

KÜRESEL ÇAPTA GİRİŞİMLER: UNICORN ŞİRKETLER

Global Enterprises: Unicorn Companies

Esra Nur ÜSTÜNER

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi, Ankara/ Türkiye
Prof. Dr. Akyay UYGUR

Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm Fakültesi, Rekreasyon Yönetimi, Ankara/ Türkiye

ÖZET

Girişimcilik kavramı geçmişten günümüze kadar farklı alanların ilgisini çekmiş ve araştırma konusu olmuştur. Girişimciliğin başta ülke ekonomisine olmak üzere işletmelere, istihdama, toplumsal refaha katkısı büyüktür. Son yıllarda teknolojiye gelişmelerle girişimcilik kavramı da farklı bir boyut kazanmış ve tekno-girişimcilik kavramı ortaya çıkmıştır. Tekno-girişimler daha geniş kitlelere ulaşarak küresel çapta büyümektedirler. Son yıllarda bazı tekno-girişimler uyguladıkları stratejilerle ve aldıkları yatırımlarla şirket değerlerini çok kısa sürede 1 milyar dolara çıkarmayı başarmışlardır. Günümüzde şirket değeri 1 milyar doları bulan şirketlere unicorn şirket denmektedir. Çalışmanın amacı unicorn şirketlerin bu başarıyı elde etmelerini sağlayan ortak özelliklerini ortaya koymaktır. Unicorn şirket kavramı ve özellikleri açıklanarak dünyadaki unicorn şirketler ülke, kuruluş yılı, faaliyet alanları bazında incelenmiştir. Çalışmada nitel araştırma yöntemlerinden örnek olay incelemesi uygulanmıştır. Örnek olay incelemesi bağlamında Airbnb şirketi incelenerek unicorn olma süreci açıklanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Unicorn şirket, girişimcilik, tekno-girişimcilik, yatırımcı

ABSTRACT

The concept of entrepreneurship has attracted the attention of various fields from past to present and has been the subject of research. Contribution of entrepreneurship to business, employment, social wealth, and especially to country's economy is great. In recent years, with development of technology, the concept of entrepreneurship has gained a different dimension and the concept of techno-entrepreneurship has emerged out. Techno-enterprise have been growing globally, reaching wider audiences. In last years, some of the techno-enterprise have managed to increase the company's value to \$1 billion within a very short time with their strategies they implemented and the investments they received. Nowadays, the companies which have a worth one billion dollars are called "unicorn company". The aim of the study is to reveal the common features of unicorn companies that achieve this success. Unicorn company concept and its properties are explained and unicorn companies in the world are examined on the basis of country, year of foundation and fields of activity. Case study, one of the qualitative research methods, was applied in the study. In the context of the case study, the Airbnb company was examined and the process of becoming a unicorn was explained.

Key Words: Unicorn companies, entrepreneurship, techno-entrepreneurship, investor

1. GİRİŞ

Girişimcilik uzun yıllardır gerek akademisyenlerin gerekse özel sektörün dikkatini çekmiş ve inceleme konusu olmuştur. Girişimciliğin istihdam yaratması, ülke ekonomisine katkı sağlaması, farklı alanlara yenilikler getirmesi ve elde ettiği başarılar göz önüne alındığında önemi anlaşılmaktadır. Narea (2016, s.2) girişimciliğin gelişmiş veya gelişmekte olan ülkelerde istihdam, teknolojik gelişme, ekonomik açıdan kalkınma ve büyüme sağlaması bakımından önemli bir güç olduğuna değinmiştir. Girişimcilik bilgiyi ekonomik açıdan bir üretime dönüştürme olarak ifade edilebilir.

Girişimciliğin başarıya ulaşmasındaki temel faktörlerden biri girişimcilik faaliyetlerinin desteklenmesi ve finansman sağlanmasıdır. Günümüzde dünyanın en değerli şirketleri de başlangıç aşamasında girişim sermayedarları tarafından önemli finansal destek almışlardır. Son zamanlarda yaşanan teknolojik gelişmelerle girişimcilik anlayışı farklı bir boyut kazanmıştır. Bilgi ve iletişim teknolojilerinde yaşanan gelişmeler büyük çaplı dijital değişimlerin ortaya çıkmasını sağlamıştır. Teknolojik gelişmeler sadece işletmeleri değil bireyleri de büyük ölçüde etkileyen gelişmelerdir. Teknolojideki bu gelişmeler günümüzde teknolojik ürün ya da hizmet üreten tekno-girişimcilik kavramının ortaya çıkmasını sağlamıştır.

Tekno-girişimcilik, üretim ve yenilik süreçleri özelleşmiş ve tüm ticari faaliyetleri yaratıcılık, yenilik ve farklılık üzerine kurulmuştur. Tekno-girişimler daha hızlı büyüme potansiyeline ve küresel boyuta sahip olması bakımından klasik girişimcilerden ayrılmaktadır. Tekno-girişimler, yenilik, yaratıcılık, farklılık,

yenilikçi ürün ve hizmetler gibi kavramları benimsemektedirler (Tekin,2018, s.2). Dünya çapında incelendiğinde, bazı tekno-girişimlerin önemli derecede gelişerek unicorn şirket statüsüne eriştiği görülmektedir. Unicorn şirketler piyasa değeri 1 milyar doları bulan şirketlerdir. Dünyada unicorn kavramı son dönemde oldukça önem kazanmıştır. Çalışmada unicorn şirket kavramına, özelliklerine, unicorn olan başarılı tekno-girişimlere değinilmiş ve dünyadaki unicorn şirketlerin mevcut durumu değerlendirilmiştir.

2. GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI

Girişimcilik kavramı 1755’de Richard Cantillon’un kullandığı girişimci anlamına gelen “entreprendre” terimi ile ortaya çıkmıştır. Cantillon girişimciliği, ekonomide kazanç sağlamak ve belirsizliği tanımlamak için kullanmıştır (Ağca ve Yörük, 2006, s.158). Girişimcilik birçok yazar tarafından farklı açılardan ele alınmıştır. Girişimcilik tanımları incelendiğinde ortak nokta yenilik yaratıldığı, fırsatların değerlendirildiği, eksikliklerin belirlenerek ekonomik fırsata çevrildiği bir süreç olduğu anlaşılmaktadır.

Girişimci, risk alabilen, işletme sorumluluğu ve yönetimini üstlenen kişi olarak tanımlanmaktaydı. Ancak günümüzde girişimci kavramı fırsat yakalayan, risk alan, yenilik üreten ve bunları uygulayan kişi olarak kabul edilmiştir. Böylelikle girişimcilik tanımında belirleyici faktör ‘yenilik’ kavramı olmuştur. Girişimci, sahip olduğu kaynakları, verimliliği düşük alanlardan, verimliliği yüksek olan alanlara yönlendiren ve bunu sürdürmeyi sağlayabilen kişi olarak tanımlanmaktadır (Çelik 2006, s.468). Başka bir tanıma göre girişimci, dünyadaki eksiklikleri ve yanlışları fark eden, bu eksiklikleri giderip yanlışları düzeltmek için yenilik yapma çabası içerisinde olan kişi olarak ifade edilmektedir (Bozgeyik 2015, s.2).

Joseph Schumpeter yirminci yüzyılın başlarında girişimcilik teorisinin temellerini atmıştır. (Alada,2001, s.48). Girişimcilik fırsatları görme, risk alma, yenilik üretme ve uygulamaya geçme faaliyetlerinin tümüne verilen isim olarak ifade edilebilir. Buna göre girişimciliğin dört farklı göstergesi bulunmaktadır. Bunlar (Karasioğlu 2006, s.149):

- ✓ Pazara yeni bir ürün ve hizmet sunmak,
- ✓ Üretimde yeni bir yöntem geliştirmek,
- ✓ Henüz keşfedilmemiş bir talep boşluğu yakalamak,
- ✓ Sanayi alanında yeni bir firma kurmaktır.

Girişimciler sundukları yeni/ farklı ürünler veya teknolojiler, farklı ve geliştirilmiş teklifler ile yeni pazarların ortaya çıkmasını ve ekonomik zenginliğin yaratılmasını sağlamaktadırlar. Bu bakımdan girişimciler, ekonomide önemli bir unsur olarak gösterilmektedir. Kaynakların verimli kullanımını sağlayarak zenginlik ve değer yaratmayı amaçlayan, bir işletmenin kurulmasına öncülük etmesi bakımından ele alınırsa girişimcilik iktisadi bir faaliyet olarak tanımlanabilir (Lowrey,2003, s.23). Girişimcilik, yenilik yaratması, yeni iş alanları ortaya çıkarması, yeni işletmeler kurması, ekonomik kalkınmayı sağlaması ve toplumun refah seviyesinin artması bakımından ekonomik ve sosyal hayatta büyük rol oynamaktadır (Ağca ve Yörük,2006, s.156).

Thornberry, Amazon.com’un kurucusu Jeff Bezos, kitle otomobil üretim hattının kurucusu Henry Ford ve Microsoft’un kurucusu Bill Gates’i örnek göstererek girişimcilerin etkin olarak gerçekleştirdikleri üç faktöre değinmiştir: Bunlar, fırsatları belirlemek, belirlenen bu fırsatları şekillendirmek ve geliştirmek ve bunları başarılı bir girişime dönüştürmek için gerekli organizasyon yapısını oluşturmaktır. Bunların başlangıç noktasında ise yeni bir fikrin olduğunu ileri sürmüştür (2001, s.526-527).

3. TEKNO-GİRİŞİMCİLİK

Teknoloji çağında, değişen küresel ticaret tanımıyla beraber küresel ekonomide de değişiklikler ortaya çıkmıştır. Son yıllarda inovasyon ve dijital gelişmelerin temeli olan Bilgi ve İletişim Teknolojileri sektörünün küresel ekonomideki payı yüzde 1,3’ten yüzde 3’e yükselmiş ve yükselmeye devam etmektedir. İnovasyon ve dijitalleşme kültürünü geliştiren uluslar, hem bireylerin yaşam tarzını ve iş yapma şekillerini değiştirmiş hem de istihdam ve zenginlik yaratmışlardır. Hükümetlerin ve özel sektörün katkılarıyla gerçekleşen bu küresel yön değişikliği, tekno-girişimcilik faaliyetleriyle mümkün olmuştur (OC&C, 2018, s.4).

Tekno-girişimcilik, insan kaynağı yüksek potansiyelli sermayelendirmeyi ve teknoloji yoğun ticari fırsatları değerlendirerek hızlı büyümeyi ve risk alımını yönetme sürecine dayanan bir iş liderliği tarzıdır (Roja ve

Năstase, 2014, s.108). Teknoloji girişimleri, teknoloji şirketleri, yüksek teknoloji start-upları, yenilik odaklı girişimler, teknik girişimcilik gibi farklı şekillerde adlandırılan tekno-girişimlerin, teknolojilerin dünya çapında gelişmesinde ve ticarileştirilmesinde önemli bir payı bulunmaktadır (Aulet ve Murray, 2013, s.3). Tekno-girişimler ekonomik büyümeyi arttıran kilit güçtür. Teknoloji girişimciliği, bireyler, firmalar, bölgeler ve uluslar açısından refahı arttıran bir araçtır. Bu yüzden, teknoloji girişimciliği alanında yapılan çalışmalar önemli bir işlev sunmaktadır (Bailette, 2012, s.5). Tekno-girişimler fikir bakımından zengin olmasına rağmen genellikle finansal açıdan yoksundurlar. Bir fikrin pazara sunulması aşamasına kadar olan süreçteki adımlarda genellikle operasyonel sermaye gereksinimi duyulmaktadır. Bu nedenle tekno-girişimciliğin günümüz endüstriyel ekonomisinin önemli bir parçası olduğuna inanan ülkeler, yenilikçi iş fikirleri için birçok fon ve bütçe oluşturmuşlardır (Kropp ve Zolin, 2005, s.1). Tekno-girişimlerin başarılı olabilmesi için doğru zamanda, büyüme aşamasına göre uygun yapıda ve miktarlarda finansmana erişebilmesi gerekmektedir (OC&C, 2018, s.11).

Girişimci firmalar ağırlıklı olarak dış borç kaynaklarına güvenmektedir. Bunlar girişimcinin bilançosundan kişisel krediler olabileceği gibi arkadaş ve aileden alınan kaynaklar veya banka finansmanı şeklinde de olabilmektedir. Girişimci firmaların banka kredisine erişimleri genellikle zordur. Bankalar genellikle, az geri ödeme geçmişi olan ve negatif nakit akışı olan kuruluşu borç vermek konusunda isteksizdir. Sonuç olarak, girişimci firmaların başarısı genellikle projelerini finanse etmek isteyen dış yatırımcıları bulup bulamadıklarına bağlıdır (Casanova vd. 2018, s.185). Girişimcilerin fikirlerini uygulamaya geçirebilmek için başvurdukları bazı finansman yöntemleri; melek yatırımcılar, girişim sermayedarları, bağımsız girişim sermayedarları, kurumsal girişim sermayedarları, devlet desteği/fonları ve halka arzlar olarak ifade edilebilir.

Melek yatırımcılar, başlangıç aşamasında olan ve büyüme potansiyeli içeren firmalara yatırım yapan veya işletmelerin büyümeleri ve gelişmeleri için finansman sağlayan kişilerdir (Bingöl ve Türkmen, 2016, s.360). Girişim sermayesi, teknik veya profesyonel olarak nitelikli bir girişimci tarafından teşvik edilen, yüksek büyüme potansiyeline sahip olan veya yüksek büyüme gösteren küçük, başlangıç aşamada, gelişmekte olan firmalara borç şeklinde yapılan bir yatırımdır (Ansari ve Mohd ,2009, s.114). Girişim Sermayedarları bu gibi başlangıç aşamasında ve yüksek gelişim potansiyeline sahip olan firmalara finansman sağlayan kuruluşlardır. Ayrıca girişim sermayedarları firmalara sadece finansman sağlamakla kalmaz, aynı zamanda mentorluk, stratejik rehberlik ve ağ erişimi gibi finansal olmayan destek de sağlamaktadır (Gornall ve Strebulaev, 2015, s.1).

Bağımsız girişim sermayedarları, firmaların iyi fikirleri olan fakat az sermayeli girişimcileri, para sahibi olan ve iyi fikirler arayan yatırımcılarla bağlantı kurmasını sağlayan kuruluşlardır. Bağımsız girişim sermayedarı, fonlarındaki yatırımcılar genellikle bağış, vakıflar, emeklilik fonları ve bağımsız girişim sermayedarı fonlarına olan taahhütleri beklenen finansal getirilerle, devlet serveti fonları gibi kurumlardır. Bu yatırımlar, Araştırma ve Geliştirme (AR-GE) programlarını tamamlamak için yeni başlayanlara yatırım yapan kurumsal girişim sermayedarı gruplarından ayırt edilmelidir (Casanova vd., 2018, s.186). Kurumsal girişim sermayedarları, özellikle Ar-Ge açısından belirli stratejik kaynakları paylaşmayı amaçlayan kısa veya orta vadeli stratejik ittifak, sermaye değişimine ve dolayısıyla ortak girişimler ve kısmi birleşme ile finansman sağlayan kuruluşlardır (Lantz vd., 2011, s.2).

Silikon Vadisi gibi bölgesel teknoloji geliştirme bölgelerinin yanı sıra, Dünya Para Fonu (IMF), Dünya Bankası, Avrupa Birliği (EU) Birleşmiş Milletler (UN), gibi örgütler ve Stanford, Harvard gibi dünya sıralamasında en tepede yer alan üniversiteler teknolojik alt yapıya sahip oldukları için girişimcilere ve araştırmacılara destek verici teknoloji geliştirme bölgesi, teknoloji transfer ofisi, kuluçka merkezi gibi ortamlar sunarak, üretim ve pazara sunuş aşamasında bir zemin oluşturmaktadırlar (Tekin,2018, s.8). Amerika Birleşik Devletleri 500'ün üzerinde girişim firmasına sunduğu girişim sermayesi ile girişim yatırımının beşiği konumunda ve şimdiye kadar dünya çapındaki en derin girişim sermayedarı piyasası konumundadır (Casanova vd., 2018, s.186).

4. UNİCORN ŞİRKET KAVRAMI

“Unicorn” şirket değerlemesi 1 milyar doları geçen firmalara denilmektedir. Cowboy Ventures'ın kurucusu Aileen Lee, ilk olarak 2013'te bu kelimeyi kullanmıştır. Aileen Lee ilk olarak unicornları “Unicorn Club'a Hoş Geldiniz: Milyar Dolarlık Girişimlerden Öğrenme” başlıklı makalesinde yazmıştır. Burada 2000'lerde kurulan yazılım girişimlerine bakarak bunların sadece % 0.07'sinin 1 milyar dolar değerinde olduğunu tahmin etmiştir. Lee'ye göre, ilk unicornlar 1990'lı yıllarda kuruldu. Google'ın, 100 milyar dolardan fazla



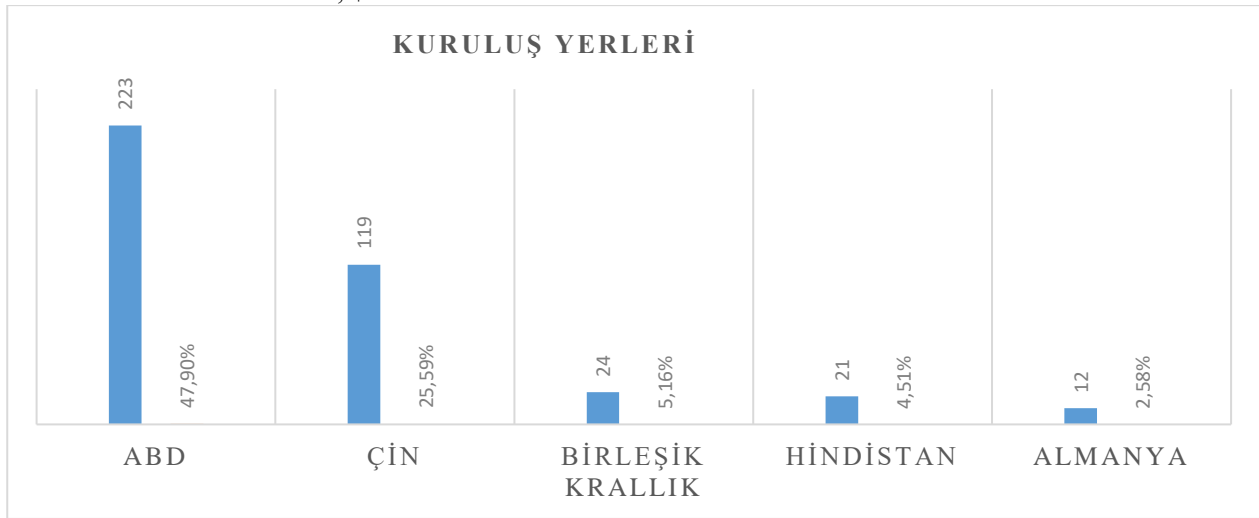
bir değere sahip olan bir unicorn olduğunu söylemiştir. Unicorn ifadesi, yüksek değerlere sahip olan teknoloji, mobil teknoloji ve bilgi teknolojisi sektörlerindeki girişimlere atıfta bulunmak için yaygın olarak kullanılmaktadır (investopedia, 2019).

Çoğu unicorn şirkete baktığımızda başlangıç aşamasındayken girişim sermayesi desteği aldığı görülmektedir. Unicorn olmada girişim sermayesinin rolü büyüktür. Girişim sermayesinde zirvede olan ABD, girişim sermaye yatırımlarının % 80'i teknoloji ile ilgili olan girişimleri finanse etmektedir. Girişim sermayedarları günümüzde halen özel sektörde bulunan ve değerleri 1 milyar doları geçen Apple, Amazon.com, Cisco Systems, Facebook, eBay, Microsoft, Google, Uber, Airbnb, gibi "unicorn" olan teknoloji şirketlerine fon sağlamıştır (Casanova vd., 2018, s.194).

Unicorn şirketlerin finansal destek almalarının yanı sıra halka arz edilmeleri de şirketin değer kazanmasında önemli bir faktördür. Geçmişte, şirketler kuruluşundan yaklaşık dört yıl sonra satılma eğilimindeyken, bugün halka arz veya satışla birlikte bu süre ortalama on bir yıla çıkmıştır. Geçmişte, bir girişimin halka açılmadan 1 milyar doların üzerinde bir değerlemeye ulaşması düşünülemezdi. Ancak bugün birçok şirket halka arzdan önce o değere ulaşmaktadır (Beck,2019, s.111-112).

Unicorn 1 milyar doların üzerinde değere sahip şirketler için kullanılırken, 10 milyar doların üzerinde değere sahip şirketlere decacorn ve 100 milyar doların üzerinde değere sahip şirketlere de heptocorn denilmektedir. Günümüzde 23'ü decaicorn olmak üzere toplamda 465 adet unicorn şirket bulunmaktadır. Güncel verilere göre ilk 10'u decaicorn olmuş unicorn şirket sıralaması aşağıdaki gibidir (cbinsights, 2020):

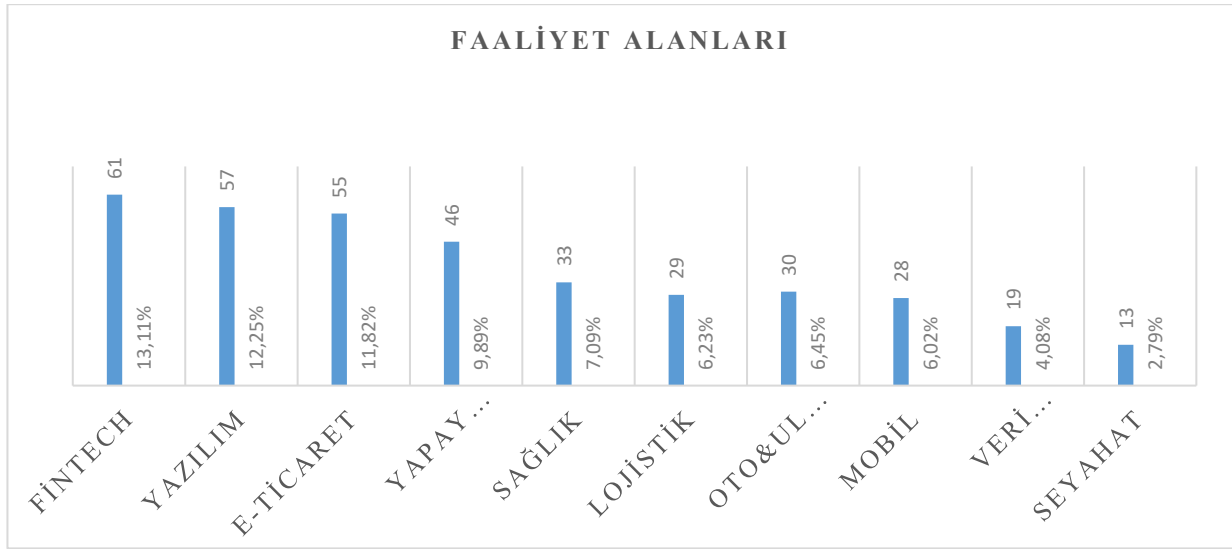
1. Toutiao (ByteDance) – ÇİN, \$75 M
2. Didi Chuxing – ÇİN, \$56 M
3. Stripe – ABD, \$36 M
4. Space X – ABD, \$33.3 M
5. AirBnb – ABD, \$18 M
6. Kuaishou– ÇİN, \$ 18 M
7. One97 Communications – HİNDİSTAN, \$ 16 M
8. Epic Games – ABD , \$15 M
9. DJI Innovations – ÇİN, \$15 M
10. Grab – SİNGAPUR, \$14.3 M



Şekil 1. Unicorn Şirketlerin Kuruluş Yerleri.

Kaynak : cbinsights, unicorn şirket listesi.

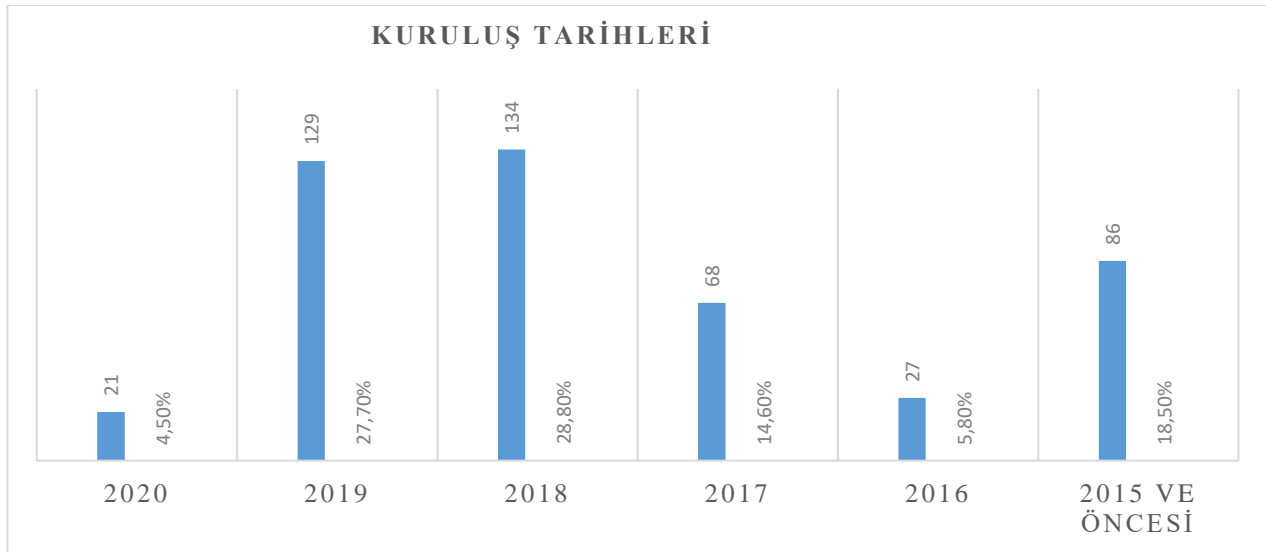
Şekil 1'de en fazla unicorn şirket çıkararak ilk beş ülke verilmektedir. Veriler incelendiğinde %47,90 ile en fazla unicorn şirket ABD'de bulunmaktadır. ABD'de olan unicorn şirketlerin toplam değeri 644 milyar dolardır. Onu %25,59 ile Çin takip etmektedir. Çin'deki unicorn şirketlerin toplam değeri ise 430 milyar dolardır. Birleşik Krallık'taki unicorn şirket sayısı Hindistan'daki unicorn şirket sayısından fazla olmasına rağmen şirketlerin piyasa değerine bakıldığında Hindistan'daki şirketlerin toplam değerinin daha yüksek olduğu görülmektedir (Birleşik Krallık 62 milyar dolar, Hindistan 74 milyar dolar) 5. Sırada yer alan Almanya'daki unicorn şirketlerin değeri ise 25 milyar dolardır.



Şekil 2. Unicorn Şirketlerin Faaliyet Alanları

Kaynak : cbinsights, unicorn şirket listesi.

Unicorn şirketlerin faaliyet alanları incelendiğinde büyük çoğunluğunu teknolojik şirketlerin oluşturduğu gözlenmektedir. Şekil 2’de görüldüğü gibi ilk sırada 61 şirket ile (%13,11) Fintech şirketleri bulunmaktadır. 2. Sırada 57 şirket ile (%12,30) yazılım ve 3. Sırada 55 şirket ile (%11,82) E-Ticaret bulunmaktadır. 4. sırada 46 şirket ile (%10,75) yapay zeka bulunmaktadır. Yapay zeka teknolojisinde son zamanlarda büyük bir ilerleme görülmektedir. 5. sırada ise 33 şirket ile sağlık yer almaktadır (cbinsights, 2020). İlk 4’ ten de anlaşılacağı gibi tekno-girişimler geniş kitlelere ulaşmış büyük bir başarı göstererek unicorn olan şirketlerdir.



Şekil 3. Unicorn Şirketlerin Kuruluş Tarihleri

Kaynak : cbinsights, unicorn şirket listesi.

Şekil 3’de unicorn şirketlerin kuruluş tarihleri gösterilmiştir. Buna göre unicorn şirketlerin %18,5’i (86) 2015 yılı ve öncesinde unicorn olmuştur. 2016 yılında 27 (%5,8) olan unicorn şirket sayısı, 2017 yılında 2 katından daha fazla bir artış göstererek 68 (% 14,6) olmuştur. 2018 yılında 134 şirket (%28,8) unicorn olmuş. 2019 yılında 129 şirket (%27,7) unicorn olmuş ve son olarak 2020 yılında ise Nisan ayına kadar 21 şirket unicorn olmuştur (cbinsights, 2020). Görüldüğü gibi 2018 ve 2019’da unicorn şirket sayılarında ciddi bir artış olmuştur. Tüm unicorn şirketlerin yaklaşık %60’ı son 3 yılda olmuştur. 2020 yılında unicorn olan şirketlere; Loft, ClassPass, Pine Labs, AppsFlyer, Alto Pharmacy, Verkada, Arrival örnek gösterilebilir. Son yıllardaki bu artışın nedeninin internetin, sosyal medyanın, mobil uygulamaların yoğun bir şekilde kullanımı olduğu söylenebilir. Bireyler alışveriş, bankacılık, iletişim vb. birçok ihtiyacını geliştirilen internet uygulamalarıyla karşılamaktadır. Tekno-girişimler de bu gibi alanlarda farklılık ve yenilik yaratarak internet/sosyal medya vb. aracılığıyla çok hızlı bir şekilde büyük kitlelere ulaşabilmektedir.

4.1. Unicorn Şirketlerin Özellikleri

Unicorn şirketlerin kısa sürede büyük başarılar elde etmesinin nedeni diğer şirketler ve yeni girişimciler için merak konusu olmuştur. Unicorn şirketlerin bu başarısını sağlayan birden çok faktör bulunmaktadır. Günümüzde dünya genelinde 16 farklı alanda faaliyet gösteren unicorn şirket vardır. Bu şirketlerin başarıya ulaşmalarındaki faktörler her birinde farklı olsa da ortak özelliklerinin olduğunu söylemek mümkündür.

Unicorn şirketler incelendiğinde belirlenen bazı ortak özellikler ortaya konulmuştur. Bu ortak özellikler şu şekildedir (iberdrola; fullscale, 2019);

Müşteri Odaklı Olmak; Unicorn şirketler müşteri odaklı bir iş stratejisi kullanırlar. Burada önemli olan müşterilerin talep ve beklentilerinin belirlenmesidir. Müşteri memnuniyetini ölçmek için anketlerle müşterilere ürün ve hizmetler hakkında sorular sorulabildiği gibi işletmelere ilişkin müşterilerin duygu ve düşünceleri de öğrenilmeye çalışılır. Şirketler elde edeceği bilgilerle müşteri memnuniyetinde mükemmelliği hedef almaktadırlar. Bunun dışında şirketler tüketiciler için ekonomik ve uygun ürünler ve hizmetler yaratmaya odaklanmaktadır (Uygur,2016, s.13).

Uluslararasılaşırma; Uluslararasılaşırma kavramı işletmelerin faaliyetlerini uluslararası piyasada gerçekleştirmeleri ile ilgili bir kavramdır. İşletmeler farklı yöntemler ile uluslararası piyasada faaliyet gösterebilirler. Unicorn şirketler başlangıç aşamasında küresel bir zihniyetle işe başlar ve olabildiğince çabuk büyümek için hızlı bir strateji izlerler. Küreselleşen dünya ekonomisi ve gelişen ticaret yöntemleriyle, üretilen ürün ve hizmetleri alıcılara ulaştırmak, yerel ve bölgesel sınırların dışına çıkarak uluslararası pazarlara açılmak temel amaçlarından. İnternetin kullanımı şirketleri ve ülkeleri ayıran sınırları ortadan kaldırarak uluslararasılaşırmaı kolaylaştırmaktadır. Unicorn şirketler dünya çapında gelişmek, e-ticaret faaliyetinde bulunmak ve bu alanda hizmet verebilmek için gereken altyapıyı geliştirerek planlı bir şekilde hareket etmektedirler (Aktepe ve Çiftçi, 2017, s.96-98).

Yıkıcı Yenilik; Mevcut pazarda yer edinmiş yerleşik firmaların kararlılığının bozulup silinmesiyle sonuçlanan yenilikler “Yıkıcı Yenilik” olarak tanımlanmaktadır. Unicorn şirketler pazar ve müşterinin birbirine benzeyen ihtiyaçlarını keşfederek yeniliklerle pazarda yıkıcı etki oluşturmayı hedeflemektedirler. Başlangıçta daha düşük performanslı, daha basit, kullanımı daha kolay ve fiyat olarak daha uygun bir ürünle pazara giriş yaparak pazarda alt müşteri grubuna hitap ederler. Fakat kısa süre içinde üründe yapılan değişiklikler, ürüne eklenen yeni özelliklerle ürün kalitesini yükseltip müşterinin satın alma miktarlarını arttırarak mevcut pazarı ele geçirirler. Böylece, var olan çalışma modellerini değersizleştirerek ve pazardaki yerleşik firmaların aktif olan marka, ürün, model, tedarik zinciri, dağıtım hattı ve Ar-Ge harcamalarını pasif hale getirerek firmaları yok olmaya mahkûm ederler. Örneğin günümüzde mobil internetin gelişmesiyle GPS, harita, haritalama sistemleri, kitlesel online kurslar gibi uygulamalar büyük oranda ücretsiz kullanılmaktadır. Üretim ve dağıtım ekonomisini tamamen değiştirerek ürünlerin ücretsiz olmasını sağlayan teknoloji, pazardaki yerleşik firmalar için daha da yıkıcı hale gelmektedir (Yılmaz vd., 2016, s.28).

Çok Uluslu Kadro; Unicorn şirketler çok disiplinli ve çok uluslu organizasyonlardır. Küresel iş ortamında daha etkili rekabet edebilmek ve rekabet gücünü artırmak için farklı kültürlerden ve profesyonel profillerden yararlanırlar. Bu çeşitlilik, işletmelerin ulusal yaklaşımların sınırlarını aşmalarına ve yıkıcı fikirlerin üretilmesine olanak sağlar. Ayrıca çeşitlilik; değişime açıklık ve alternatifleri arttırmayı da beraberinde getirmektedir. Kültürler arası etkileşim ile bir kültürün tek başına sağlayabileceği faydadan çok daha fazla fayda sağlanmaktadır. Bu nedenle unicorn şirketler daha büyük işler ortaya koymak için farklı kültürleri de dikkate almaktadırlar. Bu şirketlerin globalleşme hareketleri, şirketlere uluslararası bir boyut kazandırırken, farklı kültürel özellikler taşıyan işgücünü, ortak değerler etrafında birleştirerek, çok kültürlülüğü bir avantaj haline getirmektedir (Ehtiyar,2003, s.67-69).

Sosyal Medya ile İşbirliği; Unicorn şirketler mesajlarını iletmek için Facebook, Twitter, Instagram vb. sosyal medyaları kullanırlar. Sosyal medya, mesajın/ürünün fazla sayıda tüketiciye, etkili bir şekilde ulaşma olanağı sağladığından, işletmeler için önem arz etmektedir. Geleneksel medyadan daha hızlı ve ucuz iletişim olanağı tanyan sosyal medya, şirketler tarafından giderek daha yoğun bir şekilde tercih edilmektedir. Ayrıca sosyal medyanın sahip olduğu etkileşim özelliği ile şirketler, müşterilerine doğrudan ulaşabilmektedirler. Sosyal paylaşım sitelerindeki reklamın, şirketlerin marka/ürün tanınırlığını arttırarak kurumsal kimliklerine olumlu yönde katkı sağlamaktadır (Özdemir ve Doğanay,2019, s.301).

5. YÖNTEM

Bu çalışmada Nitel araştırma yöntemlerinden olan örnek olay çalışması deseni kullanılmıştır. Çalışmanın amacı şirketlerin unicorn olmasını sağlayan özelliklerini ortaya koymaktır. Çalışmada araştırma verileri ikincil kaynaklardan oluşmaktadır. Unicorn şirketlerin güncel listelerini tutan web sayfalarından faydalanılarak unicorn şirketler çeşitli faktörlere göre sınıflandırılıp incelenmiştir. Örnek olay incelemesi kapsamında dünyadaki en önemli unicorn şirketlerden biri olan Airbnb farklı güvenilir web sayfalarında yer alan bilgiler doğrultusunda incelenerek uyguladığı stratejilere değinilmiş ve unicorn olma sürecinden bahsedilmiştir.

6. BULGULAR

Örnek olay incelemesi kapsamında şu an unicorn şirketler sıralamasında 5. Sırada yer alan Airbnb şirketi ele alınmıştır. Şirket hakkında gerekli bilgiler güvenilir web sayfaları incelenerek elde edilmiştir. Şirketin gelişim süreci, unicorn olma süreci ve bu süreçte uyguladığı stratejilere yer verilmiştir.

6.1. Bir unicorn gelişim süreci örneği : Airbnb

Geçmişte teknolojinin ve internetin gelişmeye başladığı yıllarda ilk unicorn şirketler doğmuştur. Yarı iletken çağın yaşandığı 1960'larda Intel kurulmuştur. 1970'lerde kişisel bilgisayar doğmuş ve Apple, Oracle ve Microsoft kurulmuştur. 1980'lerde yeni bir ağ dünyası gelişmiş ve Cisco doğmuştur. 1990'lı yıllarda ise modern internetin doğuşuyla Google ve Amazon kurulmuştur ve 2000'li yıllarda ise yeni sosyal ağlar inşa edilmeye başlanmıştır. Her bir büyük teknolojik yenilik dalgası bir ya da daha fazla unicorn yaratmaya başlamıştır (techcrunch, 2019). Bu unicorn şirketlerden biri de 2007 yılında kurulan ve çok kısa sürede unicorn olan Airbnb'dir.

Airbnb kişilerin seyahatlerinde ev/oda kiralarak konaklayabilmelerini sağlayan web uygulamasıdır. 2007 yılında San Francisco'da Brian Chesky ve Joe Gebbia'nın şehirdeki tüm otel odalarının etkinliklere katılan turist sayısına yeterli olmadığını fark ederek evlerinin çatı katına şişme yatak yerleştirip kiraya vermeye başlamalarıyla kurulmuştur. Başlangıç fikirleri airbedandbreakfast.com adında basit bir web sitesi açarak ziyaretçiler için geceliği 80 dolara konaklama ve kahvaltı sağlamaktı. Bir süre sonra Harvard mezunu teknik mimar Nathan Blecharczyk üçüncü kurucu olarak aralarına katılmıştır. Web sitelerinde yenileme yaparak 2008 yılında 15 yatırımcıyla görüşülmüş fakat 8 yatırımcıdan red cevabı almış, geri kalan 7 yatırımcı ise dikkate almamıştır. Web sitelerini geliştirmek için finansa ihtiyacı olan girişimciler gerekli finansı sağlamak amacıyla üzerlerinde Obama O's ve Cap'n McCains olan kahvaltılık gevrek kutularını tasarlayarak tanesini 40 dolardan satışa sunmuşlardır. Kutuların üzerinde "sınırlı sayıda" ibaresi ile birlikte küçük bir kısımda şirket hakkında bilgi vermişlerdir. Bu pazarlama stratejisi onlara 30.000 dolar kazanç sağlamıştır. Gençlerin potansiyelini fark eden Paul Graham Airbnb kurucularını, şirketin küçük bir hissesi karşılığında para yardımında bulunarak eğitim veren tanınmış bir girişim hızlandırma programı "Y Combinator" a davet etmiştir. Girişimciler, 2009'un ilk üç ayını hızlandırma programında sistemlerini mükemmelleştirmek üzerine çalışmışlardır. Bu doğrultuda girişimciler, odalarını kiralamak isteyen ev sahiplerinin Air Bed & Breakfast'ı benimsemesi için bir proje başlatmışlardır. Bu proje kapsamında Air Bed & Breakfast'ın kurucuları, sitelerinde ilanı olan evleri profesyonel bir şekilde fotoğraflamak için New York'taki bütün ev sahiplerini ziyaret etmişlerdir. New York'taki kullanıcılar ziyaret edildikten sonra şirket gelişmeye başlamıştır. Şirketin uygulama odağı paylaşımlı dairelerden her türlü konaklamaya kadar genişlemiştir. 2009'da Airbnb'de, yaklaşık 2500 ilan ve 10 bin kayıtlı kullanıcı bulunmaktaydı. Şirket, aynı yılın Mart ayında Air Bed & Breakfast olan adını "Airbnb" olarak değiştirmiştir. Airbnb, Sequoia Capital şirketinden Nisan 2009'da 600.000 \$ yatırım almıştır. 2011 yılına kadar Airbnb 89 ülkede kullanılmaya başlanmış ve platform üzerinden 1 milyon rezervasyon yapılmıştır. Airbnb, South by Southwest (SXSW-teknoloji festivali) festivalinde "büyük çıkış yapan mobil uygulama" ödülünü kazanmıştır. Aynı yıl Silikon Vadisi'ndeki yatırımcılar tarafından, Airbnb'nin girişim programına 112 milyon dolar yatırım yapılmasıyla şirketin değeri 1 milyar doların üstüne çıkmıştır. Bu durum Airbnb'yi "unicorn şirket" haline getirmiştir. Airbnb günümüzde 190'dan fazla ülkede bulunan, 2 milyondan fazla ilanı, 40 milyondan fazla kullanıcı olan ve değeri yaklaşık 18 milyar doları bulan dekacon statüsüne ulaşan bir unicorn şirkettir (ceotudent.com; yeniisfikirleri, 2019).

7. SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde teknolojinin gelişmesiyle ortaya çıkan tekno-girişimcilik giderek daha yaygın bir hale gelmeye başlamıştır. Bu girişimcilik türü klasik girişimcilğe oranla daha yenilikçi, daha yaratıcı ve daha fazla riskleri barındıran girişim türüdür. Ayrıca tekno-girişimcilikte klasik girişimcilğe oranla daha fazla girişim sermayesine ihtiyaç duyulmaktadır. Bu çalışmada tekno-girişimlerin, yarattıkları ürün/hizmetin hızla dünyaya yayılarak şirket değerlerini 1 milyar doların üzerine taşınmasıyla unicorn haline gelme sürecinden bahsedilmiştir.

Unicorn şirketler başlangıç aşamasında çeşitli girişim sermayelerinden faydalanmaktadırlar. Girişim sermayedarları yatırım yapmaya değer gördükleri iş fikirlerine finansal destekte bulunması unicorn şirketlerin başarıya ulaşmasında önemli bir etkidir. Tüm unicorn şirketler kuruluş yerleri, yılları ve faaliyet alanları bazında incelenmiştir. Unicorn şirketler incelendiğinde yaklaşık %70'inin teknoloji şirketi olduğu görülmektedir. Bu bağlamda tekno-girişimciliğin önemi ortaya çıkmaktadır. Dünyanın en değerli şirketlerinin ilk 5'i teknoloji şirkettir. Unicorn şirketler ülke ekonomisine ve istihdama büyük ölçüde katkısı olan şirketlerdir. Son zamanlarda tüm ülkeler unicorn şirket çıkarma çabası içerisinde.

Çalışmamızda unicorn şirketlerin uluslararası çapta başarıya ulaşmasını sağlayan özelliklerine değinilmiştir. En dikkat çekici özellikleri piyasaya hakim olacak bir yenilik yapmaları ve bu yeniliği tüm dünya tanıtarak yaygın bir şekilde kullanımının sağlanması yani uluslararasılaşmalarıdır. Günümüzde unicorn şirketlerin sayısı büyük bir hızla artmaktadır. Özellikle tüm unicorn şirketlerin %60'ı son 3 yılda kurulmuştur.

Tekno-girişimciliğin gelişmesi için başta eğitim sisteminde çeşitli düzenlemeler yapılmalı ve gerekli eğitimler verilmelidir. Yükseköğretimde özellikle mühendislik fakültelerinde tekno-girişimcilik alanında müfredat oluşturularak bu konuyla ilgili öğrencilerin daha nitelikli bilgi sahibi olması sağlanmalıdır. Ayrıca stajların teknolojik şirketlerde yapılarak tekno-girişimciliğin daha yakından tanınması sağlanabilir. Kamu ve özel sektörde çalışan ve teknoloji konusunda yetenekli olan kişilere gerekli teşvikler sunularak bu konuda destek verilmelidir.

Türkiye henüz unicorn şirkete sahip değildir. Teknoloji girişimciliğinde yürütülen çalışmaların verimliliğini arttıracak farklı öneriler geliştirmek ve fırsat alanlarını belirlemek önem arz etmektedir. Özel sektör ve hükümetin bu konuda ortak çalışması etkileşimin sağlanması gerekmektedir. Hükümet, kamu-sanayi etkileşimlerinde inovasyonu destekleyerek, özel sektörü teknoloji girişimcileri ile işbirliğine özendirilmelidir. Kamu teşviklerini daha etkili bir hale getirmek için gerekli iyileştirmelerin yapılması, teknoloji, bilim, mühendislik alanında gelişime odaklanması, özel sektör katılımının teşvik edilmesi, ve özellikle tekno-girişimciliğin özendirilmesi gerekmektedir. Tekno-girişimciliğin ekonomideki önemi daha geniş kitlelere duyurularak genç nesiller için farkındalık yaratılmalıdır.

KAYNAKÇA

Ağca V., Yörük D. (2006). Bağımsız Girişimcilik Ve İç Girişimcilik Arasındaki Farklar: Kavramsal Bir Çerçeve. Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, C:8, Sayı:2

Aktepe C., Çiftçi H. S. (2017). E-Ticaret Şirketlerinin Uluslararasılaşma Süreci: Örnek İşletme İncelemesi. Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt: 4, Sayı: 1 (Sf. 95-117)

Alada, A.D. (2001). İktisadi Düşünce Tarihinde Girişimcilik Kavramı Üzerine Notlar, İ.Ü. Siyasal Bilgiler Fak.Dergisi, No:23-24, 65.

Ansari V.A., Mohd A. U. (2009). Role Of Venture Capital In Spurring Innovation And Entrepreneurship. Asia Pacific Business Review Vol:1 January-March 2009

Aulet, B. , Murray, F. (2013). A Tale Of Two Entrepreneurs: Understanding Differences In The Types Of Entrepreneurship In The Economy. Kansas City, Missouri: Ewing Marion Kauffman Foundation.

Bailetti, T. (2012). Technology Entrepreneurship: Overview, Definition, And Distinctive Aspects. Technology Innovation Management Review, February 2012, 5-12.

Beck A. (2019) .Unicorn Stock Options—Golden Goose Or Trojan Horse? Columbia Business Law Review Vol. 2019 No. 1:107



Bingöl, G., Türkmen, S. (2016). Girişimciliğin Finansmanında Melek Sermaye ve Türkiye Uygulaması, Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi, 12, 45.

Bozgeyik A. (2015). “Kriz Dönemlerinde Girişimcilik Neden Daha Önemli”. https://Abdullahbozgeyik.wordpress.com/2015/06/25/Pazarlama-Dunyasi-Sitesi-Yazim-Kriz-Donemlerinde-Girisimcilik-Nicin-Daha-Onemli/_adresinden erişildi

Casanova, L., Cornelius, P. K., & Dutta, S. (2018). Technology Startups, Innovation, And The Market For Venture Capital. Financing Entrepreneurship And Innovation In Emerging Markets, 185–218.

Çelik, Abdulhalim (2006). Bir İstihdam Politikası Olarak Girişimcilik. Kırgızistan – Türkiye Manas Üniversitesi İ.İ.B.F. Uluslararası Girişimcilik Kongresi. Dizi: 11. No: 86.

Ehtiyar R. (2003). Kültürel Sinerji: Uluslararası İşletmelere Yönelik Kavramsal Bir İrdeleme. Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi (5) 2003, 66-78

Gornall, W., Strebulaev, I.A., 2015. The Economic Impact Of Venture Capital: Evidence From Public Companies. Unpublished Working Paper. Stanford University <https://www.gsb.stanford.edu/Faculty-Research/Working-Papers/Economic-Impact-Venture-Capital-Evidence-Public-Companies>.

Karasioğlu, Fehmi Ve Haluk Duman (2006). “Gelişmekte Olan Ülkelerde Girişimcilik Kültürü ve Risk Sermayesi Üzerine Bir İnceleme”. Kırgızistan – Türkiye Manas Üniversitesi İ.İ.B.F. Uluslararası Girişimcilik Kongresi. Dizi: 11. No: 86.

Kropp, F. Ve Zolin, R. (2005), Technological Entrepreneurship And Small Business Innovation Research Programs. Academy Of Marketing Science Review, 7, 1-16.

Lantza J.S., Sahutb J. M., Teulon F. (2011). What Is The Real Role Of Corporate Venture Capital ? International Journal Of Business, Vol. 16 (4), 2011, Pp. 367-382.

Lowrey Y (2003). “The Entrepreneur And Entrepreneurship: A Neoclassical Approach”. Assa Annual Meeting, Washington, Usa, Ocak 2003.

Narea, J. O. (2016). Entrepreneurial Traits And Innovation, Evidence From Chile, Dissertation, Maastricht University.

Oc&C Strategy Consultants (2018). Türkiye'nin Teknoloji Girişimciliği Ekosistemi.

Özdemir S. S. , Doğanay M. Z. (2019). Bir Mecra Olarak Sosyal Medyanın Reklam Hukuku Açısından Değerlendirilmesi. Yıl:7 /Sayı:13/ Haziran 2019.

Roja A. , Năstase M. (2014). Technology Entrepreneurship And Entrepreneurial Strategies. Management Challenges For Sustainable Development", November 6th-7th, 2014, Bucharest, Romania.

Tekin D. (2018). Tekno-Girişimlerde Girişimci Pazarlama, Girişimcilik Eğilimi Ve İşletme Performansı İlişkisi. Doktora Tezi. Eskişehir Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Thornberry, N., 2001, Corporate Entrepreneurship: Antidote Or Oxymoron, European Management Journal, 19 (5), S. 526-533.

Uygun A. (2016). Örnek Olaylarla Yönetim Teoriler- Fonksiyonlar- Çağdaş Yaklaşımlar. Detay Yayıncılık. Ankara.

Yılmaz M., Yıldız S.Gültekin A. B. (2016). Yıkıcı Yeniliklerin Belirlenmesi: Sürdürülebilir İnşaat Sektöründe Tehditler Ve Fırsatlar. Baun Fen Bil. Enst. Dergisi, Cilt 18(2), 25-36.

İnternet Kaynakları

Cbinsights, (2020). Unicorn şirket listesi. <https://www.cbinsights.com/research-unicorn-companies> adresinden erişildi.

Ceotudent (2019). Airbnb gelişim süreci. <https://ceotudent.com/sisme-yatak-kiralamaktan-31-milyar-dolarlik-sirkete-airbnb-nasil-kuruldu> adresinden erişildi.

Fullscale (2019). Unicorn şirket özellikleri. <https://fullscale.io/creating-the-next-unicorn-startup/> adresinden erişildi.



- İberdrola (2019). Unicorn şirket özellikleri. https://www.iberdrola.com/innovation/unicorn-companies-technology-startups_adresinden_erişildi.
- İnvestopedia (2019). Unicorn şirket tanımı . https://www.investopedia.com/terms/u/unicorn.asp_adresinden_erişildi.
- Techcrunch (2019). 2000 öncesi unicorn şirketler. (https://techcrunch.com/2013/11/02/welcome-to-the-unicorn-club/_adresinden_erişildi).
- Yenişfikirleri (2019). Airbnb gelişim süreci http://www.yenişfikirleri.net/airbnb-nasil-kuruldu-kurulus-hikayesi/_adresinden_erişildi.

