PAPER DETAILS

TITLE: THE CHANGING PROFILE OF ENTREPRENEURS IN THE KNOWLEDGE AGE

AUTHORS: Gökçe Akdemir Ömür

PAGES: 55-65

ORIGINAL PDF URL: https://dergipark.org.tr/tr/download/article-file/315253

İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi
No: 55. (Ekim 2016). ss.55-65.

BİLGİ ÇAĞINDA GİRİŞİMCİLİĞİN DEĞİŞEN PROFİLİ

Gökçe AKDEMİR ÖMÜR*

Öz
Bilgi çağında küreselleşme ve bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler girişimcilik profilini değiştirmektedir. Girişimci bilgi ve iletişim teknolojileri aracılığı ile müşteri taleplerini karşılayacak veya yeni talepler yaratacak yeni, farklı ve yaratıcı fikirleri coğrafi uzaklıktan bağımsız olarak ürüne ve hizmete dönüştürmektedir. Bilgi çağında girişimciler yeni fikirleri üretirken veya ürünlerini meydana getirirken dijitalleşme ile atom dünyasını ve bit dünyasını birleştirmektedirler. Bu çalışmada ise bilgi çağında küreselleşmenin, enformasyon teknolojilerindeki gelişmelerin, sanallığın ve dijitalleşmenin girişimciliğin profilini nasıl etkilediği incelenecektir.

Anahtar Kelimeler: Bilgi Toplumu, Girişimcilik, Dijitalleşme, Küreselleşme, Bilgi ve İletişim Teknolojileri.

THE CHANGING PROFILE OF ENTREPRENEURS IN THE KNOWLEDGE AGE

Abstract
Entrepreneurs translate different and creative ideas into products and services for meeting customers demands or creating new demands through information and communication technologies as being independent of geographic distance. At the information age, entrepreneurs are combining the atomic world and the bits world on the basis of digitalization while creating new ideas or products. Therefore developments in the information and communication technologies and globalization are changing entrepreneur profile. The study will examine how globalization, developments of information technologies, virtuality and digitalization affect entrepreneur profile in the information age.

Keywords: Knowledge Age, Entrepreneurship, Digitalization, Globalization, Information and Communication Technologies.

---

* Araştırma Görevlisi Dr., İstanbul Üniversitesi, Siyasal Bilgiler Fakültesi, İşletme Bölümü, İstanbul, Türkiye, gakdemir@istanbul.edu.tr

Araştırma Makalesi - Gönderim Tarihi: 14.07.2016 - Kabul Tarihi: 19.09.2016.

Giriş

Girişimcilik profili, bilginin kullanımındaki ve bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler ile doğru orantılı olarak değişim göstermektedir. Günümüzde küreselleşmenin hızla tüm dünyayı sarması ve enformasyon teknolojilerine erişimin kolaylaşması ile bilginin üretilmesi, kullanılması ve yayılması önemli bir girişimcilik dinamiği olarak görülmektedir.

Girişimciliğin bu dinamik ile ilişkisine açıklık getirmek amacıyla Alvin Toffler'ın iş yaşamını etkileyen gelişmeleri temsil eden "dalga" metaforundan yararlanmak mümkündür. Dalga metaforunda her bir dalga arkasından gelen dalga için bir öncül olmaktadır. Toffler'a göre; birinci dalga olan emek yoğun tarım toplumu yerini uzmanlaşmanın, odaklanmanın ve merkezileşmenin arttığı sanayi toplumuna bırakmaktadır. İkinci dalga olan sanayi toplumunda ise; rekabet avantajı elde etmenin en önemli yöntemi olarak işletmeler, verimlilik artışına odaklanarak aşırı işbölümüne ve uzmanlaşmaya yönelmektedirler. Sanayi toplumunda işletmelerin kitle üretimi gerçekleştirerek etkinliğe, verimliliğe ve rasyonelliğe odaklandığı görülmektedir. Ancak Toffler'ın tanımladığı üçüncü dalganın yarattığı etkileri değerlendirirken bilginin yaygın şekilde kullanılmasını, iletişim ve bilgisayar sistemlerinin insan yaşantısına girmesini bir devrim olarak ifade etmek daha anlamlı olmaktadır.[1] Üçüncü dalgada bilgi, işletmelerin farklılaşarak rakiplerden üstün duruma geçmesinin en önemli lokomotifidir. Diğer bir ifade ile üçüncü dalga aynı zamanda bilgi toplumuna geçiş olarak değerlendirilmektedir.

Bilgi toplumunun temel unsuru olan bilginin paylaşıldıkça çoğalması, bilgiye dinamik bir nitelik kazandırmaktadır. Bilgi sürekli olarak sahip değiştirirken hem yarattığı değeri artırması hem de kültür, din, dil, ırk ve coğrafi konum farkından doğan engelleri ortadan kaldırması yönüyle pozitif sinerji yaratan tek global üretim kaynağı haline gelmektedir.[2] Benzer şekilde Peter Drucker da bilginin anlamlı tek kaynak olarak geleneksel üretim faktörlerinin önüne geçtiğini vurgulamaktadır.[3] Buna paralel olarak işletmeler, yaşamsallıklarını devam ettirebilmek ve/veya sürdürülebilir rekabet avantajı elde edebilmek için "bilgi"'yi farklılaşmanın temel kaynağı olarak değerlendirmektedirler.

Bilginin artan öneminden ötürü işletmeler ve girişimciler teknolojik ilerlemeler ile bilginin üretilmesine, kullanılmasına ve yayılmasına yönelik zaman içerisinde yeni araçlar ve yöntemler geliştirmekte ve/veya uygulamaktadırlar. Bu durum Chris Anderson tarafından tanımlanan atom ve bit dünyası arasındaki etkileşimin doğal bir sonucudur. C.Anderson'a göre fiziksel üretime odaklanan atom dünyasından bilgi yönetiminin kolaylıkla gerçekleştirildiği sanallığın egemen olduğu bit dünyasına geçiş her geçen gün hızlanmaktadır.[4] Dolayısıyla atom dünyasından bit dünyasına dönüşümün nasıl

---

[1] Alvin Toffler, A. (1996). *Üçüncü dalga* (3.bs.). (A. Seden Çev.). İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi, s.16-20.

[2] A. Zeynep Düren. (2002). *2000'li yıllarda yönetim (*2. bs.). İstanbul: Alfa Basım Yayın, s.57.

[3] Peter F. Drucker. (1993). *Kapitalist Ötesi Toplum*. (B. Çorakçı Çev.). İstanbul: İnkılap Kitabevi, s.66.

[4] Chris Anderson. (2014). G*eleceği üretenler*. (L. Görkem, Çev.). İstanbul: Optimist Yayınları, s.16-17.

gerçekleştiğinin incelenmesi aynı zamanda bilginin girişimcilik üzerindeki etkilerini açıklamak açısından faydalı olacaktır.

Bilgi Toplumunda Atom Dünyasından Bit Dünyasına Geçiş

Bilgi toplumunun temel unsuru olan bilgi, sanayi toplumundan itibaren elle tutulabilir fiziksel girdilerin ve çıktıların yönetilmesindeki en önemli katalizör olmaktadır. Bilgi, dinamik yapısından ve işletme süreçlerinin katalizörü olmasından ötürü her şeyin ikamesi olabilecek ve diğer tüm üretim faktörlerinin önüne geçebilecek nitelik kazanmasını sağlamaktadır. Bilgi, ağ içerisindeki tüm üyelerin katkıları ile değişime uğramakta ve elle tutulabilir olmamasına rağmen yarattığı değeri artırmaktadır.[5] Küreselleşme ve enformasyon teknolojilerindeki gelişmeler birey, teknoloji ve süreçler boyutunda bilginin dönüşüme uğramasını sağlamaktadır.

Bilgi toplumunda enformasyon ve robotik teknolojilerindeki ilerlemeler, sanallığın yaygınlaşmasına zemin hazırlayan dijitalleşme sürecine geçişi hızlandırmaktadır. Diğer bir ifade ile dijitalleşme süreci, atomların dünyasını etkileyen yeni bir platform yaratmaktadır. Dijital dünyanın temel birimi olan bitler, paylaşıldıkça çoğalan bilginin kodlanmış şeklidir yani bilginin veriye dönüşmüş halidir.

İşletmeler fonksiyonlarına, üretim süreçlerine ve tedarik aşamasından satış sonrası hizmetlere kadar tüm faaliyetlere yön verecek bilgiyi bitler ile yeniden kodlayarak mekan ve zaman farkını sıfırlayacak şekilde yeniden yapılandırmaktadır.[6] Bu durum ağ içerisinde temel yeteneklere odaklanan işletmeleri ve girişimcileri sürdürülebilir rekabet avantajı sağlayan küresel boyutta bir işbirliğine ve/veya dış kaynak kullanımına yöneltmektedir.

Bilgi ve iletişim teknolojileri ile işlenmiş bilginin bitlere dönüştürülmesinin yaygınlaşması, kolaylaşması ve ucuzlaması ekonomilerde yeni dinamiklerin ortaya çıkmasını tetiklemektedir.[7] Böylelikle bilgi toplumunda fiziki ürünlerin gerçek dünyası olarak ifade edilen atomlar dünyası yerini büyük ölçüde sanallığın hakim olduğu bitler dünyasına bırakmaktadır.[8] Bu durumun doğal bir sonucu olarak da rekabet koşullarını yeniden yapılandıran bir ağırlıksız (yeni) ekonomi meydana gelmektedir. Küreselleşme ve enformasyon teknolojilerindeki gelişmeler, ağırlıksız ekonominin her geçen gün büyümesini ve rekabet koşullarının değişmesini hızlandırmaktadır. Bu koşullarda var olabilmek ve/veya varlıklarını korumak isteyen girişimciler ise söz konusu değişime uyum yeteneklerini arttıracak yeni özelliklere ve yeteneklere sahip olmak durumunda kalmaktadır.

---

[5] Dimitrios Charalambidis. (2014). ICT in the future classrooms and teaching: preparing the knowledge workers of the 21st century, *International Conference on Artificial Intelligence Applications and Innovations*, s.60.

[6] Javier Carrillo, J. (1997). Managing knowledge-based value systems. *Journal of Knowledge Management*, 1 (4), s.282-283.

[7] Yogesh Malhotra, (2005). Integrating knowledge management technologies in organizational business processes: getting real time enterprises to deliver real business performance. *Journal of Knowledge Management,* 9 (1), p.9.

[8] Chris Anderson, a.g.e., s.16-17.

Bitler Dünyasında Girişimciliğin Değişen Profili

Enformasyon teknolojilerindeki gelişmeler, sanal ortamda iletişimin ucuz ve kolay olması bireyleri ağlar ile sürekli olarak birbirine bağlamaktadır. Enformasyon teknolojileri sanallığı beslerken aynı zamanda küresel ölçekte hem işletmeleri hem tüketicileri internet ve web aracılığı ile birbirine bağlayan sanal ağ sarmallarını yaratmaktadır.

Sanal ortam, girişimcileri herhangi bir zamanda ve mekanda potansiyel müşterilerin beklentilerini karşılayacak yeni iş modellerine konu olacak yeni fikirleri geliştirmeye zorlamaktadır. Yeni fikirler, dijital iletişim araçları ile sanal ortamda coğrafi sınırlardan bağımsız olarak farklı bireyler ve işletmeler ile paylaşılabilmektedir.[9] Bu paylaşım yaygınlaştıkça sanal ağ sarmalına dahil olan herkesin dijitalleşen veri akışına katkıda bulunması ve hatta birbiri ile etkileşimde olmasını sağlayan bir ekosistem meydana gelmektedir.

Sanallık veya sanal gerçeklik aynı zamanda küresel kültürü ve zevkleri benimseyen tüketici beklentilerini karşılayacak işletme ve girişimci sayısını artırmaktadır. Bu durum aynı zamanda rakip sayısının da artması anlamına gelmektedir. Rekabet avantajı elde etmek amacı ile işletmeler ve girişimciler mevcut müşterileri kadar potansiyel müşterilerinin de isteklerini tespit etmeye veya henüz var olmayan ihtiyaçları yaratmaya odaklanmaktadırlar. Müşteri ihtiyaçlarını karşılayacak faaliyetlerin gerçekleşmesi amacıyla bitler ile bilginin (yeni fikrin) sanal ortamda paylaşılması, ulusal kimliklerden bağımsız bireylerin ve tüketici segmentlerinin oluşmasını sağlamaktadır. Bu durum kısa sürede değişken taleplere sahip olan çeşitli tüketici segmentlerini meydana getirmektedir. Tüketici segmentlerindeki dinamik durum aynı zamanda sosyo-kültürel değişimlerin de ortaya çıkması anlamına gelmektedir. Küreselleşme ve enformasyon teknolojilerindeki gelişmeler küresel tüketicileri yaratarak bir kitle kültürünün meydana gelmesini sağlamaktadır.[10] Doğal olarak bu gelişmeler tüketici profilinde sürekli bir değişimin meydana gelmesine ve rekabeti arttırmasından ötürü girişimciliğin profilini de etkilemektedir.

İlgili literatür incelendiğinde girişimciliğe ilişkin tanımların, girişimciliğin karakteristikleri ve çıktıları etrafında kümelendiği görülmektedir. Girişimciliğin karakteristiklerine yönelik gerçekleştirilen çalışmalar yeniliğe, büyümeye ve benzersiz olmaya odaklanırken; girişimcilik çıktısı ile ilgili çalışmalar girişimcilik sonucunda yaratılan değeri incelemektedir.[11] Girişimciliğin iki temel dinamiği olan yaratıcılık ve yenilik sonucunda yeni bir ürünün, sürecin, teknolojinin ve/veya pazarın meydana gelmesi söz konusudur.[12] Girişimcilik yeni teknolojilerin yaratılması, yeni ürün ve hizmetlerin

---

[9] Yogesh Malhotra, a.g.m., p.9.

[10] Paul T. Akuhwa, Cephas A. Gbande, Benedict S. Akorga & Zachariah S. Adye (2015). Knowledge-based entrepreneurship and globalization: correlates for the wealth of nations and perspectives from Nigeria, *Open Journal of Applied Sciences,* 5, p.462.

[11] Pramodita Sharma, James J. Chrisman. (1999). Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 23 (3), p.12.

[12] Cevahir Uzyurt, (2008). *Pazarlamada değer yaratma aracı olarak yenilik yönetimi ve yenilikçi örgüt kültürü*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş., s.30-31.

üretilmesi, yeni üretim kaynaklarının bulunması, yeni iş süreçlerinin geliştirilmesi ve/veya bunların yeni kombinasyonlarının meydana getirilmesi ile ilişkilidir.[13] Sanal ortamın ve dijitalleşmenin yaygınlaşması diğer bir ifade ile bilginin bitler dünyasında hızla yerini alması, girişimciliğin girdilerini ve çıktılarını etkileyecek sonuçlar doğurmaktadır.

Deniz ötesi pazarlarda ve küresel merkezlerde varlıklarını sürdürmek isteyen girişimciler, rakiplerinden farklılaşan yeni ürün geliştirme süreçlerini yaratmaya odaklanmaktadırlar. Bilgi ve iletişim teknolojileri için gereken altyapıya sahip işletmeler, küresel ölçekte daha kolay genişleyebilmekte ve hizmet verebilmektedirler. Bu işletmeler girişimci, yaratıcı ve yenilikçi yönlerinin çıktıları olarak rakiplerden farklılaşan yeni ürünler ve süreçler geliştirmeye yönelmektedirler.[14] Bu durum işletmeleri girişimcilik sonucunda meydana gelecek olan ürünler ve süreçler geliştirmeye ve pazarlara nüfuz edecek stratejiler yaratmaya itmektedir.

Yaratıcılığın, girişimciliğin ve yeniliğin her geçen gün öneminin artması, işletmeleri girişimcilik merkezli "mavi okyanus" stratejileri geliştirme arayışına zorlamaktadır. W. Chan Kim ve Renee Mauborgne'ün değişen rekabet koşullarında işletmelerin pazar yaratma stratejilerini açıklamak amacıyla kullandığı "kızıl ve mavi okyanus" metaforu, girişimciliğin değişen profili ile ilişkilendirilerek değerlendirilebilir. Okyanus metaforunda kızıl okyanus mevcut endüstrileri, mavi okyanus henüz mevcut olmayan endüstrileri temsil etmektedir. 21. Yüzyılın işletmeleri arzın talebi aştığı daralan pazarlarda müşteri beklentilerini karşılamak[15] yerine henüz müşteri talebinin bile olmadığı yeni pazarlar yaratan mavi okyanusları keşfetmeye odaklanmaktadır. Bunun ise en temel dinamiği yaratıcılık temelli girişimcilik olmaktadır. Dolayısıyla üretim kaynaklarını bir araya getiren ve riski üstlenen girişimci, yaratıcılığın ve yenilikçiliğin ön planda olduğu yeni bir profile dönüşmektedir.

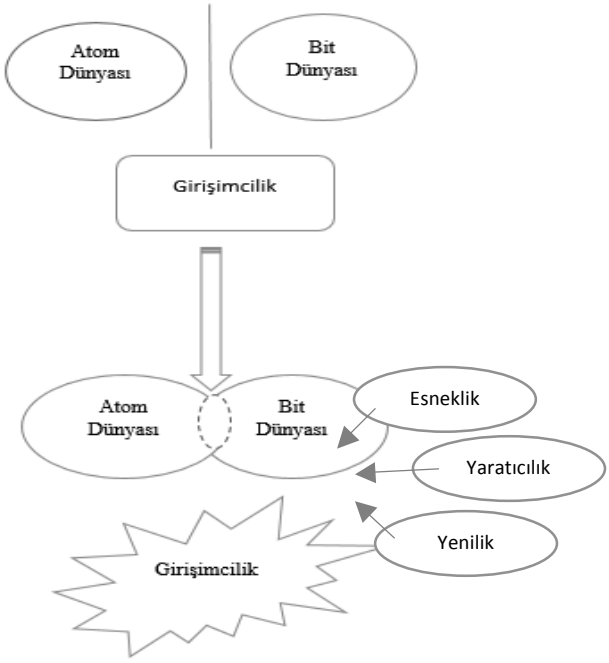
İşletmeler ve bireyler kendi mavi okyanusunu yaratabilecek girişimci yönlerini ortaya çıkarmaya odaklanmaktadır. Atom ve bit dünyasına odaklanma düzeyi, girişimcilerin mavi okyanus stratejisini gerçekleştirmesini de etkileyecek sonuçlar doğurmaktadır. Chris Anderson'ın atom ve bit dünyası ayrımına yönelik tasvirinden yararlanarak Şekil 1 derlenmiştir. Şekil 1'de görüldüğü gibi girişimcilik profilini etkileyen atom ve bit dünyası arasındaki sınırların zamanla belirsizleşiyor olması şematize edilmektedir.

---

[13] Joseph A. Schumpeter, (1994). *Capitalism, socialism & democracy* (5th Ed.). New York: Routledge, p.84.

[14] James W. Gabberty, Jennifer D. E. Thomas, (2007). Driving creativity: extending knowledge management into the multinational corporation. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 2, p.1.

[15] W. Chan Kim, Renee Mauborgne, (2005). *Mavi okyanus stratejisi*. (Ş. Alpagut, Çev.). İstanbul: CSA Global Publishing, s.4



Şekil 1. **Atom ve bit dünyasında girişimcilik**

Kaynak: Chris Anderson. (2014). G*eleceği üretenler*. (L. Görkem, Çev.). İstanbul: Optimist Yayınları., s.15'den derlenmiştir.

Şekil 1'de atom dünyasında girişimcilik sınırları öngörülebilir iken; bit dünyasında esnekliğin, yaratıcılığın ve yeniliğin girişimciliğe getirdiği dinamizme yer verilmektedir. Enformasyon teknolojilerindeki gelişmeler atom dünyası ile bitlerin dünyasını birbirine yaklaştırmaktadır. Atom dünyasının egemenliğindeki Sanayi Devrimi'nde girişimci mucitlerin ve işadamlarının ayrıcalıklı bireyler oldukları görülmektedir. Girişimciler yönetici sınıfının mensubu olabildikleri gibi alanında uzman ve seçkin kişilerin yanında yetişen bireyler de olabilmektedir.[16] Günümüzde ise yeni fikri olan girişimcilerin sanal ağa (internete) bağlı bir dizüstü bilgisayarına sahip olması yeterli olmaktadır. Bit ekonomisinin en önemli dinamiklerinden biri enformasyon teknolojilerinin yarattığı sosyal ağlardır. Ağ ekonomisi, girişimcilere yeni fikirler geliştirmeye ve yeni kaynaklar bulmaya yönelik fırsatlar yaratmaktadır.[17] Bit dünyasında internet ile birbirine bağlanan girişimci bireyler ve işletmeler, ağ etkisinden faydalanarak fikirlerini geliştirme maliyetini düşürebilmekte ve uzmanlık alanlarına göre bilgiyi diğerleri ile paylaşabilmektedirler.

[16] Chris Anderson, a.g.e., s.15.

[17] Mutlu Uygun, Vesile Özçifçi. (2012). Girişimcilerin sosyal ağlara yönelik algılamalarının incelenmesi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4 (1), s. 191.

Küreselleşme ve sanal ağlar ekonomilerde ve işletmelerde her geçen gün artış gösteren köklü değişimlerin yaşanmasına neden olmaktadır. Tablo 1'de Can Aktan'nın iş yaşamını etkileyen değişim unsurlarını eski ve yeni ekonomi açısından değerlendirdiği görülmektedir.[18] Yazar tarafından genel özelliklerinin benzerlik taşımasından ötürü eski ekonomi atom ekonomisi ile, yeni ekonomi bit ekonomisi ile ilişkilendirerek ele alınmaktadır. Bu bağlamda Tablo 1'de atom ve bit ekonomisinin temel özelliklerinin aynı zamanda girişimciliği etkileyen faktörleri de şekillendirdiği düşüncesiyle atom ve bit ekonomisinde yer alan değişim unsurları yeniden derlenmiştir.

Tablo 1.
Atom ve Bit Ekonomisinin Özellikleri

Değişim Unsuru	**Atom Ekonomisi (Eski Ekonomi)**	**Bit Ekonomisi (Yeni Ekonomi)**
Rekabet	Ulusal	Küresel
Örgütlenme	Hiyerarşik-Bürokratik	Ağ, Şebeke
Üretim	Kitlesel Üretim	Tam Zamanında Üretim, Esnek Üretim
Büyüme Dinamiği	Sermaye, İşgücü	Yenilik, İcatlar, Bilgi
Teknoloji	Makineleşme	Dijitalleşme
Ar-Ge'ye Yoğunlaşma Düzeyi	Düşük, Orta	Yüksek
Diğer İşletmeler İle İlişkiler	Tek İşletme	Diğer İşletmeler İle İşbirliği, Ortaklık
Varlıklar	Elle Tutulabilir Maddi Varlıklar	Elle Tutulamayan Maddi Varlıklar

Kaynak: Can Aktan. *Yeni ekonominin özellikleri*, 15 Ağustos 2016 tarihinde http://www.canaktan.org/yeni-trendler/yeni-ekonomi/ozellikleri.htm

Tablo1'de görüldüğü gibi fiziksel üretimi temsil eden atom ekonomisinin ve bit ekonomisinin özellikleri rekabet, üretim, büyüme dinamiği, teknoloji, Ar-Ge, diğer işletmeler ile ilişkiler ve varlıklar açısından değerlendirilmektedir.[19] Bu bağlamda atom ve bit ekonomisinin özellikleri ile ilgili bir analiz gerçekleştirecek olursak aşağıda yer alan tespitlerde bulunmak mümkündür:

[18] Can Aktan. *Yeni ekonominin özellikleri*, 15 Ağustos 2016, http://www.canaktan.org/yeni-trendler/yeni-ekonomi/ozellikleri.htm
[19] Can Aktan. *Yeni ekonominin özellikleri*, 15 Ağustos 2016, http://www.canaktan.org/yeni-trendler/yeni-ekonomi/ozellikleri.htm

- Atom ekonomisinde rekabet ulusal sınırlar içerisinde yer almakta iken; yeni ekonomiyi temsil eden bit ekonomisinde rekabet küresel ölçekte gerçekleşmektedir. Bunun en temel nedeni bit ekonomisinde enformasyon teknolojilerinin yaygın kullanımı sonucunda meydana gelen küresel pazarlarda rakip ve tüketici sayısında öngörülemez bir artış görülmektedir. Bu duruma paralel olarak tüketici taleplerini karşılayacak girişimci sayısının da artmasına neden olmaktadır.

- Örgütlenme açısından incelendiğinde atom ekonomisinde etkinlik, verimlilik ve rasyonellik arayışına giren işletmelerde hiyerarşinin ve bürokrasinin ön planda olduğu görülmektedir. Bit ekonomisinde ise işletmelerin örgütlenmesinde ağın bir unsuru olan girişimcilerin temel yeteneklere odaklanmak, maliyeti düşürmek ve rakiplere göre sürdürülebilir rekabet avantajı sağlayacak faaliyetlere yönelmek durumundadır. Bu bağlamda bit ekonomisinde işletmeler ve girişimciler atom ekonomisinden daha yoğun bir şekilde diğer işletmeler ile işbirliği yapması gerekmektedir. Bit ekonomisinin ağlardan meydana gelmesi nedeniyle rekabetin yoğun olduğu bu ekosistemde girişimcilerin diğerleri ile işbirliği yapması kaçınılmaz olmaktadır.

- Atom ekonomisinde üretim kitlesel üretime odaklanırken; rekabetin her geçen gün arttığı bit ekonomisinde ise değişime hızlı cevap verebilme imkanı veren tam zamanında esnek üretime eğilim söz konusu olmaktadır.

- Küreselleşme ile birlikte iletişim ve üretim teknolojilerindeki yaşanan gelişmeler, işletmeleri fark yaratacak stratejiler geliştirmeye itmektedir. Bu nedenle bit ekonomisinde farklılık yaratacak faaliyetlere odaklanan girişimcilerin büyüme dinamiği bilgi, yenilik ve icat olmaktadır.

- Atom ekonomisinde kullanılan teknolojinin "makine" ağırlıklı olduğu görülmektedir. Bu durumu Sanayi Devrimi ile birlikte işletmelerin ve girişimcilerin gücü fabrikalaşma düzeyi ve seri üretimi gerçekleştirme potansiyeli ile ilişkilendirerek açıklamak mümkün olmaktadır. Bit ekonomisinde ise büyüme, bilginin üretilmesini, kullanılmasını ve yayılmasını kolaylaştıran dijitalleşmenin artmasıyla gerçekleşmektedir. Diğer bir ifade ile bit ekonomisinde işletmelerin ve girişimcilerin gücü, etkin bilgi yönetimini gerçekleştirme düzeyi ile ilişkilendirilerek değerlendirilmektedir.

- Atom ve bit ekonomisi Ar-Ge faaliyetleri açısından değerlendirildiğinde bit ekonomisinde yeniliğe ve icat yapmaya odaklanan girişimcilerde Ar-Ge faaliyetlerinin atom ekonomisindekine göre daha yoğun olduğu görülmektedir.

- Bit ekonomisinde ürünler ve süreçler yazılım gibi sanal gerçeklikte hayat bulan faaliyetlerin bir çıktısı olmaktadır. Bu bağlamda atom ekonomisinde girişimciler elle tutulabilir varlıklara yoğunlaşırken, bit ekonomisinde ise girişimciler elle tutulamayan ürün ve varlıklara daha çok odaklanmaktadır.

Yukarıda atom ve bit ekonomilerinde işletmeleri ve girişimcileri etkileyen faktörlere yer verilmektedir. Bu faktörler aynı zamanda dijitalleşmenin ve girişimciliğin etkileşimi ile ilgili kanıt olacak çıktılar meydana getirmektedir. Dijitalleşme artıkça ve bit ekonomisi geliştikçe dijital ekonominin yarattığı rekabette hayatta kalmak isteyenler, yaratıcılık odaklı girişimcilik eğilimi göstermektedir. Böylelikle üretim faktörlerini bir araya getiren ve risk üstlenen girişimcilik profilinin kapsamında değişimin yaşandığı görülmektedir.

Büyük değişimlere neden olan teknolojik gelişmeler yoğun bir rekabet ortamı yaratabilmekte ve/veya rekabet koşullarını değiştirmektedir.[20] Girişimciler değişen rekabet koşullarında çok sayıda girişimcinin var olduğu bir ekosistemde yaşamlarını devam ettirebilmek için esneklik ve yenilik yapma kapasitelerini arttırmayı amaçlamaktadır.[21] Bu yeni ekosistemde girişimci, yaratıcılık odaklı olan, teknolojik ilerlemeleri takip eden, küresel talepleri tespit edecek verileri değerlendiren ve bu talepleri karşılayacak faktörleri bir araya getiren haline gelmektedir. Dolayısıyla günümüz girişimcileri, yeni, farklı ve yaratıcı fikirler yaratabilen, mevcut müşteri taleplerini karşılayan ve/veya olmayan tüketici taleplerini meydana getiren, bilgi ve iletişim teknolojilerini etkin kullanan, atom ve bit dünyası arasındaki saydamlığı rekabet avantajına dönüştüren özelliklere ve yeteneklere sahip olmak durumundadır. Bu durum aynı zamanda yeni ve yaratıcı fikri olan girişimcileri mekandan bağımsız, farklı coğrafyalardaki diğer girişimci ve yatırımcılar ile işbirliği yapabilen bir takım oyuncusu olmaya itmektedir. Bugünün girişimcileri bireysel başarılardan çok takım başarısına odaklanan, değişen koşullara uyum yeteneğine sahip olan, gelişmelerin takipçisi değil yönlendiricisi olan, krizleri yöneten, sanal dünyayı en önemli yaşamsal alan olarak değerlendiren ve fırsatlara karşı öngörülü olan bir profil sergilemek durumundadır.

Sonuç

Yeni dünya düzeninde küreselleşme, teknolojik gelişmelerin hızlanması, tüketici taleplerinin değişmesi, pazarlara girişin kolaylaşması, sermaye hareketlerinin serbestleşmesi ve bilginin öneminin artması, işletmeleri ve girişimcileri yoğun rekabet ile mücadele etmeye zorlamaktadır. Yeni dünya düzeninde küreselleşmenin sonucunda oluşan ekosistemin en belirleyici unsurları; bilgiyi üretme ve kullanma yeteneği, enformasyon teknolojileri, sanal gerçeklik, uluslararası ticaret, yaratıcı insan kaynağı, girişimcilik ve inovasyondur. Bu unsurlar aynı zamanda küreselleşme ile değişen rekabet koşullarının da belirleyicisidir ve dolayısıyla girişimciliğin profilini de etkilemektedir.

Girişimciler, sanal ağlar ile yeni ve farklı fikirlerini hayata geçirecek yatırımcıyı kolayca bulabilmektedir. Bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanan ve fikri olan girişimci bu fikre yatırım yapacak yatırımcıyı ve konusunda uzman bireyleri atom dünyasının hakim olduğu dönemlere göre daha kolay ve daha düşük maliyetler ile bir araya getirmektedir.

[20] James M. Utterback, Fernando F. Suarèz. (1993). Innovation, competition, and industry structure. *Research Policy,* 22, p.1.

[21] Eric Stam, Elizabeth Garnsey. (2010). Entrepreneurship in the Knowledge Economy, In J. R. Bessant, Tim Venables (Ed), *Creating Wealth from Knowledge: Meeting the Innovation Challenge* (pp.145-176), Edward Elgar Publishing., p.146.

Öyle ki girişimciler sanal ortamda fikirlerini bir garajda olgunlaştırarak tek tıkla dünya ile paylaşabilmekte ve/veya ihtiyaç duydukları fonu melek yatırımcılar, devlet, uluslararası kuruluşlar, araştırma merkezleri gibi çeşitli kaynaklardan elde edebilmektedirler.

Birer girişimcilik çıktısı olan Facebook, Instagram, Twitter, WhatsApp gibi ürünler ekonomileri, sosyo-kültürel yaşamı ve hatta gelecekteki tüketim alışkanlıklarını dahi etkilemektedir. Bu girişimcilik çıktıları yeni ve farklı bir fikrin olgunlaştırılması ile sanal ağlar aracılığıyla dijital ekosistemde faaliyete geçmektedir.

İşletmeler ve girişimciler sanal gerçekliğe, dijitalleşmeye ve bulut teknolojilerine uyum göstererek faaliyetlerini yürütmek durumundadır. Bu teknolojik gelişmelere uyum gösterme gerekliliği izomorfik bir etki yaratmaktadır ve her işletmeyi girişimci yönünün çıktılarını artırmanın yollarını aramaya itmektedir.

Girişimciler aynı anda pek çok rakibin olduğu küresel pazarlarda mücadele edebilmek amacıyla yaratıcılıklarını arttıracak yeni yöntemler benimsemekte ve yeteneklerini geliştirmektedirler. Bu bağlamda bilgi çağında girişimciler, üretim faktörlerini bir araya getiren ve riski üstlenen kişi olmanın ötesinde bitlerin dünyasındaki fırsatları gören, bilgiyi etkin yöneten, yaratıcı ve farklı fikirleri hayata geçiren bir profile evrilmektedir. Dolayısıyla girişimciliğin başarısını etkileyen dinamikleri yaratıcılık, buluşçuluk, dijitalleşme, küresel rakipler, trendler, müşteriler, maliyetler ve üretim faktörlerini etkileyen tüm faktörler olarak sıralamak mümkündür.

Girişimciler sanal gerçekliğe uyum gösterebilmeli, temel yeteneklere odaklanmalı, inovasyon yapabilme kabiliyetine sahip olmalı, bilgi ve iletişim teknolojilerini kullanabilmelidir. Dijital ekosistemde birer online oyuncu olan girişimcilerin profili her geçen gün değişen koşullara göre evrilmek durumundadır. Bu çalışma, bilgi çağında girişimciliğin değişen profiline yönelik bir değerlendirmede bulunarak girişimcilik ile girişimciliği etkileyen faktörler arasındaki ilişkiyi kavramsal bir bakış açısı ile sorgulamaktadır. Girişimcilik profilindeki değişimi inceleyen bu çalışmada girişimcilik ile ilişkisi vurgulanan faktörlerin, gelecekte ilgili alandaki araştırmacılara yeni açılımlar getirmesi açısından fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

Aktan, C. *Yeni ekonominin özellikleri*, 15 Ağustos 2016, http://www.canaktan.org/yeni-trendler/yeni-ekonomi/ozellikleri.htm

Akuhwa, P. T., Gbande, C. A., Akorga, B. S. & Adye, Z. S. (2015). Knowledge-based entrepreneurship and globalization: correlates for the wealth of nations and perspectives from Nigeria, *Open Journal of Applied Sciences,* 5, 460-484.

Anderson, C. (2014). G*eleceği üretenler*. (L. Görkem, Çev.). İstanbul: Optimist Yayınları.

Carrillo, J. (1997). Managing knowledge-based value systems. *Journal of Knowledge Management*, 1 (4), 280-286.

Charalambidis, D. (2014). ICT in the future classrooms and teaching: preparing the knowledge workers of the 21st century", *International Conference on Artificial Intelligence Applications and Innovations*, 56-63.

Drucker, P. F. (1993). *Kapitalist Ötesi Toplum*. (B. Çorakçı Çev.). İstanbul: İnkılap Kitabevi.

Düren, A.Z. (2002). *2000'li yıllarda yönetim (*2. bs.). İstanbul: Alfa Basım Yayın.

Gabberty, J. W. & Thomas, J. D. E. (2007). Driving creativity: extending knowledge management into the multinational corporation. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge, and Management*, 2, 1-13.

Kim, W. C. & Mauborgne, R. (2005). *Mavi okyanus stratejisi*. (Ş. Alpagut, Çev.). İstanbul: CSA Global Publishing.

Malhotra, Y. (2005). Integrating knowledge management technologies in organizational business processes: getting real time enterprises to deliver real business performance. *Journal of Knowledge Management,* 9 (1), 7-28.

Schumpeter, J. A. (1994). *Capitalism, socialism & democracy* (5th Ed.). New York: Routledge.

Sharma, P. & Chrisman, J. J. (1999). Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship. *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 23 (3), 11-27.

Stam, E. & Garnsey, E. (2010). Entrepreneurship in the Knowledge Economy, In J. R. Bessant,Tim Venables (Ed), *Creating Wealth from Knowledge: Meeting the Innovation Challenge* (pp.145-176), Edward Elgar Publishing.

Toffler, A. (1996). *Üçüncü dalga* (3.bs.). (A. Seden Çev.). İstanbul: Altın Kitaplar Yayınevi.

Utterback, J. M. & Suarèz, F. F. (1993). Innovation, competition, and industry structure. *Research Policy,* 22, 1-21.

Uygun, M. & Özçifçi, V. (2012). Girişimcilerin sosyal ağlara yönelik algılamalarının incelenmesi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 4 (1), 189-202.

Uzyurt, C. (2008). *Pazarlamada değer yaratma aracı olarak yenilik yönetimi ve yenilikçi örgüt kültürü*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım A.Ş.