

STRATEJİK GİRİŞİMCİLİĞİN TEMELLERİ

THE ROOTS OF STRATEGIC ENTREPRENEURSHIP

Dr. Osman AKARSU

Milli Eğitim Bakanlığı

ORCID ID: 0000-0002-0595-6795, osmanakarsu@gmail.com

ÖZET

Bu makalenin amacı, strateji ve girişimcilik teorisindeki gelişmeler ve Stratejik Girişimcilik yapısının ortaya çıkışı hakkında bir alan yazın taraması sağlamaktır. Aynı zamanda stratejik girişimcilik ve girişimcilik yönelimi arasındaki ilişki üzerine literatürü araştırır ve sunar. Stratejik girişimcilik ile firmaların eş zamanlı olarak yeni fırsatları tanımlayıp yararlanırken, rekabet avantajını nasıl yaratıp sürdürdüğü tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu makale stratejik girişimcilik olgusunda öne çıkan kavram ve vurguları incelemek için metodolojiyi, bulguları ve alternatif yaklaşımları açıklayan bir dizi yayını gözden geçirmektedir. Firma büyümesindeki rolü ele alınıp, strateji ve girişimciliği çatısı altında harmanlanmış örgütlerin geleceğini etkileyebilecek bu kavramın alan yapısını ve dinamiklerini ortaya çıkarmak hedeflenmiştir. Alan yazında geçen tema ve alt temalar ile bunların odak ve vurgularını içeren alanı yapılandırmaya dönük bir çerçeve çizilmeye çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Stratejik Girişimcilik, Strateji, Girişimcilik.

ABSTRACT

The purpose of this article is to provide a literature review on the developments in strategy and entrepreneurship theory and the emergence of the Strategic Entrepreneurship structure. It also researches and presents the literature on the relationship between strategic entrepreneurship and entrepreneurial orientation. With strategic entrepreneurship, it has been tried to determine how firms create and maintain competitive advantage while simultaneously identifying and utilizing new opportunities. This article reviews a series of publications describing the methodology, findings, and alternative approaches to examine prominent concepts and emphases in the phenomenon of strategic entrepreneurship. It is aimed to reveal the field structure and dynamics of this concept, which can affect the future of organizations that have blended strategy and entrepreneurship under its roof, by addressing its role in company growth. An attempt has been made to draw a framework for structuring the field, which includes the themes and sub-themes in the literature, and their focus and emphasis.

Keywords: Strategic Entrepreneurship, Strategy, Entrepreneurship.



1. Giriş

Girişimcilik ve stratejik yönetimin entegrasyonuna, bütünleştirilmesine dayanan bir olgu olarak stratejik girişimcilik, yönetim ve strateji literatüründe gelişmekte olan bir alan olarak yerini almaktadır. Stratejik girişimcilik olgusunun strateji ile ilgili kısmı, firmaların değer yaratmasına katkı sunması ve stratejinin temellerini oluşturan nadir, kıymetli ve taklit edilemez bir kaynak olarak rekabet avantajı sağlaması noktasında önem arz etmektedir (Ireland, Hitt & Sirmon, 2003). Bir amaca ulaşmak için eylem birliğini sağlama ve düzenleme sanatı olarak ifade edilebilecek strateji kavramı (Ireland & Webb, 2007) girişimcilik ile harmanlanmıştır. Girişimcilerin en önemli işlevi kararlar almaktır. Bu kararlar işletmenin bir manada stratejisini belirlemektedir. Stratejik bir karar olan girişimcilik hususu ele alındığında bakış açısının mantıksal ve kuramsal temelleri görülebilir. Zira bu durum hem girişimcilik hem strateji literatüründe “ayrılmaz ikizler” olarak (Dhliwayo, 2014, s. 114) “girişimcilik ve strateji” hususuna yaptıkları vurguda da görülmektedir (Akarsu, 2021, s. 93). Stratejik girişimcilik olgusunun girişimciliğe bakan yönüyle girişimciliğin bir belirtisi olarak firma içinde fırsatları arayan, risk alan, yenilik kovalayan ve girişimsel uyanıklığı üstün tutan bir yanı da bulunmaktadır. Bu yönüyle girişimciler, küresel veya yerel rekabet ortamında risk alıp, kaynaklarını, işletme kurmaya tahsis eden, kar elde etme, değer yaratma, büyüme odağıyla en temelde ekonomik gelişme için fırsatları oluşturan ve kollayan, proaktif giriş ve değişim sürecine liderlik eden kararları alan maceracı bireylerdir (Akarsu & Döven, 2022a, s. 17).

Strateji ve girişimcilik kavramlarını bütünleştiren bir yaklaşım olarak stratejik girişimcilik konusu ülkemiz alan yazınında yeterince ele alınmamış olması, yeni bir akademik olgu olarak kendini göstermesi bu çalışmanın temel motivasyonunu oluşturmaktadır. Bu makalede stratejik girişimcilik olgusunun firmalar açısından edinilmesinin önemi ele alınacak, olgunun akademiye bakan yönü ile konunun yeni çalışma alanlarına katkısının yanında öncül ve ardılları belirlenmeye çalışılacaktır. Çalışmanın amacı literatürde de yoğun bir şekilde araştırılan, stratejik girişimcilik olgusunun gelişimi, ne anlama geldiği, firmalar açısından "eş zamanlı olarak yeni fırsatları tanımlayıp yararlanırken, rekabet avantajını nasıl yaratıp sürdürdüğü" anlaşılmaya çalışılacaktır. Bu çalışmanın bir diğer amacı stratejik girişimcilik olgusunu ülkemiz alan yazınına tanıtmak, stratejik girişimcilik konusundaki son gelişmeleri irdelemek, gelişmekte olan bu kavramın farklı perspektiflerini keşfetmek, stratejik girişimcilik olgusunun temel unsurlarını ve araştırma yönlerini ele almaktır. Teorik “bir araç kutusu” olarak nitelendirilebilen (Mazzei, Ketchen & Shook, 2017) bu kavramın firma büyümesindeki rolü ele alınıp, strateji ve girişimciliği çatısı altında harmanlamış örgütlerin geleceğini etkileyebilecek bu kavramın alan yapısını ve dinamiklerini ortaya çıkarmak, araştırma alanını yapılandıran bir çerçeve önermek hedeflenmektedir.

2. Stratejik Girişimcilik Kavramı

Stratejik girişimcilik, fırsat ve avantaj arama davranışlarının bütünleştirilmesine ve sürdürülebilir rekabet avantajı için iki eşzamanlı davranış biçimi arasında dengenin kurulmasına yönelik çabalar olarak tanımlanmıştır (Ireland, Hitt & Sirmon, 2003). Simsek, Heavey & Fox (2017, s. 3) stratejik girişimciliği, “başlangıçta belirli ve gözlemlenebilir eylemler ile değer yaratma ve yakalama amacıyla fırsat arama ve avantaj arama davranışlarını somutlaştıran eylem repertuarları” olarak tanımlamışlardır. Stratejik yönetim



ve girişimciliğin iki alanı birbirinden ayrılmaz ikizler olarak görülmüş ve bu ilişki birçok bilim insanı tarafından stratejik girişimcilik olarak adlandırılmıştır (Dhliwayo, 2014, s. 115). Hitt, Ireland, Camp & Sexton (2001, s. 408) stratejik girişimciliği “stratejik bakış açısı ile kazanç elde etmek için girişimci faaliyetlerde bulunmak” olarak tanımlamışlardır.

Literatürde stratejik girişimcilik olgusu farklı iki şekilde ele alındığı görülmektedir. Bunlardan ilki girişimcilik bağlamında yapılan araştırmalarda, fırsat kavramının kavramsallaştırılmasının yanı sıra, girişimcilik fırsatlarının kaynakları, keşfi ve kullanılmasına odaklanmışlardır. Stratejik yönetim bağlamında yapılan çalışmalarda ise, kalıcı rekabet avantajı oluşturmak ve kullanmak için gerekli olan firmaların avantaj arayan davranışlarını ve bunlarla ilişkili eylemleri vurgulanmaktadır (Schröder, Tiberius, Bouncken & Kraus, 2020, s. 766).

2.1. Olgunun Stratejiye Bakan Yönü

Stratejinin amacı rekabet avantajı sağlamaktır. Başka bir deyişle iş stratejisi rekabet varsayımıyla formüle edilmekte, uygulanmakta ve değerlendirilmektedir. Stratejik yönetim “firmanın uzun vadede varlığını sürdürebilmesi için mevcut üretim kaynaklarının ortalamasının üzerinde rekabet avantajı ve kar sağlayacak şekilde kullanılması” olarak tanımlanmıştır (Ireland & Webb, 2007, s. 50). Firmanın gelecekteki performansını, karlılığını ve verimliliğini artırmanın amaçlandığı, gelecek vizyonu içinde örgütsel başarının hedeflendiği bu stratejiler ve eylem planları organizasyonun gelecek faaliyetlerinin organizasyonu, koordinasyonu, uygulanması ve kontrolünü içeren bir süreçtir. Firma içerisinde bu süreçleri uygulayanlar olarak yönetimdeki bireyler firma içerisindeki bu stratejik değişimin mimarları, asimilatörleri ve kolaylaştırıcıları olarak tasvir edilmektedirler (Gioia & Chittipeddi, 1991, s. 446). Stratejik yönetimle organizasyon kaynaklarının güçlü ve zayıf yönleri, dış çevredeki fırsatlar ve tehlikeler belirlenir ve analiz edilir. Çağımızda faaliyetlerini sürdüren firmalar aşırı rekabet ortamında yenilikçilik, uyarlanabilirlik, hız ve esneklik baskıları altındadır. Bu baskıların üstesinden gelmek için günümüz firmaları stratejik girişimci olmak zorundadırlar.

Stratejik girişimciliğin strateji ile ilgili kısmı olan avantaj elde etme hususu rekabetin doğası gereği sürdürülebilir değildir. Pacheco-de-Almeida (2010, s. 1498) çalışmasında hem yenilik hem de taklit oranının yüksek olduğu aşırı rekabetçi ortamlarda avantajların hızla yaratıldığını ve aşıldığını ifade etmiştir. Avantaj arama konusunun ise rekabetin entropisini en aza indirmek için ortaya atılmış bir terim olduğu düşünülmektedir. Firma düzeyinde girişimcilik ve rekabet avantajı ilişkisi açıktır. Rekabet üstünlüğü kavramını bağlamından ayrı değerlendirmek mümkün değildir. Firmaların değerli ve nadir kaynaklarını etkin yönetimini kolaylaştırmaya yönelik eylemlerini, rekabet avantajı elde etmek için kullanmak gerekmektedir. Kaynakların edinilmesi ve yapılandırılması, bunları yetenekler halinde bir araya getirmeyi ve değer yaratmak için onlardan yararlanmayı ve böylece rekabet avantajı elde etmeyi (Schröder, Tiberius, Bouncken vd., 2020, s. 766) içeren süreç az çok bütün firmalarda gerçekleşmektedir. Ancak firmalar servet ve değer yaratma ayrıca sürdürebilme yeteneği olarak stratejik girişimcilik hususunda örgütsel bazda ihtiyaçlarını bilmeleri, eksiklerini doğru tespit etmeleri ve yapmaları gerekenle yaptıkları arasındaki boşluğu dolduracak kararlar almaları gerekmektedir.



2.2. Olgunun Girişimciliğe Bakan Yönü

Covin & Slevin (1988, s. 220) çalışmalarında girişimci işletmeleri, “stratejik kararları ve operasyon yönetim felsefelerinden belli olduğu üzere üst düzey yöneticilerin girişimci yönetim stillerine sahip olan” işletmeler olarak tanımlamışlardır. Girişimci olmayan veya muhafazakâr işletmelerde ise yönetim stilleri riskten uzak duran yenilikçi olmayan pasif ve reaktif olan üst düzey karar vericiler bulunduğu vurgulanmıştır. Çevresel belirsizliğin yüksek düzeyde olduğu durumlarda girişimci işletmelerin girişimci olmayan işletmelere kıyasla daha başarılı performans gösterdiğine dair bir literatür gelişimine (Analoui & Karami, 2002; Liao & Gartner, 2006; Zahra & Covin, 1995) rastlanılmaktadır. Jantunen, Puumalainen, Saarenketo & Kyläheiko (2005) girişimci işletmelerin eylemleriyle fırsatlar yarattıklarına vurgu yapmışlardır. Girişimci işletmelerin güncel kaynaklara sahip oluşları ve faaliyet alanlarındaki durumları da onları stratejik girişimciliğe yönlendirebilir.

Örgüt çevresinde gelecekteki değişikliklere tepki vermede örgütlerin stratejik esnekliği, kurum içi girişimciliğe açıklığı, özerkliği, proaktifliği ve yenilikçiliği gibi kavramlar dikkat çekmektedir. Literatürde risk alma, yenilikçilik, saldırgan rekabetçilik, proaktiflik ve özerklik kavramları, girişimcilik yöneliminin faktörleri olarak ifade edilebilmektedir. Girişimcilik yönelimi faktörleri olan bu kavramların, girişimciliğin “Nasıl olması gerektiğiyle” ilgili olduğu düşünülmektedir. Literatürdeki girişimci tanımları (ne) ve girişimcilik yönelimi (nasıl) etkileşimi ismiyle kavramsallaştırılmıştır (Akarsu, 2021, s. 9). Stratejik girişimcilik, ürün, süreç ve pazar fırsatları (girişimcilik) aracılığıyla hem büyümeyi hem de yeniliği ve ayrıca kalıcı rekabet avantajı (stratejik yönetim) oluşturmayı ve kullanmayı gerektirir (Audretsch, Lehmann & Plummer, 2009, s. 149; Ireland, Hitt & Sirmon, 2003). Ireland, Hitt, Camp & Sexton (2001, s. 485) çalışmalarında girişimciliğin “yaratıcı ve kendiliğinden eylemleri teşvik ettiğini, stratejik yönetimin ise bu eylemlere çerçeve sağladığını” ifade etmişlerdir. Stratejik girişimcilik konusu girişimcilik yönelimi faktörlerinden “yenilikçilik, proaktiflik, özerklik ve saldırgan rekabetçilik kavramlarını kapsayan davranışsal ve eğilimsel unsurların birleşimiyle ele alınması gereken bir konu olduğu ifade edilebilir. Stratejik girişimcilik olgusu literatürde girişimcilik yönelimi ile ele alınması öğütlenen bir gelişim göstermektedir (Anderson, Eshima & Hornsby, 2019; Kantur, 2016; Kim, 2018).

Bu kavramlardan yenilikçilik ve saldırgan rekabetçilik strateji, proaktiflik ve özerklik kavramları girişimcilik olgusunun örüntülerini barındırmaktadır. Stratejik girişimcilik kavramının öncülleri olarak ifade edilebilecek yenilikçilik, proaktiflik, saldırgan rekabetçilik ve özerklik kavramları kısaca ele alınmıştır.

Stratejik girişimcilik söylemlerini içerisinde barındıran bir kavram olarak yenilikçilik, üst düzey yöneticilerin, işletmeleri için rekabet avantajı elde etmek için değişimi ve yeniliği tercih etme eğilimini (Covin & Slevin, 1989; Miller, 1983) yansıtmaktadır. Yenilikçilik ile işletmenin yeni ürünler, hizmetler veya teknolojik süreçlerle sonuçlanabilecek yeni fikirlere, yeniliklere, deneylere ve yaratıcı süreçlere katılma ve bunları destekleme eğilimine (Lumpkin & Dess, 1996) vurgu yapılmıştır. Yenilikçilik, işletmenin eskiden yeniye dönüşümünü (Guth & Ginsberg, 1990), işletmenin endüstrisinde "çevreyi kıran değişiklik" veya "rekabet kurallarını değiştirmesini" (Stopford & Baden-Fuller, 1994), işletmeyi ve çevreyi dönüştürme potansiyeline sahip “yeni” bir şeyin pazara sunulmasını (Sharma & Chrisman, 2007) ifade etmek için kullanılmıştır. Yeni örgüt formu oluşturma, yaratıcı



yıkımda var olan yeni ve etkili kombinasyonların ürün ya da pazar ve teknolojik yenilik şeklinde tezahürü sonucu ortaya çıkabilecek yenilikçilik konusu yeni fırsatların peşinden koşma isteğini ya da değişime yenilikçi bakış açısını ifade etmektedir.

Stratejik girişimcilik söylemlerini içerisinde barındıran bir diğer kavram olan saldırgan rekabetçilik, bir işletmenin, giriş yapmak veya pozisyonu geliştirmek, yani pazardaki sektör rakiplerinden daha iyi performans göstermek için rakiplerine doğrudan ve yoğun bir şekilde meydan okuma ve yüzleşme eğilimini ifade etmek için kullanılmıştır (Lumpkin & Dess, 1996). Saldırgan rekabetçilik kavramı ile hızlı takipçi olmak, yüksek pazar payı hedefleri belirlemek, fiyatları kapsamlı bir şekilde düşürmek veya pazarlama, hizmet ve kalite ile üretim kapasitesine yoğun bir şekilde yatırım yapmak (Lumpkin & Dess, 1996; MacMillan & Day, 1987; N. Venkatraman, 1989) vurgulanmıştır. Saldırgan rekabetçiliğin, yönetsel manada “rakibi yok etmek ile yaşa ve yaşat” arasında, mevcut rakiplerle talep için rekabet etmekte kullanılan eylemlerle ilgili bir olgu olduğu görülmektedir (Covin & Covin, 1990). G. T. Lumpkin & Dess (2001) saldırgan rekabetçiliği, pazar tehditlerine bir yanıt olarak değerlendirmişlerdir. Özü itibarıyla rekabet ve strateji literatürüne uzandığını düşündüğümüz saldırgan rekabetçilikle, pazara yeni girişte veya pazarda pozisyonunu geliştirme noktasında hali hazırdaki rakiplerle talep için mücadele etme, işletmenin talebe çabuk cevap vermesi ve rekabet avantajı kazanması vurgulanmıştır. Rakipleri ekarte etme isteği ya da çabuk cevap verme bakış açısını ifade etmektedir. Saldırgan rekabetçilik kavramı literatürdeki “dinamik yetenekler kavramı” ile ele alınması gereken bir konu olduğu ifade edilmiştir (Akarsu, 2021, s. 42).

Girişimcilik ve strateji olgularının örüntülerini barındıran proaktiflik kavramı literatürde farklı şekillerde tanımlanmıştır. N. Venkatraman (1989, s. 125-127) tarafından mevcut faaliyet alanlarıyla ilgili olabilecek veya olmayabilecek yeni fırsatlar aramak, rekabet öncesinde yeni ürün ve markaların tanıtımı, yaşam döngülerinin olgunlaşmış veya azalan aşamalarında olan operasyonları stratejik olarak ortadan kaldırma olarak değerlendirmiştir. Lumpkin & Dess (1996, s. 146-148) ise proaktifliği, yeni fırsatları öngörmek ve takip etmek için inisiyatif alma ve aynı zamanda yenilikçi veya yeni keşif faaliyetlerinin eşlik ettiği ileriye dönük bir perspektife dikkat çekmişlerdir. Proaktiflik ile yöneticilerin bir pazardaki gelecekteki istek ve ihtiyaçlarla ilgili ileriye dönük bakış açısı ifade edilmektedir. İşletme açısından “gelecekteki talepleri tahmin ederek hareket etme” (Rauch, Wiklund, Lumpkin & Frese, 2009, s. 762-765) olarak ifade edilebilecek proaktiflik ile gelişmekte olan pazar ya da sektörlerde önde olmak ve pazara ilk giren olmak üzerinde durulmuştur. Proaktiflik, pazara ilk giren olma, ilk harekete geçme ve dolayısıyla rekabet avantajı yaratma ve pazar liderliği pozisyonlarını araştırmayı içeren fırsat arayan, inisiyatif alan bir yaklaşımdır (Akarsu & Döven, 2022a, s. 15). Proaktif girişimci, ticarete etkin rol üstlenerek araştırmakta, talep edilen malları ve talepte bulunan pazarları bulmaktadır. Bu yönüyle proaktiflik yeni fırsatları öngörme ve arama kapasitesi ile ilgili bir olgudur. Talebe ilk ulaşma isteği ya da inisiyatif alma bakış açısı olarak ifade edebileceğimiz proaktiflik kavramı ile “fırsat peşinde olmayı umma ve takip etmede inisiyatif alma, ilk olma ve ileri görüşlü olma isteği” vurgulanmaktadır (Akarsu, 2021, s. 27).

Girişimcilik ve strateji olgularının örüntülerini barındıran bir diğer boyut olarak özerklik ise bireyin veya ekibin bir fikri veya vizyonu ortaya koyma ve onu tamamlanmaya taşımadaki bağımsız eylemini ifade etmek için, kendi kendini yönlendiren, yeni fikirler



geliştiren ve uygulayan bireyler veya ekipler anlamında kullanılmıştır (Lumpkin & Dess, 1996, s. 140). Örgütsel manada özerkliği içselleştirmiş kuruluşlar, çalışanlarının bağımsız hareket etmelerine, önemli kararlar almalarına ve ilerlemelerine olanak tanımış ortamlardır. Bu ortamda çalışanlar da hareket serbestliğine sahip özgür çalışanlardır. Özerklik boyutu ile otonomi içinde işlerini yapan çalışanların çabalarının desteklendiği, kendi kararlarını almalarının önünün açıldığı, müdahalesiz düşünme ve harekete geçme serbestisine sahip şapkasız bireyler ve çatısız düz örgütler kastedilmektedir (Akarsu, 2021, s. 30). Yeni giriş ve fırsatlar peşinde özgürce koşma, karar alıcı ve öncü olma, bağımsız ruh ve fikir dünyasına sahip oluş, vizyonunu, liderliğini ortaya koyma ve işletme içinde girişimci yaygınlığı aktarma vurgulanmıştır. Örgütünde stratejik girişimciliğin aktif kullanılmasını ve yaygınlığını isteyen stratejik liderler açısından özerklik hususunun önemine dikkat çekmek gerekir.

2.3. Kesişim ve Bağlantı Noktaları

Stratejik girişimcilik temelde örgütler açısından fırsat arama ve avantaj arama arasında tercih yapmadan birlikte değerlendirilmesi gereken bir süreçtir. Fırsat arama olgusu girişimcilik alanının konusu iken, avantaj arama hususu stratejik yönetim alanının konusudur. Stratejik yönetim, strateji ve çevre de dâhil olmak üzere firma performansı üzerindeki etkileri ve sürdürülebilir rekabet avantajının kaynaklarını incelemeye büyük önem vermiştir. Girişimcilik alanında ise hem bağımsız firmaları kurumsal girişimcilik olarak kabul ederken, hem de girişim yaratmaya yol açan süreçler vurgulanmıştır (Ireland, Hitt, Camp vd., 2001, s. 49). Akarsu & Döven (2022a, s. 12) girişimcilik kavramı üzerine tarihsel bir değerlendirme isimli çalışmalarında girişimciliği okullar ve kuramlar düzeyinde ele almışlardır. Yazarlar çalışmalarında literatürde geçen 23 adet girişimcilik tanımı tespit etmişlerdir. Bu tanımlarda vurgulanan bazı kavram ve varsayımlar bu kavramların etkilediği okul (ekol) ve kuramlar belirtilmiştir. Bunlar içerisinde fırsat ve keşif vurgusunun yapıldığı stratejik girişimcilik hususunu açıklamaya aday söylemleri olan Avusturya Okulu girişimciyi değişim ajanı olarak görmektedir. Bu değişimin bireylerin durum karşısındaki farkındalığı, uyanıklığıyla görebileceği ve liderliğiyle sürdürebileceğini ve rekabetteki yerini koruyabileceğini vurgulamışlardır. Avusturya Okulu rekabet etme, kaynakları gözetmeden fırsat arayışı, girişimsel keşif ve girişimsel uyanıklık gibi kavramlarla karakterize olduğu belirtilmiştir (Akarsu & Döven, 2022a, s. 17).

Stratejik yönetim ve girişimcilik arasında altı bağlantı alanı olduğu öne sürülmüştür (Foss & Lyngsie, 2011, s. 9). Bunlar uluslararasılaşma, üst yönetim ekipleri ve yönetişim, yenilik, örgütsel öğrenme, büyüme, örgütsel ağlar, esneklik ve değişimdir (Ireland, Hitt, Camp vd., 2001, s. 49). Yazarlar çalışmalarında bu birleşim alanları üzerine kurulmuş, şirketlere rekabet avantajı sağlayan ve dört stratejik girişimcilik boyutundan oluşan güçlü ve verimli bir stratejik girişimcilik modeli önermişlerdir. Bunlar; girişimci zihniyet, girişimcilik kültürü ve liderlik, kaynakları stratejik olarak yönetme ve yaratıcılığı uygulama ve inovasyon geliştirmedir. Ireland & Webb (2007, s. 51) stratejik girişimciliği değer ve zenginlik yaratan bir kesişim alanı olarak betimlemiştir. Ketchen Jr, Ireland & Snow (2007, s. 383) çalışmalarında ağ, öğrenme, kaynak temelli ve gerçek seçenek teorileri üzerine inşa ederek, işbirlikçi inovasyonun - fikirlerin, bilgilerin, uzmanlığın ve fırsatların paylaşılması yoluyla firma sınırları boyunca yeniliklerin yaratılmasının - hem küçük hem de büyük firmaların başarılı bir şekilde stratejik girişimciliğe erişimini hızlandıracağını ifade etmişlerdir.



Çaylan (2014, s. 70-73) çalışmasında stratejik girişimcilik alanında yayınlanan araştırmaları incelemiş ve bu araştırma odağındaki temel yaklaşımları tespit etmeye çalışmıştır. Bunlar arasında ekonomi, piyasa ve rekabet odaklı yaklaşım, kaynaklara dayalı yaklaşım, örgütsel davranış ve örgüt çevresine odaklanan yaklaşım, örgütsel öğrenme, keşif, yaratıcılık ve inovasyon temelli yaklaşım olmak üzere dört farklı yaklaşım olduğunu öne sürmüştür. Bu farklı yaklaşım ve tanımların nedeni ve bütünleştirme çabaları kıymetli görülmelidir. Bu farklılığın nedeni olarak olgunun çeşitli alanlardan gelen araştırma göçü ve her bir disiplinin oluşturduğu araştırma sorularının kendi bakış açısını içermesi, kavramın ve tanımlarının dağınık, gevşek ilişkili ve bazen çelişkili sonuçlar ortaya çıkarmasına sebep olduğu iddia edilmektedir (Duane Ireland & Webb, 2007, s. 891). Bu farklılığı bütünleştirme çabalarından birisi olarak ifade edebileceğimiz bir diğer çalışmada (Akarsu & Döven, 2022a, s. 15-16) tarihsel süreçte girişimcilik tanımlarında vurgulanan kavramlar ve temel varsayımlarını özetlemiştir. Akarsu (2021, s. 42) doktora tezinde girişimcilik çalışmalarında kabul görmüş ve uzlaşa sağlanmış dört temel alan içerisinde girişimciliğin stratejik örgütsel “karar alma eğilimi” ile girişimsel aktivitelerin ilişkilendirildiğini vurgulamıştır. Stratejik girişimcilikte ne tek başına stratejik ne de tek başına girişimci bir davranış yeterli görülmemektedir (Ketchen Jr, Ireland & Snow, 2007, s. 375).

Schröder, Tiberius, Bouncken vd., (2020, s. 756) stratejik girişimcilik olgusunu literatürde bibliyometrik eşleşme analizini yaptıkları çalışmalarında 15 alt tema ve 5 ana araştırma alanı belirlemişlerdir. Tablo 1’de ana araştırma alanları ve alt temalar belirtilmiştir.

Tablo 1

Bibliyometrik Eşleşme Analizi Sonuçlarında Elde Edilen Temalar

-
- 1 Değer yaratma ve girişimcilik performansı için belirleyiciler
 - 2 Girişimci ajans, etkileri ve aracı faktörler
 - 3 Stratejik girişimciliğin kavramsallaştırması
 - 4 Kamu sektöründe girişimcilik
 - 5 İş modeli inovasyonunun etkileri
 - 6 Girişimcilik teorisi ve girişimciliğe ekonomik bakış
 - 7 Girişimcilerin deneyimi ve bilgisi
 - 8 Fırsat keşfi ve kullanımı
 - 9 Bilgi yayılımı, yayılmalar ve bilgi koordinasyonunun motivasyonu ve etkisi
 - 10 Girişimcilik yönelimi ve örgütsel etkileri
 - 11 Araştırma incelemeleri ve gündemleri
 - 12 İşbirliği
 - 13 Girişimci finansmanı
 - 14 Akademik girişimcilik
 - 15 Stratejik girişimcilik (giriş, süreç ve çıkış)
-

Kaynak: Schröder, Tiberius, Bouncken vd., 2020, s. 756

Stratejik girişim olgusu literatürde, firma performansına etkileri (Covin & Slevin, 1989; Dess, Lumpkin & Covin, 1997), girişimcilik yoğunluğu ve esneklik (Barringer & Bluedorn, 1999), değer ve zenginlik yaratmak için tasarlanan eylemler bütünü (Hitt, Ireland, Camp vd., 2001; Hitt, Ireland, Sirmon & Trahms, 2011; Ireland, Hitt & Sirmon, 2003; Ketchen Jr, Ireland & Snow, 2007), rol belirsizliğine ve çalışanların işten ayrılma niyetlerine etkileri (Monsen & Wayne Boss, 2009), rekabet yeteneği ve stratejik yeniden konumlandırma (Holcomb, Ireland, Holmes Jr & Hitt, 2009), stratejik girişimcilik ve yönetim (Audretsch, Lehmann & Plummer, 2009), stratejik öğrenme yeteneği (Anderson, Covin & Slevin, 2009), fırsatları değerlendirmeye ve değişime uyum sağlamaya odaklanan tanımlar (Companys & McMullen, 2007), fırsatların keşfi ve kullanılmasıyla sürdürülebilir rekabet avantajı



sağlamaya dönük yaklaşımlar (Alvarez & Barney, 2007; Covin, Green & Slevin, 2006; Davidsson, 2015; De Clercq, Thongpapanl & Voronov, 2018; Edelman & Yli-Renko, 2010; Shane & Venkataraman, 2000; Short, Ketchen Jr, Shook & Ireland, 2010; Suddaby, Bruton & Si, 2015; S. Venkataraman, 1997), stratejik girişimcilik ve örgütsel bağlamın büyümeye etkileri (Bjørnskov & Foss, 2013; Ertuğral & Acar, 2022; Obeng, Robson & Haugh, 2014), fırsat ve avantaj olgularının birleştirilmesi gerektiğini vurgulayan çalışmalar (Companys & McMullen, 2007; Ireland & Webb, 2007; Kyrgidou & Hughes, 2010) etrafında şekillendiği görülmektedir.

Tablo 2

Stratejik Girişimcilik Alanındaki Çalışma Eğilimleri

-
- 1 Firma performansına etkileri
 - 2 Girişimcilik yoğunluğu ve esneklik
 - 3 Değer ve zenginlik yaratmak için tasarlanan eylemler bütünü
 - 4 Rol belirsizliğine ve çalışanların işten ayrılma niyetine etkileri
 - 5 Rekabet yeteneği ve stratejik yeniden konumlandırma
 - 6 Stratejik girişimcilik ve yönetim
 - 7 Stratejik öğrenme yeteneği
 - 8 Fırsatları değerlendirmeye ve değişime uyum sağlamaya odaklanan tanımlar
 - 9 Fırsatların keşfi ve kullanılmasıyla sürdürülebilir rekabet avantajı sağlamaya dönük yaklaşımlar
 - 10 Stratejik girişimcilik ve örgütsel bağlamın büyümeye etkileri
 - 11 Fırsat ve avantaj olgularının birleştirilmesi gerektiğini vurgulayan çalışmalar
-

Kaynak: Yazar tarafından oluşturulmuştur.

Ireland, Hitt, Camp vd., (2001, s. 49) çalışmasında girişimci ve stratejik eylemlerin, değer ve zenginlik anlamında servet yaratmanın merkezinde yer aldığını belirtmişlerdir. Girişimciler ya da şirket sahipleri açısından bir örgütün temel amacı öncelikle hayatta kalma, sağlıklı büyüme, sürdürülebilirlik, ortalamanın üzerinde kar elde etme ve en nihayetinde büyümedir. Bu motivasyon tüm örgütler için temel bir yol haritası şeklinde iken niçin bazı örgütlerin diğerlerinden ayrıştığı sorusu hem strateji hem girişimcilik literatüründe sıkça sorulan sorulardandır. Girişimci eylemler, "firmaların yeni pazarlara girme, yeni müşteriler elde etme ve/veya (mevcut) kaynakları yeni yollarla birleştirme konusundaki temel davranışlarıdır" (Ireland, Hitt, Camp vd., 2001, s. 49-50). Stratejik eylemlerin, genellikle yeni biçimlendirilmiş davranışların ürünü olan yeniliklerin geliştirildiği ve ticarileştirildiği bağlamı sağladığı ifade edilmiştir (Hitt, Ireland, Camp vd., 2001, s. 480). Girişimciliğin nasılı ile ilgilenen bir olgu olarak girişimcilik yönelimi hususu ve onun bileşenleri (faktörleri) örgüt içindeki bu stratejik girişimci eylemlerin nasıl yapılması, nasıl risk alınması, yenilikçi ve proaktif olunması, özerkliğin sağlanması ve saldırgan rekabetçiliğin gerçekleştirilmesi ile ilgilidir. Örgütleri açısından stratejik kararları alıp uygulayan stratejik liderlerin bu nasılı anlayıp örgütlerinde uygulamaları hususu değer ve zenginlik yaratma noktasında kritik öneme sahiptir. Nihai amaç olarak değer ve zenginlik yaratma hususu avantaj arama ve fırsat arama davranışını içselleştirmiş stratejik girişimcilerin karakteristik özelliklerindedir.

3. Tartışma ve Çıkarımlar

Shane & Venkataraman (2000, s. 222-223) girişimciliğin servet yaratma hususuna olan ilgisinin, pazardaki yeni ve ortaya çıkan fırsatları belirlemeye odaklanması ile ilgili olduğunu ifade etmişlerdir. Mazzei (2018); Radev (2022, s. 87) çalışmalarında stratejik yönetim avantajlarının (rekabet avantajları yaratmaya yönelik) ve girişimci davranış



modelinin (yeni fırsatlar aramaya yönelik) entegrasyonu, literatürde iki araştırma alanının oluşumuna yol açtığını belirtmişlerdir. Bu araştırma alanları stratejik girişimcilik ve stratejik liderliktir. Stratejik girişimcilik olgusu literatürde hangi araştırma soruları etrafında şekillendiği gözlenmiştir. Bu soruların odak ve vurguları dikkate alınarak stratejik girişimciliğin nihai amacı olan servet ve değer yaratmaya dönük çerçevesi çizilmeye çalışılmıştır. Bu çerçeve oluşturulurken girişimcilik yönelimi boyutları olan özerklik, saldırgan rekabetçilik, proaktiflik, yenilikçilik ve risk alma dikkate alınmış, “karar bakış açısının” (Akarsu & Döven, 2022b, s. 145) söylemleri içerisinde örgütleri açısından önemli şahsiyetler olan bu stratejik liderlerin durumu gözden geçirilmiştir.



Tablo 3

Stratejik Girişimcilik Ana Teması Etrafında Gelişen Tema, Vurgu ve Odaklar

Literatürdeki Alt Tema ve Vurgular	(Potansiyel) Teoriler	Belirleyici Nitelikteki Potansiyel Değişkenler	Yönetimsel / Örgütsel ODAK	Boyut	Ana Tema	Amaç
Firmalar değer yaratmak için kaynak konfigürasyonunu nasıl kullanır?	Ağ teorisi	Firma boyutu ve yaşı	Avantaj Arama	Proaktiflik	Strateji	Servet ve değer yaratma
Firmalar şimdiki ve gelecekteki fırsatları nasıl keşfediyor ve kullanıyor?	Öğrenme Teorisi	Bilgi Stoku, Farklı Bilgi Tabanına Sahip Oluş, Ötümleme Kapasitesi				
Firmalar açısından stratejik girişimciliğin anlamı nedir?	Kaynak Tabanlı Görüş	Esneklik, örgütsel sıklık gevşeklik	Yenilikçilik	Risk Alma	Strateji	Servet ve değer yaratma
Girişimciler açısından uluslararasılaşmanın itici güçleri nelerdir?	Gerçek Opsiyon (Seçenek) Teorisi	Örgüt Kültürü, Örgüt Dizaynı, Bağlamlın Ekonomik Gelişmişlik Aşaması				
İş modelinin stratejik girişimcilik çerçeveleri ve araştırma çabalarındaki merkezi rolü nedir?	Girişimcilik Yönelimi Teorisi	Finansal ve Finansal Olmayan Kaynaklar ve Kaynak Tahsis Uygulamaları	Kalıcı rekabet avantajı oluşturmaya ve kullanılmaya odaklanma	Risk Alma	Strateji	Servet ve değer yaratma
Stratejik yönetim ve girişimcilik disiplinlerinin kapsamı nedir?	Üst Yönetim Teorisi	Çevre ve Sektörün Değişim Hızı, Teknolojik ve Genel Değişim				
Girişimcilerin deneyim, bilgi ve özellikleri nelerdir?	Dinamik Yetenekler	Ar-ge yoğunluğu, Sektörel Uzmanlaşma Düzeyi,	Fırsat Arama	Özerklik	Girişimcilik	Servet ve değer yaratma
Girişimcilik fırsatlarının keşfedilmesi ve kullanılmasında nasıl gerçekleşmektedir?	Gündem Belirleme Teorisi	Yönetim Demografisi, Yönetimsel Miras				
Firmalar açısından yeni fırsatları ortaya çıkarmak ve rekabet avantajı elde etmek için bilginin önemi nedir?	Bilgi Yayılımı	Uluslararasılaşma Düzeyi, İsteği,	Fırsat Arama	Özerklik	Girişimcilik	Servet ve değer yaratma
Stratejik girişimcilik girdileri (bireysel ve örgütsel kaynaklar, çevresel faktörler), süreçler (kaynak düzenlemesi) ve çıktıları (değer yaratma, rekabet avantajı, zenginlik ve faydalar) hakkında ne tür bilgilere sahibiz?	Büyüme Teorisi	Paylaşılan vizyon ve kafa yapısı, örgütsel ustalık				
Girişimcilerin sektör içi ve sektör dışı ağları nelerdir?	Kaynak Tahsis Teorisi	Paydaşlarla ve diğer örgütlerle ilişkiler	Büyüme ve inovasyona odaklanma	Saldırgan Rekabetçilik	Girişimcilik	Servet ve değer yaratma
Girişimcilik bağlamında öz sermaye ve finansal yatırım çabaları nedir?	Stratejik Liderlik Teorisi	Dinamik Yetkinlik Pazar Bilgisi ve Tahmini				



Çalışma kapsamında stratejik girişimcilik olgusunun evrimi ve akışını göstermek ve temsili temaları veya konuları ortaya çıkarmak için literatürdeki araştırmaları inceleme olanağı elde edilmiştir. Literatürde stratejik girişimcilik araştırmaları “ekonomi, psikoloji, sosyoloji ve örgütsel davranış ve organizasyon teorisi” gibi birden fazla disipline yayıldığı gözlenmektedir. Olgunun bu farklı ve çok boyutlu tanımlarından hareketle ilgili literatürde geçen bazı unsurlar gruplandırılmaya ve alandaki ana eğilimler belirlenmeye çalışılmıştır.

Stratejik girişimcilik alanının öncülleri ve ardılları olabilecek, yönetsel ve örgütsel odağı literatürde ayrılmaz ikizler olarak ifade edilen strateji ve girişimcilik ana teması etrafında gelişimi, vurgular ve temalar Tablo 3’de belirtilmiştir.

Greve (2003, s. 348) strateji ve girişimcilik alanlarındaki temel sorunun, alanın sınırlarını belirlemek, özellikle temaların belirgin örtüşmesi göz önüne alındığında, stratejik yönetim ve girişimcilik araştırması arasındaki farkı açıklamak olduğunu vurgulamıştır. Örgütün girdileri olarak ifade edilebilen bu girişimsel kaynakların stratejik kaynaklara dönüşümü süreci önemlidir. Bu süreçte kaynaklarını bir orkestra şefi gibi yöneten stratejik liderler, değer yaratma potansiyeli olan yeni bir kaynağı aynı anda keşfederken mevcut kaynakları korumak ve kullanmak için kullanılan girişimci eylemleri yönetmektedirler. Böylelikle zenginlik, değer üretilir. Bu girişimci ve stratejik eylemler rekabet avantajı sağlar. Sosyal, örgütsel ve bireysel faydalar elde edilir (Hitt, Ireland, Sirmon vd., 2011; Ireland, Hitt & Sirmon, 2003; Kyrgidou & Hughes, 2010).

Girişimcilik ve stratejik bakış açısını bir potada eritebilme yetkinliğine sahip liderler örgütler açısından kritik öneme sahiptir. Literatürde bu durum pek çok farklı açıdan ele alınmıştır. Hitt, Ireland, Camp & Sexton (2017) kuruluşun en iyi potansiyeli sağlama ve devam eden operasyonları için stratejik bir plana göre kullanma faaliyetlerini kolaylaştırdığını, Tanşau (2008) günümüzde kuruluşların karşı karşıya olduğu önemli çevresel değişikliklere hızlı ve doğru bir şekilde yanıt vermede ve ayrıca kuruluşların rekabet avantajları geliştirmelerine yardımcı olduğunu belirtmişlerdir. Kuratko & Audretsch (2009) stratejik kuruluşun hızını ve gelecekte nasıl olacağını belirleyebileceği yetenekleri geliştirdiğini, fırsatlardan yararlanmaya ve gelecekte olası risklerden kaçınmaya katkıda bulunabileceğini vurgulamışlardır. Patzelt & Shepherd (2009) yeni hizmetler sunarak fırsatları yakalamaya ve bunlardan yararlanmaya yardımcı olduğunu ve örgütlerin stratejik hedeflerine ulaşmak için stratejik hareket etme kabiliyeti yarattığını ifade etmişlerdir. Bu stratejik liderler, girişimsel liderlik özelliklerine sahip, girişimci düşünce ve kafa yapısını ve girişimci kültürü stratejik bakış açısıyla harmanlayabilmiş liderlerdir.

4. Sonuç ve Öneriler

Stratejik girişimcilik olgusunun örgütler açısından pek çok faydası olduğu açıktır. Çalışma kapsamında stratejik girişimcilik olgusu literatürde günümüzden geriye doğru taranmış, olgunun uygulayıcılar ve akademi açısından önemine vurgu yapılmıştır. Akademiye bakan yönü ile literatürdeki eğilime uygun olarak stratejik girişimcilik ile firmaların "eş zamanlı olarak yeni fırsatları tanımlayıp yararlanırken, rekabet avantajını nasıl yaratıp sürdürdüğü" tespit edilmeye çalışılmıştır. Önem sırası gözetmeksizin eş zamanlı olarak sürdürülen bir kavram olarak stratejik girişimcilik hususunda yeni fırsatları ararken aynı zamanda avantaj arama faaliyetlerini bütünleştiren, bütünleyici bir yaklaşım izlenmiştir. Stratejik girişimcilik olgusu ülkemiz strateji ve girişimcilik alanlarına kazandırılmaya çalışılmıştır. Stratejik girişimcilik olgusunun stratejiye bakan yönleri ve



girişimciliğe bakan yönleri ayrı ayrı ele alınmış sonrasında ise konunun kesişim noktaları belirlenmeye çalışılmıştır. Stratejik girişimcilik konusundaki son gelişmeler irdelenmiş, gelişmekte olan bu kavramın farklı perspektifleri, temel unsurlarını ve araştırma yönleri ele alınmıştır.

Bu kapsamda stratejik girişimcilik olgusunun literatürde dikkati çeken alt temaları ve vurguları, hangi teorilerle ele alındığı, hangi potansiyel teorilerle ele alınabileceği, stratejik girişimcilik olgusu etkileyebilme potansiyeli olan değişkenler, girişimcilik yönelimi boyutları (faktörleri) odağa alınarak nihai amaç olarak belirlenen servet ve değer yaratmayı açıklamayı amaçlayan bir çerçeve çizilmiştir. Bu çerçeve literatürün genel eğilimine uygun olarak çizilmiş ve her sütün kendi içerisinde değerlendirilmiştir. Örgütler içerisinde stratejik kararlar alan üst yöneticiler ve girişimciler, girişimsel kaynakları olarak kullanabilecekleri finansal ve finansal olmayan kaynaklarını fırsat ve avantaj arama bağlamında değerlendirdiklerinde stratejik girişimciler olarak adlandırılabilirliği ifade edilebilir.

Çalışmanın sınırlılıkları arasında sadece Türkçe ve İngilizce dilinde yayınlanan makalelerin taranması gösterilebilir. Diğer dillerdeki yayınları gözden geçirip inceleme fırsatı bulunamamıştır. Derleme makalelerin çoğunda yer alan yazarın paradigmasına göre şekillenen bir oluşum olması da çalışmanın kısıtları arasında sayılabilir.

Potansiyel çalışma alanları olarak özellikle Tablo 3’de belirtilen literatürde de sıkça kullanılan araştırma soruları, temalar ve bunların vurguları önemli görülmelidir. Stratejik girişimcilik alanı ele alınırken kullanılan ve potansiyel kullanılacak teoriler yine aynı isimli Tablo 3’de görülmektedir. Belirleyici nitelikte olabilecek potansiyel değişkenler kavramın öncülü olabilecek değişkenler olarak değerlendirilebilir. Bunlar içerisinde firma boyutu ve yaşı kontrol değişkeni olarak ele alınabilir. Ampirik çalışmalara temel oluşturabilecek bu değişkenler kavramın gelişim sürecini ve potansiyel çalışmalarını etkileme özelliğine sahip unsurlar olarak görülebilir. Özellikle girişimcilik yönelimi boyutlarını odağa alan çalışmalar stratejik girişimciliğin nihai amacı olan servet ve değer yaratma noktasında uygulayıcılara, olgunun anlamını ve gelişimini göstermesi noktasında da akademiye ışık tutabilir.

Kaynakça

- Akarsu, O. (2021). "Girişimcilik yönelimini etkileyen faktörler nelerdir? Teknoparklarda Bir Araştırma [Yayımlanmış doktora tezi], Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü."
- Akarsu, O. & Döven, M. S. (2022a). "Girişimci ve girişimcilik kavramları üzerine tarihsel bir değerlendirme: tanımlarda yer alan ortak vurgular", *Yorum Yönetim Yöntem Uluslararası Yönetim Ekonomi ve Felsefe Dergisi*, C: 10, No: 1, ss. 1-24.
- Akarsu, O. & Döven, M. S. (2022b). "Girişimcilik Yönelimini Etkileyen Faktörler: Teknoparklarda bir Araştırma", *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, C: 23, No: 1, ss. 143-164.
- Alvarez, S. A. & Barney, J. B. (2007). "Discovery and creation: Alternative theories of entrepreneurial action", *Strategic entrepreneurship journal*, C: 1, No: 1-2, ss. 11-26.
- Analoui, F. & Karami, A. (2002). "How chief executives' perception of the environment impacts on company performance", *Journal of Management Development*.
- Anderson, B. S., Covin, J. G. & Slevin, D. P. (2009). "Understanding the relationship between entrepreneurial orientation and strategic learning capability: an empirical investigation", *Strategic entrepreneurship journal*, C: 3, No: 3, ss. 218-240.
- Anderson, B. S., Eshima, Y. & Hornsby, J. S. (2019). "Strategic entrepreneurial behaviors: Construct and scale development", *Strategic entrepreneurship journal*, C: 13, No: 2, ss. 199-220.



- Audretsch, D. B., Lehmann, E. E. & Plummer, L. A. (2009). "Agency and governance in strategic entrepreneurship", *Entrepreneurship theory and practice*, C: 33, No: 1, ss. 149-166.
- Barringer, B. R. & Bluedorn, A. C. (1999). "The relationship between corporate entrepreneurship and strategic management", *Strategic management journal*, C: 20, No: 5, ss. 421-444.
- Bjørnskov, C. & Foss, N. (2013). "How strategic entrepreneurship and the institutional context drive economic growth", *Strategic entrepreneurship journal*, C: 7, No: 1, ss. 50-69.
- Comanys, Y. E. & McMullen, J. S. (2007). "Strategic entrepreneurs at work: The nature, discovery, and exploitation of entrepreneurial opportunities", *Small Business Economics*, C: 28, No: 4, ss. 301-322.
- Covin, J. G. & Covin, T. J. (1990). "Competitive aggressiveness, environmental context, and small firm performance", *Entrepreneurship Theory and Practice*, C: 14, No: 4, ss. 35-50.
- Covin, J. G., Green, K. M. & Slevin, D. P. (2006). "Strategic process effects on the entrepreneurial orientation-sales growth rate relationship", *Entrepreneurship Theory and Practice*, C: 30, No: 1, ss. 57-81.
- Covin, J. G. & Slevin, D. P. (1988). "The influence of organization structure on the utility of an entrepreneurial top management style", *Journal of Management Studies*, C: 25, No: 3, ss. 217-234.
- Covin, J. G. & Slevin, D. P. (1989). "Strategic management of small firms in hostile and benign environments", *Strategic management journal*, C: 10, No: 1, ss. 75-87.
- Çaylan, D. Ö. (2014). "Stratejik girişimcilik alanına ilişkin bibliyometrik bir değerlendirme", *Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, C: 3, No: 2.
- Davidsson, P. (2015). "Entrepreneurial opportunities and the entrepreneurship nexus: A re-conceptualization", *Journal of Business Venturing*, C: 30, No: 5, ss. 674-695.
- De Clercq, D., Thongpapanl, N. & Voronov, M. (2018). "Sustainability in the face of institutional adversity: market turbulence, network embeddedness, and innovative orientation", *Journal of Business Ethics*, C: 148, No: 2, ss. 437-455.
- Dess, G. G., Lumpkin, G. T. & Covin, J. G. (1997). "Entrepreneurial strategy making and firm performance: Tests of contingency and configurational models", *Strategic management journal*, C: 18, No: 9, ss. 677-695.
- Dhliwayo, S. (2014). "Entrepreneurship and competitive strategy: An integrative approach", *The Journal of Entrepreneurship*, C: 23, No: 1, ss. 115-135.
- Duane Ireland, R. & Webb, J. W. (2007). "A cross-disciplinary exploration of entrepreneurship research", *Journal of Management*, C: 33, No: 6, ss. 891-927.
- Edelman, L. & Yli-Renko, H. (2010). "The impact of environment and entrepreneurial perceptions on venture-creation efforts: Bridging the discovery and creation views of entrepreneurship", *Entrepreneurship Theory and Practice*, C: 34, No: 5, ss. 833-856.
- Ertuğral, Z. & Acar, E. (2022). "The Role of Strategic Entrepreneurship on Firm Growth: A Case Study from the Turkish Housing Market", *Periodica Polytechnica Architecture*.
- Foss, N. J. & Lyngsie, J. (2011). "The Emerging strategic entrepreneurship field: Origins, key tenets, and research gaps", *Edward Elgar*.
- Gioia, D. A. & Chittipeddi, K. (1991). "Sensemaking and sensegiving in strategic change initiation", *Strategic management journal*, C: 12, No: 6, ss. 433-448.
- Greve, H. R. (2003). Strategic entrepreneurship: Creating a new mindset. In: JSTOR.
- Guth, W. D. & Ginsberg, A. (1990). "Guest editors' introduction: Corporate entrepreneurship", *Strategic Management Journal*, ss. 5-15.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., Camp, S. M. & Sexton, D. L. (2001). "Strategic entrepreneurship: Entrepreneurial strategies for wealth creation", *Strategic management journal*, C: 22, No: 6-7, ss. 479-491.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., Camp, S. M. & Sexton, D. L. (2017). "Strategic entrepreneurship: Integrating entrepreneurial and strategic management perspectives", *Strategic entrepreneurship: Creating a new mindset*, ss. 1-16.
- Hitt, M. A., Ireland, R. D., Sirmon, D. G. & Trahms, C. A. (2011). "Strategic entrepreneurship: creating value for individuals, organizations, and society", *Academy of management perspectives*, C: 25, No: 2, ss. 57-75.



- Holcomb, T. R., Ireland, R. D., Holmes Jr, R. M. & Hitt, M. A. (2009). "Architecture of entrepreneurial learning: Exploring the link among heuristics, knowledge, and action", *Entrepreneurship theory and practice*, C: 33, No: 1, ss. 167-192.
- Ireland, R. D., Hitt, M. A., Camp, S. M. & Sexton, D. L. (2001). "Integrating entrepreneurship and strategic management actions to create firm wealth", *Academy of management perspectives*, C: 15, No: 1, ss. 49-63.
- Ireland, R. D., Hitt, M. A. & Sirmon, D. G. (2003). "A model of strategic entrepreneurship: The construct and its dimensions", *Journal of Management*, C: 29, No: 6, ss. 963-989.
- Ireland, R. D. & Webb, J. W. (2007). "Strategic entrepreneurship: Creating competitive advantage through streams of innovation", *Business horizons*, C: 50, No: 1, ss. 49-59.
- Jantunen, A., Puumalainen, K., Saarenketo, S. & Kyläheiko, K. (2005). "Entrepreneurial orientation, dynamic capabilities and international performance", *Journal of International Entrepreneurship*, C: 3, No: 3, ss. 223-243.
- Kantur, D. (2016). "Strategic entrepreneurship: mediating the entrepreneurial orientation-performance link", *Management Decision*.
- Ketchen Jr, D. J., Ireland, R. D. & Snow, C. C. (2007). "Strategic entrepreneurship, collaborative innovation, and wealth creation", *Strategic entrepreneurship journal*, C: 1, No: 3-4, ss. 371-385.
- Kim, H. J. (2018). "Reconciling entrepreneurial orientation and dynamic capabilities: a strategic entrepreneurship perspective", *The Journal of Entrepreneurship*, C: 27, No: 2, ss. 180-208.
- Kuratko, D. F. & Audretsch, D. B. (2009). "Strategic entrepreneurship: exploring different perspectives of an emerging concept", *Entrepreneurship theory and practice*, C: 33, No: 1, ss. 1-17.
- Kyrgidou, L. P. & Hughes, M. (2010). "Strategic entrepreneurship: origins, core elements and research directions", *European business review*.
- Liao, J. & Gartner, W. B. (2006). "The effects of pre-venture plan timing and perceived environmental uncertainty on the persistence of emerging firms", *Small Business Economics*, C: 27, No: 1, ss. 23-40.
- Lumpkin & Dess. (1996). "Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance", *Academy of management Review*, C: 21, No: 1, ss. 135-172.
- Lumpkin, G. T. & Dess, G. G. (2001). "Linking two dimensions of entrepreneurial orientation to firm performance: The moderating role of environment and industry life cycle", *Journal of Business Venturing*, C: 16, No: 5, ss. 429-451.
- MacMillan, I. C. & Day, D. L. (1987). "Corporate ventures into industrial markets: Dynamics of aggressive entry", *Journal of Business Venturing*, C: 2, No: 1, ss. 29-39.
- Mazzei, M. J. (2018). "Strategic entrepreneurship: Content, process, context, and outcomes", *International Entrepreneurship and Management Journal*, C: 14, No: 3, ss. 657-670.
- Mazzei, M. J., Ketchen, D. J. & Shook, C. L. (2017). "Understanding strategic entrepreneurship: A "theoretical toolbox" approach", *International Entrepreneurship and Management Journal*, C: 13, No: 2, ss. 631-663.
- Miller, D. (1983). "The correlates of entrepreneurship in three types of firms", *Management science*, C: 29, No: 7, ss. 770-791.
- Monsen, E. & Wayne Boss, R. (2009). "The impact of strategic entrepreneurship inside the organization: Examining job stress and employee retention", *Entrepreneurship theory and practice*, C: 33, No: 1, ss. 71-104.
- Obeng, B. A., Robson, P. & Haugh, H. (2014). "Strategic entrepreneurship and small firm growth in Ghana", *International Small Business Journal*, C: 32, No: 5, ss. 501-524.
- Pacheco-de-Almeida, G. (2010). "Erosion, time compression, and self-displacement of leaders in hypercompetitive environments", *Strategic management journal*, C: 31, No: 13, ss. 1498-1526.
- Patzelt, H. & Shepherd, D. A. (2009). "Strategic entrepreneurship at universities: Academic entrepreneurs' assessment of policy programs", *Entrepreneurship theory and practice*, C: 33, No: 1, ss. 319-340.
- Radev, R. (2022). "strategic entrepreneurship as a main factor for the development of economic zones in bulgaria", *Economic Studies*, C: 31, No: 5.
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T. & Frese, M. (2009). "Entrepreneurial Orientation and Business Performance: An Assessment of Past Research and Suggestions for the Future", *Entrepreneurship Theory and Practice*, C: 33, No: 3, ss. 761-787.



- Schröder, K., Tiberius, V., Bouncken, R. B. & Kraus, S. (2020). "Strategic entrepreneurship: mapping a research field", *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research*.
- Shane, S. & Venkataraman, S. (2000). "The promise of entrepreneurship as a field of research", *Academy of management review*, C: 25, No: 1, ss. 217-226.
- Sharma, P. & Chrisman, S. J. J. (2007). "Toward a reconciliation of the definitional issues in the field of corporate entrepreneurship", *Entrepreneurship*, Springer.
- Short, J. C., Ketchen Jr, D. J., Shook, C. L. & Ireland, R. D. (2010). "The concept of "opportunity" in entrepreneurship research: Past accomplishments and future challenges", *Journal of Management*, C: 36, No: 1, ss. 40-65.
- Simsek, Z., Heavey, C. & Fox, B. C. (2017). "(Meta-) framing strategic entrepreneurship", *Strategic Organization*, C: 15, No: 4, ss. 504-518.
- Stopford, J. M. & Baden-Fuller, C. W. (1994). "Creating corporate entrepreneurship", *Strategic Management Journal*, C: 15, No: 7, ss. 521-536.
- Suddaby, R., Bruton, G. D. & Si, S. X. (2015). "Entrepreneurship through a qualitative lens: Insights on the construction and/or discovery of entrepreneurial opportunity", *Journal of Business Venturing*, C: 30, No: 1, ss. 1-10.
- Tanțău, A. D. (2008). "Common dimensions for entrepreneurship and strategy: the need for strategic entrepreneurship", *Management & Marketing-Bucharest*, No: 1, ss. 73-80.
- Venkatraman, N. (1989). "Strategic orientation of business enterprises: The construct, dimensionality, and measurement", *Management science*, C: 35, No: 8, ss. 942-962.
- Venkatraman, S. (1997). "The distinctive domain of entrepreneurship research", *Advances in entrepreneurship, firm emergence and growth*, C: 3, No: 1, ss. 119-138.
- Zahra, S. A. & Covin, J. G. (1995). "Contextual influences on the corporate entrepreneurship-performance relationship: A longitudinal analysis", *Journal of Business Venturing*, C: 10, No: 1, ss. 43-58.



Extended Summary

Strategic entrepreneurship is the product of firms' efforts to gain competitive advantage while simultaneously identifying and exploiting new opportunities. Within the scope of this study, it has been tried to draw a framework that includes the themes and sub-themes in the strategic entrepreneurship literature and the focus and emphasis of these themes. Strategic entrepreneurship, as a phenomenon based on the integration of entrepreneurship and strategic management, is defined as efforts to establish a balance between two simultaneous behavior patterns. In the literature, it is seen that the phenomenon of strategic entrepreneurship is handled in two different ways. The first of these research is conducted in the context of entrepreneurship. In these studies, the authors focused on the resources, discovery and exploitation of entrepreneurial opportunities, as well as the conceptualization of the concept of opportunity. In the studies carried out in the context of strategic management, the advantage-seeking behaviors and related actions of the companies that are necessary to create and use a permanent competitive advantage are emphasized. The aspects of strategic entrepreneurship that are related to strategy and aspects of entrepreneurship are discussed separately, and then the intersection points of the subject are tried to be determined.

In terms of strategy, the issue of seeking and gaining advantage is not sustainable by nature. In this issue, which can be expressed as the entropy of competition, companies need to know their needs on an organizational basis in terms of strategic entrepreneurship as the ability to create wealth, value and maintain these competencies, identify their deficiencies correctly and make decisions that will fill the gap between what they should do and what they do. The most important function of entrepreneurs is to make decisions that concern their organizations. These decisions determine the strategy of the business in a sense.

When the phenomenon is considered from the aspect of entrepreneurship, it is seen that entrepreneurial firms create opportunities with their actions. Entrepreneurial firms with up-to-date resources can be strategically flexible in responding to changes in their environment and proactively create product, process and market opportunities. Strategic entrepreneurship, as a concept that is recommended to be handled with the concepts of innovation, proactivity, aggressive competitiveness and autonomy, which are especially entrepreneurial orientation factors, has been reviewed.

At the intersection of the concepts of strategy and entrepreneurship, the phenomenon is basically a process that should be evaluated together without making a choice between seeking opportunities and seeking advantages for organizations. Opportunity seeking is the subject of entrepreneurship, while advantage seeking is the subject of strategic management. Strategic management has placed great emphasis on examining the sources of sustainable competitive advantage and the effects on firm performance, including strategy and the environment. In the field of entrepreneurship, while accepting independent companies as corporate entrepreneurship, the processes that lead to entrepreneurship are emphasized. It has been suggested that there are six linking areas between strategic management and entrepreneurship. These are internationalization, senior management teams and governance, innovation, organizational learning, growth, organizational networks, flexibility and change (Ireland, Hitt, Camp, & Sexton, 2001, p. 49). In the literature, strategic entrepreneurship has been described as an intersection area that creates value and wealth. 11 study areas in the



field of strategic entrepreneurship were determined by the author. It was stated that entrepreneurial and strategic actions are at the center of wealth creation in terms of value and wealth. It is stated that the issue of creating value and wealth as the ultimate goal is the characteristic of strategic entrepreneurs who have internalized the behavior of seeking advantage and seeking opportunities. In the article reviewed within the scope of the study, it has been tried to reach the conceptual articles written in English and Turkish since the early 2000s, when the phenomenon of strategic entrepreneurship was first discussed.

From the readings, it has been tried to understand the academic aspect of strategic entrepreneurship and how companies create and maintain competitive advantage while simultaneously identifying and utilizing new opportunities in accordance with the trend in the literature. While searching for new opportunities in strategic entrepreneurship as a concept that is maintained simultaneously without any order of importance, an integrative approach has been followed, integrating advantage-seeking activities at the same time. It has been observed that the phenomenon of strategic entrepreneurship is a phenomenon that has not been studied much in the fields of strategy and entrepreneurship in our country. The latest developments in strategic entrepreneurship are examined, different perspectives, basic elements and research aspects of this developing concept are discussed. Table 3, which describes the emphasis and focus that developed around the main theme of strategic entrepreneurship, can be considered as the most basic output of the study. In this context, sub-themes and emphases of the strategic entrepreneurship phenomenon in the literature are grouped. Sub-theme and research questions on strategy that focuses on seeking advantage and creating and using lasting competitive advantage, such as how companies use the resource configuration to create value, how they discover current and future opportunities, what strategic entrepreneurship means for companies, what is the scope of strategic management and entrepreneurship disciplines are grouped. In the same way, sub-themes and research questions related to entrepreneurship such as how entrepreneurship opportunities are discovered and used, the importance of knowledge and networks in order to reveal new opportunities for companies and gain competitive advantage are grouped. Apart from these, potential theories that can be used while dealing with the phenomenon, potential variables that can be determinative, administrative and organizational focal points have been tried to be understood. Within the scope of the relevance of these focal points to the entrepreneurial orientation dimensions of proactivity, innovation, risk-taking, autonomy and aggressive competitiveness, the main theme has been reached with an inductive approach, and a model proposal has been presented in which the ultimate goal of strategic entrepreneurship, wealth and value creation, is reached with a linear approach. Simsek, Heavey, and Fox (2017, p. 3) have defined strategic entrepreneurship as “action repertoires” that embody opportunities-seeking and advantage-seeking behaviors with the aim of creating and capturing value with specific and observable actions at the beginning. The “action repertoires” mentioned by the authors were tried to be discussed in the context of entrepreneurial orientation dimensions such as proactivity, innovation, risk taking, autonomy and aggressive competitiveness.

As a concept that includes strategic entrepreneurship discourses, innovation reflects the tendency of senior managers to prefer change and innovation to gain competitive advantage for their businesses (Covin & Slevin, 1989; Miller, 1983). The firm's tendency to participate in and support new ideas, innovations, experiments, and creative processes that may result



in new products, services, or technological processes (Lumpkin & Dess, 1996) are emphasized.

Aggressive competitiveness, which is another concept that includes strategic entrepreneurship discourse, has been used to express the tendency of a business to directly and intensely challenge and confront its competitors in order to enter or improve the position, that is, to outperform its sector competitors in the market (Lumpkin & Dess, 1996). Being a fast-track with aggressive competitiveness, setting high market share targets, drastically reducing prices, or investing heavily in marketing, service and quality, and production capacity (Lumpkin & Dess, 1996; MacMillan & Day, 1987; Venkatraman, 1989) highlighted. It has been stated that the concept of aggressive competitiveness is a subject that needs to be addressed with the concept of dynamic capabilities in the literature (Akarsu, 2021, p. 42).

The concept of proactivity, which contains the patterns of entrepreneurship and strategy phenomena, has been defined in different ways in the literature. Venkatraman (1989, pp. 125-127) evaluated proactivity as seeking new opportunities that may or may not be related to existing business lines, introducing new products and brands before competition, and strategically eliminating operations that are in mature or declining stages of their life cycles. Proactivity is an opportunity-seeking, initiative-taking approach that includes being the first to enter the market, taking the first action, thus creating competitive advantage and searching for market leadership positions (Akarsu & Döven, 2022, p. 15). The proactive entrepreneur takes an active role in trade by researching, finding demanded goods and demanding markets. In this respect, proactivity is a phenomenon related to the capacity to anticipate and seek new opportunities.

By the autonomy dimension, it is meant hatless individuals and roofless flat organizations that support the efforts of the employees who do their jobs in autonomy, enable them to make their own decisions, and have the freedom to think and act without intervention (Akarsu, 2021, p. 30). It has been emphasized to be free to pursue new entrances and opportunities, to be a decision maker and pioneer, to have an independent spirit and world of ideas, to reveal their vision and leadership, and to convey the prevalence of entrepreneurs within the enterprise. It is necessary to draw attention to the importance of autonomy for strategic leaders who want the active use and prevalence of strategic entrepreneurship in their organizations.

Within the scope of the study, it is possible to examine the researches in the literature in order to show the evolution and flow of the phenomenon of strategic entrepreneurship and to reveal representative themes or issues. The main trends of the phenomenon, which was observed to spread to more than one discipline, were tried to be determined. The development, emphasis and themes of strategic entrepreneurship around the main theme of managerial and organizational focus, strategy and entrepreneurship, which are expressed as inseparable twins in the literature, which can be the antecedents and successors of the field of strategic entrepreneurship are given in Table 3. Within the scope of the study, the role of this concept, which can be described as a theoretical toolbox (Mazzei, Ketchen, & Shook, 2017), in company growth is discussed and it is aimed to reveal the field structure and dynamics of the strategic entrepreneurship concept that can affect the future of organizations



that blend strategy and entrepreneurship under its roof. The aim of this study is also suggesting a framework that structures the research field.



Ek Bilgiler

Çıkar Çatışması Bilgisi: Yazar, çalışmada çıkar çatışması olmadığını kabul etmektedir.

Destek Bilgisi: Çalışmada herhangi bir kuruluştan destek sağlanmamıştır.

Etik Onay Bilgisi: Çalışma, etik onay belgesi gerektirmemektedir. Teorik bir çalışmadır.

Katkı Oranı Bilgisi: Yazarın katkı oranı %100'dür.

