

## ULUSLARARASI GİRİŞİMCİLİK ÜZERİNE LİTERATÜR TARAMASI <sup>1</sup>

### Literature Review On International Entrepreneurship

Betül DEMİR <sup>2</sup>

**Cite As:** Demir, B. (2021). "Uluslararası Girişimcilik Üzerine Literatür Taraması", International Journal of Disciplines Economics & Administrative Sciences Studies, (e-ISSN:2587-2168), Vol:7, Issue:35; pp:912-919

#### ÖZET

Günümüzde küreselleşme, iletişimin kuvvetlenmesi ve güçlenmesi ile birlikte gelişen ve kolaylaşan dünya pazarı, şirketleri uluslararası ticarete yönlendirmektedir. Bu sayede, uluslararası girişimcilik kavramı oluşmaktadır. Uluslararası girişimcilik konusu itibarıyla işletmelerin veya aracılık faaliyetlerinde bulunan kişi ve kurumların, sınır ötesi bağlamlarda proaktif aracılık ve risk alma davranışları ile birlikte uluslararası girişimci faaliyetlerinin nasıl keşiştiğini incelemektedir. Ayrıca uluslararası girişimcilik literatürü, yeni girişimler ve kaynaklar arasındaki ilişkiyle ilgilenmektedir. Uluslararası girişimcilik alanında, yeni girişimlerin dünyamızı, özellikle finansal zenginlik yaratma açısından nasıl etkilediğini anlamamıza önemli katkılarda bulunmaktadır. Dünya çapında araştırmaların giderek büyümesiyle birlikte, uluslararası girişimcilik araştırmalarının sınırları ve analiz düzeyi hakkında birçok soru ortaya çıkmaktadır. Bu çalışmada, uluslararası girişimcilik konusunun literatür çalışması yapılacaktır. Ayrıca uluslararası girişimciliğin tanımları, uluslararası girişimciliğin gelişimine ilişkin yaklaşımlar, öğrenme teorisi ve bilgi yönetimini içeren başlıklara da yer verilecektir. Çalışmamızda uluslararası girişimcilikle ilgili Türkçe ve yabancı kaynaklı geçmiş çalışmalardan faydalanılmıştır. Akademik alanda uluslararası girişimcilik ile ilgili özet kaynak eksikliğini gidermek amacıyla toparlayıcı ve tanımlayıcı nitelikte olacağı düşünülmektedir.

**Anahtar Kelimeler:** Uluslararası Girişimcilik, Uluslararası Girişimcilik Yaklaşımı, Literatür Taraması

#### ABSTRACT

Today, the world market, which is developing and facilitating with globalization, strengthening and strengthening of communication, directs companies to international trade. In this way, the concept of international entrepreneurship is formed. In terms of international entrepreneurship, it examines how businesses or individuals and institutions engaged in intermediation activities intersect with proactive intermediation and risk-taking behaviors in cross-border contexts and international entrepreneurial activities. In addition, the international entrepreneurship literature deals with the relationship between new ventures and resources. In the field of international entrepreneurship, it makes an important contribution to our understanding of how new ventures affect our world, especially in terms of financial wealth creation. With the growing growth of worldwide research, many questions arise about the limits and level of analysis of international entrepreneurship research. In this study, a literature study of the subject of international entrepreneurship will be made. In addition, titles including definitions of international entrepreneurship, approaches to the development of international entrepreneurship, learning theory and knowledge management will be included. In our study, Turkish and foreign-sourced past studies on international entrepreneurship were used. It is thought that it will be of a summative and descriptive nature in order to eliminate the lack of summary resources related to international entrepreneurship in the academic field.

**Key Words:** International Entrepreneurship, International Entrepreneurship Approach, Literature Review

## 1. GİRİŞ

Uluslararası girişimcilik konusu, birden fazla endüstriyel faaliyet alanını ve daha sonra küresel endüstriyi kapsayarak hızla büyüyen bir gelişim sürecini kapsamaktadır. Geçmişteki uluslararası girişimcilik araştırmaları, şirketlerin erken uluslararasılaşmasına, finansal ve finansal olmayan sonuçlara yol açan makro sektörler ve firmaya özgü değişkenlerini incelemektedir. Daha önce yazılan uluslararası girişimcilik araştırmalarının çoğu odak olarak korelasyonel ve tasarımda statik olmuştur.

Uluslararası girişimcilik, gelecekteki mal ve hizmetleri üretmek için ulusal sınırları aşan fırsatların keşfi, yasalaştırılması, değerlendirilmesi ve kullanılmasıdır. "Ulusal sınırları aşan" ifadesi, bu bağlamda özel bir anlamı olduğu için uluslararası girişimcilik tanımlarında sık sık vurgulanmıştır. Gelecekte oluşabilecek mal veya hizmetleri üretmek için fırsatları keşfeden, yasalaştıran, değerlendiren veya kullanan ve bunu yapmak için ulusal sınırları aşan aktörler (kuruluşlar, gruplar veya bireyler) uluslararası girişimci aktörlerdir. Ek olarak uluslararası girişimcilik çalışmaları, ilki girişimci aktörlerin sınır ötesi davranışlarına odaklanan, ikincisi girişimcilerin, ulusal sınırları aşan karşılaştırma, davranış ve içinde buldukları koşullara odaklanan iki dalı vardır.

<sup>1</sup> Bu çalışma Betül DEMİR'in yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

<sup>2</sup> Yüksek Lisans Öğrencisi, Yalova Üniversitesi, Uluslararası Ticaret ve Finansman Ana Bilim Dalı, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, Yalova, Türkiye

Wright ve Ricks (1994) ilk olarak uluslararası girişimciliğin, uluslararası işletme ve araştırma faaliyetine bağlı, yeni ancak farklı bir hamlesi olduğunu ileri sürdüler. Gelişmekte olan küresel dünya göz önüne alınarak, girişimcilerin ve küçük işletmelerin artık iç pazarlarla sınırlı olmadığını ve yerel odaklı girişimcilerin bile uluslararası işletmelerden gelen rekabete dikkat etmesi konusu üzerine araştırma yapmışlardır. Küçük işletmeler ile yapılan araştırmaların “yeni gerçekleri yansıtacak şekilde geliştiğini” gözlemlemişlerdir (Wright ve Ricks, 1994: 699). Ancak, bu araştırmanın kapsamı veya yönü hakkında herhangi bir kanıt sunmamaktadırlar.

Girişimler tarafından tercih edilen stratejiler, erken uluslararasılaşmalarında önemli bir role sahiptir (Andersson, 2000: 77). Bunun nedeni, kaynak bağımlılığı ve çevresel belirsizliğin onlar için çok fazla olmasıdır. Kaynak bağımlılığını azaltmaya yönelik bir strateji uygulamak, girişimlerin belirli kaynaklara erişmesini sağlayacak ve dolayısıyla performansları üzerinde bir etkisi olacaktır. Bu nedenle uluslararası yeni girişimlerin seçeceği ve uygulayacağı stratejiler büyük önem taşımaktadır. Uluslararası yeni girişimler, yeni pazarlara girer ve stratejilerinin yardımıyla büyür. Büyüme hayatta kalma olasılığını artırır (Chen, Zou, Wang, 2009: 294).

Bu çalışmada uluslararası girişimcilik kavramı ile ilgili literatür taraması yapılarak, uluslararası girişimciliğin gelişimine ilişkin yaklaşımlar, öğrenme teorisi ve bilgi yönetimini içeren bölümler oluşturulmuştur.

## 2. ULUSLARARASI GİRİŞİMCİLİK

Geçtiğimiz son yıllarda, teknolojik gelişme ve pazarların küreselleşmesi ile ilgili olarak uluslararası girişimcilik literatürüne olan ilgi oldukça artmıştır. Piyasalardaki köklü değişimler sonrasında, küçük firmaların çok erken yaşta dış pazara girmesi için birçok fırsat oluşmuştur. Geleceğin oldukça parlak çalışma alanı olarak, birçok araştırmacı son zamanlarda genç firmaların uluslararasılaşma hızını ve hızlı uluslararasılaşma sürecini etkileyen itici güçlere odaklanmıştır.

Akademisyenler, uluslararası girişimcilik faaliyetleri alanının, firmanın büyüklüğü veya yaşı ile sınırlanmayacağını ortaya koymuşlardır (Zahra ve George, 2002). Bu konuda; bilim adamları, uluslararası girişimciliğin geniş ve yaygın olarak kabul edilen bir tanımını ortaya koydular. Oviatt ve McDougall'a (2005) göre, "uluslararası girişimcilik, gelecekteki mal ve hizmetleri yaratmak için ulusal sınırların ötesindeki fırsatların keşfi, yasalaştırılması, değerlendirilmesi ve kullanılmasıdır."

Başka bir deyişle; uluslararası girişimcilik, firmalar için rekabet avantajı elde etmelerini sağlayan, yurtdışındaki fırsatların tanınmasına ve kullanılmasına dayanan bir dizi faaliyeti temsil eder. Bu faaliyetler, farklı bilgilerin belirlenmesini ve yurtdışındaki fırsatların kullanılmasını sağlayan, belirli beceri ile yetkinlik içermektedir. Geniş bir çok tanımına rağmen, literatürde bu etkinin belirgin olduğu yeni uluslararasılaşma süreci ile büyük ölçüde ilişkilidir. Bugüne kadar, çalışmaların çoğu hala yeni firmaların uluslararasılaşmasına ve erken uluslararasılaşmanın itici güçlerine odaklanmaktadır. Sonuç olarak, uluslararası girişimcilik için literatürün teorik çerçeveye bağlı kalmadan gelişerek ve yenilenecek devam etmektedir (Çelik, 2020).

Uluslararası araştırmacılar Wright ve Ricks (1994), uluslararası girişimciliğinin, yeni oluşturulan bir araştırma yönü olduğunun altını çizmiştir. Bununla birlikte uluslararası girişimcilik yapılan bölgenin, ulusal sınırları aşan ve girişimci olan organizasyon davranışlarının yanı sıra, birden fazla ülke ve kültürdeki girişimcilik davranışlarının karşılaştırmalarını içerdiğini açıkça ifade etmişlerdir.

Bununla birlikte, girişimciliğin tanımı, devam eden bir tartışma konusudur ve gelişmeye devam etmektedir. Girişimciliğin yenilikçi, proaktif ve risk arayan davranışın bir kombinasyonu olduğu fikri, stratejik yönetim literatüründe köklerini bulur, ancak bunlar akademisyenlerin tanımladığı tek girişimcilik boyutları değildir. Lumpkin ve Dess (1996), çeşitli “girişimci yönelim” boyutlarını vurgulamış ve bunları yeni bir girişim başlatma eylemiyle eşitledikleri girişimciliğin tanımından ayırmıştır.

Shane ve Venkataraman (2000), fırsatları, sosyal çevrelerinden etkilenen insanlar tarafından öznel olarak tanınmanın ötesine geçen “nesnel fenomenler” olarak tasvir etmişlerdir (Baker, Gedajlovic ve Lubatkin, 2003). Yani insanlar harekete geçer, eylemlerinin ne yarattığını yorumlar ve bu yorumların sonucunda ekonomik fırsatlar doğar sonucuna ulaşılmaktadır. Örneğin Shane (2000), tek bir teknolojinin farklı uygulamalarından sekiz yeni girişim fırsatının nasıl yaratıldığını anlatmıştır. Teknolojinin mucitleri, sekiz uygulamanın hiçbirini keşfedememiştir ve girişimciler teknolojiyi keşfetmiş olsa da, fırsatı yaratan, araştırmacıların kendine özgü yorumları olmuştur. Shane (2000) bunu bir keşif süreci olarak adlandırırken, Weick (1995)'in canlandırma tanımına benzemektedir. Bu nedenle:

Uluslararası girişimcilik, gelecekteki mal ve hizmetleri yaratmak için ulusal sınırları aşan fırsatların keşfi, yasalaştırılması, değerlendirilmesi ve kullanılmasıdır.

Bu nedenle, uluslararası girişimciliğin bilimsel alanı -ulusal sınırlar ötesinde- bu fırsatların nasıl, kimler tarafından ve hangi etkilerle etkilendiğini inceler ve karşılaştırır.

Yukarıda belirtilenler doğrultusunda, uluslararası girişimcilik arenasını, hem ulusal sınırları aşan girişimcilik faaliyetlerinin incelenmesini hem de birden fazla ülkedeki yerli girişimcilik faaliyetlerinin karşılaştırılmasını içermektedir (McDougall ve Oviatt, 2003).

### 3. ULUSLARARASI GİRİŞİMCİLİĞİN GELİŞİMİNE İLİŞKİN YAKLAŞIMLAR

Uluslararası girişimciliğin gelişimi ve günümüzde hızla artan uluslararasılaşmış işletmelerin faaliyette buldukları koşulları tanımlamak ve açıklamak için araştırmacılar tarafından oluşturulan yaklaşımlar mevcuttur. Bunun öncelikli nedenleri arasında uluslararasılaşan şirketlerin büyüklük, yaş ve sektör açısından birçok farklı yapıya sahip olmaları ve uluslararası girişimciliği farklı şekillerde oluşturmalarıdır. Aşağıda uluslararası girişimciliğe katkı sağlayan dört farklı uluslararası yaklaşımdan bahsedilecektir. Bunlar; Ağ Yaklaşımı, Aşama Yaklaşımı, Küresel Doğanlar Yaklaşımı ve sonuncusu bu üç yaklaşımın birleşiminden oluşan Uluslararası Girişimcilik Yaklaşımı'dır (Tayauova, 2013).

#### 3.1. Ağ Yaklaşımı

Ağ oluşturma, girişimci için güçlü bir araçtır (Dubini & Aldrich, 1991) ve ağ analizi, uluslararası girişimcilik araştırmacıları için güçlü bir çerçeve oluşturmuştur. Firmalar, kaynaklara erişmek, işlem maliyetlerini kontrol etmek, stratejik konumlarını iyileştirmek, yeni beceriler öğrenmek, meşruiyet kazanmak ve hızlı teknolojik değişimlerle olumlu bir şekilde başa çıkmak için ağlarını kullanırlar.

Ağlar karşılıklı normlarını, kişisel ilişkileri, itibarı ve güveni vurgular (Larson, 1992). Girişimcinin ağı, soyut ve kendine özgü olan sosyal sermayeyi temsil eder ve güven oluşturmaya yardımcı olur ayrıca tekrarlanan etkileşimler yoluyla da değer kazanmaktadır (Coleman, 1990). Güven, ağ bağlantısının sağlamlığını belirleyen temel unsurdur (Dubini ve Aldrich, 1991). Bir girişimci, bir değişimde bir ağ bağlantısından yararlandığında ve böylelikle sosyal sermayesini kullandığında, beklenen bir karşılık olan bir borç yüklenmektedir.

Johanson ve Vahlne'nin (2003) ağ modeli, özellikle uluslararası girişimcilik araştırmacılarını ağ teorisini mevcut firma uluslararasılaştırma teorilerine entegre etmeye çağırır (Oviatt & McDougall, 1994; Bell, 1995; Coviello & Munro, 1995, 1997). Uluslararası girişimcilik çalışmasından ayrı olarak, hem uluslararası işletme (örneğin, Johanson ve Mattsson, 1988; Ghoshal & Bartlett, 1991; Axelsson & Easton, 1992; Forsgren, 1989) hem de girişimcilik (örneğin, Aldrich & Zimmer, 1986) alanındaki akademisyenler, kendi çalışma alanları için ağ araştırmasının önemini fark etmişlerdir.

Ağ teorisini kullanan uluslararası girişimcilik araştırmalarının çoğu, girişimci/girişimci ekibin kişisel ve genişletilmiş ağlarına odaklanmış olsa da, örgütsel ağlara odaklanan önemli bir çalışma grubu da vardır. Birkinshaw'un (1997) kurumsal girişimcilik çalışması, çok uluslu şirketi organizasyonlar arası bir ağ olarak gören çok uluslu şirketlerin yan kuruluşlarının inisiyatiflerini incelemek için kavramsal bir çerçeve oluşturur.

Ağları güçlendirmede hükümetlerin rolü birkaç araştırmacı tarafından incelenmiştir. McNaughton ve Bell (1999) tarafından, birçok ülke büyümeyi ve uluslararasılaşmayı teşvik eden ağları teşvik etmek için ilişki komisyoncuları için devlet finansmanı sağlamaktadır. Cooke ve Morgan (1994), başarılı bölgesel ekonomiler üzerine yaptıkları çalışmalarda ağları teşvik etmede devlet kurumlarının ve iş birliklerinin rolünü vurgulamaktadır.

Özetle, ağ analizi, uluslararası girişimcilik araştırmacısı için güçlü bir çerçeve sunmaktadır. Ağlar, girişimcilerin uluslararası fırsatları belirlemesine, güvenilirlik oluşturmaya, bilgi ile birlikte kritik kaynaklara erişim sağlamasına, stratejik ittifaklara ve diğer işbirliği stratejilerine yol açmasına yardımcı olmaktadır (McDougall ve Oviatt, 2003).

#### 3.2. Aşama Yaklaşımları

##### 3.2.1. Uppsala Modeli (U-Model)

Uluslararasılaştırma aşamaları için ilk yaklaşım Uppsala Uluslararasılaştırma Modeli olarak tanımlanabilir. Uppsala modeli U-M, Wiedersheim ve Johanson; Johanson, Paul ve Vahlne'nin ortak çalışması sonucunda oluşturulmuştur. Bu yaklaşımın inovasyonla ilgili uluslararasılaşma modelleri için ilham kaynağı olduğu

kanıtlanmıştır. Wiedersheim ve Johanson, Andersen (1993) ve Paul (1975), bir firmanın küresel pazara adım atarken kullanabileceği dört farklı modeli ayırt etmiştir. Bu modelin ilk aşamasında firma düzenli bir ihracata sahip değildir. İkinci aşamada, ihracat bağımsız bir temsilci veya acente aracılığıyla yapılabilmektedir. Bir uluslararası satış distribütörü üçüncü aşamada gerçekleşmektedir ve firma uluslararası bir üretim tesisine sahip olduğunda dördüncü aşama tamamlanmaktadır.

Uppsala modeli, bir firmanın dış pazardaki faaliyetlerini yoğunlaştırmak için attığı adımları özetleyen bir teori olarak görülebilir. Bu adımlar, bir iç pazarda deneyim kazanmayı ve ardından uzak pazarlardaki firmalardan kültürel ve coğrafi operasyonları gözlemlemeyi içermektedir. Firmalar, ihtiyaç duydukları tüm bilgileri edindikten sonra, geleneksel ihracatı kullanarak yurtdışı operasyonlarına devam edebilir ve daha sonra şirket, hedef düzeyinde yoğun talepli operasyon modellerini (satış, yan kuruluşları vb.) kullanarak kademeli olarak gelişebilir.

### 3.2.2. Yenilikçi Modeller (I-Model)

Uppsala modelini esas alan yenilikçi modele (Bilkey ve Tesar, 1977) göre de benzer olarak uluslararasılaşmanın aşamalı olduğunu savunmaktadır. Bu aşamalar, Rogers'ın "Yeniliklerin Yayılımı" isimli kitabında ayrıntılı bir şekilde açıkladığı ve beş aşamadan oluşan öğrenme aşamaları sonucu ortaya çıkmıştır (Andersen,1993:212). Modellerde uluslararasılaşma, oluşturulan işletmenin yeniliği olarak açıklanmaktadır. Yenilikçi modellerde, uluslararasılaşma, yeniliği firmaya uyarlamak şeklinde tanımlanmaktadır (Faiz, 2013).

Yenilikçi modellerde savunulan temel noktalar benzer olmakla beraber, model aşamalarının tanımları ve sayısı bakımından çeşitli farklılıklar göstermektedir. Örnek olarak; Çavuşgil ve Reid'in (1980) oluşturdukları modelde 5 aşamalı ancak ihracatın bilincinde olduğunu ve işletmenin yalnızca iç pazara yöneldiğini; Bilkey ve Tesar ve Czinkota'nın (1977) oluşturdukları 6 aşamalı modelinde yönetimin ihracatla bir bağlantısı olmadığını belirtmektedir (Tayauova, 2013).

### 3.3. Küresel Doğan Yaklaşım

Küresel doğan yaklaşımı, geleneksel uluslararasılaştırma yöntemlerine meydan okur çünkü işletmeler, yavaş ilerleyen rotayı kullanmak yerine operasyonlara başladıktan hemen sonra uluslararası pazara girmektedir (Oviatt ve McDougall (2004); Madsen ve Servais (1997). Bu firmalar, birden fazla ülkede satış ve ihracat bolluğu nedeniyle rakiplerine göre önemli bir avantaja sahiptir. Ancak Chetty ve Campbell-Hunt (2004) iç pazarlarda başarısız olabileceklerini ancak rekabet avantajlarının çoğunun birden fazla yabancı ülkede satışlardan kaynaklandığını belirtmektedir. Knight (1996), niş pazarların arttığını ve ardından küresel ölçekte özel ürünlere olan talebin arttığını gözlemlemiştir. Gelişmekte olan ülkelere firmalara küresel ölçekte faaliyet gösterme fırsatı veren bu taleptir.

Yeni kurulan firmalar başlangıçta sık sık sınırlı kaynakları olarak bilinmesine rağmen küresel doğan işletmeler, yeni kurulmasına rağmen kısa zamanda uluslararası satış yapmaya hazırlanır. Küresel doğan şirketlerinin sayısının oldukça fazla olmasının yanı sıra geleneksel bakış açısı olarak tanımlanan yaklaşımların aksine daha hızlı uluslararasılaşma göstermektedir (Yalçın, 2018).

### 3.4. Uluslararası Girişimcilik Yaklaşımı

Uluslararası girişimcilik yaklaşımı, ihracatı temel alan bir yaklaşım olmasının yanı sıra özellikle gelişmiş ülkelerdeki girişimcilerin uluslararası alanda gerçekleştirdikleri ticari faaliyetler bütünüdür. Bu yaklaşım, gelişmiş ülkelerin küreselleşme ihtiyacıyla ulusüstü gerçekleştirdikleri ticari faaliyetleri içermektedir. Uluslararası girişimcilik yaklaşımı, aşama yaklaşımlarında gereken ilgiyi görmeyen girişimcilik olgusunu kapsayıp, işletme ya da bireylerin girişimcilik davranışlarını bu yaklaşımın temeli olarak kabul etmektedir. Etemad ve Wright, büyük firmaların girişimci olabilecekleri gibi, küçük firmaların da aynı şekilde uluslararası pazarda büyük işletmelerin yararlandığı olanaklardan faydalanabileceğini belirtmektedir.

Özetle, uluslararası girişimcilik yaklaşımının en önemli noktası uluslararası değer yaratarak elde edilen çıktılarının birden fazla ülkeye ticaretini yapmaktır. Daha sonrasında ise elde edilen parasal olguları küresel boyutta değer yaratmak için kullandığı görülmektedir (Yalçın, 2020).

## 4. ÖĞRENME TEORİSİ VE BİLGİ YÖNETİMİ

Yerel pazar bilgisi edinme ihtiyacı, uluslararasılaşmanın temel ilkelerinden birisidir. Bu nedenle, akademisyenler, uluslararası pazara girmek veya bu pazarda büyümek için örgütsel öğrenmenin varlığını ve önemini kabul etmişlerdir (örn., Andersen, 1993; Barkema ve Vermeulen, 1998; Erramilli, 1991; Inkpen ve

Beamish, 1997; Luo, 1997; Lord ve Ranft, 2000). Öğrenme, Johanson ve Vahlne'nin (1977) orijinal uluslararasılaşma modelinin birincil unsuruydu ve aynı şekilde uluslararası iş ağı modelinin de birincil unsuru olarak belirtilmektedir (Johanson ve Vahlne, 2003).

Organizasyonel öğrenme, Autio ve diğerleri tarafından “yeni bilgiyi organizasyonun bilgi tabanına asimile etme süreci” (2000: 911) olarak tanımlanmaktadır. Bu tanımda da belirtildiği üzere bilgi yönetimi üzerine artan araştırmalar, öğrenme teorisi ile yakından ilişkilidir. Bilginin yönetimi, farklı kültürlerin, kurumsal yönetim sistemlerinin, zaman dilimlerinin ve dillerin dahil olduğu ulus ötesi ortamlarda daha zor olduğunu belirtmektedir (Kummerle, 2002).

Uluslararası pazarlarda rekabet eden girişimci firmalar için öğrenme süreci, firmaların yabancılik yükümlülüklerinin üstesinden gelmelerine yardım etmede kritik öneme sahiptir (Hymer, 1976; Inkpen & Beamish, 1997; Zaheer, 1995). Bunun nedeni, bu yükümlülüğün çoğunu yabancı firmanın yerel pazar bilgisi eksikliği ile ilgilidir (Lord ve Ranft, 2000). Ek olarak, öğrenme, uluslararası alanda rekabet eden girişimci firma için kritik öneme sahiptir. Dolayısıyla bilgi genellikle firmanın en kritik varlığıdır ve rekabet avantajı elde etmenin birincil amacıdır. Öğrenme teorisinin önemi ve bilgi yönetimi araştırması, uluslararası alanda yeni girişimlerin örnek olay incelemelerinde sıkça gösterilmiştir (Kummerle, 2002; McDougall ve diğerleri, 1994; Simões & Dominginhos, 2001). Uluslararası arenada başarılı bir şekilde rekabet edebilmek için bu girişimler, bilgi stokları oluşturmak ve yeni bilgiler yaratmak için öğrenme sürecini etkin bir şekilde yönetmelidir.

Zahra ve diğerleri (2000) ise, 321 yeni girişimin posta anket verilerini kullanarak, bu girişimlerin uluslararasılaşma yoluyla kazanılan teknolojik öğrenmeyi nasıl kullandığını incelemişlerdir. Bu çalışmada, uluslararası genişlemenin bir firmanın teknolojik öğrenimi üzerindeki etkilerini gözlemlemişlerdir. Sonuçlar, uluslararası çeşitlilik ile yeni bir girişimin teknolojik öğreniminin genişliği, derinliği ve hızı arasında güçlü bir pozitif ilişki olduğunu göstermektedir.

Sonuç olarak, bilgi yönetimi, uluslararası çeşitlendirme, uluslararası genişleme, ittifaklar ve ağlar ile ilgili çalışmalarda öğrenme teorisinin kullanımı için birçok örnek bulunmaktadır (Barkema ve Vermeulen, 1998; Zahra ve diğerleri, 2000); Bresman, Birkinshaw ve Nobel, 1999). Bu çalışma alanlarının her biri, uluslararası girişimcilik içinde bilginin ilerlemesi için önemlidir.

## 5. SONUÇ

Bu çalışmada uluslararası girişimcilik konusu hakkında literatürde bulunan bilgilerin artırılması, özet halinde sunulması ve derlenmesi amaçlanmıştır. Öncelikle uluslararası girişimcilik kavramı, uluslararası girişimciliğin gelişimine ilişkin yaklaşımlar, öğrenme teorisi ve bilgi yönetimi başlıklarına yer verilmiştir. Daha sonra farklı çalışmalarda yer alan uluslararası girişimcilik konusu ile ilgili bilgiler bir araya getirilip konunun açıklanması hedeflenmiştir.

Giamartino, McDougall ve Bird (20), yüz kırk yedi Girişimcilik Bölümü üyesiyle anket yaparak girişimcilik alanının mevcut durumunu değerlendirdiler. Yanıtlar, “uluslararası girişimcilik” kavramını daha iyi tanımlamak, girişimciliğin uluslararasılaşmasına yönelik fırsatları ve engelleri belirlemek ve Girişimcilik Bölümü'nün yanı sıra Yönetim Akademisi'nin bu alanı uluslararasılaşmadaki uygun rolünü incelemek için kullanıldı. Yazarlar, bir sonraki adımın uluslararası girişimcilik araştırmaları için dergilerin kapsamlı bir incelemesi olması gerektiği sonucuna vardılar (Cox, 1997).

Rodríguez-Ruiz ve diğerleri (2019, 293) uluslararası yeni girişimler üzerine yapılan çalışmaları analiz ettikleri araştırmalarında, çalışmanın örneklemini farklı sektörlerden uluslararası yeni girişimler olduğunu belirtmişlerdir. Çalışmanın örnekleminde farklı sektörlerden oluşan yeni girişimler de bulunmaktadır. Böylece farklı sektörlerde faaliyet gösteren yeni girişimler için ortak stratejiler belirlenmiştir. Kaynak bağımlılıklarını azaltmaya yönelik stratejiler ile ilgili bulgular araştırılırken, yeni girişimlerin örgütler arası ilişkiler kurduğu tespit edilmiştir. Yeni girişimler tarafından kurulan organizasyonlar arası ilişkilerin satış ortağı anlaşmaları, know-how anlaşmaları, Ar-Ge anlaşmaları ve ortak pazarlama anlaşmaları olduğu sonucuna ulaşılmıştır (Çelik, 2020).

Bu araştırmada, uluslararası girişimcilik ile ilgili literatür taraması yapılarak gelecekte yapılacak olan araştırmalara ışık tutması hedeflenmiştir. İlk olarak uluslararası girişimcilik kavramı tanımlanmıştır. Daha sonra uluslararası girişimciliğin gelişimine ilişkin yaklaşımlar başlığı altında ağ yaklaşımı, aşama yaklaşımları, küresel doğan yaklaşımlar ve uluslararası girişimcilik yaklaşımı olarak dört alt başlıkta toplanmıştır. Son olarak öğrenme teorisi ve bilgi yönetiminden söz edilmiştir. Araştırma, literatürde uluslararası girişimcilik

alanında oluşan boşluğu doldurmak amacıyla yazılmıştır. Uluslararası alanda diğer girişimcilik süreçleri ele alınmamıştır. Uluslararası finansman, pazarlama veya insan kaynaklarını girişimcilik perspektifinden inceleyen hiçbir çalışmaya rastlanmamıştır. Ayrıca McDougall, Oviatt ve birkaç kişi daha küresel girişimcilik çalışması için zemin hazırlamıştır, ancak “boşlukları doldurmak” için daha fazla çalışmaya ihtiyaç duyulmaktadır.

## KAYNAKÇA

- Aldrich, H. & Zimmer, C. (1986). Entrepreneurship through social networks. In D.L. Sexton & R.W. Smilor (eds.), *The Art and Science of Entrepreneurship*, Cambridge, MA: Ballinger, 3-23.
- Andersen, Otto. 1993. The Internalization Process of Firms: A Critical Analysis. *Journal of International Business Studies*. vol.24. no.2: 209-231.
- Andersson, S., “The Internationalization of the Firm from an Entrepreneurial Perspective”, *International Studies of Management and Organization* 30(1), 63-92, (2000)
- Autio, E., Sapienza, H.J., & Almeida, J.G. (2000). Effects of age at entry, knowledge intensity, and imitability on international growth. *Academy of Management Journal*, 43: 909-924.
- Axelsson, B. & Easton, G. (Eds.) (1992) *Industrial Networks: A New View of Reality*, London: Routledge.
- Baker, T., Gedajlovic, E. & Lubatkin, M. (2003). *The Global Entrepreneurship Mosaic: A Framework for Fitting the Piece Together*. Unpublished Manuscript.
- Barkema, H.G. & Vermeulen, F. (1998). International expansion through start-up or acquisition: A learning perspective. *Academy of Management Journal*, 41: 7-26.
- Bell, J. (1995). The internationalisation of small computer software firms—A further challenge to “stage” theories. *European Journal of Marketing*, 29 (8): 60-75.
- Bilkey, W.J., & Tesar, G. (1977). The export behavior of smaller-sized Wisconsin manufacturing firms. *Journal of International Business Studies (Pre-1986)*, 8, 93-98..
- Bilkey, Warren J., George Tesar. 1977. The Export Behavior of Smaller-sized Wisconsin Manufacturing Firms. *Journal of International Business Studies*. vol.8. no.1: 93-98.
- Birkinshaw, J. (1997) Entrepreneurship in multinational corporations: The characteristics of subsidiary initiatives. *Strategic Management Journal*, 18: 207-229.
- Bresman, H., Birkinshaw, J., Nobel, R. (1999). Knowledge transfer in international acquisitions. *Journal of International Business Studies*, 30: 439-462.
- Cavusgil, S.T. (1980). On the internationalization process of firms. *European Research*, 8, 273 – 280. Reid, S.D. (1981). The decision-maker and export entry and expansion. *Journal of International Business Studies (Pre1986)*,12, 101-112.
- Chen, Xiaoyun, Huan Zou, Danny T. Wang. 2009. How do New Ventures Grow? Firm Capabilities, Growth Strategies and Performance. *Internationalization Journal of Marketing*: 294-303.
- Chetty, S. and Campbell-Hunt, C. (2004). A Strategic Approach to Internationalization: A Traditional Versus a ‘Born-Global’ Approach. *Journal of International Marketing*, 12(1), 57–81.
- Coleman, J.S. (1990). *Foundations of Social Theory*. Cambridge, MA: The Belknap Press of Harvard University
- Cooke, P. & Morgan, K. (1994). The regional innovation center in Baden-Wurttemberg. *International Journal of Technology Management*, 9: 394-429.
- Coviello, N.E. & Munro, H.J. (1995). Growing the entrepreneurial firm: Networking for international market development. *European Journal of Marketing*, 29: 49-61.
- Cox, L. W. (1997, June). International entrepreneurship: a literature review. In *USASBE/ICSB World Conference, United States Association for Small Business and Entrepreneurship, San Francisco, CA*.
- Czinkota, M.R. (1982). *Export Development Strategies*. New York: Praeger.

- Çelik, M. Resource dependence reduction strategies for international new ventures. Yüksek Lisans Tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi, 2020.
- Dubini, P. & Aldrich, H. (1991). Personal and extended networks are central to the entrepreneurial process. *Journal of Business Venturing*, 6: 305-313.
- Erramilli, M.K. (1991). The experience factor in foreign market entry behavior of service firms. *Journal of International Business Studies*, 22: 479-501.
- Etemad, H., Wilkinson, I., & Dana, L. P. (2010). Internalization as the necessary condition for internationalization in the newly emerging economy. *Journal of International Entrepreneurship*, 8(4), 319-342.
- Faiz, E. *Uluslararası girişimcilik yöneliminin proaktiflik boyutu: küresel doğan işletmeler üzerine bir araştırma*. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, 2013.
- Forsgren, M. (1989). Foreign acquisitions: Internationalization or network dependency. In S.T. Cavusgil (ed.), *Advances in International Marketing*, Greenwich: JAI Press, 3: 121-139.
- Ghoshal, S. & Bartlett, C.A. (1991). The multinational corporation as an interorganization network. *Academy of Management Review*, 15: 603-625.
- Giamartino, G.A., McDougall, P.P., & Bird, B.J. (1993). International entrepreneurship: The state of the field. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18: 37-41.
- Hymer, S.H. (1976). *The International Operations of National Firms*. Cambridge, MA: MIT Press.
- Inkpen, A.C. & Beamish, P.W. (1997). Knowledge bargaining power and the instability of international joint ventures. *Academy of Management Review*, 22: 177-202.
- Johanson, J. & Mattsson, L.-G. (1988). Internationalization in industrial systems—A network approach. In N. Hood and J.-E. Vahlne, Croom Helm (eds.), *Strategies in Global Competition*, London, 287-314.
- Johanson, J. & Vahlne, J.-E. (1977). The internationalization process of the firm: A model of knowledge development and increasing foreign market commitment. *Journal of International Business Studies*, 4:20-29
- Johanson, J. & Vahlne, J.-E. (2003). Business relationship learning and commitment in the internationalization process. *Journal of International Entrepreneurship*, 1: 83-101
- Johanson, Jan, Finn Wiedersheim-Paul. 1975. The Internationalization of The Firm Four Swedish Cases. *Journal of Management Studies*: 305-323.
- Knight, G. A. and Çavuşgil, S. T. (1996). The Born Global Firm: A Challenge To Traditional Internationalization Theory. *Advance in International Marketing*, 8, 11-26.
- Kuemmerle, W. (2002). Home base and knowledge management in international ventures. *Journal of Business Venturing*, 17(2), 99-122.
- Larson, A. (1992). Network dyads in entrepreneurial settings: A study of the governance of exchange relationships. *Administrative Science Quarterly*, 37: 76-104.
- Lord, M.D. & Ranft, A.L. (2000) Organizational learning about new international markets: Exploring the internal transfer of local market knowledge. *Journal of International Business Studies*, 31: 573-589.
- Lumpkin, G. T., & Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct And linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.
- Luo, Y. (1997). Partner selection and venturing success: The case of joint ventures with firms in the People's Republic of China. *Organizational Science*, 8: 648-662.
- Madsen, T. K. and Servais, P. (1997). The Internationalization of Born Globals: An Evolutionary Process?, *International Business Review*, 6(6), 561-583.
- McDougall, P. P., & Oviatt, B. M. (2003). Some fundamental issues in international entrepreneurship. *Entrepreneurship Theory & Practice*, 18(27), 1-27.
- McDougall, P.P., Shane, S. & Oviatt, B.M. (1994). Explaining the formation of international new ventures: The limits of theories from international business research. *Journal of Business Venturing*, 9: 469-487.

- McNaughton, R.B. & Bell, J.D. (1999). Brokering networks of small firms. In R. Wright (Ed.), Research in Global Strategic Management, 63-84. Stamford, CT: JAI Press.
- Oviatt, B. M. and McDougall, P. P. (2005). Defining International Entrepreneurship and Modeling the Speed of Internationalization. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 537-554.
- Oviatt, B.M. & McDougall, P.P. (1994). Toward a theory of international new ventures. *Journal of International Business Studies*, 25(1): 45-64.
- Rodríguez-Ruiz, Félix, Paloma Almodovar, Quyen T.K. Nguyen. 2019. Intellectual structure of international new venture research: "A bibliometric analysis and suggestions for a future research agenda". *Multinational Business Review*. vol.27, no.4: 285-316.
- Shane, Scott, Sankaran Venkataraman. 2000. The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research. *The Academy of Management Review*. vol. 25. no.1: 217-226.
- Simões, V.C. & Dominginhos, P.M. (2001). Portuguese born globals: An exploratory study. Paper presented at the 27th EIBA Conference, Paris, France.
- Tayauova, G. (2013). Uluslararası girişimciliğin gelişimine ilişkin yaklaşımların değerlendirilmesi. In *журнал = Procedia V International Congress on Entrepreneurship. – Алматы, 2013. -324 б.* (p. 172).
- Weick, K. E. 1995. Sensemaking in Organizations. Thousand Oaks: Sage Publications
- Wright, R. W., & Ricks, D. A. (1994). Trends in international business research: Twenty-five years later. *Journal of International Business Studies J Int Bus Stud*, 25(4), 687-701.
- Yalçın, A. *Uluslararası girişimcilik yöneliminin yenilikçilik boyutu: küresel doğan işletmeler üzerine nitel bir çalışma*. Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi, 2018.
- Yalçın, S. *Türk dış ticaret girişimcilerinin avrupa birliği ile ticaretlerinde karşılaştıkları güçlükler*. Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi, 2020.
- Zaheer, S. (1995) Overcoming the liability of foreignness. *Academy of Management Journal* , 38: 341-363.
- Zahra, S. A. (2005). A theory of international new ventures: a decade of research. *Journal of International Business Studies*, 36(1), 20-28.
- Zahra, S., & George, G. (2002). International Entrepreneurship: The Current Status of the Field and Future Research Agenda. In M. Hitt, R. D. Ireland, S. M. Camp, & D. L. Sexton (Eds.), *Strategic Entrepreneurship* (pp. 255–288). Oxford: Blackwell
- Zahra, S.A. Ireland, R.D., and Hitt, M.A. (2000). International expansion by new venture firms: International diversity, mode of market entry, technological learning and performance. *Academy of Management Journal*, 43: 925-950.