanmaktadır. (Osburg, 2017).

Ekonomik sürdürülebilirlik, diğer bir tanımda döngüsel etki yaratan ve ekonomiyi istikrara kavuşturan sermaye ve kaynakları sömürmeden toplum üyeleri için gelir elde edilmesini ifade eder (Chelan vd., 2018). Hem ekonomiyi hem de toplumu dengeleyen bu döngüsel etkiye sahip olmak için, kuruluşların uygulamalarını yenilenebilirlik, yeniden kullanılabilirlik, geri dönüşüm ve yaşam döngüsü maliyetlendirmesine dönüştürmesi ve atık, emisyon ve kirlilik vb. maliyetlerini maliyetlendirme sistemine entegre etmesi gerekir (Kibert, 2016). Cairns ve Martinet (2014), çevresel-ekonomik göstergeleri ve bunların sürdürülebilir büyüme ve genel sürdürülebilir iyileştirmedeki rollerini değerlendirmek için sürdürülebilirlik muhasebesini kullanmıştır. Ekonomik sürdürülebilirliğin boyutları satış, pazar payı, operasyonel verimlilik ve katma değer artışı, GSYİH katkısı, çevre koruma, etik yatırımlar, kaynakların korunması, kaynakların yeniden kullanımı, kaynak geri dönüşüm ve atık azaltmadır (Manca, 2015).

Bir grup araştırmacı da ekonomik sürdürülebilirliği, kurumsal çıkarlar ile sürdürülebilir sorumluluklar arasında bir denge oluşturan çevresel veya sosyal boyutlardan herhangi birinde sürdürülebilirlik girişimlerinin ekonomik fizibilite

değerlendirmesi olarak ele almayı vurgulamaktadır (Lovarelli vd., 2020). Örneğin, Tusso-Pinzón vd. (2020), sürdürülebilirlik değerlendirmesinin göstergelerine, kullanım maliyetleri, satın alma maliyetleri ve karlar vb. gibi ekonomik değerlendirme metriklerini eklemiştir.

2.4. Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri

2000'li yıllarda oluşturulan Milenyum kalkınma hedefleri, 2015 yılında geliştirilmiş ve 17 başlık altında toplanan sürdürülebilir kalkınma hedeflerine dönüşmüştür (Sachs, 2012). Birleşmiş Milletler tarafından belirlenen sürdürülebilir kalkınma hedeflerine göre dünya genelinde sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasında eşitsizlik, çevresel bozulma, iklim değişikliği, yoksulluk, adalet ve barış gibi konular dikkate alınmaktadır. Hedeflerin 2030 yılına kadar tamamlanması amaçlanmaktadır. Şekil 2.1'de 17 adet hedef gösterilmektedir.

Şekil 2.1: Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri



Kaynak: (United Nations Development Programme, 2015)

Sürdürülebilir kalkınma hedeflerinden yoksulluğa ve açlığa son hedefleri, Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinde fiziksel ihtiyaçlar ile alakalıdır. Sağlık ve kaliteli yaşam, toplumsal cinsiyet eşitliği, eşitsizliklerin azalması, sürdürülebilir şehirler ve topluluklar gibi hedefler ise toplumsal yaşam ile alakalıdır. Doğal hayat ile alakalı

olanlar ise temiz su ve sanitasyon, iklim eylemi, sudaki ve karasal yaşam hedefleridir. Ekonomik, yönetsel, hukuki ve kurumsal hedefler ise insana yakışır iş ve ekonomik büyüme, sanayi, yenilikçilik ve altyapı ve barış, adalet ve güçlü kurumlardır. Diğer hedefler ise nitelikli eğitim, erişilebilir ve temiz enerji, sorumlu üretim ve tüketim ve son olarak genel bir hedef olarak amaçlar için ortaklıklardır.

2015 yılında Birleşmiş Milletlere üye olan devletler, sürdürülebilir kalkınma hedeflerini sürdürülebilirlik mücadeleleri için evrensel bir eylem çağrısı olarak benimsemeye karar vermiştir. Birleşmiş Milletler Kalkınma Ajansı, entegre çözümler aracılığıyla sürdürülebilir kalkınma hedeflerine ulaşmada 170 ülkeyi desteklemektedir. Sürdürülebilir kalkınma hedefleri esas olarak hükümetleri ve sivil toplumu ilgilendirse de, şirketler gelecek nesiller için daha iyi bir gezegen inşa etmek için sürdürülebilir kalkınma hedeflerini desteklemelidir. Sürdürülebilir kalkınma modelinin tarihsel gelişimine katkı sağlayan her faaliyet, şüphesiz sürdürülebilirliğin işletmeler, sivil toplum kuruluşları, düzenleyici kurumlar ve devlet kurumları tarafından daha ciddiye alınmasına yardımcı olarak farkındalık yaratmaktadır ve küresel sürdürülebilir kalkınmaya katkıda bulunmaktadır.

Sürdürülebilir kalkınma hedefleri birbirine bağlıdır. Bir hedefte başarının anahtarı, ortak özelliklere sahip problemlerle uğraşmaktır. Sürdürülebilir kalkınma hedefleri, gelecek nesiller için yaşamı sürdürülebilir bir şekilde iyileştirmek amacıyla bugün doğru seçimleri yapmak için ortaklık ruhu ve pragmatizmle yürümektedir. Tüm ülkelerin kendi öncelikleri ve dünyanın karşı karşıya olduğu çevre sorunları doğrultusunda benimsemeleri için net rehberlik ve hedefler sunmaktadır. Sürdürülebilir kalkınma hedefleri kapsayıcıdır. Yoksulluğun temel nedenlerine iner ve hem insanlar hem de gezegen için olumlu bir değişiklik yapmak üzere insanlığı birleştirmektedir.

Sürdürülebilir kalkınma hedeflerinin gerçekleşmesine yönelik bazı ilerlemeler olduğunu gösteren çalışmalar (örn. Biggeri vd., 2019; Sachs vd., 2018) bulunmaktadır. Hedeflerin kalkınmaya ilişkin mevcut sürdürülebilirlik ve politika tartışmalarında önemli bir rol üstlendiği sonucuna ulaşılmıştır (Scherera vd., 2018).

Bununla birlikte Des Gasper (2019) gibi bazı çalışmalar, hedeflerde göç, terörizm, sermaye kaçışı ve demokrasi gibi eksik temalar olduğunu iddia etmektedir. Biggeri vd. (2019)'a göre hedefler, farklı bağlamlara ve amaçlara uyum sağlama özgürlüğü ile çeşitli çok düzeyli aktörler ve değişim ajanları arasında eyleme ve işbirliğine ilham veren daha iyi bir gelecek için bir yol haritasını temsil etmektedir. Sachs vd. (2018) tarafından sürdürülebilir kalkınma hedef endeksi geliştirilmiştir. Endeks, küresel düzeyde hedeflere yönelik ilerlemeyi izlemek için tek bir birleşik gösterge geliştirmeyi ve uygulamayı ve eylem için öncelikli alanların belirlenmesini desteklemeyi, genel gelişimi takip etmeyi ve uluslararası karşılaştırmalara ve kıyaslamaya izin vermeyi amaçlamaktadır.

3. GİRİŞİMCİLİK

Bu bölümde ilk olarak girişimci ve girişimcilik kavramı ile ilgili tanımlamalar verilmekte olup daha sonra girişimcilik teorileri açıklanmaktadır. Girişimcilik ekosistemi anlatıldıktan sonra girişimcilik tipolojileri ve türleri verilmektedir. Daha sonra girişimciliğin önündeki engeller açıklanarak son olarak ekonomik kalkınmada girişimciliğin rolü anlatılmaktadır.

3.1. Girişimci Kavramı

Girişimci kelimesi, üstlenmek veya yapmak anlamına gelen Fransızca "entrepreneur" kelimesinden gelmektedir. Burada "entre" kelimesi "arasında" anlamına gelmekteyken "preneur" kelimesi "alıcı" anlamına gelmektedir (Fillion ve Bombardier, 2008). Jean Baptist Say, genellikle "maceracı" veya "üstlenici" olarak çevrilen "entrepreneur" terimini yaratmıştır. Kelime kökeninden yola çıkılarak girişimci, bir şeyi yapmanın yeni bir yolunu veya bir faaliyeti gerçekleştirmenin yeni tekniklerini bulan kişidir (Pahuja ve Sanjeev, 2015). Sonuç olarak Say, bir girişimciyi tanımlamak için kullanılabilecek en temel özelliğin yaratıcılık olduğunu belirlemiştir.

Girişimciler, kâr ve genişleme amacıyla risk ve belirsizlik karşısında gelişen yeni firmalar veya kombinasyonlardır (Zimmerer ve Scarborough, 2005). Girişimci, imalat bileşenlerini bir ürüne entegre etmek ve daha sonra değişken bir fiyattan satmak amacıyla sabit bir fiyattan satın alan kişidir (Pahuja ve Sanjeev, 2015). Girişimciler, daha fazla gelişmeye yeniden yatırılabilecek fazlalıklar ve kârlar oluşturmak için minimum kaynaklarla girişimler başlatan, uygulayan ve geliştiren kişi veya birey gruplarıdır (Fillion ve Bombardier, 2008). Riski azaltırken yenilik yapma veya yeni bir şey sunma dürtüsü girişimciyi harekete geçirmektedir. Drucker (2006) bir girişimciyi sürekli değişim arayan, buna yanıt veren ve bunu bir fırsat olarak kullanan biri olarak tanımlamıştır. Schumpeter'e (1934) göre girişimci, sıradan kısıtlamaları aşmaya istekli bir liderdir. Girişimcileri, işlevi yeni üretim araçları ortaya çıkarmak olan bireyler olarak tanımlamıştır. Schumpeter'e göre bu işlev, ekonomik kalkınmanın temelidir.

Girişimci, mevcut pazarı değerlendiren ve inceleyen, pazardaki fırsatları veya insanların ihtiyaçlarını fark eden iş insanıdır. Ayrıca girişimci, bu ihtiyaçlarını karşılamak ve kâr elde etmek için bir ürün veya hizmet yaratmaya karar veren kişi veya kurumdur (Tracy, 2013). Durukan'a (2005) göre birini girişimci olarak tanımlamak için para yatırımı yetersiz bir kriterdir. Önemli olan, bu fikrin getirdiği bir ürün veya hizmet için ortaya çıkabilecek insanların potansiyel ilgisini çekecek bir fikrin gerekli bilgiler yardımıyla ortaya konulmasıdır. Fikirler ve ürünler, insanların günlük yaşamlarında belirli bir şeye yönelik ihtiyaçlarından veya bir boşluğu dolduran bir fırsattan kaynaklanabilir. Bu yeni fikir veya organizasyon, yeni işin bilinmeyen doğası nedeniyle risk almayı da beraberinde getirir ve başarılı olup olmayacağı başlangıçta tahmin edilemez (Durukan, 2005).

Karabulut'a (2009) göre girişimci, çevresel pazar fırsatlarını analiz eder, ek zaman, çaba, para harcar, becerilerini gösterir, ek değer yaratır ve uygulama sırasında ek değer yaratarak rekabetçi pazarın ölçülebilir risklerini dikkate alır. Günümüz girişimcilerinin üstlendikleri ve yerine getirdikleri işlevler bir iş fikrini ticari girişime dönüştürerek üretmek ve ticarileştirmek, başkalarının göremediği fırsatlardan yararlanmak, yeni ve potansiyel pazarlar yaratmak, yeni teknolojiler geliştirerek mal ve hizmet üretmek, yeni potansiyel kaynakların üretimde kullanılmasını ve insanların hizmetine sunulmasını sağlamak, iş hayatında değişiklikler yapmak, işsizliği azaltmak ve istihdamı artırmak ve son olarak ekonomik gelişim sağlamak şeklinde listelenmektedir (Ünal, 2009: 79).

3.2. Girişimcilik Kavramı

Girişimcilik kavramı, Joseph Schumpeter'in 1934 yılında yaptığı katkılar olmadan tam olarak anlaşılamaz. Schumpeter (1934), bir ulusun inovasyonunun ve teknolojik değişiminin girişimcilerden geldiğini savunmuştur. Ülke ekonomisinde işlerin gerçekten yürümesini sağlayanların bu kişiler olduğuna inanmıştır. Schumpeter, girişimciyi işletme sahiplerinden ve yöneticilerden farklı, çalışmaya değer bir varlık olarak tanımlayan ilk kişiler arasındadır. Schumpeter, girişimcileri tarif ederken girişimcilik eyleminin, nüfusun yalnızca küçük bir bölümünde bulunan yetenekleri

gerektirdiğini belirtmiştir. Girişimcilik, ekonomik insanın rasyonel davranışından farklı, belirli bir kişilik tipi ve davranış gerektirir.

Girişimcilik kavramı, Fransız iktisatçı Cantillon sayesinde iktisat literatüründeki yerini bulmuştur. Cantillon'dan sonra bir başka ekonomist Jean Babtiste Say bugün kullanılan içerik ve kapsama ulaşmasını sağlamıştır. Say, girişimcilik eylemini tüm üretim faktörlerini bir araya getiren, değerli bir mal veya hizmet üreten ve kâr için risk alan bireylerin gerçekleştirdiği eylemler bütünü olarak ele almaktadır (Binks ve Vale 1990).

Ronstadt'a (1984) göre girişimcilik, artan zenginlik yaratmanın dinamik sürecidir. Paraları, zamanları ve/veya profesyonel taahhütleri ile önemli riskler alan veya bir ürün veya hizmet için değer sağlayan bireyler servet biriktirir. Ürün veya hizmet benzersiz veya yeni olabilir veya olmayabilir, ancak girişimci gerekli becerileri ve kaynakları almaya ve tahsis etmeye prim vermelidir. Van Aardt vd. (2008) girişimciliği uzun vadeli büyüme için bir pazar fırsatından yararlanmak amacıyla bir iş veya kuruluş kurma, kurma ve genişletme eyleminin yanı sıra girişimci bir ekip oluşturma ve diğer kaynakları bir araya getirme eylemi olarak tanımlanmıştır.

Hisrish (2015) girişimciliği zaman harcadıktan ve çaba sarf ettikten sonra değeri olan bir şey ortaya çıkarma süreci olarak tanımlamaktadır. Bu aynı zamanda bir işe veya projeye yeterli finansal desteğin tahsis edilmesini ve psikolojik ve finansal riskler gibi o işle veya projeyle birlikte gelen tüm ilgili risklerin kabul edilmesini de içerir. Bruton vd. (2013), girişimciliğin bir bireyin yeni bir iş fırsatı belirlediği ve işi başlatmak ve işletmek amacıyla gerekli tüm kaynakları elde ettiği süreç olarak tanımlanabileceğine inanmaktadır. Hafizullah vd. (2012), girişimciliğin yeni fikirleri bir araya getirmeyi ve bunları uygulamayı veya mevcut fikirlere değer katabilecek şekilde değişiklik yapmayı içerdiğini belirtmektedir.

Timmons ve Spinelli (2007), girişimciliğin, aynı zamanda fırsatları yakalamaya ve liderliği dengelemeye odaklanırken, bireyler olarak akıl yürütmemiz ve hareket etmemizin bir yolu olduğunu belirtmiştir. Rwigema ve Venter (2004), girişimciliğin

kârlılık için yürütülebilecek uygulanabilir bir işletmeye vizyonu başlatma ve besleme umuduyla organize bir vizyona sahip olma süreci olduğunu belirtmektedir. Zimmerer ve Scarborough (2005) girişimciliği risk ve belirsizlik karşısında fayda sağlamak için yeni işlerin yaratılması olarak tanımlamaktadır. Yazarlara göre girişimcilik, yaratıcılığın ve yeniliğin pazar fırsatlarına ve taleplerine metodik ve disiplinli bir şekilde uygulanmasının sonucudur ve insanların ihtiyaçlarını karşılayabilecek veya sorunlarını çözebilecek bir ürün veya hizmet yaratmak için yeni fikirlere ve yeni iç görülere odaklı yaklaşımlar uygulamayı içermektedir. Wickham (2001), girişimciliğin "girişimcinin yaptığı şey" olduğuna basitçe dikkat çekerek daha pratik bir tanım sunmaktadır.

3.3. Girişimcilik Teorileri

Girişimcilik ile ilgili literatürde birçok teori sunulmaktadır. Bu bölümde girişimcilik ile ilgili sunulan temel teoriler anlatılmaktadır. Girişimcilik teorilerinden Schumpeter'in inovasyon teorisi, Leibenstein (1978) X-verimliliği teorisi, Knight (1921) risk taşıyan teorisi ve Hagen'in girişimcilik teorisi açıklanmaktadır.

3.3.1. Schumpeter'in girişimcilik teorisi

Schumpeter (1934), diğer teorilerin sunduğundan çok daha geniş kapsamlı bir girişimcilik görüşü sunmaktadır. Schumpeter'e göre, girişimci ekonomik kalkınmanın ana itici gücüdür ve işlevi yenilik yapmak veya yeni yenilikleri gerçekleştirmektir. Girişimciyi, üretim süreçlerinde daha yeni ve daha verimli olanlarla devrim yaratarak ekonomiye yaratıcı yıkım getiren, ekonomik değişimin gücü olarak tanımlamıştır. Schumpeter'in girişimcisi, yeni teknolojik süreçlerin veya ürünlerin tanıtılması yoluyla değişim yaratan özel bir kişidir (Deakins ve Freel, 2009:4). Schumpeter, yalnızca bazı olağanüstü insanların girişimci olma yeteneğine sahip olduğuna ve bunların olağanüstü olaylara yol açtığına inanmaktadır. Schumpeter'e göre, bir girişimci teknolojik olanakları değiştirir, yenilikçi faaliyetler yoluyla geleneği değiştirir ve böylece üretim kısıtlamalarını esnekleştirir. Schumpeterci görüşe göre ekonomik değişimin katalizörü girişimcidir. Schumpeter, girişimciyi inovasyon sürecinde yeni talebin kaynağı olarak görmüştür. Statükoya

meydan okuyarak önemli bir rol oynayan ve yenilikleri kullanarak pazara giren girişimcilerdir (Barreira vd., 2008).

Ahwireng-Obeng (2006), Schumpeter'in analizinde girişimcilerin faaliyetlerden bir veya daha fazlasını gerçekleştirerek yenilik yaptıkları görüşündedir. Bu faaliyetler; yeni mallar veya yeni kalitede mallar sunmak, yeni üretim yöntemlerinin tanıtılması, yeni pazarlar açmak, hammadde veya yarı işlenmiş mallar için yeni tedarik kaynakları keşfetmek, bir tekel yaratmak ve hatta mevcut olanı parçalamak gibi bir endüstrinin yapısını yeniden organize etmek şeklindedir.

3.3.2. Leibenstein (1978) X-verimliliği teorisi

Leibenstein'ın teorisi, girişimcinin faaliyet gösterdiği çevrenin temel özelliklerini tanımlamaktadır (Casson, 1982). Leibenstein'a göre girişimcinin dünyasında normal olan verimsizliktir. X-verimliliği, eksik rekabet koşulları altında bireyler ve firmalar tarafından sürdürülen etkinlik derecesi olarak tanımlanmaktadır. Leibenstein, girişimciliği X verimliliğine yaratıcı bir tepki olarak görmektedir. Ayrıca bireylerin farklı tutumlara ve dolayısıyla farklı davranışlara sahip olduğuna inanılmaktadır. Neo-klasik ekonomide, tam rekabet altında, bireylerin ve firmaların başarılı olmak ve kar elde etmek için verimliliği maksimize etmesi gerektiğinden bahseder. Verimliliği maksimize etmeyecek firmalar başarısız olur veya piyasadan çıkmak zorunda kalabilir. X-verimlilik teorisi, mükemmel olmayan rekabet koşulları altında verimsizliğin devam edebileceğini ileri sürmektedir.

X-verimliliği teorisi, ekonomik teoride iyi kabul edilen bir aksiyom olan faydayı maksimize eden davranış varsayımıyla çeliştiği için tartışmalıdır (Smith ve Chimucheka, 2014). Bazı ekonomistler, X-verimliliği kavramının yalnızca işçilerin faydasını en üst düzeye çıkaran çaba ve boş zaman arasındaki değiş tokuşu gözlemlemesi olduğunu iddia etmektedir. Leibenstein'ın gözlemleri, başarılı bir girişimcinin birkaç farklı pazardan gelen girdileri senkronize etmesi gerektiğini öne sürmektedir ki bu da iki tür girişimcinin tanımlanabileceğini göstermektedir. Birinci tip, yeni kombinasyonlar düzenleyen Schumpeter'in girişimcisini ifade ederken,

ikinci tip, geleneksel kombinasyonlar kurarak veya organize ederek yönetsel işlevleri yerine getiren bir girişimciyi ifade etmektedir (Binks ve Vale, 1990).

3.3.3. Knight (1921) risk taşıyan teorisi

Knight, girişimciyi kârın alıcısı olarak tanımlamaktadır (Deakins ve Freel, 2009). Kârı, belirsizliğin maliyetlerine katlanan girişimcinin ödülü olarak tanımlamıştır. Burada Knight, girişimciliğin spekülatif doğasını vurgulamaktadır. Knight'ın bir girişimciye bakışı, girişimcinin hesaplanmış bir risk alıcı olduğu şeklindeki yaygın görüşe yakındır. Knight için bir girişimci, risk almaya ve ödülü kazanmaya hazır bir bireydir. Risk ve belirsizliğe katlanmanın ödülü ise girişimcinin elde edeceği kârdır. Kâr fırsatı, değişimi çevreleyen belirsizlikten doğmaktadır. Değişim mükemmel bir şekilde öngörülebilirse, o zaman kâr için hiçbir fırsat olmayacaktır (Deakins ve Freel, 2009: 6).

Knight, risk ve belirsizliği birbirinden ayırmıştır. Risk, kişinin belirli öngörülebilir sonuçları olduğunda ortaya çıkar. Sonuçlar, belirli bir kârlılık derecesi ile tahmin edilmelidir. Öte yandan, sonuçların olasılıkları hesaplanamadığında belirsizlik ortaya çıkar. Knightçı girişimcinin kendi işini kurma riskini üstlenmeye hazır olan herkes olduğunu rahatlıkla söyleyebiliriz. Bu teoriyle ilgili sorun, herhangi bir risk alan kişinin girişimci olarak adlandırılabilmesidir (Deakins ve Freel, 2009). Sonuç olarak, Knight'a göre girişimci, belirsiz gelecek hakkında yargılarda bulunabilecek kadar kendine güvenen ve atılgan olan kişidir ve bunun ödülü elde edilecek kârdır.

3.3.4. Hagen'in girişimcilik teorisi

Girişimci davranışa ilişkin önemli bir teori, Hagen (1962) tarafından ileri sürülmüştür. Hagen, bir grubun statüsünün düşmesini girişimciliğin doğuşuna bağlamıştır. Hagen, statünün düşmesi veya azalmasını, kişilik oluşumundaki değişiklikler için tetik mekanizması olarak görmektedir. Statünün düşmesi, bazı sosyal grupların üyeleri, hayattaki amaç ve değerlerine toplumdaki saygı duydukları ve değer verdikleri gruplar tarafından saygı gösterilmediğini algıladıklarında ortaya çıkar. Hagen statü saygısının düşürülmesinin dört olası tepkiye yol açacağını ve dört farklı kişilik tipi yaratacağını varsaymaktadır:

(a) İnzivacı: Toplum içinde çalışmaya devam eden ancak işine veya statüsüne kayıtsız kalan girişimci,
(b) Ritüelist: Çalışma koşullarında veya statüsünde iyileşme umudu olmadan toplumdaki normlara göre çalışan kişi,
(c) Reformist: İsyan eden ve yeni çalışma biçimleri ve yeni toplum getirmeye çalışan kişi,
(d) Yenilikçi: Yaratıcı ve kendi belirlediği hedeflere ulaşmaya çalışan bir girişimci.

Hagen'e (1962) göre, dezavantajlı bir azınlık grubunun yaratıcılığı, girişimciliğin ana kaynağıdır. Bu tezi Japonya'daki samuray topluluğu örneğinden geliştirmiştir. Geleneksel olarak, bu topluluk daha sonra yoksun bırakıldığı yüksek bir statüye sahip bir topluluktu. Topluluk, kaybedilen bu prestiji geri kazanmak için daha aktif ve dinç hale gelmiş ve birçok girişimcinin doğmasına neden olmuştur. McClelland (1961), bastırılmış bir topluluğun daha fazla yaratıcılığa sahip olduğunu söyleyerek bu tezi desteklemiştir. Yazar, topluluğun çoğunluk ve üstünlük komplekslerinin bilincinde oldukları için başarılı girişimciler olduklarını vurgulamaktadır.

3.4. Girişimcilik Ekosistemi

Girişimcilik ekosistemi, belirli bir bölgede girişimciliği sürdürmek için gerekli olan tüm unsurlardan oluşmaktadır. Girişimcilik bağlamında, ekosistem terimi ilk olarak Moore (1993) tarafından kullanılmıştır. Moore, işletmelerin kendi kendine büyümediklerini, bunun yerine tedarikçiler, finansörler ve müşterilerle etkileşim içinde olduklarını ve tek bir sektörde değil, daha çok ilgili endüstriler ağında faaliyet gösterdiklerini öne sürmektedir. Mason ve Brown'a göre (2013) girişimcilik ekosistemi, hem potansiyel hem de mevcut olmak kaydıyla birbiriyle bağlantılı bir dizi girişimci aktörün, girişimci organizasyonların ve girişimci kurumların kolektif etkileşimleridir. Girişimciliği, yenilikçiliği ve yerel ekonomik büyümeyi teşvik eden çok sayıda kurumsal ve bireysel oyuncu arasındaki etkileşimler ağına girişimcilik ekosistemi denir (Isenberg, 2011).

Van de Ven (1993) girişimcilik ekosistemi modeline göre 4 bileşen bulunmaktadır. Bunlar (i) girişimciliği meşrulaştıran, düzenleyen ve teşvik eden kurumsal

düzenlemeler; (ii) temel bilimsel bilgi, finansman mekanizmaları ve yetkin iş gücü havuzları için kamu kaynakları bağışları; (iii) girişimciler tarafından sunulan ürün ve hizmetlere yönelik bilgili tüketicilerin pazar talebi ve (iv) özel girişimcilerin ARGE, üretim, pazarlama ve dağıtım işlevleri aracılığıyla sağladığı tescilli ticari faaliyetlerdir.

Gnyawali ve Fogel (1994), girişimcilik ekosistemi hakkında bir başka ilgi çekici bakış açısı sunmaktadır. Girişimciliğe başlangıç sürecinin beş ana bileşeni doğrultusunda, çevresel etkiler beş kategoriye ayrılmaktadır. Girişimciliğin başlangıcında ilk olarak girişimcilik fırsatı sunulur ve bunu yakalayıp faaliyete geçen girişimci, ardından girişimcilik yeteneklerini kullanarak işini yürütür ve yönetir. Bu koşullarda bireyin firmayı kurma olasılığı daha yüksektir. Başlangıç sürecinde, (i) devlet yasaları ve süreçleri, (ii) sosyoekonomik durumlar, (iii) girişimcilik ve işletme yetenekleri, (iv) finansal yardım ve (v) finansal olmayan yardım gibi çevresel unsurlar desteklenmelidir.

Greene vd. (2010) tarafından önerilen üniversite tabanlı girişimcilik ekosistemi, üniversiteleri, girişimcilik gelişimini destekleyen çok yönlü firmalar olarak görmektedir. Bu ekosistemde üniversitelerin girişimci düşünceyi teşvik eden ve iç ve dış paydaşlarla bağlantı kurmayı mümkün kılan bir dizi ders dışı etkinlik ve projede yer alması gerekmektedir. Koltai (2016), 6+6 girişimcilik modeli olarak girişimcilik ekosistemi modelini geliştirmiştir. Modelin 6 unsuru i) Tanımla, ii) eğit, iii) bağlan ve sürdür, iv) finanse et, v) etkinleştirin ve vi) kutla olarak tanımlanır. Ekosistem etkinliğine katkıda bulunan 6 aktör i) STK'lar, ii) vakıflar, iii) akademiler, iv) yatırımcılar, v) hükümetler ve vi) firmalardır.

Stam'ın (2015) girişimcilik ekosistemi modeli, önceki modellerin sıkıntılarını vurgulayarak daha karmaşık yeni bir paradigma sunmaktadır. Bu modelin 4 kategorisi i) çerçeve koşulları, ii) sistematik koşullar, iii) çıktılar ve iv) sonuçlar şeklindedir. Modelin bu kategoriler arasındaki iç ve dış nedensel bağlantılara yaptığı vurgu, onun diğer modellerden en büyük farkıdır.

3.5. Girişimcilik Türleri

Literatürde girişimcilik türleri hakkında farklı sınıflandırmalar yapılmaktadır. Rioja (2020) girişimciliği sahiplik yapısına göre (i) özel, (ii) kamu ve (iii) müşterek girişimcilik; işletme yapısına göre (i) ticari, (ii) imalat ve (iii) zirai girişimcilik; teknoloji kullanımına göre (i) teknik ve (ii) teknik olmayan girişimcilik; cinsiyete göre (i) kadın ve (ii) erkek girişimcilik; işletme büyüklüğüne göre (i) küçük ölçekli, (ii) orta ölçekli ve (iii) büyük ölçekli girişimcilik olarak sınıflandırmaktadır.

Roket Bilimi Oyunlarının kurucusu olan Steve Blank, 2010 yılında yayımladığı çalışmasında 4 çeşit girişimcilik olduğunu söylemiştir. İlk olarak küçük işletme girişimciliği az sayıda çalışanı ve nispeten düşük satış hacmi olan, özel sektörde faaliyet gösteren bir işletmedir. Bu tür girişimciliğin başarı tanımları, bir endüstriyi devralmak veya yüklü miktardaki bir iş kurmak değil, faaliyetleri yürütmek ve kâr etmektir. Bakkallar, kuaförler, marangozlar, tesisatçılar ve elektrikçiler, bu tür girişimciliğe örnektir.

İkinci olarak ölçeklenebilir startup girişimciliği gelmektedir. Startup, teklif edilebilir ve ölçeklenebilir bir iş modeli yaratmak için yeni oluşturulmuş bir organizasyondur (Blank, 2010). Küçük işletmelerle karşılaştırıldığında, ölçeklenebilir girişimler, Silikon Vadisi girişimcilerinin ve onların kurumsal yatırımcılarının sistemine benzemektedir. Bu girişimciler, ilk günden itibaren vizyonlarının dünyadaki her şeyi değiştirebileceğini bilerek bir şirket kurarlar. Aynı derecede kazanmaya aşırı istekli finansal yatırımcılardan yatırım çekmektedir. İşleri, teklif verilebilir ve ölçeklenebilir bir iş modeli kurmaktır. Bunu kurduklarında, ölçeğe odaklanmaları, hızlı büyümeyi hızlandırmak için daha da fazla risk sermayesi gerektirmektedir.

Üçüncü olarak büyük işletme girişimciliği gelmektedir. Büyük şirketlerin sınırlı yaşam döngüleri vardır. Çoğu, temel ürünleri etrafında varyantlar olan yeni ürünler sunarak inovasyonu sürdürerek büyümektedir (Casnosha, 2011). Büyük ve köklü şirketlerde girişimcilik, uzun vadeli başarıları için gereklidir. Mevcut firmalar, küresel rekabetten dijitalleşmeye kadar birçok zorlukla karşı karşıya kalmaktadır. Geçmiş zamanlarda hazırlıksız yakalanmak bir şirketi birkaç yıl geriye götürebilirdi,

ancak bir iyileşme de sağlayabilirdi. Günümüzde tehditler doğası gereği varoluşsaldır ve rekabet hızla ve hiç ummadığınız yerlerden çıkabilmektedir.

Son olarak sosyal girişimcilik, girişimci ilkeleri, süreçleri ve operasyonları kullanarak sosyal sorunları tanımak ve sosyal bir değişime ulaşmakla ilgilidir (Juneja, 2018). Ancak ölçeklenebilir girişimlerin aksine hedefleri pazar payı almak veya kurucular için zenginlik yaratmak değil, dünyayı daha iyi bir yer haline getirmektir. Bu tür girişimciler, kâr amacı gütmeyen, kâr amaçlı veya hibrit olabilirler. Sosyal girişimciliğin karmaşık sosyal ihtiyaçlarla başa çıkmak için yenilikçi bir yaklaşım olarak ortaya çıktığı söylenmektedir (Johnson, 2000).

3.6. Girişimci Tipolojileri

1949'da Clarence Danhof, Amerikan tarımı alanındaki araştırmasına dayanarak bilindiği kadarıyla ilk kez girişimcileri sınıflandırmıştır. Danhof (1949) ekonomik kalkınmanın ilk aşamasına daha az inisiyatif güdümlü girişimcileri yerleştirmekte ve gelişme çözüldükçe, girişimcilerin daha yenilikçi hale geleceğini savunmaktadır. Yazar, 4 tür girişimciyi şu şekilde belirlemiştir:

1. Yenilikçi: Yenilikçi girişimci, verileri toplar ve sentezler, ayrıca üretim bileşenlerinin yeni kombinasyonlarını önerir. Kendilerinde belirgin bir yenilik kokusu bulunmaktadır. Bu girişimciler, yeni fikirleri, teknolojiyi, pazarları ve organizasyonları tanıtma olanaklarını takip ederler.

2. Taklit Edici: Sadece diğer yenilikçilerin ortaya koyduğu başarılı yenilikleri benimser. Bu girişimciler, başarılı girişimcilerin ayak izlerini takip eder ve işlerini aynı şekilde kurarlar. Yenilik yapmak yerine, diğer insanların teknoloji ve yöntemlerini basitçe kopyalarlar. Bu girişimciler, gelişmekte olan ülkelerde iş ve girişimcilik kültürünün yaygınlaşmasına büyük katkı sağladığı için gelişmekte olan ülkelere son derece faydalıdır.

3. Fabian: Bu girişimciler şüpheli ve temkinli olarak tanımlanmaktadır. Diğer trendleri takip etmemenin firmasına zarar vereceğinden eminse ancak o zaman takip

eder. Şirketlerinde yeni bir teknolojiyi benimsemeye veya icat etmeye gelince, oldukça şüphelidirler. Çevresel değişikliklere uyum sağlayamazlar. Mevcut işlerinde kalmayı ve asırlık endüstriyel teknikleri benimsemeye devam etmeyi tercih ederler.

4. Drone: Bu girişimciler geleneksel veya muhafazakar bir bakış açısına sahiptir. Eski makinelerini ve iş sistemlerini olduğu kadar eski işlerini de sürdürmek konusunda kararlılar. Çevrenin ve toplumun önemli ölçüde değişmesine rağmen, eski moda endüstriyel teknolojileriyle barışıklardır. Drone girişimciler, reformlarla mücadele etmekten geride kalmaktadır çünkü uyum sağlamayı reddetmektedir ve işleri her zaman yaptıkları gibi yapmaya devam etmektedir.

Tablo 3.1 Girişimci Tipolojileri

Yazar(lar)	Yıl	Tipolojiler
Smith	1967	1. Zanaatkâr 2. Fırsatçı
Collins ve Moore	1970	1. İdeal 2. Bağımsız
Laufer	1975	1. Yönetici 2. Büyüme odaklı 3. Büyümeyi reddeden, verimlilik arayan 4. Zanaatkâr
Filley ve Aldag	1978	1. Zanaatkâr 2. Promosyon 3. Yönetici
Miles ve Snow	1978	1. Arayıcı 2. Savunucu 3. Analizci 4. Reaktör
Vesper	1980	1. Serbest meslek sahibi 2. Holding kurucular 3. Bağımsız yenilikçiler 4. Mevcut modellerin çoğaltıcıları 5. Ölçek ekonomisi sömürücüleri 6. Sermaye toplayıcıları 7. Alıcılar 8. Alım satım yapan sanatçılar 9. İnşaatçılar 10. Spekülatörler 11. Manipülatörler
Julien ve Marchesnay	1987	1. SBB (süreklilik, bağımsızlık, büyüme) 2. BÖD (büyüme, özerklik, devamlılık)
Carland, Hoy ve Carland	1988	1. Girişimci 2. Küçük işletme sahibi
Lafuente ve Salas	1989	1. Usta 2. Risk odaklı 3. Aile odaklı 4. Yönetimsel
Hornaday	1992	1. Zanaatkâr 2. Organizatör 3. Profesyonel
Filion	1998	1. Uygulayıcı 2. Vizyoner
Marchesnay	1998	1. İzole 2. Göçebe 3. Dikkate değer 4. Girişimci
Duchéneaut	1999	1. Asi 2. Olgun 3. Tecrübeli 4. Acemi
De Jorge Moreno, Catillo ve Masere	2007	1. İmtiyazlı 2. Dağıtılmış 3. Kuşkucu 4. Mesleksiz 5. Modern

Dunkelberg ve Cooper	1982	1. Büyüme yönelimli 2. Bağımsız yönelimli 3. Esnaf yönelimli	6. Tipik olmayan 7. Geleneksel

Kaynak: (Yazar tarafından oluşturulmuştur)

Danhof (1949)'dan sonra literatürde birçok girişimci tipolojileri ortaya atılmıştır. Tablo 3.1'de yıllara göre farklı çalışmalar tarafından belirlenen girişimci tipolojileri verilmektedir. Her çalışmada sınıflandırma yapılırken dikkate alınan kıstaslar farklılık göstermektedir ve her girişimcilik türü kendi hedefleri, öncelikleri ve başarı ölçütleriyle birlikte gelmektedir. Güncel bir çalışmada Parker (2022) girişimcileri 5'e ayırırken Danhof'un (1949) belirlediği 4 tipolojiye yenilikçi girişimcileri eklemektedir. Yazara göre yenilikçi girişimciler, pazara tamamen yeni ürünler veya yeni fikirler getirmek amacıyla işlerini kurarlar. Müşterilerinin hayatlarını iyileştirmek için yeni ürünler, hizmetler ve çözümler icat eden yaratıcı problem çözücülerdir. Genellikle dünya için bir misyon veya vizyon tarafından yönlendirilirler. Fikirlerinin veya ürünlerinin toplumu nasıl değiştireceğine odaklanırlar. Sektörlerindeki iş ortamını değiştirebildikleri ve hatta toplumu etkileyen yeni teknolojiler yaratabildikleri için bazen yıkıcılar olarak adlandırılırlar.

Miles ve Snow'a (1978) göre girişimci kuruluşlar dörde ayrılmaktadır. İlk olarak arayıcılar: değişken ortamlarda faaliyet gösterme eğilimindedir ve sürekli olarak pazar fırsatları ararlar. Bu kuruluşlar genellikle rakiplerin karşılık vermesi gereken değişimin yaratıcılarıdır. Ortaya çıkan trendlere karşılık vermek için arayıcılar, yeni ürün araştırma ve geliştirme yolunu tercih ederler. Arayıcılar geniş bir pazar alanına, yenilik ve değişime odaklanmaya ve genç yöneticilerin başını çektiği esnek bir organizasyon yapısına sahiptir. Yazarın ikinci olarak savunucular olarak isimlendirdiği kuruluşlar, dar ve istikrarlı bir ürün-pazar alanı, müşteri grubu, eski yöneticiler tarafından yönetilen yerleşik bir yapı içinde faaliyet gösterme eğilimindedir. Savunucular kuruluşlarının sınırlı faaliyet alanında oldukça uzmandır ve mevcut operasyonların verimliliğinin artırılmasına odaklanmaktadır, ancak yeni fırsatlar için alan dışında arama yapma eğiliminde değildir.

Miles ve Snow'a (1978) göre üçüncü tür girişimciler olan analizciler arayıcı ve savunucunun uç noktaları arasındadır ve dolayısıyla her birinin özelliklerini

sergilemektedir. Analizciler, rakiplerini yakından izlerler ve verimli araştırma ve üretim becerilerini kullanarak en umut verici yeni fikirleri benimserler. Son olarak reaktörler ise üst yönetimin değişimi ve belirsizliği algıladığı ancak bununla baş edemediği kuruluşlardır. Bu tür bir strateji uzun vadede uygulanabilir değildir. Reaktörlerin tutarlı bir stratejisi yoktur ve sürekliliğe ait değildir.

3.7. Girişimciliğin Önündeki Engeller

Literatürde girişimciliğin önündeki çeşitli engel türleri tanımlanmaktadır. Tablo 3.2'de yıllara göre farklı çalışmalarca yapılmış tespitler bulunmaktadır. Engellerin bir kısmı finansal, bir kısmı psikolojik ve diğer bir kısmı ise dışsal olarak kategorize edilebilir. Girişimciliğin önündeki engeller, gelecek vadeden girişimciler için kurumsal destek alma, aile desteği alma, borç verenlerden finansman sağlama, tedarikçilerle ilişki kurma ve/veya sağlam bir müşteri tabanı oluşturma konusundaki zorlukları içerebilmektedir. Lüthje ve Franke (2003), nitelikli danışmanlara erişim ve yeni şirketler için hizmet desteği gibi avantajların girişimcilik niyetleri üzerinde olumlu bir etkisi olduğunu belirtmektedir. Bu tür bir desteğin algılanan yokluğunun bu nedenle bir engel görevi görmesi beklenmektedir. Yazara göre kadınlar, erkeklerden daha çok, bu tür bir yardımın eksik olduğunu algılamaktadır.

Heilman vd. (1988)'e göre girişimcilerin bağımlı olduğu danışmanlar, borç verenler, tedarikçiler ve müşteriler gibi kaynak sağlayıcıların tam bilgiye erişim olmadan sıklıkla belirsizlik altında kararlar vermesini önerirler. Bu nedenle, kadın girişimciler için ek zorluklarla sonuçlanabilecek toplumsal cinsiyet klişelerinin etkisine karşı özellikle savunmasız olabilirler. Örneğin, tipik olarak beyaz erkeklerin egemen olduğu işlere başlayan kadınlar, bir müşteri tabanı elde etmede potansiyel olarak zorluklarla karşılaşabilmektedir (Heilman ve Chen, 2003). Yazarlar ayrıca, kadın girişimcilerin erkeklere kıyasla daha az banka kredisine sahip olduğunu ve bunun da iş kurma ve/veya büyüme için mali destek elde etmede ek zorluklara neden olabileceğini bildirmektedir. Kolvereid vd. (1993) kadınların bir iş kurmak istediğinde ortamın düşmanca ve zor olduğunu bildirdiği sonucuna ulaşmışlardır.

Tablo 3.2 Girişimciliğin önündeki engeller ile ilgili çalışmalar

Yazar(lar)	Yıl	Engel(ler)
Finnerty ve Krzystofk	1985	Başarısızlık korkusu
Gould ve Parzen	1990	Yetersiz sosyalleşme
Bartlett ve Prasnikar	1995	Toplumda güvensizlik ve yabancı ortaklar
Kourilof	2000	Yüksek kredi maliyeti, yüksek teminat gereklilikleri, yüksek banka masrafları ve yerleşik bürokrasi içeren ekonomik sistem
Bartlett ve Bukvič	2001	Zayıf altyapı ve pazar eksiklikleri
Begley ve Tan	2001	Ortamın elverişsiz olması
Hatala	2005	Yeni bir iş kurmanın yüksek maliyetleri
Chu vd.	2007	Kötü ulaşım sistemi
Bosma vd.	2009	Hükümetin konumu
Pitelis	2009	Yenilik sorumluluğunun ağırlığı
Pitelis	2009	Küçük olma sorumluluğu
Gill vd.	2011	Acemi girişimcilerin yetersiz deneyimleri
Flamholtz ve Randle	2012	Eğitim fırsatlarının sınırlı olması
Iakovleva vd.	2014	Kültürel ve kurumsal kimlik
Yukhanaev vd.	2015	Bölgedeki yaygın yolsuzluk
Banha vd.	2017	Büyük firmaların küçük işletmelerle iş yapmaktan çekinmeleri
Sitaridis ve Kitsios	2019	Girişimci bilgi ve yetenek eksikliği

Kaynak: (Yazar tarafından oluşturulmuştur)

Aldrich ve Auster (1986) yenilik sorumluluğunun girişim başarısı üzerindeki olumsuz etkisini ortaya çıkarmıştır. Düşük işletme geliri, değişken işletme geliri ve büyük şirketler için hükümetin önyargısı genellikle yeni girişimlerin yerleşik işletmelerle rekabet etmesini engellemektedir (Kourilof, 2000). Ortamlar cömertlik, istikrar, dinamizm ve düşmanlığa göre farklılık gösterebilmektedir (Begley ve Tan, 2001). Bu nedenle, oldukça elverişsiz bir ortamda girişimcilerin yeni işler kurması ve büyütmesi daha zor olabilmektedir. Özellikle geçiş ekonomileri, bir iş kurmak için düşmanca koşullar yaratabilir ve doğal olarak yeni işletmeler için daha düşük hayatta kalma oranları sergileyebilmektedir (Hashi ve Mladek, 2001).

Bartlett ve Bukvič (2001), girişimciliğin önündeki geç ödeme, yüksek sosyal güvenlik ödemeleri, yüksek vergi, sınırlı pazar talebi, hammaddelere erişim ve

ihracat zorlukları gibi dış engeller ile yüksek işgücü maliyetleri, yüksek işten çıkarma maliyetleri, uzun mesai saatleri, işgücü sıkıntısı ve geçici işçilere getirilen sınırlamalar gibi iç engeller olduğunu ortaya koymaktadır. Yukhanaev vd. (2015) kamu görevinin kötüye kullanılması, yolsuzluk, şirketler hukukunun eşit olmayan şekilde uygulanması, iş dünyası üzerindeki hükümet baskıları, karşılıklı güvensizlik ve iletişim sorunları, netlik eksikliği ve kafa karışıklığı gibi faktörlerin girişimcilikte engel teşkil ettiğin savunmaktadır. Pitelis (2009) küçük olma sorumluluğunun girişim ilerlemesinin önünde önemli bir engel olduğuna işaret etmiştir. Küçük bir işletme, daha büyük kaynaklara sahip olanlar için mevcut olan ölçek ekonomilerinden ve kapsam ekonomilerinden yararlanamayabilir, bu da onun rekabet avantajı yaratma ve başarılı olma becerisini baltalayabilir.

Sitaridis ve Kitsios (2019) girişimciliğin önündeki engellerin, girişimcilik niyetlerinin gelişimine karşı kısıtlayıcı güçler olarak hareket ettiğini, oysa girişimciliğe yönelik öz motivasyonun güçlü bir pozitif etkiye sahip olduğunu doğrulamaktadır. Ek olarak, iç engellerin girişimcilik niyetleri üzerinde dış engellerden daha güçlü bir etkisi olduğu ortaya çıkmaktadır. Girişimciler için en etkili engellerin, girişimcilik deneyimi, bilgisi ve becerilerinin algılanan eksikliği olduğu gösterilmektedir. Girişimcilikte ikincil rol oynayan engeller ise girişimcilik faaliyetiyle ilişkili zaman kısıtlamaları ve risklerdir. Yazarlara göre genellikle girişimcilik faaliyetinin gerektirdiği büyük zaman miktarı ve kişinin alması gereken riskler, girişimciliğin önündeki engellerdir.

3.8. Ekonomik Kalkınmada Girişimciliğin Rolü

Girişimcilik, ekonomilerdeki verimsizliklerin belirlendiği ve hafifletildiği ekonomik mekanizmadır (Baum vd., 2007). OECD'ye (1998) göre girişimcilik, piyasa ekonomilerinin işleyişinin merkezinde yer almaktadır. ABD Küçük İşletme İdaresi (1998) daha da ileri giderek, ekonomik özgürlük ve refahın can alıcı barometresinin, toplumun tüm kesimleri tarafından ekonominin tüm sektörlerinde sürekli olarak yeni ve küçük firmaların yaratılması olduğunu ilan etmiştir. Bu da girişimcilik yoluyla mümkündür.

Geçmişe ve günümüze bakıldığında çoğu ülke, girişimciliği istihdam yaratmanın bir kapısı olarak benimsemekte, sonuç olarak işsizliği azaltmakta ve yoksulluğu ortadan kaldırmaktadır. Girişimcilik, üretim faktörlerinin üretkenliğini arttıran değer yaratmakla ilgilidir ve bu da üretim faktörlerinin maksimum kullanımını ve tipik bir üretim sürecindeki maksimum etkinliği teşvik etmektedir. Sonunda süreç, ekonomik oluşumun içinde ve dışında istihdam yaratılmasına yol açmaktadır (Shefiu, 2011). Girişimcilik, girişimcinin toplumsal işlevler olarak adlandırdığı şeye dayanan, yoksulluktan kaçış stratejisi olarak görülmektedir. Girişimci toplumsal işlevler olarak ürünler ve pazar hakkında yeni bilgiler arar. Ayrıca edindikleri bilgileri yeni tekniklere ve ürünlere dönüştürürler ve yeni ekonomik fırsatları keşfetmeye çalışırlar. Ek olarak işletmenin ihtiyaç duyduğu mali kaynakları toplar. İşletme adına anlaşmalar yapar, işletmenin işlerini yönetir ve yürütür. Son olarak işyeri motivasyonundan da sorumludur (Shefiu, 2011).

Girişimcilik ile ekonomik kalkınma arasındaki ilişkiyi ortaya koyan geleneksel teoriler, girişimciliğin büyümeyi teşvik etmekten çok engellediğini öne sürme eğilimindedir (Toma vd., 2014). Klasik ekonomi, istikrarlı bir ortamda mevcut kaynakları optimize etmeye odaklanmıştır ve tamamen yeni endüstriler yaratan girişimci yeni firmalar gibi herhangi bir kesintiyi Tanrı'nın gönderdiği dış güçler olarak ele almıştır. İlk olarak Schumpeter (1934), girişimcilik, yenilikçilik ve büyüme arasındaki bağlantıyı kurmuştur. Daha yakın zamanlarda, endüstriyel evrim teorileri, girişimciliği doğrudan ekonomik büyüme ile ilişkilendirmiştir. Bu teoriler, merkezi faktör olarak değişime odaklanmaktadır ve bilginin bu konuda bir yol çizmede oynadığı rolü vurgulamaktadır. Ampirik kanıtlarla desteklenen yeni evrim teorileri, bu nedenle girişimciliğin üç nedenden dolayı büyümeyi teşvik ettiğini belirtmektedir (Burns, 2011):

1) İşletme sayısını artırarak rekabeti teşvik eder. Bu kendi içinde büyümeyi artırırken, kümülatif bir olgudur çünkü rekabet bilgi dışsallıklarına - yeni fikirlere - yerel monopolden daha elverişlidir. Ve böylece, girişimcilik girişimciliği teşvik eder.

2) Bilginin kaynak noktasından diğer bireylere veya kuruluşlara aktarımı olan bilgi taşmalarını kolaylaştırır. Bilgi yayılımı, içsel büyüme ve start-up'ların altında yatan

önemli bir mekanizmadır. Başka bir deyişle, girişimciler fırsatları fark eder ve yenilik yapar.

3) Herhangi bir yerdeki işletmeler arasında çeşitlilik yaratır. Her işletme bir şekilde farklı veya benzersizdir ve bu ekonomik büyümeyi etkiler.

Literatürde girişimcilik ile ekonomik kalkınma arasındaki ilişkiyi negatif yönlü olarak bulan birçok çalışma bulunmaktadır. Girişimcilik her aşamada üretken, verimsiz veya yıkıcı olabilir ve sonuç olarak ekonomik gelişmeyi olumlu veya olumsuz yönde etkileyebilir (Baumol, 1990). Vial vd. (2011), Endonezya odaklı yaptığı çalışmada gelişmekte olan ülkelerde girişimcilik kavramının hanehalkı ekonomik refahı üzerindeki etkisini ölçmektedir. Endonezya'nın 27 vilayetinin 13'ünde ülke nüfusunun yüzde 83'ünü oluşturan toplam 14901 hane halkıyla görüşüldüğü çalışmada varlıklı aileler dışında girişimciliğin geleneksel istihdamdan daha az kazandırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Naude (2013) araştırmalarında, girişimcilik ile ekonomik kalkınma arasında mevcut bir ilişki olduğuna dair mevcut ampirik kanıtları incelemektedir. Yazar çalışmada tanımlayıcı istatistiklerden yararlanmış ve bulgular, girişimciliğin ekonomik kalkınma üzerinde bir etkisi olmasına rağmen, bir miktar olumsuz etkisinin de olduğu yönündedir.

Morched ve Jarboui (2018) kadın girişimciliğin ekonomik büyüme üzerindeki etkisi üzerine bir araştırma yapmıştır. Araştırmada 25 ülkeden 14 yıllık panel veriler kullanılmıştır. Araştırmanın bulguları, kadın girişimciliğinin ekonomik büyümeyi olumsuz etkilediği yönündedir. Ek olarak, araştırma, girişimciliğin ekonomik kalkınma üzerinde gerçekten doğrudan bir etkisinin olmadığını ortaya çıkarmıştır. Wujung ve Mbella (2014), Kamerun'da 1980'den 2013'e kadar girişimcilik ile yoksulluğun ortadan kaldırılması arasındaki ilişkiyi bulmaya çalışmıştır. Bulgular, Kamerun'da yoksulluk ve girişimcilik arasında anlamlı bir pozitif ilişki olmadığını göstermiştir. Bu, Kamerun'da girişimcilikle uğraşanların verimsiz olarak sınıflandırıldığı anlamına gelmektedir.

4. SÜRDÜRÜLEBİLİR DİJİTAL GİRİŞİMCİLİK VE DİJİTAL SÜRDÜRÜLEBİLİR GİRİŞİMCİLİK

Bu bölümde ilk olarak dijital girişimcilikten bahsedilmektedir. Dijitalleşme ve dijital iş modeli açıklandıktan sonra dijital yenilik kavramına değinildikten sonra geleneksel girişimcilikten dijital girişimciliğe geçiş açıklanmaktadır. İkinci olarak sürdürülebilir girişimcilik konsepti incelenmekte olup sürdürülebilir girişimcilik modelleri anlatılmaktadır. Üçüncü bölümde ise sürdürülebilir dijital girişimcilik ve dijital sürdürülebilir girişimcilik kavramları ile alakalı modeller ve çalışmalar tartışılmaktadır.

4.1. Dijital Girişimcilik

Dijital girişicilik son yıllarda artan dijitalleşme uygulamaları sebebiyle popüler bir söylem haline gelmektedir. Bu bölümde dijitalleşme ve dijital iş modeli açıklandıktan sonra dijital yenilik kavramına değinildikten sonra geleneksel girişimcilikten dijital girişimciliğe geçiş açıklanmaktadır.

4.1.1. Dijitalleşme ve dijital iş modeli

Teknoloji ve internetteki gelişmelerin bir yansıması olan dijitalleşme, zamanla ekonomiye ve toplumsal hayata entegre olmuştur. Teknik bir süreci ifade eden dijitalleşme, dijital teknolojilerin günlük yaşama entegrasyonu anlamına gelmektedir (Fors, 2013). Bu teknik süreci kodlama ve programlama konusundaki bilgi teknolojisi merceğinden gören bir anlayışa göre dijitalleşme fiziksel ürünlerin programlanabilir veya iletilebilir hale getirilmesi yoluyla dijital bir formata dönüştürülmesini ifade etmektedir (Yoo vd., 2010). Diğer bir anlayışa göre dijitalleşme dijital teknolojilerin altyapılarını oluşturan daha geniş sosyal ve kurumsal bağlamlara dijitalleştirme tekniklerini uygulamaya yönelik sosyo-teknolojik bir süreçten ibarettir (Sussan ve Acs, 2017).

Firmaları ilgili endüstrileri ve endüstriye özgü bilgi kaynakları açısından analiz eden endüstri paydaşları, dijital firmaları bilime dayalı firmalar alanında saymaktadır (Bogliacino ve Pianta, 2010). Bu alan genellikle elektronik, kimya gibi sektörleri

kapsamaktadır. Hanelt vd. (2015) ise endüstri düzeyinde bir dijitalleştirme ayrımından kaçınmaktadır. Yazarlara göre dijitalleşme, ürün düzeyinde analiz edilmesi gereken bir olgudur ve dolayısıyla sektörler arasında ve sektörler içinde farklılık göstermelidir. Ürünler dijitalleştirilme seviyesine göre tamamen fiziksel ürünler, dijital olarak geliştirilmiş fiziksel ürünler ve tamamen dijitalleştirilmiş ürünler olmak üzere üçe ayrılmaktadır.

Sektör ve ürün düzeyine bakıldığında, firmalardaki dijitalleşme konusundaki bu farklı görüşler, bunların firmaların temel iş modellerinden veya özellikle dijital iş modellerinden etkilenip etkilenmediği sorusunu gündeme getirmektedir. Dijital iş modelindeki "dijital" kelimesi, varlıklar ve sistemler arasında etkileşimi sağlayan dijital teknolojiler sayesinde kaynakların optimizasyonu olarak işlev görmektedir (Li vd., 2012). Bir iş modelinde dijital teknolojilerdeki değişiklikler, faaliyetlerin sürdürülme ve gelir elde etme şeklini değiştirebiliyorsa dijitaldir (Veit vd., 2014). Bununla birlikte, dijital iş modeli sayesinde artan verimlilik, eski ürün mimarilerine kıyasla artan bir karmaşıklık getirebilmektedir (Parida vd., 2019).

Dijitalleşme ile alakalı olumsuz bulgular da bulunmaktadır. Bir işletmenin tüm fonksiyonlarını ve operasyonlarını kapsayan dijitalleşme, organizasyon büyüdükçe daha da zorlaşabilmektedir (Kraus vd., 2018). Daha fazla bilgiye erişme yeteneği, yanlış veya yanıltıcı bilgilerle karşılaşma riskini de ifade edebilir. Düşük işletme giderlerine rağmen, bilgi ve iletişim teknolojileri (BİT) altyapısına ve dijital teknolojilere yapılan yatırımlar maliyetlidir. Ek olarak, mevcut geniş yazılım ve donanım yelpazesi, deneyimsiz ve vasıfsız girişimciler için kafa karıştırıcı olabilir ve geleneksel firmalar için engeller oluşturur. Dijitalleşmenin getirdiği uluslararasılaşmanın bir sonucu olarak dünyanın çeşitli ülkelerinden paydaşlara sahip olmak, kültürel farklılıkları da beraberinde getirmekte ve dolayısıyla iletişim sorunlarına yol açabilmektedir (Hull vd., 2007). Dijitalleşmenin pazarlama, iletişim ve küreselleşme gibi avantajları çoğunlukla kabul ederken küçük işletmelerin karşılaştığı tehlikeleri ve engelleri kaldırabilecek gelişmiş bir yasal ve düzenleyici çerçeveye artan bir ihtiyaç olduğunu savunmuştur (Hansen, 2019).

Dijitalleşme ve dijital iş modeli konularında diğer bir önemli bir konu da Endüstri 4.0'dır. 21. yüzyılın başlangıcında dünya, dördüncü sanayi devrimine ve yaygın olarak Endüstri 4.0 olarak adlandırılan iş dünyasının dijital dönüşümüne tanık olmaktadır. Başlangıçta Endüstri 4.0, imalat sanayinde ortaya çıkan dördüncü devrim olarak kavramsallaştırılmıştı, ancak bu kavramsallaştırma son birkaç yılda gelişmiştir (Xu vd., 2018). Endüstri 4.0 günümüzde, akıllı üretimin ortaya çıkışından tüm değer dağıtım kanallarının dijitalleştirilmesine kadar endüstriyel ve tüketici pazarlarının tamamının dijital dönüşümünü içermektedir (Schroeder vd., 2019). Akademi, kanun yapıcılar ve endüstriyel işbirlikçileri, Endüstri 4.0'ı fabrikaların, dağıtım kanallarının ve değer zinciri üyelerinin dijitalleştirilmesi ve akıllı hale getirilmesi için teşvik etmektedir (Kang vd., 2016). Özetle Endüstri 4.0 dijital dönüşümü, ürünlerin yaşam döngüsünün tüm değer zincirinin dijitalleştirilmesini ve entegrasyonunu içerir.

Endüstri 4.0'ın teknoloji trendleri ve tasarım ilkeleri iş ekosistemi genelinde benimsendiğinde, dijitalleşmenin ülkelerin sürdürülebilir ekonomik kalkınmasına derinden katkıda bulunabileceğine inanılmaktadır (Jabbour vd., 2018). Endüstri 4.0 pek çok düşük vasıflı işi ortadan kaldırsa da dijitalleşmeyle ilgili sayısız iş fırsatı yaratmaktadır. Ülkelerin, özellikle az gelişmiş olanların, yetersiz endüstriyel gelişmelerini bir adım öteye taşımalarına ve ekonomik modernizasyon sürecini hızlandırmalarına olanak sağlamaktadır (Ghobakhloo ve Fathi, 2019). Endüstri 4.0 dijital teknolojilerinin benimsenmesinden kaynaklanan operasyon yönetiminin sürdürülebilirliği, döngüsel ekonominin gelişimine olumlu katkıda bulunmaktadır. Endüstri 4.0'ın etkileri tedarik zinciri veya üretim sınırlarını aştığı ve dağıtım kanallarını ve tüketici pazarlarını kapsadığı için Endüstri 4.0 teknolojilerinin yaygınlaşması, sürdürülebilir ekonomik kalkınmanın çeşitli boyutları için değerli fırsatlar yaratmaktadır (Cezarino vd., 2019) .

4.1.2. Dijital yenilik

Dijital yenilik, iş süreçlerini ve işgücü performansını iyileştirmek, müşteri deneyimini iyileştirmek ve yeni ürünler veya iş modelleri sunmak için dijital teknoloji ve uygulamaların kullanılmasıdır. Schumpeterci düşünceye göre dijital yenilikler, yeni ürünler üretmek için dijital ve fiziksel bileşenlerin yeni kombinasyonlarının gerçekleştirilmesi olarak görülmektedir (Yoo vd., 2010). Bu

dijital yenilikler, genellikle radikal değişim ve yıkıcı doğaları ile karakterize edilmektedir ve böylece daha önce girilmesi zor olan pazarlara girmenin önündeki engelleri aşılmaktadır. Sürekli artan dijital performansla teşvik edilen dijital teknolojinin yaygın olarak kullanılması, sınırsız dijital yeniliğin kitlelere yayılmasını sağlamaktadır (Boland vd., 2007). Bu durum göz önüne alındığında, dijital yenilik yönetimi, dijital yeniliğin etkili bir şekilde düzenlenmesinin altında yatan uygulamaları, süreçleri ve ilkeleri ifade etmektedir (Nambisan vd., 2017). Buna göre, her dijital yenilik süreci, bir veya daha fazla tasarım modelinin sürekli bir keşfi, tezahürü ve kombinasyonu olarak görülmektedir.

Dijital yenilik olarak görülen her oluşum, dijital teknoloji işlevlerinin en az iki bileşeni arasında farklı bir ilişki tanımlamaktadır. Bu yeni ve farklı ilişkiler aynı zamanda dijital dönüşümü farklı bir düzeyde karakterize etmektedir. Dijital dönüşüm önceden birbirleri ile alakası olmayan sektörlerden firmaları bir araya getirmektedir (Yoo vd., 2010). Veri alışverişi, veri üretimi, veri analizi ve işlenebilir bilgilere veri uyarlaması, bu dijital dönüşüm sürecine hâkim olmak için gerekli ve önemli yeterlilikler olarak görülmektedir (Schallmo vd., 2017). Eldeki bu yeteneklerle, dijital teknolojilerin ve dijital iş modellerinin kaçınılmaz organizasyonel değişimi, dijital yeniliklerin oluşumuna vesile olmaktadır (Wade, 2015).

4.1.3. Geleneksel girişimcilikten dijital girişimciliğe

Geleneksel girişimcilik, fırsatların nasıl, kim tarafından ve hangi sonuçlarla keşfedilip değerlendirildiğinin ve geleceğin mal ve hizmetlerini yaratmak için kullanıldığının araştırılması olarak tanımlanmaktadır (Venkataraman 1997). Aynı fırsat vurgusunu takiben dijital girişimcilik, Davidson ve Vaast'a (2010) göre dijital medya ve diğer bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımına dayalı olasılıkların peşinde koşmak olarak tanımlanmaktadır. Yeni dijital teknolojiler üreterek ve bunlardan yararlanarak yeni girişimleri benimsemek ve mevcut işi dönüştürmek, dijital girişimciliğin başka bir tanımıdır (Nikolova-Alexieva ve Angelova, 2019). Dijital girişimcilik, bir firmanın bir varlığını, hizmetini veya önemli bir bölümünü dijitale dönüştüren herhangi bir girişimcilik eylemi olarak tanımlanabilir (Kraus vd., 2018). Hull vd. (2007)'ye göre geleneksel ve dijital girişimcilik arasındaki ayrım,

pazara erişim kolaylığı, üretim ve depolama kolaylığı, dijital pazar dağıtım kolaylığı, dijital işyeri, dijital ürünler, dijital hizmet ve dijital taahhüt üzerine kuruludur.

Asghari ve Gedeon (2010), dijital girişimcilik sürecinin dört aşamadan oluştuğunu öne sürmektedir: i) tohum öncesi, ii) tohum, iii) başlangıç ve iv) genişleme. İlk aşama olan tohum öncesi, fikir oluşumunu ve girişimci ekibini kurmasını içermektedir. Tohum aşaması ise yeni girişimin kurulmasını içermektedir. Üçüncü aşamada firma kurulmakta ve müşteriler için ürün ve hizmetler oluşturulmaktadır. Son aşama olan genişlemede ise yeni müşteriler kazanılmakta ve pazarlar kurulmaktadır. Bogdanowicz'e (2015) göre dijital girişimcilik, yeni BİT ürünleri, süreçleri ve pazarları bularak ekonomik faaliyetlerin kurulması veya genişletilmesi yoluyla değer yaratma arayışı olarak nitelendirilmektedir. Çalışmada dijital girişimcilik, BİT sektörü içi ve dışı olmak üzere iki kategoriye ayrılmıştır.

Hull vd. (2007), dijital girişimciliğin üç tipi olduğundan bahsetmektedir. Bunlar, 1) dijital faaliyetlerin geleneksel faaliyetleri tamamlayıcı olarak görüldüğü ve uygulandığı hafif dijital girişimcilik, 2) işletmenin özellikle ürünler, dağıtım veya değer zincirinin diğer unsurları olmak üzere dijitale önemli kaynaklar yatırdığı ılımlı dijital girişimcilik ve 3) üretimden müşterilere kadar tüm işin dijital olduğu aşırı dijital girişimciliktir. Yazarlara göre dijital girişimcilik, kuruluşlara çeşitli avantajlar sunmaktadır. Kuruluşlar daha dinamik ve uygun maliyetli bir şekilde çalışabilir ve bu da yeni girişimcilik faaliyetlerine ve kurumsal gelişime yol açmaktadır.

Dijital girişimcilik literatüründe küçük ve orta ölçekli işletmeler (KOBİ) ile ilgili çalışmalar da yer almaktadır. Avustralya'da yapılan bir çalışmada KOBİ'lerin iletişimi ve ticari operasyonları iyileştirmek için en son teknolojileri aktif olarak kullandıkları bulunmuştur ve bunların daha az teknoloji kullanan KOBİ'lere kıyasla gelirlerini %15 artırdığı ortaya çıkmaktadır (Zhao ve Collier, 2016). Oyson (2011) yeni teknolojilerin küçük işletmelerin uluslararasılaşması için itici güç olduğunu vurgulamaktadır. Yazara göre gelişmiş ve düşük maliyetli teknolojiler, şirketlere zaman ve mekân arasında köprü kurmasını sağlayan fırsatlar sunmaktadır. Özellikle

internet kullanımının artması, girişimciliğin uluslararasılaşması için bir teşvik görevi görmektedir.

4.2. Sürdürülebilir Girişimcilik

Son yıllarda popüler diğer bir söylem ise sürdürülebilir girişimciliktir. Bu bölümde ilk olarak geleneksel girişimcilik ile sürdürülebilir girişimcilik karşılaştırması yapılmakta olup sonrasında sürdürülebilir girişimcilik modelleri açıklanmaktadır.

4.2.1. Geleneksel girişimcilikten sürdürülebilir girişimciliğe

Geleneksel girişimcilik ile ilgili yapılan çalışmalara bakıldığında sürdürülebilirlik konusunun çoğunlukla göz ardı edildiği görülmektedir. Schaltegger ve Wagner (2011), girişimciliğin günümüz ekonomisinin ihtiyaç ve gereksinimlerine cevap veren ticari, sosyal ve çevresel amaçlı faaliyetlere odaklanması gerektiğini varsaymaktadır. Shepherd ve Patzelt (2011), girişimcilerin gelişime katkıda bulunan başarılı bir iş yaratmak istiyorlarsa, sürdürülebilirliği iş stratejilerine dâhil etmeleri ve uyarlamaları gerektiğini savunmaktadır. Özellikle son yıllarda şirketlerin ve girişimcilerin işlerinin çevre ve toplum üzerindeki gerçek etkisini anlamaya olan ilgisi artmaktadır (Aghelie vd., 2016). Bu nedenle, ekonomik sonuçlar açısından değer yaratmaya odaklanan geleneksel girişimcilik kavramı, ekonomik olmayan faydaları da kapsayacak şekilde sürdürülebilir girişimcilik olarak genişletilmiştir (Shepherd ve Patzelt, 2011).

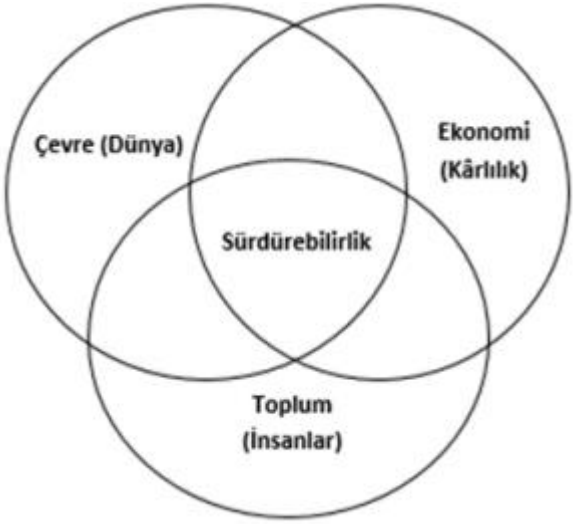
Temel olarak ekonomik kâr maksimizasyonuna odaklanan geleneksel girişimciliğin aksine, sürdürülebilir girişimcilik, girişimcilerin ticari faaliyetleri aracılığıyla ekonomik, sosyal ve ekolojik değer yaratma potansiyeline sahip olduğu varsayımı üzerine kuruludur (Schaltegger ve Wagner, 2011). Sürdürülebilir girişimcilik terimi, ekonomik aktörler olarak girişimciler ile toplum ve doğal çevre arasındaki etkileşimli ilişkiyi yakalamaktadır. Shepherd ve Patzelt'e (2011) göre sürdürülebilir girişimcilik, kazanç için gelecekteki ürünleri, süreçleri ve hizmetleri ortaya çıkarmak için algılanan fırsatların peşinde koşarak doğanın, yaşam desteğinin ve toplumun korunmasına odaklanmaktadır. Burada kazanç bireylere, ekonomiye ve topluma ekonomik ve ekonomik olmayan kazanımları içerecek şekilde geniş bir çerçevede ele

alınmaktadır. Markman vd. (2016)'ya göre sürdürülebilir girişimcilik, sosyal ve çevresel zararı en aza indirmeye çalışmak yerine ideal olarak çevreyi yeniden canlandırma ve ekonomik zenginlik yaratmanın ötesinde pozitif sosyal değişimi aşılamayı amaçlamaktadır. Bu sebeple sürdürülebilir girişimcilik, girişimcilik faaliyetini çevresel bozulma ve sosyal eşitsizliğe potansiyel bir çözüm olarak görmektedir. (Cohen ve Winn, 2007).

4.2.2. Sürdürülebilir girişimcilik modelleri

Literatürde ekonomik, sosyal ve çevresel sürdürülebilirliğin kesişimine ilişkin kavramsallaştırma çalışmaları bulunmaktadır. En öne çıkan bakış açılarından biri olan Elkington'ın (1994) üçlü alt çizgi (ÜAÇ) modelinde sürdürülebilir girişimcilik, ekonomi, toplum ve çevre arasındaki kesişme noktasına yerleştirilmektedir (Şekil 4.1). ÜAÇ perspektifi, üç sürdürülebilirlik boyutunun eşit değerde olduğunu, bu üç boyut arasında önceliklendirme olmadığını ve her boyutun ayrı ayrı ele alınabileceğini varsaymaktadır. Güncel bir çalışmasında Elkington (2018), çevre, toplum ve ekonominin ihtiyaçlarını dengeleme yaklaşımının çoğu işletme için ekonomide sürdürülebilir bir dönüşüm yaratmadığını, daha çok bir muhasebe uygulaması haline geldiğini savunmaktadır. Bu bağlamda, günümüzde sürdürülebilir girişimcilerin ekonomik uygulanabilirlik, sosyal refah ve çevre koruma arasında bir denge aramaya kendini adamış değişimin temsilcileri olduğu düşünülmektedir (Belz ve Binder, 2017).

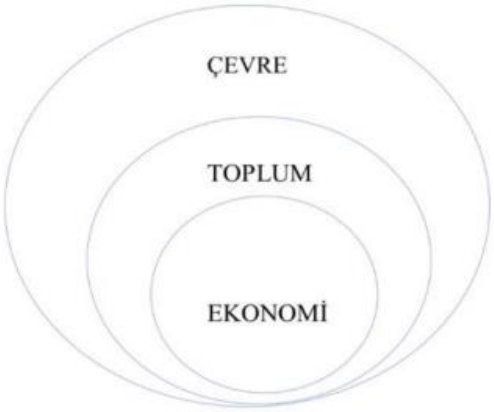
Şekil 4.1: Elkington (1994) üçlü alt çizgi modeli



Kaynak: (Toker ve Çınar, 2017)

Sürdürülebilir girişimciliğin ikinci kavramsallaştırması olan Passet'in (1996) biyoekonomi modelinde temel nokta, geçmişin zararlı etkilerinden dolayı, girişimciliğin doğal çevre ve toplum tarafından gömülü ve dolayısıyla bunlar tarafından sınırlandırılmış olarak görülmesi gerektiğidir. Sistem yaklaşımları ve iklim biliminde popüler olan biyoekonomi modeli, sürdürülebilir girişimciliği, ekonominin daha geniş bir topluma gömülü olduğu ve yine doğal ortamı tarafından gömülü ve kısıtlanmış olduğu üç eşmerkezli çemberde görmektedir (Şekil 4.2). Ekonomik faaliyetler modelin çekirdeğini oluştururken, sosyal hayatı tehlikeye atmadan ve doğal çevredeki kaynakları feda etmeden yürütülmelidir. Modeldeki daireler, ekonomik faaliyetin diğer iki boyuta bağımlılığını gösterse de, modelin ekonomiyi mi yoksa çevreyi mi önceliklendirdiği konusu net olmadığı için eleştirilmektedir (Markman vd., 2016). Muñoz ve Cohen'e (2018) göre tüm insan faaliyetlerinin nihai temeli olduğu için çevrenin önce geldiği vurgulanmalıdır ve ekonominin içinde yuvalandığı toplum ikinci sırada gelmelidir.

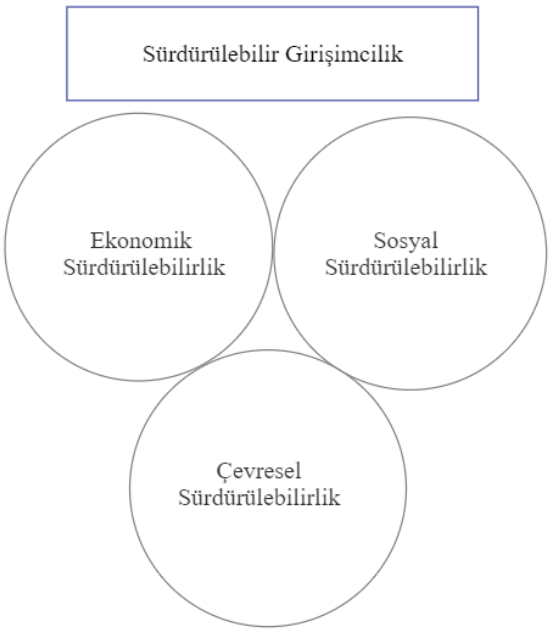
Şekil 4.2: Passet'in (1996) biyoekonomi modeli



Kaynak: (Doğan, 2022)

Sürdürülebilir girişimcilik konusunda üçüncü bir bakış açısı, Şekil 4.3'te görüldüğü üzere sürdürülebilir girişimciliği, ekonomik, sosyal ve ekolojik olarak yönlendirilen girişimciliğin birlikte sürdürülebilir girişimciliği oluşturduğu bir entegrasyon kavramı olarak görmektedir (Heikkurinen vd., 2019; Schlange, 2009). Bu yaklaşım, ekonomik aktörlerin, insanlar ve diğer organizmalar arasındaki ilişki üzerinde derin etkileri olan ekolojik sınırlara göre örgütlenme konusunda toplu bir sorumluluğa sahip olduğunu kabul etmektedir (Heikkurinen vd., 2019). Bu nedenle bu yaklaşım, uyumluluk odaklı iş modelleri ve yalnızca güçlü sürdürülebilirlik durumlarını içermektedir. Bu bakış açısı, sürdürülebilirlik kavramını etik ve manevi bir alanı kapsayacak şekilde genişletmektedir (Schlange, 2009).

Şekil 4.3 Sürdürülebilir girişimcilikte entegrasyon modeli



Kaynak: (Farny ve Binder, 2021)

4.3. Sürdürülebilir Dijital Girişimcilik ve Dijital Sürdürülebilir Girişimcilik

Bu bölümün ilk iki kısmında değinilen dijital girişimcilik ve sürdürülebilir girişimcilik kavramları özellikle son yıllarda birbiri ile entegre olacak şekilde kavramlaştırılmaktadır. Bu entegrasyon sebebiyle sürdürülebilir dijital girişimcilik ve dijital sürdürülebilir girişimcilik kavramları aynı başlık altında verilmektedir. Bu bölümde bu entegrasyon ile alakalı modeller tartışılmaktadır.

4.3.1. Bican ve Brem'in (2020) dijital dönüşüm modeli

Bican ve Brem'e (2020) göre dijitalleşme, BM sürdürülebilir kalkınma hedeflerine katkıda bulunmada önemli bir rol oynamaktadır. Yazarlara göre mevcut işletmelerin dijital dönüştürülmesi olmadan, geleceğin hem ekonomik hem de çevresel zorlukları sürdürülebilir bir şekilde çözülemez. Literatürde dijitizasyon veya dijitalleşme ile ilgili karşılıklı ilişkiler ve terimler konusunda çok fazla kafa karışıklığı bulunmaktadır. Dijital iş modeli, dijital dönüşüm ve dijital girişimcilik terimlerinin dijitalleşme ile ilişkisi ve firmaların sürdürülebilir bir şekilde büyümesini desteklemesi gibi konuları araştırmak için yazarlar, yönetim ve ekonomi alanındaki yapılandırılmış bir literatür taramasına dayalı olarak dijitalle ilgili 7 temel terim

belirlemiştir. Bu 7 terim Tablo 4.1'de literatürdeki temel bulguları ile birlikte verilmektedir.

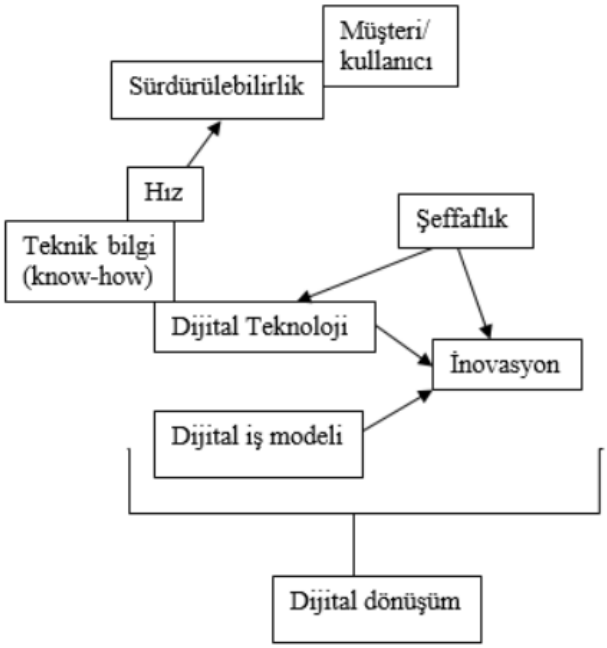
Tablo 4.1 Bican ve Brem'in (2020) dijital terimi üzerine bulguları

Terim	**Literatürden Bulgular**
İş modeli	Firmaların değer önermelerinin mantığı olarak tedarikçiler, müşteriler ve ortaklar ile firmaların etkileşimi
Dijitizasyon	Analog bilgilerin dijital formata dönüştürüldüğü teknik bir süreç
Dijitalleşme	Dijitalleştirme tekniklerinin sosyo-teknolojik süreç olarak uygulanması
Dijital İş Modeli	Soyutluk ile karakterize edilen ve deneyim, platform ve içerik etrafında merkezlenen artırılmış kaynak optimizasyonu
Dijital teknoloji	İşletmede dönüştürücü değişim ile yüksek oranda birbirine bağlı inovasyon düzenleyicisi
Dijital İnovasyon	Fiziksel ve dijitalin yeni kombinasyonları yoluyla sürekli keşif olarak inovasyon süreci, daha geniş bir erişim tabanı için katılımın açılması
Dijital Dönüşüm	Tüm iş yönleri için derin değişiklikleri ve sonuçları kapsayan (ilgisiz) ortaklarla gelişmiş (veri) alışverişi
Dijital Girişimcilik	Dışlananlar için girişimciliği açarak fırsatların peşinde yeni girişimleri ve dönüşümü benimsemek

Şekil 4.4'te Bican ve Brem'in (2020) dijital dönüşüm modeli yer almaktadır. Bu kavramsal çerçevede dijital bileşenlerinin nasıl etkileşime girebileceğine ve birbiriyle nasıl ilişki kurabileceğine dair bakış açısı sağlanmaktadır. Daha sürdürülebilir işletmeler için gelişmiş kaynak optimizasyonu, platformlarda ve dijital ortamlarda dijital yeniliklerin temelini oluşturan dijital teknolojiler aracılığıyla yürütülmektedir. Bu dijital yenilikler, kaçınılmaz olarak, dijital teknolojiler ve dijital iş modelleri yoluyla organizasyonel değişime yol açarak, kuruluşların dijital dönüşümüne giden yolu açarak, tüm iş yönleri için derin ve sürdürülebilir sonuçlar doğurmaktadır (Schallmo vd., 2017). Bu aynı zamanda yeni girişimlerin etkileşim kurma şeklini de

etkilemekte ve dijital girişimciliğe zemin hazırlamaktadır (Sussan ve Acz, 2017). Daha spesifik olarak, dijital girişimcilerin sınırları mevcut ekosistemlerin ötesine taşınarak dijital teknoloji girişimciliğine adım atılmaktadır (Giones ve Brem, 2017). Bu gelişim, Şekil 4.4'te gösterildiği gibi kavramsal çerçevede yansıtılmaktadır.

Şekil 4.4: Bican ve Brem'in (2020) dijital dönüşüm modeli



Bican ve Brem'in (2020) dijital dönüşüm modeline göre dijital teknolojiyi etkileyen teknik bilgi (know-how) faktörü, hız unsuruna bağlıdır ve hız unsuru da sürdürülebilirliğe bağlı olarak dijital dönüşümün başarısını etkilemektedir. Şeffaflık, dijital teknoloji ve inovasyonda başarılı aracı rollere olanak sağlamada önemli bir bileşendir. Müşteri ve kullanıcı katılımı, özellikle dijital çözümlerin hızlı bir şekilde uygulanması açısından önemlidir. Ayrıca ilgili iş için sürdürülebilir bir gelecek sağladığından dijital dönüşümü teşvik etmek için önemlidir.

Hem ekonomik hem de çevresel sürdürülebilirlik, işletmeler için tek başına ele alınamayacak iç içe geçmiş kavramlar olduğundan, iş modellerinin geleceğe hazır olmaları ve sürdürülebilirlik etkileri açısından analiz edilmesi gerekmektedir (Li vd., 2020). Bu açıdan dijital, ekonomik ve çevresel konular, geleceğin zorluklarını

çözmede önemli rol oynayan BM sürdürülebilir kalkınma hedeflerine katkıda bulunmada hayati rol oynamaktadır (Secundo vd., 2020). Firmaların bu karmaşık zorlukların üstesinden gelebilmesi için mevcut iş modellerini djital iş modellerine dönüştürmeleri, sürdürülebilir pazar faaliyetleri için oldukça önemlidir (Minatogawa vd., 2019). Burada iş modellerinin djital iş modellerine dönüşümüne döngüsel ekonomi denmektedir ve bu kaynak tahsisi ve azaltılmış kaynak kullanımı ile münkündür. Döngüsel ekonomi kavramı, firmaları dijitalleşme yoluyla teşvik edilebilecek sürdürülebilir gelişmeleri faaliyete geçirme konusunda desteklemektedir. Döngüsel ekonomide tedarik zincirlerinin ihtiyaç duyulan parçaları azaltması ve israfın önlenmesi, işin dijital olarak dönüşümü ile sağlanır. Döngüsel ekonomi, kaynak tüketiminin ötesinde sürdürülebilir değer yaratma modeli oluştururken aynı zamanda müşteri etkileşimini güçlendirip derinleştirebilmektedir (Centobelli vd., 2020).

4.3.2. Baranauskas ve Raišiene'in (2022) dijital sürdürülebilir değer modeli

Son yıllarda ortaya çıkan dijital teknolojiler, BM sürdürülebilir kalkınma hedeflerinin uygulanmasında etkili bir destekleyici role sahiptir. Bununla birlikte yeni sosyoekonomik baskılar, işletmelerin girişimcilik değerinin daha entegre ve bütünsel bir anlamını kabul etmesini gerektirmektedir (Baranauskas ve Raišiene, 2022). Yapısal değişiklikler ve girişimciliğin davranış modellerinin yeniden yapılandırılması, son yıllarda dijital iş modeline ve ekosistemine geçiş yapan önemli ölçüde artan sayıdaki yeni yaklaşımlar ile önem kazanmaktadır (Bican ve Brem, 2020). Bu yeni yaklaşımlar sosyal, sürdürülebilir ve ekonomik değer yaratmak için eşit önceliklere sahip temel bir operasyonel bakış olarak dijital girişimciliği dahil etmektedir (Evans vd., 2017). Bocken vd. (2014)'e göre girişimcilikte sürdürülebilirliğin modern sonuçları olarak eko-inovasyonlar veya eko-verimlilik, kuruluşlar için sosyal ve çevresel sürdürülebilirlikte uzun vadeli hedeflere ulaşılmasını garanti etmemektedir. Yazarlara göre iş ortamı ve yeni operasyonel zorluklar, dijital girişimcilik ve sosyal girişimciliğin kombinasyonunu gerektirmektedir.

Daha önce bahsedilen üçlü alt çizgi (ÜAÇ) modelini hatırlatmak gerekirse Elkington'ın (1994) tarafından önerilen ÜAÇ modelinde sürdürülebilir girişimcilik,

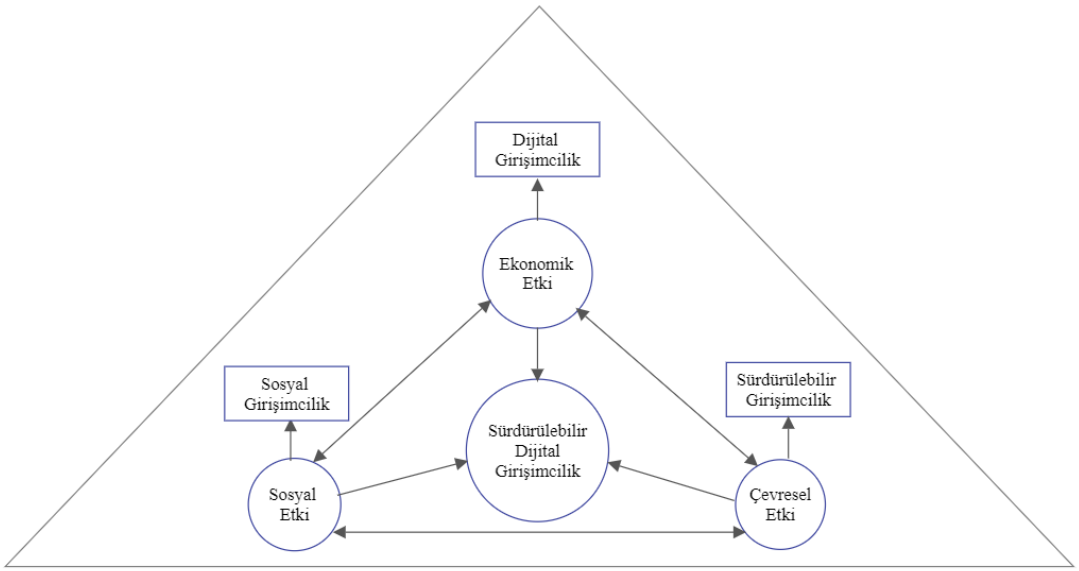
ekonomi, toplum ve çevre arasındaki kesişme noktasına yerleştirilmektedir. Baranauskas ve Raišiene'e (2022) göre son yıllarda hibrit organizasyonlar, sürdürülebilir döngüsel iş modelleri ve değer zinciri geliştirmeleri önem kazanmaktadır. Bu durum göz önüne alındığında dijitalleşmenin ve bilgi teknolojilerinin yansımalarını açıklamakta ÜAÇ modelinin artık yeterli olmadığı ve yeniden tanımlanmasını gerektiği düşünülmektedir. Hem kamu hem de özel kuruluşlar, uzun vadede çevresel, sosyal ve finansal hedeflerine ulaşmak için zorlukların üstesinden gelmek için mücadele ediyor gibi görünmektedir (Matzembacher vd., 2020). Bu nedenle, Baranauskas ve Raišiene'e (2022) göre dijital ekonominin özellikleri ve dinamikleri, sosyal ve çevresel sürdürülebilirlikle ilgili zorluklar, "sürdürülebilir dijital girişimcilik" terimi kullanılarak tanımlanabilir.

Baranauskas ve Raišiene'e (2022) göre sürdürülebilir dijital girişimcilik, sosyal, çevresel ve finansal hedeflerin ve etkinin, dijital eserler, platformlar veya ekosistem içinde sürdürülebilir bir değer yaratmanın bütünsel ve tutarlı bir anlamına konumlandırılması anlamına gelmektedir. Yeni birleştirilen terim, hibrit ve işbirlikçi ağ tabanlı yaklaşımlara yönelik artan ilgiyi ve dijital platformlara yönelik sürdürülebilir ve/veya döngüsel iş modellerinin uygulanmasını yansıtmaktadır. Literatürde daha önce sürdürülebilir dijital dünya, veri kullanımı ve dijital ayak izleri gibi kavramlar halihazırda turizm, pazarlama ve eğitim gibi alanlarda operasyonel sektör düzeyinde araştırılmaktadır. Fakat teorik açıdan bakıldığında bu kavramları entegre olarak gösteren kavramsal bir modele ihtiyaç duyulmaktadır (Baranauskas ve Raišiene, 2022).

Baranauskas ve Raišiene'e (2022) göre dijital sürdürülebilir değer, i) değer yaratma ve sunma, ii) değer yakalama ve iii) değer önerisi olmak üzere 3 unsurdan oluşmaktadır. Bu üç unsurdan değer önerisi ile ilgili olanı Şekil 4.5'te gösterilmektedir. Önerilen çerçeve, sürdürülebilirlik alanlarını ve iş modeli inovasyonu kavramını birbirine bağlayarak sürdürülebilir dijital girişimcilik olgusunu oluşturmaktadır. Çevresel, ekonomik, sosyal ve davranışsal faktörlerin, değerin ve etkinin ortak sunumu, dijital iş ekosisteminde yeni gelir akışlarının ve değer üreten fırsatların tanımlanmasına olanak tanımaktadır. Ekonomik etki kurumsal girişimcilik, dijital girişimcilik ve etik kapitalizm olgularıyla oluşmaktadır.

Burada etik kapitalizm güvene dayalı ilişkiler kurmayı amaçlayan bir iş modelidir. Genel olarak, geliştirilen teorik çerçeve inşası, sürdürülebilir iş modeli yeniliklerinin teorik analizinin gerektirdiği gibi, birleşik, uyumlu ve döngüsel bir perspektifte sürdürülebilir dijital girişimciliğin kurulmasını desteklemektedir.

Şekil 4.5 Baranauskas ve Raišiene (2022)'nin değer önerisi modeli



4.3.3. Satalkina ve Steiner'in (2020) inovasyon sistemi modeli

Son yıllarda ülkelerin ekonomik performansı ve inovasyon başarısı giderek artan bir şekilde dijital teknolojideki gelişmelere bağlı hale gelmiştir (Konig vd., 2019). Dijitalleşme, genel olarak büyük veri analitiği, dijital teknolojilerin benimsenmesi ve kullanımlarındaki artışla ilgili değişikliklerle ilişkilidir (Parviainen vd., 2017). Araştırmalar, dijitalleşme oranlarının artmaya devam ettiğini göstermektedir. Avrupa Komisyonu İletişim Ağları, İçerik ve Teknoloji Genel Müdürlüğü tarafından Dijital Ekonomi ve Toplum Endeksi (DETE) oluşturulmaktadır (Paul vd., 2018). DETE Avrupa'nın dijital performansıyla ilgili göstergeleri özetleyen ve AB üye devletlerinin gelişimini beş ana boyutta izleyen bileşik bir endekstir. Bu boyutlar bağlantı, insan sermayesi, internet kullanımı, dijital teknolojinin entegrasyonu ve dijital toplum servisleri şeklindedir.

DETE'ye göre Avrupa Birliği (AB) ülkelerinin dijital performans seviyesi 2014'te %39,05 seviyesinde iken 2016'da %44,35 seviyesine yükselmiş ve 2019'da %52,45'e yükselmiştir. Bilginin dijital olarak dönüştürülmesi anlamına gelen dijitizasyon ile karşılaştırıldığında dijitalleşme, bu tür süreçlerin geniş etkileri ve bunların sosyoekonomik sistemin çeşitli bağlamları üzerindeki etkileri ile ilgilidir (Autio vd., 2018). Bu nedenle dijitalleşme, sosyoekonomik sistemin boyutları olan teknolojik, sosyal, ekonomik ve ekolojik boyutlar arasındaki bağlantı mekanizmalarından biri olarak da düşünülebilir. Dijitalleşme aynı zamanda sosyoekonomik sistemlerin esnekliğine yönelik yeni bir meydan okuma kaynağını temsil etmektedir; bir yandan fırsatları beraberinde getirirken diğer yandan yeni riskleri ve öngörülemeyen sonuçları da beraberinde getirmektedir (Scholz vd., 2020). Bu nedenle bu tür zorluklarla sürdürülebilir ve gelecek odaklı bir şekilde mücadele etmek için sürdürülebilir kalkınma hedefleri ilkelerine uygun olarak başa çıkmak önem kazanmaktadır (Satalkina ve Steiner, 2020).

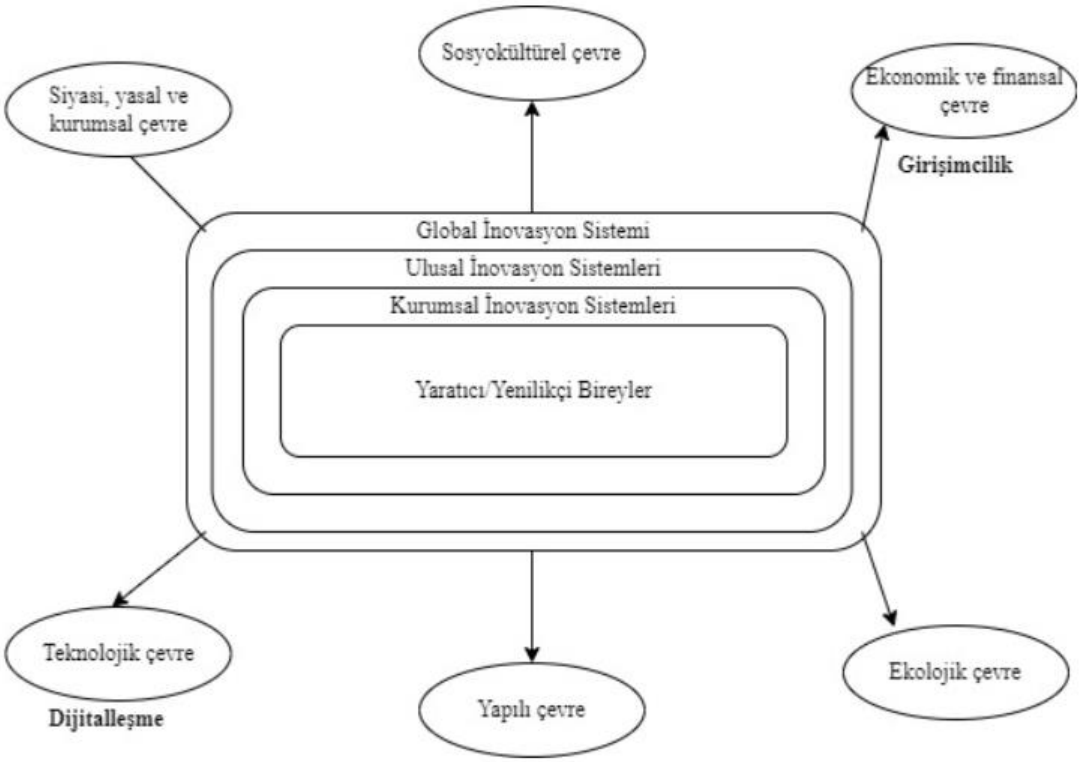
Dijitalleşme, toplumsal hayatın tüm alanlarını ilgilendirse de öncelikle farklı sektörlerdeki girişimcilik ve iş modellerinin dönüşümünü belirlemektedir. Bunun ana nedeni, değer yaratma sürecindeki adaptasyonları ve iletişim ve işbirliği modellerini belirleyen ürün ve hizmetlere ilişkin değişen toplumun değişen ihtiyaçlarıdır. Burada değişen toplumun değişen ihtiyaçlarından kasıt, yeni taleplerden kaynaklanan veya endüstri tarafından yönlendirilen toplumsal değişimlerden doğan ihtiyaçlardır. Bu değişim süreci de iş modellerinin yenilikçi dönüşümlerini teşvik etmektedir (Yu vd., 2019).

İnovasyon sistemlerinde dönüşümün itici gücü olarak dijitalleşmenin hayati rolü sıklıkla onaylanmaktadır. Avrupa Komisyonu'nun 2014'teki raporuna göre iş dünyasının liderlerinin %96'sı dijital teknolojileri yenilikçi gelişme ve sürekli ve niteliksel ekonomik büyüme için kritik olarak değerlendirmiştir. Satalkina ve Steiner'e (2020) göre dijital girişimciliği inovasyon sistemi içinde ele almak, bu tür sistemlerin dönüşümleri ve sürdürülebilir geçişleri üzerindeki potansiyel etkilerini anlamak için çok önemlidir. O halde bireysel olarak girişimcilik ekosistemlerine odaklanmak yerine inovasyon sisteminin boyutları içinde değerlendirmek daha doğru olmaktadır (Satalkina ve Steiner, 2020).

Dijital teknolojiler, iş fırsatları doğurmanın yanı sıra yeni savunmasızlık alanlarına sebep olabilmektedir (Dong, 2019). Bunun sebebi ise iş modellerinin yeniden düzenlenmesinde dijital teknolojilerin inovasyon sisteminin çeşitli seviyeleri üzerinde etkisidir, bu sistem içindeki endüstri rekabetini ve ağ oluşturma modellerini yeniden şekillendirir. Ayrıca, dijitalleşmenin iş süreçlerine entegrasyonu, yalnızca yeni organizasyonel yönetim stratejileri ve girişimcilik süreçleriyle ilgili değildir. Kurumsal etki, yeni pazar eğilimleri ve rekabet avantajlarındaki değişiklikler gibi dış sistem koşulları ve dijital güven ve teknoloji benimseme gibi sosyal tutumlar da önemli bir etkiye sahiptir.

İnovasyon sistemindeki rolü, dönüşümleri ve sürdürülebilir geçişleri açısından dijital girişimciliğin tüm mekanizmasını anlamak çok önemlidir (Satalkina ve Steiner, 2020). Bu, diğerlerinin yanı sıra, kapsamlı ve sürdürülebilir bir yenilik sürecinin bir parçası olarak ilgili yenilik aracılarının iletişim ve etkileşim modellerindeki değişiklikleri, fırsat değerlendirmesini ve kaynak değerlendirmelerini içermektedir. Sonuç olarak, Satalkina ve Steiner'in (2020) inovasyon sistemi modeli, dijital girişimcilik çabalarının inovasyon sistemi içine nasıl yerleştirildiğine ve ilgili alt sistemlerle nasıl birleştirildiğine dair net bir anlayış elde etmeyi ve girişimcilik ve yenilik araştırmasının sürdürülebilirlik etkilerine katkıda bulunmak için gelecekteki yolları belirlemeyi hedeflemektedir. Şekil 4.6'da Satalkina ve Steiner'in (2020) inovasyon sistemi modeli yer almaktadır.

Şekil 4.6: Satalkina ve Steiner (2020)'nin inovasyon sistemi modeli



Satalkina ve Steiner (2020)'nin inovasyon sistemi teorisi, inovasyon sistemlerinin uyarlanabilir öğrenme yeteneklerini tanımlamaktadır. İnovasyon sistemindeki güvenlik açıklarının anlaşılması, büyük ölçüde birleşik insan-çevre sistemi teorisine dayanmaktadır (Scholz, 2011). İnovasyon sistemlerinin zaman dilimleri içinde geçişi ve bunların gelişimi ve dayanıklılığı, toplumsal sürdürülebilirlik üzerindeki etkileri açısından tartışılmaktadır. İnovasyon sistemi yaklaşımının dijital girişimciliği anlamaya yönelik çıkarımı, riskleri ve fırsatlarıyla birlikte dijitalleşmenin bir dizi toplumsal zorluktan biri olarak kabul edilebileceği fikrine dayanmaktadır. Dijitalleşme doğası gereği karmaşıktır ve tek başına görülemez, bunun yerine küresel ölçekten şirket düzeyine ve her bir bireye kadar uzanan etkileri bulunmaktadır (Steiner vd., 2015). Bu nedenle sürdürülebilir dijital girişimciliğin anlaşılması ve başarılı bir şekilde yönetilmesi için dijitalleşmenin farklı paydaşlar ve sistemin boyutları açısından çeşitli etkilerininin daha iyi anlaşılmasına yardımcı olan kapsamlı bir inovasyon sistemi yaklaşımı sunulmaktadır.

Satalkina ve Steiner'in (2020) inovasyon sistemi modeline göre bir iş çerçevesinde dijital girişimcilik, değer yaratma ve gelir politikalarıyla güçlü bir şekilde ilişkilidir. Dijital çözümler, sürdürülebilir iş modellerinin oluşması yolunda yeniden üretim, dağıtım ve işlem maliyetleri gibi bazı maliyetleri veya kaynak yapılandırmalarını azaltarak değer zincirini değiştirebilmektedir. Ek olarak sosyoekonomik sistemin dayanıklılığının ve sürdürülebilirliğinin ve birbiriyle ilişkili boyutlarının, sosyal dönüşümlerden kaynaklanan rahatsızlıklar ve kırılganlık faktörlerinden nasıl etkilenebileceğinin anlaşılmasını da içermektedir. Girişimcilerle ilgili potansiyel güvenlik açıklarının yakalanmasını ve inovasyon sisteminin esnekliğinin ve sürdürülebilirliğinin hem iç hem de dış rahatsızlıklardan nasıl etkilenebileceğinin anlaşılmasını da içermektedir.

4.3.4. Xu vd. (2022)'nin dijital sürdürülebilir girişimcilik çalışması

Xu vd. (2022)'ye göre dijital teknoloji, sürdürülebilir girişimcilik süreci üzerine araştırma sistemine dâhil edilmelidir. Yazarlara göre çok az bilim insanı, kurumsal dijitalleşme ile kurumsal sürdürülebilir girişimcilik arasındaki ilişki üzerine bütünsel olarak kafa yormakta ve ilgili ampirik çalışmayı gerçekleştirmektedir. Dijital sürdürülebilir girişimciliğin oluşum mekanizmasına ilişkin olarak daha fazla araştırmaya duyulan ihtiyacı gidermek adına doğrulayıcı faktör analizi, yapısal eşitlik modeli ve çoklu regresyon analizi yöntemleri kullanılarak 308 KOBİ'den bilgi toplanarak analiz yapılmıştır.

Xu vd. (2022) çalışmalarında dijital yetenek ve dijital inovasyon yönelimine dayalı bir dijital sürdürülebilir girişimcilik modeli oluşturmayı amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda çalışmada dijital inovasyon yönelimi kavramı tanıtılarak dijital yeteneğin dijital sürdürülebilir girişimciliği etkilemesinde yöneticinin sürdürülebilir fırsatlar bilişinin oynadığı düzenleyici rol ortaya çıkarılmaktadır. Sonuçlar, dijital yetenek ile dijital sürdürülebilir girişimcilik arasında pozitif bir ilişki olduğunu göstermektedir; dijital yetenek, dijital inovasyon yönelimi ile pozitif olarak ilişkilidir; dijital inovasyon yönelimi, dijital sürdürülebilir girişimcilik ile pozitif olarak ilişkilidir. Burada dijital inovasyon yönelimi, dijital yetenek ve dijital sürdürülebilir girişimcilik arasında kısmi aracılık rolü oynamaktadır ve yöneticinin sürdürülebilir fırsatlar bilişi, bu 3 değişken arasındaki ilişkiyi pozitif olarak

yönetmektedir. Çalışma, sürdürülebilir girişimcilerin dijital sürdürülebilir girişimciliği nasıl artırabileceği konusunda pratik öneme sahiptir.

Xu vd. (2022), dijital yeteneğin KOBİ'lerin dijital sürdürülebilir girişimciliği üzerindeki etkisini incelemek için bir süreç modelini test etmektedir. Bu süreçte, dijital yeteneğin oluşturulması ve teşvik edilmesi, KOBİ'lerin dijital sürdürülebilir girişimciliğini artırabilmekte ve kolaylaştırabilmektedir. Dijital inovasyon yönelimi, dijital yetenek ve dijital sürdürülebilir girişimcilik arasında kısmi aracılık rolü oynamaktadır. Dijital teknoloji, KOBİ'lerin sürdürülebilir gelişimine hizmet ettiğinden, dijital yeteneğin sosyal değer yaratma üzerindeki etkisini sağladığından, dijital yetenek, potansiyel çelişkileri dijital inovasyon yoluyla uzlaştırmaktadır. Ayrıca, sürdürülebilir fırsatların bilgisine sahip yöneticilerin, dijital yetenek ve dijital inovasyon yönelimini sosyal ve çevresel değer yaratmanın dijital sürdürülebilir girişimciliğine aktarma olasılığı daha yüksektir ve son olarak dijital yeteneğin dijital inovasyon yönelimi üzerindeki olumlu etkilerini teşvik edebilmektedir.

4.3.5. Gregori ve Holzmann'ın (2020) dijital sürdürülebilir girişimcilik üzerine çalışması

Gregori ve Holzmann (2020), sürdürülebilir girişimcilerin sosyal ve çevresel değer yaratımından yararlanmak için dijital teknolojileri iş modellerine nasıl entegre ettiklerini araştırmaktadır. Bu amaçla, sürdürülebilir iş modellerinin kurumsal mantık perspektifinden yararlanılmaktadır. Çalışma, dijital teknolojilerin sürdürülebilir iş modeli bileşenlerinin yeni konfigürasyonlarını mümkün kıldığını göstererek sürdürülebilir iş modelleri ve girişimcilik üzerine araştırmalara katkıda bulunmaktadır. Burada 3 ana değer unsuru i) harmanlanmış değer önermesi, ii) bütünleştirici değer yaratma, ve iii) çok boyutlu değer yakalama şeklindedir.

Girişimcilerin paydaşları için harmanlanmış değer önermeleri geliştirmek için dijital teknolojileri kullandıklarını ortaya koymaktadır. Birincisi, dijital mantık, sosyo-çevresel değer yaratımını katalize etmeye izin vermektedir ve ikincisi, girişimcilerin paydaşları için çevresel, sosyal ve finansal değeri birleştiren değer teklifleri oluşturmasına olanak tanımaktadır. Ayrıca, dijital teknolojilerin değer yaratma

bileşeni içindeki aktörlerin bağlanabilirliğini artırma potansiyeline sahip olduğu ortaya çıkmaktadır. Dijital mantığın değer yaratmanın sınırlarının açılmasını kolaylaştırdığı sonucuna ulaşılmıştır. Son olarak değer yakalama bileşeni açısından, dijital mantık, girişimcilerin etki tamamlayıcılarını etkinleştirmesine; yani, sosyo-çevresel ve finansal değer yakalamanın iç içe geçmesine izin vermektedir. Ayrıca sosyo-çevresel değerin ölçeklenebilirliğini desteklemekte ve sosyo-çevresel değerin dijital araçlarla yayılmasını kolaylaştırmaktadır.

5. SONUÇLAR

Bu çalışmada sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma kavramı açıklandıktan sonra girişimcilik kavramı ve türleri anlatılmaktadır. Girişimcilik türlerinden son yıllarda popüler olan dijital girişimcilik ve sürdürülebilir girişimcilik kavramları ile ilgili çalışmalara yer verdikten sonra bu iki kavramın entegrasyonundan ortaya çıkan sürdürülebilir dijital girişimcilik ve dijital sürdürülebilir girişimcilik kavramları ile alakalı teorik ve ampirik çalışmalar irdelenmektedir.

Geleceğin ihtiyaçlarını karşılama yeteneğinden ödün vermeden bugünün ihtiyaç ve isteklerini karşılamayı amaçlayan sürdürülebilir kalkınmanın çevresel, sosyal ve ekonomik boyutları bulunmaktadır. Birleşmiş Milletler tarafından belirlenen 17 adet sürdürülebilir kalkınma hedefine göre dünya genelinde sürdürülebilir kalkınmanın sağlanmasında eşitsizlik, çevresel bozulma, iklim değişikliği, yoksulluk, adalet ve barış gibi konular dikkate alınmaktadır. Öte yandan risk ve belirsizlik karşısında fayda sağlamak için yeni işlerin yaratılması olarak tanımlanan girişimcilik, ekonomik kalkınmada önemli rol oynayarak ekonomik oluşumun içinde ve dışında istihdam yaratılmasına vesile olmaktadır.

Dijital teknolojilerin günlük yaşama entegrasyonu anlamına gelen dijitalleşme sayesinde dijital iş modelleri, dijital yenilik ve dijital girişimcilik kavramları ortaya çıkmıştır. Öte yandan sürdürülebilir girişimcilik, kazanç için gelecekteki ürünleri, süreçleri ve hizmetleri ortaya çıkarmak için algılanan fırsatların peşinde koşarak doğanın, yaşamın ve toplumun korunmasına odaklanmaktadır. Elkington'ın (1994) ÜAÇ modelinde ekonomik, sosyal ve çevresel sürdürülebilirlik unsurlarının merkezinde yer almaktayken Passet'in (1996) biyoekonomi modelinde bu üç tip sürdürülebilirliğe gömülü şekilde yer almaktadır. Sürdürülebilir girişimcilikte entegrasyon modelinde ise sürdürülebilirlik kavramı etik ve manevi bir alanı kapsayacak şekilde genişletilerek ekonomik, sosyal ve ekolojik olarak yönlendirilen girişimciliğin birlikte sürdürülebilir girişimciliği oluşturduğu bir entegrasyondan söz edilmektedir.

Sürdürülebilir girişimcilik üzerinde dijitalleşmenin büyük rol oynadığı kuramı üzerine kurulan dijital dönüşüm modeline göre dijital teknolojiyi etkileyen teknik bilgi faktörü, hız unsuruna bağlıdır ve hız unsuru da sürdürülebilirliğe bağlı olarak dijital dönüşümün başarısını etkilemektedir (Bican ve Brem, 2020). Dijitalleşmenin ve bilgi teknolojilerinin yansımalarını açıklamakta ÜAÇ modeli yeterli olmadığı için Baranauskas ve Raišiene'nin (2022) dijital sürdürülebilir değer modeli ortaya çıkmıştır. Bu modele göre sosyal, çevresel ve finansal hedeflerin ve etkinin, dijital eserler, platformlar veya ekosistem içinde sürdürülebilir bir değer yaratmada konumlandırılarak sürdürülebilir dijital girişimler oluşmaktadır.

Satalkina ve Steiner'in (2020) inovasyon sistemi modelinde sürdürülebilir dijital girişimciliğin anlaşılması ve başarılı bir şekilde yönetilmesi için dijitalleşmenin farklı paydaşlar ve sistemin boyutları açısından çeşitli etkilerinin daha iyi anlaşılmasına yardımcı olan kapsamlı bir inovasyon sistemi yaklaşımı sunulmaktadır. Xu vd. (2022) çalışmasında ise dijital sürdürülebilir girişimcilikte rol oynayan üç unsur dijital yetenek, dijital inovasyon yönelimi ve yöneticinin sürdürülebilir fırsatlar bilişi olarak çıkmıştır. Son olarak Gregori ve Holzmann (2020), sürdürülebilir girişimcilerin sosyal ve çevresel değer yaratımından yararlanmak için dijital teknolojileri iş modellerine entegrasyonunu şart koşmaktadır.

Sonuç olarak sürdürülebilirlik kavramı, iş modellerine yeni yaklaşımlar açısından ilgili literatürlerde oldukça geniş bir yer bulmaktadır. Dijital teknolojinin kullanımı, uzun vadeli kalkınma hedeflerine önemli ölçüde katkıda bulunabilmektedir. Ticari olarak uygulanabilir iş modelleri aracılığıyla sosyal ve çevresel değer üretmek isteyen girişimciler için ise bu vaadin gerçekte nasıl gerçekleştirilebileceği henüz net değildir. Yöneticiler bu çalışmadaki bilgileri kullanarak, dijital teknolojinin uzun vadeli iş modelleri geliştirmek için nasıl kullanılabileceğini daha iyi anlayabilirler.

Bu çalışmadaki entegrasyonlar benzersiz, sürdürülebilir iş modelleri tasarlamak için girişimciler tarafından bir ilham kaynağı olarak kullanılabilir. Dijital teknolojinin kullanımı yoluyla sürdürülebilirlik için herkese uyan tek bir çözüm yoktur. Bu bağlamda, sürdürülebilir iş modellerinin etkinliğini artırmak için dijital teknolojileri

entegre etmeye yönelik kapsamlı bir yaklaşım önerilmektedir. Gelecekteki çalışmalar için girişimler üzerinde vaka analizi yapmak ve başarısız girişimlerde dijitalleşmenin dinamiklerini incelemek gibi konular önerilmektedir.

KAYNAKÇA

ABD Küçük İşletme İdaresi. (1998). *The new American evolution: The role and impact of small firms*. Washington: Government Printing Office.

Aghelie, A., Sorooshian, S. ve Azizan, N. A. (2016). Research gap in sustainopreneurship. *Indian Journal of Science and Technology*, 9(12), 1-6.

Anand, S. ve Sen, A. (2000). Human Development and Economic Sustainability. *World Development*, 28, 2029-2049.

Autio, E., Nambisan, S., Thomas, L. D. W. ve Wright, M. (2018). Digital affordances, spatial affordances, and the genesis of entrepreneurial ecosystems. *Strategic Entrepreneurship Journal*, 12, 72–95.

Bandura, A. (2007). Impeding ecological sustainability through selective moral disengagement. *International Journal of Innovation and Sustainable Development*, 2(1), 8-35.

Banha, F. M., Almeida, M. H., Rebelo, E. L. ve Ramos A. O. (2017). The main barriers of Portuguese entrepreneurship ecosystem: interpretive structural modeling (ISM) approach. *Tourism Management Studies*, 13, 60–70.

Bansal, P. (2005). Evolving sustainability: a longitudinal study of corporate sustainable development. *Strategic Management Journal*, 26(3), 197–218.

Baranauskas, G. ve Raišiene, A. G. (2022). Transition to Digital Entrepreneurship with a Quest of Sustainability: Development of a New Conceptual Framework. *Sustainability*, 14(3), 1104-1116.

Baum R. J., Frese, M. ve Baron R. (2007). *The Psychology of Entrepreneurship*. New York: Lawrence Erlbaum Associates.

Baumol, W. J. (1990). Entrepreneurship: Productive, Unproductive, and Destructive, *Journal of Political Economy*, 98(5), 893-921.

Belz, F. M. ve Binder, J. K. (2017). Sustainable entrepreneurship: A convergent process model. *Business Strategy and the Environment*, 26(1), 1–17.

Bhattacharya, C. B., Korschun, D. ve Sen, S. (2009). Strengthening stakeholder-company relationships through mutually beneficial corporate social responsibility initiatives. *Journal of Business Ethics*, 85(2), 257–272.

Bican, P. M. ve Brem, A. (2020). Digital Business Model, Digital Transformation, Digital Entrepreneurship: Is There A Sustainable "Digital"?. *Sustainability*, 12(13), 5239-5250.

Bilgili, M. Y. (2017). Ekonomik, Ekolojik ve sosyal boyutlarıyla Sürdürülebilir Kalkınma. *Journal of International Social Research,* 10(49), 559-568.

Binks, M. and Philip V. (1990). Entrepreneurship and Economic Change. London: McGraw-Hill Book Company.

Blank, S. (2010). You're not a real entrepreneur. Erişim adresi: https://steveblank.com/2010/06/10/you%E2%80%99re-not-a-real-entrepreneur/#:~:text=Four%20different%20types%20of%20entrepreneurship,Scalable%2C%20Large%20Company%2C%20Social

Blank, S. (2010). Steve Blank What's A Startup? First Principles. Erişim adresi: https://steveblank.com/2010/01/25/whats-a-startup-first-principles/

Bocken, N. M. P., Short, S. W., Rana, P. ve Evans, S. (2014). A literature and practice review to develop sustainable business model archetypes. *Journal of Cleaner Production*, 65, 42–56.

Bogliacino, F. ve Pianta, M. (2010). Innovation and employment: A reinvestigation using revised Pavitt classes. *Research Policy*, 39, 799–809.

Boland, R. J., Lyytinen, K. ve Yoo, Y. (2007). Wakes of Innovation in Project Networks: The Case of Digital 3-D Representations in Architecture, Engineering, and Construction. *Organizational Science*, 18, 631–647.

Brunel, S. (2004). *Le développement durable*. Paris: Presses Universitaires de France.

Bruton, G., Ketchen, D., & Duane, R. (2013, 2 5). Entrepreneurship As A Solution To Poverty. *Journal of Business Venturing*, 28(6), 683-689.

Burns, P. (2011). *Entrepreneurship and small business*. New York: Palgrave Macmillan.

Cairns, R. D. ve Martinet, V. (2014). An environmental-economic measure of sustainable development. *European Economic Review*, 69, 4–17.

Caradonna, J. (2014). *Sustainability*. USA: Oxford University Press.

Carland, J.W., Hoy, F., Carland, J.A.C. (1988) "Who Is an Entrepreneur? Is the Question Worth Asking?", American Journal of Small Business, Spring : 33-39.

Casnosha, B. (2011). The Four Types of Entrepreneurship. http://casnocha.com/2011/02/the-four-types-of-entrepreneurship.html

Centobelli, P., Cerchione, R., Chiaroni, D., Del Vecchio, P. ve Urbinati, A. (2020). Designing business models in circular economy: A systematic literature review and research agenda. *Business Strategy and the Environment*, 29, 1734–1749.

Cezarino, L. O., Liboni, L. B., Oliveira Stefanelli, N., Oliveira, B. G. ve Stocco, L. C. (2019). Diving into emerging economies bottleneck: industry 4.0 and implications for circular economy. *Management Decision*.

Chelan, M. M., Alijanpour, A., Barani, H., Motamedi, J., Azadi, H., ve Van Passel, S. (2018). Economic sustainability assessment in semi-steppe rangelands. *Science of the Total Environment*, 637, 112–119.

Cohen, B. ve Winn, M. I. (2007). Market imperfections, opportunity and sustainable entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 22(1), 29-49.

Collins, O. F. ve Moore, D.G. (1970). *The Organization Makers: A Behavioral Study of Independent Entrepreneurs*. New York: Appleton-Century-Crofts.

Dangelico, R. M. ve Pujari, D. (2010). Mainstreaming Green Product Innovation: Why and How Companies Integrate Environmental Sustainability. *Journal of Business Ethics*, 95, 471-486.

Danhof, C. H. (1949). American Evaluations of European Agriculture. *The Journal of Economic History*, 9(1), 61-71.

De Jorge Moreno, J., Castillo, L. L. ve Masere, E. D. Z. (2007). Influence of Entrepreneur Type, Region and Sector Effects on Business SelfConfidence: Empirical Evidence From Argentine Firms. *Entrepreneurship and Regional Development*, 19(1), 25-48.

Dempsey, N., Bramley, G., Power, S. ve Brown, C. (2011). The social dimension of sustainable development: Defining urban social sustainability. *Sustainable Developement*, 19, 289-300.

Doğan, M. (2022). Ekonomik, Sosyal ve Çevresel Dönüşümde Yeşil Ekonominin Rolü. *Uluslararası Sosyal, Siyasal ve Mali Araştırmalar Dergisi*, 2(1), 49-73.

Dong, J. Q. (2019). Moving a mountain with a teaspoon: Toward a theory of digital entrepreneurship in the regulatory environment. *Technological Forecasting and Social Change*, 146, 923–930.

Drucker, P. (2006). *Innovaiton and Entrepreneurship: Practice and Principles*. Toronto: Harper Collins Publishers.

Duchéneaut, B. (1999). Portrait robot et socio-styles des créateurs d'entreprises en 1998. EURO PME/ Groupe ESC Rennes et Salon des Entrepreneurs. Erişim adresi: http://www.apce.com/CHIFFRES/portrait.html

Dunkelberg, W. C. ve Cooper, A. C. (1982). *Entrepreneurial typologies*. K. H. Vesper (Ed.), Frontiers of Entrepreneurship Research (s. 145-160) içinde. Wellesley: Babson Center for Entrepreneurial Studies.

Durukan, T. (2005). *Küreselleşme ve Çok Uluslu İşletmecilik*. Ankara: Nobel Yayınları.

Elkington, J. (1994). Towards the sustainable corporation: Win-win-win business strategies for sustainable development. *California Management Review*, 36(2), 90-100.

Elkington, J. (1998). Partnerships from Cannibals with Forks: The Triple Bottom Line of 21st-Century Business. *Environmental Quality Management*, 8(1), 37–51.

Elkington, J. (2018). 25 Years Ago I Coined the Phrase "Triple Bottom Line". Here's Why It's Time to Rethink it. Harvard Business Review, Erişim adresi: https://hbr.org/2018/06/25-years-ago-i-coined-the-phrase-triple-bottom-line-heres-why-im-giving-up-on-it

European Commission. (2014). Digital Entrepreneurship. The EU Vision, Strategy and Actions. Digital Europe NTA Summit; European Commission: Brussels, Belgium.

Evans, S., Vladimirova, D., Holgado, M., Van Fossen, K., Yang, M., Silva, A. E. ve Barlow, C. Y. (2017). Business model innovation for sustainability: Towards a unified perspective for creation of sustainable business models. *Business Strategy Environment*, 26, 597–608.

Farny, S. ve Binder, J. (2021). *Sustainable Entrepreneurship*. L. P. Dana (Ed.), World Encyclopedia of Entrepreneurship (s. 605-611) içinde. UK: Edward Elgar Publishing.

Ferriera, N. (2018). What it Means to Be An Entrepreneur. Erişim adresi: https://www.oberlo.com/blog/what-is-entrepreneurship

Filion, L. J. (1998). *Two Types of Entrepreneurs: The Operator and the Visionary – Consequences for Education*. H. J. Pleitner (Ed.), Renaissance of SMEs in a Globalized Economy (s. 261-270) içinde. St-Gall: Verlag KMU/HSG.

Filley, A. C. ve Aldag, J. (1978). Characteristics and Measurement of an Organizational Typology. *Academy of Management Journal*, 21(4), 578-591.

Fillion, J. ve Bombardier, J. A. (2008). Defining the Entrepreneur Complexity and Multi-dimensional Systems Some Reflections. L. P. Dana (Ed.), World Encyclopedia of Entrepreneurship (s. 41-52) içinde, Northampton: Edward Elgar.

Fors, A. C. (2013). *The Ontology of the Subject in Digitalization*. P. A. Hershey (Ed.), Handbook of Research on Technoself: Identity in a Technological Society; Information Science Reference (s. 45-63) içinde: PA: Hershey.

Gallopin, G. C. (2003). A systems approach to sustainability and sustainable development. Medio Ambiente y Desarrollo, 64, Naciones Unidas Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL).

George, G., Merrill, R. K. ve Schillebeeckx, S. J. (2021). Digital sustainability and entrepreneurship: How digital innovations are helping tackle climate change and sustainable development. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 45, 999–1027.

Ghobakhloo, M. ve Fathi, M. (2019). Corporate survival in Industry 4.0 era: the enabling role of lean-digitized manufacturing. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 31(1), 1-30.

Giones, F. ve Brem, A. (2017). Digital technology entrepreneurship: A definition and research agenda. *Technology Innovation Management Review*, 7, 44–51.

Gnyawali, D. ve Fogel, D. (1994). Environments for entrepreneurship development: key dimensions and research implications. *Entrepreneurship, Theory and Practice*, 18(4), 43-62.

Goodland, R. (1995). The concept of environmental sustainability. *Annual review of ecology and systematics*, 26(1), 1-24.

Goodland, R. and Ledec, G. (1987). Neoclassical economics and principles of sustainable development. *Ecological Modelling*, 38, 19–46.

Greene, P., Rice, M. ve Fetters, M. (2010). *University-based entrepreneurship ecosystems: framing the discussion*. M. Fetters, P. Greenem, M. Rice ve J. S. Butler (Ed.), The Development of University-Based Entrepreneurship Ecosystems: Global Practices (s. 455-468) içinde. UK: Edward Elgar.

Gregori, P. ve Holzmann, P. (2020). Digital sustainable entrepreneurship: A business model perspective on embedding digital technologies for social and environmental value creation. *Journal of Cleaner Production*, 272, 122817.

Güner, U. (2020). Çevresel Sürdürülebilirlik. Erişim adresi: https://books.google.com.tr/books?id=g9rNDwAAQBAJ&printsec=frontcover&hl=tr#v=onepage&q&f=false

Hafizullah, Z. M., Manzoor, S. R., Hussain, M. ve Farooq, M. A. (2012). Problems Faced by Women Entrepreneurs in Kohat City of Khyber Pakhtunkhawa Pakistan. *International Journal of Human Resource Studies*, 2(1), 11-26.

Hales, D. ve Prescott-Allen, R. (2002). *Flying blind: Assessing progress toward sustainability*. D. C. Esty ve M. H. Ivanova (Ed.), Global Environmental Governance: Options & Opportunities (s. 31-52) içinde. New Haven: Yale School of Forestry & Environmental Studies.

Hanelt, A., Piccinini, E., Gregory, R. W., Hildebrandt, B. ve Kolbe, L. M. (2015). Digital Transformation of Primarily Physical Industries-Exploring the Impact of Digital Trends on Business Models of Automobile Manufacturers. Proceedings of the 12th Internationalen Tagung Wirtschaftsinformatik, s. 1313–1327, Osnabrück, Germany.

Hart, S. L. (1995). A natural-resource-based view of the firm. *Academic Management Review*, 20(4), 986–1014.

Heikkurinen, P., Clegg, S., Pinnington, A. H., Nicolopoulou, K. ve Alcaraz, J. M. (2019). Managing the Anthropocene: relational agency and power to respect planetary boundaries. *Organization & Environment*, 34(2), 267-286.

Hisrish, D. (2015). Tecnology Entrepreneurship: Taking Innovation to the Market Point. London: Academic Press.

Hornaday, R. W. (1992) Thinking About Entrepreneurship: A Fuzzy Set Approach. *Journal of Small Business Management*, 30(4), 12–23.

Hunt, S. B. ve Morgan, R. M. (1995). The comparative advantage theory of competition. *Journal of Marketing*, 9(2), 1–15.

Hutchins, M. J. ve Sutherland J. W. (2008). An exploration of measures of social sustainability and their application to supply chain decisions. *Journal of Cleaner Production*, 1, 1688–1698.

Isenberg, D. J. (2011). *The Entrepreneurship Ecosystem Strategy as a New Paradigm for Economic Policy: Principles for Cultivating Entrepreneurship*. Massachusetts: Babson College.

Jabbour, A. B., Jabbour, C. J. C., Godinho Filho, M. ve Roubaud, D. (2018). Industry 4.0 and the circular economy: a proposed research agenda and original road-map for sustainable operations. *Annals of Operations Research*, 270(1-2), 273-286.

Johnson, S. (2000). Literature review on social entrepreneurship. Canadian Centre for Social Entrepreneurship, Erişim Adresi: http://www.bus.ualberta.ca/CCSE/WhatIs/Lit%20Review%20SE%20Novemebre%202000.rtf

Julien, P. A. ve Marchesnay, M. (1987). *La petite entreprise*. Paris: Vuibert.

Kang, H. S., Lee, J. Y., Choi, S., Kim, H., Park, J. H. ve Son, J. Y. (2016). Smart manufacturing: past research, present findings, and future directions. *International Journal of Precision Engineering and Manufacturing-Green Technology*, 3(1), 111-128.

Karabulut, A. T. (2009). *Girişimcilik ve Sürdürülebilirliği*. İstanbul: Papatya Yayıncılık Eğitim.

Kibert, C. J. (2016). Sustainable construction: Green building design and delivery. New Jersey: Wiley.

Koltai, S. R. (2016). Peace through entrepreneurship: Investing in a startup culture for security and development. USA: Brookings Institution Press.

Kong, H. M., Witmaier, A. ve Ko, E. (2021). Sustainability and social media communication: How consumers respond to marketing efforts of luxury and non-luxury fashion brands. *Journal of Business Research*, 131, 640-651.

Konig, M., Ungerer, C., Baltes, G. ve Terzidis, O. (2019). Different patterns in the evolution of digital and non-digital ventures' business models. *Technological Forecasting and Social Change*, 146, 844–852.

Kumar, V. ve Christodoulopoulou, A. (2014). Sustainability and branding: An integrated perspective. *Industrial Marketing Management*, 43(1), 6-15.

Lafuente, A. ve Salas, V. (1989). Types of Entrepreneurs and Firms: the Case of New Spanish Firms. *Strategic Management Journal*, 10, 17-30.

Laufer, J. C. (1975). Comment on devient entrepreneur. Revue française de gestion, 2, 11-26.

Li, W., Badr, Y. ve Biennier, F. (2012). Digital ecosystems: Challenges and prospects. Proceedings of the International Conference on Management of Emergent Digital EcoSystems, Addis Ababa, Ethiopia, s. 117–122, ACM: New York.

Li, X., Cao, J., Liu, Z. ve Luo, X. (2020). Sustainable Business Model Based on Digital Twin Platform Network: The Inspiration from Haier's Case Study in China. *Sustainability*, 12, 936-951.

Lovarelli, D., Bacenetti, J. ve Guarino, M. (2020). A review on dairy cattle farming: Is precision livestock farming the compromise for an environmental, economic and social sustainable production?. *Journal of Cleaner Production*, 121409.

Manca, D. (2015). Economic sustainability of products and processes. Computer Aided Chemical Engineering (s. 615–642) içinde. Amsterdam: Elsevier.

Marchesnay, M. (1998). Confidence and Types of Entrepreneurs. H. J. Pleitner (Ed.) Renaissance of SMEs in a Globalized Economy, (s. 545-556) içinde. St-Gall: Verlag KMU/HSG.

Markman, G. D., Russo, M., Lumpkin, G. T., Jennings, P. D. ve Mair, J. (2016). Entrepreneurship as a platform for pursuing multiple goals: A special issue on sustainability, ethics, and entrepreneurship. *Journal of Management Studies*, 53(5), 673–694.

Mason, C. ve Brown, R. (2013). Entrepreneurial ecosystems and growth oriented entrepreneurship. Background paper prepared for the workshop organised by the OECD LEED Programme and the Dutch Ministry of Economic Affairs on Entrepreneurial Ecosystems and Growth Oriented Entrepreneurship, Netherlands: The Hague.

Matzembacher, D. E., Raudsaar, M., Barcellos, M. D. ve Mets, T. (2020). Business models' innovations to overcome hybridity-related tensions in sustainable entrepreneurship. *Sustainability*, 12, 4503-4515.

McKenzie, S. (2004). *Social Sustainability: Towards Some Definitions*. Magill: Hawke Research Institute University of South Australia.

Miles, R. ve Snow, C. C. (1978). *Organization Strategy, Structure and Process*. New York: McGraw-Hill.

Miller, C. L. (2011). *Implementing Sustainability: the New Zealand Experience*. London: Routledge.

Minatogawa, V. L. F., Franco, M. M. V., Rampasso, I. S., Anholon, R., Quadros, R., Durán, O. ve Batocchio, A. (2019). Operationalizing Business Model Innovation through Big Data Analytics for Sustainable Organizations. *Sustainability*, 12, 277-290.

Moore, J. F. (1993). Predators and prey: a new ecology of competition. *Harvard Business Review*, 71(3), 75-83.

Morched, S. ve Jarboui, A. (2018). Does Female Entrepreneurship Add in Economic Growth. *Journal of Economic Finance*, 9(2), 20-35.

Muñoz, P. ve Cohen, B. (2018). Sustainable entrepreneurship research: Taking stock and looking ahead. *Business Strategy and the Environment*, 27(3), 300–322.

Nambisan, S., Lyytinen, K., Majchrzak, A. ve Song, M. (2017). Digital innovation management: Reinventing innovation management research in a digital world. *MIS Quarterly*, 41, 223–238.

Naude, W. (2013). *Entrepreneurship and Economic Development: Theory, Evidence and Policy*. Social Science Research Network, NY: Rochester.

OECD (2008). Measuring Entrepreneurship: A Digest of Indicators. OECD, Erişim adresi: https://www.oecd.org

Osburg, T. (2017). *Corporate social innovation und Unternehmensstrategie*. T. Wunder (Ed.) CSR und Strategisches Management (s. 397-406) içinde. Wiesbaden: Springer.

Pahuja, A. ve Sanjeev, R. (2015). *Introduction to Entrepreneurship*. P. Sinha (Ed.) CEGR (s. 96-109) içinde. New Delhi.

Parida, V., Sjödin, D. ve Reim, W. (2019). Reviewing literature on digitalization, business model innovation, and sustainable industry: Past achievements and future promises. *Sustainability*, 11, 391-399.

Parker, T. (2022). Five Types of Entrepreneurship: Meaning and Defining Characteristics. Erişim adresi: https://www.firstrepublic.com/insights-education/five-types-of-entrepreneurship-meaning-and-defining-characteristics.

Parviainen, P., Kääriäinen, J., Tihinen, M. ve Teppola, S. (2017). Tackling the digitalization challenge: How to benefit from digitalization in practice. *International Journal of Information Systems and Project Management*, 5, 63–77.

Passet, R. (1996). *L'Economique et le vivant*. Paris: Payot.

Paul, F., Lawrence, G., Jake, M., David, S. ve Ian, W. (2018). European Commission, Content and Technology Directorate General for Communications Networks, and Tech4i2. International Digital Economy and Society Index 2018: Final Report. Erişim adresi: http://publications.europa.eu/publication/manifestation_identifier/

Pronk, J. and Haq, M. (1992). *Sustainable Development: From Concept to Action*. The Hague: Ministry of Development Cooperation.

Ronstadt, R. C. (1984). *Entrepreneurship*. Dover, MA: Lord Publishing.

Rwigema, H. ve Venter, R. (2004). *Advanced Entrepreneurship*. Cape Town: Oxford University Press, Southern Africa.

Sachs, J. D. (2012). From Millennium Development Goals to Sustainable Development Goals. *Lancet*, 379, 2206-2211.

Satalkina, L. ve Steiner, G. (2020). Digital Entrepreneurship and its Role in Innovation Systems: A Systematic Literature Review as a Basis for Future Research Avenues for Sustainable Transitions. *Sustainability*, 12(7), 2764.

Schallmo, D., Williams, C. A. ve Boardman, L. (2017). Digital Transformation of Business Models—Best Practice, Enablers, and Roadmap. *International Journal of Innovation Management*, 21, 1740014.

Schaltegger, S. ve Wagner, M. (2011). Sustainable entrepreneurship and sustainability innovation: categories and interactions. *Business Strategy and the Environment*, 20, 222-237.

Schlange, L. E. (2009). Stakeholder identification in sustainability entrepreneurship: The role of managerial and organisational cognition. *Greener Management International*, 55: 13–33.

Scholz, R. W. (2011). *Environmental Literacy in Science and Society by Roland W. Scholz*. Cambridge University Press (CUP): Cambridge, NY, USA.

Scholz, R. W., Czichos, R., Parycek, P. ve Lampoltshammer, T. J. (2020). Organizational vulnerability of digital threats: A first validation of an assessment method. *European Journal of Operational Research*, 282, 627–643.

Schroeder, A., Ziaee Bigdeli, A., Galera Zarcos, C. ve Baines, T. (2019). Capturing the benefits of industry 4.0: a business network perspective. *Production Planning & Control*, 30(16), 1305-1321.

Schumpeter, J. A. (1934). *The theory of economic development*. Cambridge MA: Harvard.

Secundo, G., Ndou, V., Del Vecchio, P. ve De Pascale, G. (2020). Sustainable development, intellectual capital and technology policies: A structured literature review and future research agenda. *Technological Forecasting and Social Change*, 153, 119917.

Shefiu, R. (2011). Entrepreneurship As A Poverty Escapist Strategy. *Continental Journal of Social Sciences*, 4(3), 14-18.

Shepherd, D. A. ve Patzelt, H. (2011). The new field of sustainable entrepreneurship: studying entrepreneurial action linking "what is to be sustained" with "what is to be developed. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 35, 137-163.

Sheth, J. ve Parvatiyar, A. (1995). Ecological imperatives and the role of marketing. Environmental marketing: Strategies, practice, theory, and research. Erişim adresi: https://www.jagsheth.com/marketing-research/ecological-imperatives-and-the-role-of-marketing/

Sitaridis, I. ve Kitsios, F. (2019). Entrepreneurship as a Career Option for Information Technology Students: Critical Barriers and the Role of Motivation. *Journal of the Knowledge Economy*, 10, 1133-1167.

Smith, N. R. (1967). *The Entrepreneur and His Firm: The Relationship between Type of Man and Type of Company*. Bureau of Business Research, East Lansing, Michigan: Michigan State University Press.

Stam, E. (2015). Entrepreneurial ecosystems and regional policy: A sympathetic critique. *European Planning Studies*, 23, 1759-1769.

Steiner, G., Risopoulos, F. ve Mulej, M. (2015). Social Responsibility and Citizen-Driven Innovation in Sustainably Mastering Global Socio-Economic Crises. *Systems Research and Behavioral Science*, 32, 160–167.

Sussan, F. ve Acs, J. Z. (2017). The digital entrepreneurial ecosystem. *Small Business Economics*, 49, 55–73.

Tardieu, H. (2014). Sustainability and digital revolution: a winning combination. Erişim adresi: https://ascent.atos.net/sustainability-digital-revolution-winning-combination/

Tietenberg, T. H. (2000). Sustainable development: defining the concept. T. H. Tietenberg (Ed.). Environmental and Natural Resource Economics, (s. 86–98), içinde. Reading, MA: Addison-Wesley.

Timmons, J. A. ve Spinelli, S. (2007). *New Venture Creation, Entrepreneurship for the 21. Century*. New York: McGrawHill.

Toker, K. ve Çınar, F. (2017). Sağlık Sektöründe Kurumsal Sürdürülebilirlik Yönetimi ve İstanbul Avrupa Yakasında Faaliyette Bulunan Hastanelerde Bir Araştırma. International Conference on Eurasian Economies, s. 412-417, Bişkek.

Toma, S., Grigore, A. Ve Marinescu, P. (2013). Economic development and entrepreneurship. 1st International Conference 'Economic Scientific Research - Theoretical, Empirical and Practical Approaches', ESPERA, Procedia Economics and Finance, s. 436 – 443.

Tracy, M, (2013). The State of Entrepreneurship in Turkey. Wilson Center for Social Entrepreneurship, 11, Erişim adresi: https://digitalcommons.pace.edu/wilson/11

Trends, S. (2018). Small Business, Entrepreneur, Startup: Which Do You Identify With? – Small Business Trends. Erişim adresi: https://smallbiztrends.com/2011/03/small-business-entrepreneur-startup.html.

Turner, R. K. (1988). Sustainability, resource conservation and pollution control: an overview. R. K. Turner (Ed.) Sustainable Environmental Management: Principles and Practice (s. 621-630), içinde. London: Belhaven Press.

Tusso-Pinzón, R. A., Castillo-Landero, A., Matallana-Pérez, L. G. ve Jiménez-Gutiérrez, A. (2020). Intensifed synthesis for ethyl lactate production including economic, sustainability and inherent safety criteria. *Chemical Engineering and Processing-Process Intensifcation*, 154, 108041.

UNDP. (2015). Sürdürülebilir Kalkınma Amaçları Yatırım İnisiyatifi. Erişim adresi: https://www.undp.org/tr/turkiye/projects/surdurulebilir-kalkinma-amaclari-yatirim-inisiyatifi

Ünal, A. (2009). Girişimcilik ve KOBİ'ler İçin Kümelenmenin Önemi. *Ekonomi ve Sosyal Araştırmalar Derneği Müsiad Çerçeve Dergisi*, 51, 78-82.

Vallance, S., Perkins, H., ve Dixon, J. (2011). What is social sustainability? A clarification of concepts. *Geoforum*, 3, 342-348.

Van Aardt, I., Van Aardt, C., Bezuidenhout, S and Mumba, M. (2008). *Entrepreneurship and new venture management*. Southern Africa: Oxford University Press.

Van de Ven, A. H. (1993). The development of an infrastructure for entrepreneurship. *Journal of Business Venturing*, 8, 211–230.

Veit, D., Clemons, E., Benlian, A., Buxmann, P., Hess, T., Spann, M., Kundisch, D., Leimeister, J. M. ve Loos, P. (2014). Business Models - An Information Systems Research Agenda. *Business & Information Systems Engineering*, 6, 45–53.

Vesper, K. H. (1980). *New Venture Strategies*. Englewood Cliffs, N. J. : Prentice Hall.

Vezzoli, C. ve Manzini, E. (2008). *Design for Environmental Sustainability*. London: Springer-Verlag.

Vial, V., Hanoteau, J., & Prévot, F. (2011). Does Entrepreneurship Improve Economic Well-Being?. Frontiers of Entrepreneurship Research, 31(4), 1-5.

Von Briel, F., Davidsson, P. ve Recker, J. (2018). Digital technologies as external enablers of new venture creation in the IT hardware sector. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 42, 47–69.

Wade, M. A. (2015). *Conceptual Framework for Digital Business Transformation*. Lausanne, Switzerland: IMD.

Wickham, P. (2001). *Strategic entrepreneurship: A Decision Making Approach to New Venture Creation And Management*. London: Financial Times/Prentice Hall.

World Commission on Environment and Development. (1987). *Our Common Future*. New York: Oxford University Press.

Wujung, A. ve Mbella, E. (2014). Entrepreneurship and poverty reduction in Cameroon A Vector Autoregressive Approach. *Archives of Business Research*, 2, 1-11.

Xu, G., Hou, G. ve Zhang, J. (2022). Digital Sustainable Entrepreneurship: A Digital Capability Perspective through Digital Innovation Orientation for Social and Environmental Value Creation. *Sustainability*, 14(18), 11222.

Xu, L. D., Xu, E. L. ve Li, L. (2018). Industry 4.0: state of the art and future trends. *International Journal of Production Research*, 56(8), 2941-2962.

Yoo, Y., Henfridsson, O. ve Lyytinen, K. (2010). The New Organizing Logic of Digital Innovation: An Agenda for Information Systems Research. *Information Systems Research*, 21, 724–735.

Yu, C., Zhang, Z. ve Liu, Y. (2019). Understanding new ventures' business model design in the digital era: An empirical study in China. *Computers in Human Behavior*, 95, 238–251.

Zimmerer, W. ve Scarborough, N. (2005). Essentials of Entrepreneurship And Small Business Management. India: Prentice Hall.

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Adı ve Soyadı : FAARES SOHAEL SHIBAN SHAABAN

Eğitim

Yüksek Lisans	Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı	2020-Halen
Lisans	Tikrit Üniversitesi Yönetim ve Ekonomi Fakültesi İşletme Bölümü	2010-2015

6. ÖZGEÇMIŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

ORCİD	**0000-0002-2129-2503**
Adı Soyadı	**FAARES SOHAEL SHIBAN SHAABAN**
Doğum Yeri	**Iraq**
Doğum Tarihi	**20-09-1979**

LİSANS EĞİTİM BİLGİLERİ

Üniversite	**Tikrit Üniversitesi**
Fakülte	**Yönetim ve Ekonomi Fakültesi**
Bölüm	**İşletme Bölümü**

YÜKSEK LİSANS EĞİTİMİ

Üniversite	**Çankırı Karatekin Ünıversıtesı**
Enstitü	**Sosyal Bilimler Enstitüsü**
Anabilim Dalı	**İşletme Anabilim Dalı**

İLETİŞİM

Adres	**Iraq**
E-mail	**farsiraq13@gmail.com**