

Dijital Girişimcilik 8

Mehtap Öztürk¹

Seyran Paçal²

Özet

Dijital girişimcilik, teknolojinin sunduğu imkânlar ve dijital platformların sağladığı fırsatlar doğrultusunda, yenilikçi iş modelleri geliştiren bir girişimcilik türüdür. Bu yaklaşım, geleneksel iş yapma biçimlerinin ötesine geçerek, dijital araçlar ve internet üzerinden küresel pazarlara hızlı ve düşük maliyetle erişim sağlama imkânı sunar. Dijital girişimciliğin temel özelliği, çevrimiçi platformlar aracılığıyla girişimcilerin geniş bir müşteri kitlesine ulaşabilmesi, hızla ölçeklenebilmesi ve daha düşük risklerle iş kurabilmesidir. Bununla birlikte, dijital girişimcilik yalnızca teknolojiyi kullanmakla kalmayıp, aynı zamanda veri analitiği, yapay zekâ ve büyük veri gibi ileri düzey teknolojileri iş süreçlerine entegre etmeyi de içerir. Bu süreç, girişimcilerin inovasyon yapabilme yeteneğini artırırken, stratejik düşünme ve çevik karar alma becerilerini de zorunlu kılmaktadır. Dijital girişimcilik, ekonomik büyümenin ötesinde, toplumsal ve çevresel sorunlara çözüm üretme kapasitesine de sahiptir. Dijital platformlar, iş yapma biçimlerini dönüştürerek, sürdürülebilir iş modellerinin geliştirilmesine ve toplumsal fayda sağlayan projelerin hayata geçirilmesine olanak tanır. Küreselleşen dünyada dijital girişimciliğin etkisi, sadece iş dünyasında değil, aynı zamanda iş gücü dinamikleri ve toplumsal refah üzerinde de derin değişiklikler yaratmaktadır. Bu bağlamda, dijital girişimcilik hem ekonomik kalkınmaya katkı sağlarken hem de toplumsal kalkınmayı destekleyen bir mekanizma olarak işlev görmektedir. Sonuç olarak, dijital girişimcilik, teknolojinin ve yeniliğin kesişim noktasında yer alarak hem küresel pazarlara açılmayı hem de sürdürülebilir ve toplumsal fayda odaklı iş modelleri geliştirmeyi mümkün kılan dinamik bir alandır. Bu alanda başarılı olabilmek için girişimcilerin sadece teknolojiye hâkim olmaları değil, aynı zamanda dijital stratejiler geliştirebilmeleri, veri analizi yaparak

- 1 Doç. Dr., Selçuk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, mehtapfindik@selcuk.edu.tr, ORCID ID: 0000-0001-8513-9842.
- 2 Bilim Uzmanı, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, seyrangepacal@hotmail.com, ORCID ID: 0000-0003-2258-7554.

bilinçli kararlar alabilmeleri ve sürekli yenilikçi çözümler üretebilmeleri gerekmektedir. Dijital girişimcilik, gelecekte iş dünyasında önemli bir dönüşüm yaratacak ve girişimcilere küresel çapta pek çok fırsat sunacaktır.

GİRİŞ

Dijital teknolojilerin hızlı gelişimi, ekonomik, sosyal ve kültürel yapılarda köklü değişimlere yol açarak iş yapma biçimlerini ve girişimcilik anlayışını yeniden şekillendirmiştir. Özellikle internetin yaygınlaşması, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki ilerlemeler, geleneksel girişimcilik anlayışının dijitalleşmesine zemin hazırlamış ve **dijital girişimcilik** kavramını ortaya çıkarmıştır. Dijital girişimcilik, dijital teknolojilerin sunduğu imkânlardan yararlanarak yeni iş fırsatlarının keşfedilmesi, değer yaratılması ve yenilikçi iş modellerinin geliştirilmesi sürecini ifade etmektedir. Geleneksel girişimcilikten farklı olarak dijital girişimcilikte üretim, pazarlama, dağıtım ve ticarileştirme süreçleri büyük ölçüde dijital platformlar aracılığıyla gerçekleştirilmektedir. Günümüzde dijital girişimcilik, ekonomik kalkınma ve rekabet gücü açısından önemli bir unsur haline gelmiştir. Dijital teknolojiler sayesinde işletmeler, coğrafi sınırları ortadan kaldırarak küresel pazarlara erişim sağlayabilmekte ve büyük ölçekli yatırımlara ihtiyaç duymadan geniş kitlelere ulaşabilmektedir. Özellikle e-ticaret, dijital platform ekonomileri, sosyal medya tabanlı girişimler, mobil uygulamalar ve yapay zekâ destekli iş modelleri gibi alanlarda faaliyet gösteren dijital girişimciler, geleneksel pazar yapılarını dönüştürmekte ve yenilikçi çözümler geliştirmektedir. Dijitalleşme sürecinde girişimcilerin esneklik kazanması, operasyonel verimliliklerini artırması ve müşteri deneyimini iyileştirmesi, dijital girişimciliği günümüz iş dünyasında vazgeçilmez bir unsur haline getirmiştir.

Bu bölümde dijital girişimcilik kavramı, türleri, dijital girişimciliğin gelişimi ve temel özellikleri, dijital girişimciliğin sağladığı avantajlar ile karşılaşılan riskler, dijital girişimcilik ekosistemi ve Türkiye’de dijital girişimcilik konusu ele alınmıştır. Ayrıca, dijital girişimcilerin sahip olması gereken yetkinlikler ve beceriler, dijital girişimciliğin sunduğu avantajlar ve karşılaşılan riskler, küresel dijital girişimcilik ekosistemi ve öne çıkan örnekler ile Türkiye’de dijital girişimciliğin gelişimi kapsamlı bir şekilde incelenmektedir. Bu doğrultuda, bölümde dijital dönüşümün girişimcilik üzerindeki etkileri analiz edilerek, dijital iş modellerinin sürdürülebilir büyüme açısından sunduğu fırsatlar ve zorluklar değerlendirilmektedir.

1. Dijital Çağda Girişimcilik

Girişimci kavramının kökeni, Latince intare sözcüğüne dayanmaktadır. İngilizcede ise enter (giriş) ve pre (ilk) kelimelerinin birleşiminden türeyen entrepreneur terimi, “ilk girişimde bulunan” veya “başlangıç yapan” anlamına gelmektedir (Ertübey, 1993). Girişimcilik ve girişimci kavramları alan yazında çeşitli şekillerde tanımlanmış olmakla birlikte, bu kavramlara ilişkin en yaygın kabul gören tanımlardan biri, 1755 yılında Richard Cantillon tarafından yapılmıştır. Bu tanıma göre girişimcilik kavramı “kâr elde etmek amacıyla iş süreçlerini organize eden ve bu süreçlere ilişkin riskleri üstlenen birey” olarak tanımlanmıştır (Döm, 2012). Girişimcilik, fırsatları tanıma ve yakalama, bu fırsatları pazarlanabilir ürün veya hizmetlere dönüştürme, risk alma ve karşılığında ödüller elde etme süreçlerini içerir. Yeni ve mevcut girişimler, kâr amacı gütmeyen organizasyonlar ve kamu sektörü gibi farklı alanlarda ortaya çıkabilir. Özetle, yeni değer yaratmak girişimciliğin temel özelliğidir. İnternet ve bilgisayar teknolojilerinin icadı, pek çok alanda olduğu gibi girişimcilik kavramında da önemli bir dönüşüm sürecini tetiklemiştir. Geleneksel girişimcilik anlayışı, dijital ortamda yeniden şekillenmiş ve internet üzerinden gerçekleştirilen girişimcilik faaliyetleri ortaya çıkmıştır (Yıldırım ve Başer, 2016). Bu teknolojilerin iş yaşamına entegrasyonu ile birlikte girişimcilik tanımı da önemli ölçüde evrilmiş ve dijitalleşen ekonomik ortamda yeni iş yapma biçimleri gelişmiştir. Dijital girişimcilik, girişimcilik türlerinden biri olarak 21. yüzyılın başlarında ortaya çıkmıştır (Jehangir ve Khan, 2021). Bu kavram, dijitalleşme aracılığıyla veya dijital ortamda yeniden şekillenen girişimcilik süreçleri ve sonuçlarının dönüşümünü incelemektedir (Nambisan, 2017). Dijital girişimcilik, internet ve dijital medya araçları aracılığıyla yeni fırsatların keşfedilmesi ve değerlendirilmesi süreci olarak tanımlanmaktadır (Davidson ve Vaast, 2010). Bu kavram, geleneksel işletme süreçlerinin dijital platformlara taşınmasıyla, ürün üretimi, satış ve pazarlama faaliyetlerinin dijital ortamlarda gerçekleştirilmesi şeklinde ifade edilmektedir (Van Welsun, 2016). Teknolojik ilerlemeler ve altyapı gelişmeleri, girişimcilere yeni fırsatlar sunduğundan, dijital girişimcilik günümüzde oldukça önemli bir araştırma konusu haline gelmiştir (Kraus vd., 2019). Dijital girişimcilik, geleneksel organizasyonlardaki fiziksel varlıkların bir kısmının veya tamamının dijital platformlar aracılığıyla dönüştürüldüğü bir girişimcilik alt disiplini olarak tanımlanabilmektedir. Dijital faaliyetlerin tüm sektörlerde hızla arttığı göz önünde bulundurulduğunda, dijital girişimciliğin daha geniş bir şekilde benimsenmesi beklenmektedir. Bu durum, söz konusu olgunun daha derinlemesine anlaşılması gerektiğini ortaya koymaktadır (Hull vd., 2007). Dijital girişimcilik, teknoloji ile girişimcilik arasındaki çok boyutlu etkileşimlerin giderek arttığı bir alan olarak değerlendirilmektedir

(Le Dinh vd., 2018). Bu etkileşim, internet ve bilgi-iletişim teknolojileri gibi dijital varlıklar aracılığıyla şekilleneni yeni girişimcilik biçimlerini ortaya çıkarmaktadır. Genel bir çerçevede, iş modellerini, ürün ve hizmetlerini ya da operasyonel süreçlerini dijital ortamda yapılandıran her türlü girişimcilik faaliyeti, dijital girişimcilik olarak sınıflandırılmaktadır (Kraus vd., 2019). Dijital girişimcilik kavramı, farklı araştırmacılar tarafından çeşitli açılardan ele alınmış olup, Tablo 1’de dijital girişimcilik ile ilgili yapılan tanımlar sunulmaktadır (Kraus vd., 2019).

Tablo 1. Dijital Girişimcilik Tanımları

Yazar	Tanım
Hull vd. (2007)	Dijital girişimcilik, geleneksel organizasyonlarda fiziksel unsurların kısmen veya tamamen dijital teknolojiler aracılığıyla dönüştürölmesi sürecini içeren bir girişimcilik alt disiplinidir.
Davidson ve Vaast (2010)	Dijital girişimcilik, yeni medya ve internet tabanlı teknolojilerin sağladığı fırsatlar doğrultusunda yenilikçi iş modelleri geliştirmeye ve ekonomik değeri yaratmaya odaklanan girişimcilik türüdür.
Hair vd. (2012)	Dijital girişimcilik, bir girişimin fiziksel unsurlarının yerine dijital platformlar aracılığıyla gerçekteştirilen süreçlerle şekilleneni bir girişimcilik türü olarak tanımlanabilir.
Guthrie (2014)	Dijital girişimcilik, elektronik ağlar aracılığıyla dijital ürünlerin üretilmesi ve bu ürünlerden ekonomik değeri elde edilmesi amacıyla bir girişimin oluşturulmasıdır.
Richter vd. (2017)	Girişimcilik, belirli pazar nişlerini elde etmek, iş fırsatlarından ekonomik kazanç elde etmek ve aynı zamanda yenilikçi, radikal ve risk içeren stratejiler geliştirme süreci olarak tanımlanabilir.
Sussan ve Acs (2017)	Dijital girişimcilik, dijital teknolojilerden yararlanarak ticari, sosyal, kamu veya kurumsal alanlarda faaliyet göstereni her tür girişimi kapsayan bir süreç olarak tanımlanabilir.
Le Dinh vd. (2018)	Dijital girişimcilik, geleneksel girişimcilik anlayışının dijital çağın sunduğu yeni iş yaratma ve işletme yöntemleriyle bütünleşmesini ifade etmektedir.

Kaynak: Kraus vd., 2019.

Davidson ve Vaast (2010) dijital girişimciliğin geleneksel girişimcilik anlayışından farklı olarak, girişimcinin bireysel varlığının merkezi bir işlev olmaktan çıktığını öne sürmektedir. Bunun yerine, dijital ortamda gerçekteşen sosyal etkileşimler ve dijital teknolojilerin sunduğu maddi yapı ön plana çıkmaktadır. Dijital girişimcilik, doğrudan dijital ekosistemin varlığına ve gelişimine bağlıdır. Dijital ekosistem içindeki ürün, hizmet ve mekânsal unsurlar arasındaki dinamik uyum süreçleri dijital girişimcilik faaliyetlerinin şekillenmesinde belirleyici bir rol oynamaktadır (Kraus vd.,

2019). Bu bağlamda dijital girişimcilik kavramı doğrudan dijital ekosistem anlayışı ile ilişkilendirilerek ele alınmalıdır.

2. Dijital Girişimcilik Türleri

Literatürde dijital girişimcilik türleri farklı kategoriler altında incelenmekte olup, genel olarak üç temel düzeyde sınıflandırılmaktadır: (1) Hafif dijitalleşme, (2) Orta düzey dijitalleşme ve (3) İleri düzey dijitalleşme (Hull vd., 2007). Bu sınıflandırmaya ilişkin detaylı bilgiler Tablo 2’de sunulmaktadır.

Tablo 2. Dijital Girişimciliğin Sınıflandırılması

Faaliyet	Dijitalleşme Derecesi		
	Hafif Dijitalleşme	Orta Düzey Dijitalleşme	İleri Düzey Dijitalleşme
Pazarlama	Web sitesi destekleyici bir hizmet olarak sunulmaktadır.	Dijital pazarlama temel yöntemlerden biridir.	Dijital pazarlama tek yöntem olarak kullanılmaktadır.
Satış	Ürün, dijital ortamda satışa sunulabilir.	Ürün, dijital kanallar aracılığıyla kişiselleştirilmiş satış stratejileri ile sunulabilir.	Ürün yalnızca dijital kanallar üzerinden satışa sunulmaktadır.
Ürün	Ürün, dijital bir niteliğe sahip değildir.	Ürün, dijital olabilir ya da fiziksel biçimde sunulabilir.	Ürün tamamen dijital bir yapıya sahiptir.
Dağıtım	Ürün, fiziksel yollarla teslim edilmektedir.	Dijital etkileşimlerin önemli bir rol oynadığı, ancak geleneksel yöntemlerin de yaygın olarak kullanıldığı bir dağıtım süreci benimsenmektedir.	Dijital etkileşimler temel dağıtım yöntemi olarak kullanılmaktadır; geleneksel dağıtım yöntemlerine nadiren veya hiç başvurulmamaktadır.
Paydaş Yönetimi	Paydaşlarla etkileşim geleneksel yöntemlerle sağlanmakta olup, e-posta gibi dijital araçlar da destekleyici bir rol oynamaktadır.	Ürün hem fiziksel hem de dijital yöntemlerle paydaşlara ulaştırılabilmektedir.	Ürün, yalnızca dijital ortamda paydaşlara sunulmaktadır.

Operasyonlar	İş süreçleri ağırlıklı olarak fiziksel ortamlarda yürütölmekte olup, belirli durumlarda sanal platformlar da kullanılmaktadır.	İş süreçleri çoğunlukla fiziksel ortamlarda yürütölmekle birlikte, sanal ortamların kullanımı da önemli bir düzeydedir.	İş süreçleri ağırlıklı olarak sanal ortamlarda yürütölmekte olup, fiziksel ortamda gerçekleşme olasılığı düşük olmakla birlikte gereklilik arz etmemektedir.
---------------------	--	---	--

Kaynak: Hull vd., 2007.

Tablo 2’de sunulan faktörler, işletmelerin dijitalleşme derecelerini belirlemede bir ölçüt olarak kullanılmakta ve dijital girişimciliğin farklı boyutlarını ortaya koymaktadır (Hull vd., 2007). Dijitalleşme düzeyi arttıkça, fiziksel süreçlerin yerini dijital uygulamalar almakta ve işletmelerin temel işlevleri dijital platformlara kaymaktadır. Bu dönüşüm, yalnızca teknolojik bir adaptasyonu değil, aynı zamanda iş modelleri ve stratejik yönetim anlayışında köklü değişimleri de beraberinde getirmektedir. Dolayısıyla, dijitalleşme süreci, işletmelerin rekabet avantajı elde etme ve sürdürülebilirlik sağlama açısından kritik bir unsur haline gelmektedir.

3. Dijital Girişimciliğin Gelişimi ve Özellikleri

Dijitalleşme, ekonomi üzerinde belirleyici bir güç olarak yükselirken, tüketicilerden işletmelere kadar tüm paydaşları etkileyen dijital değişim, sektörleri ve ekosistemleri dönüşöme uğratmaktadır. Bu dönüşüm, yalnızca iş modelleri ve hizmetlerdeki değişikliklerle sınırlı kalmaz; aynı zamanda organizasyonel yapılar, süreçler, karar alma süreçleri ve teknolojik altyapılar üzerinde de derin etkiler yaratmaktadır (TÜSİAD, 2016). Dijital değişim, eskiden sadece teknolojik yeniliklerin benimsenmesi ve yeni satış kanallarının devreye girmesi gibi yüzeysel unsurlarla tanımlanmaktadır. Ancak günümüzde, dijitalleşme, akıllı telefonlar, mobil uygulamalar, bulut bilişim ve gelişmiş veri analitiğı gibi araçlarla birleşerek, tüketicilere alışverişlerinde kapsamlı bilgiye ulaşma imkânı sunmaktadır. Bu gelişmeler, dijital değişimin yalnızca e-ticaret veya web sitesi kurma gibi dar bir çerçevede değerlendirilmemesi gerektiğini ortaya koymaktadır. Bu süreç yıkıcı teknolojilerin işletmelerin iş yapma şekillerine entegre edilmesiyle, tüm paydaşların deneyimlerinin iyileştirilmesine yönelik bir dönüşüm yaratmaktadır. Dijital değişim, sadece dış müşterilere yönelik değil, aynı zamanda çalışanlar, tedarikçiler ve diğer tüm paydaşlarla olan etkileşimlerde de köklü değişiklikler getirmektedir (TÜSİAD, 2016). Günümüzde, internetin etkisiyle faaliyetlerin büyük bir kısmı dijital platformlar üzerinden gerçekleşmektedir. İnternetsiz dönemde

gerçekleştirilemeyecek birçok iş, günümüzde dijitalleşme sayesinde mümkün hale gelmiştir. İşletmeler, internetin sunduğu olanaklardan faydalanarak dijitalleşmeye büyük önem vermekte, bununla birlikte yeni iş kolları ve organizasyon birimleri kurmaktadır. Dijitalleşmenin etkisiyle, çalışanlar için de yeni çalışma modelleri ortaya çıkmakta; mekândan bağımsız çalışma, serbest çalışma saatleri ve bireysel donanımlarla çalışma gibi seçenekler hem işletmeler hem de çalışanlar açısından önemli değişiklikler yaratmaktadır. Son on yılda dijital teknolojiler geleneksel iş yönetim süreçlerini köklü bir şekilde dönüştürerek iş stratejilerinden süreçlerine, ürünlerinden hizmetlerine kadar pek çok alanda değişim yaratmıştır. Özellikle sosyal ağ teknolojileri, girişimcilere uzak coğrafi bölgelerdeki aktörlerle bağlantı kurma ve bu ilişkileri yönetme imkânı sağlamış, ağ oluşturma süreçlerine yeni bir boyut kazandırmıştır (Hansen, 2019). Mobil cihazlar, akıllı telefonlar, tabletler, sosyal medya, veri analitiği ve üç boyutlu baskı gibi gelişen bilgi ve iletişim teknolojileri girişimcilik alanında yeni bir dönemin başlangıcına yol açmıştır (Nambisan, 2016). Bu süreç, dijital teknolojilerin girişimcilik ile birleşerek dijital girişimcilik kavramını ortaya çıkarmış ve bu alanın girişimcilikte farklı bir yaklaşım olarak kabul edilmesini sağlamıştır (Yaghoubi vd., 2012).

Bilgi ve iletişim teknolojilerinin yaygınlaşması, çevrimiçi platformlarda dijital girişimcilik uygulamalarına olan ilgiyi artırmış, yenilenen teknolojiler ve farklılaşan iletişim kanalları, dijital girişimciliğin geleneksel girişimcilikten ayrılmasına neden olmuştur. Dijital teknolojilerin sağladığı yenilikler, girişimcilik anlayışını radikal bir şekilde değiştirmiş ve dijital girişimcilik, yeni bir girişimcilik türü olarak tanımlanmıştır (Aracıoğlu vd., 2016). Dijital girişimcilik, geleneksel organizasyonlardaki fiziksel unsurların bir kısmının veya tümünün dijital platformlar üzerinden gerçekleştirildiği bir girişimcilik dalıdır. Tüm sektörlerde dijital faaliyetlerin hızla arttığı göz önünde bulundurulduğunda, dijital girişimciliğin giderek daha yaygın hale gelmesi beklenmektedir. Bu durum, dijital girişimciliğin daha derinlemesine analiz edilmesi gerektiğini ortaya koymaktadır (Hull vd., 2007). Dijital girişimcilik, geleneksel girişimcilikten bazı önemli farklılıklar taşımaktadır. Bu farklılıklar aşağıda Tablo 3'te karşılaştırmalı bir şekilde sunulmaktadır.

Tablo 3. Geleneksel Girişimcilik ve Dijital Girişimcilik Arasındaki Farklar

	Geleneksel Girişimcilik	Dijital Girişimcilik
Pazara giriş	Zor	Kolay
Üretim ve depolama	Zor	Kolay
Dağıtım	Daha yavaş	Daha hızlı
İşyeri	Fiziksel işyeri	Dijital işyeri
Örgütsel bağıllık	Daha kolay	Daha zor
İletişim şekli	Yüz yüze	Bilgisayar ve dijital teknolojiler
Organizasyon yapısı	Hiyerarşik	Esnek ve iş birliği

Kaynak: Hull vd., 2007; Hafezieh vd., 2011.

- *Pazara Giriş Kolaylığı*: Dijital girişimcilik, girişimcilerin pazara hızlı ve düşük maliyetle giriş yapmalarını mümkün kılmaktadır. İnternet tabanlı platformlar aracılığıyla küçük işletmelerin kurulması ve ticari web sitelerinin oluşturulması, geleneksel iş modellerine kıyasla daha basit ve erişilebilir bir süreç haline gelmiştir. Bu durum, girişimcilere önemli fırsatlar sunarak, onların pazarda hızla yer edinmelerine yardımcı olmaktadır.

- *Depolama ve Üretim Kolaylığı*: Dijital girişimciler, geleneksel girişimcilerin karşılaştığı üretim ve depolama zorluklarını aşarak verimlilik sağlamaktadır. Dijital altyapı ve sanal depolama çözümleri, üretim süreçlerinin daha esnek ve hızlı bir şekilde gerçekleştirilmesine olanak tanıırken, lojistik faaliyetlerde maliyet tasarrufları yaratmaktadır.

- *Dağıtım Kolaylığı*: Dijital girişimcilik, dağıtım süreçlerinde geleneksel iş modellerine göre büyük avantajlar sağlamaktadır. Dijital platformlar üzerinden ürünlerin dünya çapında hızla ve düşük maliyetle dağıtımını mümkün hale gelmektedir. Bu durum, geleneksel dağıtım kanallarının sınırlamalarını aşarak, daha geniş bir müşteri kitlesine ulaşılmasını sağlamaktadır.

- *Dijital İşyeri*: Dijitalleşmenin bir sonucu olarak, fiziksel ofis gereksinimi önemli ölçüde azalmakta ve çalışanlar dünya genelinde internet aracılığıyla işbirliği yapabilmektedir. Bu esneklik, dijital girişimciliğin küresel ölçekte genişlemesine olanak tanıyarak, işletmelerin uluslararası arenada daha etkin bir şekilde faaliyet göstermelerine olanak sağlar.

- *Örgütsel Bağıllık*: Dijital girişimcilik, örgütsel bağıllık konusunda bazı zorluklar barındırmaktadır. Çalışanlar arasındaki yüz yüze etkileşimin sınırlı olması, dijital ortamda bağıllık yaratmayı zorlaştırabilir. Ancak bu zorluk, gelişmiş dijital araçlar ve teknoloji destekli çözümler aracılığıyla aşılabılır ve çalışan bağıllığını güçlendirmek için yeni stratejiler geliştirilebilir.

- *İletişim Şekli*: Dijital girişimciler, organizasyonel süreçlerde paydaşlarla iletişim kurarken büyük avantajlar elde etmektedir. Web siteleri, sosyal medya platformları ve diğer dijital araçlar sayesinde, müşteriler ve tedarikçilerle iletişim daha verimli, hızlı ve maliyet etkin bir şekilde sağlanabilmektedir.

- *Organizasyon Yapısı*: Dijital teknolojilerin etkisiyle, geleneksel hiyerarşik organizasyon yapılarından esnek ve iş birliğine dayalı organizasyonel yapılar ortaya çıkmaktadır. İşletmeler, çok fonksiyonlu ekipler kurarak, iş birliğine dayalı bir çalışma ortamı yaratmakta ve bu sayede dijital girişimcilikte daha yenilikçi ve verimli iş süreçleri tasarlamaktadır.

Bu avantajlar, dijital girişimciliği, geleneksel iş yapma biçimlerine kıyasla daha dinamik ve verimli bir seçenek haline getirmektedir. Dijitalleşmenin sunduğu olanaklar, girişimcilerin daha hızlı, verimli ve düşük maliyetli faaliyetlerde bulunmalarını sağlarken, aynı zamanda küresel düzeyde rekabet avantajı elde etmelerini mümkün kılmaktadır.

APEC (2017) dijital girişimcilerin edinmesi gereken yetkinlikleri mutlak gerekli beceriler ve faydalı olabilecek ancak zorunlu olmayan beceriler olmak üzere iki kategoriye ayırmıştır. İlk on altı beceri, mutlak beceriler olarak tanımlanmış ve dijital girişimciler için temel nitelikler olarak vurgulanmıştır. Tablo 4'te dijital girişimcilerin edinmesi gereken beceriler sıralanmıştır.

Tablo 4. Dijital Girişimcinin Sahip Olması Gereken Beceriler

Dijital Girişimcilik İçin Mutlak Beceriler	Dijital Girişimcilik İçin İstenen Beceriler
İş modeli geliştirme	Yaratıcılık
Sözlü iletişim becerileri	Kodlama
Değişim yönetimi	Ağ oluşturma
Risk alma	Yeni ortaya çıkan teknoloji trendleri için tarama
Uyum sağlama	Pazarlama
Temel bilgisayar becerileri	Yerel ekosistem farkındalığı
Müşteri odaklılık	Mevzuat ve düzenlemeleri anlayabilme
Öngörü ve vizyon	
Eleştirel düşünme ve problem çözme	
Tutku ve sabır	
Etkin kaynak planlaması	
Yönetimsel ve stratejik liderlik	
Satış becerileri	
İngilizce dil yeterliliği	
Sektör bilinci	

Kaynak: APEC, 2017.

4. Dijital Girişimciliğin Avantajları ve Karşılaşılan Riskler

Girişimcilik, ekonomik kalkınma üzerinde belirgin bir etki yaratmakta olup, dijital dönüşüm bu süreçte inovasyonu hızlandıran önemli bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Dijital girişimcilik, girişimcilere yenilikçi çözümler geliştirme ve iş modellerini dönüştürme fırsatı sunmakta, böylece ekonomik yapının modernleşmesine katkı sağlamaktadır. Dijital girişimcilik, internet kullanımının yaygınlaşmasıyla birlikte önem kazanan yenilikçi bir girişimcilik türü olarak öne çıkmaktadır. İnternet erişiminin birçok yerleşim bölgesinde yaygınlaşması, bilgiye daha hızlı ve kolay ulaşımı mümkün kılmıştır. Bununla birlikte, dijital girişimcilik, iş yapma maliyetlerini düşürerek girişimciler için pazarı daha cazip hale getirmiştir. Sağladığı operasyonel kolaylıklar ve maliyet avantajları göz önüne alındığında, dijital girişimcilik günümüzde en yaygın kullanılan girişimcilik türlerinden biri olarak değerlendirilmektedir. Dijital girişimciliğin temel avantajları Dünya'nın herhangi bir yerinde çalışabilme, esnek çalışma saatleri, tasarruf, geniş kitlelere erişim, kolay ölçeklenebilirlik olarak sıralanabilmektedir (Pandey vd., 2020).

- *Dünyanın herhangi yerinden çalışabilme*: Dijital platformlar aracılığıyla girişimciler, dünya genelinde herhangi bir lokasyondan işlerini sürdürebilirler böylece fiziksel mekân kısıtlamalarından bağımsız hale gelirler.

- *Esnek Çalışma Saatleri*: Dijital girişimciler, geleneksel iş saatlerinin ötesinde, işlerini kendi belirledikleri zaman dilimlerinde yürütebilme imkânına sahiptirler.

- *Tasarruf*: Dijital girişimciler, işletmelerini fiziksel ofis alanları ve yüksek sabit giderler gibi geleneksel maliyet unsurlarından tasarruf ederek yönetebilirler.

- *Geniş Kitlelere Erişim*: Dijital ortamlar, girişimcilere küresel ölçekte daha fazla kullanıcıya ulaşma ve geniş bir müşteri kitlesine hizmet sunma olanağı tanır.

- *Kolay Ölçeklenebilirlik*: Dijital girişimler, geleneksel örgütsel yapılar ve sınırlı kaynaklardan bağımsız olarak, hızlı ve etkili bir şekilde büyütülebilir ve ölçeklendirilebilir.

Dijital girişimciliğin sunduğu fırsatların yanında, işletmeler için bazı riskler de oluşturmaktadır. Bu dijital girişimcilerin karşılaşılabileceği risklere Tablo 5'te yer verilmiştir.

Tablo 5. Dijital Girişimciliğin Riskleri

Güvenlik Tehditleri	Günümüz dijital işletmeleri, kişisel ve kurumsal veri tabanlarına yönelik artan siber saldırılarla karşı karşıyadır bu da güvenlik konusunu en büyük tehditlerden biri haline getirmektedir. Bu durum, güvenlik alanında faaliyet gösteren firmalar için güçlü kriptografik çözümler geliştirme ve dijital ortamda veri koruma sağlama açısından önemli fırsatlar sunmaktadır.
Çevrimiçi Yorumlar	Çevrimiçi yorumlar, dijital platformlarda işletmelerin itibarını hızla etkileyebilir. Olumsuz yorumlar, bir işletmenin pazar pozisyonunu ciddi şekilde sarsabilecekken, olumlu yorumlar ise işletmenin büyümesine katkıda bulunabilir. Bu nedenle, işletmelerin sundukları ürün ve hizmetlerin kalitesinin yanı sıra müşteri beklentilerini karşılamaları ve sektörel standartları tutarlı bir şekilde sağlamak için çaba göstermeleri kritik öneme sahiptir.
Dinamizm	Bir işletme, büyüme hedefleri belirlemediği takdirde pazar payını kaybetme riskiyle karşılaşabilir. Ayrıca, sadece başkalarının stratejilerini kopyalayarak hareket eden işletmeler, yetersiz dinamizm nedeniyle pazar paylarını kaybetme tehlikesiyle karşı karşıya kalmaktadır. İşletmelerin sürdürülebilir başarı elde edebilmesi için yenilikçi ve dinamik bir yaklaşım benimsemeleri gerekmektedir.
Müşteri Beklentileri	Dijital çağda, müşteri beklentilerini karşılamak giderek daha zor hale gelmektedir. Bu zorluğu aşabilmek için işletmelerin, tüketicilerin değişen ihtiyaçlarını ve algılarını derinlemesine anlamaları, aynı zamanda dijital platformları sürekli olarak yenileyerek müşteri deneyimini geliştirmeleri gerekmektedir. Dijital dönüşüm süreçlerinde müşteri odaklı bir strateji izlemek, uzun vadeli başarı için temel bir gereklilik haline gelmektedir.
Dijital Dönüşüm Vizyonu	Dijital dönüşüm, işletmeler için karmaşık bir süreç olmakla birlikte, bu sürecin etkin bir şekilde yönetilebilmesi için güçlü bir kurumsal dönüşüm vizyonu gerekmektedir. Dijital dönüşüm vizyonuna sahip olmayan işletmeler, mevcut dijital eğilimlere ayak uyduramayacak ve bu durum, onların başarısızlıkla karşılaşmalarına neden olacaktır. Dijital dönüşüm stratejilerinin başarısı, vizyoner bir liderlik ve stratejik planlama gerektirmektedir.

Kaynak: Kumar vd., 2018.

5. Dijital Girişimcilik Ekosistemi

Dijital girişimcilik ekosistemi literatürü, dijital teknolojilerin girişimcilik alanında nasıl yeni ve dinamik ekosistemler oluşturduğunu kapsamlı ve sistematik bir şekilde incelemeyi amaçlamaktadır. Bu alandaki yeni gelişen literatür, girişimcilik ekosistemlerinin entegrasyonu üzerine odaklanmaktadır. Dijital girişimcilik ekosistemi, sistem faydalarını maksimize etmek, fayda sağlamak ve bilgi paylaşımını, iş birliğini ve sistem yeniliğini teşvik etmek amacıyla varlıklar arasındaki etkileşimlere dayanan, kendi kendini organize

eden, ölçeklenebilir ve sürdürülebilir bir yapı olarak tanımlanmaktadır (Li vd., 2012). Bu tanım, dijital varlıkların karşılıklı ilişkilerinin girişimcilik ekosistemlerinde yenilikçi ve verimli bir etkileşim ortamı yaratmaya yönelik rolünü vurgulamaktadır. Dijital ekosistemlerin kullanıcıları ve katılımcıları, bilgisayarlar, akıllı telefonlar ve tabletler gibi bağlı cihazlara erişim imkânına sahip bireylerden oluşmaktadır. World Wide Web, bilgi, veri ve uzmanlık birikimine erişim sağlamanın yanı sıra, bireylerin ücretsiz emek sunabileceği açık bir ortam yaratmıştır. Bu bağlamda, dijital ekosistemler, kullanıcıların aynı zamanda hizmet sağlayıcı rolü üstlenebildiği ve hizmet odaklı bir mantık çerçevesinde işleyen, kendi kendini üreten dinamik yapılar olarak tanımlanmaktadır. Bu özellikleri sayesinde dijital ekosistemler, girişimciler için önemli fırsatlar sunarak, yenilikçi iş modellerinin ve sürdürülebilir girişimcilik faaliyetlerinin gelişmesine katkıda bulunmaktadır (Sussan ve Acs, 2017). Dijital bir ekosistem oluşturmak, çeşitli iç ve dış paydaşları içeren karmaşık süreçleri beraberinde getirmektedir (Hu vd., 2016). Bu doğrultuda, dijital ekosistemlerin başarılı bir şekilde kurulabilmesi için birden fazla temel faktörün belirleyici rol oynamaktadır. Bu faktörler arasında kurumsal girişimcilik, işlem maliyetleri, dijital teknolojiler ve çevrimiçi sosyal sermaye öne çıkmaktadır. Hu vd. (2016) kurumsal girişimciliği, dijital ekosistemlerin oluşumunda merkezi bir bileşen olarak ele almakta ve geleneksel işletmelerin dijital olarak dönüşüm süreçlerini analiz etmektedirler. Çalışmalarında, bu dönüşüm süreçlerine ilişkin pratik çıkarımlar sunmayı amaçlamakla birlikte, kuruluşların kurumsal girişimcilik yoluyla örgütsel dönüşümü nasıl gerçekleştirdiğine dair mevcut bilgi boşluklarını gidermek adına daha fazla araştırmaya ihtiyaç duyulduğunu da vurgulamaktadırlar.

Dijital girişimcilik ekosistemi, dijital ve girişimcilik ekosistemlerinin birleşiminden oluşan bir yapıya dönüşmektedir. Dijital ekosistem, heterojen dijital kaynaklardan meydana gelen ve kendi kendini organize etme, ölçeklenebilirlik ve sürdürülebilirlik gibi özelliklere sahip bir sistem olarak tanımlanabilir. Bu sistem iş birliği ve yenilik süreçlerini desteklemek amacıyla varlıklar arasındaki etkileşimlere dayanmaktadır. Dijital girişimcilik ekosisteminin büyümesi için, dolaylı bir ilişkiyle de olsa, girişimcilik ekosisteminin genel anlamda gelişmesi gerektiği vurgulanmaktadır (Tischlinger ve Wordragen, 2019) ve bu doğrultuda, dijital girişimcilik ekosisteminin kavramsal gelişimine ilişkin unsurlar Tablo 6'da sunulmuştur.

Tablo 6. Dijital Girişimcilik Ekosisteminin Kavramsal Gelişimi

Geleneksel Girişimcilik	Girişimcilik, mevcut kaynakların yeniden yapılandırılması veya yeni iş fırsatlarının yaratılması yoluyla potansiyel iş imkânlarının belirlenmesi ve bunlardan faydalanılması sürecidir. Bu süreç, yeni ürün ve hizmetlerin geliştirilmesini ve ticarileştirilmesini içermektedir (Hitt vd., 2001). Aynı zamanda, yenilikçi fikirlerin tasarlanması ve uygulanmasına yönelik enerji ve tutkunun harekete geçirilmesiyle ortaya çıkan dinamik bir vizyon, değişim ve yaratım süreci olarak da tanımlanmaktadır (Kuratko vd., 2016).
Dijital Girişimcilik	Dijital girişimcilik, geleneksel iş modellerinde yer alan fiziksel varlıkların bir kısmının veya tamamının dijital platformlar üzerinden dönüştürülmesiyle şekillenen bir girişimcilik alt disiplini olarak tanımlanmaktadır. Bu süreç, dijital medya ve teknolojilerin kullanımıyla şekillenmektedir (Davidson ve Vaast, 2010). Dijital girişimcilik, yeni girişimlerin oluşturulması ve dijital teknolojilerin geliştirilmesi ya da mevcut teknolojilerin yenilikçi bir biçimde uygulanarak işletmelerin dönüştürülmesi sürecini de içermektedir (European Commission, 2015; Zhao ve Collier, 2016).
Dijital Ekosistem	Dijital ekosistem, çeşitli dijital varlıkların ve bu varlıklar arasındaki karşılıklı etkileşimlerin bir araya gelerek sistemsel faydayı en üst düzeye çıkarmayı hedefleyen, kendi kendini organize edebilen, ölçeklenebilir ve sürdürülebilir bir yapı olarak tanımlanabilir. Bu sistem, iş birliğini ve yeniliği teşvik eden dinamik bir ortam sağlamaktadır (Li vd., 2017). Ayrıca, dijital ekosistem, dijital teknolojiler ve bireyler tarafından temsil edilen statik bir bileşenin yanı sıra, etkileşimlerden doğan dinamik bir unsuru da içermektedir (Dini vd., 2011; Li vd., 2017).
Dijital Girişimcilik Ekosistemi	Girişimcilik ekosistemi, potansiyel müşteriler, tedarikçiler, üniversiteler, araştırma merkezleri, sosyal ve kültürel aktörler, büyük ölçekli işletmeler, yenilikçi girişimler, girişimciler, uzmanlar, profesyoneller, yatırımcılar ve yetenekli bireyler gibi farklı paydaşlardan oluşan, dinamik ve etkileşimli bir yapı olarak tanımlanabilir (Isenberg, 2010). Bu sistem, bireylerin girişimcilik konusundaki tutumlarını, yeteneklerini ve motivasyonlarını içeren, kendi kendini organize eden, ölçeklenebilir, sürdürülebilir ve etkileşimli bir yapıdan oluşmaktadır. Girişimcilik ekosistemi, girişimci eylemleri gerçekleştirme konusunda kararlılık gösteren bireyler için uygun bir ortam sunmaktadır (Autio ve Levie, 2015).

Kaynak: Elia vd., 2020.

6. Türkiye’de Dijital Girişimcilik

Türkiye’deki dijital girişim örnekleri, girişimcilik ekosisteminin gelişimine önemli katkılarda bulunan ve dijitalleşme sürecinde öncü rol üstlenen şirketleri kapsamaktadır. Bu girişimler, dijital dönüşümün iş dünyasında nasıl büyük fırsatlar yaratabileceğini gösteren önemli örnekler sunmaktadır.

Türkiye’de özellikle e-ticaret alanında pek çok başarılı dijital girişimcilik örneği mevcuttur. Bu örneklerden bazıları Tablo 7’de sunulmuştur.

Tablo 7. Türkiye’de Dijital Girişimcilik Örnekleri

Dijital Girişim	Sektör
Hepsiburada	1998 yılında kurulmuş ve "her şey ayağına gelsin" sloganı ile dijital girişimciliğin Türkiye’deki en eski ve öncü şirketlerinden biri olmuştur (Merkezi, 2016). E-ticaretin gelişiminde önemli bir rol oynayan Hepsiburada, dijital girişimcilik ekosisteminin erken dönem örneklerinden biri olarak büyük bir başarıya imza atmıştır.
Sahibinden.com	2000 yılında 2.700 ilanla faaliyete geçmiş ve Taner Aksoy tarafından kurulmuştur. Gayrimenkul, araç, sanayi ürünleri gibi pek çok alanda hizmet sunan bu platform, dijital girişimciliğin Türkiye’deki önemli örneklerinden biri olup, marka değeri 25 milyar dolara ulaşmıştır (Eroğlu, 2015).
Yemeksepeti	2000 yılında Nevzat Aydın tarafından "Yemek Sepeti Gıda ve Pazarlama Elektronik İletişim ve Tanıtım Limited Şirketi" adıyla faaliyete başlamış, 2015 yılında 589 milyon dolara Delivery Hero tarafından satın alınarak, Türkiye’deki en büyük teknoloji şirketi satışı olarak kaydedilmiştir (Kocadayıcı, 2017). Yemeksepeti, dijital girişimcilik alanındaki en başarılı örneklerden biri olarak, online gıda siparişi pazarında önemli bir yer edinmiştir.
Trendyol	2010 yılında Demet Mutlu tarafından kurulmuş olup, Türkiye’nin en büyük e-ticaret sitelerinden biri olmuştur (Kutluay, 2017). 2018 yılında Alibaba tarafından 750 milyon dolara satın alınan Trendyol, dijital girişimcilik ekosisteminin küresel ölçekteki etkisini de göstermektedir. Bu yatırım, Trendyol’un uluslararası pazarlarda da önemli bir oyuncu haline gelmesini sağlamıştır.
Onedio	2012 yılında Türkü Eğinoğlu ve Kaan Kayabalı tarafından kurulan ve Türkiye’nin ilk sosyal içerik platformu olma özelliğini taşıyan bir şirkettir (Kişi, 2018).

Bu dijital girişimler, Türkiye’nin dijital dönüşüm sürecinde önemli kilometre taşları olmuş ve girişimcilik ekosisteminin gelişmesinde büyük katkılar sağlamıştır. Bu şirketler, dijital teknolojiler aracılığıyla yeni iş modelleri geliştirmiş ve girişimcilik ekosisteminin dinamiklerini değiştiren önemli adımlar atmıştır.

SONUÇ

Dijital girişimcilik, günümüz iş dünyasında girişimcilik anlayışını köklü bir biçimde dönüştüren önemli bir olgudur. Teknolojik yeniliklerin hızlı gelişimi, dijital platformların yaygınlaşması ve internetin küresel ölçekte sağladığı bağlantı imkânları, geleneksel iş yapma biçimlerinin ötesine geçerek yeni iş modellerinin ortaya çıkmasına zemin hazırlamaktadır. Dijital girişimcilik, yalnızca girişimciliğin dijital araçlarla desteklenmesi

değil, aynı zamanda iş yapma, değer yaratma ve iş süreçlerini yeniden yapılandırma anlamında derin bir dönüşümü ifade etmektedir. Bu dönüşüm, girişimcilerin yalnızca yerel pazarlarda değil, küresel ölçekte rekabet edebilme fırsatına sahip olmalarını sağlamaktadır. Geleneksel girişimcilikten farklı olarak dijital girişimcilik, düşük maliyetle iş kurma, hızla ölçeklenebilme ve geniş bir müşteri kitlesine ulaşabilme imkânları sunmaktadır. Dijital altyapıların sunduğu bu avantajlar, girişimcilerin küresel pazarlara hızla erişmesini ve potansiyel olarak büyük ölçekli etkiler yaratabilecek işletmelerin ortaya çıkmasını mümkün kılmaktadır. Ancak dijital girişimciliğin başarılı olabilmesi için yalnızca teknolojik araçların etkin kullanımı yeterli değildir. Girişimcilerin, dijital pazarlama stratejilerini doğru bir biçimde uygulamaları, veri analizi ile doğru kararlar almaları ve inovasyon yeteneklerini sürekli olarak geliştirmeleri gerekmektedir. Bu unsurlar, dijital girişimciliğin sürdürülebilirliğini ve uzun vadeli başarısını sağlamada kritik rol oynamaktadır. Dijital girişimcilik, toplumsal ve ekonomik ihtiyaçlara yönelik çözüm üreten iş modelleri geliştirme kapasitesine de sahiptir. Dijital platformlar, geleneksel iş yapma biçimlerini aşarak, sürdürülebilir ve yenilikçi çözümler sunabilen iş fırsatları yaratmaktadır. Örneğin, dijital girişimler yalnızca ekonomik kazanç sağlamakla kalmayıp, aynı zamanda toplumsal sorunlara çözüm önerileri sunarak sosyal fayda da yaratabilmektedir. Bu bağlamda dijital girişimcilik, sadece ekonomik büyümeyi destekleyen değil, aynı zamanda toplumsal kalkınmayı artırıcı bir rol oynamaktadır. Dijital girişimcilik, girişimcilik ekosistemindeki farklı paydaşların iş birliğini gerektiren bir süreçtir. Girişimciler, devletler, akademik kurumlar, yatırımcılar ve teknoloji sağlayıcıları arasında güçlü bir etkileşim sağlanması, dijital girişimlerin başarısı açısından büyük önem taşımaktadır. Bu etkileşim, dijital girişimlerin hızlı bir şekilde hayata geçmesine, ürün ve hizmetlerin müşteri geri bildirimlerine göre sürekli olarak iyileştirilmesine olanak tanımaktadır. Ayrıca dijital platformların sunduğu imkânlar, girişimcilere hızlı prototipleme, küresel müşteri kitlesi oluşturma ve yenilik yapma fırsatları sunmaktadır. Sonuç olarak, dijital girişimcilik, yalnızca teknolojik araçların benimsenmesiyle sınırlı kalmayıp, aynı zamanda iş stratejilerinin, yönetim anlayışlarının ve toplumsal sorumluluk bilincinin evrilmesini gerektiren bir süreçtir. Dijital girişimciliğin etkisi, ekonomik büyümeyi ve toplumsal kalkınmayı olumlu yönde etkilemekle birlikte, bu potansiyelin gerçekleştirilmesi için girişimcilerin derin teknoloji bilgisi ve becerilerine sahip olmalarının yanı sıra, dijital ekosistemdeki fırsatları doğru bir biçimde değerlendirebilmeleri de kritik öneme sahiptir. Dijital girişimcilik, gelecekte hem ekonomik anlamda büyümeye katkı sağlayacak hem de toplumsal kalkınma açısından belirleyici bir rol oynayacaktır. Bu süreç, girişimcileri yalnızca yenilikçi iş modelleri geliştirmeye teşvik etmekle kalmayacak, aynı zamanda daha geniş bir toplumsal değişimin parçası olmalarını sağlayacaktır.

Kaynakça

- APEC (2017). *Digital entrepreneurship across the APEC region: Assessing the needs of the region's digital start-ups*. RMIT University, Melbourne.
- Aracıoğlu, B., Demirhan, D., Tatarlar, C., Zalluhoğlu, A. E., & Dedeoğlu, A. (2016). *Tüm boyutlarıyla girişimcilik*. İstanbul: Hümanist Kitap Yayıncılık.
- Autio, E., & Levie, J. (2017). *Management of entrepreneurial ecosystems*. In: G. Ahmetoglu, T. Chamorro-Premuzic, B. Klinger, & T. Karcisky (Eds.). *The Wiley Handbook of Entrepreneurship*, pp. 423-449. Chichester: John Wiley & Sons.
- Davidson, E., & Vaast, E. (2010). Digital entrepreneurship and its sociomaterial enactment. *Proceedings of the 43rd Hawaii International Conference on System Sciences*, 1-10.
- Dini, P., Iqani, M., & Mansell, R. (2011). The (im)possibility of interdisciplinary lessons from constructing a theoretical framework for digital ecosystems. *Cultural Theory & Critique*, 52(1), 3-27.
- Döm, S. (2012). *Girişimcilik ve küçük işletme yöneticiliği*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- 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.
- Eroğlu, D. (2015). En çok kullanılan 3. siteyiz. *Eko Haber*. http://www.ekohaber.com.tr/sahibinden-com-ceosu-burak-ertas-haber_id-25765.html.
- Ertübey, N. (1993). Türkiye'de kadın girişimciliği: Mevcut durum, sorunlar ve öneriler. N. Arat (Ed.), *Türkiye'de kadın girişimcilik*, ss. 244-255, Ankara: TES-AR Yayıncılık.
- European Commission (2015). *Digital transformation of European industry and enterprises*. <http://ec.europa.eu/DocsRoom/documents/9462/attachments/1/translations/en/renditions/native>.
- Guthrie, C. (2014). The digital factory: A hands-on learning project digital entrepreneurship. *Journal of Entrepreneurship Education*, 17(1), 115-133.
- Hafezieh, N., Akhavan, P., & Eshraghian, F. (2011). Exploration of process and competitive factors of entrepreneurship in digital space: A multiple case study in Iran. *Education, Business and Society: Contemporary Middle Eastern Issues*, 4(4), 267-279.
- Hair, N., Wetsch, L., Hull, C., Perotti, V., & Hung, Y.-T. (2012). Market orientation and digital entrepreneurship: Advantages and challenges in a Web 2.0 networked world. *International Journal of Innovation and Technology Management*, 9(6), 1-17.

- Hansen, B. (2019). The digital revolution–Digital entrepreneurship and transformation in Beijing. *Small Enterprise Research*, 26(1), 36-54.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., Camp, S. M., & Sexton, D. L. (2001). Strategic entrepreneurship: Entrepreneurial strategies for wealth creation. *Strategic Management Journal*, 22(6-7), 479-491.
- Hull, C. E., Hung, Y. T. C., Hair, N., & Perotti, V. (2007). Taking advantage of digital opportunities: A typology of digital entrepreneurship. *International Journal of Networking and Virtual Organisations*, 4(3), 290-303.
- Isenberg, D. J. (2010). How to start an entrepreneurial revolution. *Harvard Business Review*, 1-11.
- Jehangir, M., & Khan, S. Z. (2021). Nexus between digital entrepreneurship and entrepreneurs' innovative predisposition with the moderating role of social capital. *City University Research Journal*, 11(2), 337-361.
- Kiş, N. (2018). Dijital çağda yeni bir girişimcilik yaklaşımı: Dijital girişimcilik. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 19(2), 389-399.
- Kocadayıcık, A. (2017, Eylül 16). Yemeksepeti'nin ilham verici başarı hikayesi. *Ceotudent*. <https://ceotudent.com/yemeksepetinin-ilham-verici-basari-hikayesi>.
- Kraus, S., Palmer, C., Kailer, N., Kallinger, F. L., & Spitzer, J. (2019). Digital entrepreneurship: A research agenda on new business models for the twenty-first century. *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*, 25(2), 353-375.
- Kumar, B. R. G., Majumdar Kumar, S., & Menon, S. (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), 25-32.
- Kuratko, D. F., Frederfdc, H., & O'Connor, A. (2016). *Entrepreneurship: Theory, process, and practice*. 4th edition. Melbourne, Victoria Australia: Cengage Learning Australia Pty Limited.
- Kutluay, H. (2017). Demet Mutlu kimdir?. <https://www.makaleler.com/demet-mutlu-kimdir>.
- 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.
- Li, W., Badr, Y., & Biennier, F. (2012). Digital ecosystems: Challenges and prospects. *Proceedings of the International Conference on Management of Emergent Digital Ecosystems*, 117-122.
- Li, W., Du, W., & Yin, J. (2017). Digital entrepreneurship ecosystem as a new form of organizing: The case of Zhongguancun. *Frontiers of Business Research in China*, 11(1), 1-21.

- Merkezi, H. (2016). Türkiye'nin e-ticaret devi Hepsiburada'nın başarı sırları açıklandı. *Paratic*. <https://paratic.com/turkiye-e-ticaret-devi-hepsiburadanin-basari-sirlari-aciklandi/>
- Nambisan, S. (2016). Digital entrepreneurship: Toward a digital technology perspective of entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41(6), 1-27.
- Pandey, R., & Sharif, M. (2020). Study on digital entrepreneurship. *International Multidisciplinary Conference in Technology, Business, Management & Liberal Arts*, MTC Global, 190-197.
- Richter, C., Kraus, S., & Syrjä, P. (2015). The shareconomy as a precursor for digital entrepreneurship business models. *International Journal of Entrepreneurship and Small Business*, 25(1), 18-35.
- Sussan, F., & Acs, Z. J. (2017). The digital entrepreneurial ecosystem. *Small Business Economics*, 49, 55-73.
- Tischlinger, D., & Wordragen, B. (2019). *What are the critical success factors of start-ups in the digital transformation?: A multiple case-study*. Master Thesis, Jönköping University, Sweden.
- TÜSİAD (2016). *Türkiye'nin küresel rekabetçiliği için bir gereklilik olarak sanayi 4.0 gelişmekte olan ekonomi perspektifi*. İstanbul: Sis Matbaacılık.
- van Welsum, D. (2016). Enabling digital entrepreneurs. *World Development Report*, World Bank Group.
- Yaghoubi, N. M., Salehi, M., Eftekharian, A., & Samipourgiri, E. (2012). Identification of the effective structural factors on creating and developing digital entrepreneurship in the 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), 175-176.
- Zhao, F., & Collier, A. (2016). Digital entrepreneurship: Research and practice. *9th Annual Conference of the EuroMed Academy of Business*, 2173-2182.