

Sürdürülebilir Girişimci Ağına Kavramsal ve Makroekonomik Yaklaşım: Amerika Özelinde Bir Endeks Çalışması

Hande EMİN BENLİ†

Geliş Tarihi (Received): 15.05.2020 – Kabul Tarihi (Accepted): 28.01.2021

Öz

Literatürde, girişimci ağı kavramının salt “ağ/network” kavramı ile ilişkilendirilmesinden kaynaklı boşluk kavramın somut şekilde anlaşılmasını güçleştirmektedir. Bu çalışmanın amacı, “sürdürülebilir girişimci ağı” kavramını literatüre katmak için tanımsal bir çerçeve çizmek, bu kavramı formüller kullanarak ölçülebilir hale getirmek, örnek ülke özelinde endeks oluşturmak ve kavramın makroekonomi ile ilişkisini ortaya koymaktır. Yöntemsel olarak sürdürülebilir girişimci ağı girişimcilik kültürü, girişimci ağı ve evrimsel döngü unsurları çerçevesinde tanımlanmaktadır. Teorik arka planda literatürde yer alan Network Teorisi ve Ürün Yaşam Döngüsü Yaklaşımlarından esinlenilmiştir. Sürdürülebilir girişimci ağı tanımsal çerçeveden yola çıkarak dört evrede matematiksel formüllerle ölçülmüştür. Elde edilen göstergeler alt endekse dönüştürülmüş ve HDI metodolojisi kullanılarak Sürdürülebilir Girişimci Ağı Endeksi (SGAE) elde edilmiştir. Çoklu doğrusal bağlantı problemini ortadan kaldırmak amacıyla SGAE hem aritmetik ortalama (ağırlıklandırılmamış- AO) hem de Temel Bileşenler Analizi (ağırlıklandırılmış- PCA) yöntemleriyle hesaplanmıştır. 0-1 aralığında hesaplanan endeks değerlerine göre 1980-2014 dönemi içerisinde sürdürülebilir girişimci ağı endeksinde ağırlıklı olarak istikrar gözlenmiştir. En yüksek düzeyde olduğu yıl 0,73'lük oranla 1997 yılı olmuştur. 1980 yılı ise sürdürülebilir girişimci ağının 0.27'lik oranla en düşük olduğu yıldır. Sürdürülebilir girişimci ağının makroekonomi ile olan ilişkisi literatürden faydalanarak teorik bir çerçevede açıklanmıştır. Kavramın makroekonomiyle olan ilişkisi dört evreden oluşan kurumsal etki aracılığı ile açık şekilde kurulabilmiştir.

Anahtar Kelimeler: *Sürdürülebilir Girişimci Ağı, Evrimsel Gelişim Döngüsü, Makroekonomi, Endeks, Amerika.*

Conceptual and Macroeconomic Approach to Sustainable Entrepreneur Network: Index Study with a Special Focus on America

Abstract

Gap in the literature that is because of identifying entrepreneurship concept with only “network” concept, makes difficult to understand the entrepreneur network term concretely. The aim in this study is, drawing a definitional framework, making measurable the concept with using mathematical formulas, creating index with a special focus on sample country and revealing the relationship between the concept and macroeconomic factors in order to add the “sustainable entrepreneur network” concept in to the literature. Methodologically, sustainable entrepreneur network defined through entrepreneurial culture, network and evolutionary cycle factors. The theoretical background originated from Network and Product Life Cycle Theories. Sustainable entrepreneur network, from the descriptive framework, measured by mathematical formulas in four stages. Calculated indicators converted to the sub-index and then with using HDI methodology, Sustainable Entrepreneur Network Index (SGAE) data obtained. To eliminate the multiple linear regression problem SGAE calculated with both arithmetic mean (unweighted-AO) and Principle Component Analysis (weighted-PCA). According to the index results, that are calculated between 0-1, there is a stability between 1980-2014 mainly. The highest score is 0.73 in 1997. 1980 is the lowest year when the index score is 0.27. The relationship between the concept and macroeconomy is clearly defined through the four stage institutional impact also.

Keywords: *Sustainable Entrepreneur Network, Evolutionary Progress Cycle, Macroeconomy, Index, America.*

*Dr. Öğr. Üyesi, Atılım Üniversitesi İşletme Fakültesi, Uluslararası Ticaret ve Lojistik Bölümü Öğretim Üyesi, hande.emin@atilim.edu.tr.

Giriş

Ekonomik çıktılar girişimcinin ve etkin girişimcilik faaliyetlerinin etkisi altındadır. Girişimcilik dinamik bir süreçtir ve “ağ/network” bu süreçteki çıktı üretimini etkileyen kilit bir unsurdur. Literatürde “ağ” kavramının yaygın bir şekilde kullanıldığı ve ağın sosyal ağ tanımı ile açıklandığı görülmektedir. Ancak, girişimcilikten ve girişimcilerden söz edildiğinde ağ veya sosyal ağ tanımına ek olarak “sürdürülebilir girişimci ağı” kavramının literatüre girmesi, ağın girişimciliğe olan somut ve uzun vadeli etkilerini görebilmek bakımından oldukça önemlidir. Ağırlıklı olarak girişimci ağının mikro açıdan araştırılması makro görünümünün arka planda kalmasına yol açmaktadır.

Bu çalışmada literatürde sıklıkla kullanılan ağ (network) kavramına derinlik kazandırılmış, kavram holistik kavramsal çerçeve çizilerek tanımlanmış ve ölçülebilir hale getirilip yeni bir endeks geliştirilmiştir. Buna ek olarak kavramın makroekonomi ile olan ilişkisi literatürden faydalanarak kurulmuştur.

1. Sürdürülebilir Girişimci Ağı: Teorik Arka Plan ve Literatür Taraması

Sürdürülebilir girişimci ağının teorik arka planı Network Teorisi ve Ürün Yaşam Döngüsü Yaklaşımına dayanmaktadır. Söz konusu iki temel teoriden esinlenerek sürdürülebilir girişimci ağı tanımlanmakta ve ekonomik performans ile ilişkisi kurulmaktadır.¹

1.1 Network Teorisi

Network teorisi girişimci ağını kurarken kullanılan farklı bağ, ilişki, fonksiyon ve karakterleri ve bu süreçteki değişimi dikkate alan bir yaklaşımdır. Girişimciler piyasada aktif oldukları süre boyunca sosyal, politik ve ekonomik çevrelerle irtibat içindedirler (Spilling, 2006). Bu unsurlar girişimcinin hareket alanında engel veya fırsat olarak görülür. Network teorisinin temeli geleneksel sosyal ağ teorisini dayanmaktadır. Girişimci kavramı literatüre dahil olduktan sonra (Aldrich ve Zimmer 1986, Birley 1986) ağırlıklı olarak bireysel bakış açısı ön plana çıkmaya başlamıştır. Diğer bir ifadeyle çevresel faktörün baskın etkisi dışlanmaya başlanmıştır. Buna göre temel olarak girişimcinin dahil olduğu ağ yaklaşımı teorisi girişimci karakterinin içine yerleşik olduğu ağ içeriği ve eşzamanlı bir fonksiyonu ifade eder. Ağ bağ grupları ile ilişkisi olan aktörler kümesi olarak görülür ve ağın rolü sadece işin/işletmenin

¹ Teorik arka plan ile kavram arasındaki ilişki 4. Bölüm Sürdürülebilir Girişimci Ağı. Kavramsal İçeriği ve Tanımı başlığı altında kurulmaktadır.

biçimlenmesi için değil aynı zamanda işin/işletmenin tüm yaşam döngüsü için gereklidir (Borgatti ve Foster 2003, Hoag ve Antoncic 2003).

1.2 Ürün Yaşam Döngüsü Yaklaşımı (Product Life Cycle Approach)

Ürün Yaşam Döngüsü Teorisi uluslararası yatırımları ve uluslararası ticareti ürün döngüsü çerçevesinde açıklar (Vernon, 1966). Başlangıçta firma pazar payını düşünerek ihracat yöntemi ile piyasaya girişi yapar. Ürün olgunlaştıkça ucuz kaynakların olduğu etkin piyasa arayışına girilir. Ürün yaşam döngüsü dört aşamada tamamlanır. Bu aşamalar;

1. Aşama: İnovasyon
2. Aşama: Yeni bir yerel piyasaya giriş
3. Aşama: Önce ihracat sonrasında doğrudan yabancı yatırım yöntemi ile yabancı piyasalara giriş ve pazar payını koruma
4. Aşama: Maliyetleri düşürmek için üretim lokasyonunda yapılan değişikliktir.

Diğer taraftan, Ürün Yaşam Döngüsü yaklaşımından faydalanarak geliştirilen Şirket Yaşam Döngüsü Teorisi (*Corporate Life Cycle Theory*) iktisat, işletme, pazarlama gibi birçok disipline uyarlanan bir yaklaşım olmuştur.² Popüler hale gelen yaşam döngüsü konsepti tipik olarak firmaların yaşam döngüsünden geçtiğini ve her evrede farklı profil sergilediğini söylemektedir. Bu yaklaşıma göre örneğin; erken evrelerde karlı yatırımlar yapmak için firmalar daha fazla fırsat yakalama imkanına sahiptir. İlerleyen dönemlerde firma olgunlaşmaktadır, üretim kapasitesi talebi etkin düzeyde karşılayacak noktaya gelmektedir ve rakip firmalar piyasaya giriş yapmaya başlamıştır.³

1.3 Literatür Taraması

Literatüre baktığımızda, Sürdürülebilir Girişimci Ağ konseptinin tanımını ve ölçümünü yapan, ekonomik büyüme ile arasındaki ilişkiyi kuran çalışmaların eksik olduğu dikkati çekmektedir. Ancak önemle ifade etmek gerekir ki literatür, girişimcilik kavramının tanımı, ölçümü ve ekonomik büyüme ile olan ilişkisini kuran birçok çalışma ile boşlukları doldurmaya çalışmaktadır. Buna göre, aşağıdaki tabloda, çalışmanın arka planını destekleyen girişimcilik kavramı ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkiyi kuran ve girişimciliği ölçen temel çalışmalardan bazıları iki grup halinde özetlenmektedir.

[Tablo 1: Literatür Taraması: Girişimcilik ve Ekonomik Büyüme ilişkisi, Girişimciliğin Ölçümü]

² Bkz. Mikroekonomi alanında Mueller (1972); işletme alanında Miller ve Friesen (1984).

³ Literatürde birden çok firma yaşam döngüsü yaklaşımı (Üç aşamalı, dört aşamalı ve beş aşamalı modeller) benimsenmektedir. Bkz. Mitchell (1974).

2. Sürdürülebilir Girişimci Ağı: Kavramsal İçeriği ve Tanımı

Ulusal, uluslararası ve küresel ticari faaliyetler ve işletme süreci girişimcilik olgusuna ve algısına sıkı sıkıya bağlıdır. Girişimci ağının bu süreçteki gerekliliği ise ağın ticari faaliyetlerdeki rolünü tam anlamı ile ortaya koyan ve yeni bir kavram olarak literatüre girmesi gereken “sürdürülebilir girişimci ağı” ile açıklanmalıdır. Sürdürülebilir girişimci ağı en genel tanımı ile girişimcilik kültürünü destekleyen şirketin ilk evrede kurduğu ve son evreye kadar sürekliliği sağladığı ağı ifade etmektedir. Dar anlamda, sürdürülebilir girişimci ağı girişimci ağı, evrimsel döngü ve girişimcilik kültürü unsurlarının devamlılığı esas alacak şekilde bir arada çalışarak, bu unsurların temeli olan zayıf ve/veya güçlü nitelikli bilgilerden faydalanarak, süreç boyunca içsel ve dışsal değer yaratarak kurulmuş olur. Şekil-1’den de anlaşılacağı üzere, çalışmamızda sürdürülebilir girişimci ağı girişimci ağı, şirketlerin evrimsel döngüsü ve girişimcilik kültürü alt kavramlarından faydalanarak tanımlanmaktadır.⁴

[Şekil 1: Sürdürülebilir Girişimci Ağı, Kavramsal İçeriği]

Girişimci ağı firmaların girişim hedefi ile başlattığı ulusal ve uluslararası ticaret sürecini etkinleştiren veya etkisizleştiren, ortak çıkar ve hedefler çerçevesinde kurulan resmi ve gayri resmi bağlantı ağıdır. Girişimci ağı için bilgi kritik ve en önemli ana maddedir. Bilgi niteliği gereği diğer mal ve hizmetler gibi alınır, satılır, gizlenebilir ve kolaylıkla aktarılabilir (Emin Benli, 2017). Bu durum piyasada düşük düzey bilgi talebi ve arzına yol açar. Dolayısı ile bilgi güçlü ve zayıf bilgi olmak üzere iki şekilde ortaya çıkar.⁵ Girişimci ağının zayıf veya güçlü olması ilişkilere dayalı edinilen bilgi tipine göre ortaya çıksa da fayda veya etki bakımından firma büyüklükleri ile yakından ilişkilidir. Zayıf bilgi aracılığı ile kurulan girişimci ağı yüzeysel, temeli olmayan, yeni fikir ve bilgi tipi ile oluşur. Bu tip bilgi daha hızlı ve kolay yayılır, gereksiz olabilir, dayanıksız veya ince bilgi olarak da tanımlanır. Ancak zayıf bilgi altyapılı girişimci ağı küçük firmaları besler. Küçük firmalar esnek yapıdadır, küçük karlar elde etmek için daha az maliyetle işleyebilir zayıf ağlardan faydalanarak kaynaklara kolayca erişebilir ve zayıf bilgilerden oluşan ağların bu tip firmaların bilgi kaynaklarını beslediği görülür. Buna ek olarak inovatif (yenilikçi) firmalar da çoğunlukla zayıf iletişim ağından beslenir. Bu tip firmalar için eriştikleri bilgi ince olsa dahi inovasyon sürecinin başlaması ve

⁴ Bu çalışmada “sürdürülebilir girişimci ağı” kavramı sürdürülebilir girişimcilik ve iletişim ağının bu sürece etkisi anlamında ortaya atılmamıştır. Bu yönde yapılmış çalışmaya örnek olarak Bkz. Peprah, J. A. (2013). Teorik arka planda da açıkladığımız üzere çalışmamızın temeli Network Teorisi ve Ürün Yaşam Döngüsü Yaklaşımına dayanır. Bkz. Bölüm 1 (1.2).

⁵ Literatürde zayıf bağları sık olmayan ve düşük duygusal düzeyde kurulan bağlar olarak tanımlanırken güçlü bağlar yüksek duygusal yoğunlukta kurulan bağlar olarak tanımlanmaktadır. Bkz. Granovetter (1973).

devamlılığı için gereklidir. Güçlü girişimci ağı daha çok ortak çıkarlardan beslenmektedir. Bağlar arasında uyum ve bilgi alışverişi vardır. Taraflar arasında güçlü kişisel bağlantılar sayesinde aktarılan bilgi kalındır. Bu tür bilgiye detaylı veya zengin bilgi de denmektedir. Kalın bilgi içeren güçlü bağlar büyük firmalar için faydalıdır ve güçlü girişimci ağları motivasyonel kaynakları besler.

Dışarıdan içeriye (şirket içi) taşınan zayıf veya kuvvetli bilginin kurumların içinde ortaya çıkarmış olduğu ağ, bir sonraki aşamada kurumlararası bağı sağlamak için gereklidir. Kurumlar arası girişimci ağı (inter-organizational network) kar amacı güden veya gütmeyen özerk firmalar arasında kurulan ağdır. Alter ve Hage (1993) kurumsal girişimci ağları için sözleşmeler aracılığı ile piyasaya ürün veya hizmet sunmak amacıyla kurulan birliktelikler (ortaklıklar, lisans sözleşmeler vs.) olarak tanımlar. Amaç yeni çevresel fırsatları daha hızlı bir şekilde yakalayıp adapte olmak ve bu fırsatları etkin şekilde kullanmaktır (Jones, 1997). Böylelikle rakipler ortak hale gelir, rekabetin şiddeti azalır, kar veya gelirlerde artış olabilir, asimetrik bilgi zayıflar, bilgiye erişim maliyeti azalır, risk paylaşılır, repütasyon ve prestij artabilir.

Evrimsel girişim döngüsü ise tipik girişim veya yatırım sürecini ifade etmektedir. Girişimci kişi start-up faaliyetlerinden önce yeni fikir geliştirebilme ve yeni yöntemler keşfetme diğer bir ifadeyle yaratıcılığı sayesinde geliştirdiği yeni fikir ve yöntemleri uygulamaya koymaya karar vermektedir. Yenilikçilik olarak adlandırdığımız bu süreçten sonra girişimciler tüketiciler için ve kendisi için değer yaratmaya hazırdır ve ticari bir faaliyete başlayabilecek düzeydedir.

Başlangıç aşamasında ürün piyasaya yeni giriyse ve tüketici tarafından çok fazla bilinmiyorsa firma satışları ve karı düşük seviyelerdedir. Bu aşamanın genel özelliklerine bakıldığında başlangıç maliyetlerinin yüksek, satış hacminin düşük, büyümenin yavaş, rekabetin ve talebin diğer aşamalara kıyasla daha düşük seviyelerde olduğu görülmektedir. Büyüme aşamasında ise tüketici ürünleri tanımaya başlamıştır. Şirket satış ve gelirleri hızlı bir şekilde artmaktadır. Dolayısı ile başlangıç seviyesine göre şirket karlılığı daha yüksektir. Pozisyonunu koruma çabasında olan işletme rekabet edebilmek için veya ölçek ekonomisinden ötürü ürün fiyatlarını düşürür ve böylelikle piyasaya yerleşir. Denge veya olgunluk evresinde şirket piyasada yaygın bir şekilde kabul edilmiştir. Satışlar denge döneminin başlangıcında en üst seviyeye ulaşmıştır ve rekabet oldukça fazladır. Ancak şirket bu pozisyonunu korumak zorundadır çünkü bu dönemin sonlarına doğru satışlar düşmeye başlamaktadır. Bu durumun en temel iki sebebi piyasaların doygunluğa erişmesi ve rekabettir. Dolayısı ile şirket artık

farklılaşmak ve yeni tüketici kitlesine hitap etmek zorundadır. İnovasyon sürecini etkin şekilde yöneten şirketler için en son aşama inovasyon aşaması bunu sağlayamayan firmalar için ise en son aşama düşüş aşamasıdır. Analitik planlama, kaynak organizasyonu, yeni kaynakların temini ve kullanımı, istek ve ihtiyaçları karşılayacak değeri yaratan ticari uygulamalar ile şirketler inovasyon sürecine girer. Ömrü kısalan ürün, yüksek rekabet ve düşük satışların sebep olduğu düşüş evresi ancak etkin ve yeni bir ürün ve yöntemler ile inovasyon evresine dönüştürülebilir.

Evrimsel döngü sırasında şirketlerin iletişim ağlarının niteliği de değişir. Diğer bir ifadeyle şirketler her evrede gelişmişlik seviyesine göre farklı iletişim ağları kurar. Buna göre evrimsel gelişim döngüsü içerisinde dört farklı girişim evresinden söz etmek mümkündür.⁶ Bunlar;

1. EVRE Girişimci Ağı: Start-up evresinde kurulan girişimci iletişim ağıdır. Kurucu sosyal iletişim ağını yaygın bir şekilde kullanır ve bir repütasyon oluşturma çabası vardır.
2. EVRE Girişimci Ağı: Büyüme evresindeki iletişim ağıdır. İletişim ağı yönetimi ve pazarlaması ön planda, ortaklıklar için ağlara katılım ve yeni ağlar oluşturma (birleşmeler) çabası vardır.
3. EVRE Girişimci Ağı: Denge veya olgunluk evresinde birleşmeler, kurulan iletişim ağlarını koruma veya yeni ağlara katılım söz konusudur.
4. EVRE Girişimci Ağı: İnovasyona ihtiyaç olan evrede firma etkin girişimci iletişim ağı kurmuş yani ilişkisel bağlarını etkin şekilde kullanmıştır. Farklı yapıda bir iletişim ağına dâhil olabilir. Ancak firma son evrede inovatif süreç yerine düşüş sürecine girmiş ise girişimci iletişim ağı ortadan kalkmaya başlar.

Girişimci başlangıç evresinde sahip olduğu iletişim ağını etkin ve stratejik bir şekilde kullanmalıdır. Kaynaklara erişim, üretim, dağıtım, fırsatları yakalama, ekibini geliştirme ve marka değeri yaratmaya başlaması networkün etkisi altındadır. Literatüre bakıldığında bu görüşü destekleyen ampirik çalışmaların olduğu görülmektedir. Eisenhardt ve Schoonhoven (1996) yapmış oldukları çalışmada firmaların dış kaynakları temin edebilmeleri için kaynağının olması gerektiğini yani dışsal bir iletişim ağına sahip olması gerektiğini ortaya koymaktadır. Lee ve Tsang (2001) ise yapmış olduğu çalışmada içsel ve dışsal iletişim ağlarının firmaların start-up dönemindeki performansına olan etkisini araştırmıştır.

⁶ Sözü ettiğimiz firmanın dört evresi “Ürün Yaşam Döngüsü” (Product Life Cycle Approach (PLC). Bkz. Ebert, J. Ronald and Griffin, W. Ricky, 2016) yaklaşımından faydalanarak, iletişim ağı evrelerini tanımlamak amacı ile tasarlanmıştır.

Sürdürülebilir girişimci ağının üç ayağından birisi de girişimcilik kültürüdür. Girişimcilik kültürünün hangi koşullar altında şekillendiği önemlidir. Dışsal çevre, daha spesifik olarak politik, kültürel, ekonomik, demografik, coğrafi ve hukuki çevre, bu çevrede faaliyete başlamış girişimciler ile girişimci şirketlerin içinde bulunduğu girişimcilik kültürünü ve bu kültürün beslendiği değerlerin etkinlik derecesini belirlemede rol oynar. Örnekte, literatürde girişimcinin yaş ve eğitim arka planını dikkate alarak girişimcilik kültürünü ölçen çalışmalar vardır.⁷ Şirket çevresi dışsal çevrenin etkisi altındadır ve bu etkileşim girişimcilik kültürü ortaya çıkarır. Kültürel farkındalık ve buna bağlı olarak ortaya çıkan girişimcilik kültürü sürdürülebilir olduğu zaman anlamlıdır. Diğer bir deyişle, girişimcilik kültürü şirketlerin başarılı performans sergilemesi için itici güç olarak tanımlanmaktadır (Hornsby, Kuratko, & Montagno, 1999) ancak önemli olan girişimcilik kültürünün sürdürülebilir hale gelmesidir. Kurumsal karakter, yaratıcılık, cesaret, farkındalık vb. değerler girişimcilik kültürünü yansıtır, bu değerler sürdürülebilir olduğu takdirde firma performansını pozitif yönde uzun dönemli etkileyebilir.⁸ İşletme için hayati önem arz eden etkin kar arayışı (*profit seeking*)⁹, etkin kaynak arayışı (*resource seeking*)¹⁰ ve etkin fırsat arayışı (*opportunity seeking*)¹¹ ise girişimcilik kültürünün etkisi altında geliştirilen stratejik girişimlere (girişimciliğe) bağlıdır.¹²

⁷ Bu yönde bir çalışma için bkz. Minguzzi & Passaro, 2001.

⁸ Girişimcilik kültürünün firma performansını pozitif yönde etkilediğine dair yapılan çalışmalar hakkında detaylı bilgi için Bkz. (Flamholtz, 2001; Flamholtz & Kannan-Narasimhan, 2005).

⁹ Kar arayışı firmanın gelişim evresine göre değişmekle birlikte, kurumsal varlığın devamlılığı için önemli bir faktör ve itici güçtür. Kar arayışını açıklamadan önce rant arayışını anlamak önem arz eder. Rant arayışı bireylerin veya kurumların ekonomik kazanç(çıktı) elde etmek amacıyla, refah azaltıcı etki yaratma ihtimalini göz ardı ederek kaynakları araması, temin etmesi ve kullanmasıdır. Tullock (1980)'in klasik rant arayışı yaklaşımı bireyler için "hırsızlık" yaparak yani bireyin yasadışı yöntemler ile tüm kaynaklarını kullanarak yeni kaynaklar elde etmesi, bunu yaparken sosyal refahın azaltıcı etkisini göz ardı etmesidir. Firmalar için ise "vergi ve monopol arayışı" çerçevesinde açıklanmaktadır. Rekabet halinde olan bir firma bütün kaynaklarını vergiden korunmak/kaçınmak/sakınmak için kullanabilir. İkincil olarak monopol yapıya sahip olmak veya bu yapıyı sürdürmek amacıyla tüm kaynaklarını kullanabilir. Her iki durumda da kaynaklar gelir transferi için kullanılmış olmaktadır çünkü bu durumlarda kaynaklar mal ve hizmet üretimi için kullanılmamaktadır.⁹ Diğer bir ifadeyle rant arayışı verimsiz (üretken olunmayan) bir süreçtir. Buchanan (1980) kar arayışını rant arayışından net şekilde ayırır. Çünkü Buchanan (1980)'e göre bu süreç verimliliği ve üretkenliği içerisinde barındırmaktadır. Sonuç olarak yeni ürün, kaynakların etkin dağılımı gibi çıktılar ile değer yaratılmış olur.

¹⁰ Kaynak arayışı, şirketlerin özellikle yerel piyasalarından ve doğal kaynaklarından uzaklaşarak bilgi yoğun niteliği olan varlıkları (assets) çekmek için motive olduğu stratejik bir adımdır (Dunning, 1998). Bu süreçte amaç dışsal(çevresel) faktörleri göz önünde bulundurarak diğer piyasalardan ve firmalardan faydalanmaktır. Dunning (1993) erişilmesi planlanan kaynak veya bilgi yoğun niteliği olan varlıkları inovasyon kapasitesi, kurumsal kapasite, teknoloji, yeni dağıtım kanalları, farklı tüketici tercih ve zevkleri olarak tanımlamaktadır.

¹¹ Sürdürülebilir girişimcilik merkezinde "fırsat" kavramının olduğu bir konsepttir. Fırsat bireye veya kuruma fayda sağlayacak yeni değerler olarak düşünüldüğünde fırsat arayışı oldukça rasyoneldir. Fırsat arayışı geçmiş tecrübelerden yola çıkarak, yeni girişimci ağları kurarak veya diğer dışsal (çevresel) etkilerden faydalanarak gerçekleşir.

¹² Ireland (2003) ve Ketchen Jr vd.(2007) yapmış oldukları çalışma fırsat arama faaliyeti ve avantaj arama faaliyeti olarak tanımladıkları girişimciliğe bağlı stratejilerin (entrepreneurial strategies), girişimcilik kültürüne bağlı

Girişimcilik kültürünün sürdürülebilir girişimci ağı ile ilişkisi bu noktada ortaya çıkmaktadır. Yaratıcı olma, risk alma ürün, üretim ve süreç üzerindeki yenilikler ve sürekli değişim fikrinin benimsenmesi girişimcilik kültürünün öğeleridir. Bu öğeler girişimcilik kültürünün özellikle firmaların başlangıç evresinde ortaya çıkmasına yardımcıdır. Ancak, firmanın geçirdiği evreler boyunca stratejik şekilde kullanıldığı takdirde karşılaştırmalı üstünlüğün devamlılığında ve etkinlikten söz edilebilir ve nihai olarak etkin kar arayışı, etkin kaynak arayışı ve etkin fırsat arayışı stratejik girişimleri beraberinde getirerek girişimcilik kültüründe etkinliği sağlar. Etkin girişimcilik kültürü, sonrasında, girişimci ağının sürdürülebilir olmasında büyük rol oynar.

Girişimcilik kültürünü somutlaştıran ölçüm göstergelerini literatürden faydalanarak¹³ değerlendirdiğimizde, bu göstergelerin girişimcilik kültürünü *girişimci performansı* üzerinden somutlaştırdığı görülmektedir. Bunlar girişimcinin yaşı, eğitim düzeyi, babasının mesleği, girişimcilik faaliyetlerine katılımları gibi faktörlerdir. Ancak söz konusu göstergeler girişimcilik kültürünün etkisi altında gelişen stratejik girişimleri tam anlamıyla yansıtmamaktadır. Dışsal (çevresel) girişimci ağlarından beslenen birleşmeler, devralmalar, ittifaklar, aile sahipliği gibi piyasalara giriş yöntemleri girişimcilik kültürünün etkisini tam anlamı ortaya koyar ve somutlaştırır. Ticaret yöntemlerine erişim ve firma tarafından hangi yöntemin tercih edileceği konusu zayıf ve kuvvetli bilgi ağlarından beslenen girişimci ağlarına, girişimci ağlarının sürdürülebilir olmasına ve bu ağlar aracılığı ile kara, etkin kaynağa, ve fırsatlara erişebilmeye bağlıdır.

3. Sürdürülebilir Girişimci Ağının Ölçümü

Girişimcilik ve girişimciliğin makroekonomik etkilerini ortaya koyan çalışmalar çoğunlukla iş dünyasındaki etkiler dikkate alınarak somutlaştırılmaktadır. Özellikle endekslerde kullanılan göstergelere bakıldığında, göstergelerin girişimcilik kabiliyeti gerektirmeyen faktörleri ölçtüğünü söylemek mümkün. Girişimcilik performansını ölçen

olduğunu vurgulamaktadır. Stratejik girişimcilik (strategic entrepreneurship), “girişimciliğe bağlı strateji” tanımına benzer şekilde, Hitt vd. (2001) tarafından, girişimcilik ve stratejinin değer yaratmak için dizaynı ve uygulaması olarak tanımlanır. Hitt vd. girişimciliği fırsat arama faaliyeti stratejisi ise avantaj arama faaliyeti olarak kabul ederek bu tanımlamayı yapmaktadır. Çalışmamızda girişimciliğe bağlı stratejilerin girişimcilik kültürünün etkisi altında şekillendiğinden söz ederken, literatürden farklı olarak, girişimciliğe bağlı stratejilere kar ve kaynak arayışı fonksiyonlarını dâhil etmekteyiz.

¹³ Bu göstergeler tamamen Wong, 2014 sf.33’den alınmıştır.

file:///C:/Users/user/Desktop/girişimci%20iletişim%20ağı/Entrepreneurial%20Culture_%20Developing%20a%20Theoretical%20Construct%20and%20its%20Measurement.pdf

çalışmalarda¹⁴kullanılan kriterler ciro rakamları, start-up sayısı (veri bir yıl için), beşeri sermayedeki artış, gibi, daha çok kurumsal performansı ortaya koyan göstergelerdir. Buna ek olarak literatürde ki çalışmalarda serbest meslek sahibi kişi sayısı, işsizlik oranı gibi işgücü piyasasına ait verilerin kullanıldığı da görülmektedir.

Literatürden anladığımız üzere girişimciliği somutlaştırmak için sıklıkla kullanılan göstergeler vardır. Bu göstergeler dağınık ve birbirinden bağımsız olmakla birlikte, her çalışmanın amacı, kapsamı ve yöntemine göre seçilmektedir. Ancak, göstergeleri ana başlıklar halinde tasnif etmek faydalı olacaktır. Literatürdeki çalışmalarda sıklıkla kullanılan bu göstergeler i) girişimcilik performansını ölçen göstergeler: kurumsal performans, ii) girişimci performansını ölçen göstergeler: bireysel performans, iii) inovasyon sürecini ölçen göstergeler, iv) Diğer ölçüm kriterleri: Dünyadaki girişimcilik endeksleri olarak gruplandırılabilir.

Bu çalışmanın amacı, kapsamı, yöntemi ve sınırlılıkları gereği “sürdürülebilir girişimci ağı” önce tanımlanmış sonrasında tanıma uygun göstergeler belirlenmiştir. Sürdürülebilir girişimci ağı kurumsal performansı, bireysel performansı ve inovasyon sürecini ortaya koyan göstergeler ile sınırlıdır. Bu göstergeler sürdürülebilir girişimci ağının etkin kullanımına işaret edebilecek göstergeler olmakla birlikte ticari faaliyetler süresince firmaların tercih ettiği ticaret yöntemlerini de ölçtüğünden (örneğin; yıl içindeki birleşme ve devralmalar gibi) hem kurumsal performansı hem de bireysel performansı yansıtmaktadır.¹⁹ SGAE (Sürdürülebilir Girişimci Ağı Endeksi) oluşturulurken HDI metodolojisi ve yöntemi kullanılmıştır. Yapılan birçok endeks çalışmasında sıklıkla bu yöntemin kullanıldığı görülmektedir. HDI çoklu doğrusal bağlantı problemini ortadan kaldırmakla birlikte, göstergeler arasındaki korelasyonu incelemeye imkân veren Temel Bileşenler Analizi ile de endeks hesaplamasında kullanılmaktadır.

Bu çalışmada SGA’yı ortaya koyan temel göstergeler aşağıdaki gibi formüle edilmiştir;

$$Ağ1 = \frac{Yıl\ içinde\ Piyasaya\ Giriş\ Yapan\ Firma\ Sayısı}{toplam\ firma\ sayısı} * \% 100 \quad (1)$$

¹⁴ Çalışmamızın temel amacı, diğer çalışmalardan farklı olarak, girişimcilik performansını ölçmek yerine yeni tanımladığımız ve literatüre dâhil etmeyi hedeflediğimiz sürdürülebilir girişimci iletişim ağını somutlaştırarak ölçülebilir hale getirmektir.

¹⁹ Firmaların özellikle uluslararasılaşma süreçlerinde tercih ettikleri uluslararası piyasalara giriş yöntemleri (satın almalar, imtiyazlar, birleşmeler gibi) firma büyüklükleri ile yakından ilişkilidir. Örneğin, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmelerin (KOBİ) uluslararası piyasalara sıklıkla ithalat-ihracat yöntemi ile giriş yapması ve bu yöntemle ticari faaliyetini sürdürmesi. Firmaların mevcut alt yapısı, sermayesi veya hedefleri gibi kurumsal performansa dayalı özellikleri tercih etmiş olduğu uluslararası piyasalara giriş yöntemini destekler nitelikte ve nicelikte olmalıdır.

Ağ₁ veri yıl içinde toplam firma sayısı içerisinde piyasaya giriş yapan firma sayısını yüzde olarak göstermektedir. Sürdürülebilir girişimci ağı için önemli bir dinamik göstergedir. Veri yılda sonuç veren bu gösterge girişimcilik düzeyinin yıllar itibarı ile ne derece değişiklik gösterdiğini de ortaya koymaktadır. Yıl içinde piyasaya giriş yapan firma sayısı yeni fikirlerin, yeni ürünlerin teknolojinin ve yeni üretim yöntemlerinin piyasaya girişi anlamına gelmektedir. Toplam firma sayısı içerisindeki payın yüksek olması yükseldikçe girişimci ağın varlığını ortaya koymakla birlikte, yıllar itibarıyla oranın yükselmesi girişimci ağın sürdürülebilir olduğunu gösterir. Makroekonomik açıdan ise yüksek yüzdeli Ağ₁ iyi işleyen bir ekonominin ve verimliliğin önemli bir göstergesidir. Daha az verimli firmalara göre daha verimli firmaların piyasada aktif olduğunu ortaya koymaktadır.

$$Ağ_2 = \frac{\text{Yıl içinde Piyasadan Çıkış Yapan Firma Sayısı}}{\text{toplam firma sayısı}} * \% 100 \quad (2)$$

Ağ₂ veri yıl içinde piyasadan çıkış yapan firmaların toplam firma sayısına oranını yüzde olarak gösterir. Piyasadan çıkış yapan firmalar girişimcilik sürecinin bir parçası olmakla birlikte girişimci ağının etkin kullanılmadığını ve sürdürülebilir olamadığını ortaya koyar. Giriş aşamasında sahip olunan fırsatların devamlılığı sağlanamadığı zaman firmalar piyasadan çekilir ve faaliyetlerine son verirler. Makroekonomik açıdan piyasada aktif olmayan firmalar yeni kaynak yaratımına ve işgücüne katkı sağlamayı durdurur, iş gücü piyasasını ve ekonomik büyümeyi olumsuz etkiler.

$$Ağ_3 = \frac{\text{6-10 yaş arası Firmaların sayısı}}{\text{toplam firma sayısı}} * \% 100 \quad (3)$$

Ağ₃ göstergesi veri yılda aktif olan 6-10 yıllık firmaların piyasadaki toplam firmalar içindeki payını yüzde olarak göstermektedir. Doğumunu takiben en az beş yıl boyunca faaliyet gösteren firmalar piyasada tutunmuş sayılmaktadır.²⁰ Dolayısıyla Ağ₃ firmaların (ölçeği farketmeksizin) hayatta (piyasada) kalabilirliğini ölçen bir gösterge olarak kurgulanmıştır. Aynı zamanda sürdürülebilir girişimci ağını açık şekilde ortaya koyan bir göstergedir. Veri yılda örnek ülkede faaliyette bulunan toplam firmalar içinde beş yaştan büyük işletmelerin oranının artması güçlü girişimcilik ağlarının olduğuna, piyasada ileriki yıllarda aktif olma ihtimallerinin olduğuna ve ekonomiye uzun vadede katkı sunduklarına işaret eder.²¹

²⁰ Business demography statistics <https://ec.europa.eu/eurostat/statistics-explained/pdfscache/9350.pdf>

²¹ Çalışmamızda 6-10 yaş aralığında ABD de faaliyet gösteren Küçük ve Orta Büyüklükteki firmalar örneklem olarak seçilmiştir.

$$Ağ_4 = \frac{\text{Yıl içindeki Birleşme ve Devralmalar}}{\text{toplam firma sayısı}} * \% 100 \quad (4)$$

$Ağ_4$ veri yılda gerçekleşen birleşme ve devralmaların toplam firmalar içindeki payını yüzde olarak ortaya koymaktadır. Birleşme ve devralmalar firma performansını göstermekle birlikte girişimcilik ağının etkin şekilde kullanıldığı durumlarda gerçekleşen işletmesel faaliyetlerdir. Aynı ayrı ifade etmek gerekirse birleşmeler birbirine benzer iki veya daha fazla ticari yapının (faaliyet alanı, büyüklük, ürün vs.) ortak kurumsal hedeflere ulaşmak amacıyla hukuki olarak tek bir çatı altında faaliyet göstermesidir. Devralma ise faaliyette olan ticari bir yapının tamamının veya bir kısmının diğer ticari yapıya hukuken devredilmesidir. Birleşme ve devralmaların gerçekleşebilmesi firmaların sürdürülebilir girişimci ağını, çalışmamızda ifade ettiğimiz dört evrenin özellikle ileri evrelerinde, sağlamış olmasına bağlıdır. Birleşme ve devralmalar şirket yapısı itibari ile güçlü altyapı ve büyük ortaklıklar gerektirir. Dolayısıyla şirketlerin son evreleri bu yapılanmaya daha uygundur. Bu yüzden $Ağ_4$ çalışmamızda tanımlamış olduğumuz girişimcilik ağını ve sürdürülebilirliği somutlaştıran bir formüldür. Bu gösterge firmaların uluslararası ve küresel alanda girişimci ağı kurduğunu göstermekle birlikte firmalar için asıl hedef kaynaklarını ve varlıklarını büyütme, yeni alanlar ve ürünlere erişerek daha etkin ve verimli hale gelmektir.

Formüle ettiğimiz dört ağ göstergesini kullanarak hesaplanan sürdürülebilir girişimci ağı alt endeksleri aşağıdaki gibidir. Buna göre $ASGA_1$ yıl içinde piyasaya giriş yapan firmaların girişimcilik ağı alt endeksini, $ASGA_2$ yıl içinde piyasadan çıkış yapan firmaların girişimcilik ağı alt endeksini, $ASGA_3$ firmaların piyasada tutunabilme alt endeksini, $ASGA_4$ firmaların girişimcilik ağını somutlaştıran performans alt endeksini ifade etmektedir. Her bir endeks 1980-2014 tarihleri için, Amerika özelinde, aşağıdaki matematiksel formüllerle hesaplanmaktadır.

$$ASGA_1 = \frac{Ag1t - \min(Ag1)}{\max(Ag1) - \min(Ag1)} \quad (5)$$

$ASGA_1$ sürdürülebilir girişimci ağlarından ilkinin ifade eden alt endekstir. Amerika'da veri yılda faaliyette bulunan tüm firmalar içerisinde piyasaya giriş yapan firmaların endeks değerini gösterir. $Ağ_1$ yıl içinde piyasaya giriş yapan firmaların piyasada faaliyette olan toplam firma sayısına oranının yüzdesini ve veri dönemlerde Min $Ağ_1$ en düşük ve Max $Ağ_1$ en yüksek değeri temsil eder.

$$ASGA_2 = \frac{Ag2t - \min(Ag2)}{(Max)Ag2 - (Min)Ag2} \quad (6)$$

ASGA₂ sürdürülebilir girişimci ağlarından ikincisini ifaden alt endekstir. Amerika'da veri yılda faaliyette bulunan tüm firmalar içerisinde piyasadan çıkış yapan firmaların endeks değerini gösterir. Ağ₂ yıl içinde piyasadan çıkan firmaların piyasada mevcut olan toplam firma sayısına oranının yüzdesini ve veri dönemlerde Min Ağ₂ en düşük ve Max Ağ₂ en yüksek değeri temsil eder.

$$ASGA_3 = \frac{Ag3t - \min(Ag3)}{(Max)Ag3 - (Min)Ag3} \quad (7)$$

ASGA₃ sürdürülebilir girişimci ağlarından üçüncüsünü ifade eden, firmaların piyasada tutunabilirliğini gösteren alt endekstir. Amerika'da veri yılda aktif olan 6-10 yıllık, 100-240 çalışanı olan Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin piyasadaki toplam firmalar içindeki payını yüzde olarak göstermektedir ve veri dönemlerde Min Ağ₃ en düşük ve Max Ağ₃ en yüksek değeri temsil eder.

$$ASGA_4 = \frac{Ag4t - \min(Ag3)}{(Max)Ag3 - (Min)Ag3} \quad (8)$$

ASGA₄ SGAE hesaplarırken kullanılan alt endekslerden sonuncusudur. Örnek ülkede veri yılda birleşme ve devralma performansı ile girişimcilik ağını somutlaştıran bir endekstir. Ağ₄ gerçekleşen birleşme ve devralmaların toplam firmalar içindeki payını yüzde olarak ortaya koymaktadır. Veri dönemlerde Min Ağ₄ en düşük ve Max Ağ₄ en yüksek değeri temsil eder.

SGAE oluşturulurken kullandığımız alt göstergelerin farklı açıklığa sahip olması her bir alt gözlemin 0 ve 1 Aralığına çekilerek tekrar hesaplanmasını gerektirmiştir. HDI yönteminden faydalanarak yapmış olduğumuz bu hesaplama ile her bir alt gösterge 0-1 Aralığında değerlendirilmiştir. 1'e yakın değerler veri yıldaki yüksek performansı, 0'a yakın değerler veri yıldaki düşük performansı göstermektedir. SGAE Formüllerle ifade etmiş olduğumuz alt endekslere (ASGA₁, ASGA₂, ASGA₃, ASGA₄) basit ortalama (AO) ve Temel bileşenler Analizi (PCA) uygulanarak oluşturulmuştur.

3.1 Uygulama Sonuçları

[Tablo 2: Amerika, 1980-2014, Alt Endeksler ve Sürdürülebilir Girişimcilik Ağı Endeksi Genel Sonuçları]

[Şekil 2: Amerika, 1980-2014 Dönemi, AO ve PCA ile SGAE]

Yukarıdaki Tablo 2 ve Şekil 2'ye bakarak 1980-2014 döneminde, Amerika için SGAE hesaplanmıştır. Ağırlıklı Ortalama ve Temel Bileşenler Analizi yöntemleriyle hesapladığımız endeks verilerinin birbirine yakın değerler olması korelasyon değerlerinin yüksek olduğu

anlamına gelmekle birlikte, verilerin yöntemlerden herhangi biri ile hesaplanan endeks değerlerine göre analiz edilmesini mümkün hale getirir.

Temel Bileşenler Analizi (PCA) endeks değerlerini dikkate alarak analiz yaptığımızda Amerika'daki KOBİ'lerde sürdürülebilir girişimci ağının en etkin olduğu yıl 1997 yılı olmuştur. En düşük düzeydeki sürdürülebilir girişimci ağı 1980 yılında kurulmuştur. Dönem aralığı olarak değerlendirme yaptığımızda 1987-1997 yılları arası firmaların sürdürülebilir girişimci ağını en etkin kıldığı yıllardır. Özellikle bu 10 yıllık dönemde SGAE 0,64 ile 0,73 düzeyinde değişmektedir.

1980 yılından 1983 yılına kadar geçen üç yıllık süreçte SGAE' de düşük düzeyler ve istikrarlı olmayan süreç dikkati çekmektedir. 1983 yılından 1987 yılına kadar ise firmaların SGAE' de artış yakaladığı görülmektedir. 1997-2007 döneminde SGAE'nin 0,73' lük düzeyden 0,65'e kadar gerilediği, sonraki yıllarda 2014 yılına kadar düşüşün devam ettiği görülmektedir.

Sürdürülebilir girişimcilik ağının en yüksek düzeyde olduğu yıl olan 1997 yılında Amerika'da faaliyet gösteren KOBİ'lerin 2. ve 3. Evrelerinin yani büyüme ve denge evrelerinin etkin olduğu görülmektedir. 1980 yılı ise bu evrelerin en düşük düzeyde olduğu yıllardır.

Amerika'da SGAE'nin en etkin olduğu dönemde piyasaya giren firma sayısında dengeli artışlar olduğunu, birleşme ve devralma performanslarının yüksek düzeylerde olduğu, 6-10 yıl boyunca piyasada tutunan firma sayısının yüksek olduğunu söylemek mümkündür. 1983 yılından 1987 yılına kadar artan etkinlik düzeyine baktığımızda temel olarak firmaların piyasaya giriş sayısında artışların olduğu, piyasadaki çıkan firma sayısında düşüşler olduğu görülmektedir. Diğer alt gösterge verilerine bakarak bu dönemi etkinleştiren faktörlerin piyasaya girişlerin fazla olması ve piyasada tutunan firma sayısının fazla olmasıdır. 1980 yılında SGAE'nin düşük olması faaliyette olan firmaların büyüme ve tutunabilirlik düzeylerinin en alt seviyede (0) olmasından kaynaklanır. 2003-2014 dönemlerinde sürdürülebilir girişimcilik ağının azalmaya başlamasının nedeni ise temelde piyasaya giriş yapan firma sayısının çok düşük düzeylerde olmasıdır.

4. Sürdürülebilir Girişimci Ağının İktisadi Açından Gerekliliği

Son dönemlerde girişimcilik iktisat bilimi ile ilgilenenler tarafından "maksimizasyon süreci" olarak kabul edilmektedir (Minniti ve Levesque, 2008). Girişimcilik konu itibarıyla girişimcilik ağı (network) ve sosyal sermaye (social capital) perspektifinden

değerlendirildiğinde iktisadın sınırları içerisine dahil olduğu anlaşılır hale gelir²². Buna ek olarak girişimcilik ile iktisat ilişkisi kişilik özellikleri, yeteneklerin tahsisi, işsizlik gibi spesifik alanlara konu edilerek iktisat ile arasındaki bağ ortaya konmuştur.²³

Temelde girişimciliği etkinlik çerçevesinde açıklamak girişimci ağının etkisini iktisadi anlamda ortaya koymak için oldukça önemlidir. Etkinlik (efficiency) kavramı kaynakların israfını önlemek amacıyla maliyet analizi yaparak kaynakların doğru kullanımını gerektirmektedir. Eğer girişimcilik *maksimizasyon süreci* olarak kabul edilecek olursa, girişimci ağının etkisi göz ardı edilemez. Çünkü ağ içsel (kurumsal) çevrede etkililik²⁴ ve etkinlik yaratmakla birlikte işlem maliyetlerinin azaltılması, mülkiyet haklarının etkin tahsisi ve dağılımı, etkin kaynak dağılımı, verimlilik, istihdam ve ekonomik büyüme gibi faktörlerin etkisiyle oluşan dışsal (makroekonomik) çevrede önemli bir role sahiptir.

Bu çalışma sürdürülebilir girişimci ağının makro düzeyde etkisini yorumlamayı ve ampirik olarak ortaya koymayı hedeflemektedir. Bu sürecin kavramsal ve makroekonomik çerçevesi aşağıdaki şekilde tasarlanmıştır.

[Şekil 3: Kavramsal ve Makroekonomik Çerçeve: Sürdürülebilir Girişimci Ağı ve Ekonomik Büyüme]

Çalışmamızda sürdürülebilir girişimci ağı girişimcilik kültürü, evrimsel döngü ve girişimci ağı unsurları ile birlikte tanımlanmıştır. Şekil 3, sürdürülebilir girişimci ağının makroekonomi ile olan ilişkisini kurumsal etkiyi ortaya çıkaran dört farklı evre ve yukarıda ölçtüğümüz ağlar sayesinde açıklar. Bu çalışmada girişimcilik kültürünün firmaların süreçlerine zemin teşkil ettiği varsayımı ile şirketlerin piyasadaki faaliyetleri boyunca her bir evreden geçtiğini söylenmektedir. İlk evre olan start-up yada başlangıç evresi alt sürdürülebilir girişimci ağı endekslerinden ilkinin ifade eden piyasaya giriş yapan firma alt endeksi yani ASGA₁ aracılığı ile ölçülmüştür. Firmalar için 2. Evre olarak kabul edilen büyüme evresi firmaların büyüme performansını ortaya koyan yıl içindeki birleşme ve devralmaları ölçen ASGA₄ alt endeksi ile somutlaştırılmıştır. 3. Evre olan denge evresi 6-10 yıllık, 100-240 çalışanı olan Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmelerin piyasadaki toplam firmalar içindeki payını hesaplayarak elde ettiğimiz ASGA₃ alt endeksi aracılığı ile ölçülmüştür. Bu gösterge firmaların piyasada tutunabilirlikleri hakkında ampirik olarak bilgi vermekte ve firmaların

²² Girişimciliği iletişim ağı ve sosyal sermaye çerçevesinde değerlendiren en önemli çalışmalar 2004 ve 2005 yıllarında Minniti tarafından kaleme alınmıştır. Buna ek olarak 2008 yılında Minniti ve Levesque tarafından yayınlanan akademik makale girişimci iletişim ağı ile iktisat ilişkisini önemli ölçüde açıklamaktadır.

²³ Bkz. Michelacci, 2003; Djankov vd., 2006; Tervo, 2006.

²⁴ Bu çalışmada etkililik etkinlikten farklı olarak, firma stratejilerinin (içsel ve dışsal) başarıya ulaşip ulaşmadığı olarak tanımlanmaktadır. Etkililik tanımı için Bkz. Griffin ve Ricky, 2016.

dengede oldukları sürecin rakamsal olarak ifadesine imkan sağlamaktadır. Son evre olan 4. Evre firmaların düşüş yada inovasyon sürecine girdiğini ifade etmektedir. Bu bağlamda faaliyette bulunan toplam firmalar arasında piyasadan çekilen firmaların sayısını gösteren ASGA₂ alt endeksi firmaların 4. Evredeki durumunu somut olarak ortaya koymaktadır. Kurumsal etkiyi oluşturan evreler ve her evreyi somutlaştıran alt göstergeler her bir firmanın içsel sürecini ve bu süreçteki performanslarını ifade eder. Nihai olarak, sürdürülebilir girişimci ağı (SGAE (AO), SGAE (PCA)) her bir alt endeksin bir araya getirilmesi ile hesaplanmıştır.

Sürdürülebilir girişimci ağı endeksinin iktisadi açıdan gerekliliği aşağıdaki detaylı tablo aracılığı ile açıklanmaktadır.

[Tablo 3: Alt Endekslerin Firma, Sektör ve Ekonomi ile İlişkisi]

Tablo 3’de sürdürülebilir girişimci ağını ortaya çıkaran başlangıç, büyüme, denge/olgunluk ve inovasyon/düşüş evreleri her bir evreyi ölçen matematiksel alt ağ göstergeleriyle birlikte ifade edilmektedir. Tabloda söz konusu evrelerin firma, sektör ve ekonomi ile olan ilişkisi ayrı ayrı değerlendirilmiştir. İlk evreyi ifade eden start-up (başlangıç) evresi piyasaya giriş yapan firma sayısına ilişkin endeks değeri ile, büyüme evresi firmaların birleşme ve devralma sayılarına ilişkin endeks değeri ile, denge/olgunluk evresi firmaların piyasada tutunabilirliklerine ilişkin endeks değeri ile inovasyon/düşüş evresi de piyasadan çıkış yapan firmaların endeks değeri ile eşleştirilmiştir. Bundan dolayı söz konusu her bir evrede ayrı ayrı kurulan ağların firma için, sektör için ve ekonomik piyasa için yaratmış olduğu etkiler farklılık göstermektedir.²⁵

[Şekil 4: Sürdürülebilir Girişimci Ağı’nın Ekonomik Büyüme ile Örtüşme İlişkisi]

Şekil 4’den anlaşılacağı üzere Sürdürülebilir Girişimci Ağı firmaları ve sektörü etkin hale getirerek ekonomik performansı olumlu yönde değiştirecek bir potansiyeldedir. Sürdürülebilir girişimci ağını kuran firmaların firma performansları ve işleyişleri, her evreye göre farklı ağlar kurarak ve bu ağları evrelerin gereklerine göre yöneterek etkin hale gelir. Bu tür işletmeler ilgili sektöre ihtiyaçları doğrultusunda çıktı sunmaktadır. Diğer bir ifadeyle sektör ölçeğine katkı sunan, ürün, fiyat, rekabet konularında etkili, problem çözme ve teknolojik

²⁵ Özellikle inovasyon veya düşüş olarak adlandırdığımız son evre firmalar için çok kritiktir. Firma sürdürülebilir girişimci ağını etkin şekilde kurmuş ise inovasyon sürecine girer ve bu çalışmamızda yatıcı yıkımlar olarak adlandırılmıştır. Yeni girişim niyetle sektörden çıkan firmaları ifade etmektedir. Altyapısı hazır bir şekilde inovasyon pozisyonunda yeni girişler yapmak üzere girişim niyeti ve faaliyeti devam eder. Bu evredeki yıkıcı çıkışlar ise inovasyon yerine düşüş olarak nitelendirdiğimiz pozisyonu ifade etmektedir. Mevcut firmanın işletme ve faaliyet gösterme potansiyelinin ortadan kalktığı ve piyasada bir çıktı üretmediği andır. Dolayısıyla EK Tablo 3, dördüncü evredeki her iki ihtimalin firmaya, sektöre ve ekonomiye olan etkilerini ayrı ayrı değerlendirmektedir.

koşullara göre yeniden yapılanma konularında başarılı firmalar sektörün etkinliğini artırmaktadır. Dolayısıyla ekonomik performansta olumlu etki beklenmektedir. Sürdürülebilir Girişimci Ağını kuran firmalar , sektörün etkinliğini artıracak nihai olarak kaynakların etkin tahsis ve dağılımına fayda sağlayacaktır. Böylelikle işlem maliyetlerinde azalma, işgücünde, üretimde, yatırımlarda ve verimlikte meydana gelen iyileşmeler ekonomik büyümeyi beraberinde getirecektir. Sonuç olarak sürdürülebilir girişimcilik ağı sözünü ettiğimiz dört evre aracılığı ile kurumsal etkiyi oluşturarak nihai makroekonomik etkilerin ortaya çıkmasına sebep olmaktadır.

5. Sonuç ve Öneriler

Sürdürülebilir girişimci ağını kavramsal olarak tanımlamak, somutlaştırmak ve makroekonomi ile bağını ortaya koymak amacıyla yapılan bu çalışma Amerika'nın konu özelindeki dinamiklerini de ortaya koymaktadır. Girişimci iletişim ağını sürdürülebilir kılan ağın güçlü veya zayıf olması değil etkin olmasıdır. Bu görüşten hareketle çalışmada sürdürülebilir girişimci ağı endeksi oluşturulmuştur. HDI metodolojisi kullanılarak yeniden yaratılan bu endekste temel etkinlik göstergeleri yıl içinde piyasaya giriş yapan firma sayısı, yıl içinde piyasadan çıkış yapan firma sayısı, piyasada tutunan firma sayısı ve yıl içindeki birleşme ve devralmaların sayısı göz önünde bulundurularak hesaplanmaktadır.

Amerika özelinde 1980-2014 yıllarını kapsayan endeks değerlerine göre 1987-1997 yılları arası KOBİ'lerin sürdürülebilir girişimcilik ağını en etkin şekilde kurduğu dönemdir. Aktif firma sayısındaki artış, birleşme ve devralma performansının yüksek olması, olgun (6-10 yıl boyunca piyasada tutunmuş olan) firma sayısının yüksek olması endeksin etkinliğini artırmıştır. Tam tersi şekilde endeks değerlerinin düşük olduğu yıllar, 2003-2014 yılları, piyasaya giriş yapan firma sayısının düşük düzeylerde olduğu yıllardır.

Sürdürülebilir girişimci ağı kavram olarak evrimsel döngü çerçevesinde açıklanabilir. Bu döngü sırasında şirketlerin girişimci iletişim ağlarının niteliği de değişir, şirketler her evrede gelişmişlik seviyesine göre farklı girişimci iletişim ağları kurar. Buna ek olarak girişimcilik sosyal sermaye ilişkilendirilmektedir bu ilişkinin arasındaki köprü ise girişimci iletişim ağıdır. İşletmenin dışsal bilgiyi sosyal sermayeye dönüştürebilmesi demek tüketici istek ve ihtiyaçlarını karşılaması demektir bu da girişimci iletişim ağını etkin kullanmakla mümkündür. İşletmeler için girişimci iletişim ağı uygun evrelerde ve uygun niteliklerde kullanıldığında anlamlıdır.

Girişimciliğin geliştirilmesine yönelik tasarlanan kalkınma planları ve politika önermeleri mevzuata, mali konulara yönelik olduğu gibi kurumsal düzenlemeleri de içermektedir. Ancak rakamsal hedefler ve politikalar çerçevesinde yapılan planlamalar niteliksel iyileştirmeleri arka plana itmektedir. Girişimciliğin bir çok disiplinle ilişkili olduğunu kabul ederek, kurumsal (içsel) ve çevresel (dışsal) faktörlerin etkisini ölçerek önermelerde bulunmak oldukça önemlidir. Bu noktada sürdürülebilir girişimci ağı kavramının farkındalığı, somutluğu göz önünde tutularak yapılacak olan politika önermeleri refah kaybını azaltacaktır. Piyasaya yeni giriş yapan firma sayısının çokluğundan ziyade diğer faktörlerin etkisini kabul etmek ve bu faktörleri somutlaştırıp ortak etkilerini ölçmek bir gerekliliktir. Mevcut pazarın varlığı, pazara giriş ve çıkışların sayısından ziyade yapılan analizler etkinlik çerçevesinde tanımlanarak somut Şekilde ölçüldüğünde politika nerileri olumlu sonuçları beraberinde getirebilir.

Ekler

EK Tablo: 1 Literatür Taraması: Girişimcilik ve Ekonomik Büyüme ilişkisi, Girişimciliğin Ölçümü

A. Girişimcilik ve Ekonomik Büyüme Arasındaki İlişkiyi Ortaya Koyan Çalışmalar	Yazar (Tarih)	Araştırma Konusu	Örneklem/Veri	Çıktı
	King ve Levin (1993)	Girişimcilik ve ekonomik büyüme arasında pozitif ilişki olduğu hipotezi.	Kişi başına düşen milli gelir verileri kullanılarak OLS yöntemi ile analiz.	Finansal sistemlerde meydana gelen iyileşmelerin girişimciliği destekleyerek ekonomik büyümeyi beraberinde getirmesi.
	Carree vd, (2002)	Girişimcilik ile ekonomik büyüme arasında pozitif ilişki olduğu hipotezi.	GEM(Global Entrepreneurship Monitor) dataları kullanılarak kapsamlı büyüme üzerine olan etkinin VECM model aracılığı ile analizi.	Girişimcilik ve kapsamlı büyüme arasında uzun ve kısa vadeli ilişki pozitif ilişki.
	Audretsch ve Thurik (2004)	Girişimci ekonomi ile yönetilen ekonomi arasındaki farklara dayalı bir modelleme.	Yönetilen ekonomi modelinde istikrar, uzmanlaşma, homojenlik, ölçek faktörleri ile ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin analizi. Girişimci ekonomi unsurları olarak tanımlanan esneklik, tribülans, çeşitlilik, inovasyon ve ilişki faktörlerinin ekonomik büyüme ile olan ilişkisini analiz.	Endojen büyüme için bilginin yayılması, şirket sayısının ve rekabetin artarak girişimci sermayenin artması mümkün.
	Wong, Ho vd. (2005)	Girişimcilik ve ekonomik büyüme arasında pozitif veya	37 ülke için GEM verileri kullanılarak sermaye, regülasyonlar aracılığı ile OLS testi.	Girişimcilik ile ekonomik büyüme arasında pozitif ilişki olduğu

		negatif ilişki olduğu hipotezi.		bulgusuna ulaşılmıştır.
	Stel, Carree vd. (2005)	Girişimcilik ve ekonomik büyüme arasında pozitif veya negatif ilişki olduğu hipotezi.	36 ülkede girişimcilik faaliyetlerinin GSYİH ile olan ilişkisi, rekabet endeksi kontrol değişkeni olarak, OLS tekniği ile modellenmiştir.	OECD ülkelerinde toplam girişimcilik aktivitelerinin ekonomik büyüme üzerinde pozitif etkisi bulunmuştur. Gelişmekte olan ülkeler için beklenen sonuç gözlenmemiştir.
B. Girişimcilik ölçümü Özelinde Yapılmış Çalışmalar	Yazar (Tarih)	Araştırma Konusu	Örneklem/Veri	Çıktı
	Yang (2006)	Şirket yaşam döngüsü evrelerinin (Corporate Life Cycle Stages) yeni bir metodoloji geliştirilerek büyük örneklem üzerinden ölçülmesi.	1971-2004 dönemi için, COMPUSTAT data-sete dahil edilen firmalardan 6602 firmanın verileri (satışlar, firma yaşı) ve sektör verileri (satış) üzerinden yeni hesaplama yöntemleri ve zaman serisi analizi.	Şirket yaşam döngüsünün dört basamağı tanımlanmış ve ölçülmüştür. Spesifik olarak ortaya koyulan hesaplama yöntemi ile genelleme problemi ortadan kalkmaktadır. Özellikle finansal verilere dayalı ölçümleme yöntemi olarak sıklıkla kullanılabilir bir yöntem geliştirilmiştir.
	Godin, Clemens ve Veldhuis (2008)	Kavramsal çerçeve ve ampirik göstergeler aracılığı ile girişimciliğin ölçümü	Girişimciliği ölçen tüm küresel endekslerin (Küresel Girişimcilik Monitörü, Kauffman Index, Dünya Bankası Girişimcilik Anketi) ve ölçüm göstergelerinin (yeni kurulan işletmelerin sayısı, kendi	Girişimciliğin ölçümü hakkında kapsamlı bir araştırma yapılmış ve bulgular elde edilmiştir. Girişimcilik özelinde ortak

			işinde çalışanların sayısı, küçük işletmelerin sayısı, araştırma geliştirme harcamaları, risk sermayesi, sektörel ve akademik araştırma geliştirmeye harcanan miktar, iş sahiplik yapısı, inovasyon, kayıplar) derlendiği Fraser Institute raporu, Kanada özelinde ampirik analizler.	tanım eksikliğinden doğan boşluklar ve ortak ölçüm kriterlerindeki eksiklik sunulan kavramsal çerçeve ölçüm kriterleri ile doldurulmaya çalışılmıştır.
	Hornsby, Kuratko vd. (2002)	Ara kademe yöneticilerin elinde olan ve içsel olan (kurum içi) faktörlerin kurumsal girişimciliğe etki ettiği görüşünden yola çıkarak belirlenen beş faktör özelinde yapılmış bir araştırma.	Ödül, üst yönetimin desteği, kaynaklara erişim, destekleyici kurumsal yapı, risk alma ve başarısızlıkları tolere etme gibi içsel faktörlerin etkisinin ticari üyelikleri vasıtasıyla rastgele seçilen iki grup ara kademe yönetici için (1. Grup 231 kişi, 2. Grup 530 olmak üzere) anket yöntemi ve faktör analizi ile ölçülmesi.	Şirket içinde girişimciliğe etki eden, ara kademe yöneticilerin inisiyatifinde olan ve desteklenmesi gereken içsel faktörler belirlenmiştir.

Kaynak: Literatürden faydalanarak yazar tarafından çizilmiştir.

EK Tablo: 2 Amerika, 1980-2014, Alt Endeksler ve Sürdürülebilir Girişimcilik Ağı Endeksi Genel Sonuçları

Year	ASGA ₁	ASGA ₂	ASGA ₃	ASGA ₄	SGAE (AO)*	SGAE(PCA)**
1980	0,59	0,55	0,00	0,00	0,28	0,27
1981	0,60	1,00	0,00	0,05	0,41	0,39
1982	1,00	0,46	0,00	0,05	0,38	0,35
1983	0,50	0,45	0,28	0,06	0,32	0,31
1984	0,76	0,30	0,44	0,05	0,39	0,38
1985	0,71	0,34	0,60	0,07	0,43	0,42
1986	0,79	0,40	0,74	0,15	0,52	0,51
1987	0,98	0,55	0,92	0,17	0,65	0,64
1988	0,68	0,56	0,90	0,25	0,60	0,59

1989	0,59	0,60	0,92	0,41	0,63	0,63
1990	0,62	0,21	0,96	0,40	0,55	0,56
1991	0,56	0,35	1,00	0,38	0,57	0,57
1992	0,55	0,46	0,95	0,39	0,59	0,59
1993	0,35	0,27	0,97	0,48	0,52	0,53
1994	0,46	0,22	1,00	0,58	0,56	0,58
1995	0,49	0,19	1,00	0,71	0,60	0,61
1996	0,45	0,26	0,96	0,80	0,62	0,64
1997	0,62	0,45	0,93	0,89	0,72	0,73
1998	0,45	0,36	0,90	1,00	0,68	0,70
1999	0,40	0,34	0,87	0,87	0,62	0,64
2000	0,37	0,40	0,86	0,89	0,63	0,65
2001	0,39	0,47	0,85	0,54	0,56	0,57
2002	0,63	0,69	0,79	0,46	0,64	0,64
2003	0,50	0,11	0,79	0,51	0,48	0,49
2004	0,44	0,14	0,83	0,60	0,50	0,51
2005	0,51	0,08	0,86	0,64	0,52	0,54
2006	0,56	0,24	0,89	0,75	0,61	0,62
2007	0,50	0,31	0,91	0,81	0,63	0,65
2008	0,24	0,25	0,98	0,66	0,53	0,55
2009	0,00	0,53	0,98	0,52	0,51	0,52
2010	0,03	0,27	0,92	0,59	0,45	0,47
2011	0,11	0,19	0,91	0,62	0,46	0,48
2012	0,21	0,13	0,92	0,61	0,47	0,48
2013	0,07	0,04	0,89	0,62	0,41	0,43
2014	0,16	0,00	0,90	0,71	0,44	0,47

Kaynak: Yazar Tarafından Hesaplanmıştır.

*Sürdürülebilir Girişimci Ağı Endeksi, alt endekslerin Ağırlıklı Ortalaması alınarak hesaplanmıştır.

Buna göre SGAE (AO) = $((Ağ_1 + Ağ_2 + Ağ_3 + Ağ_4)/4)$ şeklinde hesaplanmaktadır.

**Sürdürülebilir Girişimci Ağı Endeksi Temel Bileşenler Analizi (Eviews-8 Analysis) kullanılarak hesaplanmıştır. Buna göre SGAE (PCA)= Ağ₁ * 0,2347 + Ağ₂ * 0,2310 + Ağ₃ * 0,2610 + Ağ₄ * 0,2732 şeklinde hesaplanmaktadır.

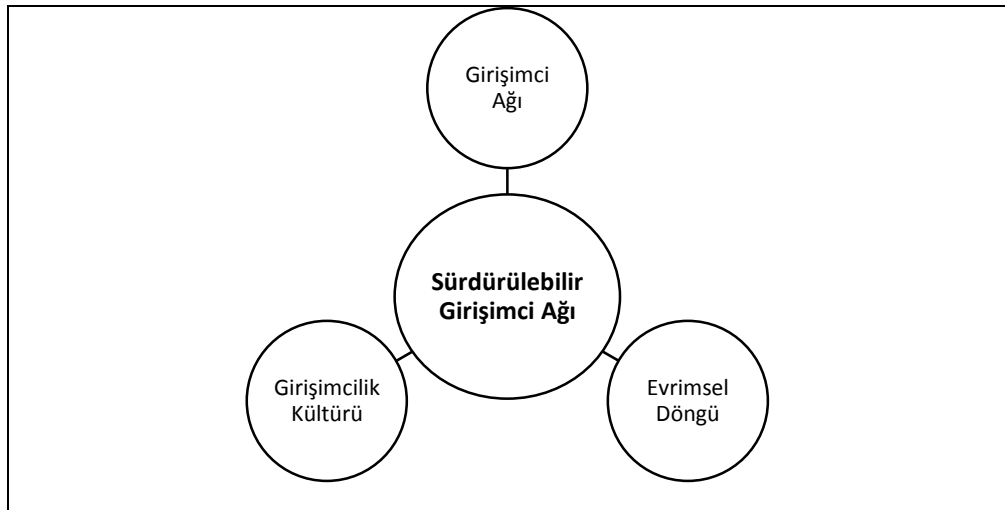
EK Tablo: 3 Alt Endekslerin Firma, Sektör ve Ekonomi ile İlişkisi

Sürdürülebilir Girişimci Ağı Alt Endeksleri	Firma ile İlişkisi	Sektör ile İlişkisi	Ekonomi ile İlişkisi
EVRE 1 (Start-up) - ASGA₁ (Piyasaya giriş yapan firma sayısına ilişkin endeks değeri)	<ul style="list-style-type: none"> *Agresif ve cesaretli yapı *Zayıf ve Güçlü Bağlardan faydalanma süreci *Teknolojik altyapıyla piyasalara giriş *Yaygın girişimcilik kültürü altyapısı 	<ul style="list-style-type: none"> *Sektör ölçeğine olumlu etki *Sektöre ilişkin problemlerin üstesinden daha rahat gelme *Yeni ürünler/ yeni yöntemler/yeni piyasaların sektöre olumlu etkisi 	<ul style="list-style-type: none"> *İşgücü yaratır, istihdamı destekler *Refah dağılımına etki *GSYH artış *Bölgesel/ulusal yaşam standartlarında artış *Ekonomik Büyüme
EVRE 2 (Büyüme) - ASGA₄ (Firmaların Birleşme ve Devralma performanslarına ilişkin endeks)	<ul style="list-style-type: none"> * Yeni teknoloji transferleri * Firma faaliyetlerinin etkinliğinde artış (Firmanın kontrol ve etki alanları değişir) *Kaynakların etkin kullanımı *Firmaların rekabet edebilirliğindeki artış *Risk paylaşımı *Üretim kapasitesinde değişiklik *Satış ve gelirdede değişiklik *Çalışan sayısında değişiklik *Lojistik maliyetlerinde artış *Sermaye yoğunluğunda artış 	<ul style="list-style-type: none"> *Sektöre olan talepte artış * Sektör yoğunluğunda artış * Benzer ürünlerin fiyatlarına etki 	<ul style="list-style-type: none"> * istihdama katkı *Üretimde artış *Verimlilikte artış *Kaynakların etkin dağılımı Ekonomik büyüme
EVRE 3 (Denge/Olgunluk) - ASGA₃ (Firmaların piyasada tutunabilirliklerine ilişkin endeks)	<ul style="list-style-type: none"> *Mevcut müşterilerin satın alma faaliyetlerinde artış (Yeni müşteri edinme hedefinin dışarıda bırakıldığı, mevcut olanı koruma güdüsü ile hareket edildiği bir evre) *Müşteri sadakatinde artış *Ürün fiyatlarında düşüş (Rekabet edebilmek amacıyla) *Karlarda düşüş *Farklılaşma (diferansiyasyon) ihtiyacı (piyasa doygunluğa eriştiğinden ötürü) 	<ul style="list-style-type: none"> *Pazar payında azalma *Rekabet edebilme potansiyelinde azalma *Piyasa doygunluğu (Satış hacminden ötürü piyasanın stabil kalması) 	<ul style="list-style-type: none"> *Yüksek oranlarda seri üretim (<i>mass profuction</i>) ile elde edilen ekonomik büyüme *Kısıtlı büyüme
EVRE 4 (İnovasyon / Düşüş) - ASGA₂ (Piyasadan çıkış yapan firmaların endeks değeri)	<p>1. Yaratıcı yıkımlar (yeni girişim (<i>new venture creation</i>) niyetiyle yapılan çıkışlar): Dördüncü evredeki inovasyon pozisyonunu ifade eder.</p>	<p>1. Yaratıcı yıkımların sektöre etkisi</p> <ul style="list-style-type: none"> *Sektörde yeni yöntemlerin ve ürünlerin yer alması 	<p>1. Yaratıcı yıkımların ekonomiye etkisi</p> <ul style="list-style-type: none"> *Kaynakların etkin kullanımı

	<ul style="list-style-type: none"> * Daha profesyonel yönetimsel faaliyetlerle firma yönetimi(Boeker ve Wiltbank, 2005) *Gelişmiş veya değişmiş ürün yelpazesi(Aldrich,1999) * Altyapısı hazır ve büyük sermayeli girişler (Certo vd., 2001) *Kaynak ve eski çalışan avantajı * Etkin bir firmaya dönüşme 2. Yıkıcı çıkışlar: Dördüncü evrede düşüş pozisyonunu ifade eder. *Mevcut işletme potansiyelinin ortadan kalkması 	<ul style="list-style-type: none"> *Karşılaştırmalı üstünlük avantajı *Sektörün ölçeğine göre yeniden faaliyette bulunma *Sektördeki talebe göre yeniden faaliyette bulunma *Sektördeki teknolojik koşullara göre yeniden yapılanma 2. Yıkıcı çıkışların sektöre etkisi *Kaynak ve sermaye yoğunluğunda azalma *Sektörün verimliliğinde azalma *Sektörün ölçeğinde daralma Sektörün konsanstrasyon ve yoğunluğuna olumsuz etki *Sektörün olgunlaşmasına engel 	<ul style="list-style-type: none"> *Yüksek sermayeli girişler *Arama maliyetlerinin azalması *Zaman maliyetlerinde azalma 2. Yıkıcı çıkışların ekonomiye etkisi * Verimlilikte düşüş *İstihdamda azalma *Yatırımlarda azalma *Büyümede azalma *Refah Kaybı
--	--	---	---

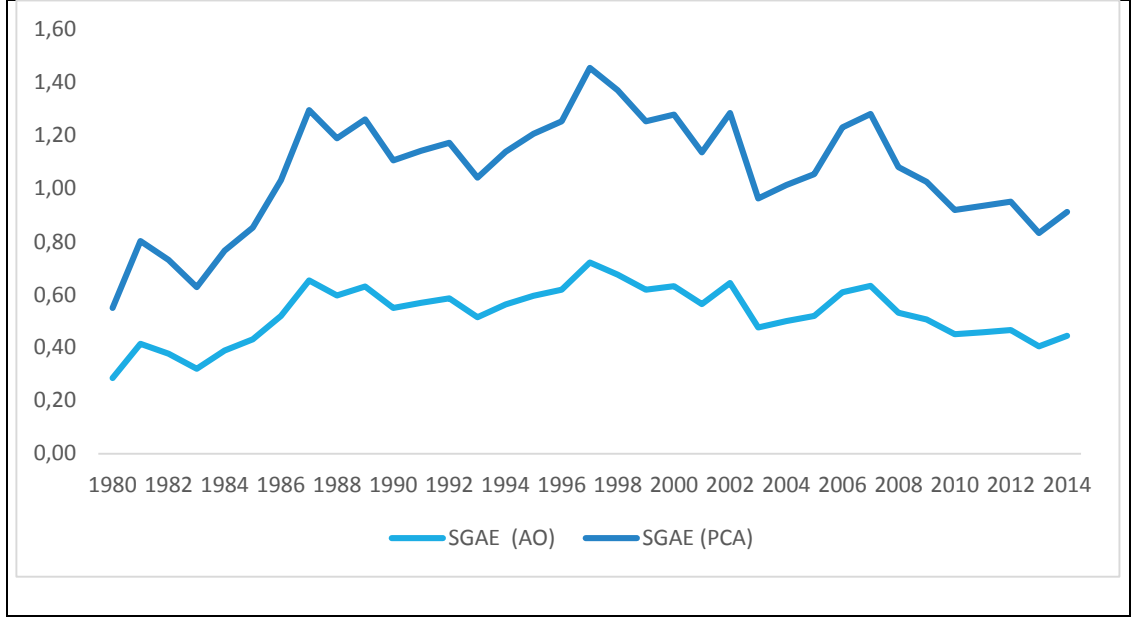
Kaynak: Literatürden faydalanarak yazar tarafından kurgulanmış ve hazırlanmıştır.

EK Şekil: 1 Sürdürülebilir Girişimci Ağı, Kavramsal İçeriği



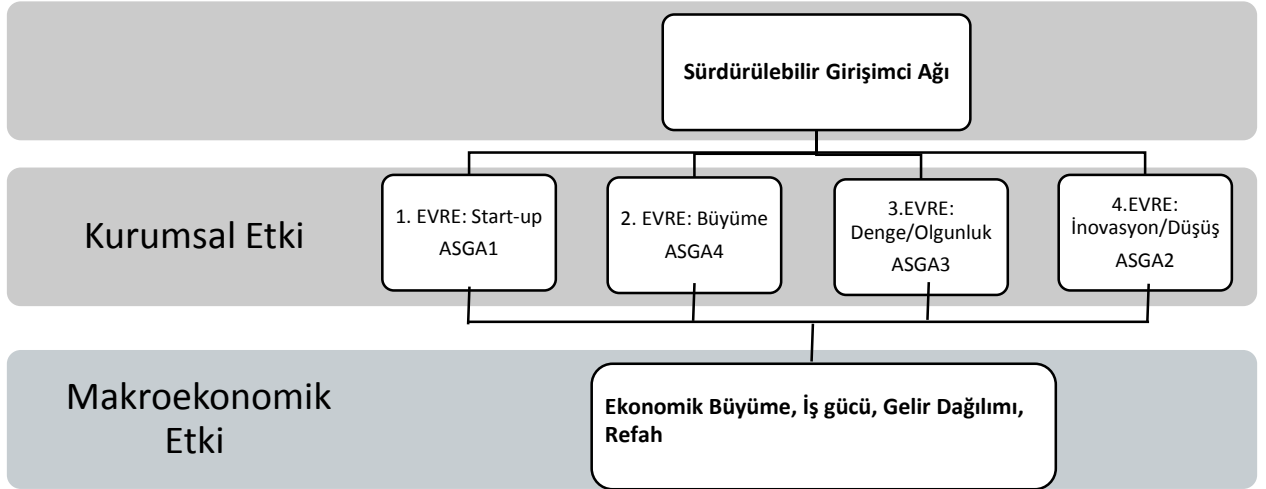
Kaynak: Yazar tarafından çizilmiştir.

EK Şekil: 2 Amerika, 1980-2014 Dönemi, AO ve PCA ile SGAE



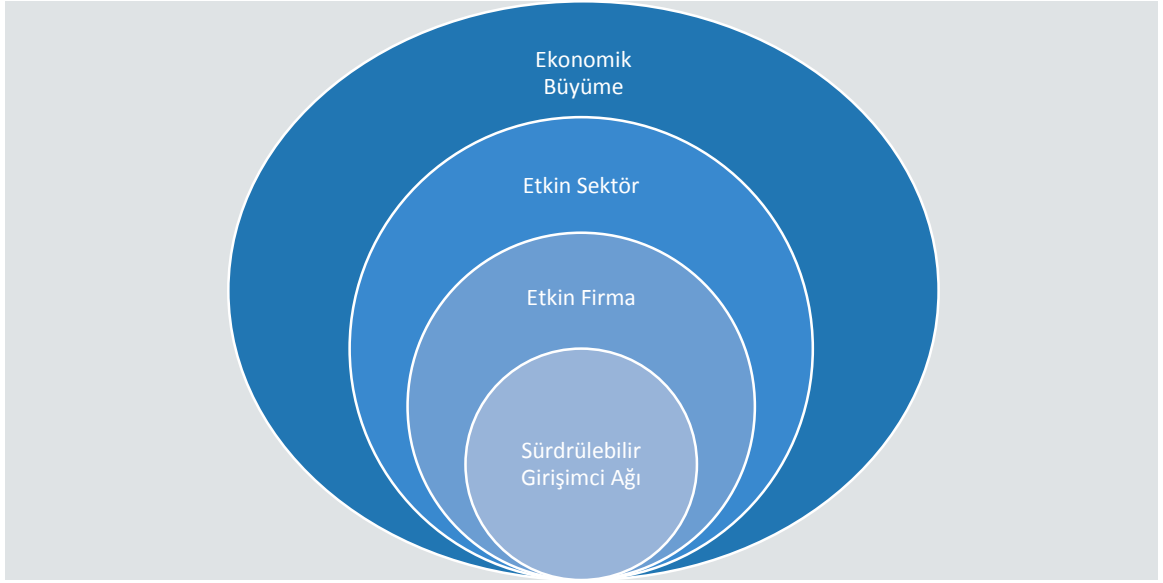
Kaynak: Yazar tarafından çizilmiştir.

EK Şekil: 3 Kavramsal ve Makroekonomik Çerçeve: Sürdürülebilir Girişimci Ağı ve Ekonomik Büyüme



Kaynak: Yazar tarafından çizilmiştir

EK Şekil 4: Sürdürülebilir Girişimci Ağı'nın Ekonomik Büyüme ile Örtüşme İlişkisi



Kaynak: Yazar tarafından çizilmiştir

Kaynakça

- Audretsch, D. B., & Thurik, A. R. (2004). The Model Of The Entrepreneurial Economy. *International Journal Of Entrepreneurship Education*, 2(2), 143–166.
- Borgatti, S. P., & Foster, P. C. (2003). The Network Paradigm in Organizational Research: A Review And Typology. *Journal Of Management*, 29(6), 991–1013.
- Buchanan, J. M. (1980). Rent Seeking And Profit Seeking. In J. M. Buchanan, R. D. Tollison & G. Tullock (Eds.), *Toward A Theory Of The Rent-Seeking Society* (Pp. 3–15). College Station: Texas A&M University Press.
- Carree, M. A. 2002. Industrial Restructuring And Economic Growth. *Small Business Economics*, 18: 243–255
- Carree, M., A. van Stel ve R. Thurik (2005). The Effect Of Entrepreneurial Activity On National Economic Growth. *Small Business Economics*, 24(3), 311–321.
- Carree, M., A. van Stel, R. Thurik and S. Wennekers, 2002, Economic Development And Business Ownership: An Analysis Using Data Of 23 OECD Countries İn The Period 1976-1996, *Small Business Economics* 19, 271-290.
- Djankov, S., Qian, Y., Roland, G., Zhuravskaya, E., 2006. Who are China's entrepreneurs? *American Economic Review* 96 (2), 348–352
- Dunning, J. (1993). *Multinational Enterprises And The Global Economy*. Addison-Wesley Publishing Company.
- Dunning, J. (1998). The eclectic paradigm of international production: A restatement and some possible extensions. *Journal of International Business Studies*, Spring: 1-31.
- Ebert, J. Ronald and Griffin, W. Ricky. *Business Essentials*. 11th ed. Pearson Education. Ltd. 2016.
- Eisenhardt K.M., Schoonhoven C.B. (1996), Resource-Based View Of Strategic Alliance Formation: Strategic And Social Effects İn Entrepreneurial fi Rms, „Organizational Science”, Vol. 7.
- Emin Benli, H. (2017). *Yargı Sisteminin Etkin İşleyişi ve Ekonomik Büyüme*. Orion Yayınları, Ankara.

- Flamholtz, E. (2001). "Corporate Culture and the Bottom Line". *European Management Journal*, 19 (3), 268-275.
- Flamholtz, E. ve Narasimhan, R. K. (2005). Differential Impact of Cultural Elements of Financial Performance. *European Management Journal* 23 (1). p: 50-64.
- Granovetter, Mark S. (1973). The Strength of Weak Ties. *The American Journal of Sociology*, Vol. 78, No. 6. (May, 1973), pp. 1360-1380.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., Camp, S. M. ve Sexton, D. L. (2001). Strategic entrepreneurship: Entrepreneurial strategies for wealth creation, *Strategic Management Journal*, 22 (Special Issue), pp. 479–491.
- Hoag, H. and Antoncic, B. (2003) "Network-Based Research in Entrepreneurship: A Critical Review," *Journal of Business Venturing* 18(2)
- Hornsby, J. S. , Montagno, R. V. , & Kuratko, D. F. (1992) Critical organizational elements in corporate entrepreneurship: An empirical study. *Academy of Management*.
- King, R. ve Levine R. (2013). Finance, Entrepreneurship and Growth Theory and Evidence. *Journal of Monetary Economics*. 32(3). p: 513-542
- Lee, D. Y. Ve Tsang E. W. (2001). The Effects of Entrepreneurial Personality Background and Network Activities on Venture Growth. *Journal of Management Studies* 38 (4). p. 583-602
- Michelacci, C., 2003. Low Returns In R And D Due To The Lack Of Entrepreneurial Skills. *Economic Journal* 113, 207–225.
- Miller D, Freisen P.H. (1982). A Longitudinal Study Of The Corporate Life Cycle. *Management Science*, 30, 1161-1183.
- Minguzzi A. Ve Passaro R. (2001). The Network of Relationship Between the Economic Environment and the Entrepreneurial Culture in Small Firms. *Journal of Business Venturing*. 16. p.181-207.
- Minniti, M., 2004. Organization Alertness And Asymmetric Information in A Spin-Glass Model. *Journal Of Business Venturing* 19 (5), 637–658.
- Minniti, M., 2005. Entrepreneurship And Network Externalities. *Journal Of Economic Behavior And Organization* 57 (1), 1–27
- Mueller Denis, A Life Cycle Theory Of The Firms, *Journal Of Industrial Economics* ,1972, 20 (3), 199-219.
- Peprah, J. A. (2013). Sustainable Entrepreneurship: The Role Of Networking, University Of Cape Coast.
- Raymond Vernon, International Investment and International Trade in the Product Cycle, *The Quarterly Journal of Economics*, Volume 80, Issue 2, May 1966, Pages 190–207,
- Tervo, H., 2006. Regional Unemployment, Self-Employment And Family Background. *Applied Economics* 38 (9), 1055–1062
- Wang, L. C. (2014). Entrepreneurial Learning: Past research and Future Challenges. *International Journal of Management Reviews* . 16 (1). p: 24-61.