



STRATEJİK YÖNETİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

Cilt/Volume : 4

Sayı/Issue : 1

Yıl/Year : 2021



Ex Oriente Lux...

**JOURNAL OF STRATEGIC
MANAGEMENT RESEARCH**

ISSN : 2636-7793

STRATEGIC
MANAGEMENT
RESEARCH

STRATEJİK YÖNETİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

JOURNAL OF STRATEGIC MANAGEMENT RESEARCH

Cilt / Volume: 4

Sayı / Issue: 1

Yıl / Year: 2021

Kurucu ve İmtiyaz Sahibi / Founder & Owner

Prof. Dr. Kubilay ÖZYER

Editörler / Editors

Prof. Dr. Kubilay ÖZYER

Dr. Öğr. Üyesi Musa Said DÖVEN

Editör Yardımcıları / Assistant Editors

Dr. Öğr. Üyesi Ersin IRK

Öğr. Gör. Dr. Alptekin DEVELİ

Yabancı Dil Editörü / Foreign Language Editor

Nour HUSSEIN

Grafik Tasarım

Öğr. Gör. Onur DAL

Yazışma Adresi / Mail Address

Prof. Dr. Kubilay ÖZYER

Stratejik Yönetim Araştırmaları Dergisi

Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi Taşlıçiftlik Yerleşkesi

İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü

60150 TOKAT

Tel: +90 356 252 16 16 – 2363

Fax: +90 356 252 16 73

E-Posta / E-Mail: stratejidergisi@gmail.com

STRATEJİK YÖNETİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

STRATEJİK YÖNETİM
ARAŞTIRMALARI DERGİSİ
(SYAD)

JOURNAL OF STRATEGIC
MANAGEMENT RESEARCH
(JOSMR)

Stratejik Yönetim Araştırmaları Dergisi (SYAD) yılda iki kez yayımlanan hakemli, bilimsel ve uluslararası bir dergidir. SYAD Index Copernicus, DRJI, International Scientific Indexing (ISI), Scientific Indexing Services, Rootindexing, ResearchBib, ASOS İndex dizinleri tarafından taranmaktadır. Stratejik yönetime ilişkin teorik ve görgül makalelere, yer verilen dergimizin temel amacı, bu alanlarda akademik bilginin üretimi ve paylaşımına katkı sağlamaktır. Dergimizde “Türkçe” ve “İngilizce” olmak üzere iki dilde makale yayımlanmaktadır. Dergiye yayımlanmak üzere gönderilen yazılar, belirtilen yazım kurallarına uygun olarak hazırlanmalıdır. Dergiye yayımlanmak üzere gönderilen yazılar, daha önce yayımlanmamış ve yayımlanmak üzere gönderilmemiş olmalıdır. Dergide yayımlanan yazılarda belirtilen görüşler, yazarlara ait olup SYAD’ın görüşlerini yansıtmaz. SYAD’da yayımlanmış yazıların tüm yayın hakları saklı olup, dergimizin adı belirtilmeden hiçbir alıntı yapılamaz.

The Journal of Strategic Management Researches (JOSMR) is an academic, peer-reviewed, scientific and international journal which is being published biannually. JOSMR is cited by Index Copernicus, DRJI, International Scientific Indexing (ISI), Scientific Indexing Services, Rootindexing, ResearchBib. ASOS İndex JOSMR, with it’s articles essentially aims to contribute to academic development and sharing in the fields of Strategic Management. In JOSMR, Articles are being published both in Turkish and English Languages. Articles which will be sent to JOSMR for publishing, should be prepared according to guideline of JOSMR. Articles which will be sent to JOSMR for publishing, must be not published before or not sent to other journals. The views presented in the JOSMR represent opinions of the respective authors. The views presented do not necessarily reflect the opinion of the JOSMR. Copyrights for all articles published in JOSMR reserved. For quotation, JOSMR must be cited

STRATEJİK YÖNETİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

İNDEKS BİLGİLERİ / INDEX INFORMATION

“Stratejik Yönetim Araştırmaları Dergisi” aşağıda yer alan indekslerde taranmaktadır.

“Journal of Strategic Management Research” is cited in the indexes below.



ASOS
indeks



INTERNATIONAL
Scientific Indexing

STRATEJİK YÖNETİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

Bilim Kurulu Members of the Science Board

Prof. Dr. A. Asuman AKDOĞAN <i>Erciyes Üniversitesi</i>	Prof. Dr. Tahir AKGEMCİ <i>Selçuk Üniversitesi</i>
Prof. Dr. Mehmet BARCA <i>Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi</i>	Prof. Dr. Adnan ÇELİK <i>Selçuk Üniversitesi</i>
Prof. Dr. Recai COŞKUN <i>İzmir Bakırçay Üniversitesi</i>	Prof. Dr. Ali DANIŞMAN <i>Ankara Sosyal Bilimler Üniversitesi</i>
Prof. Dr. Bayram Zafer ERDOĞAN <i>Anadolu Üniversitesi</i>	Prof. Dr. Nihat ERDOĞMUS <i>Yıldız Teknik Üniversitesi</i>
Prof. Dr. Mehmet ERYIGIT <i>Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi</i>	Prof. Dr. Dr. Usman GHANİ <i>IMSciences Pakistan</i>
Prof. Dr. Nurullah GENÇ <i>T.C. Merkez Bankası</i>	Prof. Dr. Asep HERMAWAN <i>Trisakti Üniversitesi, Endonezya</i>
Prof. Dr. Mesut İDRİZ <i>Sharjah Üniversitesi, BAE</i>	Prof. Dr. Farzand Ali JAN <i>Brains Institute, Pakistan</i>
Prof. Dr. Shah JEHAN <i>Iqra National Üniversitesi, Pakistan</i>	Prof. Dr. Mahir NAKİP <i>Çankaya Üniversitesi</i>
Prof. Dr. Tülay İLHAN NAS <i>Karadeniz Teknik Üniversitesi</i>	Prof. Dr. Khurram Sharif <i>Qatar University, Qatar</i>
Prof. Dr. Ömer TORLAK <i>İstanbul Ticaret Üniversitesi</i>	Prof. Dr. Deniz TAŞCI <i>Anadolu Üniversitesi</i>
Prof. Dr. Azmi YALÇIN <i>Çukurova Üniversitesi</i>	Prof. Dr. Husna Leila YUSRAN <i>Trisakti Üniversitesi, Endonezya</i>
Doç. Dr. Mahmut HIZIROĞLU <i>İstanbul Üniversitesi</i>	Doç. Dr. Umut KOÇ <i>Eskişehir Osmangazi Üniversitesi</i>

STRATEJİK YÖNETİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

Bu Sayıda Katkıda Bulunan Hakemler Reviewers List of This Issue

Doç. Dr. Erkut ALTINDAĞ
Beykent Üniversitesi

Doç. Dr. Ahmet GÜVEN
Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi

Doç. Dr. Mustafa KARA
Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Salih ARSLAN
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Tuba BIYIKBEYİ
Kilis 7 Aralık Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Mehmet BİÇER
Kilis 7 Aralık Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Onur DİRLİK
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Özüm EĞİLMEZ
Bilecik Şeyh Edebali Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Fatih ELİBOL
Tokat Gaziosmanpaşa Üniversitesi

Dr. Zümral GÜLTEKİN
Ondokuz Mayıs Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Emrah KOPARAN
Amasya Üniversitesi

Dr. Öğr. Üyesi Nazmiye Ülkü PEKKAN
Tarsus Üniversitesi

Dr. Muhammet Hamdi MÜCEVHER
Isparta Uygulamalı Bilimler Üniversitesi

Dr. Özgün ÜNAL
Sakarya Üniversitesi

STRATEJİK YÖNETİM ARAŞTIRMALARI DERGİSİ

İçindekiler	Sayfa No.
Table of Contents	Page Num.
<i>ARAŞTIRMA MAKALELERİ / RESEARCH ARTICLES</i>	
Kızıl Okyanuslarda Mücadele Etmek Yerine Mavi Okyanuslara Açılmak: Peki Ama Nasıl? Opening to The Blue Oceans Instead of Fighting in The Red Oceans: But How? Beyza ERER.....	1-20
Kamu Yönetimi Alanında Stratejik Yönetim Temalı Tezlerin Bibliyometrik Analizi: Ulusal Tez Merkezi Örneği Bibliometric Analysis of Strategic Management Theses in The Field of Public Administration: Case of National Thesis Center Mehmet DARICI	21-39
Firma Yaşı ve Büyüklüğü, Yönetici Sosyal Sermayesi ve Firma İtibarı Arasındaki İlişkiler Relationships Among Firm Age and Size, Managerial Social Capital and Firm Reputation Hakan BALTACI, Umut KOÇ	40-57
<i>DERLEME MAKALELER / REVIEW ARTICLES</i>	
Social Cognitive Theory As the Microfoundations of Dynamic Capabilities Dinamik Yeteneklerin Mikro Temelleri Olarak Sosyal Bilişsel Teori Mehmet BAĞIŞ.....	58-80
Dijital Dönüşüm Sürecinde Yükselen Bir Değer: Dijital Girişimcilik A Rising Value in Digital Transformation Process: Digital Entrepreneurship İlknur ÇEVİK TEKİN, Polathan KÜSBECİ	81-102

DİJİTAL DÖNÜŞÜM SÜRECİNDE YÜKSELEN BİR DEĞER: DİJİTAL GİRİŞİMCİLİK

A RISING VALUE IN DIGITAL TRANSFORMATION PROCESS: DIGITAL ENTREPRENEURSHIP

Öğr. Gör. Dr. İlknur ÇEVİK TEKİN

Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu
ORCID iD: 000-0002-0802-1733, ilknurtekin@selcuk.edu.tr

Dr. Polathan KÜSBECİ

Beykent Üniversitesi
ORCID iD: 0000-0002-4858-3853, scholar@polathan.com

ÖZET

Bu çalışmada, yeni girişimler başlatarak veya mevcut olanları dönüştürerek ekonomik veya sosyal değer yaratmak için dijital teknolojiyi kullanan dijital girişimcilik kavramı incelenerek, çalışma sonunda çeşitli öneriler geliştirmek amaçlanmıştır. Dijital girişimcilik, dijital dönüşüm sürecinde ortaya çıkan ve sürekli gelişim gösteren bir girişimcilik türüdür. Bu girişimcilik türü, dijital dönüşüm sürecinde yaşanan gelişmelerin ivme kazanmasıyla ve pandeminin etkisiyle son zamanlarda yükselen bir değer haline gelmiştir. Çalışmada kavramsal çerçeve ele alındıktan sonra, dijital girişimciliğin önemi, özellikleri, türleri, avantajları ve dijital girişimcilik ekosistemi irdelenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Dijital dönüşüm, dijital girişimcilik, dijital ekosistem, e-girişimcilik, dijital girişimcilik ekosistemi

ABSTRACT

In this study, the concept of digital entrepreneurship that uses digital technology to create economic or social value by initiating new initiatives or transforming existing ones is examined, and it is aimed to develop various suggestions at the end of the study. Digital entrepreneurship is a type of entrepreneurship that emerges in the digital transformation process and develops continuously. This type of entrepreneurship has recently become a rising value with the acceleration of developments in the digital transformation process and the impact of the pandemic. After discussing the conceptual framework in the study, the importance, features, types, advantages and digital entrepreneurship ecosystem of digital entrepreneurship are examined.

Keywords: Digital transformation, digital entrepreneurship, digital ecosystem, e-entrepreneurship, digital entrepreneurship ecosystem.



1. Giriş

Dijital teknolojilerin ortaya çıkışı, endüstrinin çalışma şeklindeki değişimlerin yaşanmasına neden olmaktadır. Dijital dönüşüm sürecinin yaşanması, geleneksel stratejileri, yapıları dönüştürmekte ve yeni iş yapma yollarına giden yolları açmaktadır. Teknolojide yaşanan bu gelişmeler, girişimcilik kavramını da önemli ölçüde değiştirmektedir. Dijital girişimciliğin büyüyen bir alan haline geldiği ve daha fazla girişimciyi cezbediği iş dünyasında işletmeleri dijital teknolojilerin avantajlarından yararlanmaya yöneltmektedir. Dijital girişimciler genellikle yenilik yapmak yerine sürekli olarak değer önerileri tasarlayarak sınırların ötesinde pazar fırsatlarından yararlanmaktadır. Dijital girişimciler endüstriyel sektörlerde iş modellerine meydan okuyarak ve yeniden yapılandırarak bilişim teknolojilerini etkin bir biçimde kullanmakta ve birçok fırsatı avantaja dönüştürmektedir (Satalkina ve Steiner, 2020b, s. 2). Dijital Teknoloji, teknolojinin veri ve internet gibi dijital olarak kullanılması ve tüm varsayımı başlangıç veya girişimcilik olarak değiştirmeye yardımcı olması için önemli bir araştırma trendi haline gelmektedir. Dijital dönüşüm, sosyoekonomik sistemleri etkilemekte olup, iş süreçlerinde, özellikle de kaynak talepleri, ağ oluşturma süreçleri ve girişimcilik faaliyetlerindeki iletişim mekanizmaları ile ilgili alanlarda kaçınılmaz değişiklikler sunmaktadır. Dijital girişimcilik geniş bir kapsam ve erişime sahiptir. Dijital girişimci üzerine yapılan çalışma sayesinde, her işletmenin göz önünde bulundurması gereken en önemli öneri, varlıklarını online platformlara taşımalarının gerekliliğidir. Bunun sonucunda işletmeler hayatta kalarak ve başarıyı yakalayabilmektedir. Geleneksel işletmelerin dijitalleşmesi ve çevrimiçi varlığını oluşturması önemli bir durumu teşkil etmektedir.

Dijital girişimcilik (e-girişimcilik), herhangi bir ülkenin ekonomik büyümesi için kilit bir faktör haline gelmektedir. Aynı zamanda işsizliğin azaltılmasına da önemli rol oynamaktadır. Dijital girişimcilik, internet, bilgi ve iletişim teknolojisi gibi teknolojik varlıklar aracılığıyla ortaya çıkan bir olgudur. Genel olarak, bir varlığı, hizmeti veya işletmenin büyük bir bölümünü dijitalleşmeye aktaran herhangi bir girişimcilik faaliyeti, dijital girişimcilik olarak nitelendirilebilmektedir. Bu nedenle, dijital girişimcilik, dijital ürün veya hizmetlere, dijital dağıtım, dijital bir iş yerine, dijital bir pazara veya bunların kombinasyonlarına dayanmakta olan yeni bir iş modelini içeren girişimcilik olarak ifade edilmektedir (Dutot ve Van Horne, 2015, s. 81). Dijital girişimciler, geleneksel girişimcilere kıyasla birçok farklılıkla karşı karşıyadır. Başarılı bir girişimci olmak için dijital girişimci, girişimcilikle ilgili tüm kavramları anlaması gerekmektedir. Girişimcilerin, girdikleri pazarın rakiplerle dolu olduğunu anlamaları da önemlidir. Bu nedenle dijital girişimcinin diğer girişimciler üzerinde rekabet üstünlüğüne sahip olması önemlidir. Modern Dijital teknolojiler, bu hedefe ulaşmalarına önemli bir aracı görev üstlenmektedir. Girişimcilik ekosistemi, bir bölgedeki ekonomiyi yönlendiren girişimcilerin oluşumunu ve büyümesini desteklemede iyi bilinen bir kavramdır. Bununla birlikte, hayatımıza daha yeni dijital teknolojiler girdikçe dijital girişimcilik de gelişim göstermektedir. Dijital girişimciler, Bilgi Teknolojisini girişimin iş modeline dahil ederek, yeni iş modelleri tasarlama ve uygulama imkanını elde etmektedir (Steininger, 2019, s. 364). Dijital dönüşüm süreci nasıl ki bireylerin yaşam biçimlerinde köklü değişiklikler meydana getirdiyse, örgütler açısından da büyük değişimlere yol açmaktadır. Girişimcilik kavramının gelişiminde büyük katkıları olan Schumpeter (1951-1961) “değişim” kavramı üzerinde çok durmuştur. Girişimcilerin değer yaratmak için değişiklikleri takip etmesi gerektiğinden bahsetmiştir. Günümüzde teknolojik



gelişmelerin inovasyona yaptığı katkı neticesinde değişim ve girişimcilik çok daha önemli hale gelmiştir. İşletmeler, departmanlarında, ürünlerinde, süreçlerinde örgüt yapılarında, iş modellerinde değişiklikler yaparak değişim sürecine uyum sağlamak zorundadırlar. Çevresel değişiklikleri göz ardı eden işletmelerin diğer işletmelerle rekabet etme şansı olmayıp, hayatta kalmaları bile mümkün değildir.

2. Dijital Dönüşüm

Son yıllarda, dijital dönüşüm, şirketlerin işlerini yürütme biçiminde devrim oluşturmakta ve iş modeli yeniliği ve uluslararasılaşma süreçlerini teşvik etmektedir. Dijitalleşme; tüketiciler ve işletmeler arasındaki geleneksel etkileşimi şekillendirmektedir (Matarazzo vd., 2020, s. 61-62). Dijital ekonomi çağında dijitalleşme artık işletmeler için teknik bir sorun olmaktan çok stratejik bir yönetim konusu haline gelmektedir. Dijitalleşme ve dijital dönüşüm ile ilgili güncel çalışmalar öncelikle bilgi teknolojisi / bilgi sistemi, ticari ekonomi ve sosyal bilimler alanlarına odaklanmakta ve dijitali dikkate almaktadır (Wang vd., 2020, s. 442). Çoğu dijital dönüşüm faaliyeti aynı zamanda inovasyon süreçlerinin dönüşümünü ve adaptasyonunu da içermektedir. Dijital yeniliğe odaklanma uzun zamandır bilgi ve iletişim sektöründeki şirketler için bir gerçek olsa da, artık makine, otomotiv, perakende ve lojistik gibi geleneksel endüstriyel sektörlerden birçok firma için de geçerli olmaktadır (Lichtenthaler, 2018, s. 499).

Dijitalleşmenin gelişimine dijital dönüşüm eşlik etmektedir. Bu nedenle işletmelerin, yeni teknolojilerin en verimli şekilde kullanılması ve iş uygulamalarında hızlı bir şekilde uygulanması için operasyon süreçlerini ve modellerini tamamen dönüştürmeleri gerekmektedir. Dijital dönüşüm, üretim çevresine odaklanmayı ve bu çevre birimini desteklemesi gereken veri işleme merkezlerinin esnekliğinde bir artışı gerektirmektedir. Bu süreç aynı zamanda, bakımı işletmeler için pahalı olabilen eski teknolojilerin kademeli olarak terk edilmesi ve ayrıca dijital dönüşümün sağladığı süreçlerin hızlandırılmasını desteklemesi gereken kültürde bir değişiklik anlamına gelmektedir (Sotnyk vd., 2020, s. 98). Dijital çağda başarılı olmak isteyen kuruluşlar, iş modellerini yeniden değerlendirmeli, dijital teknolojilerin potansiyelini ortaya çıkarmalı, geliştirmeli ve süreçlerini dönüştürmesi gerekmektedir. İşletme, iş modelinde köklü değişiklikler yaşadığında, mevcut tüm organizasyon mimarisinin dönüşümü ihtiyacı ortaya çıkmaktadır. İş dünyasında teknolojinin neden olduğu değişim, dijital dönüşüm eylem alanının odak noktasındadır. Mimariyi iş modelinden iş süreçlerine kadar ele alan işletmelerin dijital çağda başarıya ulaşabilmesi için; teknolojik ve süreçsel dönüşümden geçmesi gerekmektedir. Dijital dönüşüm, firmaların iş modellerini nasıl gerçekleştireceklerini, dijitalleşmenin işletmeyi nasıl etkilediğini ve işletmelerin kendisinin nasıl yönetilmesi gerektiğini anlamaları gerektiğini varsaymaktadır. İşletmelerin tüm mevcut altyapılarını, iş süreçlerini ve organizasyon yapılarını, veri ve uygulama sistemlerini yeni pazar koşullarını, yeni iş modellerini, yeni müşteri ihtiyaçlarının gereksinimlerini uyumlu hale getirmeleri gerekmektedir (Stepantseva, 2020, s. 15).

Geleneksel bir işletme, dijital dönüşüm yolunu izleyerek kendisini “dijital düşünme” şirketine dönüştürebilmektedir. Piyasanın böyle bir teşebbüsü tarafından sunulan ürünün kendisi de dijital hale gelmektedir. Teknolojiler piyasalar arasındaki olağan sınırları silmekte ve yeni iş modellerini tanımlamaktadır. Dünya, teknolojinin, iş süreçlerinin, iletişimin, yapay zeka gibi birçok şeyin benzeri görülmemiş düzeyde yakınsama ile karakterize edilen



dijital iş çağına girmektedir (Andriushchenko vd., 2019, s. 70). İletişim yöntemleri ve süreçleri, ağ oluşturma süreçleri ve bilgi akışlarıyla yakından ilişkili olan dijital dönüşüm, farklı yenilik sistemlerini etkileyen toplumsal geçişlerin bir faktörü haline gelmektedir. Dijitalleşme, dijital teknolojileri altyapısal hale getiren daha geniş sosyal ve kurumsal bağlamlara dijitalleştirme tekniklerinin uygulanmasına yönelik sosyoteknik bir süreçtir. Dijital dönüşümün kaynağı olarak dijitalleşme, dijital teknolojinin insan hayatının her alanında neden olduğu veya etkilediği değişimler olarak ifade edilmektedir (Satalkina ve Steiner, 2020a, s. 2). Ekonominin ve toplumun devam eden dijital dönüşümü, yeniliği teşvik etmek, verimlilik sağlamak, üretimi ve hizmetleri iyileştirmek ve bunu yaparken gelişmiş veya gelişmekte olan ekonomide daha kapsayıcı ve sürdürülebilir büyümeyi hızlandırmak için birçok avantaj sağlamaktadır (Vidas-Bubanja vd., 2019, s. 107-108). Dijital işletmeler, iş operasyonlarını iyileştirmek, yeni iş modelleri icat etmek, iş zekâsını keskinleştirmek, müşteriler ve paydaşlarla etkileşim kurabilmek için yeni dijital teknolojilerin (özellikle mobil teknoloji, büyük veri, bulut çözümleri) yüksek yoğunlukta kullanımıyla karakterize edilmektedir. İnternetin ve teknolojinin evrimi, kurumların yeni pazar fırsatları arama maliyetlerini azaltmalarına ve pazarlarını sürekli olarak genişletmelerine yol açmaktadır (Jafari-Sadeghi vd., 2021, s. 101). Dijital dönüşüm süreci, dijital girişimcinin işini etkili ve güçlü kılabilmek için yeni iş stratejilerini oluşturmasına yardımcı olmaktadır

3. Dijital Girişimcilik Kavramı

Girişimcilik kavramı kuruluş anlamına gelen Fransızca “enterprise” sözcüğünden türemiştir. Modern girişimcilik anlayışı ise 1755 senesinde yapılan Richard Cantillon’un girişimci tanımına dayanmaktadır. Girişimci, “belirsizlik ortamında fırsatları görebilen ve bu fırsatları değerlendirip hayata geçirebilmek için risk almaya hazır kişidir”. Bu tanımda özellikle önemli olan iki unsur vardır. Birincisi girişimcinin belirsizlik ortamında hareket etmesi, diğeri ise risk üstlenmesidir. Bilindiği gibi gelecek belirsiz olup, belirsizlikte risk içermektedir. Özellikle her şeyin baş döndürücü hızla değiştiği ve dijital dönüşümün yaşandığı günümüzde artan belirsizlik, riski arttırmaktadır. Dijitalleşme sürecinde girişimcilik kavramı da boyut değiştirmiştir. Günümüz girişimcisinin aldığı risk, kazandığı getiri geleneksel girişimcilikten farklıdır. Dolayısıyla, dijital girişimcilik geleneksel girişimcilikten farklı olup, gelişmekte olan bir kavramdır. Bilgi teknolojilerinde gelişmeler ile birlikte girişimciliğin birleşmesi sonucunda ortaya çıkan dijital girişimcilik kavramı; internet, bulut teknolojisi vb. yeni ortaya çıkmakta olan bilişim araçlarının iş hususunda kullanıldığı bir alan olarak tanımlanmaktadır (Eyel ve Sağlam, 2021, s. 8). Dijital girişimci, yenilikçi çözümlere ulaşılması açısından yapıcı bir biçimde davranarak risk alabilen ve bunları iyi bir biçimde yönetim ile entegre ederek, ekonomik aktivite veya sosyal fayda oluşturulmasında rol oynayan bireydir (Vural ve Çavuş, 2017, s. 52). Endüstri sektöründeki iç ve dış bilgi ve iletişim süreçlerindeki gelişmeler, elektronik bilgi teknolojileri tarafından daha fazla desteklenmektedir. Teknolojideki bu gelişmeler, özellikle verimlilikleri ve etkinlikleriyle ilgili olarak işletmelerin temel avantajlarının devam edebilmesini sağlamaktadır (Davidson ve Vaast, 2010, s. 2). Dijital girişimcilik ile ilgili bazı araştırmacıların tanımları Tablo 1’de verilmiştir.



Tablo 1

Dijital Girişimcilik ile İlgili Bazı Tanımlar

ARAŞTIRMACILAR	DİJİTAL GİRİŞİMCİLİK TANIMLARI
Kollman (2006)	Sanal platform üzerinden ürün ve hizmetler sunularak, yeni bir işletmenin kurulmasıdır.
Davidson ve Vaast (2010)	Dijital medya, bilgi ve iletişim teknolojilerinin girişimine dayalı fırsatların takibidir.
Hair ve diğerleri (2012)	Geleneksel girişimcilik yerine dijital platformlarda gerçekleştirilen girişimciliktir.
Yaghoubi ve diğerleri (2012)	Dijital ürün veya hizmetleri, dijital dağıtım, dijital bir iş yerini, dijital bir pazar yerini veya bunların bazı kombinasyonlarını içeren girişimciliktir.
Aulet ve Murray (2013).	Yerel faaliyette bulunmak yerine, teknoloji kullanımı sayesinde, bölgesel hatta küresel olarak faaliyet göstermeyi hedefleyen girişimcilik türüdür.
Rashidi ve diğerleri (2013)	İnternet ve Bilgi Teknolojilerinin kullanılarak işlerin gerçekleştirildiği girişimciliktir.
Guthrie (2014)	Elektronik ağ üzerinden ürün gelişimi ve gelir elde edilmesini sağlayan girişimlerdir.
Welsum (2016)	Pazara yeni dijital ürün veya hizmet getiren girişimleri hem de işletme içindeki mevcut iş faaliyetinin dijital dönüşümüdür.
Bogdanowicz (2016)	Teknolojiyi kullanarak ürünleri, süreçleri ve ekonomik faaliyetleri geliştiren bir değer oluşturma etkinliğidir.
Nambisan (2016)	Dijital teknolojiler ile girişimciliğin kesişimidir.
Parker ve diğerleri (2016)	Geleneksel girişimcilikten farklı olarak, dijital teknolojiler kullanan ve üretim hızı ve yayılma açısından farklı sonuçlar doğuran girişimcilik türüdür.
Sussan ve Acs (2017)	Sosyal, ticari, kurumsal vb. herhangi bir girişimcilik faaliyetinde dijital teknolojilerinin kullanılmasıdır.
Giones and Ferran (2017)	Girişimcilerin sağladıkları hizmette teknolojinin kullanılmasıdır.
Von Briel ve diğerleri (2018)	Girişimcinin fikirlerini, dijital çıktılar çerçevesinde şekillendirmesidir.
Le Dinh ve diğerleri (2018)	Geleneksel girişimcinin, teknolojik gelişmeleri takip etmesi sonucu, dijital çağda iş yapabilmesinin yeni yoludur.
Sahut ve diğerleri (2019)	İşletmelerin dönüşümü yaratarak ekonomik ve / veya sosyal değeri yönlendirip ve yeni dijital teknolojileri kullanmaktır.
Recker ve von Briel (2019)	Dijital teknolojiler ve geleneksel girişimciliğin kesişme noktasıdır.
Wentrup ve diğerleri (2020)	Dağıtımının ana taşıyıcısı olarak internet ile yürütülen bir girişimcilik etkinliğidir.
Satalkina ve Steiner (2020b)	İnovasyon sistemi içinde, genel iş sisteminin yapısını, amaçlarını ve ağ oluşturma mekanizmalarını değiştiren önemli bir itici güçtür.

İşletmelerin dijital platformlar üzerinden ürünlerin satışının gerçekleştirilmesi, rekabet üstünlüğü kazanılarak pazar payında artış sağlamaktadır. Dolayısıyla ürünlerin e-ticaret platformlar üzerinden sunulması girişimcilerin bu platformlarda buluşması için daha cazip hale gelmektedir. Girişimcilerin bu platformlara adapte olabilmesi, çevre unsurlarını ve alt yapı sistemlerin dijital ortamlarda buluşturulması ile mümkün olabilmektedir. İşletme, ürünü sanal ortamdan tüketiciye ulaştırılması aşamasında ne kadar etkin olursa, finansal açıdan o kadar avantaj elde edebilmektedir. Bu nedenle girişimcilik açısından, e-ticaret platformunun önemli yeri bulunmaktadır (Bakırtaş ve Tekinşen, 2006, s. 135-136). Haşiloğlu vd. (2020) tarafından yapılan çalışmada, dijital girişimciler sanal platformları kullanabilmeleri açısından incelenmiştir. Bu girişimcilerin kullandığı uygulamalar, elektronik ortamda ziyaretçilerin izlenebilmesine yönelik çalışmalardır. Ziyaretçiler web ortamında; oturum (session), web sayfalarında kalış süresi, web sayfası trafik yoğunluğu gibi birçok açıdan ele alınmaktadır. Araştırma sonucunda, ziyaretçileri web platformuna bağlayan araçların, girişimciler açısından etkin bir biçimde kullanılmadığı tespit edilmektedir. Geliştirdikleri



hipotezi test etmeleri sonucunda, işletmelerin, dijital platformları etkin kullanabilmesi sonucunda elde edecekleri gelirden önemli artış sağlayacağını bulgulamışlardır (Haşiloğlu vd., 2010, s. 277). Erboy (2013) tarafından yapılan çalışmada, teknolojiye yaşanan gelişmeler, ülkeler arasındaki sınırların ortadan kalkması ile birlikte, küçük ölçekli işletmelerin müşterilerine daha kolay bir biçimde ulaşarak rakipleriyle dijital platformlarda rekabet edebilme imkânına kavuştuğu açıklanmaktadır (Erboy, 2013, s. 59). Yıldırım ve Başer (2016) tarafından yapılan çalışmada, internet girişimciliği, enformasyon aktarımı yapan siteler üzerinden ele alınarak incelenmektedir. İnternette yapılan tüketim alışkanlıkları, reel alışverişin önüne geçtiği belirtilmektedir. İşletmeler açısından, ürün ve hizmet yeniliği konusunda yapılan yenilikler enformasyon sitelerinin başarısını ön plana çıkartmaktadır. Buna ek olarak enformasyon sitelerinin başarısı özgün içerik ile mümkün olduğu açıklanmaktadır (Yıldırım ve Başer, 2016, s. 196-197).

Jelonek (2015)'e göre, e-girişimcilik süreçlerinde, işletmeler açık inovasyon modelini kullanarak çevrelerindeki kuruluşlarla işbirliğinden giderek daha fazla yararlanmaktadır. İşletmelerin ürün, ambalaj, pazarlama ve süreçlerde yapmış oldukları yenilikler, finansal ve pazardaki rekabetçi konum üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Ürün veya hizmet sipariş sürecinden teslim sürecine kadar işlemlerin sanallaştırılması, mevcut iş hedeflerinin daha etkin uygulanmasını sağlamaktadır. Bunun sonucu işletmelerin yeni bir e-ticaret modelini benimseyerek şeffaf bir ortamın oluşturulması önemlidir (Jelonek, 2015, s. 1020-1021). Simić (2020) tarafından, girişimcilerin elektronik platformlarda inovasyon yoluyla dijital yarışta başarılı bir şekilde yer alabilmesi, organizasyonlar için muazzam fırsatlar oluşturduğu ifade edilmektedir. Dolayısıyla kuruluşların mevcut iş modelini terk edip, mevcut dijital teknolojik gelişmeleri takip etmesi rekabet açısından üstünlük sağlamaktadır. Bu tür rekabet, sadece bu organizasyonların gelişmesine katkıda bulunmakla kalmaz, aynı zamanda dijital teknolojinin sürekli gelişmesine de yol açmaktadır (Simić, 2020, s. 464).

Dijital girişimcilik kavramı üzerine, uzun yıllar çalışılmış ve benzersiz özelliklerini belirlemek için birçok kavramsal çalışma yapılmaktadır. Bu girişimcilik türü, pazardaki bir dijital iş başlangıcı sürecinden veya teknoloji kullanılarak uygulanan bir değişime yanıt veren yeni bir yenilikçi fikirden doğmaktadır. Araştırmacılar bu kavramı; e-girişimcilik, online girişimcilik, internet girişimciliği gibi farklı terimlerde de kullanabilmektedir. Dijital girişimcilik, belirli bir dijitalleşme seviyesiyle ilişkili girişimcilik faaliyetlerini kullanmaktadır. Başka bir deyişle, dijital ürün veya hizmetlerle, dijital bir pazarda, dijital bir işyerinde, dijital dağıtım kanallarını kullanarak veya bunların hepsinin bir kombinasyonunu sağlayarak yeni değerler oluşturmayı içermektedir. Bir dijitalleşme seviyesi, bir şirketin sunduğu mal veya hizmetlerin doğasını ifade etmektedir. Bu çok önemli bir özelliktir ve çoğu zaman yeni bir internet işini tanımlamaktadır. Ürün veya hizmetler için dağıtım kanalları, başka bir potansiyel dijitalleşme seviyesidir. Yeni teknolojiler, ekip üyelerinin fiziksel olarak aynı coğrafi bölgede bulunmadan mal veya hizmet geliştirmesini mümkün kılmaktadır. Bu firmalar, sanal ve dijital iletişim kanallarını hayata geçirerek organizasyon yapılarını dijitalleştirmeye yönelmektedir (Younis vd., 2020, s. 57-58). Dijital girişimcilik, dijital medya ve diğer bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanımına dayalı fırsat arayışı olarak da ifade edilmektedir. Dijital teknolojinin daha geniş sosyal ve ekonomik etkisini tam olarak anlaşılması için, dijital girişimciliğin yüksek teknolojiyle girişimcilikle sınırlı olmayan geniş bir bakış açısı gerekmektedir (McAdam vd., 2020, s. 349-350).



Yaşadığımız sanayi devrimi dijital olup, dijital ekonomi geleneksel ekonomiye katılarak daha hızlı biçimde yayılmaktadır. Yeni teknolojik gelişmeler; yapay zeka, robotik, bulut bilişim, ağ teknolojisi, nesnelerin interneti gibi birçok gelişme, insanlar için benzeri görülmemiş bir olasılıklar ufku sunmaktadır. Ekonomiyi dijitalleştirmek, günümüz dünyasında yenilikçiliğin, rekabetçiliğin ve büyümenin temel mekanizmasıdır. Bu da bir adaptasyon ve dönüşüm sürecini gerektirmektedir. Dijital işletmeler, yeni iş modellerine veya ortaklara yatırım yapabilmesi için iş operasyonlarını iyileştirmek amacıyla özellikle sosyal çözümler, yüksek veri, mobil uygulama teknolojisi ve bulut teknolojisi gibi yeni teknolojilerin kullanımında etkin olması gerekmektedir (Ungureanu, 2021, s. 28). Yeni teknolojiler ve yenilikler genellikle yeni kurulan şirketler aracılığıyla ticarileştirilmektedir. Dijitalleşme olarak ortaya çıkan yeni bir fenomen, yeni dijital teknolojileri yeni yollarla (sosyal, mobil, yapay zeka, analitik, bulut ve siber çözümler) dijital çağda iş oluşturmanın ve yapmanın geleneksel yolunu geliştirmektedir (Aagaard, 2019, s. 18-19). Girişimcilik, başlangıçta bireyden kaynaklanan hem iç hem de dış güçler tarafından kontrol edilen kaynakların kapsamının ötesinde bir fırsat arayışı olarak düşünülebilmektedir. Teknolojinin ve yeniliğin ilerlemesiyle firmalar, rekabet avantajını oluşturabilmek ve sürdürülebilmek için yeni girişimci zihinlere yönelmesi gerekmektedir. Girişimciler, teknolojilerin yanı sıra küreselleşmenin büyümesine dayanan yeni veya mevcut iş modellerini geliştirmek için internet, mobil teknolojiler veya dijital medya tarafından oluşturulan fırsatları değerlendirdiklerinde dijital girişimciler haline gelmektedir. Yenilikçi teknolojilerin benimsenmesi, gelişmiş bir bilgi aktarımını sağlamakta ve girişimcilik çabalarının hem verimliliğini hem de etkililiğini artırmayı amaçlayan süreçleri ve faaliyetleri dijitalleştirmektedir. Fiziksel kaynakların yanı sıra, en etkili dijital yeniliklerden en iyi biçimde yararlanabilmek için çeşitli dijital yetkinliklere ihtiyaç duymaktadır. Dijital girişimcilerin, teknik bilgiye dayalı fırsatların tanımlanmasını ve kullanılmasını destekleyen becerilere ihtiyaçları vardır (Young vd., 2020, s. 2).

3.1. Dijital Girişimciliğin Önemi

Girişimcilik, bilgi toplumunda öğrenmede, çalışmada ve yaşamada başarılı olmak için gerekli olan 21. yüzyıl becerilerinden biri olarak kabul edilmektedir. Dijital girişimciliğin, internetin benzersiz özellikleri göz önüne alındığında tamamen yeni bir araştırma alanı olarak kabul edilmektedir. Bilgi teknolojisi becerileri küresel bir pazarda yeni iş başarısının belirlenmesinde kritik bir faktör olarak görülmektedir (Vorbach vd., 2019, s. 547-548). Dijital girişimciler, geleneksel girişimcilerin bir alt kategorisi olarak tanımlanmakta olup, kurumlarda fiziksel olan her şeyin dijital ortamda yapılmasını sağlamaktadır. Dijital girişimcilik fırsatları yakalayabilmek için, dijital medya ve diğer bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanmaktadır. Gelişen ve değişmekte olan koşullar karşısında, dijital girişimci kendisini dijital çağın ihtiyaçlarına göre adapte edebilmektedir. Araştırma ve geliştirme merkezlerinde üretilmekte olan teknolojik ürünlerin, teknoloji merkezli ortamlarda ekonomik bir değere dönüştürülmesinde önemli rol üstlenmektedir. İletişim ve bilgi teknolojileri sayesinde yeni ağ platformlarında, sistemlerinde ve formatlarında kullanımını öngören bir yaklaşım olmasına rağmen, dijital girişimciliğin dijital bilgi ve teknolojilerin girişimcilerle buluşmasıdır. Bunun sonucu olarak, internet kullanarak ticari fırsatlara kavuşabilmek, bilgiyi iletebilmek, müşteriler veya ortaklar ile işbirliğinin sağlanmasında önemli rol üstlenmektedir. Dolayısıyla, dijital girişimciler işlerinde aceleci



olmayıp, kararlı, dürüst, dirençli, tecrübeli, hayal kurma becerisi kuvvetli, titiz, özenli, araştırmacı, çalışma zekâsına sahip, müşteriye ve pazarı doğru biçimde tanıyabilen, risk almaktan korkmayan, belirsiz ortamlarda faaliyet gösteren bireylerdir (Ballı, 2020, s. 1060-1061).

Dijital girişimciler, fırsatları takip etmek için dijital medya ve bilgi teknoloji özelliklerine güvenmektedirler. Bu bilgiler çerçevesinde, kurumsal açıdan geleneksel girişimcilik ile dijital girişimcilik arasında bir fark oluşturan girişimcilik sürecinin unsurlarını daha iyi tanımlamak çok önemlidir. Özellikle, bu girişimcilik kavramını daha iyi tanımlayacak ana unsurlar; dijital teknolojiler ve dijital becerilerdir. Birincisi, yeni dijital paradigmayı mümkün kılan araçlara atıfta bulunurken, ikincisi, bireylerin değer oluşturmak için bu araçları kullanma ve bunlardan yararlanma biçimini ifade etmektedir (Noceti, 2020, s. 17-18). Dijital girişimciler, çevrimiçi platformlar aracılığıyla sanal bağlar kurarak, yalnızca finansman veya bilgi için kendi ağlarıyla veya kendi şehirleriyle sınırlı kalmaz, aynı zamanda geniş coğrafi mesafelerden bilgi ve yatırım arayabilmekte ve o anda birden fazla liderliğin peşinden gidebilmektedir. Sosyal ağ teknoloji platformlar sayesinde, girişimcilerin uluslararası ilişkiler geliştirerek ve işletmelerin iletişimi etkin bir şekilde kolaylaştırarak yeni pazarlara girmelerine yardımcı olmaktadır. İşletmelerin dijital teknolojileri benimseyerek daha dinamik ve uygun maliyetli olma potansiyeline sahip olmakta olup, yeni girişimcilik faaliyetlerini ve işletme sonuçlarını mümkün kılmaktadır (Hansen, 2019, s. 38-39). Dijital girişimcilik, yerel inovasyonun ve dolayısıyla yapısal ekonomik dönüşümün ve kalkınmanın güçlü bir itici gücü olarak görülmektedir. Bireyler ve kuruluşlar, dijital ürünler (tarayıcılar, sosyal ağ siteleri, yazılım geliştirme kitleri, açık kaynak kodu vb.) oluşturmak için dijital altyapılara ihtiyaç duymaktadır (Friederici, 2019, s. 10).

3.2. Dijital Girişimciliğin Özellikleri

Güçlü dijital teknolojilerin iş dünyasına akıllıca uygulanabilmesi birçok avantajı da beraberinde getirmektedir. İş ve toplum dijital teknoloji tarafından dönüştürülmeye devam ederken girişimcilik dijitalleşmektedir. Dijital girişimcilik, girişimcilik pratiğinde, teori ve eğitimdeki değişiklikleri vurgulamaktadır. İşletmeler tarafından ticari fırsatlar oluşturmak, bilgiyi yaymak için yeni yollarla bilgi ve iletişim teknolojilerinin kullanılması önemlidir. Bunun sonucunda, iş yapma, işbirliği yapma, işlemleri gerçekleştirme ve işlerin yönetilme şekli de değişim göstermektedir. Yenilikçi işlevler ile dijital teknolojilerin hızla artması, rekabet ortamlarını dönüştürmekte, genel iş stratejilerini, yapılarını ve prosedürlerini değiştirmektedir (Nedumaran ve Saroja, 2020, s. 261-272). Dijital teknolojileri ve otomasyon tekniklerini benimsemek sadece işgücü verimliliğini artırmakla kalmaz, aynı zamanda yeni iş modellerinin, yeni pazarların ve iş fırsatlarının geliştirilmesini de sağlamaktadır. Üretkenlik, istihdam ve refah üzerinde geniş kapsamlı etkiler oluşturmaktadır. İşgücü piyasası katılımcılarının istihdam edilebilir olmalarını ve yeni dijital çağdaki zorluklara ve fırsatlara hazırlıklı olmalarını sağlamaktadır (Stokes, 2018, s. 79).

Dijital girişimcilerin bireysel özellikleri iki biçimde belirtilmektedir. Birincisi, dijital girişimcilerin işletme, teknoloji ve yönetim yeteneklerini kapsayan içsel özellikleridir. Diğerisi ise başarılı biçimde faaliyetlerini devam ettiren dijital girişimcilerin yatırımları ve kilit teknolojileri araştırma, pazar fırsatlarını bulabilme, tecrübeli personeli çalışma faaliyetine dâhil edebilme ve dışsal işbirlikleri oluşturabilme gibi dışsal özelliklerinden meydana gelmektedir. Dijital girişimciler bu özelliklerinden dolayı; sabırlı, azimli, belirsiz



ortamlarda faaliyet gösterebilen, liderlik özelliği olan, ticari zekâyâ sahip, araştırmayı seven, pazarı ve müşteriyi iyi biçimde tanıyabilen, risk alabilen, hayal gücü ve kazanma güdüsü yüksek, dikkatli ve titiz çalışma gösteren, bulunduğu alanda deneyimli, dürüst, iş bitirici kişiler olarak görünmektedirler (Özbek, 2020, s. 186). Girişimci, tatmin edici bir ürün ve hizmet sunmak için tüm kaynakları kullanmayı uygulayabilen kişidir. Bu nedenle, bir girişimci, avantajlı kâr elde etmek için yenilikçi düşünceleri en iyi üretkenlik için belirleyen ve uygulayan bir bireydir. Dijital girişimcilik, yeni girişimleri ve mevcut girişimin yenilikçi dijital teknolojiyi geliştirerek ve kullanarak dönüştürmesidir. Dijital işletmeler, kurumsal operasyonları geliştirmek, yeni ticari işletme modellerini keşfetmek, iş zekasını geliştirmek ve müşterilerle etkileşim kurmak için yeni dijital teknolojilerin yüksek derinlikli kullanımıyla tanımlanmaktadır. Girişimci, iş için yapıcı ve ileri görüşlü bir organizasyon oluşturan bir organizasyonun yapıcısıdır. Bir kuruluş, ticari girişim olup, ürün ve hizmetler sunmak, iş oluşturmak ve genel ekonomik gelişmeye katkıda bulunacak şekilde şekillenmektedir (Chakraborty ve Nag, 2018, s. 61).

Dijital teknolojiler, girişimcilik süreçlerine ve dijital başlangıçlar tarafından üretilen ürünler ve hizmetler gibi sonuçlarına esneklik, deneme, öğrenme ve yinelemeyi aşılacaktır. Girişimciler ve yenilikçiler, dijital teknolojilerin başlangıç geliştirme süreçlerinde sağladığı esneklik, üretken büyüme ve ölçeklendirmeden yararlanmaktadır (Zaheer, 2020, s. 161-162). Girişimcilik, fırsatları tanıyarak ve değerlendirerek, bunları pazarlanabilir mal veya hizmetlere dönüştürebilen, risk alarak ve karşılıkları gerçekleştirerek yeni değer oluşturmayı içermektedir. Firmanın dijitalleşmesi ile ilgili ortak faaliyetler, süreçler, sınırlar ve ilişkiler, bir firmanın üstlendiği dijital pazarlamanın derecesini, bir firmanın dijital satışlarını, değer teklifinin dijital doğasını, dijital dağıtımını ve işbirliğini içermektedir. Bu nedenle dijital teknolojiler, girişimcilik sürecindeki dijital teknolojilerin kullanılarak fırsatların yakalanmasında önemli rol oynamaktadır (Fouskas, 2019, s. 102-103).

3.3. Dijital Girişimcilik Türleri

Dijital ekonomi, son yıllarda büyük ilgi görmektedir. İnternet ve dijitalleşme, girişimcilik dâhil hemen hemen her şeyi değiştirdiği için dijital girişimcilik gibi yeni kavramları da beraberinde getirmektedir. Hull (2007)'ye göre dijital girişimciliğin temelinde hafif, orta ve aşırı dijital girişimcilik olmak üzere üç türü bulunmaktadır. Schumpeter'in girişimcilik perspektifine göre, girişimciler yenilerini oluştururken, bazı endüstrileri modası geçmiş hale getirmektedir. Dijital girişimcilik, daha önce belirtildiği gibi girişimciliğin bir alt kategorisi olmaktadır. Dolayısıyla, bu girişimcilik bir dereceye kadar dijital ürün veya hizmetlerle birlikte diğer dijital etkinlik biçimleriyle ilişkili olarak ifade edilmektedir. Rekabetin dijital ortama taşınması ile beraber bu platformlarda rekabet eden girişimciler benzersiz zorluklar ve fırsatlarla karşı karşıya maruz kalabilmektedir. Bu nedenle, bu tür girişimcilik türü ile ilgili kavramlarla derinlemesine araştırılması gereken kavram olarak ortaya çıkmaktadır. Özellikle son yıllarda, dijital girişimcilik ile ilgili altta yatan mekanizmaları incelemeye çalışan araştırmacıların sayısı artış göstermekte olup, bu konuda daha fazla teorik ve ampirik çalışmalar gerçekleştirilmektedir. Hull ve çalışma arkadaşları tarafından yapılan sınıflandırmaya göre dijital girişimcilik üç türe ayrılmaktadır. Bu girişimcilik türleri ise şunlardır (Akt.; Zincir vd., 2017, s. 80-84);



▪ *Hafif dijital girişimcilik*; genellikle fiziksel bir mağaza ve web sitesi içeren hem çevrimdışı hem de çevrimiçi işlemlerdir. Bu nedenle, dijital girişimcilik kategorisinde dijital, geleneksel girişimciliğin bir tamamlayıcısı olarak uygulanmaktadır.

▪ *Orta düzey dijital girişimcilik*, önemli miktarda kaynağı dijitale, özellikle de ürünlere ve değer zincirinin diğer bileşenlerine yatırım sağlayan bir organizasyonu ifade etmektedir.

▪ Üretimden müşterilere doğru gitmekte olan dijital bir şirketin tamamı *aşırı dijital girişimcilik* olarak ifade edilmektedir.

Girişimciliğin diğer işletme örgütlenme biçimlerinden klasik farklılaşması, büyük ölçüde farklılıklara dayanmaktadır. Girişimcilerin inançlarını, kişisel arzularının karşılanıp karşılanamayacağını doğal olarak belirlemektedir. Dijital girişimcinin bir fırsatı uygulanabilir bir şekilde hayata geçirme araçlarına sahip olup olmadığını ve iş fikrinin yeterince müşteri ve yatırımcı çekip çekmediğini belirlemesi önemlidir. Dijital girişimciler, değer oluşturmayı gerçekleştirmek için dijital altyapıyı kullanmaktadır (Arlott vd., 2019, s. 3-4).

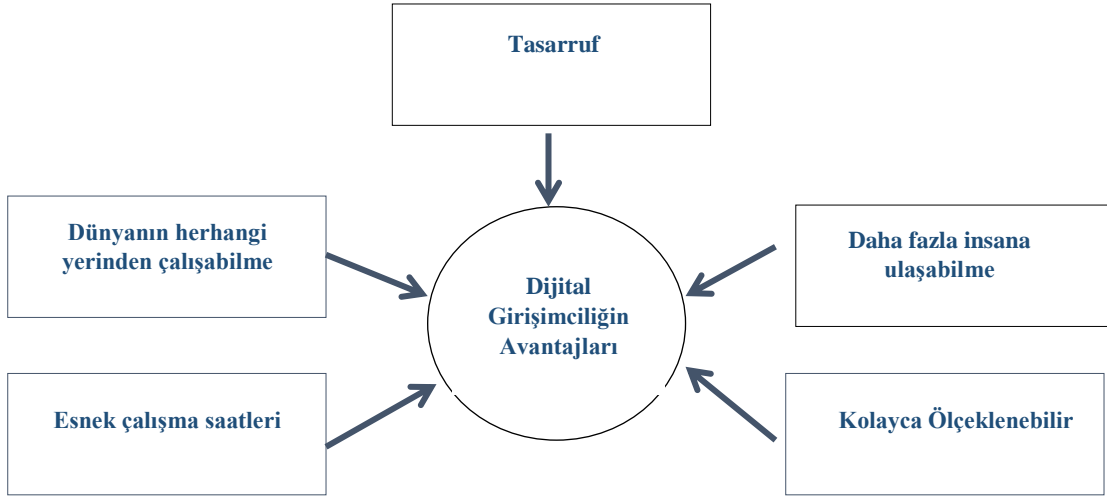
3.4. Dijital Girişimciliğin Avantajları

Ekonomideki hemen hemen tüm girişimcilik işlemleri artık dijital olarak izlenmekte ve saklanmaktadır. Dijital girişimciliğin en yaygın biçimleri sosyal platformlar gibi yeni dijital altyapının oluşturulmasını ve ticarileştirilmesini veya mevcut dijital platformlarda değer oluşturulmasını içermektedir (Naudé ve Liebrechts, 2020, s. 2-4). Elektronik girişimcilik (e-girişimcilik) olarak da anılan dijital girişimcilik, çalışma yaşamında internet kullanımının artması nedeniyle popüler hale gelen yeni bir girişimcilik türüdür. Dijital girişimcilik, bilgiyi iletebilmek ve alabilmek için bilgi ve iletişim teknolojisi üzerine kurulu olmaktadır. Çoğu coğrafi konumda internetin mevcudiyeti, bilgiye daha kolay ve genellikle daha ucuz erişim sağlamaktadır. Bunun sonucu, iş yapmanın maliyetlerini düşürmekte ve daha fazla dijital girişimcisinin pazara girmesine yol açmaktadır. İnternet, birçok girişimci için bilgi kaynağı olan günbegün katlanarak artmakta olan bol miktarda bilgiye sahiptir. İnternetin mümkün kıldığı düşük giriş engelleri, daha fazla insanı girişimci olmaya teşvik etmektedir. Dijital girişimciler, bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanarak pazarlama, dağıtım ve paydaş yönetimi gibi temel iş faaliyetlerini ve işlevlerini oluşturan ve sunan kişi olarak ifade edilmektedir. Dijital girişimciler, en yeni girişimci kategorilerinden biri olup, dijital teknoloji yeniliklerine yaptıkları vurgu nedeniyle hızla ortaya çıkmaktadır. Daha fazla işletme, bilgileri daha kolay erişime izin veren dijital bir biçimde kaydedebilme imkânına kavuşmaktadır (Ratten, 2020, s. 93-94).



Şekil 1

Dijital Girişimciliğin Avantajları



Kaynak: Pandey ve Sharif, 2020, s. 192

Girişimcilik, ekonomik bir ortama önemli ölçüde katkıda bulunmaktadır. Dijital ilerleme, girişimciler için inovasyon için bir katalizör görevi görmektedir. Dijital girişimciliğin avantajları Şekil 1’de gösterilmektedir. Dijital girişimciler şu özelliklere sahiptir (Pandey ve Sharif, 2020, s. 192);

- Esnek çalışma saatlerine sahiptir
- Dünyanın herhangi bir yerinden çalışabilirler
- Gereksiz maliyetlerden tasarruf sağlarlar
- Daha büyük kitleye ulaşabilme imkânına sahiptirler
- Girişimleri, örgütsel yapı ya da kaynaklar tarafından engellenmeden kolayca ölçeklenebilir.

Dijital teknolojiler, girişimcilerin girişimlerini geliştirmek için stratejik yollar kullanmalarını sağlamaktadır. Dolayısıyla, girişimcileri çeşitli platformlar arasında karmaşık bir şekilde birbirine bağlamakta ve onlara çeşitli fırsatlar sunmaktadır. Bu gelişmeler, girişimcilerin daha sürdürülebilir girişimler başlatmasına olanak tanıyan yeni iş girişimlerini önemli ölçüde etkilemektedir. Rekabetçi küresel pazarda daha fazla iş oluşturulmasına ve ekonomik büyümeyi canlandırılmasında önemli bir rol oynamaktadır. Dijital teknolojiler, girişimcilerin girişimlerini geliştirmek için stratejik yollar kullanmalarını sağlamakta olup, girişimcileri çeşitli platformlar arasında karmaşık bir şekilde birbirine bağlamakta ve onlara çeşitli fırsatlar sunmaktadır. Bunun sonucu olarak, girişimcilerin daha sürdürülebilir girişimleri başlatabilmelerine olanak tanımaktadır (Nobanee ve Dilshad, 2020, s. 4807). Girişimciler, yeniliği finanse etmek veya yeni dijital ürünler, hizmetler ve iş modelleri oluşturmak için dijital teknolojileri kullanarak ürünleri online olarak çeşitli platformlarda sunabilmektedir. Bu gelişmeler, birçok ülke tarafından ekonomik kalkınmanın ve istihdam oluşturmanın çok önemli bir unsuru olarak kabul edilmektedir. Bununla birlikte, aynı zamanda yerleşik endüstrileri de zorlamakta ve onları ekonomi ve toplum üzerinde olumsuz sonuçları olabilecek bu yeni gelişmeler ve teknolojilerle başa çıkmaya zorlamaktadır (Block vd., 2020, s. 397).



3.5. Dijital Girişimcilik Ekosistemi

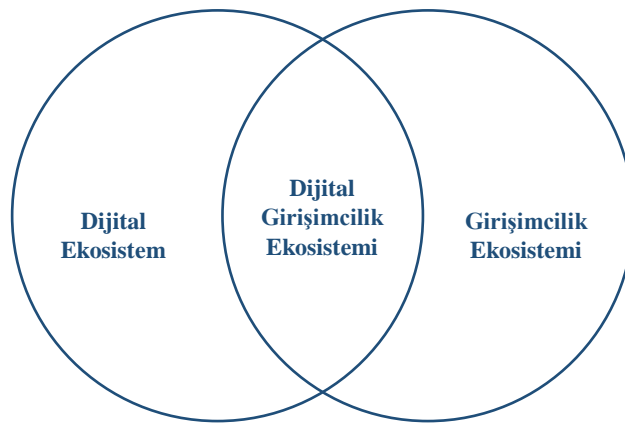
Dijital bir ekosistem, sistem kullanımını artırmak, fayda sağlamak ve bilgi paylaşımını, işbirliğini ve sistem yeniliğini teşvik edebilmek için varlıklar arasındaki etkileşimlere odaklanan heterojen, dijital varlıklar ve karşılıklı ilişkilerden oluşan kendi kendini düzenleyen, ölçeklenebilir ve sürdürülebilir bir sistem olarak tanımlanmaktadır. Veriye dayalı teknolojiler de dâhil olmak üzere çok taraflı platformlardan oluşan ekosistem, dijital iletişimi kolaylaştırabilmekte ve bunların yayılması, pazarlama stratejileri ve operasyonlarında birçok şirket türünü destekleyebilmektedir. Teknolojideki bu gelişmelerin birçok ülkenin ekonomisi üzerinde önemli etkileri olmaktadır. Çevrimiçi teknolojilerin yayılması ve gelişmesi, hem geleneksel şirketlerin hem de yeni girişimlerin dinamiklerini ve sonuçlarını etkilemektedir (Troise ve Camilleri, 2021, s. 2-3).

Dijital girişimcilik ekosistemi; endüstriyel işletmeler, devlet, teknoloji tedarikçileri, eğitim kurumları (araştırma enstitüleri, üniversiteler), yatırımcılar (finansal kurumlar dâhil) ve işletmelerin değer zincirindeki diğer şirketler gibi paydaşlardan meydana gelmektedir. Dönüşümü tetikleyen temel unsurlardan biri, bu paydaşların işbirliği ve koordinasyondaki rollerinin yerine getirilerek sağlanmasıdır. Bu nedenle bu girişimcilik türünün gelişmesindeki en önemli faktörlerden biri, dijital girişimcilik ekosisteminin oluşturulması için uygun koşulların sağlanabilmesidir. Bu girişimcilik ekosisteminin oluşmasının sağlanması ve gelişebilmesine katkıda bulunulabilmesi için teknolojik bir altyapının oluşturulması, kurumlar arası işbirliğinin oluşturulması, finansal ve teknik açıdan desteğin sağlanması, araştırmada hız kazanmanın, yenilikçi ürünlerin ortaya çıkmasını teşvik edecek yasal düzenlemelerin yapılması önem kazanmaktadır (Ballı, 2020, s. 1060-1061).

Şekil 2’de dijital girişimcilik ekosistemi gösterilmektedir. Dijital girişimcilik, dijital ekosistemin varlığı veya gelişimi üzerine kuruludur. Dijital ekosistemde ürünler, hizmetler ve konumlarla ilgili karşılıklı düzenlemeler, dijital girişimcilik faaliyetlerini şekillendiren faktörlerdir (Purbasari vd., 2021, s. 117-118).

Şekil 2

Dijital Girişimcilik Ekosistemi



Kaynak: Tischlinger ve Wordragen, 2019, s. 14



Girişimcilik ekosisteminin oluşturulabilmesi için (Büyükuslu, 2020, s. 202-203):

- Ortaöğretimden üniversite sürecine kadar, üniversitede daha yoğun olacak biçimde, girişimcilik bilincinin benimsenmesi
- Özel sektörün girişimci çalışan/öğrenci profilini destekleyerek onlarla işbirliği yapması
 - Özel kamu kuruluşları veya üniversiteler bünyesinde yer alan Ar-Ge merkezleri, bilişim vadileri, bilim parkı, teknopark, kuluçka merkezleri, teknoloji transfer ofisleri gibi alanlarda akademisyenlerin ve öğrencilerin yaratıcılık ve yenilikçiliğinden daha fazla istifade edilmesi
 - Dijital girişimlere yatırım yapan firma sayısının artırılması, melek yatırımcıların, risk sermayesinin oluşturulması, pazardaki büyük yatırımcı ve girişimcilerle işbirliği veya iş yapabilme kapasitesinin geliştirilmesi için yeni bir girişimci kültürü ve felsefesi üzerinde sosyal medya platformların desteğiyle birlikte girişimcilik üzerine yeni sivil toplum örgütlerinin teşvik edilmesi
 - Girişimcilik için ekip kurulması, yeni fikirler geliştirilmesi, problem çözme, sektör analizi yapması, müşteri ihtiyaçlarının tespiti, rekabet koşullarının belirlenip, bireyler arasında etkili iş dağılımının yapılması, iş planının yapılması, satış ve pazarlama stratejilerinin belirlenmesi ve gelir modelinin oluşturulması gibi söz konusu projeyi hayata geçirmek için lazım olan temel unsurların belirlenmesi
 - Girişimcilik faaliyetlerinin etkin biçimde sürdürülebilmesi için devlet desteklerinden ve küresel fonlardan yararlanılması.
 - Girişimcilik yarışmalarına ve etkinliklerine katılarak tecrübe kazanılması

Dünya çapında sistemleri birbirine bağlayan dev ağlar olan World Wide Web'in yükselişi, internet aracılığıyla dijital ekosistemi değiştirmiş olup, birçok fırsat imkânın oluşmasını ve yeni girişimci başlangıçlar tarafından binlerce iş fırsatının meydana gelmesini sağlamaktadır. Dijital girişimci, iş faaliyetlerini dijital platform kullanarak üretim sürecinden nihai müşterilere ulaşana kadar yürüten kişidir ve bunları bilgi iletişim teknolojileri ve diğer dijital ürünlerin aracılığıyla gerçekleştirmektedir (Gagan vd., 2018, s. 27). Dijital girişimciliğin gelişmesi için girişimcilik ekosisteminin tüm paydaşlarca desteklenmesi ve işbirliği yapılması önemlidir. Tablo 2'de dijital girişimcilik ekosisteminin kavramsal gelişimi bulunmaktadır.



Tablo 2

Dijital Girişimcilik Ekosisteminin Kavramsal Gelişimi

GELENEKSEL GİRİŞİMCİLİK	DİJİTAL GİRİŞİMCİLİK	DİJİTAL EKOSİSTEM	DİJİTAL GİRİŞİMCİLİK EKOSİSTEMİ
Potansiyel iş fırsatlarının belirlenmesi ve mevcut kaynakların yeniden birleştirilmesi veya yeni ürün ve hizmetler geliştirmek, ticarileştirmek için yenilerinin oluşturulması yoluyla bunları kullanma sürecidir.	Geleneksel ortamlarda fiziksel olabilecek şeylerin bir kısmının veya tamamının dijital medya ve teknolojilerin kullanımına dayalı olarak dijitalleştirildiği girişimcilik alt kategorisidir.	Sistem kullanımını, işbirliğini ve yeniliği artırmak için heterojen dijital varlıklar ve bunların birbirleriyle olan ilişkilerinden oluşan kendi kendini organize eden, ölçeklenebilir ve sürdürülebilir bir sistemdir.	Potansiyel müşteriler ve tedarikçiler, üniversiteler ve araştırma merkezleri, sosyal ve kültürel operatörler, kurumlar ve politika yapıcılar, büyük şirketler, yenilikçi girişimciler ve girişimciler, uzmanlar ve profesyoneller, yatırımcılar ve yetenekli insanlardan oluşan bir havuz dahil olan girişimci aktörler setidir.

Kaynak: Elia, Margherita ve Passiante, 2020

4. Sonuç ve Değerlendirme

Dijital dönüşüm, yeni teknolojinin faydalarından yararlanan bir ticari dönüşümdür. Dijitalleşme gerçekten de ekonomilerin, işgücü piyasalarının işleyişini şu anda bilinen şekliyle kökten değiştirme potansiyeline sahiptir. Dijital başlangıçlar, tüketici rutinlerini ve iş hizmetlerini dijitalleştirerek birçok endüstriyi ve pazarı temelden dönüştürmektedir. Dijital teknolojiler, kurumların ilgili iş modeli yeniliklerinde ve dijital uygulamalarında çok önemli ve amansız bir hızda gelişme göstermektedir. Dijital dönüşüm karmaşık olup stratejik yeni yaklaşımlar gerektirmektedir. Dijital dönüşüm sürecindeki dijital girişimcilik; doğru düşünce, doğru fikir ve bu ürünü doğru biçimde piyasaya sürme açısından önemlidir. Dijital girişimcilik, giderek dijitalleşen dünyamızı oluşturan teknolojilerden; bulut hizmetleri, artırılmış ve sanal gerçeklik, yapay zeka gibi gelişmekte olan teknolojiler ile yeniden şekillenmektedir. Dijital girişimcilik, girişimcilik fırsatlarını keşfedebilmek ve kullanabilmek için dijital teknolojilerden veya dijital iş modellerinden yararlanmaya odaklanmaktadır. Mevcut işletmelerin dönüşümü olmadan hem ekonomik, hem de çevresel zorlukları sürdürülebilir bir şekilde çözüme ulaştırabilmek mümkün değildir.

Birçok ülke tarafından, dijital girişimcilik ekonomik kalkınmanın ve istihdam oluşturmanın en önemli faktörü olarak kabul edilmektedir. İşletmeler teknolojinin ilerlemesiyle, rekabet avantajı oluşturabilmek için girişimci zihinlere önem vermektedir. Dijital girişimcilerin teknolojinin gücünü kullanarak ürünlerini pazarlaması geleneksel girişimcilikten farklıdır. Dijital girişimciliğin gelişme göstermesindeki en önemli nedenlerden biri de dijital girişimcilik ekosisteminin oluşması için uygun koşulların oluşturulmasıdır. Dijital girişimcilik, dijital dönüşüm ile sağlanan teknoloji ile girişimcileri çeşitli platformlarda buluşturarak onlara çeşitli fırsatlar sunmaktadır. Bu nedenle dijital girişimcilerin, fırsatları takip edebilmek açısından bilgi teknoloji platformların özelliklerine güvenmesi son derece önem kazanmaktadır. Dijital girişimcilik, geleneksel girişimciliğin dijital çağındaki iş yapmanın yeni yolu olmaktadır. Girişimcilik süreçleri açısından dijital



teknolojiler, girişimcilik faaliyetlerinin mekansal ve zamansal sınırlarını genişletmektedir. Özellikle kuruluşların dijitalleştirme süreci, işlev ile biçim ve içerik ile ortam arasında bir ayırım oluşturarak hem ürünlerde hem de hizmetlerde daha fazla esneklik elde edilmesini sağlamaktadır. Dijital girişimcilik alanındaki gelişmeler, internetin küresel olarak geniş alana yayılması ile hız kazanmaktadır. Yeni ortaya çıkan yazılımsal ve donanımsal uygulamalar, dijital girişimciler açısından birçok yeni fırsat sunmaktadır. Yaşanmakta olan bu gelişmeler, girişimcilikte yeni bir girişimcilik biçimi olarak ortaya çıkmasına neden olmaktadır. Dijital girişimcilik, dijital dönüşüm süreci ile birlikte üreticilere ürünlerini ve hizmetlerini dijital platformlar aracılığıyla ulaştırarak satabilecekleri bir iş fırsatı sunmaktadır. İşletmelerin yeni avantajları yakalamasını sağlayan dijital girişimcilik, yenilikçi iş uygulamalarının hayata geçirilmesinde önemli katkılar sunmaktadır. İnternete daha kolay ve hızlı biçimde erişim, yeni nesil bilgi teknolojileri özellikle mobil yazılım ve uygulamalar, dijital girişimcilere birçok kolaylığı da beraberinde getirmektedir. Bu nedenle, dijital girişimciler, devam eden bir küresel girişimcilik hareketinin ön saflarında yer almaktadır. Henüz olgunlaşma aşamasındaki bu girişimcilik türünün ülkemizde de yakından takip edilmesi ve Kalkınma Bakanlığı'nın planlarında yer alması, geliştirilmesi için çalışmaların yapılması oldukça önemlidir. Girişimcilik ekosisteminin gelişmesi için tüm paydaşların (endüstriyel işletmeler, devlet, teknoloji tedarikçileri, eğitim kurumları, yatırımcılar, bankalar ve işletmelerin) üzerine düşen sorumluluğu yerine getirmesi gerekmektedir. İnovasyona önem verip, yaratıcılığı artıran toplumlar girişimcilik ekosisteminde önde olacaklardır. Yapay zekâ, 5G, bulut teknolojisi, nesnelerin interneti, blok zinciri, derin öğrenme, makine öğrenmesi gibi teknolojileri insan ile birleştirmek kurumlar açısından birçok avantaj sağlamaktadır. Bu nedenle Toplum 5.0 ile dijital dönüşümün birlikte ele alınması dijital girişimciliğin gelişimi için çok önemlidir.

Bilgi Teknolojinin gelişmesiyle ortaya çıkan yeni teknolojiler sayesinde girişimciler dijital platformda özgür bir biçimde hareket ederek yenilikleri oluşturabilme imkânına kavuşmaktadır. Bu sayede girişimciler, sanal platformlarda işlerini daha hızlı biçimde yapabilmektedir. Bu nedenle işletmelerin yeniliklerini teknoloji ile birleştirerek geliştirmesinde dijital girişimcilerin büyük bir rolü bulunmaktadır. Bu bilgiler ışığında gelecekte girişimcilerin daha çok sanal platformlarda yer alarak işletmelerin yenilik süreçlerinde daha etkin rol oynayacakları düşünülmektedir. Sonuç olarak, teknolojilerdeki gelişmeler girişimcilerin kendilerini daha çok geliştirerek dijital platformlara uyum sağlayabilmesine neden olmaktadır. Girişimcilerin, küreselleşme sonucunda yaşanmakta olan teknolojik değişimlere ve yeniliklere adapte olması sonucunda, kurum ile birlikte yaşamlarını devam ettirebilme imkânına kavuşmaktadır. Dijital girişimcilik sayesinde, kurumların maliyetleri düşük, kâr marjları ise yüksek olmaktadır. Dijital girişimcilik işletmelerinin yönetiminde çok yoğun bir otorite olmayıp, işletme faaliyetlerini belirli bir alan ile sınırlandırma söz konusu değildir. Ayrıca bu girişimler, yeni nesil çalışanlara uygun teknolojik, dinamik ve yenilikçi bir platforma sahip olmasından ve yeni nesil teknolojik yetenekler gerektirmesinden dolayı genellikle genç çalışanlar tarafından tercih edilmektedir.

Literatür taraması sonucu, dijital girişimcilik üzerine Türkçe çalışmaların kısıtlı olması nedeniyle bundan sonraki yapılacak olan çalışmalarda, girişimcilerin dijital platformlara uyum sağlamasındaki araçların etkin biçimde kullanılıp kullanılmadığı nicel araştırma yöntemleri ile ele alınabilir. Girişimcilik dersi, dijital dönüşüm sürecinin etkisi ile birlikte,



üniversitelerde pek çok bölüm ve programlarda ders olarak okutulabilir. Kalkınma Bakanlığı'nın 2018 yılında yayınlanan Onbirinci Kalkınma Planı kapsamında bulunan İnternet Girişimciliği Raporu'na göre (<https://www.sbb.gov.tr>) 2011-2016 yılları arasında Türkiye'de en yüksek çıkış yapan dijital girişimlerden ilk üçü yemeksepeti.com (yemek siparişi), gittigidiyor.com (e-ticaret ve pazaryeri) ve hepsiburada.com (e-ticaret)'dir. Bu girişimlerden yemeksepeti'nin kurucusu bilgisayar mühendisi, gittigidiyor'un kurucusu mimar, hepsiburada'nın kurucusu ise ekonomisttir. Girişimcilik için her ne kadar doğuştan gelen bazı özelliklerin olması bekleniyor olsa da eğitimin önemi büyüktür. Dijital girişimcilik dersi ile ilgili çalışmaların yapılması bu çalışmanın önerilerindedir. Dijital girişimcilik faaliyetinde bulunanların ya da bu platformda çalışanların kuşakları, gelecek beklentileri ile ilgili çalışmalar yapılabilir. Şu an içinden geçtiğimiz küresel salgın döneminde, sanal alışverişin artması ile ilgili olarak, dijital girişimciliğin gelişim trendi araştırılabilir. Dijital girişimcilik ile dijital dönüşümün diğer çıktılarının (nesnelerin interneti, blok zinciri, büyük veri vs.) ilişkisi ele alınabilir. Türkiye'de dijital girişimcilik ekosisteminin gelişim düzeyi araştırılıp, dünyadaki diğer akademik çalışmalar ile kıyaslanabilir. Dijital teknolojilerin insan ile ilişkisi açısından sonraki çalışmalarda dijital girişimciliğin Toplum 5.0 perspektifinden de ele alınması önemlidir.

Kaynakça

- Aagaard, A. (2019). The Concept and Frameworks of Digital Business Models. In *Digital Business Models*. Palgrave Macmillan, Cham, 1-26.
- Andriushchenko, K., Rudyk, V., Riabchenko, O., Kachynska, M., Marynenko, N., Shergina, L., ... & Kuchai, O. (2019). Processes of Managing Information Infrastructure of a Digital Enterprise in the Framework of the «Industry 4.0» Concept. *1(3)*, 60-72.
- Aulet, W., & Murray, F. (2013). A tale of two entrepreneurs: Understanding differences in the types of entrepreneurship in the economy. *Available at SSRN 2259740*.
- Arlott, A., Henike, T., & Hölzle, K. (2019). Digital Entrepreneurship and Value Beyond: Why to not Purely Play Online. In *Digital Entrepreneurship* (pp. 1-22). Springer, Cham.
- Bakırtaş, H., & Tekinşen, A. (2006). E-ticaretin Girişimcilik Üzerindeki Etkileri. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16, 125-138.
- Ballı, A. (2020). Digital Entrepreneurship and Digital Entrepreneurship Approach in Turkey: Ankara Case. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12(2), 1058-1071.
- Block, J. H., Brohman, K., & Steininger, D. M. (2020). Call for Papers, Issue 1/2022: Digital Entrepreneurship: Opportunities, Challenges, and Impacts. *Business & Information Systems Engineering*, 62(4), 397-399.
- Bogdanowicz, M. (2015). *Digital Entrepreneurship Barriers and Drivers-the Need for a Specific Measurement Framework*. Joint Research Centre, 1-130.
- Büyükuşlu, A. R. (2020). Toplum 5.0 Süper Akıllı Toplum. *Der Yayınları, İstanbul*.
- Cantillon, R. [1755] 1959. *Essai sur la Nature du Commerce en General [and other essays]*. Editör ve çeviren Henry Higgs, Londra: Frank Cass.
- Chakraborty, T., & Nag, K. (2018). Sports Entrepreneurship: Ontology Based Review through Digital Marketing. *Global Journal of Enterprise Information System*, 10(3), 57-72.
- Davidson, E., & Vaast, E. (2010). Digital Entrepreneurship and its Sociomaterial Enactment. In *2010 43rd Hawaii International Conference on System Sciences* (pp. 1-10). IEEE.
- Dutot, V., & Van Horne, C. (2015). Digital Entrepreneurship Intention in a Developed vs. Emerging Country: An Exploratory Study in France and the UAE. *Transnational Corporations Review*, 7(1), 79-96.



- Elia, G., Margherita, A., & Passiante, G. (2020). Digital entrepreneurship ecosystem: How digital technologies and collective intelligence are reshaping the entrepreneurial process. *Technological Forecasting and Social Change*, 150, 119791.
- Erboy, N. (2013). E-Dış Ticaret ve Girişimcilik Üzerine Etkileri. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi (AKAD)*, 5(8), 50-61.
- Eyel, C. Ş. & Sağlam, H. (2021). Dijital Dönüşüm ve Girişimcilikteki Değişim: Dijital Girişimcilik. *Atlas Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(6), 7-20.
- Fouskas, K. (2019). Entrepreneurial Opportunity Scanning in the Digital Age. *The Malopolska School of Economics in Tarnów Research Papers Collection*, 42(2), 101-114.
- Friederici, N. (2019). Innovation Hubs in Africa: What Do They Really Do for Digital Entrepreneurs?. In *Digital entrepreneurship in sub-Saharan Africa* (pp. 9-28). Palgrave Macmillan, Cham.
- Gagan, B. K., Majumdar, S. K., & Satish, M. (2018). Manoeuvre of Electronic Entrepreneurial Ecosystem to Contemporary Indicator of Techno Business Leadership in Industry 4.0: Digital Entrepreneurship. *Global Journal of Enterprise Information System*, 10(3), 25-33.
- Giones, F., & Brem, A. (2017). Digital technology entrepreneurship: A definition and research agenda. *Technology Innovation Management Review*, 7(5), 44-51.
- Guthrie, C. (2014). The Digital Factory: A Hands-on Learning Project in Digital Entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship Education*, 17(1), 115.
- Hair, N., Wetsch, L. R., Hull, C. E., Perotti, V., & Hung, Y. T. C. (2012). Market Orientation in Digital Entrepreneurship: Advantages and Challenges in a Web 2.0 Networked World. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 9(06), 1-18.
- Hansen, B. (2019). The Digital Revolution–Digital Entrepreneurship and Transformation in Beijing. *Small Enterprise Research*, 26(1), 36-54.
- Haşiloğlu, A. S., Kaya, M. D., & Haşiloğlu, S. B. (2010). E-Girişimcilik Araçları ve Türkiye'deki E Girişimciler Üzerine Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(2), 265-278.
- <https://www.sbb.gov.tr/wp-content/uploads/2020/04/InternetGirisimciligiCalismaGrubuRaporu.pdf>
- Jafari-Sadeghi, V., Garcia-Perez, A., Candelo, E., & Couturier, J. (2021). Exploring the Impact of Digital Transformation on Technology Entrepreneurship and Technological Market Expansion: The Role of Technology Readiness, Exploration and Exploitation. *Journal of Business Research*, 124, 100-111.
- Jelonek, D. (2015). The Role of Open Innovations in the Development of E-entrepreneurship. *Procedia Computer Science*, 65, 1013-1022.
- Kollmann, T. (2006). What is E-entrepreneurship? Fundamentals of Company Founding in the Net Economy. *Int. J. Technology Management*, 33(4), 322-340.
- Le Dinh, T., Vu, M. C., & Ayayi, A. (2018). Towards a Living Lab for Promoting the Digital Entrepreneurship Process. *International Journal of Entrepreneurship*, 22(1), 1-17.
- Lichtenthaler, U. (2018). The World's Most Innovative Companies: A Meta-Ranking. *Journal of Strategy and Management*, 11(4), 497-511.
- Matarazzo, M., Penco, L., & Profumo, G. (2020). Digital Transformation and Internationalisation in Made in Italy SMEs: A Capabilities Perspective. *Strategic Decision-Making in International Context*, Urbino University Press, 61-72.
- McAdam, M., Crowley, C., & Harrison, R. T. (2020). Digital Girl: Cyberfeminism and the Emancipatory Potential of Digital Entrepreneurship in Emerging Economies. *Small Business Economics*, 55, 349-362.
- Nambisan, S. (2016). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship theory and practice*, 41(6), 1-27.
- Naudé, W., & Liebrechts, W. (2020). Digital Entrepreneurship Research: A Concise Introduction. ZA – Institute of Labor Economics.
- Nedumaran, G., & Saroja, R. (2020). A Study on Support Digital Entrepreneurship. *Dogo Rangsang Research Journal*, 10(6), 261-272.



- Nobanee, H., & Dilshad, N. (2020). Digital Entrepreneurship: Concepts, Applications, and Future Research Agenda. *Journal of Critical Reviews*, 7(19), 4807-4817.
- Noceti, F. (2020). How Agile Practices Drive Corporate Entrepreneurship: The Roles of Digital Skills and Ambidexterity.
- Özbek, A., Esmer, Y., & Şaylan, O. (2020). Türk Hazır Giyim İşletmeleri Ve Türk Moda Tasarımcılarına Yönelik Bir E-Girişimcilik Model Önerisi. *İşletme Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 182-195.
- Pandey, R., & Sharif, M. (2020). Study on Digital Entrepreneurship. *International Multidisciplinary Conference in, Technology, Business, Management & Liberal Arts, MTC Global*, 190-197.
- Parker, G. G., Van Alstyne, M. W., & Choudary, S. P. (2016). *Platform revolution: How networked markets are transforming the economy and how to make them work for you*. WW Norton & Company.
- Purbasari, R., Muttaqin, Z., & Sari, D. S. (2021). Digital Entrepreneurship in Pandemic Covid 19 Era: The Digital Entrepreneurial Ecosystem Framework. *Review of Integrative Business and Economics Research*, 10(1), 114-135.
- Rashidi, R., Yousefpour, S., Sani, Y., & Rezaei, S. (2013, October). Presenting a butterfly ecosystem for digital entrepreneurship development in knowledge age. In *2013 7th International Conference on Application of Information and Communication Technologies* (pp. 1-4). IEEE.
- Ratten, V. (2020). Digital Transformation in Sport and Social Media. In *Sport Startups: New Advances in Entrepreneurship*. Emerald Publishing Limited, 89-104.
- Recker, J., & von Briel, F. (2019). The Future of Digital Entrepreneurship Research: Existing and Emerging Opportunities. In *ICIS*.
- Sahut, J. M., Iandoli, L., & Teulon, F. (2019). The age of digital entrepreneurship. *Small Business Economics*, 1-11.
- Satalkina, L., & Steiner, G. (2020a). 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), 1-27.
- Satalkina, L., & Steiner, G. (2020b). Digital Entrepreneurship: A Theory-Based Systematization of Core Performance Indicators. *Sustainability*, 12(10), 1-22.
- Schumpeter, J. A. (1951) *The Creative Response in Economic History*, R. V. Clemence (der.), *Essays on Entrepreneurs, Innovations, Business Cycles, and the Evolution of Capitalism*, New Brunswick, Transaction Publishers, 216-226.
- Schumpeter, J. A. (1961) *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credit, Interest, and the Business Cycle*, New York, Oxford University Press.
- Simić, I. (2020). Challenges and Opportunities for Digital Entrepreneurship in Tourism. *TISC-Tourism International Scientific Conference Vrnjačka Banja*, 5(1), 452-467.
- Sotnyk, I. M., Zavrzhnyi, K. Y., Kasianenko, V. O., Roubik, H., & Sidorov, O. (2020). Investment Management of Business Digital Innovations. *Marketing and Management of Innovations*, 1, 95-109.
- Steininger, D. M. (2019). Linking Information Systems and Entrepreneurship: A Review and Agenda for IT-Associated and Digital Entrepreneurship Research. *Information Systems Journal*, 29(2), 363-407.
- Stepantseva, A. (2020). *Digital Transformation of Business Models in the Banking Sector: A Multiple Case Study* (Doctoral dissertation). *Johannes Kepler University Linz*.
- Stokes, D. A. (2018). Digital Age Entrepreneurship Wikipedia Defines Entrepreneurship As “The Process of Designing, Launching and Running a New Business”. *e-Journal Universitas Tribuana Kalabahi*, 1(1), 79-86.
- Sussan, F., & Acs, Z. J. (2017). The Digital Entrepreneurial Ecosystem. *Small Business Economics*, 49(1), 55-73.
- Tischlinger, D., & Wordragen, B. (2019). What are the Critical Success Factors of Start-Ups in the Digital Transformation?: A Multiple Case-Study, 1-86.



- Troise, C., & Camilleri, M. A. (2021). The Use of Digital Media for Marketing, CSR Communication and Stakeholder Engagement. In *Strategic Corporate Communication in the Digital Age*. Emerald Publishing Limited.
- Ungureanu, A. (2021). The Digitalization Impact on the Entrepreneurial Leadership in the 21 st Century. *iJournals: International Journal of Social Relevance & Concern (IJSRC)*, 9(1), 25-32.
- Vidas-Bubanja, M., Popovčić-Avrić, S., & Bubanja, I. (2019). The Challenges of Digital Economy Development in South-East European Countries. *EMAN 2019–Economics & Management*, 107-116.
- Von Briel, F., Recker, J., & Davidsson, P. (2018). Not all digital venture ideas are created equal: Implications for venture creation processes. *The Journal of Strategic Information Systems*, 27(4), 278-295.
- Vorbach, S., Poandl, E., & Korajman, I. (2019). Digital Entrepreneurship: MOOCs in Entrepreneurship Education the Case of Graz University of Technology. In *International Conference on Interactive Collaborative Learning* (pp. 545-555). Springer, Cham.
- Vural, M., & Çavuş, Ş. (2017). Elektronik Girişimcilik Ve Kırgızistan'da Uygulanma Olanakları. *Akademik Bakış Dergisi*, 59, 50-64.
- Wang, H., Feng, J., Zhang, H., & Li, X. (2020). The Effect of Digital Transformation Strategy on Performance. *International Journal of Conflict Management*, 31(3), 441-462.
- Welsum, D. (2016). Enabling digital entrepreneurs, internet adresi: <https://openknowledge.worldbank.org/bitstream/handle/10986/23646/WDR16-BP-Enabling-digital-entrepreneurs-DWELSUM.pdf?sequence=1>.
- Wentrup, R., Nakamura, H. R., & Ström, P. (2020). Closing the Digital Entrepreneurship Gap the Case of Returnee Entrepreneurs in Morocco. *Journal of Entrepreneurship and Innovation in Emerging Economies*, 6(1), 140-162.
- 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.
- Yıldırım, O., & Başer, E. (2016). İnternetin Girişimciliği Kapsamında Değişen Enformasyon Siteleri Üzerine Bir Değerlendirme. *Global Media Journal TR Edition*, 6(12), 172-200.
- Young, R., Wahlberg, L., Davis, E., & Abhari, K. (2020). Towards a Theory of Digital Entrepreneurship Mindset: The Role of Digital Learning Aptitude and Digital Literacy. *Americas Conference on Information Systems*, 1-10.
- Younis, H., Katsioloudes, M., & Al Bakri, A. (2020). Digital Entrepreneurship Intentions of Qatar University Students Motivational Factors Identification: Digital Entrepreneurship Intentions. *International Journal of E-Entrepreneurship and Innovation (IJEEI)*, 10(1), 56-74.
- Zaheer, H. (2020). *Digital Entrepreneurship* (Doctoral dissertation), Macquarie University, Australia.
- Zincir, O., Ünal, A., & Erdal, M. (2017). Lean and Digital: A Case Study on Procurement and Supply Chain Professionals' Online Social Network. In *Key Challenges and Opportunities in Web Entrepreneurship* (pp. 79-102). IGI Glo



Extended Summary

Conceptual Framework

The emergence of digital technologies is causing changes in the way the industry works. Experiencing the process of digital transformation transforms traditional strategies, structures and opens the way to new ways of doing business. These developments in technology also significantly change the concept of entrepreneurship. In the business world, where digital entrepreneurship has become a growing field and attracts more entrepreneurs, it leads businesses to take advantage of digital technologies. Digital entrepreneurs often take advantage of Sunday opportunities across borders by constantly designing value proposals rather than innovating. By challenging and restructuring business models in industrial sectors, digital entrepreneurs are effectively using information technologies to turn many opportunities into advantages (Satalkina and Steiner, 2020b, p. 2). Digital technology is becoming an important research trend for using technology digitally, such as data and the internet, to help change the whole assumption as startup or entrepreneurial. Digital transformation affects socioeconomic systems and presents inevitable changes in business processes, especially in areas related to resource demands, networking processes and communication mechanisms in entrepreneurial activities. Digital entrepreneurship has a wide scope and reach. Thanks to the study of the digital entrepreneur, the most important recommendation that every business should consider is the need to move their assets to online platforms. As a result, businesses can survive and achieve success. It is an important situation for traditional businesses to move to digital and create an online presence.

Digital entrepreneurship (e-entrepreneurship) is becoming a key factor for any country's economic growth. It also plays an important role in reducing unemployment. Digital entrepreneurship is a phenomenon that arises through technological entities such as the internet, Information and Communication Technology. In general, any entrepreneurial activity that transfers an asset, service, or large part of the business to digital can be characterized as digital entrepreneurship. Therefore, digital entrepreneurship is expressed as entrepreneurship involving a new business model based on digital products or services, digital distribution, a digital business rather than a digital market, or combinations thereof (Dutot and Van Horne, 2015, p. 81). Digital entrepreneurs face many differences compared to traditional entrepreneurs. In order to be a successful entrepreneur, a digital entrepreneur must understand all the concepts related to entrepreneurship. It is also important for entrepreneurs to understand that the market they enter is full of competitors. Therefore, it is important that the digital entrepreneur has a competitive advantage over other entrepreneurs. Modern digital technologies serve as an important tool in achieving this goal. Entrepreneurial ecosystem is a well-known concept in supporting the formation and growth of entrepreneurs driving the economy in a region. However, as newer digital technologies enter our lives, Digital Entrepreneurship also develops. By incorporating information technology into the enterprise's business model, digital entrepreneurs are able to design and implement new business models (Steininger, 2019, p. 364). Just as the process of digital transformation has led to radical changes in the way people live, it also leads to major changes in terms of organizations. Schumpeter (1951-1961), who made a great contribution to the development of the concept of entrepreneurship. he has focused a lot on the concept of "change". He spoke of the need for entrepreneurs to pursue changes to create value.



Today, as a result of the contribution of technological developments to innovation, change and entrepreneurship have become much more important. Businesses have to adapt to the process of change by making changes in their departments, products, processes, organizational structures, business models. Businesses that ignore environmental changes will not have a chance to compete with other businesses, and they will not even be able to survive.

Conclusion and Evaluation

Digital transformation is a commercial transformation that benefits from new technology. Digitalization indeed has the potential to radically change the functioning of economies and labor markets as they are now known. Digital startups are fundamentally transforming many industries and markets by digitizing consumer routines and business services. Digital technologies, related business model innovations and mainstream use of digital applications are developing at a very important and relentless pace. Digital transformation is complex and requires strategic new approaches. In the process of digital transformation, digital entrepreneurship from the point of view of the digital entrepreneur; the right thought, the right idea and the right way to market this product are important. Digital entrepreneurship is reshaping our increasingly digitized world with emerging technologies such as cloud services, augmented and virtual reality, and artificial intelligence. Digital entrepreneurship focuses on leveraging digital technologies or digital business models to explore and exploit entrepreneurial opportunities. Without the transformation of existing businesses, both the economic and environmental challenges of the future cannot be solved in a sustainable way.

By many countries, digital entrepreneurship is recognized as the most important factor in economic development and employment creation. With the advancement of technology, businesses attach importance to entrepreneurial minds in order to create a competitive advantage. Digital entrepreneurs' marketing of their products using the power of technology is different from traditional entrepreneurship. One of the most important reasons for the development of digital entrepreneurship is the creation of favorable conditions for the formation of a digital entrepreneurship ecosystem. Digital entrepreneurship offers them various opportunities by bringing entrepreneurs between various platforms with the technology provided by digital transformation. For this reason, it is very important for digital entrepreneurs to rely on information technology platform features in order to follow opportunities. Digital entrepreneurship is becoming the new way to do business in the digital age of traditional entrepreneurship. In terms of entrepreneurial processes, digital technologies extend the spatial and temporal boundaries of entrepreneurial activities. In fact, the digitization process of organizations creates a distinction between function and format and content and environment, resulting in greater flexibility in both products and services. Developments in the field of digital entrepreneurship are gaining momentum with the widespread of the internet globally. Newly developed software and hardware applications offer many new opportunities for digital entrepreneurs. These developments lead to the emergence of digital entrepreneurship as a new form of entrepreneurship in entrepreneurship. Digital entrepreneurship, along with the digital transformation process, offers manufacturers a business opportunity to reach and sell their products and services through digital platforms. Digital entrepreneurship, which allows businesses to capture new advantages, is important in implementing innovative business practices. Easier and faster access to the internet, new



generation information technologies, especially mobile software and applications, bring many conveniences to digital entrepreneurs. As such, digital entrepreneurs are at the forefront of an ongoing global entrepreneurial movement. It is very important that this type of entrepreneurship, which is still in the maturation stage, is closely followed in our country and included in the plans of the Ministry of development, and studies are carried out to develop it. The development of the entrepreneurial ecosystem for all stakeholders (industrial enterprises, government, technology suppliers, educational institutions, investors, banks and enterprises) must fulfill its responsibility. Societies that attach importance to innovation and increase creativity will be ahead in the entrepreneurial ecosystem. It is necessary to combine technologies such as artificial intelligence, 5G, cloud technology, internet of things, block chain, deep learning, machine learning with human beings. For this reason, addressing digital transformation together with Society 5.0 is very important for the development of digital entrepreneurship.

As a result of the literature review, due to the limited Turkish studies, in subsequent studies, whether the tools for entrepreneurs to adapt to digital platforms are effectively used can be considered by quantitative research methods. Entrepreneurship course, along with the impact of the digital transformation process, can be taught as a course in many departments and programs in universities. According to the Ministry of Development's Report on internet entrepreneurship under the Eleventh Development Plan published in 2018 (<https://www.sbb.gov.tr>) the first three of the highest output digital initiatives in Turkey between 2011 and 2016 yemeksepeti.com (food order), gittigidiyor.com (e-commerce and marketplace) and hepsiburada.com (e-commerce). Of these initiatives, the founder of “yemeksepeti” is a computer engineer, the founder of “gittigidiyor” is an architect, and the founder of “hepsiburada” is an economist. Although there are expected to be some innate traits for entrepreneurship, education is of great importance. Digital entrepreneurship course conducting related studies is one of the recommendations of this study. Research can be done on the generations and future prospects of those who engage in digital entrepreneurship activities or those who work on this platform. The development trend of digital entrepreneurship related to the increase of virtual shopping during the global epidemic that we are currently going through can be explored. The relationship between digital entrepreneurship and other outputs of digital transformation (Internet of things, block chain, big data, etc.) can be discussed. The level of development of the digital entrepreneurship ecosystem in Turkey can be investigated and compared with other academic studies in the world. Digital entrepreneurship can be considered in the perspective of Society 5.0.

