



Islamic Entrepreneurship: A Bibliometric Analysis in the Context of Inclusion and Sustainability

Onur Oktaysoy

onuroktaysoy@kafkas.edu.tr

Kafkas Üniversitesi

[orcid.org/ 0000-0002-8623-614X](https://orcid.org/0000-0002-8623-614X)

Corresponding Author

JEL Code: [M13](#), [L26](#), [Z12](#)

Received: 12.09.2025

Revised: 22.09.2025

Accepted: 25.09.2025

Available Online: 30.09.2025

To cite this document

Oktaysoy, O. (2025). Islamic Entrepreneurship: A Bibliometric Analysis in the Context of Inclusion and Sustainability. *Equinox, Journal of Economics, Business & Political Studies*, 12 (2), 1-23.

doi: [10.48064/equinox.1783172](https://doi.org/10.48064/equinox.1783172)

Abstract

This study aims to provide a comprehensive analysis of the past two decades of scholarly production in the field of Islamic entrepreneurship, highlighting thematic concentrations, geographical and institutional distributions, as well as collaboration networks. Employing bibliometric analysis, the research covers 368 academic publications indexed in international databases between 2005 and 2025 that meet the study's inclusion criteria. The analysis examines the distribution of publications over time, the most productive authors, institutions, and countries, the most highly cited works, conceptual evolution, keyword trends, and co-authorship structures in detail. Findings indicate a significant increase in publications on Islamic entrepreneurship, particularly after 2015, with Malaysia and Indonesia emerging as leading contributors in terms of both productivity and collaboration. Turkey's contribution remains relatively limited, underscoring the need for greater engagement in international research networks. Citation analysis reveals that the most influential studies focus on themes such as concept building, women's entrepreneurship, and ethical behavior. Keyword trends further demonstrate the growing prominence of digitalization, sustainable development, and Islamic finance within the literature. By systematically mapping the current state of the field, this study offers a holistic and structured overview of Islamic entrepreneurship research, while also providing thematic and methodological insights that may guide future studies. The originality of the study lies in its breadth of coverage and conceptual depth, which together make a meaningful contribution to the literature.

Keywords: Islamic Entrepreneurship, Islamic Finance, Entrepreneurship, Türkiye.

İslami Girişimcilik: Kapsayıcılık ve Sürdürülebilirlik Bağlamında Bibliyometrik Bir Analiz

Öz

Bu çalışma, İslami girişimcilik alanındaki son yirmi yıllık akademik üretimi kapsamlı bir biçimde analiz ederek literatürdeki tematik yoğunlukları, coğrafi ve kurumsal dağılımları ile iş birliği ağlarını ortaya koymayı amaçlamaktadır. Bibliyometrik analiz yöntemiyle gerçekleştirilen araştırma, 2005–2025 yılları arasında uluslararası veri tabanlarında yayımlanmış ve belirlenen seçim kriterlerini karşılayan 368 akademik yayını kapsamaktadır. Çalışmada yayınların yıllara göre dağılımı, en üretken yazarlar, kurumlar ve ülkeler, en çok atıf alan çalışmalar, kavramsal evrim, anahtar kelime eğilimleri ve yazarlar arası iş birliği yapıları ayrıntılı olarak incelenmiştir. Bulgular, İslami girişimcilik literatüründe özellikle 2015 yılı sonrasında belirgin bir yayın artışı olduğunu, Malezya ve Endonezya'nın hem üretkenlik hem de iş birliği açısından öncü konumda yer aldığını göstermektedir. Türkiye'nin katkısının görece sınırlı olduğu, özellikle uluslararası ağlarda daha etkin bir rol üstlenmesi gerektiği görülmektedir. Atıf analizleri, en çok öne çıkan çalışmaların kavram inşası, kadın girişimciliği ve etik davranış temalarına yoğunlaştığını ortaya koymaktadır. Anahtar kelime eğilimleri ise literatürde dijitalleşme, sürdürülebilir kalkınma ve İslami finans gibi kavramların giderek daha fazla önem kazandığını göstermektedir. Bu çalışma, İslami girişimcilik literatürünü bütüncül ve sistematik bir perspektifle değerlendirerek mevcut durumu haritalandırmakta, aynı zamanda gelecekteki araştırmalara yön verecek tematik ve metodolojik öneriler sunmaktadır. Çalışmanın özgünlüğü, hem kapsadığı genişlik hem de sunduğu kavramsal derinlikle literatüre anlamlı bir katkı sağlamasında yatmaktadır.

Anahtar Kelimeler: İslami Girişimcilik, İslami Finans, Girişimcilik, Türkiye.

1. Giriş

Girişimcilik, günümüz dünyasında yalnızca ekonomik kalkınmanın bir aracı olarak değil, aynı zamanda toplumsal refahı artıran, sosyal adaleti destekleyen ve kültürel değerlerle uyumlu bir yapı inşa eden bir mekanizma olarak görülmektedir (Sagbas vd., 2023). Bu çok katmanlı işlevi nedeniyle girişimcilik, farklı sosyo-kültürel bağlamlarda yeniden tanımlanmakta ve yerel ihtiyaçlarla bütünleştirilerek yeni yaklaşımlar geliştirilmesine olanak tanımaktadır. Bu bağlamda, son yıllarda dikkat çeken bir kavramsal yönelim, İslami girişimcilik olmuştur (Er ve Mutlu, 2017).

İslami girişimcilik, ekonomik faaliyetleri İslam'ın temel değerleriyle uyumlu bir şekilde yapılandırmayı amaçlayan bir yaklaşımdır. Adalet, dürüstlük, helal kazanç, toplumsal dayanışma, faizden kaçınma ve sosyal sorumluluk gibi ilkeler bu yaklaşımın temelini oluşturmaktadır. Girişimciliğe dair İslami perspektif, yalnızca bireysel kazancı değil, aynı zamanda ümmetin refahını ve toplumsal dengeyi de merkeze almaktadır (Ramadani vd., 2015). İslami girişimcilik anlayışı, Kur'an-ı Kerim'in ekonomik yaşama ilişkin hükümleriyle de desteklenmektedir. Özellikle Cuma Suresi 62:10'da yer alan "Namaz kılınıldıktan sonra yeryüzüne dağılın ve Allah'ın lütfundan nasibinizi arayın" ayeti, İslam'da meşru yollarla rızık arayışının teşvik edildiğini açıkça göstermektedir.

Küreselleşmenin getirdiği dönüşümler, dijitalleşme süreci, gelir eşitsizlikleri ve sosyo-ekonomik kırılmalıklar, Müslüman toplumlarda alternatif girişimcilik biçimlerinin geliştirilmesini zorunlu kılmıştır. Bu noktada İslami girişimcilik, yalnızca ekonomik büyümeyi değil, aynı zamanda sosyal adaletin tesisini, kadınların ekonomik hayata katılımını, çevresel sorumluluğu ve eğitime dayalı kalkınmayı destekleyen bütüncül bir model sunmaktadır (Yüce ve Kavak, 2018). İslam dünyasında bu kavramın hem akademik literatürde hem de kalkınma politikalarında artan şekilde tartışılması, konunun güncelliğini ve önemini daha da artırmaktadır. Bununla birlikte, İslami girişimciliğin kuramsal çerçevesi ve pratikteki yansımaları hâlen gelişmekte olan bir araştırma alanıdır. Literatürdeki kavramsal çeşitlilik, tanım farklılıkları, ampirik boşluklar ve politika ile uygulama arasında oluşan kopukluklar, bu alanın daha derinlikli ve bütüncül bir biçimde ele alınmasını gerekli kılmaktadır. Dolayısıyla, İslami girişimcilik üzerine yapılacak disiplinler arası araştırmalar, yalnızca ekonomik analizlerle sınırlı kalmamalı, aynı zamanda toplumsal, kültürel ve dini boyutları da dikkate alarak bütüncül bir yaklaşım geliştirmelidir.

Bu bağlamda, bu çalışma İslami girişimciliği kavramsal, kültürel ve teorik temelleriyle ele alarak, disiplinler arası bir bakış açısıyla yeni bir çerçeve sunmayı ve bu alanda yapılacak çalışmalara yön verecek kapsamlı bir teorik zemin oluşturmayı amaçlamaktadır.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. İslami Girişimcilik

Girişimcilik, bireylerin fırsatları tespit ederek yenilikçi değer üretme süreci olarak tanımlanmakta ve ekonomik büyümenin yanı sıra toplumsal gelişimin de itici gücü olarak değerlendirilmektedir (Shane ve Venkataraman, 2000). Ancak girişimcilik faaliyetleri yalnızca ekonomik çıktılarla sınırlı değildir; kültürel, dini ve etik değerlerle şekillenebilir (Uygungil-Erdogan vd., 2025). Bu çerçevede gelişen İslami girişimcilik kavramı, girişimciliği İslam'ın değerleriyle uyumlu bir şekilde yeniden tanımlayan, sosyal sorumluluğu ve etik ticaret anlayışını önceleyen bir yaklaşımı ifade etmekte (Hassan ve Hippler, 2014), İslam'ın temel kaynakları olan Kur'an-ı Kerim ve hadislerde yer alan ekonomik ilkelere dayanmaktadır. Bu ilkelere göre girişimci, sadece kendi ekonomik çıkarını gözetken değil, toplumun refahını önceleyen, adaletli, dürüst ve helal kazanca dayalı faaliyetlerde bulunan birey ya da kurumdur (Ashraf, 2019).

İslami girişimcilik, örgütler açısından değerlendirildiğinde ise sadece bireysel girişimleri değil, aynı zamanda kurumların yönetim anlayışını da kapsamaktadır. Örgütlerdeki karar alma süreçlerinin adalet ve liyakat ilkelerine dayanması, çalışanlara karşı dürüstlük ve merhamet eksenli bir yönetim anlayışının benimsenmesi, bu girişimcilik anlayışının somut yansımalarındandır (Beekun ve Badawi, 2005). Bu çerçevede İslami girişimcilik, hem kurumsal sosyal sorumluluk (KSS) uygulamalarına yön vermekte hem de örgütsel güven ve bağlılık düzeylerini olumlu yönde etkileyebilmektedir (Rice, 1999). Çalışanlar düzeyinde ise İslami girişimcilik anlayışı, bireylerin işe yönelik anlam arayışını, etik tutumlarını ve motivasyonlarını doğrudan etkilemektedir. İslam ahlakının temelinde yer alan niyet, sorumluluk ve dayanışma gibi ilkeler, çalışanların örgütsel davranışlarında belirleyici rol oynayabilir (Ali ve Weir, 2005). Nitekim yapılan araştırmalar, İslami değerlerle uyumlu bir çalışma ortamının çalışan bağlılığını ve iş tatminini artırdığını göstermektedir (Tlaiss, 2015).

Teorik temeller bakımından İslami girişimcilik, hem klasik girişimcilik kuramlarından hem de İslam iktisadı literatüründen beslenmektedir. Girişimciyi risk üstlenen, yenilikçi ve fırsatları değerlendiren birey olarak tanımlayan Schumpeter'ci yaklaşım, İslami bağlamda etik ve sosyal sorumluluk ilkeleriyle yeniden yorumlanmaktadır (Ramadani vd., 2015). Ayrıca İslam iktisadı çerçevesinde riba (faiz) yasağı, zekat (zorunlu sadaka), waqf (vakıf), ve musharakah (ortaklık) gibi kavramlar, girişimcilik uygulamalarına yön veren temel dinamiklerdir (Obaidullah ve Khan, 2008).

İslami girişimciliği etkileyen faktörler hem bireysel hem de çevresel düzeyde ele alınmaktadır. Bireysel düzeyde dini inanç, etik hassasiyet, helal kazanç arayışı ve topluma hizmet etme niyeti öne çıkan unsurlar arasındadır (Ashraf,

2019). Çevresel faktörler ise hukuki düzenlemeler, İslami finansal altyapı, girişimcilik eğitimi ve dijitalleşme olanaklarını içermektedir (Muhammad vd., 2024). Özellikle dijitalleşme, İslami girişimcilik faaliyetlerinin daha geniş kitlelere ulaşmasını ve sınır ötesi etkileşimleri artırmasını sağlamaktadır (Azman vd., 2020).

Literatürdeki çalışmalar, İslami girişimciliğin toplumsal dönüşüm potansiyeline vurgu yapmaktadır. Örneğin, kadın girişimcilerin İslami değerlerle uyumlu mikro girişimlerde bulunmaları, hem ekonomik bağımsızlıklarını artırmakta hem de sosyal rol dağılımını dönüştürmektedir (Tlaiss ve Kauser, 2011; Roomi ve Parrott, 2008). Aynı şekilde, İslami sosyal finans araçları yoluyla dezavantajlı grupların ekonomik hayata katılımı sağlanmakta ve yoksullukla mücadeleye katkı sunulmaktadır (Islamic Development Bank, 2017). Bu bağlamda İslami girişimcilik, yalnızca dini bir etik sistemin ekonomik yaşama uygulanması değil, aynı zamanda kapsayıcı ve sürdürülebilir kalkınmayı hedefleyen bütüncül bir model durumundadır. Bu modelin birey, örgüt ve toplum düzeyinde çok yönlü etkileri bulunmakta ve İslam dünyasında alternatif bir kalkınma paradigması sunmaktadır (Mi'raj ve Ulev, 2024). Literatürün giderek artan ilgisi ve bu konudaki akademik üretimin çoğalması, İslami girişimciliğin hem teorik hem de pratik düzeyde daha derinlemesine incelenmesi gerektiğini ortaya koymaktadır.

2.2. İslami Girişimciliğin Kavramsal Temelleri

İslami girişimcilik, ekonomik faaliyetlerin İslam'ın ahlaki ilkeleriyle uyumlu bir biçimde yürütülmesini öngören bütüncül bir yaklaşımı ifade etmektedir (Hassan ve Hippler, 2014). Bu yaklaşımda girişimci yalnızca kâr amacı güden bir aktör değil, aynı zamanda ümmetin refahı, toplumsal adaletin sağlanması ve helal kazanç doğrultusunda hareket eden bir sosyal aktör olarak konumlandırılmaktadır (Ashraf, 2019). Girişimcinin davranışı İslami değerlerle yönlendirilmekte, riba (faiz), gharar (belirsizlik) ve maysir (kumara dayalı risk) gibi unsurlar ticari hayattan dışlanmaktadır (Rice, 1999).

Kur'an-ı Kerim'de girişimciliği dolaylı biçimde teşvik eden pek çok ayet yer almaktadır. Özellikle Cuma Suresi 62:10 ayetinde "Namaz kılınıldıktan sonra yeryüzüne dağılın ve Allah'ın lütfundan rızkınızı arayın" bu çağrısı, ekonomik faaliyetin ibadet bilinciyle nasıl bütünleştirilebileceğine işaret etmektedir. Ayrıca hadis literatüründe de Peygamber Efendimiz'in (sav) ticari yaşamı ve adaletli iş yapma ilkeleri, İslami girişimcilik modelinin tarihsel dayanaklarını oluşturmaktadır (Kayed ve Hassan, 2011).

2.3. Literatürdeki Yönelimler ve Tematik Eğilimler

İslami girişimcilik literatürü, kavramsal çeşitlilik ve metodolojik dağınıklık nedeniyle hâlen gelişme aşamasında olan bir akademik alandır (Tlaiss, 2015). Çoğu çalışma, İslami girişimcilik faaliyetlerini yalnızca mikro düzeyde incelemekte, makro düzeydeki toplumsal etkiler ve politik yansımalar sınırlı

kalmaktadır. Ramadani ve arkadaşları (2015), bu eksikliğe dikkat çekerek, İslami girişimciliğin sadece dini normlarla değil, aynı zamanda yerel kültürle, toplumsal cinsiyet rolleriyle ve kalkınma politikalarıyla ilişkili çok boyutlu bir yapı olduğunu vurgulamaktadır.

Literatürde öne çıkan temalardan biri, kadınların İslami girişimcilikteki rolüdür. Özellikle Orta Doğu ve Güneydoğu Asya'da kadınların mikro girişimcilik yoluyla ekonomik hayata katılımı, İslam'ın girişimciliği destekleyici yönleriyle birlikte ele alınmaktadır (Tlaiss ve Kauser, 2011; Roomi ve Parrott, 2008). Kadın girişimciliği bağlamında yapılan çalışmalar, dini kimliğin ve geleneksel toplumsal normların girişimci kadınlar için hem bir sınırlayıcı hem de motive edici unsur olduğunu ortaya koymaktadır (Kelley vd., 2017). Bir diğer dikkat çeken alan ise İslami finansman modelleridir. Faize dayanmayan finansal yapılar, özellikle mikro girişimciler için önemli fırsatlar sunmakta, zekât, sadaka, vakıf ve katılım bankacılığı gibi araçlar bu kapsamda değerlendirilmektedir (Islamic Development Bank, 2017; Ayub vd., 2024). Bu sosyal finansman araçları, sadece ekonomik değil, aynı zamanda sosyal içme ve dayanışma mekanizmalarıdır (Obaidullah ve Khan, 2008).

Eğitim ve girişimcilik arasındaki ilişki, literatürde yükselen bir diğer temadır. Girişimcilik eğitimi, özellikle İslami değerlerle harmanlandığında bireylerin girişimcilik niyetini olumlu yönde etkileyebilmektedir (Ismail vd., 2009). İslami okullarda ve üniversitelerde uygulanan girişimcilik programları, öğrencilerin hem dini hem de ticari etik yönünden donanımlı bireyler olarak yetişmesini hedeflemektedir (Halim vd., 2024).

2.4. Türkiye’de İslami Girişimcilik

Türkiye, laik bir anayasal düzene sahip olmakla birlikte, derin İslami değerlerle şekillenmiş sosyokültürel yapısı nedeniyle İslami girişimcilik pratiklerinin geliştiği önemli ülkelerden biridir. Özellikle 1980’li yıllardan itibaren serbest piyasa ekonomisine geçişle birlikte girişimcilik faaliyetlerinde belirgin bir artış yaşanmış, bu süreçte dini değerlerle uyumlu ekonomik örgütlenmeler ve ticari pratikler de çeşitlenmiştir (Atasoy, 2008). Bu bağlamda, Türkiye’de İslami girişimcilik, hem bireysel inanç sistemlerinin ekonomik yaşama yansması hem de alternatif kalkınma modellerinin bir parçası olarak ele alınmaktadır. Türkiye’de İslami girişimciliğin yükselişi, özellikle Anadolu Kaplıları olarak adlandırılan, muhafazakâr iş insanlarının 1980 sonrası dönemde sanayileşme ve ihracat odaklı kalkınma stratejileri doğrultusunda ekonomik arenada öne çıkmalarıyla başlamıştır. Kayseri, Konya, Gaziantep ve Denizli gibi kentlerde yoğunlaşan bu sermaye grupları, dini değerlere bağlılıkla modern işletme tekniklerini birleştirmiş, etik ticaret, sosyal sorumluluk ve helal kazanç ilkelerini temel alan iş kültürleriyle dikkat çekmiştir (Öniş, 1991; Demir vd., 2004). Bu süreç, hem İslami girişimcilik

anlayışının kurumsallaşmasını hem de sermayenin kültürel yeniden üretimini mümkün kılmıştır (Ataşoy, 2008).

Türkiye'de İslami girişimcilik, yalnızca bireysel düzeyde değil, örgütsel yapılar ve sivil toplum alanında da güçlü temsillerle varlık göstermektedir (Karatepe vd., 2023). MÜSİAD (Müstakil Sanayici ve İşadamları Derneği), 1990 yılında kurulmuş ve İslami değerler ekseninde ekonomik faaliyet gösteren girişimcileri bir araya getirmiştir. Dernek, sadece bir iş insanları platformu olarak değil, aynı zamanda İslam ahlakına dayalı bir ekonomik vizyonun taşıyıcısı olarak değerlendirilmiştir (Yavuz, 2003). MÜSİAD'ın yayınları, fuarları, iş geliştirme projeleri ve uluslararası iş birlikleri, Türkiye'de İslami girişimcilik ağının gelişimini önemli ölçüde desteklemiştir (Buğra ve Savaşkan, 2014). Bununla birlikte, Türkiye'de İslami girişimcilik pratikleri, finansal sektörde de önemli bir karşılık bulmuştur. Katılım bankacılığı, faizsiz finans prensiplerine dayanan İslami finansın Türkiye'deki kurumsal ifadesidir. İlk örnekleri 1980'lerin sonlarında ortaya çıkan bu kurumlar, günümüzde kamu ve özel sektör destekli bankalar aracılığıyla geniş bir müşteri kitlesine hizmet sunmaktadır (Kahf, 2004; Katılım Bankaları Birliği, 2023). Türkiye'de faaliyet gösteren katılım bankaları, küçük ve orta ölçekli işletmelere finansal kaynak sağlamakta, böylece İslami girişimciliğin maddi altyapısını güçlendirmektedir.

Türkiye'de İslami girişimciliğin gelişimini etkileyen önemli faktörlerden biri de siyasal iklimdir. Özellikle 2000'li yıllardan itibaren siyasal İslam'ın yükselişiyle birlikte, dini referanslarla uyumlu ekonomik söylemler daha fazla görünürlük kazanmıştır. Bu durum, İslami girişimcilik anlayışının meşruiyetini artırmış, ancak bazı eleştirel yaklaşımlara da neden olmuştur. Örneğin, kimi araştırmacılar İslami girişimciliğin piyasalaşma süreçleriyle iç içe geçerek dini değerlerin araçsallaştırıldığına dikkat çekmiştir (Tugal, 2009).

Akademik alanda ise Türkiye'de İslami girişimcilik üzerine yapılan çalışmalar görece sınırlı olmakla birlikte giderek artan bir ilgi söz konusudur (Topçuoğlu vd., 2023). Bu çalışmalar genellikle niteliksel yöntemlerle yürütülmüş, girişimcilerin dini motivasyonları, iş ahlakı pratikleri, kadın girişimciliği, İslami finans uygulamaları ve sosyal etki gibi temalar etrafında şekillenmiştir (Demir vd., 2004). Ayrıca, üniversitelerde İslami finans ve etik konularının ders programlarına dahil edilmesiyle birlikte, kavramsal düzeyde daha sistematik yaklaşımlar geliştirilmektedir.

Özetle Türkiye'de İslami girişimcilik, yalnızca dini motivasyonlara dayanan bireysel faaliyetlerden ibaret değildir. Aynı zamanda örgütsel yapılar, finansal kurumlar, sivil toplum ve kamu politikaları aracılığıyla desteklenen çok boyutlu bir girişimcilik alanı olarak kendisini göstermektedir. Gerek kültürel sermaye üretimi gerekse etik temelli ekonomik örgütlenme açısından Türkiye, İslami girişimciliğin kurumsal çeşitliliğini sergileyen örnek ülkelerden biridir. Bu bağlamda, Türkiye örneği, İslam dünyasının diğer bölgelerinde geliştirilecek İslami girişimcilik modelleri için zengin bir saha sunmaktadır.

3. Yöntem

Bu çalışma, İslami girişimcilik literatüründe son yirmi yılı aşkın sürede yaşanan gelişmeleri sistematik biçimde inceleyerek alandaki eğilimleri, iş birliklerini, atıf yapısını ve tematik odakları ortaya koymak amacıyla bibliyometrik analiz yöntemine başvurmuştur. Bibliyometrik analiz, belirli bir konuda üretilmiş akademik yayınların sayısal verilerine dayalı olarak bilimsel üretimin haritalanmasını, literatürdeki temel aktörlerin ve eğilimlerin tespit edilmesini sağlayan nicel bir yaklaşımdır (Aria ve Cuccurullo, 2017). Bu bağlamda çalışma, betimsel bir araştırma modeli üzerine inşa edilmiştir.

Araştırmanın veri kümesi, Scopus veritabanı aracılığıyla oluşturulmuştur. Scopus, sosyal bilimler dâhil olmak üzere birçok disiplini kapsayan, hakemli dergilere ait yayınları ve atıf ilişkilerini içeren kapsamlı bir bibliyografik kaynaktır. Çalışma kapsamında “TITLE-ABS-KEY (Islamic and entrepreneurship)” arama dizgesi kullanılarak, 1 Ocak 2005 ile 11 Mayıs 2025 tarihleri arasında yayımlanan ve İslami girişimcilik temasına odaklanan 368 akademik yayın tespit edilmiştir. Toplanan bibliyometrik veriler, R Studio ortamında çalışan Bibliometrix paket programı ve onun grafik arayüzü olan Biblioshiny ile analiz edilmiştir (Aria ve Cuccurullo, 2017). Elde edilen verilerde temel olarak şu başlıklar incelenmiştir: Yıllara göre yayın eğilimleri, En üretken kurumlar ve ülkeler, En çok atıf alan çalışmalar, Anahtar kelime sıklıkları, Ortak yazarlık ve ülke iş birliği ağları, Tematik haritalama ve kavramsal yapı analizi ve kavramsal evrim analizi. Bu analizler sayesinde literatürdeki üretim dinamikleri, temel araştırma eksenleri ve zaman içinde geçirdiği evrimsel süreç bütüncül biçimde değerlendirilmiştir.

Bibliyometrik ilişkilerin daha ayrıntılı ve sezgisel biçimde görselleştirilmesi amacıyla, VoSviewer yazılımı kullanılmıştır. VoSviewer, özellikle ortak atıf, anahtar kelime eşgörünümü ve yazar işbirliği gibi ilişkilerin kümeleme tabanlı görsel haritalarını oluşturmakta oldukça işlevseldir (van Eck ve Waltman, 2010). Bu araçlar sayesinde literatürdeki yoğunlaşmalar, kavramsal kümelenmeler ve boşluklar görsel olarak da desteklenmiştir.

4. Bulgular

Bu bölümde, 2005-2025 yılları arasında yayımlanmış olan 368 akademik yayının bibliyometrik analizi doğrultusunda elde edilen bulgular aktarılmaktadır. Bulgular, yayın eğilimleri, yazar ve kurum analizleri, anahtar kelime dağılımları ve işbirliği ağlarının yanı sıra tematik kümelenmeler ekseninde sunulmuştur.

4.1. Yıllara Göre Yayın Sayıları

Araştırma kapsamında İslami girişimcilik kavramını konu edinen, Scopus veri tabanında indekslenmiş makalelerin yıllara göre sayılarının değişimi Tablo 1 ve Şekil 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Yıllara Göre Yayın Sayısal Dağılımı

Yıllara Göre İslami Girişimcilik Temalı Yayın Sayıları (2005-2025)			
2005→Yayın yok	2011→10 Yayın	2017→19 Yayın	2023→45 Yayın
2006→2 Yayın	2012→10 Yayın	2018→32 Yayın	2024→31 Yayın
2007→1 Yayın	2013→16 Yayın	2019→35 Yayın	2025 →18 Yayın
2008→Yayın yok	2014→15 Yayın	2020→27 Yayın	
2009→3 Yayın	2015→22 Yayın	2021→26 Yayın	
2010→10 Yayın	2016→22 Yayın	2022→34 Yayın	

Şekil 1. İslami Girişimcilik Temalı Yayınların Yıllara Göre Dağılımı (Ocak 2005-Mayıs 2025)



Tablo 1 ve Şekil 1 kapsamında 2005–2025 yılları arasında yayımlanan İslami girişimcilik temalı akademik yayınlar incelendiğinde, literatürde belirgin bir ivmelenme süreci gözlemlenmektedir. 2005 ve 2009 dönemi dikkate alındığında yayın sayısının azlığı, bu dönemde konunun henüz akademik ilgiye konu edilmediğini göstermektedir. Özellikle 2010 yılında başlayan yayın sayısı artışı, takip eden yıllarda artarak devam etmiş ve istikrarlı bir yükseliş eğilimi sergilemiştir. 2015–2020 dönemi, yayın sayılarının yıllık 20’nin üzerine çıktığı, İslami girişimciliğin teorik temellerinin çeşitlenerek kuramsal bir zemin kazandığı bir safha olarak değerlendirilebilir. Bu artış, İslam ekonomisi, etik iş modelleri ve sosyal girişimcilik gibi temalarla alanın disiplinler arası niteliğinin güçlendiğini göstermektedir. 2023 yılında ulaşılan 45 yayınlı zirveye çıkılması, konunun küresel ölçekte akademik ve pratik karşılıklarının genişlediğini ortaya koymaktadır.

Yıllara göre yayın sayılarındaki değişim odağından değerlendirildiğinde genel eğilim, İslami girişimcilik alanının son yirmi yılda istikrarlı biçimde akademik

gündemde yer bulduğunu ve özellikle son beş yılda bu görünürlüğün niteliksel ve niceliksel açıdan önemli bir eşiği aştığını göstermektedir. Bu durum, literatürdeki kuramsal derinliğin artmakta olduğunu ve alanın küresel akademik söylemde kalıcı bir yer edindiğini ortaya koymaktadır.

4.2. En Çok Atıf Alan Yayınlar

Araştırma kapsamında incelenen ve 2005-2025 yılları arasında yapılan “İslami girişimcilik” temalı yayınlar içinde en fazla atıf alan araştırmalar aşağıda yer alan Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. En Çok Atıf Alan Yayınlar

Yayın Başlığı	Yayın Yılı	Toplam Atıf (TC)	Yıllık Atıf (TC/Y)	Literatür Katkısı	Dergi
Entrepreneurship from an Islamic Perspective (Gümüşay, 2015)	2015	491	49,1	Kavram inşası	International Journal of Gender and Entrepreneurship
Characteristics of Women Entrepreneurs in Saudi Arabia (Zamberi Ahmad, S).	2011	399	28,5	Kadın odaklı ilk örnek	Journal of Business Ethics
The Context of Islamic Entrepreneurship and Business (Ramadani et al., 2015)	2015	325	32,5	Kültürel bağlamda sistematik analiz	Journal of Business Ethics
How Islamic Business Ethics Impact Women Entrepreneurs	2015	314	31,4	İş etiği, kadın girişimciler, etik davranış analizi	International Journal of Business and Globalisation
A Way to Paradise: Pious Neoliberalism, Islam, and Faith-Based Development (Tlaiss, 2015)	2012	222	18,5	İnanç temelli kalkınma ve siyasi ekonomi modeli	Annals of the Association of American Geographers

Tablo 2 incelendiğinde islami girişimcilik bağlamında öne çıkan beş yüksek etkili yayının, alanın teorik çerçevesinin oluşumunda belirleyici rol oynadığı görülmektedir. Tablo verilerine göre, söz konusu çalışmalar 2011-2015 dönemine yoğunlaşmakta ve her biri farklı açılardan literatüre özgün katkılar sunmaktadır. Buna göre, Entrepreneurship from an Islamic Perspective (2015), İslami girişimciliği sistematik biçimde tanımlayarak kavram inşasına öncülük etmiş, normatif ilkeleri merkeze alan bir kuramsal çerçeve geliştirmiştir. Öte yandan, Characteristics of Women Entrepreneurs in Saudi Arabia (2011) ve How Islamic Business Ethics Impact Women Entrepreneurs (2015), kadınların girişimcilik deneyimlerini İslami normlar çerçevesinde inceleyerek literatüre

toplumsal cinsiyet boyutunu güçlü biçimde entegre etmiştir. The Context of Islamic Entrepreneurship and Business (2015) ise, İslami girişimcilik olgusunu kültürel, tarihsel ve kurumsal bağlamlar üzerinden analiz ederek, mikro düzeyin ötesinde yapısal değerlendirmelere olanak tanımış, girişimcilik pratiklerinin toplumsal yerleşikliğine dair bütüncül bir bakış sunmuştur. Bu çerçevenin dışında ancak tamamlayıcı bir pozisyonda yer alan A Way to Paradise: Pious Neoliberalism, Islam, and Faith-Based Development (2012), inanç temelli kalkınma pratiklerini eleştirel bir perspektifle ele alarak, dini söylemlerin neoliberal yönetimsellik ile nasıl bütünleştirildiğini çözümlemektedir. Bu yönüyle literatürün siyasal ekonomi ekseninde genişlemesine önemli bir katkı sağlamıştır.

Genel olarak bu beş yayın, İslami girişimcilik literatürünün kavramsal haritasını şekillendiren, bireysel davranış, toplumsal yapı ve küresel kalkınma politikaları arasındaki ilişkileri anlamlandıran yüksek etkili çalışmalardır. Kavramsal açıklık, ampirik derinlik ve eleştirel çeşitlilik açısından literatürde referans niteliği taşıyan bu eserler, alanın kurumsallaşmasında belirleyici rol oynamıştır.

4.3. En Fazla Yayın Yapan Ülkeler ve Kurumlar

İslami girişimcilik literatürünün coğrafi ve kurumsal dağılımını incelemek, alanın yalnızca içeriksel gelişimini değil, aynı zamanda yapısal ve bölgesel dinamiklerini anlamak açısından da önem arz etmektedir. Bu çerçevede, hangi ülke ve kurumların literatüre daha yoğun katkı sunduğunun belirlenmesi, çalışmanın entelektüel merkezlerini ve araştırma eğilimlerini ortaya koymak bakımından bir gereklilik durumundadır. Aşağıda yer alan Tablo 3'te sunulan veriler, bu alanın hangi bölgelerde kurumsallaştığını ve hangi akademik aktörler etrafında şekillendiğine dair veriler içermektedir.

Tablo 3. En Fazla Yayın Yapan Ülkeler ve Kurumlar

Ülke	Yayın Sayısı	Kurum	Yayın sayısı
Endonezya	186	Islamic Azad University (İran)	23
Malezya	181	Universiti Teknologi Malaysia	20+
İran	50+	Universitas Indonesia	20+
ABD	40+		
Birleşik Krallık	30+		

Tablo 3 incelendiğinde, bu alandaki akademik üretimin coğrafi olarak belirli merkezlerde yoğunlaştığını açık biçimde ortaya koymaktadır. Yayın sayıları dikkate alındığında, Endonezya (n=186) ve Malezya (n=181) açık farkla ön plana çıkmakta, bu iki Güneydoğu Asya ülkesi, toplam üretimin büyük kısmını oluşturarak literatürde bölgesel hegemonya kurmaktadır. Bu durum, İslami değerlerin kamu politikalarında ve akademik gündemde merkezi rol oynadığı bu ülkelerde, girişimcilik ile dinî referansların iç içe geçtiği yapısal bir

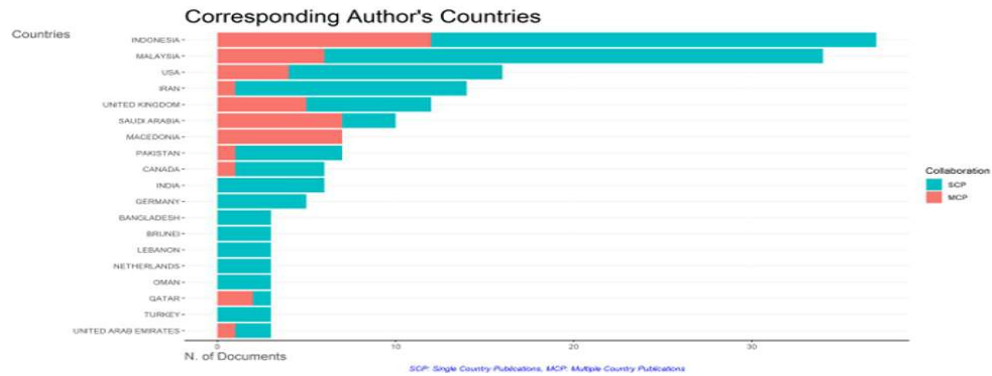
araştırma geleneğinin oluştuğunu göstermektedir. Bu iki ülkeyi sırasıyla İran (50+ yayın), ABD (40+) ve Birleşik Krallık (30+) izlemektedir. İran'ın İslami değer temelli akademik üretiminde güçlü geleneksel ve kurumsal altyapıya sahip olması, yayın hacmine doğrudan yansımaktadır. Öte yandan, ABD ve Birleşik Krallık gibi Batı ülkelerinin bu alandaki katkısı, literatürün yalnızca İslam dünyasında değil, aynı zamanda göç, diaspora ve çok kültürlülük bağlamlarında da üretildiğini göstermektedir. Bu durum, İslami girişimciliğin küresel bir araştırma nesnesi hâline geldiğini ve İslam toplumları dışındaki akademik çevrelerde de ilgi uyandırdığını ortaya koymaktadır.

Kurumlar düzeyinde bakıldığında, Islamic Azad University (İran, n=23), literatüre en fazla katkı sunan akademik kurum olarak öne çıkmaktadır. Bu kurumu Universiti Teknologi Malaysia ve Universitas Indonesia (her biri 20+ yayın) izlemektedir. Kurumların ülke verileriyle örtüşen üretkenliği, akademik yayıncılığın kurumsal yoğunlaşma gösterdiğini ve bu kurumların İslami girişimcilik alanında odak araştırma merkezleri işlevi gördüğünü düşündürmektedir.

4.4. İslami Girişimcilik Çalışmalarında Küresel Yayın Dağılımı ve İşbirlikleri

İslami girişimcilik literatürünün sadece içeriksel değil, aynı zamanda coğrafi ve işbirliğine dayalı yapısını analiz etmek, alanın küresel ölçekte nasıl şekillendiğini anlamak açısından kritik bir önem taşımaktadır. Bu bağlamda, farklı ülkelerin yayın üretimindeki yoğunlukları ve araştırma ağlarıyla kurdukları etkileşim biçimleri, literatürün gelişim yönlerini ve uluslararasılaşma düzeyini ortaya koymaktadır. Aşağıda yer alan grafik, ilgili alanda en fazla yayın üreten ülkeleri ve bu yayınların tekil (SCP) ya da çok uluslu (MCP) işbirlikleri kapsamında mı üretildiğini görsel olarak sunmakta, dolayısıyla İslami girişimcilik çalışmalarının küresel düzeydeki dağılımına ve bağlantı yapısına ışık tutmaktadır.

Şekil 2. İslami Girişimcilik Çalışmalarında Küresel Yayın Dağılımı ve İşbirlikleri



Görselde yer alan veriler, Endonezya ve Malezya gibi Güneydoğu Asya ülkelerinin İslami girişimcilik alanındaki yayın sayısı bakımından başat bir konuma sahip olduğunu göstermektedir. Bu ülkelerde üretilen yayınların büyük çoğunluğu tek ülke merkezli (SCP) çalışmalardan oluşmakta, bu da yerel akademik kapasitenin güçlü olduğunu ancak uluslararası işbirliği ağlarının görece sınırlı kaldığını işaret etmektedir. Bu bağlamda, İslami değerlerin toplumsal ve ekonomik yaşamla entegrasyonunun bu ülkelerde kurumsallaşmış bir araştırma gündemine dönüştüğü görülmektedir. Öte yandan, ABD, Birleşik Krallık ve Kanada gibi Batı ülkelerinin alana olan akademik katkıları dikkat çekicidir. Bu ülkelerin literatüre katkısında çok uluslu işbirliklerine (MCP) dayalı yayınların ağırlıklı olması, İslami girişimcilik konusunun yalnızca İslam dünyasıyla sınırlı kalmayıp, göç, diaspora ve çok kültürlü toplumlarda da araştırma nesnesi haline geldiğini göstermektedir. Özellikle ABD'nin yüksek MCP oranı, alandaki küresel işbirliği potansiyelini ortaya koymakta ve İslami girişimcilik çalışmalarının farklı kıtalarda akademik etkileşimle üretildiğini kanıtlamaktadır.

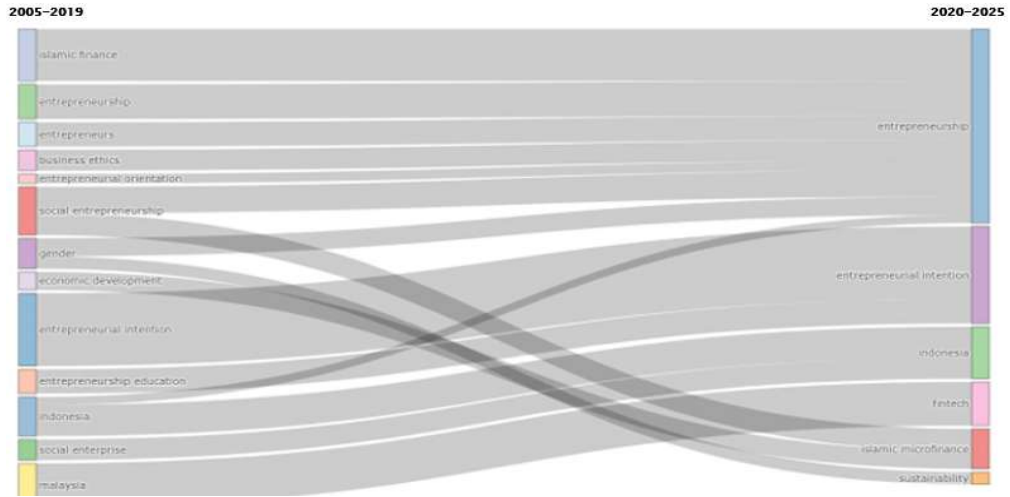
İran, Suudi Arabistan, Pakistan ve Bangladeş gibi İslam ülkeleri de alana kayda değer katkı sunmaktadır. Bu ülkelerin bazıları uluslararası işbirliği oranlarında belirgin bir artış göstermekte olup, bölgesel işbirliklerinin ötesine geçen bilimsel ağlara entegre olma eğilimindedirler. Bu durum, İslami girişimciliğin yalnızca yerel bağlamlarda değil, aynı zamanda küresel İslam ekonomisi perspektifiyle ele alındığını ortaya koymaktadır. Buna karşın, Türkiye'nin bu alandaki görünürlüğü sınırlı düzeydedir. Grafik verilerine göre Türkiye kaynaklı yayın sayısı oldukça az olup, mevcut yayınların tamamı ulusal işbirliği çerçevesinde gerçekleştirilmiştir. Bu durum, Türkiye'deki İslami girişimcilik araştırmalarının henüz uluslararası akademik ağlara yeterince entegre olamadığını göstermektedir. Oysaki Türkiye, hem tarihsel hem de sosyoekonomik bağlamda İslam ekonomisi ve girişimciliği konusunda özgün katkılar sunabilecek bir potansiyele sahiptir. Dolayısıyla bu alanda daha fazla kurumsal destek, araştırma fonları ve uluslararası işbirliklerinin teşvik edilmesi, Türkiye'nin literatürdeki yerini güçlendirecektir.

4.5. Yazarlar Arası Coğrafi Ortaklık Ağı

İslami girişimcilik literatürün yapısal gelişimini anlamak açısından alanındaki bilimsel üretimin yalnızca sayısal yoğunluğu değil, aynı zamanda ülkeler arası akademik etkileşim düzeyi de incelenmelidir. Bu doğrultuda farklı ülkelerden araştırmacılar arasında kurulan ortaklıkları, bilginin uluslararası dolaşımını ve iş birliğine dayalı üretim biçimlerini ortaya koymak üzere oluşturulan yazarlar arası coğrafi ortaklık ağına ilişkin görsel aşağıda yer alan şekil 3'te gösterilmiştir.

yapılandığını anlamak, oldukça kritik bir öneme sahiptir. Bu noktada İslami girişimcilik alanında gerçekleştirilen çalışmaların hangi kavramsal eksenlerde yoğunlaştığını ve bu eksenlerin dönemsel olarak nasıl farklılaştığını ortaya koymak için, iki dönemli karşılaştırmalı yapı sunan Sankey diyagramı oluşturulmuştur. 2005–2019 ile 2020–2025 yılları arasında İslami girişimcilik ile ilgili öne çıkan anahtar kavramlar arasındaki süreklilikleri ve yön değişimlerini görselleştiren Sankey Diyagramı aşağıda yer alan Şekil 4’te sunulmuştur.

Şekil 4. İslami Girişimcilik Kavramı Sankey Diyagramı (Yıllara Göre Evrim Analizi)



Şekil 4’te sunulan Sankey diyagramı, 2005–2019 ile 2020–2025 dönemleri arasında İslami girişimcilik literatüründe öne çıkan temaların nasıl bir dönüşüm geçirdiğini görselleştirmektedir. Şekil, her iki dönemde de literatürde baskın olarak yer alan anahtar kavramları ve bu kavramlar arasındaki süreklilik veya yön değişimlerini göstererek, alanın kavramsal evrimini ortaya koymaktadır. Buna göre 2005–2019 döneminde “İslami finans”, “girişimcilik”, “iş etiği”, “girişimcilik eğitimi”, “sosyal girişimcilik”, “cinsiyet” ve “ekonomik kalkınma” gibi temalar dikkat çekmektedir. Bu temalar, literatürün erken döneminde daha çok İslamî değerler, ahlaki çerçeve, sosyal sorumluluk ve kalkınma odaklı bir söylem etrafında şekillendiğini göstermektedir. Aynı şekilde “Malezya” ve “Endonezya” gibi ülke isimlerinin öne çıkması, çalışmalarda bölgesel bağlamın önemli bir rol oynadığını ortaya koymaktadır.

2020–2025 döneminde ise bazı temaların süreklilik arz ettiği, bazılarının ise yerini yeni kavramlara bıraktığı görülmektedir. “girişimcilik” ve “girişimci niyet” temalarının her iki dönemde de güçlü şekilde varlığını sürdürmesi, girişimcilik olgusunun literatürde merkezi konumunu koruduğunu göstermektedir. Buna karşılık, son beş yıllık süreçte “finans teknolojisi”, “sürdürülebilirlik” ve “İslami mikrofinans” gibi yeni temaların öne çıkması,

Görselde dikkat çeken kavramlardan biri olan “social entrepreneurship” (sosyal girişimcilik), İslami girişimcilik anlayışının toplumsal faydayı önceleyen bir yönü olduğunu ortaya koymaktadır. Bu yaklaşım, girişimci faaliyetlerin sadece bireysel zenginleşmeyi değil, aynı zamanda toplumun refahını, adalet duygusunu ve kolektif kalkınmayı hedeflemesi gerektiğini savunur. Bu çerçevede sıkça kullanılan kavramlar arasında yer alan “ethics” (etik), “values” (değerler) ve “motivation” (motivasyon) gibi terimler, girişimciliğin ahlaki ve değer temelli boyutunu güçlendirmektedir. Literatürde sıklıkla geçen “Islamic finance”, “waqf” (vakıf), “zakat” (zekât), “Islamic microfinance” ve “halal” gibi kavramlar ise, İslami girişimciliğin finansal alt yapısına dair güçlü bir ilgi olduğunu göstermektedir. Bu bağlamda İslam hukukuna uygun finansman modelleri, sermaye birikimi, risk paylaşımı ve gelir dağılımında adalet gibi konular, girişimcilik faaliyetlerinin şekillenmesinde önemli rol oynamaktadır. Ayrıca “entrepreneurial intention”, “entrepreneurship education” gibi kavramlar, bireysel düzeyde girişimcilik eğilimlerinin ve bu eğilimleri besleyen eğitimsel süreçlerin de literatürde ele alındığını göstermektedir. Bu durum, İslami girişimciliğin yalnızca yapısal veya kurumsal düzeyde değil, aynı zamanda birey merkezli psikolojik ve pedagojik bağlamlarda da incelendiğini ortaya koymaktadır.

Coğrafi olarak ise görselde “Indonesia” ve “Malaysia” gibi ülkelerin öne çıkması, İslami girişimcilik literatürünün yoğunlaştığı bölgeler hakkında ipuçları vermektedir. Bu ülkelerdeki uygulamalı çalışmalar, İslam ekonomisi ve girişimcilik pratiklerinin sahadaki karşılıklarını sunmakta, teorik çerçevenin ampirik temellerle desteklenmesini sağlamaktadır.

5. Sonuç

Bu çalışma, İslami girişimcilik literatürünün 2005–2025 yılları arasındaki yapısal ve tematik gelişimini bibliyometrik analiz yöntemiyle inceleyerek, alandaki akademik yönelimleri, kavramsal yoğunlukları ve üretim dinamiklerini ortaya koymayı amaçlamıştır. Bibliyometrik analiz, literatürün sadece niceliksel boyutlarını değil, aynı zamanda içeriksel ve bağlamsal derinliğini de değerlendirmeye imkân tanıyan bütüncül bir yaklaşımla kullanılmıştır. Bu doğrultuda ilk olarak, yıllara göre yayın dağılımı incelendiğinde, İslami girişimcilik konusuna yönelik akademik ilginin özellikle son on yılda belirgin bir artış gösterdiği görülmektedir. 2005–2014 döneminde sınırlı sayıda yayın yapılırken, 2015 sonrasında bu sayı hızla artmış, 2023 yılında zirveye ulaşmıştır. Bu eğilim, İslami girişimciliğin artık marjinal bir araştırma alanı olmaktan çıkıp, kurumsallaşan ve disiplinler arası etkileşimlere açık bir literatür sahası haline geldiğini göstermektedir. Kavramsal olarak bu artış, İslami girişimciliğin hem bir ekonomik kalkınma modeli hem de etik temelli alternatif bir iş yapma biçimi olarak ele alınmaya başlandığını işaret etmektedir.

Yine ülkelere göre yayın dağılımı bulguları, literatürün coğrafi merkezleri hakkında önemli ipuçları sunmaktadır. Endonezya ve Malezya gibi ülkelerin öne çıkması, İslami girişimciliğin yerel toplumsal yapılar ve İslami değer sistemleriyle güçlü bağlar kurduğu coğrafyalarda daha fazla araştırma üretildiğini göstermektedir. Bu bağlamda, “bağlamsal girişimcilik” kavramı ön plana çıkmakta; kültürel ve dini normlarla uyumlu girişimcilik pratiklerinin, akademik düzeyde de daha yoğun biçimde incelendiği ortaya konmaktadır. Kurumlar düzeyinde yapılan analizlerde de benzer bir kümelenme eğilimi dikkat çekmektedir. En çok yayın yapan üniversitelerin büyük kısmı Güneydoğu Asya bölgesinde yer almakta, bu durum, İslami girişimcilik bilgisinin üretiminde bölgesel akademik ağların etkinliğini ortaya koymaktadır. Kavramsal olarak bu bulgu, bilgi üretiminin yalnızca evrensel kavramlarla değil, aynı zamanda yerel bilgi sistemleriyle şekillendiğini göstermektedir. Bu da literatürün “yerel-dünya” geriliminde nasıl konumlandığını anlamak açısından değerlidir.

Atıf analizlerine göre, en yüksek etki düzeyine sahip çalışmalar, kavram inşası, kadın girişimciliği, etik iş davranışı ve kültürel bağlamlarda sistematik modelleme gibi alanlara odaklanmaktadır. Örneğin, *Entrepreneurship from an Islamic Perspective* başlıklı çalışma, İslami girişimciliğin kuramsal çerçevesini inşa etmesiyle literatürde kurucu bir rol oynamaktadır. Bu tür çalışmalar, İslami girişimciliği yalnızca pratik uygulamalarla sınırlı görmeyip, aynı zamanda teorik bir paradigma olarak yeniden tanımlamaya yönelik katkılar sunmaktadır. Bu bağlamda, kavramsal derinlik ve soyutlama düzeyi yüksek yayınların literatürde daha fazla görünürlük kazandığı anlaşılmaktadır.

Anahtar kelime analizi ve Sankey diyagramı ile elde edilen bulgular ise literatürdeki tematik yönelimi ve evrimi ortaya koymaktadır. 2005–2019 döneminde öne çıkan kavramlar daha çok etik, toplumsal sorumluluk, kadın girişimciliği ve kültürel normlara odaklanırken, 2020–2025 döneminde fintech, dijitalleşme, sürdürülebilirlik ve mikrofinans gibi kavramların belirgin biçimde ön plana çıktığı görülmektedir. Bu geçiş, literatürde tematik bir genişleme olduğunu ve İslami girişimcilik çalışmalarının güncel küresel sorunlarla entegre bir bakış geliştirmeye başladığını göstermektedir. Kavramsal düzeyde bu bulgu, literatürün statik olmaktan uzak, dönüşen ve yenilikçi bir yapı arz ettiğini göstermektedir.

Yazarlar arası iş birliği ağlarını ortaya koyan analiz bulguları, Malezya ve Endonezya gibi ülkelerin hem ulusal hem de uluslararası akademik iş birliklerinin merkezinde konumlandığını göstermektedir. Bu ülkelerdeki araştırmacılar, İslami girişimcilik literatüründe hem üretkenlik hem de çok uluslu etkileşim açısından öncü roller üstlenmektedir. Buna karşın, Türkiye literatürde belirli sayıda yayınlara temsil edilse de, yazarlar arası iş birliği düzeyinin sınırlı olduğu ve uluslararası ağ yapılarında görece periferik bir konumda yer aldığı görülmektedir. Bu durum, Türkiye’de İslami girişimcilik konusuna olan akademik ilginin arttığını göstermekle birlikte, literatürdeki etki ve görünürlüğün artırılması için

daha fazla disiplinler arası ve ulus ötesi iş birliğine ihtiyaç duyulduğuna işaret etmektedir. İslami girişimcilik bilgisinin daha kapsayıcı, çoğulcu ve küresel bir düzlemde gelişebilmesi adına Türkiye'nin akademik ağlara daha aktif şekilde dahil olması stratejik bir önem taşımaktadır.

Araştırma kapsamında elde edilen bulgular bütünsel olarak değerlendirildiğinde bu çalışma, İslami girişimcilik literatürünü kavramsal olarak anlaşılır biçimde haritalandırarak, literatürün gelişim yönlerini ortaya koymuş ve gelecekteki araştırmalar için tematik ve metodolojik referans noktaları sunmuştur. Araştırmanın bulguları, alandaki bilgi üretiminin yalnızca niceliksel bir artışla değil, aynı zamanda kavramsal çeşitlenme, teorik derinlik ve disiplinler arası açılımla birlikte ilerlediğini göstermektedir. Bu bağlamda, İslami girişimcilik hem İslam ekonomisi hem de çağdaş girişimcilik çalışmalarıyla kesişen özgün ve zengin bir araştırma sahası olarak değerlendirilmektedir.

Bu çalışma, İslami girişimcilik alanında son yirmi yıla ait literatürü bibliyometrik yöntemle inceleyerek önemli eğilimleri, aktörleri ve kavramsal kümelenmeleri ortaya koymuştur. Ancak çalışma bazı sınırlılıklar içermektedir. Öncelikle, analiz yalnızca Scopus veri tabanlarında indekslenen yayınlarla sınırlı tutulmuş, yerel dergilerde yayımlanan, farklı indekslerde taranan ya da erişimi kısıtlı olan bazı çalışmalar kapsam dışı kalmıştır. Ayrıca bibliyometrik analiz, yayınlara dair sayısal ve yapısal bilgiler sunarken, metinlerin içeriksel bağlamlarını, teorik katkılarını ve metodolojik derinliklerini yeterince yansıtamamaktadır. Bu durum, İslami girişimcilik literatürünün bütüncül şekilde anlaşılması noktasında bir sınırlılık olarak değerlendirilebilir. Gelecek araştırmalarda bu sınırlılıklar dikkate alınarak, hem nitel içerik analizine dayalı çalışmalar hem de saha temelli ampirik araştırmalar yoluyla literatürün kavramsal ve bağlamsal zenginliği artırılabilir. Ayrıca, disiplinler arası yaklaşımların benimsenmesi, sosyoloji, ilahiyat, kültürel çalışmalar ve etik gibi alanların katkısıyla İslami girişimcilik anlayışının daha derinlikli biçimde tartışılmasına olanak sağlayacaktır. Yine farklı veri tabanlarına ve yerel akademik yazınlara odaklanan araştırmalar, bölgesel karşılaştırmalar, kadın girişimciliği, dijitalleşme ve İslami finansman gibi temalar da gelecek araştırmalarda öncelikli olarak ele alınabilecek alanlardır. Bu çerçevede, literatürün yalnızca niceliksel değil, niteliksel olarak da gelişmesi desteklenmelidir.

Kaynakça

- Ali, A. J., & Weir, D. (2005). Islamic Perspectives on Management and Organization. *Journal of Management, Spirituality & Religion*, 2(3), 410-415.
- Aria, M., & Cuccurullo, C. (2017). bibliometrix: An R-tool for comprehensive science mapping analysis. *Journal of informetrics*, 11(4), 959-975.
- Ashraf, M. A. (2019). Theory of Islamic entrepreneurship: A conceptual paper. *International Journal of Entrepreneurship*, 23(3), 1-12.
- Atasoy, Y. (2008). The Islamic ethic and the spirit of Turkish capitalism today. *Socialist register*, 44.
- Ayub, M., Khan, K., Khan, M., & Ismail, M. (2024). Waqf for accelerating socioeconomic development: A proposed model with focus on Pakistan. *Qualitative Research in Financial Markets*, 16(5), 937-961.
- Azman, N. H. N., Zabri, M. Z. M., Masron, T. A., & Malim, N. A. K. (2020). The utilisation of Islamic fintech (I-Fintech) in promoting sustainable inclusive growth: Evidence from micro-entrepreneurs in Malaysia. *Journal of Islamic Monetary Economics and Finance*, 6(3), 555-576.
- Beekun, R. I., & Badawi, J. A. (2005). Balancing ethical responsibility among multiple organizational stakeholders: The Islamic perspective. *Journal of Business Ethics*, 60(2), 131-145.
- Buğra, A., & Savaşkan, O. (2014). New capitalism in Turkey: The relationship between politics, religion and business. In *New Capitalism in Turkey*. Edward Elgar Publishing.
- Demir, Ö., Acar, M., & Toprak, M. (2004). Anatolian tigers or Islamic capital: Prospects and challenges. *Middle Eastern Studies*, 40(6), 166-188.
- Er, B. & Mutlu, M. (2024). İslam ve girişimcilik: Girişimci adayları üzerine bir araştırma. *The Journal of Turk-Islam World Social Studies*, 12(12), 33-50.
- Gümüşay, A. A. (2015). Entrepreneurship from an Islamic perspective. *Journal of business ethics*, 130, 199-208.
- Halim, H., Kesuma, T. M., Siregar, M. R., Amir, F., Sari, M. D. N., & Siregar, F. A. (2024). Integrated Strategies to Enhance Entrepreneurial Intention During and After University: Islamic Entrepreneurship Perspective. *Jurnal Ekonomi Dan Bisnis Digital*, 3(1), 221-230.

Hassan, M. K., & Hippler, W. (2014). Entrepreneurship and Islam: an overview. Available at SSRN 3263110.

Islamic Development Bank. (2017). *Global Report on Islamic Finance 2016: A Catalyst for Shared Prosperity?*. World Bank Publications.

Ismail, M., Khalid, S. A., Othman, M., Jusoff, H. K., Rahman, N. A., Kassim, K. M., & Zain, R. S. (2009). Entrepreneurial intention among Malaysian undergraduates. *International Journal of business and Management*, 4(10), 54-60.

Kahf, M. (2004). *Islamic banks: The rise of a new power alliance of wealth and shari'a scholarship*. In H. M. Henry & R. Wilson (Eds.), *The Politics of Islamic Finance* (pp. 17-36). Edinburgh University Press.

Karatepe, S. G., Kavak, O., & Topçuoğlu, E. (2023). Sosyal politikalar bağlamında girişimciliğin uluslararası alanyazındaki yeri üzerine bibliyometrik analiz. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 12(1), 79-97.

Katılım Bankaları Birliği. (2023). *Katılım bankacılığı sektörü 2023 raporu*. <https://tkbb.org.tr>

Kayed, R.N., & Hassan, M.K. (2011). *Islamic Entrepreneurship* (1st ed.). Routledge.

Kelley, D. J., Baumer, B. S., Brush, C., Greene, P. G., Mahdavi, M., Majbouri, M., ... & Heavlow, R. (2017). Women's entrepreneurship 2016/2017 report. *Global Entrepreneurship Research Association*, 9(19), 2017.

Mi'raj, D. A., & Ulev, S. (2024). A bibliometric review of Islamic economics and finance bibliometric papers: an overview of the future of Islamic economics and finance. *Qualitative Research in Financial Markets*, 16(5), 993-1035.

Muhammad, P., Fitri, Y. P., Alak, A., & Sasnifa, P. (2024). The Digital Revolution of Islamic Entrepreneurship: A Study on Upholding the Principles of E-Commerce Legitimacy in Marketplaces. *Al-Mustashfa: Jurnal Penelitian Hukum Ekonomi Syariah*, 9(2), 321-337.

Obaidullah, M., & Khan, T. (2008). Islamic microfinance development: Challenges and initiatives. *Islamic Research & Training institute Policy Dialogue Paper*, (2).

Öniş, Z. (1991). Political economy of Turkey in the 1980s: Anatomy of unorthodox liberalism. *Development and Change*, 22(1), 47-78.

Ramadani, V., Dana, L. P., Ratten, V., & Tahiri, S. (2015). The context of Islamic entrepreneurship and business: concept, principles and

- perspectives. *International Journal of Business and Globalisation*, 15(3), 244-261.
- Rice, G. (1999). Islamic ethics and the implications for business. *Journal of Business Ethics*, 18(4), 345-358.
- Roomi, M. A., & Parrott, G. (2008). Barriers to development and progression of women entrepreneurs in Pakistan. *The Journal of Entrepreneurship*, 17(1), 59-72.
- Sagbas, M., Oktaysoy, O., Topcuoglu, E., Kaygin, E., & Erdogan, F. A. (2023). The mediating role of innovative behavior on the effect of digital leadership on intrapreneurship intention and job performance. *Behavioral sciences*, 13(10), 874.
- Shane, S., & Venkataraman, S. (2000). The promise of entrepreneurship as a field of research. *Academy of Management Review*, 25(1), 217-226.
- Tlaiss, H. A. (2015). How Islamic business ethics impact women entrepreneurs: Insights from four Arab Middle Eastern countries. *Journal of Business Ethics*, 129(4), 859-877.
- Tlaiss, H. A., & Kauser, S. (2011). The impact of gender, family, and work on the career advancement of Lebanese women managers. *Gender in Management*, 26(1), 8-36.
- Topçuoğlu, E., Oktaysoy, O., Erdoğan, S. U., & Karatepe, S. G. (2023). İşsizlik ve girişimcilik kavramlarına bibliyometrik bakış. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 15(2), 1276-1292.
- Tugal, C. (2009). *Passive revolution: Absorbing the Islamic challenge to capitalism*. Stanford University Press.
- Uyungil-Erdogan, S., Şahin, Y., Sökmen-Alaca, A. İ., Oktaysoy, O., Altıntaş, M., & Topçuoğlu, V. (2025). Assessing the effect of artificial intelligence anxiety on turnover intention: The mediating role of quiet quitting in turkish small and medium enterprises. *Behavioral Sciences*, 15(3), 249.
- Van Eck, N. J., & Waltman, L. (2022). VOSviewer manual: manual for VOSviewer. *Version*, 1, 18.
- Yavuz, H. (2003). *Islamic political identity in Turkey*. Oxford University Press.
- Yüce, A., & Kavak, O. (2018). Dindarlık ve milliyetçilik düzeyinin, tüketicilerin yerli-yabancı ürünleri satın alma davranışları üzerindeki etkisi. *Kafkas Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü*, (22), 581-607.

Oktaysoy, O. (2025). Islamic Entrepreneurship: A Bibliometric Analysis in the Context of Inclusion and Sustainability. *Equinox, Journal of Economics, Business & Political Studies*, 12 (2), 1-23. doi: 10.48064/equinox.1783172

Zamberi Ahmad, S. (2011). Evidence of the characteristics of women entrepreneurs in the Kingdom of Saudi Arabia: An empirical investigation. *International journal of gender and entrepreneurship*, 3(2), 123-143.