Geliş/Received: 18.04.2025 | Kabul/Accepted: 15.09.2025 | Erken Görünüm/Early View: 11.11.2025

Review Article | Derleme Makalesi

Dijital dönüşümün iki yüzü: Dijital girişimcilik ve dijital liderlik üzerine bibliyometrik bir inceleme

Egehan Özkan Alakaş | Dr. Öğr. Üyesi, Ostim Teknik Üniversitesi, egehan.ozkan@ostimteknik.edu.tr, 0000-0002-6450-3892

Corresponding author/Sorumlu yazar: Egehan Özkan Alakaş

Öz

Dijital teknolojilerin hızla gelişimi, teknolojik altyapıların dönüşümünün yanı sıra yönetim anlayışlarının, liderlik biçimlerinin ve girişimcilik yaklaşımlarının yeniden tanımlanmasını da beraberinde getirmiştir. Bu dönüşüm süreci, dijital liderlik ve dijital girişimcilik gibi kavramların hem akademik hem de pratik düzeyde daha fazla ilgi görmesine neden olmuştur. Dijital liderlik, dijital vizyon geliştirme, teknolojik yenilikleri yönetme ve dijital kültürü şekillendirme kapasitesine sahip liderlik biçimi olarak tanımlanırken; dijital girişimcilik, dijital platformların sunduğu imkânlarla yenilikçi iş modelleri geliştirmeyi kapsayan bir yapı olarak ifade edilebilir. Literatürde bu iki kavram genellikle ayrı ayrı ele alınsa da aralarındaki ilişki giderek önem kazanmaktadır. Bu çalışma, dijital liderlik ve dijital girişimcilik kavramlarını birlikte ele alan nadir bibliyometrik çalışmalardan biri olarak, her iki kavramın akademik literatürdeki gelişimini, eğilimlerini ve kesişim noktalarını analiz etmeyi amaçlamaktadır. Çalışmada, 2020–2025 yılları arasında Web of Science veri tabanında dizinlenen ve dijital liderlik ile dijital girişimcilik anahtar kelimeleriyle ulaşılan toplam 706 yayın incelenmiştir. R tabanlı Bibliometrix ve Biblioshiny yazılımları ile gerçekleştirilen bibliyometrik analiz sürecinde yayın sayıları, yazar ve kurum üretkenliği, ülke katkıları, anahtar kelime ağları ve tematik kümelenmeler değerlendirilmiştir. Yenilik, strateji, teknoloji ve performans gibi temaların her iki kavramın kesişiminde öne çıktığı görülmüştür. Çalışma, dijital liderlik ve dijital girişimcilik alanlarını bir arada ele alarak disiplinler arası bir bakış açısı sunmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Dijital Girişimcilik, Dijital Liderlik, Örgütsel Dönüşüm, Dijital Yetkinlikler, Stratejik Yönetim

JEL Kodları: L26, M15, L21, M10

Two faces of digital transformation: A bibliometric study on digital entrepreneurship and digital leadership

Abstract

The rapid development of digital technologies has transformed technological infrastructures, management approaches, leadership styles, and entrepreneurial practices. This shift has intensified academic interest in concepts like digital leadership and digital entrepreneurship. Digital leadership is defined as developing a digital vision, managing technological innovation, and fostering a digital culture, while digital entrepreneurship focuses on creating innovative business models through digital platforms. Although often examined separately, the connection between these concepts has gained increasing importance. This study offers one of the few bibliometric analyses addressing both areas together, aiming to reveal their academic development, emerging trends, and intersections. A total of 706 publications indexed in the Web of Science database between 2020 and 2025 were analyzed using the keywords digital leadership and digital entrepreneurship. The bibliometric analysis, conducted with R-based Bibliometrix and Biblioshiny tools, covers publication trends, author and institutional productivity, country contributions, keyword co-occurrences, and thematic clusters. The findings highlight a notable increase in academic attention after the COVID-19 pandemic, with innovation, strategy, technology, and performance emerging as common keywords. By systematically mapping the literature, this study provides an interdisciplinary perspective and valuable insights for future research on the evolving relationship between digital leadership and digital entrepreneurship.

Keywords: Digital Entrepreneurship, Digital Leadership, Organizational Transformation, Digital Capabilities, Strategic Management

JEL Codes: L26, M15, L21, M10

Extended Summary

Digitalization has profoundly transformed not only technological infrastructures but also management practices, leadership styles, and entrepreneurial approaches. This transformation has led to the emergence of digital leadership and digital entrepreneurship as critical concepts in organizational studies. Organizations facing complex dynamics during digital transformation processes have recognized the necessity of redefining leadership practices and fostering innovation-centered entrepreneurship models.

Digital leadership is characterized by the ability to develop a digital vision, manage technological innovation, and shape a digital

How to cite this article / Bu makaleye atıf vermek için:
Özkan Alakaş, E. (2025). Dijital dönüşümün iki yüzü: Dijital girişimcilik ve dijital liderlik üzerine bibliyometrik bir inceleme. *KOCATEPEİİBFD, 27*(2), 459-475. https://doi.org/10.33707/akuiibfd.1679584

organizational culture. Digital entrepreneurship, on the other hand, involves leveraging digital platforms to implement innovative business ideas. Although traditionally studied separately, recent years have seen increasing academic attention to the interaction between these two concepts.

Digital leaders play a pivotal role in cultivating agile strategies that support entrepreneurial activities, demonstrating the interconnectedness of leadership and entrepreneurship in the digital era. Promoting an innovative culture within organizations not only drives technological advancement but also enhances entrepreneurial success, reflecting the multifaceted relationship between leadership and entrepreneurship.

Despite the clear interconnection, systematic research examining the overlap between digital leadership and digital entrepreneurship remains scarce. Addressing this gap, this study conducts a bibliometric analysis to explore the scholarly output related to these concepts. The research maps publication distributions, identifies prolific authors, influential journals, leading countries and institutions, and uncovers thematic structures and emerging trends.

Using Bibliometrix and Biblioshiny packages within the R programming environment, the study provides a comprehensive bibliometric investigation. This methodological approach allows for a detailed examination of not only the quantitative aspects of the literature but also the conceptual frameworks, collaboration networks, keyword co-occurrences, and developmental trajectories. Such a dual focus enhances both theoretical understanding and methodological rigor.

The findings reveal that digital leadership and digital entrepreneurship have become significant research themes across individual, organizational, sectoral, and global contexts. Since 2020, there has been a notable increase in publications on digital entrepreneurship, largely influenced by the acceleration of digitalization during global crises. Factors such as technological stress, digital self-efficacy, and the proliferation of artificial intelligence have significantly impacted digital entrepreneurial intentions.

Country- and institution-based analyses indicate that Italy, the United States, and China are leading contributors in terms of publication and citation volumes, with institutions like Politecnico di Milano and University of Salento playing prominent roles. These findings suggest a stronger research tradition in digital entrepreneurship within European and Anglo-Saxon academic spheres.In the domain of digital leadership, a similar upward trend in research activity is observed. Studies increasingly link digital leadership to various disciplines such as technology management, sustainability, and organizational psychology. Digital leadership is seen as crucial for setting visions, enhancing digital competencies among employees, and fostering adaptive organizational cultures. The integration of transformational leadership principles with digital technological advancements further underscores the evolving nature of leadership in the digital era.

The intersection between digital leadership and digital entrepreneurship is marked by shared thematic areas including innovation, performance, strategy, and technology. Analyses of keyword clouds, conceptual structure maps, and co-word networks reveal that these concepts extend beyond technical discussions to include elements of strategic management, individual psychology, and organizational design.

This study highlights that digital leaders are not merely managers of technology but also architects of cultural and organizational transformation. They are instrumental in developing digital skills among employees and promoting entrepreneurial initiatives within their organizations. The mutual reinforcement of digital leadership and digital entrepreneurship suggests a synergistic relationship essential for organizational success in the digital age.

By examining these two concepts together, the study addresses a significant theoretical and methodological gap in the literature. It emphasizes the necessity for more empirical investigations to validate and expand upon the identified relationships, particularly in diverse geographic and economic contexts. Future research should delve deeper into how digital leadership and digital entrepreneurship interact with broader social, ethical, and environmental dimensions of digital transformation.

Ultimately, this study offers an interdisciplinary, comprehensive, and contemporary perspective on leadership and entrepreneurship in the context of digitalization. By systematically analyzing the literature and mapping critical developments, it brings to light the intertwined evolution of digital leadership and digital entrepreneurship within management science, providing valuable insights for both scholars and practitioners navigating the digital transformation landscape.

Giriş

Dijitalleşme, teknolojik altyapıların dönüşümü ile yönetim anlayışının, liderlik biçimlerinin ve girişimcilik yaklaşımlarının köklü bir şekilde yeniden şekillenmesini beraberinde getirmiştir. Bu süreç, yönetim bilimlerinde ve örgütsel araştırmalarda dijital liderlik ve dijital girişimcilik gibi yeni kavramların öne çıkmasına neden olmuştur. Kurumların dijital dönüşüm süreçlerinde karşılaştığı karmaşık dinamikler, liderlik pratiklerinin yeniden tanımlanmasını ve inovasyon odaklı girişimcilik anlayışlarının geliştirilmesini gerekli kılmıştır. Böylece, dijital teknolojilerin sunduğu fırsatların stratejik olarak değerlendirildiği yeni iş modelleri gündeme gelmiş

ve bu gelişmeler hem akademik hem de uygulamalı düzeyde önemli bir araştırma alanı yaratmıştır. Dijital liderlik, organizasyonların dijitalleşme süreçlerinde vizyon geliştiren, teknolojik yenilikleri yöneten ve dijital kültürü şekillendiren liderlik tarzı olarak tanımlanırken (Alakaş, 2024), dijital girişimcilik ise dijital platformların olanaklarını kullanarak yenilikçi iş fikirlerinin hayata geçirilmesini kapsayan bir kavram olarak ifade edilmektedir (Arlott, Henike & Hölzle, 2019). Literatürde bu iki kavram çoğunlukla ayrı ayrı ele alınsa da son yıllarda aralarındaki etkileşime yönelik artan ilgi dikkat çekmektedir.

Dijital liderlerin, dijital girişimcilik faaliyetlerini destekleyen çevik stratejiler geliştirmesi ve inovatif kültürü teşvik etmesi, bu iki alan arasında doğrudan ve bütüncül bir ilişki olduğunu göstermektedir. Örneğin, Dapper (2019) ve Ardi vd. (2020), dijital liderliğin yenilikçi iş davranışlarını ve girişimcilik ruhunu desteklediğini ortaya koyarken, Saputra ve Saputra (2020) ile Liu vd. (2021) dijital örgüt kültürü ile girişimcilik başarısı arasında pozitif bir ilişki bulunduğunu vurgulamaktadır. Bu doğrultuda, dijital liderlik ve dijital girişimcilik kavramlarının aynı çatı altında ele alınması, dijitalleşmenin çok boyutlu etkilerini kavrayabilmek açısından büyük önem taşımaktadır. Ancak literatürde bu iki kavramın kesişim alanlarını sistematik biçimde inceleyen çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Bu eksiklikten hareketle, bu çalışma, dijital liderlik ve dijital girişimcilik alanlarında yapılan akademik yayını analiz etmeyi, temel eğilimleri, gelişim dinamiklerini, iş birliği ağlarını ve araştırma boşluklarını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda bibliyometrik analiz yöntemi kullanılarak, söz konusu iki kavrama ilişkin yayınların dağılımı, en fazla yayın yapan yazarlar, etkili dergiler, ülke ve kurum bazlı katkılar ile anahtar kavramlar üzerinden bir haritalama gerçekleştirilmiştir. Bibliyometrik analiz, literatürün nicel özelliklerini ortaya koyarak, araştırmacılara sistematik bir bakış açısı sunmakta ve gelecekte yapılacak çalışmalara yön verebilir (Karasözen ve diğerleri, 2012) Dolayısıyla, bu araştırma sadece mevcut bilgi birikimini anlaşılmasının yanı sıra dijital liderlik ve dijital girişimcilik alanlarının nerede buluştuğunu ve bu buluşmanın organizasyonel başarı açısından ne ifade ettiğini kavramaya yönelik teorik bir katkı sağlamayı hedeflemektedir.

Bu çalışma, literatürde dijital liderlik ve dijital girişimcilik kavramlarını birlikte ele alan nadir bibliyometrik analizlerden biri olmasının yanı sıra, yöntemsel açıdan da özgün bir yaklaşım benimsemektedir. Birçok benzer araştırmada genellikle tek kavram üzerinden ilerlenirken, bu çalışmada iki kavramın eş zamanlı incelenmesi ile disiplinler arası bir bakış açısı sunulmaya çalışılmıştır. Ayrıca, analiz sürecinde R programlama dili kullanılarak geliştirilen Bibliometrix ve Biblioshiny paketleri aracılığıyla kapsamlı bir bibliyometrik inceleme gerçekleştirilmiştir. Bu yaklaşım sayesinde, literatürdeki yayınların sadece nicel dağılımı incelenmeyip, aynı zamanda tematik yapıları, yazar ve kurum ağları, anahtar kelime birliktelikleri ve gelişimsel trendleri detaylı bir biçimde görselleştirilmiş hem teorik hem de yöntemsel anlamda literatüre önemli katkılar sunulmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda, dijital dönüşümün yön verdiği günümüz iş dünyasında, dijital liderlik ve dijital girişimcilik gibi kavramların etkileşimini anlaşılması hem akademik hem de stratejik yönetim ve organizasyonel gelişim açısından da kritik öneme sahip olduğu kabul edilebilir. Çalışma bu iki kavramın birlikte analiz edilmesinin gerekliliğini vurgulamakta ve literatürdeki boşlukları bilimsel yöntemlerle ortaya koyarak alana katkı sunmayı amaçlamaktadır.

1. Literatür Taraması

1.1. Dijital Girişimcilik

Günümüzde dijital teknolojilerin hızlı gelişimi, girişimcilik faaliyetlerini yeniden tanımlamakta ve iş yapma biçimlerinde köklü dönüşümlere yol açmaktadır. Dijital girişimcilik, dijital teknolojilerin sunduğu olanaklar sayesinde girişimcilik süreçlerinin yeniden yapılandığı, yenilikçi iş modellerinin geliştirildiği ve dijital ekosistemlerin ön plana çıktığı bir alan olarak dikkat çekmektedir (Sitaridis & Kitsios, 2023; Upadhyay vd., 2021). Geleneksel girişimcilik anlayışının ötesine geçen bu yapı, teknolojik araçlar ile girişimci bireylerin fikirlerini daha hızlı, esnek ve ölçeklenebilir biçimde hayata geçirebilmesini mümkün kılmaktadır.

Dijital girişimcilik, esnek yapısı, inovatif potansiyeli ve teknolojik temelli ilerleyişi ile günümüz ekonomilerinde stratejik bir öneme sahiptir. Dijital araçların yaygın kullanımı, bireylerin girişimcilik eğilimlerini şekillendirmekte; politika yapıcılar, eğitim kurumları ve özel sektör ise bu dönüşümü destekleyecek stratejiler geliştirmektedir. Bu yönüyle dijital girişimcilik, ekonomik bir faaliyet olmanın yanı sıra aynı zamanda dijital çağın getirdiği yeni bir yaşam ve çalışma kültürünün de temel taşı olarak kabul edilebilir.

Literatürde dijital girişimcilik ile ilgili pek çok tanım bulunmaktadır. Yaghoubi vd. (2012) dijital girişimciliği, geleneksel girişimciliğin dijitalleşme ile şekillenmiş bir alt dalı olarak değerlendirmektedir. Du vd. (2018), dijital girişimciliği dijital teknolojiler ile girişimciliğin kesişim noktası olarak ifade ederken; Çelebi (2021), dijital girişimciliği işletme fonksiyonlarının, ürün ve hizmetlerin dijital araçlar aracılığıyla gerçekleştirilmesi süreci olarak tanımlamaktadır. Bu tanımlar dijital girişimciliğin çok boyutlu ve disiplinler arası niteliğini de vurgulamaktadır.

Dijital girişimcilik, yalnızca teknolojik araçların kullanımını değil, aynı zamanda bireysel yetkinlikler, psikolojik faktörler ve toplumsal bağlamın etkilerini de içeren çok boyutlu bir yapıdır. Dijital altyapının girişimcilik ekosistemiyle birleşimi, bireylerin girişimcilik kapasitesini genişletmekte ve onları bu alana yönlendirmektedir (Paul, Alhassan, Binsaif & Singh, 2023).

Dijital girişimcilik aynı zamanda geniş bir ekosistem içinde değerlendirilmekte olup, bu ekosistemler hem bireysel hem de kurumsal düzeyde desteklenmektedir. Fernandes vd. (2024), dijital girişimciliğin kuramsal temellerini analiz ettikleri sistematik

çalışmalarında, bu alanın hâlen gelişmekte olan bir araştırma sahası olduğunu ve teorik bütünlük açısından eksiklikler taşıdığını ifade etmektedir. Öte yandan, Sánchez-Vera ve López-Vicent (2024), üniversite öğrencilerinin dijital girişimcilik konusundaki yeterliklerini inceledikleri çalışmada, dijital girişimciliğin eğitsel ve toplumsal boyutlarına vurgulanmaktadır. Miah vd. (2025), dijital girişimcilik alanına yönelik akademik ve politik ilginin son yıllarda hızla arttığını belirtmektedirler. Bu ilginin özellikle kadın girişimciliği, sosyal inovasyon, devlet destekleri ve start-up kuluçka sistemleriyle iç içe geçtiği görülmektedir. Bu bağlamda dijital girişimcilik, bireysel kariyer ve ekonomik kalkınma aracı ve toplumsal dönüşümün bir parçası olarak da değerlendirilebilir.

1.2. Dijital Liderlik

Dijital dönüşüm, teknolojik sistemlerin entegrasyonu, iş yapış biçimlerinin, kültürel yapının ve liderlik anlayışının köklü bir şekilde değişimini gerektiren bütüncül bir süreçtir. Bu dönüşüm sürecinin etkin bir şekilde yönetilmesinde liderlik kritik öneme sahiptir. Özellikle dijital liderlik, yalnızca dijital teknolojilerin kullanımına odaklanmayan, aynı zamanda dijital çağın gerektirdiği stratejik vizyon, organizasyonel kültürün dönüşümü, çalışanların dijital yetkinliklerinin geliştirilmesi ve çevik karar alma becerilerini içeren çok boyutlu bir liderlik biçimi olarak tanımlanmaktadır (Lin, 2024; Kane vd., 2019). Kane vd. (2019) ve Sousa & Rocha (2019), dijital liderlerin organizasyonları yalnızca dijital araçlarla donatmakla kalmayıp; aynı zamanda değişime açık, esnek ve inovatif bir iş kültürü inşa ettiğini vurgulamaktadır. Shin ve vd. (2023), dijital liderliğin hem doğrudan hem de dijital kültür ve çalışanların dijital yetkinlikleri aracılığıyla dolaylı olarak örgütsel performansı artırdığı üzerinde durmaktadır. Bu bulgular, dijital liderliğin sürdürülebilir rekabet avantajı sağlamada stratejik bir kaldıraç olduğunu destekleyebilir.

Lin (2024) dijital liderliğin temel boyutlarını; vizyon motivasyonu, dijital yetkilendirme, yenilikçilik ve girişimcilik, sınır ötesi iş birliği ve dinamik uyum sağlama kapasitesi olarak öne çıkarmaktadır. Bu boyutlar, liderlerin dijital teknolojileri benimsemelerini ve örgüt genelinde bir dijital dönüşüm kültürü oluşturmalarını da gerekli kılmaktadır. Bu bağlamda dijital liderlik, sıklıkla dönüşümcü liderlik (transformational leadership) anlayışı ile dijital yetkinliklerin bileşimi olarak ele alınmakta; dijitalleşmenin getirdiği karmaşık çevresel koşullara uyum sağlayan ve öğrenen yenilikçi örgütler yaratma kapasitesi ile ilişkilendirilmektedir (Mihardjo vd., 2019; Shin vd, 2023; Gök & Erdoğan, 2022). Kamu sektörü özelinde yapılan güncel araştırmalar, dönüşümcü liderliğin dijital dönüşüm süreçlerinde kurumsal çevikliği artırdığını, bunun da dijital projelerin başarısına doğrudan katkı sağladığını ortaya koymaktadır (AlNuaimi vd., 2022; Iqbal vd., 2024). Yeni Kurumsal Kuram (New Institutional Theory – NIT) çerçevesinden bakıldığında ise dijital liderlik teknik değişimle beraber kurumun normlarını, değerlerini ve inanç sistemlerini dönüştüren bir güç olarak değerlendirilmektedir (Hinings vd., 2018; Greenwood vd., 2017; Vial, 2019). Bu perspektiften liderler; stratejik karar alıcı olmanın ötesinde, dijital dönüşümün örgüt geneline yayılmasını sağlayan kültürel katalizörler olarak görülebilir. Özellikle çalışanların dijital teknolojilere adaptasyonu ve dijital becerilerinin gelişimi noktasında dijital liderlerin rehberliği belirleyici rol oynamaktadır (Avolio vd., 2014; Shin vd., 2023).

Sonuç olarak, dijital liderliğin dijital araçları etkin kullanma becerisi ile örgüt içi vizyonun dijitalleşme doğrultusunda yeniden şekillendirilmesi, çalışanların yetkinliklerinin geliştirilmesi, çevik yönetim yapılarının kurulması ve öğrenen bir örgüt ikliminin oluşturulması gibi çok katmanlı sorumluluklar içerdiği söylenebilir. Bu nedenle dijital liderlik, dijital dönüşüm süreçlerinin başarısı açısından temel bir örgütsel kapasite olarak değerlendirilebilir ve bu alanda yapılan çalışmalar, konunun hem akademik hem de yönetsel açıdan artan önemini ortaya koyabilir.

2. Model ve Veri Seti

Bu çalışma, dijital liderlik ve dijital girişimcilik kavramlarını aynı çatı altında inceleyerek, literatürdeki temel eğilimleri, gelişim dinamiklerini, iş birliği ağlarını ve araştırma boşluklarını sistematik olarak ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda, çalışmanın veri seti, Web of Science (WoS) Core Collection veri tabanında dijital liderlik (digital leadership) ve dijital girişimcilik (digital entrepreneurship) anahtar kelimeleri kullanılarak yapılan tarama ile oluşturulmuştur. Tarama sonucunda 2020–2025 yılları arasında yayımlanan toplam 706 akademik yayından oluşan bir veri seti elde edilmiştir.

Çalışmada herhangi bir akademik alan ayrımı yapılmayarak, Web of Science veri tabanında dizinlenen tüm konu alanlarındaki makaleler analize dahil edilmiştir. Bu kapsamda, yönetim, işletme, ekonomi, mühendislik, eğitim, bilgi sistemleri ve sosyal bilimler gibi farklı disiplinlerden yayınlar da analiz kapsamında alınarak çok disiplinli bir yapı üzerinden çalışma gerçekleştirilmiştir.

Bibliyometrik analiz sürecinde, R tabanlı Bibliometrix paketi ve görsel analiz arayüzü olan Biblioshiny yazılımı kullanılmıştır. Analiz kapsamında yayın eğilimleri, yazar ve kurum üretkenlikleri, ülke bazlı katkılar, anahtar kelime eş-oluşumları, atıf ağları ve tematik kümelenmeler detaylı biçimde incelenmiştir. Elde edilen bulgular, dijital liderlik ve dijital girişimcilik kavramlarının kesişim noktalarını belirlemenin yanı sıra, iki alanın etkileşiminden doğan potansiyel araştırma alanlarını da ortaya koymaktadır. Böylece, dijital dönüşüm sürecinde organizasyonel başarıyı etkileyen stratejik faktörlerin bütüncül bir perspektifle anlaşılmasına katkı sunulmaya çalışılmaktadır.

3.Yöntem

Çalışmada dijital liderlik ve dijital girişimcilik anahtar kelimeleri ile 2020-2025 ayına yıllara göre farklı disiplinlerden/alanlardan makalelere ulaşılmıştır. Verilerin yazar-atıf-ülke kelime ve özet analizleri incelenmiştir. Veri tabanı olarak Web of Science'da indekslenen içerikler alınmıştır. Çalışmanın analizinde Voswiever ve RStudio programları kullanılarak bibliyometrik analiz gerçekleştirilmiştir.

3.1. Amaç, Örneklem ve Sınırlamalar

Tablo 1. Tarama Kriterleri Tarama Kriterleri ve Sonuçları

Veri tabanları	WoS'ta Taranan Dizinler • SCI-Expended, SSCI, A&HCI, CPCI, ESCI
Anahtar Kelimeler	• Dijital Girişimcilik • Dijital Liderlik
Arama Kriterleri	• Mart 2025 sonuna kadar yayınlanacaktır • Nitel, nicel veya karma araştırma yöntemlerinin kullanımı • Tam metnin kullanılabilirliği
Sonuç Sayısı	706

Bu çalışma, dijital liderlik ve dijital girişimcilik anahtar kelimeleriyle 2020–2025 yılları arasında Web of Science veri tabanında indekslenen ve bibliyometrik yöntemle incelenen her iki kavram, dijital dönüşüm sürecinde öne çıkan güncel araştırma alanları olması nedeniyle birlikte ele alınmıştır İki kavramın farklı tematik yapılara sahip olmasına rağmen, analizlerde yenilik, strateji, performans ve teknoloji gibi ortak anahtar kelimeler ve temaların öne çıktığı görülmüştür. Bu durum, dijital liderlik ve dijital girişimciliğin yönetim literatüründe birbirini tamamlayıcı alanlar olarak konumlandığını ve dijitalleşmenin çok boyutlu etkilerini yansıttığını dair yorumlanabilir.

4. Bulgular

4.1. Çalışma 1.: Dijital Girişimcilik

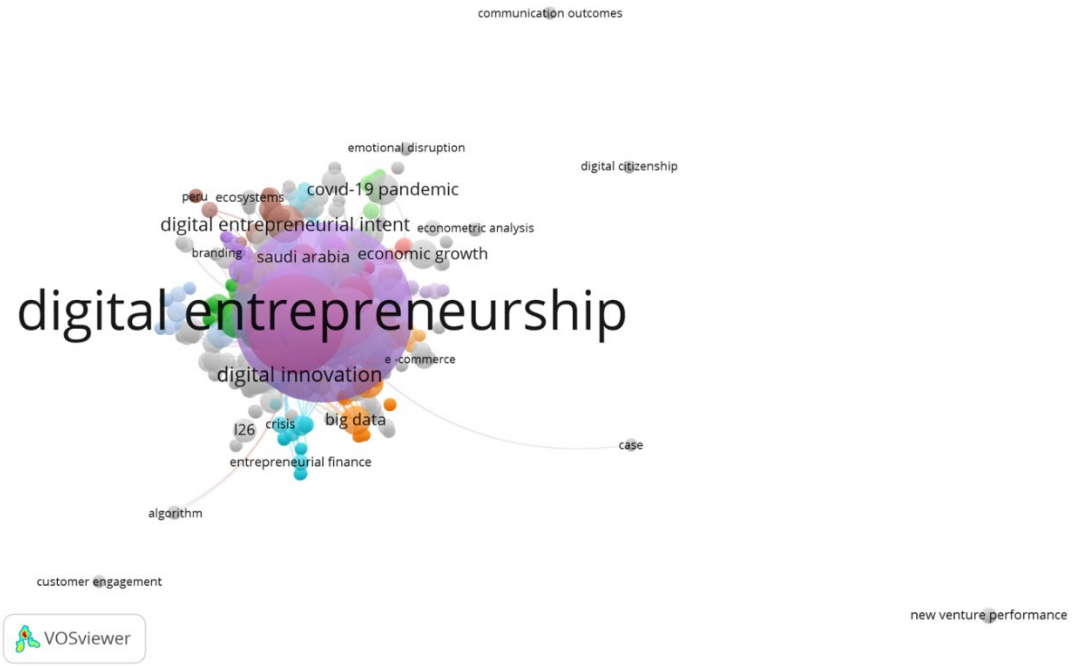
Tablo 2. Dijital Girişimcilik Dijital Girişimcilik Anahtar Kelimelerinin Yıllara Göre Dağılımı

Yıl	Sayı
2025	34
2024	103
2023	98
2022	89
2021	87
2020	41

Tablo 2.'de Dijital girişimcilik konusundaki son beş yılın yayın dağılımı incelenmiştir. Elde edilen sonuçlara göre 2020 yılından itibaren bir artış eğilimi gözlemlenmektedir. 2020 yılında yalnızca 41 olan yayın sayısı, 2021 yılında iki kat artarak 87'ye ulaşmış, 2022'de 89, 2023'te 98 ve 2024'te 103 yayın yayımlanmıştır. Bu artış, dijitalleşmenin özellikle COVID-19 pandemisiyle hız kazandığı dönemde girişimcilik alanında artan akademik ilgiyi yansıtmaktadır. Elde edilen veriler, dijital girişimciliğin güncel, dinamik ve giderek büyüyen bir araştırma alanı olduğunu, özellikle 2020 sonrası dönemde yoğun biçimde çalışıldığını ortaya koymaktadır.

Dijital Liderlik alanında yayınlanan makalelerde en sık kullanılan anahtar kelimeler analiz edilmiş ve Şekil 1'de sunulmuştur.

Şekil 1. Dijital Girişimcilik Anahtar Kelime Analizi



Anahtar Kelime Analizi (Şekil 1.) merkezinde yer alan dijital girişimcilik (digital entrepreneurship) terimi, literatürdeki en merkezi ve en sık kullanılan kavram olarak öne çıkmaktadır. Bu kavrama bağlı diğer anahtar kelimeler incelendiğinde, dijital yenilik (digital ınnovation) dijital girişimcilik niyeti (digital entrepreneurial ıntent) büyük veri (big data) elektronik ticaret (e-commerce) girişimcilik finansmanı (entrepreneurial finance) ekonomik büyüme (economic growth) gibi kavramların ile sıkı bağlantı içinde olduğu görülmektedir. Bu, dijital girişimciliğin yalnızca yeni iş kurma süreçleriyle sınırlı olmadığını; aynı zamanda teknolojik altyapılar, finansal stratejiler ve makroekonomik etkilerle bütünleşik bir şekilde ele alındığını göstermektedir. Ayrıca covid-19 pandemisi (covid-19 pandemic) duygusal bozulma (emotional disruption) kriz (crisis) gibi kavramların da belirgin şekilde yer alması, son yıllarda yaşanan küresel krizlerin dijital girişimcilik araştırmalarına yön verdiği söylenebilir. Özellikle pandemi sonrası dönemde dijital araçların önemi artmış ve bu da literatürde yeni temaların oluşmasına zemin hazırlamıştır. Şekil 1'in çevresel noktalarında yer alan dijital vatandaşlık (digital citizenship) müşteri etkileşimi (customer engagement) algoritma (algorithm) yeni girişim performansı (new venture performance) gibi kavramlar ise literatürde daha sınırlı ancak gelişme potansiyeline sahip alanları temsil etmektedir. Genel olarak bu ağ yapısı, dijital girişimciliğin merkezî bir araştırma alanı olduğunu, çok sayıda tematik başlıkla ilişkilendiğini ve hem bireysel hem de toplumsal düzeyde geniş bir kavramsal çerçeveye sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Literatürdeki bu yoğun kavramsal çeşitlilik, dijital girişimcilik araştırmalarının disiplinler arası bir kavram olduğunu göstermektedir.

Tablo 3. Dijital Girişimcilik Kategorisindeki Yazarlar ve Atıf Sayıları

Sıra	Yazar	Sayı	Atıf
1	Elia, Gianluca	3	496
2	Margherita, Alessandro	2	484
3	Cavallo, Angelo	5	473
4	Ghezzi, Antonio	5	469
5	Passiante, Giuseppina	1	465
6	Kraus, Sascha	7	273
7	Jafari-Sadeghi, Vahid	2	265
8	Candelo, Elena	1	245
9	Couturier, Jerome	1	245
10	Garcia-Perez, Alexeis	1	245

Tablo 3' de son beş yılda gerçekleşen dijital girişimcilik çalışmalarında en yüksek atıf alan ilk on yazar yer almaktadır. Bu alanda öne çıkan yazarların önemli bir kısmının birden fazla çalışma ile katkı sunduğu görülmektedir. Listenin başında yer alan Gianluca Elia, (496) literatürde en çok atıf sayısına sahiptir. Alessandro Margherita (484 atıf), Angelo Cavallo (473 atıf) ve Antonio Ghezzi (469 atıf) üst sıralarda yer almaktadır. Bu dört yazar, dijital girişimcilik literatürüne teorik çerçeve ve uygulamalı modellemeler açısından önemli katkılar sağlamaktadır. Giuseppina Passiante ise yalnızca bir yayınla listede yer almakta ve 465 atıfı bulunmaktadır. Bu durum, az sayıda fakat yüksek etkili yayınların da literatürde dikkat çektiğini göstermektedir. Sascha Kraus, 7 yayın ile en fazla yayına sahiptir. Ayrıca Candelo, Couturier ve Garcia-Perez gibi üç yazarın aynı atıf sayısıyla (245) sıralamayı paylaştığı görülmektedir. Tablo 3., dijital girişimcilik literatürünün belirli isimler etrafında yoğunlaştığını hem nitelikli bireysel katkılar hem de ekip çalışmasına dayalı yayınların alana yön verdiğini göstermektedir.

Tablo 4. Dijital Girişimcilik Alanında Yayınlanan Makalelerde En Sık Atıf Yapılan Ülkeler

Sıra	Ülke	Sayı	Atıf
1	İtalya	41	2078
2	Usa	50	1283
3	Almanya	41	1072
4	İngiltere	46	1031
5	Fransa	21	936
6	Çin	67	785
7	Avusturalya	26	529
8	Hindistan	23	492
9	Danimarka	9	463
10	Hollanda	6	318

Tablo 4'te dijital girişimcilik alanında son beş yılda en fazla yayın ve atıf sayısına sahip ilk 10 ülkeye ilişkin veriler incelenmiştir. İtalya 41 yayın ve 2078 atıf ile listenin ilk sırasında yer almakta ve alandaki bilimsel etkisini açıkça ortaya koymaktadır. ABD, 50 yayın ile en fazla belge üreten ülke olmasına rağmen, 1283 atıf ile ikinci sırada yer almıştır. Bu durum, ABD'nin üretkenliğinin yüksek olduğunu ancak yayın başına düşen atıf ortalamasında İtalya'nın gerisinde kaldığını göstermektedir. Almanya (1072 atıf) ve İngiltere (1031 atıf) de yüksek sayıda yayın (sırasıyla 41 ve 46) ve güçlü atıf sayılarıyla literatürde etkili ülkeler arasında yer almaktadır. Fransa, 21 yayınla daha az yayın yapmasına rağmen 936 atıf alarak yayın başına yüksek etki yarattığı görülmektedir. Bu, Fransa'nın alana nitelikli katkılar sunduğunu göstermektedir. Çin, 67 yayın ile en fazla yayın yapan ülke olmasına rağmen, toplam 785 atıf ile etki düzeyi bakımından alt sıralarda kalmıştır. Bu durum, yayın hacminin yüksek olmasına karşın, atıf yoğunluğunun görece daha düşük olduğuna işaret etmektedir. Avustralya, Hindistan ve Danimarka gibi ülkeler orta düzeyde yayın ve atıf sayısıyla dikkat çekerken, Hollanda, yalnızca 6 yayınla 318 atıf elde ederek yayın başına yüksek bir atıf ortalamasına sahiptir. Bu veriler genel olarak değerlendirildiğinde, dijital girişimcilik alanında Avrupa ülkelerinin (özellikle İtalya, Almanya, İngiltere ve Fransa) hem nicel hem de nitel katkı açısından öne çıktığı; Çin ve ABD gibi ülkelerin ise yayın hacmi açısından ön planda olduğu fakat her zaman aynı oranda atıf etkisi yaratmadığı görülmektedir. Yayın başına düşen atıf sayısı açısından bakıldığında, Fransa ve Hollanda gibi ülkeler dikkat çekici derecede yüksek bilimsel etki yaratmaktadır.

Tablo 5. Dijital Girişimcilik Alanında Yayınlanan Makaleler Kapsamında Faaliyet Gösteren Kurumlar

Sıra	Kurum	Sayı	Atıf
1	Politecnico di Milano	7	513
2	University of Salento	3	496
3	University of Turin	4	290
4	Coventry University	4	282
5	Copenhagen Business School	3	269
6	ESCP Europe	1	245
7	Swansea University	4	240
8	IDRAC Business School	3	221
9	University of Stuttgart	2	208
10	University of North Texas	2	205

Tablo 5 'de son beş yılda dijital girişimcilik alanında en yüksek atıf alan ilk 10 kuruma ilişkin bulgular verilmektedir. Analiz sonuçları Avrupa merkezli üniversitelerin bu alana yön verdiğini göstermektedir. Listenin başında yer alan Politecnico di Milano, 7 yayınla 513 atıf alarak hem yayın hem de etki açısından en güçlü kurumlardan biri olarak öne çıkmaktadır. University of Salento'nun 3 yayınla 496 atıf sayısı bulunmaktadır. University of Turin, Coventry University ve Copenhagen Business School gibi kurumlar da hem yayın hem de atıf sayısı bakımından yüksek katkı sağlamaktadır. Özellikle Coventry University ve Copenhagen Business School, Avrupa'daki dijitalleşme ve girişimcilik politikalarının akademik izdüşümünü yansıtan kurumlar arasında yer almaktadır. Tek yayına rağmen 245 atıf alarak listede yer alan ESCP Europe, tekil ancak yüksek etkili bir yayınla öne çıkmaktadır. Bu durum, az sayıda ancak nitelikli yayınların literatürde anlamlı bir yer edinebildiğini göstermektedir. Swansea University, IDRAC Business School, University of Stuttgart ve University of North Texas gibi kurumlar da listeye girerek, dijital girişimcilik alanında farklı ülkelerden gelen katkıların küresel düzeyde çeşitlendiğini ortaya koymaktadır. Genel olarak tablo, dijital girişimcilik alanının akademik yayınının yoğunlukla Avrupa'daki yükseköğretim kurumlarında kümelendiğini; aynı zamanda yayınların etki gücünün (atıf sayılarının) kurumlar arasında belirgin farklılıklar gösterebildiğini ortaya koymaktadır.

Tablo 6. Dijital Girişimcilik Konusunda Makale Yayınlayan Dergiler

Sıra	Dergi	Sayı	Atıf
1	Journal of Business Research	10	1,333
2	Technological Forecasting and Social Change	16	958
3	Sustainability	27	426
4	International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research	19	375
5	Small Business Economics	7	366
6	Journal of small business management	4	180
7	Technovation	6	154
8	Journal of Business Venturing	2	108
9	Journal of Strategy and Management	3	108
10	Information Systems Journal	4	102

Dijital girişimcilik alanında en çok yayın yapan dergilerin yayın ve atıf sayılarına göre dağılımı Tablo 6'da verilmiştir. Bu alanda hangi dergilerin daha etkili ve merkezi bir rol oynadığını ortaya koymaktadır. Atıf sayısında ilk sırada yer alan *Journal of Business Research*, 1.133 atıf ile alandaki en etkili yayın organı konumundadır. Bunu 958 atıfla *Technological Forecasting and Social Change* ve 426 atıfla *Sustainability* dergileri takip etmektedir. Bu dergilerin, yönetim bilimleriyle birlikte teknoloji, sürdürülebilirlik ve gelecek

çalışmaları gibi disiplinler arası temaları bir araya getirdiği görülmektedir. Ayrıca *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research* ve *Small Business Economics* gibi daha girişimcilik odaklı dergiler de yüksek atıf sayılarına ulaşarak alandaki temel referans kaynaklar arasında yerini almıştır. Elde edilen bulgular, dijital girişimcilik çalışmalarının hem teorik hem de uygulamalı düzeyde geniş bir ilgi gördüğünü ve özellikle iş dünyası, teknoloji ve inovasyon ekseninde yayımlandığını göstermektedir. Bu durum, dijital girişimciliğin çok disiplinli bir yapıya sahip olduğunu ve ilgili çalışmaların yalnızca girişimcilik literatürü ile sınırlı olmadığını teknoloji yönetimi, sürdürülebilir kalkınma ve stratejik yönetim gibi farklı alanlara da katkı sunduğunu göstermektedir.

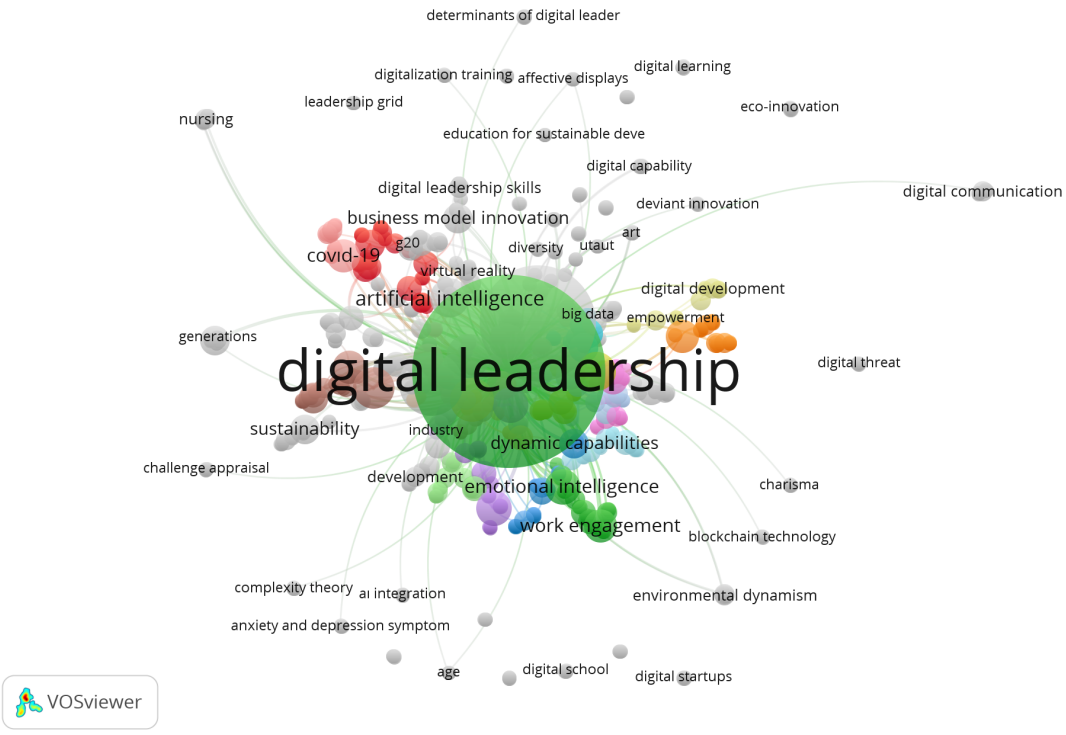
4.2. Çalışma 2: Dijital Liderlik

Tablo 7. Dijital Liderlik Anahtar Kelimelerinin Yıllara Göre Dağılımı

Yayın yılı	Sayısı
2025	32
2024	104
2023	47
2022	39
2021	21
2020	11

Dijital Liderlik alanında yayınlanan makalelerde en sık kullanılan anahtar kelimeler analiz edilmiş ve Şekil 3'te sunulmuştur.

Şekil 3. Dijital Liderlik Anahtar Kelimeler



Şekil 3. dijital liderlik konusundaki akademik literatürde en sık birlikte kullanılan kavramları görselleştirmektedir. Merkezde yer alan *dijital liderlik* kavramı; dijital dönüşüm, iş modeli inovasyonu, dijital yetkinlikler, yapay zekâ, dijital öğrenme, liderlik stilleri ve sosyal medya kullanımı gibi çok sayıda temayla güçlü biçimde ilişkilidir. Bu yapı, dijital liderliğin teknolojik gelişmelerin yanı sıra organizasyonel performans, insan kaynakları, bilgi paylaşımı ve dönüşüm süreçleriyle de bütüncül bir şekilde ele alındığını göstermektedir.

Tablo 8. Dijital Liderlik Kategorisindeki Yazarlar ve Atıf Sayıları

Sıra	Yazar	Sayı	Atıf
1	Arenas, Alvaro	1	165
2	Benitez, Jose	1	165
3	Castillo, Ana	1	165
4	Esteves, Jose	1	165
5	Karakose, Turgut	3	120
6	Borah, Prasad Siba	2	115
7	Iqbal, Shuja	2	115
8	Akhtar, Shamin	1	115
9	Carlucci, Daniela	1	102
10	Santarsiero, Francesco	1	102

Dijital liderlik yazar ve atıf analiz sonuçları Tablo 8'de yer almaktadır. Tablo 8'e göre, en yüksek atıf alan yazarlar arasında Arenas, Alvaro, Benitez, Jose, Castillo, Ana ve Esteves, Jose ilk sırada yer almakta olup, her biri 165 atıfla dikkat çekmektedir. Bu durum, dijital liderliğe ilişkin yapılan az sayıda fakat etkili çalışmaların literatürde güçlü bir şekilde yankı bulduğunu göstermektedir. Atıf sayısı bakımından öne çıkan bir diğer isim Karakose, Turgut olup, 3 yayında 120 atıf ile alandaki üretkenliği ve etkisiyle öne çıkmaktadır. Yine benzer şekilde, Borah, Prasad Siba ve Iqbal, Shuja hem yayın sayısı hem de yüksek atıf değerleriyle dijital liderlik literatürüne önemli katkılar sunmaktadır. Bu veriler, dijital liderlik çalışmalarının hem bireysel katkılar hem de etkili yayınlarla şekillendiğini ve literatürde disiplinler arası bir ilgi gördüğünü ortaya koymaktadır.

Tablo 9. Dijital Liderlik Üzerine Makale Yayınlayan Kurumlar

Sıra	Kurum	Sayı	Atıf
1	Univ Granada	2	175
2	EDHEC Business School	1	165
3	IE University	1	165
4	Fırat University	3	120
5	Kütahya Dumlupınar University	1	120
6	Jiangsu University	2	115
7	University of Basilicata	2	102
8	University of Hohenheim	2	102
9	University of Crete	1	100
10	Univ. of Applied Sciences & Arts Northwestern Switzerland	1	89

Tablo 9'da dijital liderlik alanında en fazla yayın yapan kurumlar incelendiğinde, Univ Granada 175 atıf ile listenin başında yer almakta ve bu alandaki etkisini ortaya koymaktadır. EDHEC Business School ve IE University her biri 165 atıfla ikinci sırayı paylaşmaktadır. Bu durum, özellikle İspanya ve Fransa merkezli kurumların dijital liderlik çalışmalarında etkin rol oynadığını göstermektedir. Türkiye'den Fırat Üniversitesi ve Kütahya Dumlupınar Üniversitesi ise 120 atıf ve yüksek toplam bağlantı gücü değerleriyle dikkat çekmektedir. Bu iki üniversitenin dijital liderlik alanına olan katkısı, Türkiye'deki akademik ilgiyi yansıtmaktadır. Ayrıca, University of Crete, University of Basilicata ve University of Hohenheim gibi Avrupa'daki diğer üniversitelerin de bu alanda anlamlı katkılarda bulunduğu görülmektedir. Bu veriler, dijital liderlik konusunun uluslararası bir ilgi alanı olduğunu ve farklı coğrafyalardan araştırmacıların katkısıyla şekillendiğini ortaya koymaktadır.

Tablo 10. Dijital Liderlik ile Yayınlanan Makalelerde En Sık Atıf Yapılan Ülkeler

Sıra	Ülke	Belge Sayısı	Atıf
1	Çin	46	446
2	Fransa	8	276
3	Almanya	23	251
4	Türkiye	8	231
5	İspanya	7	230
6	İngiltere	18	227
7	İtalya	11	193
8	Hindistan	10	150
9	Avusturalya	9	150
10	Güney Kore	9	107

Dijital liderlik alanında yapılan bibliyometrik analiz sonuçlarına göre, Çin Halk Cumhuriyeti 446 atıf ve 46 yayınla açık ara en etkili ülke konumundadır. Bu sonuç, Çin'in dijital dönüşüm ve liderlik üzerine yaptığı yoğun akademik çalışmalarla alandaki liderliğini pekiştirdiğini göstermektedir. Fransa (276 atıf) ve Almanya (251 atıf) gibi Avrupa ülkeleri de yüksek atıf sayılarıyla öne çıkarken, Türkiye 231 atıf ile dördüncü sırada yer almakta ve bölgesel düzeyde önemli bir aktör olduğunu ortaya koymaktadır. Türkiye'nin bu konudaki akademik katkısı, dijital liderliğin gelişmekte olan ülkelerde de giderek artan bir ilgi alanı haline geldiğine işaret etmektedir. İngiltere, İtalya, Hindistan, Güney Kore ve Avustralya gibi ülkelerin listede yer alması, dijital liderlik kavramının farklı coğrafyalarda, disiplinler arası yaklaşımlarla ele alındığını göstermektedir. Bu bulgular, dijital liderliğin küresel akademik gündemde önemli bir yer tuttuğunu ve ülkeler arası iş birliği fırsatlarına açık bir alan olduğunu ortaya koymaktadır.

Tablo 11. Dijital Liderlik Konusunda Makale Yayınlayan Dergiler

Sıra	Dergi	Sayı	Atıf
1	Sustainability	14	278
2	Information & Management	1	165
3	Frontiers in Psychology	12	132
4	Technology in Society	4	103
5	International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research	1	102
6	Journal of Business Research	2	89
7	Journal of Strategy and Management	2	89
8	Technovation	2	79
9	International Journal of Hospitality Management	1	72
10	Management Research Review	1	70

Tablo 11'e görüldüğü gibi dijital liderlik konusundaki literatürde en yüksek toplam bağlantı gücüne sahip derginin Sustainability olduğu görülmüştür. Bu dergi 14 makale ve 278 atıfla 3646 bağlantı gücüne ulaşmıştır. Onu Frontiers in Psychology ve Information & Management dergileri takip etmektedir. Elde edilen bulgular, dijital liderlik çalışmalarının sürdürülebilirlik, psikoloji ve bilgi yönetimi gibi çok disiplinli alanlarda yoğunlaştığını ortaya koymaktadır.

5. Dijital Liderlik ve Dijital Girişimcilik Kesişimindeki Temel Kavramlar

Bu bölümde, dijital liderlik ve dijital girişimcilik literatürlerinin kesişim kümesinde yer alan temel kavramlar, bibliyometrik analiz bulguları ışığında çok boyutlu olarak ele alınmıştır. Çalışma kapsamında yürütülen kelime bulutu, ortak kelime analizi, tematik haritalama ve üç saha grafiği gibi görsel olarak bu iki alanın birbirini nasıl tamamladığını, hangi kavramlar etrafında yoğunlaştığını

göstermektedir. Elde edilen veriler, iki kavramın strateji, inovasyon, çeviklik, dijital dönüşüm, liderlik becerileri, girişimcilik zihniyeti ve teknoloji kullanımı gibi kavramlar ile kullanıldığını göstermektedir.

5.1. Kelime Bulutu

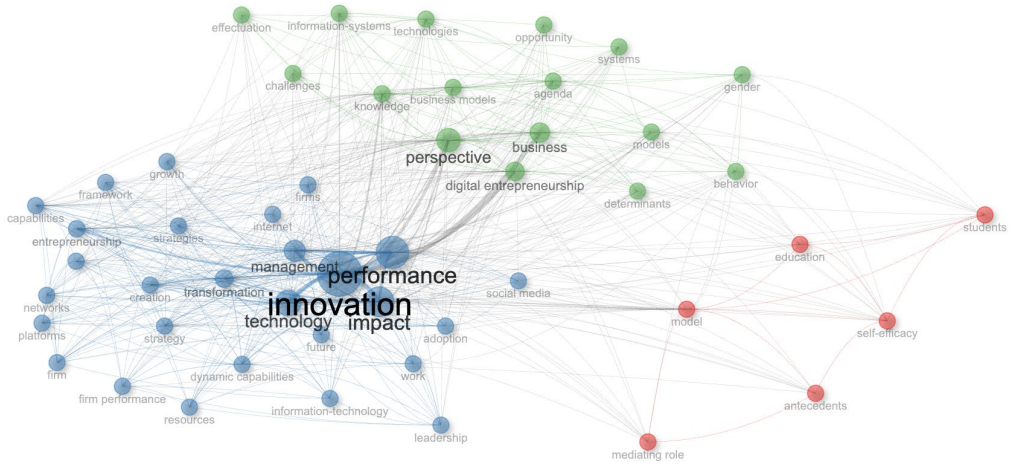
Şekil 4. Kelime Bulutu



Kelime bulutunda (Şekil 4.) innovation (yenilik) en büyük ve merkezi kelime olarak öne çıkmakta, bu da dijital liderlik ve girişimcilik çalışmalarında yenilik kavramının temel bir tema olduğunu göstermektedir. Performance (performans), impact (etki), technology (teknoloji) ve management (yönetim) gibi diğer öne çıkan kelimeler ise bu çalışmaların işletme çıktıları, teknolojik dönüşüm ve yönetimsel boyutlarla iç içe olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca digital entrepreneurship (dijital girişimcilik), transformation (dönüşüm), perspective (perspektif) ve knowledge (bilgi) gibi kavramlar, dijitalleşmenin girişimcilik pratiklerine etkisini ve bu alandaki çok boyutlu yaklaşımları vurgulamaktadır. Leadership (liderlik), strategy (strateji) ve capabilities (yetenekler) gibi kavramların varlığı, bireysel ve örgütsel kapasitenin dijital çağda ne denli önemli olduğunu gösterirken, modeller (models), çerçeve (framework), platformlar (platforms) gibi yapısal terimlerin kullanımı, araştırmaların teorik altyapılara dayandığını işaret etmektedir. Sonuç olarak bu kelime bulutu, dijital liderlik ve girişimcilik alanındaki çalışmaların; yenilik, teknoloji, performans ve strateji ekseninde şekillendiğini, çok disiplinli bir yaklaşımın benimsendiğini açıkça ortaya koymaktadır.

5.2. Ortak Kelime Analizi

Şekil 5. Ortak Kelime Ağı Analizi



Şekil 5.'de yer alan ortak kelime ağı analizi, dijital liderlik ve girişimcilik literatüründe öne çıkan kavramların nasıl kümelendiğini ve birbirleriyle olan ilişkilerini Şekil 5'te ortaya koymaktadır. Görseldeki noktalar anahtar kelimeleri, çizgiler ise bu kelimeler arasındaki eş görünüm ilişkisini temsil etmektedir. Düğümlerin büyüklüğü, ilgili kelimenin literatürdeki göreli önemini renkler ise farklı kavramsal kümeleri ifade etmektedir.

Mavi küme**,** yenilik (innovation), performans (performance), teknoloji (technology), etki (impact), yönetim (management), dönüşüm (transformation) ve bilgi teknolojisi (information technology*)* gibi kavramları içermekte ve bu küme dijital liderliğin teknoloji temelli ve performans odaklı yapısını göstermektedir.

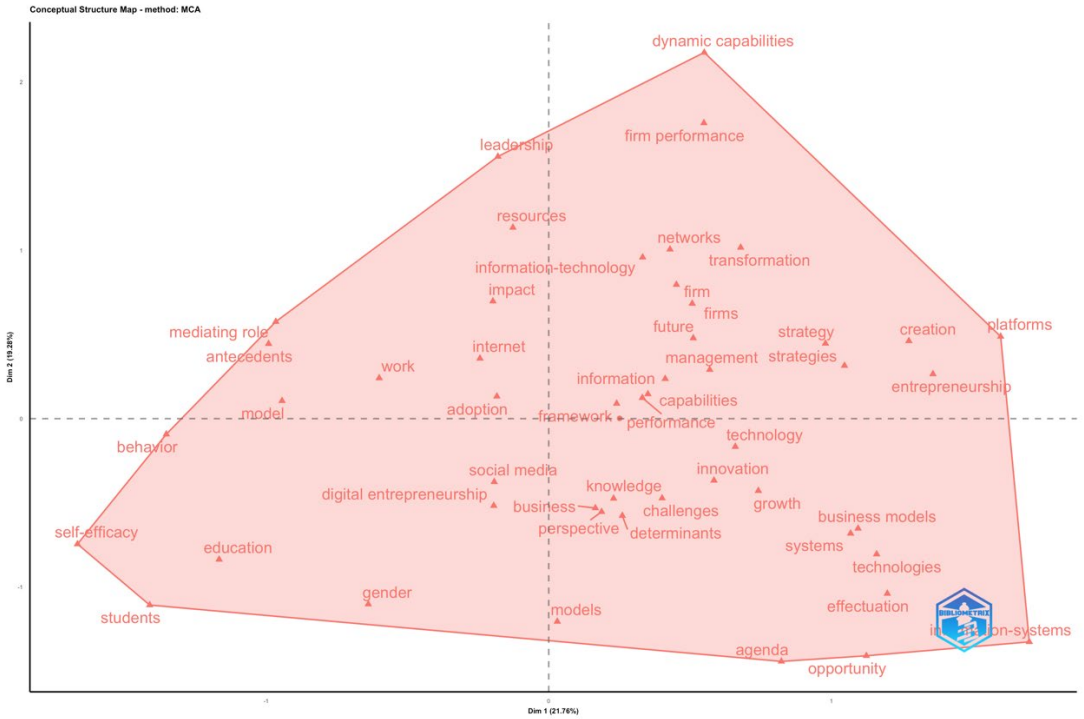
Yeşil küme**,** bakış açısı (perspective), dijital girişimcilik (digital entrepreneurship), iş (business), bilgi (knowledge), yetenekler (capabilities) ve fırsat (opportunity) gibi kavramlar etrafında toplanmıştır. Bu yapı, dijital liderliğin stratejik düşünce, fırsat yaratma ve bilgi temelli girişimcilik bağlamında değerlendirildiğini göstermektedir.

Kırmızı küme ise daha çok eğitim (education), öğrenciler (students), model, öz-yeterlik (self-efficacy) ve aracılık (mediating*)* role gibi kavramları içermektedir. Bu alan, dijital liderliğin bireysel ve pedagojik yönlerini, özellikle de öğrenci merkezli çalışmaları ve psikolojik değişkenlerle olan ilişkisini yansıtmaktadır.

Genel olarak analiz, dijital liderlik literatürünün *teknolojik performans, girişimcilik stratejileri ve bireysel/psikolojik gelişim* olmak üzere en az üç ana tema etrafında şekillendiğini göstermektedir. Bu da alanın disiplinler arası bir yaklaşımla ele alındığını ve farklı bilimsel perspektiflerden beslendiğini ortaya koymaktadır.

5.3. Kavramsal Yapı Haritası

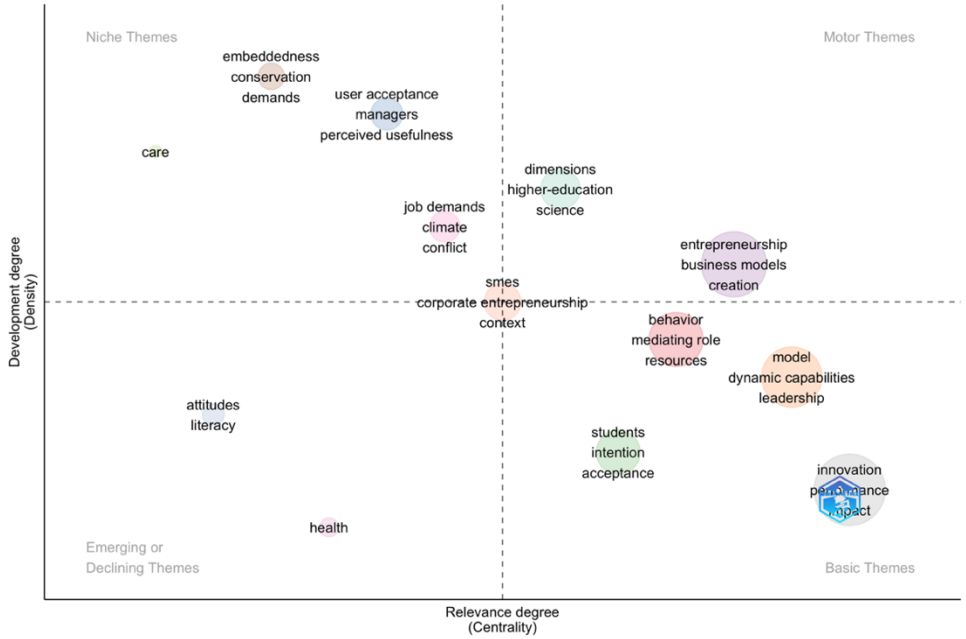
Şekil 6. Kavramsal Yapı Haritası Kavramsal Yapı Haritası



Kavramsal yapı haritası, anahtar kelimelere uygulanan faktör analizi sonucunda oluşturulmuştur. Bu harita (Şekil 6), değerleri anlamlı düzeyde farklılaşmayan anahtar kelimeler arasındaki eşleşmeleri görselleştirmekte ve literatürdeki tematik kümelenmeleri ortaya koymaktadır. Haritada yer alan kavramlar, belirli temalar etrafında gruplanmıştır. Örneğin; *firma performansı (firm performance), dinamik yetenekler (dynamic capabilities), strateji (strategy), girişimcilik (entrepreneurship)* gibi kavramların aynı bölgede yer alması, dijital liderlik ve girişimcilik çalışmalarının örgütsel strateji ve performans temelli yaklaşımlar çerçevesinde yoğunlaştığını göstermektedir. Diğer yandan, *öğrenciler (students), eğitim (education), öz-yeterlik (self-efficacy), davranış (behavior)* gibi bireysel ve pedagojik kavramların yer aldığı alt bölgede, dijital liderliğin birey temelli, özellikle de eğitimsel ve psikolojik yönleri vurgulanmaktadır. Bu kavramların mekânsal yakınlığı, aralarındaki kavramsal ilişkilerin güçlü olduğunu ve disiplinler arası bir yapının ortaya çıktığını göstermektedir. Nitekim, yönetim, teknoloji, eğitim ve girişimcilik gibi farklı alanlardan gelen terimlerin aynı yapısal bütünlük içinde yer alması, dijital liderlik araştırmalarının giderek daha entegratif ve çok disiplinli bir çerçeveye evrildiğine işaret etmektedir. Bu tür haritalar, yalnızca mevcut literatürü anlamakla kalmayıp, aynı zamanda gelecekteki araştırmalara yön vermek açısından da önemli bir analitik araçtır.

5.4. Dijital Liderlik ve Dijital Girişimciliğin Ontolojik ve Epistemolojik Temelleri

Şekil 7. Tematik Harita Tematik Harita



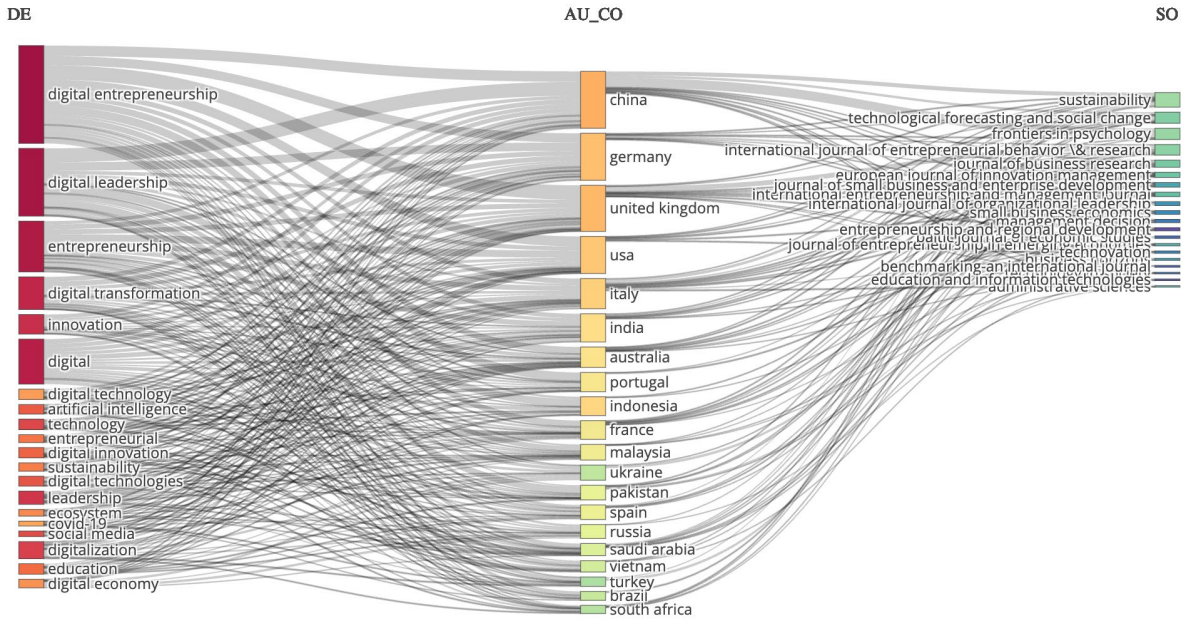
Tematik harita (Şekil 7.), anahtar kavramların gelişmişlik düzeyi (density) ve merkeziyet derecesi (centrality) açısından analiz edildiği iki boyutlu bir düzlemi göstermektedir. Bu analizde, kavramlar dört temel alanda sınıflandırılmıştır. Sağ alt kısımda yer alan temel temalar, literatürde en sık karşılaşılan ve merkezi öneme sahip kavramlardan oluşmaktadır. Bu alanda yer alan *yenilik (innovation), performans (performance) ve etki (impact)* gibi kavramlar, dijital liderlik ve girişimcilik çalışmalarının yapı taşı konumundadır. Sağ üst bölümde bulunan motor temalar hem yüksek merkeziyete hem de yüksek gelişmişlik düzeyine sahip olup, literatürdeki güncel eğilimleri ve araştırmaların odaklandığı güçlü tematik yapıları temsil etmektedir. Bu bölgede *girişimcilik (entrepreneurship), iş modelleri (business models) ve yaratım (creation)* gibi kavramların yoğunlaştığı görülmektedir. Bu durum, son yıllarda girişimcilik eksenli çalışmaların literatürde önemli bir konum kazandığını göstermektedir.

Sol üst bölümde yer alan niş temalar, teorik olarak gelişmiş fakat literatürde merkeziyeti düşük kavramları içermektedir. Sol alt bölgede konumlanan ortaya çıkan ve gerileyen temalar ise düşük merkeziyet ve gelişmişlik düzeyine sahip kavramlardan oluşmaktadır. *Sağlık (health), tutumlar (attitudes) ve okuryazarlık (literacy)* gibi kavramların bu alanda yer alması, bu temaların ya henüz yeterince gelişmediğini ya da zamanla önemini kaybettiğini düşündürmektedir.

Genel olarak harita, dijital liderlik ve girişimcilik literatürünün kavramsal olarak çok boyutlu bir yapıya sahip olduğunu ve farklı yoğunluk seviyelerinde ele alınan kavramların birbirinden ayrıştığını ortaya koymaktadır. Özellikle yenilik, girişimcilik ve performans kavramlarının temel yapıyı oluşturduğu, diğer bazı kavramların ise gelişmekte olan ya da daha niş alanlara işaret ettiği anlaşılmaktadır. Bu analiz, gelecekteki araştırmalar için hem odaklanılması gereken merkezi temaları hem de gelişime açık alanları ortaya koyması açısından değer taşımaktadır.

5.5. Üç Saha Grafiği

Şekil 8. Üç Saha Grafiği Üç Alan Grafiği



Üçlü Alan Grafiği (Şekil 8), dijital girişimcilik ve liderlik alanındaki temel temaların, bu temalar üzerine yoğunlaşan ülkelerle ve bu çalışmaların yayımlandığı akademik dergilerle olan ilişkisini ortaya koymak amacıyla oluşturulmuştur. Bu grafik, aynı zamanda dijitalleşme temelli araştırmaların yayılımını ve gelecekteki yönelimlerini analiz etmeye olanak sağlamaktadır. Şekil 9.'a göre, *dijital girişimcilik (digital entrepreneurship), dijital liderlik (digital leadership) ve yenilik (innovation)* en merkezi temalar arasında yer almakta; bu kavramların etrafında şekillenen araştırmaların literatürde oldukça yaygın olduğu görülmektedir. Temalarla ilişkili ülkeler arasında Çin**,** Almanya**,** Birleşik Krallık ve ABD öne çıkmakta, bu ülkelerin alandaki bilimsel yayını yönlendiren ön sıralarda olduğu anlaşılmaktadır. Ayrıca Hindistan**,** Türkiye**,** Endonezya ve Brezilya gibi gelişmekte olan ülkeler de belirli temalarla ilişkilendirilmiş, bu da dijital liderlik ve girişimcilik konularının küresel düzeyde yaygınlaştığını göstermektedir. Bu bağlamda, özellikle gelişmekte olan ülkelerde ilgili alanlarda yapılan çalışmaları teşvik etmek, literatürün çeşitlenmesi açısından önem arz etmektedir.

Yayınların büyük kısmı Technological Forecasting and Social Change**,** Sustainability ve Journal of Business Research gibi dergilerde yoğunlaşmakta; bu dergiler, dijitalleşme, yenilik ve liderlik temalarını disiplinler arası yaklaşımlarla ele almaktadır. Bu bulgular, literatürün yalnızca tematik ve coğrafi ele alınmamasını aynı zamanda yayınlar açısından da çeşitlendiğini ve disiplinler ötesi bir yapıya büründüğünü göstermektedir.

Sonuç

Bu çalışma, dijitalleşmenin iş dünyasında yarattığı dönüşümü iki temel kavram üzerinden ele alarak, dijital liderlik ve dijital girişimcilik literatürüne ait çalışmaları bibliyometrik yöntemle analiz etmeyi amaçlamıştır. Elde edilen bulgular, her iki kavramın da yalnızca bireysel düzeyde değil, aynı zamanda örgütsel, sektörel ve küresel bağlamda önemli araştırma temaları hâline geldiğini göstermektedir. Dijital girişimcilik alanında yapılan analizler, 2020 yılından itibaren belirgin bir yayın artışı olduğunu ortaya koymuştur. Özellikle COVID-19 pandemisiyle hızlanan dijitalleşme süreci, girişimciliğin doğasını yeniden şekillendirmiş ve dijital platformların sunduğu fırsatlar bireylerin girişimcilik eğilimlerini artırmıştır (Bui & Duong, 2024). Bu süreçte teknolojik stres, öz yeterlik ve yapay zekâ gibi faktörler dijital girişimcilik niyeti üzerinde doğrudan etkili olmuştur. Miah ve vd. (2025) çalışmalarında dijital girişimcilik ekosistemlerinin çeşitlendiğini vurgulamışlardır. Ülkeler ve kurumlar düzeyinde yapılan analizler ise İtalya, ABD ve Çin gibi ülkelerin hem yayın hem de atıf sayısı bakımından öne çıktığını, Politecnico di Milano ve University of Salento gibi kurumların literatüre yön verdiğini göstermektedir. Bu durum, dijital girişimciliğin özellikle Avrupa ve Anglo-Sakson akademik geleneklerinde daha yoğun çalışıldığını göstermektedir (Fernandes vd., 2024; Sánchez-Vera & López-Vicent, 2024). Dijital liderlik boyutunda ise yayınların son yıllarda önemli bir ivme kazandığı ve bu alandaki araştırmaların teknoloji, sürdürülebilirlik ve psikoloji gibi farklı disiplinlerle ilişkilendirilerek ele alındığı görülmüştür (Shin, Seo & Shin, 2023; Mihardjo vd., 2019). Özellikle dijital liderliğin organizasyonel dönüşüm süreçlerinde vizyon oluşturma, dijital yetkinlik kazandırma ve esnek kültür oluşturma gibi temel roller üstlendiği; bu bağlamda dönüşümcü liderlik ile dijital teknolojilerin birleşimi olarak değerlendirildiği vurgulanmaktadır (Lin, 2024; Kane vd., 2019). Çalışmanın bulguları, dijital liderlik kavramının hem gelişmiş ülkelerde hem de gelişmekte olan ekonomilerde ilgiyle ele alındığını ve farklı bağlamlarda çeşitli yönetsel etkilerinin analiz edildiğini göstermektedir. Özellikle Çin,

Fransa, Almanya ve Türkiye gibi ülkeler bu alanda dikkat çeken bilimsel çalışmalar ortaya koymaktadır. Üniversite ve dergi bazlı analizler de dijital liderlik konusunun disiplinler arası önemini desteklemektedir (Iqbal vd., 2024; AlNuaimi vd., 2022).

Her iki kavramın kesişim kümesi incelendiğinde, *yenilik (innovation), performans (performance), strateji (strategy) ve teknoloji (technology)* gibi temaların ortaklaştığı görülmektedir. Kelime bulutu, kavramsal yapı haritası ve ortak kelime ağı analizleri; dijital liderlik ve dijital girişimciliğin sadece teknik konularla ele alınmayıp, stratejik yönetim, bireysel psikoloji ve organizasyonel yapı gibi çok boyutlu bileşenlerle ele alındığını göstermiştir. Bu durum, dijital liderlerin teknolojiye hâkim bireyler olmasının yanında örgüt kültürünü dönüştüren, çalışanların dijital becerilerini geliştiren ve girişimcilik ekosistemini destekleyen aktörler olduğunu ortaya koymaktadır (Shin, Mollah & Choi, 2023; Abbu, Mugge & Gudergan, 2022).

Sonuç olarak, bu çalışma bulguları, dijital liderlik ve dijital girişimcilik kavramlarının uygulamada ve literatürde belirgin bir etkileşim içinde ele alındığını göstermektedir. Bu doğrultuda, her iki kavramın ortak temalar etrafında birleştiği ve dijital dönüşüm süreçlerinde birbirini destekleyen yönlere sahip olduğu söylenebilir. Literatürde bu iki kavramı birlikte inceleyen çalışmaların azlığı dikkate alındığında, bu çalışma hem kuramsal hem de yöntemsel açıdan önemli bir boşluğu doldurmaktadır. Ayrıca R tabanlı Bibliometrix ve Biblioshiny araçlarının kullanımıyla yapılan analiz, bu alanlarda çalışan araştırmacılar için yöntemsel olarak da örnek teşkil etmektedir.

Gelecekte yapılacak araştırmalarda dijital liderlik ve dijital girişimcilik ilişkisi daha fazla ampirik verilerle desteklenmelidir. Özellikle gelişmekte olan ülkelerdeki uygulamaların ve örnek olayların incelenmesi, literatürün coğrafi çeşitliliğini artıracaktır. Dijital dönüşümün sosyal, etik ve çevresel boyutları ile dijital liderlik-girişimcilik arasındaki etkileşimler daha derinlemesine analiz edilmelidir. Bu yönüyle çalışma, dijital çağın liderlik ve girişimcilik anlayışına disiplinler arası, bütüncül ve güncel bir bakış sunmakta; bu iki kavramın yönetim bilimi içindeki kesişimini somut verilerle görünür kılmaktadır.

This research article has been licensed with Creative Commons Attribution - Non-Commercial 4.0 International License. Bu araştırma makalesi, Creative Commons Atıf - Gayri Ticari 4.0 Uluslararası Lisansı ile lisanslanmıştır.

Yazar Katkıları
Yazar, çalışmayı tek başına hazırladığını beyan etmiştir.

Teşekkür Beyanı
Yazar(lar), çalışma için teşekkür beyanında bulunmamışlardır.

Destek Beyanı
Yazar(lar), çalışma için herhangi bir destekleyen beyanında bulunmamışlardır.

Çıkar Çatışması
Yazar(lar), çalışma için herhangi bir çıkar çatışması beyanında bulunmamışlardır.

Etik Beyanı
Yazar(lar), çalışma için Etik Kurul Onayı alınması gerekmediğini beyan etmişlerdir.

Kaynakça/References

Abbu, H., Mugge, P., & Gudergan, G. (2022). *Successful digital leadership requires building trust. Research-Technology Management, 65(5),* 29–33.

Abubakre, M., Ravishankar, M. N., & Coombes, P. H. (2021). *Navigating institutional voids in Africa: A digital entrepreneurship perspective. Technological Forecasting and Social Change, 173*, 121086.

Akour, M., & Alenezi, M. (2022). *Higher education future in the era of digital transformation. Education Sciences, 12(11)*, 784.

AlAjmi, M. K. (2022). *The impact of digital leadership on teachers' technology integration during the COVID-19 pandemic in Kuwait. International Journal of Educational Research, 112,* 101928.

Alakaş, Ö. E. (2024). Digital transformational leadership and organizational agility in digital transformation: Structural equation modelling of the moderating effects of digital culture and digital strategy. *Journal of High Technology Management Research 35 (2024) 100517*.

AlNuaimi, B. K., Singh, S. K., Ren, S., Budhwar, P., & Vorobyev, D. (2022). Mastering digital transformation: The nexus between leadership, agility, and digital strategy. *Journal of Business Research, 145*, 636–648.

Arlott, A., Henike, T., & Hölzle, K. (2019). Digital entrepreneurship and value beyond: Why to not purely play online. In J. M. Bauer & M. Latzer (Eds.*), Digital Entrepreneurship (pp. 1–22). Springer, Cham.*

Avolio, B. J., Kahai, S., & Dodge, G. E. (2014). E-leadership: Implications for theory, research, and practice. *The Leadership Quarterly, 25(1),* 105–131.

Block, J. H., Brohman, K., & Steininger, D. M. (2020). Digital entrepreneurship: Opportunities, challenges, and impacts. *Management Review Quarterly, 70(3),* 275–297.

Bui, H. N., & Duong, C. D. (2024). ChatGPT adoption in entrepreneurship and digital entrepreneurial intention: A moderated mediation model of technostress and digital entrepreneurial self-efficacy. *Equilibrium. Quarterly Journal of Economics and Economic Policy, 19(2),* 391–428.

Çelebi, F. (2021). Dijital Çağda Liderlik ve Girişimcilik. İksad Yayınevi.

Dapper, R. E. E. (2019). Leadership Styles and Entrepreneurial Orientation. European Journal of Business and Management, 11, 88-94.

Du, J., Leten, B.,Vanhaverbeke, W. (2018). Managing open innovation projects with digital tools: A dynamic capability perspective. *Technological Forecasting and Social Change, 132*, 128–138.

Fernandes, A. J. C., Ferreira, J. J., Fernandes, C. I., & Kraus, S. (2024). Digital entrepreneurship: Theoretical foundations, methods, and trends. *Foundations and Trends in Entrepreneurship, 20(6),* 574–678.

Gök, M. Ş., Erdoğan, E. (2022). The effect of digital leadership on organizational innovation: A systematic review. *Journal of Management & Organization Studies, 10(2),* 45–61.

Greenwood, R., Oliver, C., Sahlin, K., Suddaby, R. (Eds.). (2017). The SAGE Handbook of Organizational Institutionalism (2nd ed.). SAGE Publications.

Hinings, C. R., Gegenhuber, T., Greenwood, R. (2018). Digital innovation and transformation: An institutional perspective. *Information and Organization, 28(1),* 52–61.

Iqbal, S., Ahmad, N., Nasir, N. (2024). Digital transformation in public sector: The mediating role of digital leadership in service innovation. *Government Information Quarterly, 41(1),* 101851.

Kane, G. C., Palmer, D., Phillips, A. N., Kiron, D. (2019). Accelerating digital innovation inside and out: Agile teams, ecosystems, and ethics. *MIT Sloan Management Review, 60(3),* 34–43.

Karasözen, B., Bayram, Ö., Zan, B., U., (2009), Türkiye Bilim Göstergeleri Analizi, Türk Kütüphaneciliği, 23, 1, 4-21.

Lin, Q. (2024). Digital leadership: A systematic literature review and future research agenda. *European Journal of Innovation Management, 27(1), 1-20.*

Lin, X. (2024). Digital leadership and digital transformation: A systematic literature review. *Technology in Society, 78,* 102457.

Miah, M. T., Aiupova, N., Erdei-Gally, S., Fekete-Farkas, M. (2025). Digital entrepreneurship ecosystems: Then vs. now—a future perspective. *Digital Business, 5,* 100110.

Mihardjo, L., Sasmoko, S., Alamsyah, F., Elidjen, E. J. M. S. L. (2019). The influence of digital leadership on innovation management based on dynamic capability: Market orientation as a moderator. *Management Science Letters, 9(7),*1059-1070.

Paul, J., Alhassan, I., Binsaif, N., & Singh, P. (2023). Digital entrepreneurship research: A systematic review. Journal of Business Research, 156

Sánchez-Vera, M. del M., López-Vicent, P. (2024). The competence of digital entrepreneurship in education: Analysis of the perception of university students. *Intangible Capital, 20(2),* 376–392.

Shin, J., Mollah, M. A., Choi, J. (2023). The effect of digital leadership on digital culture and employees' digital capabilities. *Sustainability, 15(3),* 2027, 1-15.

Shin, Y., Seo, M. G., Shin, S. J. (2023). Digital leadership and organizational performance: A multilevel perspective. *Journal of Organizational Behavior, 44(3),* 425–443.

Sitaridis, I., Kitsios, F. (2023). Digital transformation and entrepreneurship: An integrated framework. *Journal of Innovation & Knowledge, 8(1),* 100291.

Sousa, M. J., Rocha, Á. (2019). Skills for disruptive digital business. *Journal of Business Research, 94*, 257–263.

Upadhyay, P., Upadhyay, A. K., Ghosh, S. (2021). Digital entrepreneurship: A systematic literature review and future research agenda. *Journal of Business Research, 136*, 227–245.

Vial, G. (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. The *Journal of Strategic Information Systems, 28(2),* 118–144.

Yaghoubi, N. M., Salehi, M., Eftekharian, A., Samipourgiri, E. (2012). Identification of the effective structural factors on creating and developing digital entrepreneurship in agricultural sector. *African Journal of Agricultural Research, 7(6),* 1047–1053.