



**UZAY TURİZMİ SEKTÖRÜNDE FAALİYET
GÖSTEREN GİRİŞİMCİLERİN
LİDERLİK ÖZELLİKLERİNİN ANALİZİ**

Atakan Şöhretli
Yüksek Lisans Tezi
Danışman: Dr.Öğr. Üyesi Kemal KARAYORMUK
Ocak, 2024
Afyonkarahisar

T.C
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

UZAY TURİZMİ SEKTÖRÜNDE FAALİYET
GÖSTEREN GİRİŞİMCİLERİN
LİDERLİK ÖZELLİKLERİNİN ANALİZİ

Hazırlayan
Atakan ŞÖHRETLİ

Danışman
Dr. Öğr. Üyesi Kemal KARAYORMUK

AFYONKARAHİSAR 2024

ETİK VE BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI

Yüksek Lisans tezi olarak sunduğum “**Uzay Turizmi Sektöründe Faaliyet Gösteren Girişimcilerin Liderlik Özelliklerinin Analizi**” adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin Kaynakça ’da gösterilen eserlerden oluştuğunu, bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

28.03.2024

İmza

Atakan ŞÖHRETLİ

T.C.
AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

Enstitü Onayı

Öğrencinin	Adı- Soyadı	Atakan ŞÖHRETLİ
	Numarası	200612110
	Anabilim Dalı	İşletme
	Programı	Yönetim ve Organizasyon
	Program Düzeyi	☒ Yüksek Lisans ☐ Doktora ☐ Sanatta Yeterlik
Tezin Başlığı		Uzay Turizmi Sektöründe Faliyet Gösteren Girişimcilerin Liderlik Özelliklerinin Analizi
Tez Savunma Sınav Tarihi		14.02.2024
Tez Savunma Sınav Saati		14:00

Yukarıda bilgileri verilen öğrenciye ait tez, Afyon Kocatepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim ve Sınav Yönetmeliği'nin ilgili maddeleri uyarınca jüri üyeleri tarafından değerlendirilerek ☒oy birliği – ☐oy çokluğu ile kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Hacı İbrahim Delice

Müdür

Bu tez, Enstitü Müdürlüğünce kontrol edilerek, elektronik imza kullanılarak onaylanmıştır.

ÖZET

UZAY TURİZMİ SEKTÖRÜNDE FAALİYET GÖSTEREN GİRİŞİMCİLERİN LİDERLİK ÖZELLİKLERİNİN ANALİZİ

Atakan ŞÖHRETLİ

AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

Ocak, 2024

Danışman: Dr.Öğr. Üyesi Kemal KARAYORMUK

Bu çalışmanın amacı; uzay turizmi sektöründe faaliyet gösteren ve bu sektöre öncülük eden girişimcilerin, sergiledikleri liderlik özelliklerinin ve gösterdikleri liderlik tiplerinin neler olduğunu analiz ederek anlamak, tanımlamak ve ortaya koymaktır. Araştırmanın amacı doğrultusunda, uzay turizmi sektöründe faaliyet gösteren girişimcilerin liderlik özelliklerinin bilimsel yöntemlerle analiz edilerek ortaya çıkarılması ve liderlik alanlarının güçlü ve zayıf yönlerinin neler olduğunun belirlenmesi, yeni girişimcilere bir kılavuzluk görevi sağlayacaktır. Bu durum gelecekteki girişimcilerin liderlik potansiyellerini geliştirmek adına önemli bir rehberlik sunabilir. Araştırma nitel desende yürütülmüş ve verilerin elde edilmesinde doküman analizi tekniğinden faydalanılmıştır. Elde edilen verilerin içerik analizleri yapılmış ve bulgulardan sonuca ulaşılmıştır. Buna göre; bu araştırma, incelenen girişimcilerin hepsinin belirli bir düzeyde liderlik özelliklerine sahip olduklarını göstermiştir. Bunun yanında girişimcilerdeki bazı liderlik özelliklerinin diğer özelliklere göre daha belirgin bir düzeyde öne çıktığı tespit edilmiştir. Elon Musk'un en öne çıkan liderlik özelliği "vizyon sahibi olma" özelliği iken; Sir Richard Branson ve Jeff Bezos, liderlikte daha çok "bireysel yetenekler" özelliğini yansıtmaktadırlar. Michael Suffredini'nin "takım ruhu ve hedef belirleme" niteliği ön plana çıkarken, Eric Anderson'ın "öngörülü olma" özelliğini daha çok gösterdiği sonucuna varılmıştır. Girişimciler liderlik türü açısından değerlendirildiğinde; Elon Musk'un dönüşümsel liderlik türüne, Sir Richard Branson ve Jeff Bezos'un karizmatik liderliğe, Michael T. Suffredini'nin dağıtımçı liderliğe ve Eric Anderson'ın öğretim liderlik türüne daha yakın olduğu sonucu ortaya çıkmıştır. Girişimcilerin bazı ortak liderlik özellikleri sergiledikleri ortaya çıkmıştır. Bunlardan en önemlileri; vizyon sahibi olmak, öngörü ve yenilikçiliğe sahip olmak, finansal yönetim becerisine sahip olmak, cesaret ve risk alabilmek, teknolojiye hâkim olmak, ekip yönetimi, kriz yönetimi, esneklik becerisi ve iletişim becerileri gibi özellikler, girişimcilerin sergiledikleri ortak liderlik özellikleridir.

Anahtar Kelimeler: Uzay turizmi, liderlik, liderlik özellikleri, girişimcilik.

ABSTRACT

ANALYSIS OF THE LEADERSHIP CHARACTERISTICS OF ENTREPRENEURS ACTIVATED IN THE SPACE TOURISM SECTOR

Atakan ŞÖHRETLİ

**AFYON KOCATEPE
UNIVERSITY INSTITUTE
OF SOCIAL SCIENCES
DEPARTMENT OF BUSINESS ADMINISTRATION**

January, 2024

Advisor: Dr. Öğr. Üyesi Kemal KARAYORMUK

The purpose of this study; The aim is to analyze, understand, define and reveal the leadership characteristics and leadership types exhibited by the entrepreneurs operating and leading in the space tourism sector. In line with the purpose of the research, revealing the leadership characteristics of entrepreneurs operating in the space tourism sector by analyzing them with scientific methods and determining the strengths and weaknesses of their leadership areas will serve as a guide for new entrepreneurs. This can provide important guidance to improve the leadership potential of future entrepreneurs. The research was conducted in a qualitative pattern and the document analysis technique was used to obtain the data. Content analysis of the data obtained was made and conclusions were reached from the findings. According to this; This research has shown that all of the entrepreneurs examined have leadership qualities at a certain level. In addition, it has been determined that some leadership characteristics in entrepreneurs stand out more clearly than other characteristics. While Elon Musk's most prominent leadership feature is "having a vision"; Sir Richard Branson and Jeff Bezos reflect more "individual talents" characteristics in leadership. It was concluded that while Michael Suffredini's "team spirit and goal setting" qualities came to the fore, Eric Anderson showed his "predictability" feature more. When entrepreneurs are evaluated in terms of leadership type; It has been concluded that Elon Musk is closer to the transformational leadership type, Sir Richard Branson and Jeff Bezos are closer to charismatic leadership, Michael

T. Suffredini is closer to distributed leadership and Eric Anderson is closer to the instructional leadership type. It has been revealed that entrepreneurs exhibit some common leadership characteristics. The most important of these are; Characteristics such as having a vision, having foresight and innovation, having financial management skills, courage and risk taking, mastering technology, team management, crisis management, flexibility skills and communication skills are the common leadership characteristics exhibited by entrepreneurs.

Keywords: Space tourism, leadership, leadership characteristics, entrepreneurship.

ÖN SÖZ

Doğduğum günden bu yana bana her türlü imkânı sağlayan, her zorlukta yanımda olan ve bu yaşlara gelmemi sağlayan annem Necla ŞANLIER'e, babam Ali ŞANLIER'een kalbi duygularıyla teşekkürlerimi sunarım. Tez çalışması sürecinde, önerilerini ve desteğini esirgemeyen, bilgisi ve ilgisi ile her zaman yanımda olan, sabırla bana her türlü kolaylığı sağlayan, değerli hocalarım Dr.Öğr. Üyesi Kemal KARAYORMUK'a, Koray GÜRPINAR'a ve Saffet OCAK'a en içten duygularıyla teşekkürlerimi sunarım. Bunun yanı sıra çalışmanın hazırlanması aşamasında manevi yardımları ile yanımda olan değerli Şube müdürüm Ersen SAĞTEKİN'e ve Ali KÖŞKLÜ'ye teşekkürü bir borç bilirim. Ayrıca çalışmanın yapılabilirliği konusunda bana her zaman destek olan sevgili aile dostumuz Sy. Erkan DURHAN'a bilgisiyle yol gösteren ve çalışmanın her alanında katkısını sunan ve çalışmanın gerçekleştirilmesine destek sağlayan tüm kişi ve kurumlara da teşekkür ederim.

Atakan ŞÖHRETLİ
2024, Afyonkarahisar

İÇİNDEKİLER

Sayfa

ETİK VE BİLİMSEL İLKELER SORUMLULUK BEYANI.....	ii
ENSTİTÜ ONAYI.....	iii
ÖZET	iv
ABSTRACT.....	v
ÖN SÖZ	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLOLAR LİSTESİ.....	ix
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ	x
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

UZAY TURİZMİ SEKTÖRÜ

1. UZAY KAVRAMI ve TANIMI	4
2. UZAY ALANINDAKİ ÇALIŞMALAR ve TARİHÇESİ.....	5
2.1. UZAY ALANINDA ÇALIŞMALAR YAPAN KURULUŞLAR	5
2.1.1. NASA (ABD Ulusal Havacılık ve Uzay Dairesi).....	6
2.1.2. ROSCOSMOS (Rusya Federal Uzay Ajansı).....	6
2.1.3. CNSA (Çin Ulusal Uzay İdaresi)	7
2.1.4. ESA (Avrupa Uzay Ajansı).....	8
2.1.5. TUA (Türkiye Uzay Ajansı)	10
3. UZAY TURİZMİ ve TANIMI	10
4. UZAY TURİZMİ TARİHÇESİ	11
4.1. UZAY ALANINDA ÇALIŞMALAR YAPAN KURULUŞLAR	12
4.1.1. Axiom Space.....	12
4.1.2. Blue Origin.....	14
4.1.3. Virgin Galactic.....	15
4.1.4. Space Adventures	16
4.1.5. Space X.....	17
5. UZAY TURİZMİNE YÖNELİMİN SEBEPLERİ.....	19
5.1. BİREYLER AÇISINDAN UZAY TURİZMİNE YÖNELİMİN SEBEPLERİ	20
5.2. ŞİRKETLER AÇISINDAN SEBEPLER.....	21
5.2.1. Mali Sebepler ve Karlılık	21
5.2.2. Sektöre Öncülük Etme İhtiyacı	23
5.2.3. Girişimciler Açısından Sebepler.....	23
6. UZAY TURİZMİNDE GELECEK VİZYONU	24

İKİNCİ BÖLÜM

LİDERLİK KAVRAMLARI

1. LİDERLİK TANIMI	26
2. LİDERLİĞİN AMACI ve ÖNEMİ	28

3. LİDERLİK TİPLERİ	29
3.1. ETİK LİDERLİK	29
3.2. ÖĞRETİM LİDERLİĞİ.....	30
3.3. DÖNÜŞÜMCÜ (TRANSFORMASYONEL) LİDERLİK.....	30
3.4. DAĞITIMCI LİDERLİK.....	31
3.5. KARİZMATİK LİDERLİK	32
3.6. VİZYONER LİDERLİK.....	34
3.7. KÜLTÜREL LİDERLİK	35
3.8. HİZMETKAR LİDERLİK.....	37
4. LİDERLİKTE ÇAĞDAŞ YAKLAŞIMLAR	39
4.1. DÖNÜŞTÜRÜCÜ LİDERLİK YAKLAŞIMI	39
4.2. ETKİLEŞİMCİ LİDERLİK YAKLAŞIMI	40
4.3. KARİZMATİK LİDERLİK YAKLAŞIMI.....	41
4.4. GİRİŞİMCİ LİDERLİK YAKLAŞIMI.....	43
5. GİRİŞİMCİ LİDERLİK ve LİDERLİK ÖZELLİKLERİ	44
6. LİDERLİK HAKKINDA TEORİLER	47
6.1. ÖZELLİKLER TEORİSİ.....	47
6.2. DAVRANIŞSAL TEORİ	48
6.3. DURUMSALLIK TEORİLERİ	50
7. LİDERLİK VE UZAY TURİZMİ.....	51

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

UZAY TURİZMİ SEKTÖRÜNDE FAALİYET GÖSTEREN GİRİŞİMCİLERİN LİDERLİK ÖZELLİKLERİNİN ANALİZİNE İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA

1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ	55
2.ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ	56
3.ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE SINIRLILIKLARI	57
4.ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ	57
4.1. VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ	58
4.2. ARAŞTIRMANIN EVRENİ ve ÖRNEKLEMİ	58
4.3. VERİ ANALİZ YÖNTEMİ	59
5. ARAŞIRMANIN BULGULARI	62
5.1. TEMA, KOD ve ALT KODLARIN KATEGORİK ANALİZİ	62
5.2. GİRİŞİMCİLERİN SERGİLEDİKLERİ LİDERLİK ÖZELLİKLERİ	66
TARTIŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER.....	81
KAYNAKÇA.....	88
EKLER	95

TABLÖLAR LİSTESİ

Sayfa

Tablo 1. Liderlik tanımları.....	27
Tablo 2. Liderlerin Sahip Olması Gereken Özellikler	46
Tablo 3. Liderlikte “Vizyon Sahibi Olmak” Özelliğinin Kategorik Dağılımı.....	61
Tablo 4. Liderlikte “Bireysel Yetenekler” Özelliğinin Kategorik Dağılımı.....	62
Tablo 5. Liderlikte “Öngörülü Olma” Özelliğinin Kategorik Dağılımı	63
Tablo 6. Liderlikte “Takım Ruhu ve Hedef Gösterme” Özelliğinin Kategorik Dağılımı.....	65
Tablo 7. Girişimcilerin Liderlik Özelliklerinin Karşılaştırılması	66
Tablo 8. Elon Musk’ın Liderlik Özelliklerinin Karşılaştırılması	67
Tablo 9. Elon Musk’ın söylemleri.....	68
Tablo 10. Sir Richard Branson’ın Liderlik Özelliklerinin Karşılaştırılması.....	71
Tablo 11. Sir Richard Branson’ın Söylemleri.....	72
Tablo 12. Jeff Bezos’ın Liderlik Özelliklerinin Karşılaştırılması.....	73
Tablo 13. Jeff Bezos’un Söylemleri.....	74
Tablo 14. Michael Suffredini’ nin Liderlik Özelliklerinin Karşılaştırılması	76
Tablo 15. Michael T. Suffredini’nin Söylemleri	77
Tablo 16. Eric Anderson’un Liderlik Özelliklerinin Karşılaştırılması	78
Tablo 17. Eric Anderson’un Söylemleri	79

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

NASA: (ABD Ulusal Havacılık ve Uzay Dairesi)

ROSCOSMOS: (Rusya Federal Uzay Ajansı)

CNSA: (Çin Ulusal Uzay İdaresi)

ESA: (Avrupa Uzay Ajansı)

TUA: (Türkiye Uzay Ajansı)

%: Yüzde

f: Frekans



GİRİŞ

Her alanda hızlı değişimlerin yaşıandığı küreselleşen dünya düzeninde, bilgi ve teknoloji kullanımı sürekli olarak gelişmekte ve bu gelişimin sonucunda ortaya çıkan yenilikler, daha geniş kitlelerin alışkanlıklarını değiştirmektedir. Yaşanan bu hızlı değişim ve dönüşümlerden tüm insanlık etkilendiğı gibi, dünyanın diğerk dinamikleri de etkilenebilmektedir. Bu dinamiklerden turizm sektörü, hızla değişen ve gelişen teknolojiyle birlikte dönüşüme uğramakta ve yaşanan bu değişimlerden etkilenebilmektedir. Küreselleşme ile bilgi ve teknoloji kullanımındaki bu değişimler, turizm sektöründe farklılaşmayı sağlamakta, yeni fırsatlar yaratmakta ve insanları farklı alanlarda turizm arayışlarına yöneltmektedir. Bu alanlardan birisi de şüphesiz ki uzay turizmidir.

Genel anlamda insanlar, bilmedikleri alanlar ve yerler ile ilgili daha fazla merak duymakta ve bu merak gezgin insanları maceraya sürüklemektedir. Bu bağlamda uzay turizmi, insanların keşfedilmemiş bölgelere duydukları ilginin bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır. Bu ilgi, insanların sınırlarını aşma arzusuyla ortaya çıkmaktadır. Özellikle teknolojinin gelişmesi ve küreselleşmenin etkisiyle birlikte uzay turizmi, yeni bir paradigmaya dönüşmüştür. Bu paradigma değişimi, uzayın sadece bilimsel araştırma ve keşif amacıyla kullanılan bir alan olmaktan çıkarak, bir turizm destinasyonu ve ticaret alanı olarak da görülmesini sağlamaktadır.

Teknolojinin hızla ilerlemesi, insanların uzay seyahatine daha erişilebilir hale gelmesini sağlamıştır. Yeni gelişmeler, özel şirketlerin uzay turizmi için taşıma ve konaklama imkanları sunmasıyla birlikte, artan miktarda insanın uzay yolculuğı yapabilmesini sağlamaktadır. Bu da uzay turizmini geleneksel bir turizm seçeneğı haline doğru getirmektedir. Bu bakımdan uzay turizmi, insanların gezegenimizin ötesine yolculuk yapmasını ve farklı gök cisimlerini ziyaret etmelerini sağlayan bir fırsat sunmaktadır. Bu durum, insanların sınırlarını genişletmelerine, bilinmeyenleri keşfetmelerine ve uzayın derinliklerindeki gizemleri çözmelerine de olanak tanımaktadır. Aynı zamanda, gezegenimize dair farkındalığı artırarak uzay araştırmalarının devam etmesi için kaynak sağlamaktadır.

Uzay turizminin ulaşılabilir olması insanların dünyanın dört bir yanından uzaya seyahat etmelerine olanak tanımaktadır. Bu turizm türü, kültürel ve ekonomik etkileşimlerin artmasına ve farklı milletler arasındaki bağların güçlenmesine de katkıda bulunmaktadır. Uzay turizmi, uzay araştırmaları için önemli bir finansal kaynak haline

gelirken, aynı zamanda seyahat, konaklama, teknoloji ve diğer sektörlerde de yeni iş imkanları yaratmaktadır. Bu nedenle, uzay turizmi sadece birkaç ayrıcalıklı kişinin imkânı değil, daha geniş bir kitle için erişilebilir bir deneyim haline gelmektedir. Bu da insanların uzay hakkında daha fazla bilgi sahibi olmalarını sağlamakta ve uzay keşiflerine daha fazla katılımı teşvik etmektedir.

Uzay turizminin geleceği konusunda ise henüz çok şey bilinmemektedir. Ancak, teknolojiye ileriye adımlar ve bu alana artan ilgi, uzay turizminin daha da büyüyen önemli bir endüstri haline gelebileceğini göstermektedir. Bu yeni paradigmada ise insanlığın sınırlarını zorlamakta ve uzayın derinliklerinde yeni başarılar ve keşifler için heyecan verici bir potansiyel sunmaktadır.

Günümüzde yeni bir turizm türü olarak görülen ve özel şirketlerin ilk gündemini meşgul ettiği uzay turizmi, geleceğin popüler turizm faaliyetlerinden biri olmaya adaydır. Tabiki uzay turizminin gelişimine öncülük eden ve uzay turizmini gerçekleştirmek için kurulan birden çok özel şirket piyasada faaliyet göstermekte ve talep toplamaktadır. Ayrıca bu sektöre birçok girişimci de yatırım yapmaktadır. Bu yatırımcılar dünyada birçok alana liderlik etmiş şirketlerin sahipleridir. Uzay turizmi sektörü diğer sektörlerle karşılaştırıldığında, bu sektöre öncülük eden girişimcilerin farklı liderlik yapılarına sahip olması gerektiği öngörülmektedir.

Uzay turizmi sektörü, son yıllarda önemli bir çıkış yakalamıştır ve bu alanda liderlik yapan girişimciler, uzay turizminin gelişmesine büyük katkı sağlamışlar ve uzay turizmi sektörünün ilerlemesine liderlik etmişlerdir. Bu girişimciler, vizyonerlik, teknolojiye olan ilgi ve işletme becerileriyle bu sektörde önemli roller üstlenmişlerdir. Örneğin bu sektördeki girişimcilerden birisi olan Elon Musk, uzay turizmi sektöründe öncü bir isim olarak dikkat çekmektedir. SpaceX şirketini kurarak, gelecek nesil roket teknolojisinin geliştirilmesine liderlik etmiş ve insanların uzay seyahati yapmasını mümkün kılacak uygun fiyatlı ulaşım imkanları sunmuştur. Musk'ın uzay turizmi konusundaki vizyonu ve cesur adımları, sektördeki diğer girişimcileri de etkilemiştir. Richard Branson ise Virgin Galactic şirketini kurarak uzay turizmi sektöründe öncü bir rol oynamıştır. Şirket, altorbital seyahat deneyimi sunarak birçok kişinin uzay yolculuğu yapmasını sağlamıştır. Richard Branson'ın liderlik becerileri ve girişimcilik ruhu, uzay turizmi sektörün büyümesine katkıda bulunmuştur. Jeff Bezos da uzay turizmi sektöründe önemli bir isim olarak öne çıkmaktadır. Blue Origin şirketini kurarak uzay araştırmaları ve ticareti konusunda çalışmalarda bulunmuş ve güvenli ve sürdürülebilir uzay

seyahatleri hedeflemiştir. Bezos'un yatırımları ve uzay turizmi alanındaki liderlik becerileri, sektördeki yenilikleri ve ilerlemeleri tetiklemiştir.

Bu lider girişimciler, teknolojik yeniliklerle uzay turizmi sektörünü dönüştürmüş ve büyütmüşlerdir. Uzay seyahati ve keşfi, daha da erişilebilir hale getirmek için uzay turizmi alanındaki potansiyeli keşfetmişlerdir. Aynı zamanda, uzay turizmi sektörüyle ilgili ortaklıklar kurarak, sektörün kalkınmasını teşvik etmişlerdir. Uzay turizmi sektöründe liderlik yapan girişimciler, vizyoner kişilikleri ve cesur adımlarıyla önemli bir örnek teşkil etmektedir. Onların başarıları, gelecekte uzay turizmi sektörünün daha da büyüyerek önemli bir endüstri haline gelmesine katkıda bulunacaktır.

Bu çalışmada, uzay turizmi sektörüne yatırım yapan ve bu organizasyonlara liderlik eden girişimcilerin liderlik türlerinin ve sergiledikleri liderlik özelliklerinin analizinin yapılması amaçlanmıştır. Bu amaçla tezin birinci bölümünde uzay kavramı ve uzay turizmi ile ilgili tanımlamalara ve kavramsal çerçeveye yer verilmiştir. İkinci bölümde liderliğin tanımı, liderlik çeşitleri, liderlik yaklaşımları ve liderlik hakkındaki teorilere yer verilmiştir. Üçüncü bölümde araştırmanın yöntemi ve amacı açıklanırken, dördüncü bölümde elde edilen veriler bulgulanmış ve son bölümde ulaşılan bulguların tartışması yapılarak öneriler getirilmiştir.

BİRİNCİ BÖLÜM

UZAY TURİZMİ SEKTÖRÜ

Bu bölümde uzay turizmi sektörü hakkında bilgi verilmiştir. Uzay kavramının tanımı, uzay alanındaki çalışmalar ve tarihçeleri, uzay turizminin tanımı, uzay turizminin tarihçesi, uzay turizmine yönelimin sebepleri ve uzay turizminin gelecek vizyonu hakkındaki kavramsal çerçeve bu bölümde yer almaktadır.

1. UZAY KAVRAMI ve TANIMI

Uzay kavramı, yüzyıllardır insanlığın dikkatini çeken ve insanlarda merak uyandıran gizemli bir kavram olmuş ve bu gizemin çözülebilmesi için sürekli incelenmiştir (Gürkan ve Kırış, 2019). Uzay kavramı, evrende var olan tüm madde, enerji, zaman ve mekânın bir araya geldiği geniş bir alanı ifade eder (Wilczek, 2009). Uzay; gök cisimlerini, galaksileri, yıldızları, gezegenleri ve diğer astronomik nesneleri içerir. Biraz daha ayrıntılı bir tanım yapacak olursak, uzay, fiziksel cisimlerin, enerjinin ve olayların gerçekleştiği üç boyutlu bir varlık alanıdır. Aynı zamanda zaman ile birleşerek dört boyutlu bir uzay-zaman yapısı oluşturur (Kahveci, 2000). Uzayın diğer bir tanımına bakıldığında; “Dünya'nın ötesinde ve gök cisimleri arasında var olan, sonsuz olduğu düşünülen fakat sonsuz olduğu konusunda kesin yargılara varılamayan genişliğin ifadesidir” (Wikipedia, 2023).

Uzayın genişlediği bilimsel bir gerçektir. Büyük Patlama teorisi, evrenin yaklaşık 13,8 milyar yıl önce bir noktadan başladığını ve o zamandan beri sürekli olarak genişlediğini öne sürmektedir. Dolayısıyla, uzay içindeki gök cisimleri giderek uzaklaşmaktadır. Uzayda yerçekimi, elektromanyetizma ve diğer fiziksel yasalar gibi temel fiziksel kanunlar geçerlidir. Yıldızlar, gezegenler, galaksiler ve kara delikler gibi birçok farklı astrofiziksel nesnenin doğası ve davranışı, uzayın özelliklerini anlamamıza yardımcı olur (NASA, 2019).

Uzayın keşfi ve araştırılması, astronomi ve uzay bilimleri disiplinlerinde yoğunlaşmıştır. İnsanlık, uzayın sınırlarını genişletmek, evrenin sırlarını çözmek ve meraklarını gidermek için birçok uzay araştırmaları yapmaktadır. Uzay istasyonları, teleskoplar, uzay araçları ve daha birçok teknolojik gelişme, uzay keşfinde ve araştırmalarında önemli rol oynamaktadır. (Yılmaz ve Laçın Şimşek, 2017). Bilim

dünyası, bu araştırmaların yapılabilmesi için güncel ve en gelişmiş teknolojileri kullanarak astronomi alanında yeni icatlar geliştirmişlerdir (Görece Baybars ve Can, 2018).

2. UZAY ALANINDAKİ ÇALIŞMALAR VE TARİHÇESİ

Uzay alanında yapılan çalışmaların tarihçesine genel bir bakış açısı ile bakıldığında, Antik dönemde uzay alanında yapılan gökbilim ve uzay araştırmalarının kökenleri oldukça uzak bir geçmişe dayanmaktadır. Antik dönemdeki medeniyetler, gök cisimlerinin hareketini gözlemeye başlamış ve ilk gökbilimsel teorileri geliştirmişlerdir. Bu dönemdeki önemli figürler arasında Sümerler, Babiller, Mısırlılar, Antik Yunanlılar ve Çinliler yer almaktadır (Aydın, vd., 2017). Ay keşifleri ise Uzay araştırmalarının daha teknolojik bir yaklaşımı, insanların Ay'a olan ilgisini artırdığı Apollo Programı ile başlamıştır. 1969 yılında Apollo 11, Ay'a insanlı iniş gerçekleştirerek Neil Armstrong'un ünlü sözünü sarf ettiği "Bir adam için küçük, bir insanlık için büyük bir adım" anısını bırakmıştır. Apollo programı çerçevesinde bir dizi başarılı Ay görevi gerçekleştirilmiş ve Ay yüzeyinde keşifler yapılmıştır.

Gökbilim araştırmaları için uzaya yerleştirilen teleskoplar, derin uzayı daha ayrıntılı bir şekilde gözlememizi sağlamıştır. Hubble Uzay Teleskobu, 1990 yılında fırlatılmış ve uzaydaki en ikonik gözlem araçlarından biri haline gelmiştir. Hubble, evrendeki gökadalari, yıldızları ve kara delikleri incelememize ve uzayın geçmişine ait bilgileri toplamıza yardımcı olmuştur (Özsevgeç, vd., 2018).

İnsanlı uzay uçuşları ve uzay istasyonları, sürekli insan varlığının uzayda bulunabilmesine olanak sağlamıştır. Sovyetler Birliği'nin Mir Uzay İstasyonu (1986-2001) ve daha sonra Uluslararası Uzay İstasyonu (ISS), uzayda uzun süreli araştırmalar yürüten insanları barındıran örneklerdir. ISS, birçok ülkenin ortak projesi olarak uzay araştırmalarını ve teknolojik gelişmeleri desteklemektedir. Uzay keşif araçları, Güneş Sistemi'ndeki gezegenleri, uyduları, asteroitleri ve diğer gök cisimlerini incelemek için kullanılmaktadır. NASA'nın Viking, Voyager ve Mars keşif misyonları, Mars'ın keşfi ve araştırılmasında büyük bir rol oynamıştır. Benzer şekilde, ESA'nın Rosetta misyonu, kuyruklu yıldız 67P/Churyumov-Gerasimenko'yu incelemek için geliştirilmiş ve önemli bilimsel veriler sağlamıştır (Wikipedia, 2023).

2.1. UZAY ALANINDA ÇALIŞMALAR YAPAN KURULUŞLAR

Bu bölümde uzay alanında çalışmalar yapan kuruluşlardan; NASA (ABD Ulusal

Havacılık ve Uzay Dairesi), ROSCOSMOS (Rusya Federal Uzay Ajansı), CNSA (Çin Ulusal Uzay İdaresi), ESA (Avrupa Uzay Ajansı) ve TUA (Türkiye Uzay Ajansı) hakkında bilgiler verilmiştir.

2.1.1. NASA (ABD Ulusal Havacılık ve Uzay Dairesi)

NASA, Amerika Birleşik Devletleri'nin Ulusal Havacılık ve Uzay Dairesidir. NASA uzay keşifleri, bilimsel araştırmalar ve teknolojik gelişmeler açısından önemli bir kurumdur. 1958 yılında kurulan NASA, uzaya yönelik keşif, araştırma ve teknolojik gelişmelerde öncü bir rol oynamaktadır. NASA'nın temel hedefleri arasında uzay bilimlerini araştırmak, Uluslararası Uzay İstasyonu'nu desteklemek, insanlı uzay uçuşlarını gerçekleştirmek ve gezegenlere yönelik keşifler yapmak yer almaktadır. NASA ayrıca Dünya'nın iklim değişikliği, jeolojik ve atmosferik olaylarıyla ilgili çalışmalar da yürütmektedir (Aksu, 2023).

NASA, Apollo programı kapsamındaki Ay'a insan gönderme misyonlarını gerçekleştirerek tarihi bir başarı elde etmiştir. Ayrıca, Uzay Mekiği Programı ile insanlı uzay uçuşlarını sürdürmüş ve Uluslararası Uzay İstasyonu'nu inşa etmiştir. NASA ayrıca Mars keşiflerine de odaklanmaktadır. Mars keşif araçları, Mars'ın yüzeyindeki jeolojik ve iklimsel yapıları araştırarak, gezegenin geçmiş ve potansiyel olarak yaşanabilirliği hakkında önemli veriler toplamaktadır. NASA'nın görevleri arasında Güneş Sistemi'nin diğer gezegenleri ve uydularıyla ilgili keşifler de yer almaktadır. Uzay teleskopları, gezegenlerin atmosferlerini, yüzeylerini ve komşu yıldız sistemlerini incelemekte ve evrenin genişlemesi, kara delikler ve kara madde gibi kozmolojik fenomenler hakkında bilgi sağlamaktadır. Alçak yörünge çalışmaları ve testlerini yapan NASA, 2024'te Mars keşfine hazırlanan bir program üzerinde çalışmalarını sürdürmektedir (Yazıcı ve Tiwari, 2021).

NASA uzay teknolojileri geliştirerek havacılık ve uzay sektörlerinin ilerlemesine katkıda bulunmaktadır. Uzay mekiği, uydu teknolojileri, roket geliştirme ve ileri malzeme araştırmaları gibi birçok alanda önemli başarılar elde etmiştir. NASA, 2021 yılında yaklaşık 24 milyar dolara sahip mali bütçesi ile, ABD'nde 312.000' den fazla iş kolunu destekleyerek ekonomiye 64 milyar dolardan fazla katkı sunmaktadır (NASA, 2023).

2.1.2. ROSCOSMOS (Rusya Federal Uzay Ajansı)

Rusya Federal Uzay Ajansı (Roscosmos), Rusya'nın uzay programını yöneten ve uzay keşifleri, bilimsel araştırmalar ve uluslararası işbirliği alanlarında faaliyet gösteren

bir kuruluştur. Bu ajans, Sovyetler Birliği dönemindeki Sovyet Uzay Programı'nın devamı niteliğindedir. Rusya'nın uzay çalışmaları, 1950'lerin sonunda Sovyetler Birliği tarafından başlatılmıştır. 4 Ekim 1957'de Sovyetler Birliği'nin ilk yapay uydusu Sputnik 1'i uzaya başarıyla fırlatmasıyla uzay yarışı başlamıştır. Bu olay, dünya çapında büyük bir yankı uyandırmış ve uzay keşiflerinde Sovyetler Birliği'ni öne çıkarmıştır. 1960'larda, Sovyetler Birliği Ay'a ilk insanlı uzay aracını göndererek tarihi bir başarıya imza attı. 1961 yılında Yuri Gagarin, Vostok 1 adlı uzay aracıyla ilk insan olarak uzaya çıktı. Bu olay, Sovyetler Birliği'nin uzay çalışmalarındaki liderliğini pekiştirdi. 1965 yılında, Rusya'nın uzay programını yönetmek için Sovyetler Birliği Uzay Ajansı (GUKOS) kuruldu. GUKOS, Sovyetler Birliği'nin uzay çalışmalarını koordine etmek, uzay araştırmaları yapmak ve uzay projelerini yürütmekle görevliydi. GUKOS, Sovyetler Birliği'nin dağılmasından sonra Rusya Federal Uzay Ajansı (Roscosmos) adını aldı. 1990'ların sonunda, Rusya Federal Uzay Ajansı, uluslararası işbirliği alanında aktif bir rol üstlenmeye başladı. Uluslararası Uzay İstasyonu'na (ISS) katıldı ve ortak projelerde diğer ülkelerle birlikte çalışmalar yürütmeye başladı (ROSCOSMOS, 2023).

Rusya Federal Uzay Ajansı'nın tarihsel gelişimi büyük bir başarı hikayesini yansıtmaktadır. Sovyetler Birliği dönemindeki uzay programının devamı niteliğinde olan Roscosmos, uluslararası işbirliği ile birlikte uzay çalışmalarında önemli bir rol oynamaktadır. Roscosmos, uzay istasyonu projelerinde liderliği devralan ve uluslararası uzay yolculukları için önemli bir ortak haline gelen bir kuruluştur. Roscosmos, bugün Rusya'nın uzay çalışmalarını yöneten ve uzay keşifleri, bilimsel araştırmalar ve ticari uzay faaliyetlerinde aktif olan prestijli bir kuruluştur. Ajans, uzay endüstrisindeki teknolojik ilerlemeleri sürekli takip ederek Rusya'nın uzay programını geliştirmeyi ve yenilikleri teşvik etmeyi hedeflemektedir. Ajans, araştırmalarıyla gelecekteki uzay keşifleri ve uzay turizmi ile ilgili umut veren perspektifler sunmaktadır (Civelek ve Türkay, 2019).

2.1.3. CNSA (Çin Ulusal Uzay İdaresi)

Çin Ulusal Uzay İdaresi (China National Space Administration - CNSA), Çin'deki uzay programını yöneten resmi kuruluştur. Çin'in uzay keşifleri, bilimsel araştırmalar ve teknolojik gelişme alanlarında faaliyet gösterir. Çin'in uzay çalışmaları, 1956 yılında kurulan Çin Ulusal Bilimler Akademisi (Chinese Academy of Sciences - CAS) bünyesindeki Uzay Araştırmaları Enstitüsü tarafından başlatılmıştır. Ancak, CNSA'nın kuruluşu daha sonraları gerçekleşmiştir. CNSA, 19 Nisan 1993'te kuruldu ve Çin'in uzay

faaliyetlerini koordine etme, araştırma ve geliştirme yapma, uzay projelerini yürütme, insanlı ve insansız uzay araştırmaları gerçekleştirme ve uluslararası uzay işbirliğini teşvik etme sorumluluğunu üstlendi. CNSA'nın merkezi Pekin'de bulunur. Çin Ulusal Uzay İdaresi, uzay programını geliştirmek ve ilerletmek için stratejik hedefler belirlemiştir. Bu hedefler arasında, insansız keşif ve bilimsel araştırmalar, insan uzay uçuşları, ay keşifleri, yer tabanlı uyduların geliştirilmesi ve kullanılması, ayrıca ticari uzay faaliyetlerine destek verilmesi gibi amaçlar yer almaktadır (CNSA, 2023).

CNSA, 15 Ekim 2003 tarihindeki Shenzhou 5 göreviyle, Çin'in ilk insanlı uzay uçuşunu başarılı bir şekilde gerçekleştirdi. Bu, Çin'in uzay yolculuğunda önemli bir dönüm noktası olarak kabul edildi ve Çin'in uzay programının güçlü bir şekilde ilerlemesini sağladı. Son yıllarda, CNSA önemli adımlar atmış ve çeşitli başarılar elde etmiştir. 2013 yılında Ay yüzeyine başarıyla inen Chang'e 3 uzay aracı, Çin'in Ay keşifleri alanındaki önemli bir başarısı olarak kaydedildi. Dahası, CNSA, Ay keşif programını da geliştirerek 2024 yılında Ay yüzeyine insanlı bir görev gerçekleştirme hedefini açıklamıştır (CNSA, 2023).

CNSA'nın uzay programı, Çin'in küresel arenada uzay teknolojilerine sahip gelişmiş bir ülke olma hedefini desteklemektedir. Başarıları ve geleceğe dönük hedefleri, uluslararası alanda da dikkat çekmektedir ve uluslararası uzay işbirliği projelerine katılımları artmaktadır. Sonuç olarak, Çin Ulusal Uzay İdaresi, Çin'in uzay programını ilerletmek ve geliştirmek için önemli bir rol oynamaktadır. Uzay keşifleri, bilimsel araştırmalar ve teknolojik gelişmeler alanlarında önemli ilerlemeler kaydederek Çin'i küresel sahada uzay çalışmalarında önde gelen ülkelerden biri haline getirmiştir.

2.1.4. ESA (Avrupa Uzay Ajansı)

Avrupa Uzay Ajansı (European Space Agency veya ESA), 1975 yılında Avrupa'da uzay endüstrisi ve araştırmalarını birleştirmek amacıyla kurulan bir örgüttür.

ESA'nın kuruluşu ve tarihçesi, bugüne kadar gerçekleştirdiği önemli projelerle birlikte Avrupa'nın uzay araştırmalarındaki başarısını gözler önüne sermektedir. ESA'nın ana hedefleri, Avrupa ülkeleri arasında uzay araştırmalarında işbirliği yapmak, Avrupa uzay endüstrisini destekleyerek yeni teknolojilerin geliştirilmesini sağlamaktır. Aynı zamanda ESA, Avrupa'nın uzay hedeflerini belirleme ve uzay araştırmalarında liderlik yapma amacı taşır. 2021 yılının başı ile 4.55 milyar Euro'luk bütçesiyle yaklaşık 2200 personelin çalıştığı belirtilmektedir (Aksu, 2023).

Aşağıda ESA'nın oluşum süreci kronolojik olarak verilmiştir:

1. 1962 - 1974: ESA'nın temelleri, Avrupa Uzay Araştırmaları Grubu (European Space Research Group veya ESRO) ve Avrupa Uydu İşletmesi (European Launcher Development Organisation veya ELDO) adlı iki ayrı örgütün faaliyetleriyle atıldı.

2. 1975: ESRO ve ELDO, Avrupa Uzay Ajansı (ESA) adı altında birleşti. ESA'nın merkezi Paris'e kuruldu.

3. 1979: İngiltere, ESA'ya üye oldu. Bu, ESA'nın ilk genişleme adımı oldu.

4. 1980'ler: Catalina Projesi ve Ulysses görevigibi önemli projelerle ESA'nın uzay araştırmalarındaki etkinliği arttı.

5. 1994: Norveç, ESA'ya üye oldu. Bu, ESA'nın üye sayısının 15'e çıkması anlamına geldi.

6. 1999: Mars Express adlı uzay aracı, ESA tarafından fırlatıldı ve başarılı bir şekilde Mars'a ulaştı. Bu, ESA'nın gezegen keşifleri konusundaki önemli bir adımı oldu.

7. 2001: İsviçre, ESA'ya üye oldu.

8. 2004: Avusturya, ESA'ya resmi olarak katıldı.

9. 2005: İrlanda, ESA ile işbirliği anlaşması imzaladı.

10. 2008: ESA, LISA (Laser Interferometer Space Antenna) adlı önemli bir gözlem projesini başlattı. Bu proje, gravitasyon dalgalarının gözlemlenmesini hedeflemektedir.

11. 2011: Polonya, ESA'ya üye oldu.

12. 2016: Estonya, ESA ile katılım anlaşması imzaladı.

13. 2017: ESA, JUICE (Jupiter Icy Moon Explorer) adlı önemli bir görevi başlattı. Bu görev, Jüpiter'in buzlu uydularının incelenmesini hedeflemektedir (ESA., 2023)

Avrupa Uzay Ajansı'nın kuruluşu ve tarihçesi, Avrupa'nın uzay araştırmalarındaki önemli aşamalarını yansıtmaktadır. ESA, üye ülkeler arasında bilimsel işbirliği ve teknoloji transferini teşvik eden, uzay keşifleri ve araştırmalarında liderlik rolü üstlenen önemli bir kuruluştur. Bugüne kadar gerçekleştirdiği projelerle Avrupa'nın uzay endüstrisindeki başarısını kanıtlayan ESA'nın, gelecekte de uzay araştırmalarında önemli bir rol oynamaya devam etmesi beklenmektedir.

2.1.5. TUA (Türkiye Uzay Ajansı)

Türkiye Uzay Ajansı, Türkiye'nin uzay faaliyetlerini yönetmek ve düzenlemek amacıyla 2018 yılında kurulan bir kurumdur. Ajansın kuruluş amacı, Türkiye'nin uzay bilimi ve teknolojisi alanındaki yeteneklerini geliştirmek, uluslararası iş birliklerini artırmak ve uzay sektöründe yer almak için altyapı oluşturmaktır (TUA, 2023).

Uzay Ajansı, Türkiye Cumhuriyeti Cumhurbaşkanlığı'na bağlı olarak kurulmuştur. Ajansın genel politika ve stratejileri, Türkiye Uzay Ajansı Yönetim Kurulu tarafından belirlenir ve uygulanır. Yönetim Kurulu, ajansın faaliyetlerini planlar, bütçe tahsis eder ve projeleri yönetir. Türkiye Uzay Ajansı, uzay alanında uzmanlaşmış bir kadroya sahiptir. Ajans, uzay üzerine eğitimler düzenler, personelini güncel teknolojik gelişmelerle ve uzay alanındaki en son bilgilerle donatır. Ajans, Türkiye'nin uzay politikalarını ve stratejilerini belirler. Bu politika ve stratejiler, bilimsel araştırmaları, uzay endüstrisini teşvik etmeyi, uydu sistemlerini geliştirmeyi, uzay araştırmaları yapmayı ve insanlı uzay görevlerine katılmayı kapsar. Türkiye Uzay Ajansı, ulusal ve uluslararası düzeyde çeşitli kuruluşlarla iş birlikleri yapmaktadır. Uzay ajansları, üniversiteler, sanayi kuruluşları ve diğer ilgili kuruluşlarla ortak projeler yürütülmektedir (TUA, 2023). Türkiye Uzay Ajansı, Türkiye'nin uzay faaliyetlerindeki rolünü artırmak, yerli uzay endüstrisini desteklemek ve uzay bilimi ve teknolojisinde uluslararası alanda saygın bir konum elde etmek için çalışmalar yaptığı gözlemlenmektedir. Bu kapsamda 2024 yılında Elon Musk şirketi ile insanlı bir uzay yolculuğu yapılacaktır.

3. UZAY TURİZMİ TANIMI

Uzay turizmi, kişilere uzayda seyahat etme deneyimi sunan bir turizm türüdür. Bu, bireylere dünya atmosferinin ötesindeki uzayda kısa süreli bir yolculuk yapma fırsatı verir. Uzay turizmi, insanların uzaya gerçekleştirdikleri seyahatlerin yanı sıra, fotoğrafçılık, gözlemcilik, uzay istasyonlarında konaklama ve uzay araştırmalarına katılım fırsatı da sunabilir (Cater, 2010). Diğer bir tanıma bakıldığında uzay turizmi; “dinlenme ve rekreasyon amaçlı ticari uzay seyahatlerini içermekte ve bu seyahatler yerçekimsizlik hissi ve dünya dışı deneyim gibi olanaklar sağlayan” bir turizm türüdür (Chang, 2017; Cohen ve Spector, 2019).

Uzay turizmi, uzay yolculuğu vasıtası ile tüketicilere doğrudan veya dolaylı yollardan uzay deneyimi sunan ticari bir faaliyettir. Uzay turizmi, temel olarak iki ana

bileşen üzerine odaklanır (Hobe ve Clppenburg, 2004):

1. Uzak Uçuşları: Uzak turizmi, bireylerin Dünya'nın atmosferini aşarak uzaya seyahat etmelerini içerir. Bu yolculuklar, özel uzak şirketleri tarafından sağlanan uzak araçları kullanılarak gerçekleştirilebilir. Uzak uçuşları genellikle Dünya yörüngesine kısa süreli ziyaretler olarak tasarlanmıştır ve genellikle birkaç saatlik veya birkaç günlük sürelerle sınırlıdır.

2. Uzak İstasyonu Konaklamaları: Bazı uzak turizmi programları, turistlere uzak istasyonlarında konaklama ve uzak araştırmalarına katılım imkanı sağlar. Bu tür turlar, uzak istasyonlarına ziyaretlerle birlikte, astronotlar ve bilim insanlarıyla etkileşim, yerçekimsiz ortamda deneyler yapma ve uzak teknolojileri hakkında eğitim alma gibi deneyimler sunabilir (Hobe ve Clppenburg, 2004).

Uzak turizmi, insanların uzaya seyahat etme hayalini gerçekleştirerek, uzayın keşfi ve insanlığın sınırları aşma hedefine katkıda bulunur. Bu turizm türü, daha önce sadece birkaç seçilmiş astronotun yaşayabildiği bir deneyimi daha geniş kitlelere sunmayı hedefler. Ancak önemli bir nokta, uzak turizminin henüz gelişmekte olduğu ve oldukça maliyetli olduğudur (İnce, 2020). Uzak turizmi, ileri teknoloji, güvenlik ve sağlık önlemleri gerektiren çok karmaşık bir alandır. Bu nedenle, uzak turizmi henüz sınırlı bir kitle için ulaşılabilir bir deneyim olarak kabul edilmektedir. Ancak gelecekte, teknolojik ilerlemeler ve maliyetlerin düşmesiyle birlikte uzak turizminin daha geniş kitlelere açılması beklenmektedir.

4. UZAY TURİZMİ TARİHÇESİ

Uzak turizmi konsepti, belli bir tarihle sınırlanmamış ancak 20. yüzyılın başından itibaren bilim kurgu edebiyatı ve filmlerde sık sık yer almıştır. 2001 yılında Dennis Tito, ilk uzak turistidir. Uzak turizminin tarihi, aşağıdaki kronolojik sıraya göre şekillenmiştir (Değişgel, 2019).

- 1961: Sovyet kozmonot Yuri Gagarin, Dünya'nın yörüngesini tamamlarken bir turist değildir ancak insanlı uzak uçuşunun ilk örneği olarak uzaya çıkar.
- 1990'lar: Rus devleti uçuş mühendisi olan MirCorp şirketini kurar ve ISS'de özelleştirilmiş bir bölüm kiralama teklifinde bulunur.
- 2001: Amerikalı iş adamı Dennis Tito, Rus Soyuz uzak aracı ile ISS'ye giderek uzak turizminin ilk gerçekleştirilen örneği olur.

- 2004: İsrail asıllı Amerikalı iş adamı olan İlan Ramon, uzaya giderek herhangi bir turistik etkinlik gerçekleştirmedi ancak ilk İsrailli astronottu ve uzay tarihinin trajik bir olayı olarak, Columbia Uzay Mekiği'nin yeryüzüne dönüşünde yaşamını yitirdi.
- 2006-2009: Rus Vozvrashchayeemyi Apparat (VA) adlı uzay aracı aracılığıyla altı kişi ISS'ye turistik ziyaretlerde bulundu.
- 2009: Charles Simonyi ve Guy Laliberté, ISS ziyaretlerinde bulunan son turistlerdir.
- 2019: Space X, Crew Dragon kapsülü ile iki astronotu ISS'e göndererek, bir özel şirket tarafından gerçekleştirilen ilk insanlı uzay uçuşunu gerçekleştirir. Bu aynı zamanda uzay turizmi için gelecekte yeni fırsatlar sunabilir.

Günümüzde, uzay turizmi için birçok girişimci ve yatırımcı faaliyet göstermektedir. Axiom Space, Blue Origin, Virgin Galactic, Space Adventures ve Space X gibi şirketler, gelecekteki planlarına uygun şekilde uzayturizmine yatırım yapmaktadır.

4.1. UZAY ALANINDA ÇALIŞMALAR YAPAN ÖZEL ŞİRKETLER

Uzay alanında çalışmalar yapan ve bu alana aktörlük eden özel şirketlerin, 2019 yılında uzay ekonomisi gelirleri 424 milyar dolara ulaşmış ve bu ekonomik gelir katlanarak ilerlemeye devam etmektedir. (Sommariva, 2020). Araştırmanın bu bölümünde uzay alanında çalışmalar yapan özel şirketlerden; Axiom Space, Blue Origin, Virgin Galactic, Space Adventures ve Space X şirketleri hakkında bilgiler verilmiştir.

4.1.1. Axiom Space

Axiom Space, 2016 yılında NASA'nın eski bir astronotu olan Michael T. Suffredini tarafından kurulan bir uzay şirkettir. Axiom Space, dünya çapında astronotlar, araştırmacılar ve özel sektör temsilcileri için ticari uzay istasyonları inşa etmeyi ve işletmeyi amaçlamaktadır. Şirket, insanları uzayda daha uzun sürelerde barındırabilecek ve uzay araştırmaları için daha geniş imkanlar sunabilecek bir uzay istasyonu vizyonu ile yola çıkmıştır. Şirketin kurucusu Michael T. Suffredini, NASA'nın Uluslararası Uzay İstasyonu (ISS) programının müdürlüğünü yapmış bir uzay mühendisidir. Ayrıca Axiom Space'in CEO'su olarak görev yapmaktadır. Suffredini'nin NASA'daki deneyimi, Axiom Space'in uzay istasyonu projelerini gerçekleştirmek için gerekli teknik ve uzmanlık bilgisine sahip olmasını sağlamaktadır (Axiom Space, 2023).

Axiom Space'in yaptığı işler arasında ticari uzay istasyonları inşa etmek ve işletmek, müşterilere uzayda araştırma ve yaşam imkanları sunmak, astronot eğitim programları düzenlemek gibi faaliyetler yer almaktadır. Şirket, uzay turizmi için de fırsatlar sunarak, özel sektör temsilcilerinin uzayda deneyim yaşamalarını sağlamaktadır. Axiom Space şirketi yönetim, mühendislik ekibi, pazarlama ve iletişim departmanı gibi farklı departmanlardan oluşmaktadır. Yönetim ekibi, şirketin stratejik kararlarını alırken, mühendislik ekibi uzay istasyonu tasarımı ve inşasıyla ilgilenmektedir. Pazarlama ve iletişim departmanı ise şirketin hedeflerini ve projelerini tanıtmak ve müşterilerle iletişimi sağlamakla sorumludur (Axiom Space, 2023).

Axiom Space, astronotlar, araştırmacılar ve özel sektör temsilcileri için ticari uzay istasyonları inşa etme ve işletme amacıyla kurulmuş bir uzay şirkettir. Axiom Space'in vizyonu, uzayda kalıcı bir insan varlığı oluşturmak ve uzay araştırmalarını teşvik etmektir. Şirket, uzay istasyonları aracılığıyla insanların uzayda daha uzun sürelerde yaşamasını ve araştırmalar yapmasını sağlayarak, insanlığın uzay keşiflerinde yeni bir döneme adım atmasını hedeflemektedir. Şirketin kurucusu ve CEO'su olan Michael T. Suffredini'nin NASA'daki deneyimi, Axiom Space'in uzay istasyonu projelerini gerçekleştirmek için gerekli bilgi ve uzmanlığa sahip olmasını sağlamaktadır. Axiom Space, vizyonu doğrultusunda uzay araştırmalarını teşvik etmek ve uzayda kalıcı bir insan varlığı oluşturmak için çalışmalarını sürdürmektedir (Axiom Space, 2023).

Şirketin uzay yolculuğu sahnesine bakıldığında; Axiom Mission 1 Uluslararası Uzay İstasyonu'na (ISS) özel olarak finanse edilen ve işletilen mürettebatlı bir görevle başlamıştır. Görev, Axiom'un Houston, Teksas'taki Görev Kontrol Merkezi MCC-A'dan Axiom Space tarafından gerçekleştirildi. Uçuş, 8 Nisan 2022'de Florida'daki Kennedy Uzay Merkezi'nden başlatıldı. Kullanılan uzay aracı bir SpaceX Crew Dragon'du. Mürettebat, İspanya doğumlu bir Amerikalı ve Axiom tarafından işe alınan profesyonel olarak eğitilmiş bir astronot olan Michael López-Alegría, İsrail'den Eytan Stibbe, ABD'den Larry Connor ve Kanada'dan Mark Pathy'den oluşuyordu. Axiom Mission 2, ISS'ye özel bir mürettebat göreviydi. Uçuş 21 Mayıs 2023'te başladı ve ISS'ye dört kişi gönderdi. 25 Mayıs 2021'de Axiom Space, eski NASA Astronotu Peggy Whitson'ın görev komutanı ve John Shoffner'in görev pilotu olacağını duyurdu. Suudi Arabistan Krallığı'ndan iki astronot, Ali Alqarni ve Rayyanah Barnawi de görev uzmanı olarak gemideydi. Axiom Mission 3, ISS'ye özel bir mürettebat görevidir. Uçuş 18 Ocak 2024'te başladı ve beklenen 14 günlük bir görev için dört kişiyi ISS'ye taşıdı. Mürettebatta

Türk astronot Alper Gezeravcı da yer almaktadır (Wikipedia, 2023).

4.1.2. Blue Origin

Blue Origin, 2000 yılında Amazon'un kurucusu olan Jeff Bezos tarafından kurulan bir uzay şirkettir. Bezos, uzun süredir uzay keşfi ve kolonizasyonuna olan ilgisini gerçeğe dönüştürmek amacıyla bu şirketi kurmuştur. Blue Origin'nin sahibi olan Jeff Bezos, uzun vadeli bir vizyona sahiptir ve insanların uzayda yaşamasını hedefleyen bir gelecek inşa etme amacı gütmektedir. Bezos, şirketi kurarken düşük maliyetli uzay seyahatlerini mümkün kılabilmek için yenilikçi çözümler aramıştır. Blue Origin, bu amaçla yeniden kullanılabilir roketler ve uzay araçları geliştirmekte ve uzay seyahatlerini daha erişilebilir hale getirmek için çalışmaktadır. Blue Origin, ticari uzay seyahatleri, roket motorları ve uzay araştırmaları gibi alanlarda faaliyet göstermektedir (Blueorigin, 2023).

Blue Origin'in teşkilat şeması, birçok farklı departmanı içermektedir. Ar-Ge ekibi, roket ve uzay araçlarının tasarımı ve geliştirilmesi üzerinde çalışırken, mühendislik ekibi ise bu tasarımların uygulanabilirliğini sağlamaktadır. Üretim departmanı, roket ve uzay araçlarının yapımını gerçekleştirirken, test ve kalite kontrol departmanı da ürünlerin güvenlik ve performansını sağlamaktadır. Ayrıca, pazarlama ve satış departmanı, Blue Origin'in ürün ve hizmetlerini müşterilere tanıtmak ve satmakla görevlidir (King, 2020).

Blue Origin, uzay seyahatlerini gerçekleştirmek için New Shepard adlı roketi kullanmaktadır. Bu roket, insanlı veya insansız seyahatler için kullanılabilen ve yörünge altı uzayda kısa süreli görevler gerçekleştirebilmektedir. Ayrıca, Blue Origin, New Glenn adlı daha büyük bir roket üzerinde çalışmaktadır. New Glenn, daha ağır yükleri yörüngeye taşıma kapasitesine sahip olacak ve ticari uyduların fırlatılmasında kullanılacaktır. Blue Origin ayrıca, uzayda yapılan araştırmaları destekleyen bir çalışma yürütmektedir. Şirket, insanların uzayda yaşamasını mümkün kılacak teknolojileri geliştirmekte ve uzayın keşfini hızlandırmak amacıyla bilimsel projeleri desteklemektedir. Ayrıca, Blue Origin, uzay turizmine olan ilgiyi artırmak için ticari seyahatler düzenlemekte ve insanların uzayda deneyim yaşamalarını sağlamaktadır (Blueorigin, 2023).

Blue Origin şirketinin; Jeff Bezos tarafından kurulan ve uzay seyahatleri, roket motorları ve uzay araştırmaları gibi alanlarda faaliyet gösteren bir uzay şirketi olduğu görülmektedir. Şirketin kuruluş amacı, uzayda yaşamının mümkün olabileceği bir

gelecek inşa etmek ve uzay keşfini teşvik etmek üzerine kurulmuştur. Ayrıca Blue Origin şirketinin, yenilikçi çözümler ve yeniden kullanılabilir teknolojiler geliştirerek uzay seyahatlerini daha erişilebilir hale getirmek için çalışmalar yaptığı da anlaşılmaktadır.

2021 yılında Bezos ve beraberindeki 3 kişiyi taşıyan uzay aracı, yaklaşık 107 kilometre yüksekliğe çıkmıştır. Mürettebatının tamamı sivillerden oluşan ve tarihte "pilotsuz yapılan ilk uçuş olma" özelliğini taşıyan uçuş, yaklaşık 10 dakika sürmüştür. 1. Jeff Bezos, 20 Temmuz 2021'de Blue Origin'in New Shepard roketi ile uzaya gitmiştir. Uzay yolculuğu sırasında Jeff Bezos'un yanı sıra kardeşi Mark Bezos, 82 yaşındaki Wally Funk ve 18 yaşındaki Oliver Daemen de bulunmaktaydı. New Shepard roketi, 107 kilometre yüksekliğe ulaşır dünya yüzeyine geri dönmüştür. Bu yolculuk, Blue Origin'in insanları uzaya götüren ilk uçuşuydu. Wally Funk, bu yolculukla birlikte tarihte uzaya giden en yaşlı kişi olmuştur. Yolculuk sırasında kişisel olarak kaydedilmiş ve ardından müzayedede satılmak üzere ısmarlanmış bir müzik parçası da bulunmaktaydı. Uzay yolculuğu, uzay turizminin gelişimi ve gelecekteki ticari uzay seyahatlerinin potansiyelini vurguladı. Yolculuğun ardından Jeff Bezos, insanlığın geleceğini ve uzayın keşfini desteklemek amacıyla yeni bir vakıf kurdu. Bu olay, uzay endüstrisinin giderek artan ilgi ve yatırımlarını gözler önüne sermiştir (Blueorigin, 2023).

4.1.3. Virgin Galactic

Virgin Galactic şirketi, 2004 yılında Sir Richard Branson tarafından kurulan bir özel uzay şirkettir. Virgin Galactic'in sahibi Sir Richard Branson, Virgin Group'un kurucusu ve yöneticisi olarak, uzay turizmi konusunda büyük bir vizyona sahiptir. Şirketin kuruluşuna liderlik ederek, ticari uzay seyahatinin mümkün olduğunu kanıtlamayı hedeflemiştir. Şirketin amacı, ticari uzay turizmi ve uzay araştırmaları için yenilikçi ve güvenli çözümler sunmaktır (Virgin galactic, 2023).

Virgin Galactic, örgütlenmiş kurumsal bir şirkettir. Şirkete bakıldığında, şirketin operasyonlarını ve yönetimini düzenleyen bir üst yapının varlığından söz edilebilir. Şirketin teşkilat şeması, üst düzey yöneticilerden oluşan bir yönetim kurulu tarafından denetlenir. Şirket aynı zamanda farklı departmanlardan oluşan bir personel ekibine sahiptir. Bu departmanlar arasında mühendislik, uzay araştırmaları, pazarlama ve operasyon gibi farklı alanlar bulunmaktadır. Bu teşkilat şeması, şirketin verimli bir şekilde çalışmasını sağlamak ve hedeflerine ulaşmak için gereken organizasyonel yapıyı sağlamaktadır (Virgin galactic, 2023).

Virgin Galactic'in temel işi, ticari uzay seyahati ve uzay araştırmalarıdır. Şirket, insanları dünya yörüngesine götürebilecek uzay araçları geliştirmektedir. Bu uzay araçları, yolculara dünya yörüngesine çıkmak ve yerçekimsiz ortamı deneyimlemek için eşsiz bir fırsat sunmaktadır. Virgin Galactic, müşterilerine unutulmaz bir uzay deneyimi yaşatmayı hedeflemektedir. Şirket ayrıca uzay araştırmaları ve teknolojik yenilikler konusunda da çalışmalar yapmaktadır. Uzay araçları ve teknolojileri üzerindeki araştırmalarıyla, uzay seyahati ve keşfi konusunda yeni sınırların keşfedilmesine katkıda bulunmaktadır. Şirket yörünge altı turizm için de araç geliştirmektedir (Davidian, 2020). Bu çalışmalar hem bilimsel hem de ticari amaçlar için uzayın potansiyelini daha iyi anlamamıza yardımcı olmaktadır.

Virgin Galactic, ticari uzay turizmi ve uzay araştırmaları konusunda önemli bir rol oynamaktadır. Şirketin kurucusu Sir Richard Branson'ın liderliği ve vizyonu sayesinde, insanlar artık hayallerini gerçekleştirmek ve uzayı keşfetmek için yeni fırsatlara sahiptir. Virgin Galactic'in teşkilat şeması ve işleri, şirketin hedeflerine ulaşmak ve uzay seyahati konusunda devrim yaratmak için gelişmiş bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir. 11 Temmuz 2021'de Richard Branson'ı Unity 22 uçuşunda 50 mil (80 km) ışıretinin üzerinde uçurarak, 50 mil (80 km) yüksekliğindeki ABD uzay tanımını kullanarak şirketin kurucusunu bağımsız olarak uzaya fırlatan ilk uzay uçuşu şirketi oldu. Bu yörünge altı uçuş, VSS Unity ile birlikte çift gövdeli uçak fırlatma platformu VMS Eve kullanılarak gerçekleştirildi ve Branson'ın, diğer üç çalışan yolcunun ve iki pilotun Dünya atmosferinin üzerinde yaklaşık üç dakika ağırlıksızlık yaşamasını sağladı. Tüm uçuş yaklaşık bir saat sürdü ve New Mexico'daki Truth or Consequences yakınlarındaki Spaceport America tesisine indi (Uzay turizmi–Wikipedia, 2023).

4.1.4. Space Adventures

Space Adventures şirketi, 1998 yılında Eric Anderson tarafından kurulmuş bir özel uzay seyahati şirkettir. Şirket, öncelikli olarak ticari müşterilere uzay seyahati deneyimi sunmayı hedeflemektedir. Uzay maceraları, insanların evrende keşif yapma ve uzayın gizemlerini çözme arzusunu karşılamayı amaçlayan bir şirkettir. Space Adventures'ın temel hedefi, insanların uzayı keşfetme ve deneyimleme fırsatına sahip olmalarını sağlamaktır. Şirket, müşterilerine özel uzay seyahatleri sunarak, onları dünya dışı bir ortamda yaşayan bir deneyime götürmeyi amaçlar. Hedeflerinden biri, uzay turizmini geliştirmek ve insanların uzay seyahatlerine erişimini kolaylaştırmaktır.

Bununla birlikte, Space Adventures'ın bir diğerk hedefi de bilimsel araştırmalara katkıda bulunmaktır. şirket, uzayda yapılan araştırmaları desteklemek ve bilimsel keşiflere katkıda bulunmak için uzay seyahatleri düzenler. Bu seyahatler, astronotlar ve bilim adamlarının uzayda deneyler yapmalarına ve veri toplamalarına imkân sağlar (Space adventures, 2023).

Space Adventures uzman ekiplerden oluşan bir yapıya dayanmaktadır. şirketin yönetim kurulu, stratejik kararları alır ve şirketin genel yönetiminden sorumludur. İşletme bölümü, günlük operasyonları yönetirken, pazarlama ve iletişim departmanı şirketin tanıtımını ve müşteri ilişkilerini sağlar. Teknik departman, uzay araçlarının tasarımı, üretimi ve bakımı ile ilgilenirken, güvenlik departmanı da müşterilerin güvenli bir şekilde uzay seyahati yapmalarını sağlamak için gerekli önlemleri almaktadır. Space Adventures, uzay seyahati deneyimini daha fazla insana ulaştırmak için sürekli olarak yeni projeler ve işbirlikleri geliştirmektedir. şirket, uzay turizmi alanında lider bir konuma sahip olmayı ve insanların uzayı keşfetme hayallerini gerçeğre dönüştürmeyi hedeflemektedir. Sonuç olarak, Space Adventures şirketi, ticari uzay seyahatleri sunarak insanlara evrende keşif yapma ve uzayın gizemlerini çözme fırsatı sunmayı hedefleyen bir şirkettir. şirketin hedefleri arasında uzay turizmini geliştirmek, bilimsel araştırmalara katkıda bulunmak ve lider bir konuma sahip olmak yer alır. Space Adventures, insanların uzay seyahati hayallerini gerçeğre dönüştürme misyonuyla hareket etmektedir (Space adventures, 2023).

Space Adventures şirketi, şimdiye kadar altı turist astronotu uluslararası uzay istasyonuna göndermiştir. Dennis Tito, 2001 yılında Rus Soyuz aracıyla uzay istasyonuna giden ilk turist astronot oldu. Mark Shuttleworth, 2002 yılında uzaya gönderilen ikinci turist astronot; Greg Olsen, 2005 yılında gönderilen üçüncü turist astronot; Anousheh Ansari, 2006 yılında uzaya giden ilk kadın turist astronot; Charles Simonyi, 2007 ve 2009 yıllarında iki ayrı seferde uzaya giden turist astronot; Guy Laliberte, 2009 yılında uzaya giden altıncı turist astronot olmuştur (Uzay turizmi–Vikipedi, 2023).

4.1.5. Space X

SpaceX, 2002 yılında Elon Musk tarafından kurulan özel bir Amerikan havacılık şirketidir. şirketin ana hedefi, erişilebilir, maliyet etkin uzay seyahati ve insanlı Mars misyonunu gerçekleştirmektir. Ayrıca, Dünya yörüngesine uydu fırlatmak, uzay istasyonu bakımı ve tedariki gibi uluslararası ticari ve hükümet projelerine de hizmet vermektedir. SpaceX, güncel teknoloji ve mühendislik prensiplerini kullanarak inovatif

Çalışma şekillerine odaklanmaktadır. şirket, daha ucuz ve daha etkin roket üretimi ve fırlatma yöntemleri geliştirmek için yenilikçi yaklaşımlar kullanır. Ayrıca, geri dönüşümlü roket aşamaları ve uzay araçları kullanarak maliyetleri düşürmeye çalışır. Başlıca hedefleri arasında Mars'a insan göndermek ve kolonileştirmek, uzayın ticari ve faydalı kullanımı, Dünya'nın çevresel etkilerini azaltmak ve insanlığın uzay keşiflerinde ilerlemesine destek olmak bulunmaktadır (Space x, 2023).

SpaceX karmaşık bir teşkilat yapısına sahiptir. Ancak anahtar bileşenler birkaç bölümde özetlenebilir:

1. Araştırma ve Geliştirme (R&D): Bu bölüm, yeni teknolojiler ve uzay araştırmaları için çalışmalar yürütür. Yenilikçi roket tasarımları, yenilebilir roket motorları ve yenilikçi uzay araçları üzerinde yoğun araştırmalar yapılır.

2. Fırlatma Sistemleri: Space X'in en tanınmış bileşenlerinden biri, Falcon 9 ve Falcon Heavy gibi kendi tasarımı ve üretimi olan roketlerdir. Bu bölüm, bu fırlatma sistemlerinin tasarımı, üretimi ve testlerinden sorumludur.

3. Uzay Taşımacılığı: Space X, kendi astronotları ve kargo yüklerini Uluslararası Uzay İstasyonu'na taşımak için Crew Dragon adlı uzay aracını geliştirmiştir. Uzay taşımacılığı bölümü, bu uzay araçlarının geliştirilmesi, uçuşları ve bakımları ile ilgilenir.

4. Starship Projesi: Space X'in en iddialı projelerinden biri, İnsanlı Mars misyonunu gerçekleştirmek için tasarlanan Starship'tir. zerinde alışmalar devam eden Starship, daha önceki roket tasarımlarından farklı bir yaklaşımla yeniden kullanılabilirliğe odaklanmaktadır.

SpaceX tarafından üretilen bazı önemli roketlerin gelişimi ř şekildedir:

1. Falcon 1: SpaceX'in ilk olarak geliştirdiği roket olan Falcon 1, kargo taşıma kapasitesine sahip küçük bir roketdir. İlk başlarda 2006 ve 2009 yılları arasında kullanılan Falcon 1, tamamen SpaceX tarafından tasarlanıp üretilmiştir.

2. Falcon 9: Falcon 1'in ardından geliştirilen ve halen kullanılan Falcon 9, orta büyüklükte bir roketdir. İki aşamalı roket sistemi, yörüngeye taşınacak yükleri taşıma kapasitesine sahiptir. Falcon 9, genellikle ticari uydu fırlatmaları, Uluslararası Uzay İstasyonu'na astronot ve kargo ulaştırmada kullanılır. Ayrıca, roketin ilk aşaması geri dönüşümlüdür ve yeniden kullanılmak üzere kontrollü bir şekilde indirilir.

3. Falcon Heavy: Falcon 9'un geliştirilmiş versiyonu olan Falcon Heavy, büyük

ölçekli yükleri taşıyabilme yeteneğine sahip bir roketir. Falcon Heavy, üç adet Falcon 9 roketinin bir araya getirilmesiyle oluşturulan bir yapıya sahiptir. Bu roket, daha ağır yükleri yörüngeye taşıma kabiliyetine sahip olmasıyla dikkat çekmektedir.

4. Starship: Starship, SpaceX'in gelecekteki projelerinden biridir ve tamamen yeniden kullanılabilir bir roket sistemidir. İnsanlı Mars misyonunu gerçekleştirebilmek için tasarlanmış olan Starship, büyük bir taşıma kapasitesine sahiptir. İki aşama ve yüksek oranda yeniden kullanılabilirlik özelliği ile Space X'in uzay keşif hedeflerine uygun olarak tasarlanmıştır (SpaceX, 2023).

Bu roketler, SpaceX'in yörüngeye erişimi kolaylaştırma ve maliyetleri düşürme hedefleri doğrultusunda tasarlanmış ve üretilmiş önemli örneklerdir. Şirket, yenilikçi tasarımlar, geri dönüşümlü aşamalar ve ileri teknoloji kullanarak uzay seyahatini daha erişilebilir hale getirmeye çalışmaktadır.

SpaceX şirketi şu ana kadar toplamda 10 kişiyi uzaya götürmüştür. Bunların 4 tanesi uzay turisti olup Uluslararası Uzay İstasyonu'na ziyarette bulunmuşlardır. SpaceX'in ilk insan taşımali uçuşu olan Crew Dragon Demo-2 göreviyle Mayıs 2020'de NASA astronotları Bob Behnken ve Doug Hurley uzaya gönderilmiştir. SpaceX'in ilk operasyonel insan taşımali uçuşu olan Crew-1 göreviyle Kasım 2020'de NASA astronotları Michael Hopkins, Victor Glover, Shannon Walker ve JAXA astronotu Soichi Noguchi uzaya gönderilmiştir (Uzay turizmi–Vikipedi, 2023).

5. UZAY TURİZMİNE YÖNELİMİN SEBEPLERİ

Uzay turizmi, insanların dünyanın dışına seyahat edebilmelerini sağlayan bir tür turizm olarak tanımlanabilir (Yılmaz ve Laçın Şimşek, 2017). Uzayın keşfi ve uzay turizmi, bilim ve teknolojinin ilerlemesi üzerinde derin etkilere sahip bir alandır. Ayrıca uzay turizmi, insanların bakış açılarını değiştirerek gezegenimiz Dünya'ya olan bağlılıklarını artırabilir ve uzaydaki kaynakları keşfederek kaynakların sürdürülebilirliği konusunda bizi daha bilinçli hale getirebilir bir alandır (Arıkurt, Durukan ve Şahin, 2015).

Uzay turizmi, insanların uzayda bilimsel araştırmalara katılma fırsatı bulmalarını sağlamaktadır. Uzay, geniş bir bilinmezlik alanı olduğu için, uzay turizmi, astronomi, astrofizik, uzay mühendisliği ve diğer bilim dalları için yeni keşiflere ve verilerin toplanmasına olanak tanımaktadır (Balçın ve Ergün, 2019). Uzay turizmi, yeni teknolojilerin geliştirilmesine ve uygulanmasına da olanak sağlayabilir.

Uzayın turizmine yönelimin birden çok sebebi olabilir. Uzay turizmi, yeni bir

ekonomik sektör yaratma potansiyeli taşımaktadır. Uzay turizmine yönelik gelişmeler, turizm endüstrisinde yeni iş fırsatları ve gelir kaynakları da sağlayabilir. Uzay turizmi, insanların sınırlarını zorlama ve yeni deneyimler yaşama fırsatı sunarken, insanların uzayda yaşama ve uzay kolonilerinde yaşama potansiyelini keşfetmelerini sağlayabilir (İnce, 2020). Bu tür turizm faaliyetleri, insanların uzayda yaşamının zorluklarına ve gerekliliklerine de aşina olmalarını sağlayabilir.

İnsanlar neden uzay turizmine yönelirler sorusuna gelince, bu sorunun cevabının bireyler açısından sebepler ve şirketler açısından sebepler başlıklarında incelenmesi gerektiği değerlendirilmektedir.

5.1. BİREYLER AÇISINDAN UZAY TURİZMİNE YÖNELİMİN SEBEPLERİ

Uzayın keşfi ve uzay turizmi, bilim ve teknolojinin ilerlemesi üzerinde derin etkilere sahiptir. Bu nedenle uzay turizmi, insanlık için gelecekte büyük önem taşıyabilecek bir turizm alanı olarak görülmektedir (Neagu, 2018). Bu da insanların uzay turizmine yönelmesini sağlamaktadır. Uzay turizmi, insanlara yeni deneyimlerin yaşanabileceği, sınırların zorlandığı ve keşiflere açık bir alan sunmaktadır. Bu nedenle, bazı insanlar uzay turizmine yönelerek macera arayışlarına cevap bulmak ve dünyanın ötesindeki bilinmeyenlere adım atmak isteyebilirler. Yine uzay turizmi, oldukça nadir ve pahalı bir seyahat türü olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu nedenle, uzay turizmine yönelen bireyler, başkaları tarafından benzersiz ve prestijli bir grup olarak görülebilir. Uzay yolculuğuna katılarak, statü sahibi olmanın yanı sıra, nadir bir deneyimi yaşama fırsatına sahip olurlar (İnce, 2020).

Yine uzay turizminin yanı sıra bazı bireyler, uzayda bilimsel araştırmalara katılmak veya uzaydaki farklı fenomenleri gözlemek için bu tür bir deneyimi seçebilirler. Uzay turizmi, astronomi, astrofizik ve uzay mühendisliği gibi bilim dallarıyla ilgilenenler için yeni veri toplama fırsatları sunmaktadır. Ayrıca uzay turizmi, insanların uzayda yaşama potansiyeline ilişkin bir ön hazırlık olarak da görülebilir. Bazı bireyler, insanlığın geleceğinin uzayda olduğuna inanmakta ve uzay turizmine katılarak bu geleceğe katkıda bulunmak istemektedirler. Uzay turizmi, fiziksel ve zihinsel olarak zorlayıcı bir deneyim de yaşatan bir turizm türüdür. Uzay turizm yönelen bireyler, bu tür bir zorluğun üstesinden gelmek ve kişisel sınırlarını aşmak için uzay yolculuğuna katılmayı tercih edebilmektedirler. Kendilerine meydan okuma, başarı hissi ve kişisel gelişim arzusu da uzay turizmine yönelmelerinin nedenleri arasında olabilir (Musk, 2013).

Bu anlatılanlara dayanarak, insanlar arasında uzay turizmine yönelimi motive eden çeşitli faktörlerin olduğunu söyleyebiliriz. Her bireyin kişisel tercihleri ve düşünceleri bu faktörler üzerinde farklı bir ağırlığa sahip olabilir. Ancak, uzay turizminin gelişmesi ve yaygınlaşması için hala birçok teknik, mali ve güvenlik engellerinin bulunduğunu unutmamak gerekir. Uzay turizmi için insanları çekici hale getiren faktörlerin yanı sıra, bu fırsatlarla birlikte getirdiği riskler ve zorluklar da göz önünde bulundurulmalıdır. Uzay turizminin gelecekte insanlık için ne kadar büyük bir önem taşıyacağını zaman gösterecek olsa da şu anda bu alana olan ilginin giderek arttığı açık bir gerçektir.

5.2. ŞİRKETLER AÇISINDAN SEBEPLER

Stanford Üniversitesi Havacılık Bölümü araştırmacısı olan Prof. Dr. Scott, dünya üzerindeki hali hazırda uzay havacılığı girişimlerinin %75'ine girişimcilerin sahip olduğunu ortaya koymaktadır. Uzay turizmi, şirketler için birçok önemli fırsatlar sunmaktadır. İlk olarak, uzay turizmi şirketlere yeni bir pazar ve gelir kaynağı oluşturmaktadır. Bu alanda faaliyet gösteren şirketler, uzay yolculuklarını planlayan ve organize eden bir dizi hizmet sunmaktadırlar. Turistik uzay seyahatleri, lüks oteller, yemek, eğlence ve diğer hizmetler gibi farklı alanlarda da fırsatlar sunmaktadır (Benjamin, 2018).

Ayrıca uzay turizmi, inovasyon ve teknolojik ilerlemeler için bir katalizör görevi görebilir. Uzay yolculukları için geliştirilen yeni teknolojiler, diğer endüstrilere uygulanabilir ve geliştirilebilir. Bu da şirketlere yeni ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi, patentlerin elde edilmesi ve rekabet avantajı sağlanması gibi fırsatlar sunar. Uzay turizmi aynı zamanda şirketler için marka değeri ve prestij açısından da önemlidir. Uzay turizmine katılım, bir şirketin ciddiyetini ve teknolojik liderliğini gösterebilir. Bu da şirketin güvenilirliğini ve itibarını artırabilir (Cohen ve Spector, 2019).

Uzay turizmi şirketler için yeni bir pazarın keşfi, teknolojik inovasyonlar ve marka değeri sağlama gibi potansiyeller sunmaktadır. Bu nedenle, birçok şirket uzay turizmi alanında yer almayı değerlendirmektedir. Bu bakımdan şirketlerin uzay turizmine yönelme nedenleri “**mali sebepler ve karlılık**”, “**sektöre öncülük etme ihtiyacı**” ve “**girişimciler açısından sebepler**” başlıklarında değerlendirilmiştir.

5.2.1. Mali Sebepler ve Karlılık

Uzay turizmi, dünya çapında giderek artan bir ilgiyle karşılaşmaktadır ve bu

alandaki faaliyet gösteren şirketlerin sayısı hızla artmaktadır. Bununla birlikte, şirketlerin uzay turizmine yönelmelerinin birçok nedeni bulunmaktadır. Bu turizm alanı, şirketlere mali, ekonomik ve karlılık açısından avantajlar oluşturmaktadır. Uzay turizmi, yeni gelir kaynakları sağlaması, Ar-Ge fırsatları sunması, işbirliği fırsatları yaratması, turizm sektörünü canlandırması, rekabet avantajı sağlaması, inovasyon alanı olması ve büyüme potansiyeli taşıması gibi nedenlerle, şirketlerin ilgisini çekmektedir (Foust, 2018).

Şirketlerin uzay turizmine yönelmelerinin mali nedenleri irdelendiğinde; uzay turizmi, şirketlere yeni bir gelir kaynağı sağlamaktadır. Uzayda turizm faaliyetleri ile şirketler, daha büyük bir müşteri kitlesine ulaşarak karlarını artırabilmektedir. Uzay turizmi, oldukça pahalı bir seyahat türü olarak kabul edilir. Yüksek maliyetler, uzay turizmi şirketlerine sağlam bir kâr marjı sağlama potansiyeli sunar. Şirketler, yüksek talep ve sınırlı arz nedeniyle fiyatları yüksek tutabilir ve bu sayede aşırı karlılık elde edebilirler (Benjamin, 2018).

Yine uzay turizmi, birçok şirket için geniş bir Ar-Ge alanıdır. Bu alanlarda faaliyet gösteren şirketler, uzay teknolojileri, uzay yarı iletkenleri, roket teknolojisi, uzay araçları ve diğer ilgili teknolojiler üzerinde çalışarak, uzay turizminin gelişimine katkı sağlayabilmektedir (Lele, 2018). Ayrıca uzay turizmi, şirketler arasında işbirliği fırsatları yaratır. Uzay turizmi şirketleri, iş ortaklıkları ve işbirlikleri yoluyla mali açıdan avantajlı duruma geçebilirler. Örneğin, uzay turizmi şirketleri, havacılık şirketleri, turizm şirketleri veya uzay endüstrisiyle ilgili diğer şirketlerle ortaklık kurarak mali kaynakları birleştirebilir ve pazarlama veya operasyonel avantajlar sağlayabilirler.

Şirketlerin uzay turizmine yönelmelerinin ekonomik nedenlerine bakıldığında uzay turizmi, birçok ülkeye turist getirerek ekonomiyi canlandırabilir. Uzay turizmine yönelen şirketlerin, artan iş gücüne ihtiyacı olacaktır. Bu nedenle uzay turizmi, birçok kişiye iş imkanı da sağlayabilir. Ayrıca uzay turizmi, turizm sektörünü canlandırarak, diğer turizm faaliyetlerini de tetikleyebilir (Bush, 2002).

Şirketlerin uzay turizmine yönelmelerinin karlılık açısından nedenlerine bakıldığında uzay turizmi, şirketlere rekabet avantajı sağlayabilir. Uzay turizmi için gerekli olan teknolojik altyapısı olan şirketler, potansiyel rakiplerine göre avantaj sahibi olabilirler. Bunun yanında uzay turizmi, şirketler için bir inovasyon alanı olabilir. Uzay turizmi teknolojilerini geliştiren şirketler, diğer sektörlerde de benzer teknolojileri kullanarak fark yaratabilirler. Aynı zamanda uzay turizmi, şirketlere büyüme potansiyeli sağlarlar. Uzay turizmi alanında faaliyet gösteren şirketler, uzaya seyahat eden müşteri

sayısının artmasıyla birlikte büyüme potansiyeli taşırlar. Uzay turizmi endüstrisinin önümüzdeki 10 yıl içinde işlem hacmi ve büyüklüğünün 1.1 trilyon Dolar olması beklenmektedir (Stanley, 2018).

5.2.2. Sektöre Öncülük Etme İhtiyacı

Uzay turizmine yönelen şirketlerin bu sektöre öncülük etme ihtiyacı, birçok nedenden kaynaklanmaktadır. Bu nedenler; potansiyel pazarın doğması, rekabet avantajı, yeni kârlılık fırsatları, teknolojik ilerlemelerin geliştirilmesi, yeni iş modelleri ve iş fırsatları ile itibar edinmek gibi konularda ele alınabilir.

Uzay turizmi, henüz yeni bir sektör olduğu için, bu alanda yer alacak şirketler, hızla büyüyen bir potansiyel pazar doğurma fırsatına sahiptir. Uzay turizmi, nakit para akışına yardımcı olacak, yeni bir müşteri kitlesine erişimi kolaylaştıracak ve gelecekte de büyüme potansiyeline sahip olacaktır. Ayrıca uzay turizminin hala gelişme aşamasında olması, bu alanda öncülük eden şirketlere rekabet avantajı sağlayacaktır. Yenilikçi teknolojiler, operasyonel gelişmeler ve benzeri faktörler, öncülük eden şirketlerin rakiplerine kıyasla daha ileriye gitmelerine yardımcı olabilecektir (Howell, 2018).

Uzay turizminin şirketlere için yeni bir kârlılık fırsatı sunuyor olması bu sektöre öncülük etme anlayışını desteklemektedir. Çünkü uzay turizmi, şirketlerin gelirlerini artıracak ve yeni nakit akışını sağlayacaktır. Bu nedenle diğer turizm sektörlerinden daha fazla kazanç potansiyeli taşımaktadır. Yine uzay turizmi, şirketlerin teknolojik yeniliklerini geliştirmesi için de bir fırsattır. Uzay turizminin gerektirdiği teknolojiler, sorunları çözmeye yönelik yeni kavramlar ve teknikler geliştirmek için fırsatlar sunmaktadır (NASA, 2019).

Uzay turizmi, yeni iş modelleri ve iş fırsatları açar. Uzay turizmi, bu alanda faaliyet gösteren şirketlerin, tedarik zincirleri dahil olmak üzere birçok iş fırsatı yaratmasına yardımcı olabilir. Uzay turizmi, şirketlerin itibarını güçlendirmelerine yardımcı olabilir. Uzay turizmine yönelen şirketlerin, bu alanda öncülük etme konusundaki taahhütleri, gelecekteki müşterilerinin güvenini kazanmalarına yardımcı olacaktır (Spector, Higham, ve Doering, 2017). Sayılan tüm bu nedenler, uzay turizmine yönelen şirketlerin bu sektöre öncülük etme ihtiyacını açıklamaktadır.

5.2.3. Girişimciler Açısından Sebepler

Girişimcilerin uzay turizmi sektörüne yönelmesine sebep bazı önemli faktörler bulunmaktadır Her girişimcinin farklı motivasyona sahip olması bu faktörleri

belirleyebilmektedir. Genel olarak girişimcilerin uzay turizmine yönelmelerinde yeni bir pazara açılma isteği, teknolojiye duyulan ilgi, geleceğe yönelik trend oluşturma, insanın keşfetme isteği ve çevresel farkındalık oluşturma gibi nedenler etkili olabilmektedir.

Uzay turizmi, henüz çok yeni bir pazar olarak kabul edilmektedir. Bu sektördeki potansiyel büyüme ve gelişme fırsatları, girişimcileri cazip kılan etkenler arasındadır. Uzay sektöründe faaliyet gösteren şirketlerin inovasyon ve teknoloji alanında önemli çalışmalar yürütmesi, girişimcilerin ilgisini çekmektedir. Bu açıdan uzay turizmi, yeni teknolojilerin geliştirilmesi ve mevcut teknolojilerin uzay ortamında test edilmesi için büyük fırsatlar sunmaktadır. Yine uzay turizmi, gelecekteki seyahat trendlerinde büyük bir etkiye sahip olacağı öngörülen bir alandır. Girişimciler, gelecekteki tüketici taleplerine cevap verebilmek ve yeni trendleri belirleyebilmek için bu alanda faaliyet gösterme fırsatını değerlendirmek istemektedirler (Scott, 2020).

İnsanların keşfetme ve yeni deneyimlere sahip olma isteği, uzay turizmi sektörün büyümesine katkıda bulunmaktadır. Girişimciler, bu isteği karşılamak için uzaya yönelik turistik deneyimler sunabilecek şirketler kurma fırsatını değerlendirmektedirler. Uzay turizmi, çevresel sürdürülebilirlik konusunda da büyük bir potansiyele sahiptir. Girişimciler, daha çevre dostu ve sürdürülebilir bir turizm modelini geliştirebilme fırsatını görmekte ve bu alana yatırımlar yapmaktadırlar (Bush, 2002).

6. UZAY TURİZMİNDE GELECEK VİZYONU

Gelecekte, teknolojik yenilikler ve pazar taleplerine bağlı olarak uzay turizmi daha da ilerleyebilir ve daha fazla insanın uzayı keşfetmesine olanak sağlayabilir. Bu olanaklar, uzay turizminin insanlığın uzayda genişleyen rolüne, uzay keşif ve yaşam alanı olarak uzayın kullanımına yönelik bir perspektif sunabilir. Özellikle bilim ve teknolojiye yaşanan gelişimler, uzay turizmini giderek daha erişilebilir bir hale getirmektedir. Uzay turistlerinin dünya yörüngesinin ötesine geçerek Ay, Mars veya diğer gezegenlere yapacakları keşif yolculuklarına odaklanılacaktır. Bu sayede daha güvenli ve daha ucuz uzay seyahatleri düzenleme imkanları ortaya çıkacak ve daha fazla insan uzayı deneyimlemek isteyecektir (Çiçek, 2013).

Uzay turizmi sektöründeki kuruluşlar ve özel sektör girişimcileri, insanlara bu olağan üstü uzay deneyimi yaşatmak için uzay turizmi girişimleri yaparak bu yeni sektörde etkin rol almaya başlamışlardır. Bu nedenle uzay turizmi, ülkeler için geliştirilebilir önemli bir alan olarak görülmüştür. Uzay turizminin önemini fark eden ülkeler, bu sektöre yatırım yapmaya ağırlık vermişlerdir. Uzay turizminde ön plana

çıkarak ve uzayda söz sahibi olabilmek için birbirleriyle kıyasıya bir yarış içerisinde girmişlerdir (Güneş, 2022).

Uzay turizminin gelecek vizyonuna bakıldığında, ilerleyen zamanlarda uzayda kalınabilecek gökdelen benzeri yapıların ve uzay otellerinin ortaya çıkması muhtemeldir. Bu oteller, ziyaretçilere konaklama, yemek, eğlence ve hatta uzay yürüyüşleri gibi deneyimler sunabilir. Yine uzayda spor etkinlikleri, farklı gezi ve keşif turları, uzayda yapılacak sanatsal ve kültürel etkinlikler gibi uzay turizmi için eğlence ve aktivite seçeneklerinin geliştirilmesi gündeme gelebilir. Uzun vadede, insanların uzayda kalıcı olarak yaşayabilecekleri, çalışabilecekleri ve üretebilecekleri uzay kolonileri de kurulabilir. Bu durum, uzay turizminin sadece geçici ziyaretlerden öteye geçerek uzayda sürdürülebilir bir yaşamın geliştirilmesine olanak sağlayabilir. Hatta uzay turizmi geliştikçe, dünya üzerinde uzay turizmi için özel limanlar oluşturulabilir. Bu limanlar, uzay araçlarının kalkış ve iniş yapabileceği bölgeler olabilir ve turistlere uzaya erişmek için bir başlangıç noktası sağlayacaktır (Smtherman, 2000).

Uzay turizmi popüler turizm faaliyetine aday bir turizm alanıdır. Çünkü uzay turizmi alanında bazı milyarderler bir yarış içerisinde bulunmaktadır. Bunlar arasında Jeff Bezos'un Blue Origin'i, Sir Richard Branson'ın Virgin Galactic'i ve Elon Musk'ın SpaceX'i, başı çeken milyarderlerin şirketleri arasındadır. İlaveten büyük bir gelir ve istihdam imkânı olarak görülen uzay turizmi, yeni bir özel ilgi turizmi olarak parlamaktadır (Küçük, 2022). Uzay turizmi, çok eskilere dayanan bir merakın gelişen uzay teknolojileri ve seyahat araçları vasıtasıyla gerçeğe dönüşmesidir. Dünyanın dışında başka gezegenlerden dünyayı seyretmek isteyen ve bu seyahati yâda sanal gerçekliğini satın alabilecek gücü olan bireylere hitap eden uzay turizmi, ihtiyaç duyulan alt yapı, teknik donanım, eğitim, sağlık gibi tüm yatırım ve hizmetlerin ekonomik olarak ticarileşmesi ve sunulması faaliyetlerinin tümüdür (Hobe, 2009; Civelek ve Türkay, 2019).

Bunun yanında uzay turizmi, macera turizmi ile de ilişki kurar ve bazı niteliklerinden dolayı macera turizmi kapsamına girdiği söylenebilir. Uzay turizmine katılmak isteyen turistler katıldıkları turlardan, yaptıkları tatilden keyf, zevk, enerji almak isterler. Bu bakımdan macera turizmi, turistik deneyimin katılımcısı, hazırlanması ve yönetiminin karşılıklı etkileşimiyle ortaya çıkan; risk elemanlarını içeren, çoğunlukla ticari olarak ele alınan ve katılımcının her zamanki istikametinden uzak doğal bir çerçevede gerçekleşen, geniş bir faaliyet alanına sahip açık hava turizmi faaliyetidir.

Macera turizminde; risk elemanlarının olması, ticari olması, belli bir fiyat karşılığında olması, istikametten uzakta olması, doğal bir çerçevede gerçekleştirilmesi ve açık hava turizmi faaliyetlerini içermesi gibi bazı özellikleri içermektedir. Uzay turizminin ise yüksek fiyatlı olması, çok uzaklara seyahat edilmesi, dünyadan da uzak uzay ve uzaya uçuş merkezlerini ele alması ve yüksek risklere sahip olması uzay turizminin, macera turizminin niteliklerini taşıdığını göstermektedir.

Macera turizminin mekansal olarak açık havada gerçekleşme unsuru, katılımcıların arzusundan kaynaklanmaktadır. Bu yüzden turistin macerayı nerede arayacağı söz konusu değil; ister su altında, ister uzayda olabilir. Uzay, macera turizminin dördüncü gerçekleştirm ortamı olarak sayılabilir. Uzay turizmi ilk karada başlatılır daha sonra sırasıyla hava-uzay, uzaydan geri dönüşte kara veya su ile de temas eder. Uzay turizmi risk faktörünün macera turizminden daha fazla olmasıyla, fiyat açısından da yüksek geliri olan gruba yönelik olmasından dolayı ve gerçekleştiği ortamın uzay olmasından dolayı macera turizminin bir türü olmayıp da kendi başına bir turizm çeşidi olabilmektedir.

İKİNCİ BÖLÜM

LİDERLİK KAVRAMLARI

Araştırmanın ikinci bölümünde, araştırmanın amacı kapsamında liderlik kavramı hakkında bilgilere yer verilmiştir. Bu bölümde liderlik tanımı, liderliğin amacı ve önemi, liderlik çeşitleri, liderlikte çağdaş yaklaşımlar, girişimci lider özellikleri, liderlik hakkında teoriler, liderlik ve uzay turizmi ile ilgili başlıklar ele alınarak bir kavramsal çerçeve oluşturulmuştur.

1. LİDERLİK TANIMI

Liderlik kavramı, tarih boyunca insanların bir arada yaşama ihtiyaçlarından doğmuş ve bir grup içinde belirli bir düzeni sağlama amacını taşımıştır. Liderlik kavramı, insan topluluklarının düzenli bir şekilde işlerliğini sağlamak ve belirli hedeflere ulaşmak için önemli bir rol oynamıştır. Bu nedenle toplumsal hayatın sürdürülebilirliği için lider kavramı ve liderlik kurumları vazgeçilmez bir gerçek olmuştur (Kaya, 2000).

Tarih boyunca liderlik konsepti, farklı kültürlerde ve dönemlerde farklı şekillerde ele alınmış, ancak her zaman insan ilişkileri ve toplumsal düzenin temel unsurlarından biri olmuştur (Aykanat, 2010). Tarihsel olarak, liderlik fikri, antik toplumlardan modern toplumlara kadar pek çok farklı kültürde önemli bir rol oynamıştır. Örneğin, eski Yunan'da, liderlik kavramı politika, askeri liderlik ve felsefe gibi alanlarda derinlemesine ele alınmıştır. Sokrates, Platon ve Aristoteles gibi düşünürler, liderliğin doğası ve önemi üzerine çalışmışlardır. Orta çağ Avrupa'sında, liderlik genellikle soylu ailelerin hakimiyeti altında bulunmuş ve kraliyet aileleri bu liderlik rollerini oynamışlardır (Antonakis ve Day, 2018). Bu dönemde liderlik, genellikle doğuştan gelen bir hak ve yetki olarak kabul edilmiştir. Modern anlamda liderlik ise, sanayi devrimiyle birlikte daha fazla önem kazanmıştır. Sanayileşme süreci, büyük ölçüde organizasyonlarda etkin liderlik ihtiyacını ortaya çıkarmış ve bu da liderlik konusuna daha fazla dikkat çekilmesini sağlamıştır. Günümüzde liderlik, iş dünyasından siyasete, eğitimden spor alanına kadar pek çok alanda çok önemli bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Liderlik becerileri, problem çözme, ekip yönetimi, iletişim ve motivasyon gibi alanlarda oldukça değerli kabul edilmektedir (Yukl, 2018).

Dünya literatürüne 14. yüzyılda giren ve Anglosakson kökenli bir kelime olan liderlik kelimesi, “lead” sözcüğü kökeninde “sürmek, yol göstermek” anlamlarına

gelmektedir (Zel, 2006). Liderlik, genellikle bir grup veya organizasyon içinde karar alma ve yönlendirme sürecini ifade eder. Bir lider, genellikle başkalarını etkileme ve onları hedeflere doğru yönlendirme konusunda yetenekli olan kişidir (Silva, 2016). Liderlik kavramı ile ilgili yapılan bazı tanımlamalara Tablo 1’de yer verilmiştir.

Tablo 1: Liderlik tanımları

Liderlik, hedef oluşturma ve hedefe ulaşma yönündeki grup aktivitelerini e	Stogdill, 1950
Liderlik, bireysel bir davranıştır. Bir grubu paylaşılan bir hedefe yönlendirmektir.	Hemphill&Coons, 1957
Liderlik; kişinin vizyonunu daha geniş bir görüşe yükseltmesi, performansını daha yüksek bir standarta çıkartması, kişiliğini normal kısıtlarının ötesinde büyütmesi demektir.	Drucker, 1974
Liderlik, çalışanların performansını artıracak etki uyandırmaktır. Liderlik, belli bir amaç için örgütlenmiş bir grubun faaliyetlerini etkileme sürecidir.	Katz&Kahn, 1978 Rauch & Behling, 1984
Liderlik, anlamlı bir amaca yönelik kolektif bir hedef belirlemek ve bu hedefi yerine getirmeye yönelik çaba harcamaya istekli olunmasını sağlamaktır.	Jacops& Jaques, 1990
Liderlik, sabit kültürün dışına çıkabilme ve daha uyumlu evrimsel değişim süreçlerini başlatabilme yeteneğidir.	Schein, 1992
Liderlik, insanların birlikte yaptığı şeyi anlama, anlamlandırma ve içselleştirme sürecidir.	Drath & Palus, 1994
Liderlik, insanlara bir işi şiddet kullanımı ya da tehdit olmaksızın, isteyerek yaptırmaktır.	İbicioğlu, 1998
Liderlik, astlara ilham verme, grup hedeflerini oluşturma ve bunlara ulaşma ve grubun bağlılığını koruma gibi çok sayıda farklı işlevin bir araya gelmesidir.	Casimir, 2001
Liderlik, belirli şartlar altında, belirli kişisel veya grup amaçlarını gerçekleştirmek üzere, bir kimsenin başkalarının faaliyetlerini etkilemesi ve yönlendirmesi sürecidir.	Koçel, 2011
Liderlik, amaçlarını veya vizyonun başarılmasına yönelik grubu etkileyebilme yeteneğidir.	Robbing & Judge, 2012

Kaynak: Fiedler, 1967

Tablo 1’ e bakıldığında liderlik üzerine birçok farklı yaklaşımlar yapılmış ve bu kavrama ilişkin değişik tanımlamalar getirilmiştir. Bu tanımlar liderliğin, belli bir amaç doğrultusunda insanları etkilemekle ilgili bir süreç olduğu göstermektedir. Bu yönüyle liderlik, bir grup insanı belirli bir hedefe yönlendirmek, motive etmek ve etkilemek

suretiyle o hedefe ulaşmalarını sağlayan bir süreçtir (Şişman, 2020). Bu bakımdan liderlik, etkili iletişim, vizyon oluşturma, karar verme ve problem çözme gibi becerilerin kullanılarak insanları yönlendirme ve motive etme sürecini içerir. Ayrıca liderlik, insanların potansiyellerini ortaya çıkarmalarına yardımcı olmak, onların gelişimlerine destek olmak, takipçilerine sahip olma, güç, otorite, cezalandırma ve ödüllendirme gibi önemli unsurları içeren bir süreçtir (Pehlivan, 2019). En kapsamlı şekilde liderlik; en etkili şekilde, kişileri belirlenen görevler doğrultusunda, motive bir biçimde yerine getirme konusunda etkileme becerisi olarak tanımlanmaktadır (Akdemir, 2018).

Liderlik ile ilgili diğer tanımlamalara bakıldığında; ortak hedeflerin gerçekleştirilmesi amacıyla bireyleri, grupları etkileme ve yönlendirme süreci (Turan, 2020); kişilerin güçlerini ve potansiyellerini etkileyerek daha büyük yararlar elde edebilme kapasitesi ve başkalarının düşünce ve eylemlerini etkileme gücü şeklinde tanımlamalara da rastlanmaktadır (Blanchard, 2020). Liderlik kavramının merkezinde süreç, etkileme gücü, ortak hedef içermek ve grup içinde gerçekleşme gibi unsurlar etkili olmaktadır (Northouse, 2016). Bu bağlamda liderlik; “bir grup insanı, belirli amaçlar etrafında toplayabilmek, bu amaçları gerçekleştirmede onları harekete geçirebilmek ve etkileyebilmek için bilgi ve yeteneklerinin toplamı” şeklinde tanımlanabilir (Zel, 2001). Akademisyenlerin, araştırmacıların ve uygulayıcıların liderlik kavramına ilişkin araştırma alanlarını genişletmesiyle, liderlik kavramı gelişmeye devam edecek ve bu kavrama ilişkin yeni yaklaşımlar ortaya çıkacaktır.

2. LİDERLİĞİN AMACI VE ÖNEMİ

Liderliğin amacı, bir grubun hedeflerini belirlemek, yönlendirmek ve başarmak için insanları etkilemek ve yönetmektir. Liderler, bireylerin potansiyellerini ortaya çıkarmalarına yardımcı olur, motivasyon sağlar, güven oluşturur ve birlikte çalışma kültürünü geliştirir (Aksoy ve Işık, 2008). İlham verici bir lider, çalışanların potansiyellerini keşfetmelerine ve geliştirmelerine olanak tanır. Liderler, güven ve destek sağlayarak, çalışanların yeteneklerini ve becerilerini kullanmalarını teşvik eder. Böylece, çalışanlar kendilerini daha fazla önemli hisseder ve daha yaratıcı bir şekilde katkıda bulunurlar. Liderler çalışanlarının içsel motivasyonlarını artırır. Liderler, vizyonlarını paylaşıp, çalışanların işlerine duygusal olarak bağlanmalarını sağlayarak çalışanların daha yüksek bir motivasyonla çalışmalarına yardımcı olur ve başarıyı teşvik ederler (Terry, 1998).

Liderler, güven ve bağlılığı artırmak için açık iletişim, adaletli davranışlar ve örnek

liderlik davranışları sergilerler. Liderler, doğru ve etkili iletişim kurarak insanlar arasında anlayışı artırır. İyi iletişim becerileri kuran liderler, bir ekip veya organizasyon içinde işbirliğini ve işlerin düzgün yürütülmesini sağlarlar. Kriz anlarında güven ve istikrar sağlayarak, insanların güvenini kazanırlar. Liderler, bu sayede çalışanların güvenini kazanır ve onları liderliklerine ve yönlendirmelerine daha çok inandırır (Northouse, 2007). Bu da çalışanların daha fazla işbirliği yapmalarına ve sadık bir şekilde çalışmalarına yardımcı olabilir.

Liderler, insanların başarısı için önemli bir faktördür. Liderler, etkiledikleri insanları yeni fikirler üretmeye ve yenilikçi çözümler bulmaya teşvik ederler. İş örgütlerindeki liderler, çalışanların performansını değerlendirir ve gerektiğinde düzeltici önlemler alırlar. Bu önlemleri alan liderler, risk alma kültürünü teşvik ederek hatalara da hoşgörülü davranırlar. Böylece, çalışanlar daha cesurca düşünür ve yaratıcılıklarını ortaya çıkarırlar (Jones ve George, 2007). Bu sayede liderler, çalışanlarının güçlü yönlerini kullanırken, zayıf yönlerini de geliştirmelerine yardımcı olabilirler.

3. LİDERLİK TİPLERİ

Bu bölümde liderlik çeşitlerinden etik liderlik, öğretim liderliği, dönüşümcü liderlik, dağıtımcı liderlik, karizmatik liderlik, vizyoner liderlik, kültürel liderlik, hizmetkar liderlik hakkında bilgiler verilmiştir.

3.1. ETİK LİDERLİK

Etik liderlik, görevlerini yaparken ahlaki değerleri ve doğruları benimseyen ve bunları liderlik uygulamalarına yansıtan bir liderlik yaklaşımıdır. Etik liderler, dürüstlük, adalet, saygı, sorumluluk ve şeffaflık gibi değerleri benimserler ve bu değerleri liderlik kararlarına yansıtırlar (Brown ve Trevino, 2006). Etik liderler, davranışları ve kararlarıyla iyi birer örnek olurlar. Onlar, dürüstlük, doğruluk ve ahlak değerlerine uyma konusunda tutarlıdır. Çalışanlar bu liderlerden ilham alır ve onların örnekledikleri etik değerleri benimserler.

Etik liderler güvenin temeli olan bütünlük ve adalet prensiplerine bağlı kalır. Bu, çalışanların liderlerine güvenmelerini ve iş yerinde güçlü bir güven ortamının oluşmasını sağlar. Güven, işbirliği, motivasyon ve etkin iletişim için hayati bir unsurdur (Harrison, 2018). Aynı zamanda etik liderler, çalışanların ihtiyaçlarını ve değerlerini göz önünde bulundururlar. Empati yetenekleri güçlüdür ve çalışanlarına destek ve rehberlik sağlamak için zaman ve çaba harcarlar. Bu durum, çalışanların kendilerini değerli hissetmelerini,

farklı düşünmelerini ve iş yerinde daha motive olmalarını sağlar (Özkalp ve Kirel, 2010).

Etik liderlik, uzun vadeli başarıyı hedefleyerek kısa vadeli kazanımlar yerine, sürdürülebilir bir başarı için ahlaki ve etik değerlere bağlı kalırlar. Bu yaklaşım, çalışanların iş yerinde daha memnun olmalarını ve uzun vadeli bağlılığını artırır. Etik liderler, kararlarını ahlaki değerlere dayandırır. Çıkar çatışmalarını yönetirken, doğru ve adil kararlar almayı hedeflerler (Okçu, 2011).

3.2. ÖĞRETİM LİDERLİĞİ

Öğretim liderliği, çalışanların sürekli öğrenme ve gelişme süreçlerini destekleyen bir liderlik yaklaşımını ifade eder. Öğretim liderleri, çalışanların yeteneklerini ortaya çıkarmak, bilgi ve beceri düzeyini artırmak, performansını iyileştirmek ve şirketin hedeflerine ulaşmasına yardımcı olmak için çalışanlarına rehberlik eden liderlerdir (Adair, 2013).

Öğretim liderleri, çalışanların eğitim ve gelişim ihtiyaçlarını belirleyerek, gerekli olan becerileri geliştirmek ve bilgiyi güncellemek için fırsatlar sunarlar (Güçlü ve Koşar, 2016). Bu sayede, çalışanların kariyerlerini geliştirmelerine ve şirketin ihtiyaçlarına uygun olarak yetkinliklerini artırmalarına yardımcı olurlar. Bunun yanında öğretim liderleri, çalışanların performansını sürekli olarak izlerler ve geri bildirimler verirler. Bu geri bildirimlerle çalışanların güçlü yönlerini tanıyarak bu alanlarda daha da gelişmesini sağlar veya zayıf yönler üzerinde destek sağlarlar. Bu destek sayesinde çalışanların performansı iyileştirilebilir ve şirketin başarıya ulaşması desteklenir (Fındıkçı, 2012).

Öğretim liderleri, çalışanlara yaratıcılığı teşvik eden bir ortam sağlar. İnovasyonu desteklemek ve farklı bakış açılarını benimsetmek için eğitim ve gelişim programları düzenler. Bu sayede şirketin rekabetçi avantajı artar ve yeni fikirlerin ortaya çıkması teşvik edilerek çalışanlar arasındaki işbirliğinin artması sağlanır. Öğretim liderleri eğitim programları, takım çalışmaları veya proje tabanlı çalışmalar aracılığıyla çalışanların birlikte çalışmasını destekleyerek işbirliği, iletişim ve takım başarısının artmasına katkı sağlarlar (Northouse, 2016). Öğretim liderliği, çalışanların sürekli öğrenme, gelişme ve performanslarını artırma süreçlerini destekleyen bir liderlik yaklaşımıdır. Öğretim liderleri, çalışanların yeteneklerini geliştirmek, motivasyonu artırmak, işbirliğini teşvik etmek ve örgütün başarısına katkıda bulunmak için gerekli yönlendirmeyi sağlarlar (Aksoy ve Işık, 2008).

3.3. DÖNÜŞÜMCÜ (TRANSFORMASYONEL) LİDERLİK

Dönüşümcü liderlik, liderin izleyiciler üzerinde dönüşümler yaratma ve onları motive etme sürecine odaklanan bir liderlik yaklaşımıdır. Bu liderlik teorisi, liderlerin izleyicileriyle etkileşim kurarak onların potansiyellerini ve yeteneklerini ortaya çıkarmalarını ve geliştirmelerini hedefler (Koçel, 2005).

Dönüşümcü liderlik, James V. Downton tarafından önceki liderlik yaklaşımlarını eleştirmek amacıyla 1978'de ortaya atılmış, daha sonra James MacGregor Burns tarafından daha da geliştirilmiştir. Bu yaklaşıma göre, dönüşümcü liderler, takipçilerinin değerlerini, motivasyonlarını, inançlarını ve potansiyellerini anlamak için empatik bir yaklaşım sergilerler. Liderler, takipçileriyle güçlü bir ilişkiye dayanarak onları destekler, onlara ilham verir ve onlara örnek olurlar (Gökkaya, 2003).

Rafferty ve Griffin (2004), dönüşümcü (transformasyonel) liderlik sürecini bazı boyutlarda açıklamışlardır. İdealize edilmiş etkileyicilik, bireysel desteğe odaklanma, vizyon, inspirasyonel motivasyon, ilham verici iletişim, entelektüel uyarılma, destekleyicilik ve kişisel tanıma bu boyutlardan bazılarıdır. Buna göre; dönüşümcü liderler, takipçilerinin güvenini kazanarak onları etkilerler ve onlara güç desteği verirler. Kendi davranışları ve değerleriyle örnek bir liderlik sergilerler. Dönüşümcü liderler, takipçilerinin motivasyonunu artırıcı bir şekilde onlara hedefler belirler, vizyon sunarlar ve onları başarılı olmaya yönlendirirler. Takipçilerinin düşünce süreçlerini teşvik ederek yaratıcı ve yenilikçi çözümler sunar ve onların farklı düşünmelerini sağlarlar. Aynı zamanda takipçilerinin bireysel ihtiyaçlarına duyarlılık gösterir, onları destekler, danışmanlık yapar ve gelişimlerinin sürdürülebilir olmasını sağlarlar (Rafferty ve Griffin 2004).

Dönüşümcü liderlikte lider-izleyici etkileşimi ve meydana gelen uyum izleyicilerin beklentilerinin daha iyi anlaşılmasını ve her iki tarafın da kendini geliştirmesini sağlamaktadır. Bu açıdan dönüşümcü liderlik, özellikle motivasyonu, bağlılığı ve takım performansını artırmada etkili olarak gösterilmiştir. Bu nedenle dönüşümcü liderlik yaklaşımı, liderleri gelişimini sağlarken izleyenlerin de güvenini kazanma, bireysel potansiyelleri ortaya çıkarma ve takımlarda işbirliği ve sinerji oluşturma gibi örgütsel vatandaşlık ve bağlılık faktörlerini vurgulamaktadır (Kaygın ve Güllüce, 2012).

3.4. DAĞITIMCI LİDERLİK

Dağıtımıcı liderlik, bir grubun liderliği sadece bir kişi tarafından değil, birden fazla kişi tarafından paylaşıldığı bir liderlik yaklaşımıdır (Özdemir, 2012). Dağıtımıcı liderliğin tarihsel gelişimine bakıldığında; 1930'larda Mary Parker Follett, örgütsel davranış ve yönetim alanında öncü bir düşünürdü. Follett, otoriter liderlik yerine, daha katılımcı bir liderlik yaklaşımını savundu. Ona göre, liderler takım içinde gücü paylaşmalı ve katılımı teşvik etmelidir. 1940'lı yıllarda ise Kurt Lewin, liderlik stillerini araştıran ve örgütsel değişim süreçlerini gözlemleyen öncü bir psikologdu. Lewin, liderlikte demokratik ve katılımcı bir yaklaşımın etkili olduğunu belirtti. Bu yaklaşım, karar almayı takım üyelerine dağıtarak onların katılımını artırmaktadır. 1960'lı yıllara gelindiğinde Rensis Likert liderlik yaklaşımlarını ve örgütsel etkililiği inceleyen bir sosyal bilimciydi. Likert, liderin etkileşim tarzını ve alt kademelerdeki liderlik yetkinliklerini vurgulayarak dağıtımıcı liderlik kavramını geliştirdi. Likert, liderin katılımı teşvik etmesi, kararları paylaşması ve takım üyelerine güvenmesi gerektiğini önerdi. 1970'de Chester Barnard örgütlerin etkin bir şekilde yönetilmesi için liderlik görevini vurgulayan bir iş yönetimi teorisyeniydi. Barnard, liderliği sadece belirli bir kişiye bağlamak yerine, liderlik yetkinliklerinin örgüt içinde dağıtılması ve paylaşılması gerektiğini savundu. Dağıtımıcı liderlik, bu öncü düşünürlerin çalışmalarıyla giderek oturmuş ve daha sonra diğer araştırmacılar tarafından daha da geliştirilmiştir (Harris ve Spillane, 2008).

Bu liderlik yaklaşımı, günümüzde örgütlerde daha katılımcı ve işbirlikçi bir liderlik anlayışının benimsenmesinde etkili olmuştur. Dağıtımıcı liderlere sahip ekiplerde, herkes işbirliği yapar ve sorumlulukları paylaşır. Liderlik görevleri birçok kişi arasında eşit şekilde dağıtılır. Dağıtımıcı liderler, herkesin güçlü olduğu benzersiz bir uzmanlık alanı tanır ve bu alanlarda liderlik görevleri verirler. Böylece, büyük bir çeşitlilikten yararlanarak, farklı bilgi ve becerileri bir araya getirerek daha kapsamlı bir liderlik yaklaşımı benimserler (Harris, 2007).

Dağıtımıcı liderler, liderlik sorumluluklarını diğer çalışanlarla paylaşırken, aynı zamanda danışmanlık da yaparlar. Diğer çalışanların da liderlik becerilerini geliştirmelerine yardımcı olabilirler. Dağıtımıcı liderler, farklı fikirlerin bir araya gelmesinden yararlanarak, yaratıcı çözümler geliştirmeye ve yenilikleri benimsemeye daha açık bir yaklaşım sergileyebilirler (Spillane, 2005).

Dağıtımıcı liderlik, özellikle eğitim sektöründe ve ekiple çalışan diğer alanlarda, işbirliği, dayanışma ve ortaklık gibi değerleri vurgular. Bu liderlik yaklaşımı, liderliği öğretmenlere, yetenekli personellere ve diğer çalışanlara devretmenin yararlarına dikkat

çeker. Bunun sonucunda, ekip üyeleri daha sorumlu ve örgüte bağlı bir şekilde çalışabilirler (Baloğlu, 2012).

3.5. KARİZMATİK LİDERLİK

Karizmatik liderlik, 19. Yüzyılda ilk kez Alman sosyolog Max Weber tarafından ortaya atılmıştır. Weber, karizmatik liderliği, liderin olağanüstü niteliklere sahip olması ve takipçileri üzerinde büyük bir etkisi olduğu bir liderlik modeli olarak tanımlamıştır (Yukl, 1999). 20. Yüzyılda ise karizmatik liderlik, yönetim alanında önemli bir kavram haline gelmiştir. Bu dönemde liderlerin kişisel karizmalarının, kişileri ve liderleri takip eden izleyicileri motive etme ve yönlendirme potansiyeline sahip olduğu vurgulanmıştır.

Karizmatik liderlik kavramı, James Mac Gregor Burns tarafından daha ileri bir şekilde geliştirilmiştir. Burns, karizmatik liderleri, takipçileri üzerinde büyük bir etkisi olan ve onları ilham verici bir şekilde yönlendiren liderler olarak tanımlamıştır. Ona göre, karizmatik liderler, gelecekteki hedeflere ulaşmak için takipçilerin değer ve inançlarını değiştirebilirler (Norhouse, 2016).

Karizmatik liderlik, liderlik teorilerinde hala aktif olarak incelenmekte ve araştırılmaktadır. Bu kavram, liderlerin özel nitelikleri, takipçilerin algıları ve örgütsel sonuçlar arasındaki ilişkilerin daha derinlemesine anlaşılması üzerinde çalışmalar devam etmektedir. Conger ve Kanungo (1987), karizmatik liderliğin daha fazla araştırma ve analize ihtiyaç duyduğunu savunan en önemli çalışmalardan birini yayınlamışlardır. Bu çalışma, karizmatik liderliği daha fazla anlamak ve ölçmek için ölçekler ve modeller geliştirmiş ve liderin kişisel özellikleri, takipçi tepkileri ve performans sonuçları arasındaki ilişkileri incelemiştir (Conger, 1999).

Karizmatik liderlik, liderin kişisel özellikleriyle takipçiler üzerinde güçlü bir etki yaratma ve onları ilham vererek yönlendirme sürecidir. Karizmatik liderler, karizmatik kişilikleri, iletişim becerileri ve vizyon sahibi olmalarıyla diğerlerinden ayrılırlar (Arıkan, Kılıç ve Becerikli, 2017). Karizmatik liderlik yaklaşımı, liderin kişisel özelliklerine, etkileyiciliğine ve takipçileri üzerindeki motivasyonel ve ilham verici etkisine odaklanır. Günümüzde hala geçerli olan bir liderlik modelidir ve liderler, takipçilerine güçlü bir şekilde etki etme potansiyeline sahiptir (Kara, 2019).

Karizmatik liderler, geleceğe yönelik bir vizyon sahibi olurlar ve takipçilerine bu vizyonu aktararak onları motive ederler. Vizyon sahibi olmak, liderin hedeflere yönelik bir yol haritası sunması ve takipçilerin bu hedeflere inanmasını sağlaması sağlar.

Karizmatik liderler, takipçilerinin duygularını anlayabilme ve onlara empati yapma yeteneğine sahiptir. Bu, liderin takipçileriyle güçlü bir ilişki kurmasına ve onları daha iyi anlamasına yardımcı olur. Takipçiler liderlerinin tutkusu ve inançlarından etkilenirler ve bu da takımın performansını artırır (Kurnaz, 2019).

Karizmatik liderler, takım üyelerini motive etmek ve onları hedeflere odaklanmaya teşvik etmek konusunda başarılıdır. Motive bir takım, daha yaratıcı ve verimli çalışır. Takım üyelerine güven verirler ve onlara istikrarlı bir liderlik sergilerler. Güven duygusu, takım üyelerinin daha rahat hissetmesini sağlar ve daha iyi performans göstermelerine yardımcı olur. Bu sayede takım üyeleri arasında güçlü bir bağlılık yaratırlar. Bu bağlılık, takıma birlikte çalışma yeteneği kazandırarak daha iyi sonuçlar elde etmelerini sağlar (Çağlar, 2004).

Karizmatik liderliğin avantajları olduğu gibi bazı durumlarda dezavantajları da bulunabilir. Karizmatik liderler, bazen fazla özgüven sahibi olabilirler ve bu da objektifliği azaltabilir. Bu durum, karar verme sürecine zarar verebilir ve takım dinamiklerini etkileyebilir. Ayrıca karizmatik liderler, kendi vizyonlarına sıkı sıkıya bağlı olabilirler ve değişime direnç gösterebilirler. Bu durum, değişime uyum sağlama yeteneğini zorlayabilir. Bu nedenle liderler güç ve karizmalarını dengelemeli ve takımın diğer üyelerine de fırsat tanınmalıdır (Tetik, 2019).

Birçok karizmatik lider dünya tarihinde etkisini göstermiştir. Mustafa Kenal Atatürk, Martin Luther King Jr., Mahatma Gandhi, Nelson Mandela, Steve Jobs ve Elon Musk karizmatik liderlere örnek kişiliklerdir (Güney, 2001). Bu liderlerin dünya düzenine birçok olumlu katkılar sundukları ve çevrelerini etkileyerek izleyenlerde iz bıraktıkları söylenebilir.

3.6. VİZYONER LİDERLİK

Vizyoner liderlik, bir liderin geleceğe dair bir vizyon oluşturarak ve bu vizyonu paylaşarak takımını motive etme becerisidir (Taylor vd., 2014). Bu liderlik yaklaşımı, örgütlerde yenilikçilik, değişim ve gelişimi teşvik etmeyi hedefler. Bu hedeflere ulaşmayı amaçlayan vizyoner liderler, örgütlerini mevcut durumdan daha iyi bir geleceğe yönlendirmek için stratejik plan yaparlar ve uygulamada örnek teşkil ederler (Çelik, 2019).

Vizyoner liderler, mevcut durumdan daha büyük bir resme odaklanır ve gelecekteki fırsatları ve meydan okumaları görmek için geniş bir perspektife sahiptir.

Vizyoner liderler bu sayede, kendi vizyonlarına tam olarak inanır ve bu inancı takımlarına aktarırlar (Çelik, 2019). İnanç, takım üyelerinin motivasyonunu arttırarak ortak hedeflere ulaşma yönünde katkı sağlayabilir.

Vizyoner liderler, problemlere yaratıcı çözümler bulma konusunda beceriklidirler. Yeni fikirler üretme ve mevcut iş süreçlerini yeniden şekillendirme konusunda girişimcidirler. Bu bakımdan vizyoner liderler, vizyonlarını takım üyelerine net bir şekilde iletebilen etkili iletişimcilerdir (Knippenberg ve Stam, 2014). İletişim, takım üyeleri arasında işbirliği ve koordinasyon sağlar. Vizyoner liderler, yenilikçi projelere cesurca adım atma konusunda cesaretlidirler. Risk alma, organizasyonun büyüme ve ilerleme potansiyelini artırır. Vizyoner liderler, takımlarının yaratıcı düşünmesini katkıda bulunurlar. Bu, örgütteki rekabet avantajını artıran bir durumdur. Vizyoner liderlerin vizyonları, takım üyelerinin motive olmasına yardımcı olur ve ortak hedeflere odaklanmalarını sağlar. Vizyoner liderler, değişim süreçlerini yönetme konusunda da beceriklidirler. Onların vizyonu, değişim sürecini daha kolay ve etkili kılmaktadır (Yeşil, 2019).

Vizyoner liderler kurumsal kültürü şekillendirmede, yeniliklere kapı açmada ve önemli başarıların ortaya çıkmasında önemli bir rol oynarlar (Doğan, 2018). Örneğin Apple'ın kurucusu olan Steve Jobs, teknoloji dünyasında devrim yaratan bir vizyoner lider olarak bilinir. İnovasyon, yaratıcılık ve kullanıcı deneyimi konusundaki vizyonuyla şirketi büyük bir başarıya dönüştürmüştür. Yine Güney Afrika Cumhuriyeti'nin eski devlet başkanı olan Nelson Mandela, ırk ayrımcılığına karşı savaştan bir vizyoner lidere örnektir. Özgürlük, demokrasi ve eşitlik vizyonunu takip ederek ülkesinin dönüşümüne katkıda bulunmuştur.

3.7. KÜLTÜREL LİDERLİK

Kültürel liderlik, bir liderin örgüt içerisindeki çeşitli kültürleri anlaması, değerlerini paylaşması ve bu değerleri benimsemesi anlamına gelir. Kültürel bir liderde kültürel duyarlılık, esneklik, iletişim becerileri ve çeşitlilik değerlendirmesi gibi özellikler bulunur. Bir kültürel lider, farklı kültürel arka planlara sahip bireylerin ihtiyaçlarını anlamak ve bu çeşitliliğe saygı göstermek için bu özelliklerden faydalanır. Bu sayede kültürel lider, çalışanlar arasındaki işbirliğini sağlarken, örgütteki kültürel değerlerini korumak ve geliştirmek için yönlendirici bir rol oynar (Geylani, 2013).

Kültürel liderlik üzerine çeşitli teoriler bulunmaktadır. Bu teoriler arasında

Boyden ve Greene'in kültürel uyum hipotezi ve House ve Aditya'nın GLOBE kültür boyutları teorisi öne çıkmaktadır. Oluşturulan bu hipotez ve teorilerde yapılan çalışmalar sonucunda; kültürel değerlerin davranışları nasıl etkilediğini ve o kültürden etkilenmiş bireylerin belirli davranışları göstermesine sebep kültürel boyutlar belirlenmiştir. Bu teoriler, kültürel liderliğin etkilerini ve özelliklerini daha iyi anlamamıza yardımcı olmaktadır (Bligh, 2006).

Kültürel liderlik uygulamaları, liderlerin organizasyon içinde kültürel uyumu sağlamak için kullandıkları stratejileri ifade eder. Bu uygulamalar arasında açık iletişim, katılımcılık, liderlik geliştirme programları ve kültürel farkındalık eğitimleri bulunur. Kültürel liderlik, örgüt kültürünün yaratılması, korunması ve geliştirilmesinde kilit bir rol oynar. Bir lider, örgüt kültürünün belirlenmesinde genellikle öncülük yapar ve çalışanları bu kültüre uyum sağlamaya teşvik eder. Kültürel liderlik, örgütlerdeki değerlerin, normların ve inançların sürdürülmesini sağlar (Trice ve Beyer, 1991).

Kültürel liderlik, insan kaynakları yönetimi süreçlerinde de önemli bir rol oynar. Bir lider, işe alım sürecinde ve personel geliştirme aşamalarında kültürel uyumu değerlendirmek ve çalışanların örgüt kültürüne katkıda bulunmalarını sağlamak için çeşitli stratejiler kullanır. Ayrıca, lider, çeşitlilik yönetimi ve kültürel uyumun sağlanması gibi görevlerde de aktif bir rol oynar (Gedikoğlu, Şahin ve Büyükelbaşı, 2004).

Kültürel liderlik, örgütler için birçok öneme sahiptir. Kültürel liderler, çalışanların iş memnuniyetini artırabilir, motivasyonu teşvik edebilir ve örgütlerin başarısına olumlu bir etki yapabilirler (Bligh, 2006). Ayrıca kültürel liderlik, çeşitlilik ve kapsayıcılığı teşvik eden bir çalışma ortamının oluşturulmasını destekler. Bir lider, farklı kültürel arka planlara sahip çalışanları yönetirken, çeşitliliği bir fırsat olarak görme ve herkes için adil bir ortam yaratma sorumluluğunu taşır. Kültürel liderlik, çeşitlilik konularında duyarlılık ve anlayışa dayalı bir yaklaşım gerektirir. Ancak bunu sağlarken bazı zorluklar ve engellerle karşılaşılabilir. Bunlar arasında kültürler arası iletişim sorunları, kültürel çatışmalar, işbirliği eksikliği ve liderlik stiline uyumsuzluğu gibi faktörler yer alır. Bir lider, bu zorlukların üstesinden gelmek için empati, esneklik ve çözüm odaklı yaklaşımlar geliştirmelidir (Trice ve Beyer, 1991).

Kültürel liderlik, gelecekte daha da önemli hale gelecektir. Küreselleşmenin artması, çeşitlilik ve kapsayıcılık konularının öneminin artması ve toplumun kültürel duyarlılığa olan talebinin artması, kültürel liderliğin daha fazla değer kazanmasına yol açacaktır. Liderler, değişen kültürel dinamiklere uyum sağlamak ve gelecekteki

zorluklarla başa çıkmaya hazırlanmak için kültürel liderlik becerilerini geliştirmelidir (Gedikoğlu, Şahin ve Büyükelbaşı, 2004).

3.8. HİZMETKAR LİDERLİK

Günümüzün karmaşık ve hızla değişen iş dünyasında, liderlik kavramı da sürekli olarak evrim geçirmektedir. Eski liderlik modelleri artık yeterli gelmemekte ve yeni liderlik yaklaşımları geliştirilmektedir. Bu yaklaşımlardan birisi de hizmetkar liderlik anlayışıdır. Hizmetkar liderlik, ilk defa 1970'lerde Robert K. Greenleaf tarafından ortaya atılmış bir kavramdır. Greenleaf'e göre hizmetkar liderlik, liderlikte dönüşümü ve değişimi teşvik etmektedir. Greenleaf'in çalışmalarıyla birlikte hizmetkar liderlik konsepti giderek popüler hale gelmiş ve liderlik literatüründeki yerini almıştır (Parris ve Peachey, 2012).

Hizmetkar liderlik, bireylerin ve toplumun ihtiyaçlarına hizmet etmeyi amaçlayan etkin ve empatik bir liderlik şeklidir. Hizmetkar liderlik, liderin hizmet etme ve başkalarının ihtiyaçlarını karşılama odaklı bir yaklaşımdır (Northouse, 2016). Bu liderlik modeline göre lider, kendini toplumun hizmetine adanmakta ve takım üyelerinin gelişimini desteklemektedir. Hizmetkar liderlik, liderin başkalarını güçlendirmesi, onlara eşlik etmesi ve onların ihtiyaçlarını öncelikli hale getirmesi şeklinde ifade edilebilir (Harrison, 2018).

Northouse (2016), hizmetkar liderliğin bazı temel özelliklerinden bahsetmiştir. Buna göre hizmetkar lider, takım üyelerinin duygularını anlamaya ve onları desteklemeye önem verir. Lider, açık iletişim ve şeffaflık ilkesini benimser ve takım üyeleriyle etkili iletişim kurar. Hizmetkar liderler, takım üyelerine güven verir ve onların potansiyellerine inanırlar. Lider, takım üyelerinin başarıya bağlılığını inandırır ve onlara destek olur. Hizmetkar liderler, sorumluluk alırlar ve takım üyelerinin de sorumluluklarını yerine getirmelerini sağlarlar (Northouse, 2016).

Liderlikte hizmetkar liderlik modeli yaklaşımının birçok faydası bulunmaktadır. Hizmetkar liderlik, takım üyelerini motive etme konusunda etkilidir ve çalışanların performansını artırır. Lider, takım üyelerine fikirlerini özgürce ifade etme fırsatı sunar ve yaratıcılığı teşvik eder. Hizmetkar liderlik, takım üyeleri arasında güçlü ilişkilerin oluşmasını sağlar ve işbirliğini teşvik eder. Hizmetkar lider, takım üyelerinin işlerinden memnun olmalarını sağlar ve çalışma ortamında olumlu bir atmosfer yaratır (Fındıkçı, 2012).

Hizmetkar liderlik diğer liderlik yaklaşımlarından farklıdır. Diğer liderlik modellerinde lider, otorite ve kontrolü elinde tutar ve kararlarını tek başına verirken, hizmetkar liderlikte lider, takım üyelerinin görüşlerine değer verir ve onları karar sürecine dahil eder. Hizmetkar liderlik aynı zamanda takım odaklı olup, liderin hedefi takım üyelerinin gelişimini sağlamak ve onlara yardımcı olmaktır (Lord, Brown, Freiberg, 1999).

Hizmetkar liderliğin öncüsü Greenleaf (1977), hizmetkar liderliğin çeşitli uygulama alanlarından bahsetmiştir. Bu uygulama alanlarından eğitim sektöründe hizmetkar liderlik, okullarda yönetici liderlerin öğretmenler ve öğrencilerle daha etkili iletişim kurmasına ve eğitim kalitesini artırmasına yardımcı olur. Sağlık sektöründeki hizmetkar liderler ise sağlık çalışanlarının motivasyonunu yükselterek hasta bakım kalitesini artırır ve hasta memnuniyetini sağlarlar. İş dünyasının hizmetkar liderleri, iş dünyasında ekip çalışmasını oluşturarak kurumsal başarının artmasına katkı sağlarlar. Sivil toplum kuruluşlarındaki hizmetkar liderler, toplum hizmetine odaklanarak sosyal değişime öncülük ederler (Greenleaf, 1977).

Hizmetkar liderlik, ekip çalışmasını teşvik ederek takım üyelerinin birbirleriyle uyumlu çalışmasını sağlar. Hizmetkar lider, takım üyelerini dinler, onların fikirlerine değer verir ve onları birlikte çalışmaya teşvik eder. Bu da takımın sinerjisini ve etkinliğini artırır (Russell ve Stone, 2002). Hizmetkar liderlik, insan kaynakları yönetimi alanında önemli bir rol oynamaktadır. İnsan kaynakları yöneticileri, hizmetkar liderlik modelini benimseyerek çalışanların motivasyonunu, iş tatmini seviyesini ve performansını artırabilirler (Ehrhart, 2004).

Hizmetkar lider, etik değerlere ve ilkelerine önem verir. Lider, takım üyelerine adaletli davranır, dürüstlüğü benimser, saygı gösterir ve çıkar çatışmalarını en aza indirmek için objektiflikle hareket eder (Chiniara ve Bentein, 2016). Hizmetkar liderlik, etik bir yaklaşımı benimseyerek sadece kısa vadeli kazançlara değil, uzun vadeli sürdürülebilir başarıya odaklanır ve bu durum güçlü bir beceri ve yetenek gerektirir. Bu nedenle liderler, hizmetkar liderlik becerilerini geliştirebilmek için eğitim ve gelişim programlarına katılabilirler. Bu programlar, liderin empati, iletişim ve takım yönetimi becerilerini geliştirmesine yardımcı olur (Mittal ve Dorfman, 2012).

Hizmetkar liderlik, birçok liderlik alanında örneklerine rastlanabilir. Örneğin, Mahatma Gandhi, Nelson Mandela, Martin Luther King Jr. gibi liderler hizmetkar liderlik prensiplerini uygulamış ve tarih boyunca iz bırakmışlardır. Ayrıca, bazı şirket yöneticileri

ve kurum liderleri de hizmetkar liderlik yaklaşımını benimseyerek başarılı sonuçlar elde etmiştir (Küçük ve Yavuz, 2018).

Hizmetkar liderlik, etkin ve empatik bir liderlik yaklaşımıdır. Bu liderlik modeli, liderin hizmet etme ve başkalarının ihtiyaçlarını karşılama odaklı olmasını gerektirir. Ancak hizmetkar liderler, bu liderlik yaklaşımının uygulamaları sırasında bazı engellerle karşılaşabilirler. Bazı liderler hâlâ eski liderlik alışkanlıklarını sürdürerek hizmetkar liderlik yaklaşımını benimsemekte zorlanabilirler. Yine bazı takım üyeleri, hizmetkar liderliği anlamakta ve kabul etmekte zorlanabilirler. Bunun yanında bazı kurumlar, hiyerarşik yapılarından dolayı hizmetkar liderlik yaklaşımını uygulamakta zorlanabilirler (Parolini, Patterson ve Winston, 2009).

4. LİDERLİKTE ÇAĞDAŞ YAKLAŞIMLAR

4.1. DÖNÜŞTÜRÜCÜ LİDERLİK YAKLAŞIMI

Liderlik, örgütlerin başarısı ve geleceği için oldukça önemli bir faktördür. Bu nedenle geleneksel liderlik anlayışının yanı sıra günümüzde birçok çağdaş liderlik yaklaşımı da ortaya çıkmıştır. Bu yaklaşımlardan biri olan dönüştürücü liderlik, bireyleri etkileyerek değişime öncülük eden bir yönetim anlayışını temsil etmektedir. Dönüşümcü liderlik yaklaşımı, siyaset bilimci James Mc Gregor Burns tarafından siyasi liderliği açıklamak amacıyla ortaya atılmasına karşılık, davranış bilimci Bernard M. Bass ve Robert J. House tarafından işletme yönetimi ve örgüt konularına uyarlanarak 1980 sonrasında da birçok liderlik araştırmasının odağında yer almıştır (Doğan ve Baloğlu, 2018).

Dönüştürücü liderliğin temel özelliklerinden birisi, liderlerin bireyleri ilham ve motivasyonla harekete geçirmesidir. Bu yaklaşımda liderler, takım üyelerine büyük idealler ve vizyonlar sunarak onların iç motivasyonunu arttırmaktadır. İkinci bir önemli özellik ise zihinsel uyarılama sağlamaktır. Dönüştürücü liderler, takım üyelerini düşünmeye ve kendi becerilerini geliştirmeye yönlendirirler. Ayrıca, bireye özgü düşünceye de önem verirler, her bir takım üyesinin ihtiyaçlarına özen göstererek onları desteklerler. Son olarak, dönüştürücü liderler idealize edilmiş etki sağlarlar. Kendi davranışlarıyla takım üyelerine rol model olurlar ve onların güvenini kazanırlar (Demirtaş ve Şama, 2016). Bu bakımdan dönüştürücü liderliğin pek çok faydası bulunmaktadır. Bu yaklaşım, çalışanların bağlılık düzeyini arttırarak onları işlerine motive eder. Ayrıca, performans ve verimlilik düzeylerini yükseltirken takım kültürünü de geliştirir. Çalışan

memnuniyetini ve işten ayrılma oranlarını da olumlu etkileyerek örgütlerin sürdürülebilir büyümesine katkıda bulunurlar (Kaygın ve Güllüce, 2012).

Dönüştürücü liderlik yaklaşımında öncelikle liderlerin kendilerini tanımaları ve duygusal zekalarını geliştirmeleri oldukça önemlidir. Bu durum, takım üyeleriyle etkili bir iletişim kurulmasını sağlar. Ayrıca, liderlerin yenilik ve yaratıcılığı teşvik etmeleri ve çalışanlara mentorluk ve koçluk yapmaları da önemlidir (Keklik ve Erden, 2020). Bu özelliklere sahip olan birçok önemli lider dönüştürücü liderlik özelliklerini sergileyerek başarıya ulaşmıştır. Örneğin, Steve Jobs bu yaklaşımı Apple şirketi üzerinde başarıyla uygulamıştır. Dönüştürücü liderlik tarzı ve takım üyelerini ilhamlandırma yeteneği, Apple'ın inovasyonunda önemli bir rol oynamıştır. (Pehlivan, 2019).

Dönüştürücü liderlik, liderlerin bireyleri etkileyerek değişimi teşvik ettiği bir yaklaşımdır. Ancak, liderlik uygulamalarında zorluklar ortaya çıkabileceği ve bu liderlik tarzının kötüye kullanılma riskinin olduğu da unutulmamalıdır. Bu nedenle dönüştürücü liderlik yaklaşımı eleştirilere de maruz kalmaktadır. Bu yaklaşımın anahtar figürlerinin karizmatik liderler olması, liderlik uygulamalarında sorunlar ortaya çıkarabilir. Ayrıca, bu yaklaşımın kötüye kullanılma veya manipülasyona açık olabileceği konusu da göz ardı edilmemelidir. Bu nedenle, liderlerin dönüştürücü liderlik yaklaşımını dikkatlice uygulamaları ve liderlik özelliklerini sürekli olarak geliştirmeleri önemlidir (Gökkaya, 2003).

4.2. ETKİLEŞİMCİ LİDERLİK YAKLAŞIMI

Etkileşimci liderlik yaklaşımı, çağdaş liderlik düşüncesinde önemli bir yer tutmaktadır. Etkileşimci liderlik yaklaşımı, liderin takım üyeleriyle etkin etkileşimde bulunarak onların katılımını sağladığı bir liderlik yaklaşımıdır. Bu yaklaşım, işbirliği, güven, empati ve iletişim gibi değerlere dayanmaktadır. Etkileşimci liderler, bu değerlere dayanarak takım üyeleriyle olumlu ilişkiler kurarak onların motivasyonunu üzerinde olumlu etki bırakırlar ve etkin bir çalışma ortamı sağlarlar (Okçu, 2011).

Etkileşimci liderlik modeli, bir dizi unsurdan oluşur. İlk olarak, liderin takım üyelerini dinlemesi ve onların fikirlerine ve görüşlerine değer vermesi gerekmektedir. Bu durum, katılımcı bir liderlik stiline olmazsa olmaz unsurudur. İkinci olarak, lider ile takım üyeleri arasında açık ve dürüst iletişim çok önemlidir. Lider, takım üyelerinin ihtiyaçlarını anlamak ve gerektiğinde destek olmak için empati kurmalıdır. Üçüncü olarak, etkileşimci liderler takım çalışmasını teşvik eder ve takım üyeleri arasında

işbirliğini artırır (Akkaya ve Tabak, 2020).

Etkileşimci liderlik yaklaşımı çeşitli sektörlerde uygulanabilir. Örneğin, eğitim sektöründe etkileşimci liderlik yaklaşımı, öğretmenlerin öğrencileriyle etkileşimde bulunarak öğrenme ortamını geliştirmelerini sağlar. Sağlık sektöründe ise etkileşimci liderlik, doktorların ve hemşirelerin hasta bakımında etkin bir şekilde iletişim kurmalarını teşvik eder. İş dünyasında ise etkileşimci liderlik, çalışanların sürece katılımını sağlar ve verimliliğin artmasında etkilidir (Young vd., 2020)

Etkileşimci liderlik yaklaşımı, diğer liderlik yaklaşımlarıyla karşılaştırıldığında bazı farklılıklar gösterir. Örneğin, etkileşimci liderlik ile dönüşümsel liderlik arasında benzerlikler vardır, ancak dönüşümsel liderlik daha çok vizyon ve hedef odaklıdır. Ayrıca, etkileşimci liderlik ile otoriter liderlik arasında da farklar vardır. Etkileşimci liderler takım üyeleriyle işbirliği yaparken, otoriter liderler genellikle emir verme ve kontrol etme eğilimindedir. Etkileşimci liderlik teorisinde ödüllendirme ve cezalandırma da söz konusu olabilmektedir (Deshwal ve Ashraf, 2020).

Etkileşimci liderliğin başarılı liderlerin özellikleri üzerinde etkisi olduğu görülmektedir. İyi bir iletişimci olmak, liderin takım üyeleriyle etkili bir şekilde iletişim kurmasına yardımcı olur. Ayrıca, empati yeteneği önemlidir. Çünkü lider, takım üyelerinin ihtiyaçlarını anlamalı ve onlara destek olmalıdır. Değerleri paylaşma da etkileşimci liderlerin önemsendiği bir özelliktir. Başarılı liderler, takım üyelerine örnek olur ve etik değerlere sadık kalır. Son olarak, takım çalışması etkileşimci liderliğin en önemli özelliklerinden biridir. Lider, takım üyelerini bir araya getirerek işbirliğinin oluşmasına katkı sağlar. Bu liderlik yaklaşımı, yönetim aşamasında liderlere kılavuzluk da yapan bir yaklaşımdır (Hieker ve Pringle, 2021).

4.3. KARİZMATİK LİDERLİK YAKLAŞIMI

Karizmatik liderlik yaklaşımı, liderin kişilik özelliklerine, cazibesine ve etkileyici özelliklerine odaklanan bir liderlik teorisi olarak ortaya çıkmıştır. Bu liderlik yaklaşımı, liderin karizması ve etkileyiciliği sayesinde takipçilerinde güven, saygı ve bağlılık yaratmaya odaklanmaktadır (Antonakis ve Day, 2018). Karizmatik liderlik teorisi, Max Weber'in 20. yüzyılın başlarında çalışmalarıyla köklerini bulur. Weber, liderliğin sadece pozisyon ve yetkilere dayanmasının ötesinde, liderin kişisel niteliklerine dayandığını vurgulayan ilk düşünürlerden biriydi. Weber'in liderlik konusundaki çalışmaları, liderin takipçileri üzerindeki etkileme gücünü ve liderlik stillerini analiz etmek için

kullanılmıştır. Ancak karizmatik liderlik yaklaşımının modern anlamda şekillenmesinde James MacGregor Burns'un çalışmaları büyük önem taşır. Burns, liderliği kişisel ve dönüştürücü bir güç olarak tanımlamış ve liderin takipçilerini etkileyerek onları değiştirebileceğini savunmuştur. Ona göre, karizmatik liderlik, liderin karizmatik özellikleri ve etkileyici kişiliği sayesinde takipçilerde tutku, motivasyon ve bağlılık oluşturur. Sonrasında, Bernard M. Bass liderlik üzerine yaptığı araştırmalarla karizmatik liderlik yaklaşımını daha da geliştirmiş ve sistematik hale getirmiştir. Bass, karizmatik liderliği diğer liderlik stillerinden ayrı bir kategori olarak ele almış ve liderin vizyon, etkileycilik ve bireysel dikkat gibi özelliklerini vurgulamıştır (Yukl, 1999).

Karizmatik liderlik, bir liderin önderlik ettiği grup üzerinde etkili bir şekilde güç ve etki sahibi olma yeteneği anlamına gelir. Bu liderlik yaklaşımı, liderin kişisel nitelikleri, karizması ve iletişim becerileri üzerine odaklanır (Conger, 2015). Karizmatik liderler, takipçilerini etkilemek ve motive etmek için ahlaki değerlere dayalı bir vizyon sunarlar. Bu liderler, güçlü bir kişisel çekicilik, güvenilirlik ve güçlü iletişim becerilerine sahiptir. Karizmatik liderlerin takipçilerine ilham verme yetenekleri vardır ve onları ortak bir vizyon etrafında birleştirirler. Bu liderler, takipçilerine güven aşılar ve onları motive eder. Ayrıca, karizmatik liderlerin etkileyici konuşma becerileri ve vizyonları, etkili bir örgüt kültürünü oluşturur ve değişimleri tetikler (Oktay ve Gül, 2003).

Bennis (2001) doksan lidere ilişkin yaptığı araştırmasında karizmatik liderlerin bir dizi özelliğinden bahsetmiştir. Karizmatik liderlerde bulunan bazı önemli özellikler şu şekildedir:

Güçlü İletişim Becerileri: Karizmatik liderler, etkili iletişim becerilerine sahiptir. Bu liderler, takipçilerini etkilemek ve motive etmek için doğru kelimeleri kullanır. Ayrıca, grup içinde açık bir iletişim ortamı sağlarlar ve takipçilerin fikirlerini ve görüşlerini paylaşımlarını teşvik ederler.

Güvenilirlik: Karizmatik liderler, güvenilirliklerini takipçilerine gösterirler. Bu liderler, sözlerinde dururlar ve taahhütlerini yerine getirirler. Böylece, takipçilerin liderlerine olan güveni artar ve onların etkisine kolayca açılırlar.

İnsan Odaklılık: Karizmatik liderler, takipçilerine değer verir ve onların ihtiyaçlarını anlar. Bu liderler, takipçilerinin güçlü ve zayıf yönlerini tanır ve onlara destek sağlar. Ayrıca, takım üyelerinin kendilerini geliştirmesini teşvik eder ve onları başarıya ulaştırmak için çaba gösterirler.

Vizyon Sahibi Olma: Karizmatik liderler, net bir vizyona sahiptir ve bu vizyonu takipçilerle paylaşırlar. Bu liderler, takipçilerin ortak bir hedef etrafında birleşmesini sağlar ve onları bu hedefe ulaşmak için motive ederler. Ayrıca bu liderler, takım üyelerine gelecekteki başarılarla dair bir umut aşılarlar (Bennis, 2011).

4.4. GİRİŞİMCİ LİDERLİK KAVRAMI

Girişimci liderlik, girişimciliğin liderlik kavramlarıyla birleşmesini ifade eder (Solmaztürk, 2019). Girişimci liderlik, ilk olarak 20. yüzyılın başlarında Joseph Schumpeter tarafından girişimcilerin ekonomik büyümeyi teşvik etmek için inovasyon yaparak ve yeni fırsatları keşfederek önemli bir rol oynadığı bir teori olarak ortaya atılmıştır. Schumpeter, girişimcilerin iş dünyasında dönüşüm yaratan rolüne odaklanmış ve girişimci liderlerin inovasyon ve yaratıcılık yolunu izleyerek fark yarattığını vurgulamıştır. Daha sonra 20. yüzyılın ikinci yarısında, liderlik teorisyenleri girişimci liderliği daha da geliştirmişlerdir. Özellikle, girişimciliğin liderlik yetenekleri ve özellikleriyle bir araya gelmesi gerektiği üzerinde durulmuştur (Esmer ve Dayı, 2017).

Girişimci liderlik, risk alma, fırsatları değerlendirme, yaratıcılık, vizyon belirleme ve girişimcilik ruhunu teşvik etme gibi özellikleri vurgulamaktadır. Son yıllarda, yönetim literatüründe girişimci liderlik konusunda daha fazla çalışma yapılmıştır. Bu çalışmalarda girişimci liderlik, şirketlerin rekabet avantajı sağlaması için önemli bir faktör olarak tanınmıştır. Artık sadece girişimcilerin değil, aynı zamanda kurumsal liderlerin de girişimci liderlik niteliklerine sahip olması gerektiği kabul edilmektedir (Vickers, 2018).

Yöneticiler, örgütlerinin sürdürülebilir rekabet şartlarında başarıya ulaştırabilmeleri için liderlik yeteneklerinin yanında girişimcilik gibi özelliklere de sahip olması gerekmektedir. Bu durum girişimci liderlik kavramının ortaya çıkmasında etkili olmuştur (Esmer ve Dayı, 2017). Girişimci liderlik kavramı, bir girişimin başarılı bir şekilde yönetilmesi ve büyütülmesi için gereken liderlik becerilerinin bir kombinasyonudur. Bir girişimin lideri, vizyoner bir kişi olmalı, takımı yönlendirebilmeli ve hedefleri belirleyebilmelidir. Girişimci liderlik; risk alma, yenilikçilik, kararlılık ve motive etme yeteneklerini de içerir. Bu liderlik biçimi, bir girişimin rekabetçi bir pazarda başarılı olabilmesi için hayati öneme sahiptir (Fernald vd., 2005). Girişimci liderlik, iş fırsatlarını görme yeteneğiyle başlar. Girişimci lider, değişken ve belirsiz bir ortamda farklı fırsatları keşfeder ve bunları bir iş modeline dönüştürebilir. Bu beceri, girişimi başlatmak ve yürütmek için gereken temel adımlardan biridir. Girişimci lider ayrıca cesur bir risk alma yeteneğine sahip olmalıdır. Girişimin başarılı olması için bazı riskler

alınması gerekebilir ve lider bu riskleri doğru bir şekilde değerlendirebilmelidir. Bu risk alma yeteneği, liderin yenilikçilik ve yaratıcılık yeteneklerini kullanarak yeni fikirleri geliştirmesine olanak sağlar (Bagheri ve Pihie, 2011).

Girişimci lider aynı zamanda bir vizyoner olmalıdır. Bir işin gelecekte nasıl olması gerektiğini hayal etmek ve bu vizyonu takımına iletme önemlidir. Vizyon, takımın odaklanmasını sağlar ve motivasyonu artırır. Girişimci lider, takımını bu vizyon doğrultusunda yönlendirebilmeli ve hedefleri belirlemelidir. Girişimci liderlerin kararlılık yetenekleri de önemlidir. Zorluklar karşısında motive olmalı ve hedeflere doğru ilerlemeye devam etmelidirler. Bu kararlılık, liderin takımını cesaretlendirir ve başarıya ulaşmanın temelidir (Kearney, 2020).

Girişimci liderlik, bir girişimin başarısı için önemli bir faktördür. Girişimci liderlik, başarıya giden yolda yönlendirici bir güçtür. Bu nedenle, girişimci liderler etkileyici iletişim ve işbirliği becerilerine sahip olmalıdır. Takım çalışması, karşılıklı anlayış ve iletişim liderin başarısını belirleyebilir. Lider, takımın birlikte çalışmasını sağlamalı ve herkesin katkısını değerlendirmelidir (Altuntaş, 2014).

5. GİRİŞİMCİ LİDERLİK ve LİDERLİK ÖZELLİKLERİ

Girişimci liderlik, liderlik özelliklerinin girişimcilik ruhuyla sentezlenmesi sonucu oluşturulan çağdaş ve yeni bir liderlik teorisidir. Girişimci lider ise bir organizasyonu veya girişimi yöneten ve başarıya ulaşmak için çalışan bir kişidir (Bekmezci, vd., 2021). Girişimci liderlerin belirli özelliklere sahip olması, başarılı bir liderlik dönemi geçirmesine yardımcı olur. Girişimci liderlik konu alanında yapılan akademik çalışmalarda ve çeşitli meslek örgütlerinin tespitlerine göre girişimci liderlerin sahip olması gereken ve üzerinde mutabık kalınan temel bazı ortak özellikler, maddeler halinde aşağıda açıklanmıştır (Bagheri ve Pihie, 2011; Darling ve Bebee, 2007; Fernald vd., 2005; Greenberg vd., 2011 ve Yolcu, 2017).

Vizyon Sahibi Olmak: Girişimci liderin, uzun vadeli hedefler belirleyen ve bu hedefleri gerçekleştirmek için stratejiler geliştiren bir vizyona sahip olması önemlidir. Vizyon sahibi olmak, liderin takımını motive etmesine ve yönlendirmesine yardımcı olur.

Risk Alabilme Yeteneği: Girişimci lider, risk almayı göze alan ve yenilikçi çözümler bulmak için farklı fikirlere açık olan bir kişi olmalıdır. Risk alabilme yeteneği, fırsatları değerlendirme, yeni pazarlara giriş yapma ve büyüme stratejileri oluşturma konularında önemlidir.

İşbirliği ve İletişim Becerileri: Bir lider olarak, girişimci liderin takım üyeleriyle iyi bir iletişim kurabilmesi ve işbirliği yapabilmesi örgüt adına önemlidir. İyi bir iletişim becerisine sahip olmak, gerektiğinde problemlerin çözülmesine yardımcı olur ve takım üyelerinin motivasyonunu artırır.

Karar Verme Becerisi: Girişimci lider, hızlı kararlar verebilen ve bu kararları destekleyen bir kişi olmalıdır. Karar verme becerisi, liderin belirsizlikle başa çıkma yeteneğini gösterir ve organizasyonun sürdürülebilirliği için önemlidir.

Yaratıcılık ve Yenilikçilik: Girişimci lider, sıradan düşüncelerden uzaklaşabilen ve yeni fikirler bulabilen bir kişi olmalıdır. Yaratıcılık ve yenilikçilik, o lideri rakiplerinden farklı kılar ve rekabette üstünlük avantajı sağlar.

Öğrenmeye Açık Olmak: Girişimci lider, sürekli olarak kendini geliştiren ve öğrenen bir kişi olmalıdır. Gelişmeleri takip etmek, yeni trendleri keşfetmek ve bilgi birikimini artırmak, liderin başarısını etkiler.

Motive Etme Yeteneği: Girişimci liderin, takım üyelerini motive etme ve onları hedeflere yönlendirme yeteneği önemlidir. Motivasyon sağlamak, performansı artırır ve işbirliği ruhunu pekiştirir.

Özgüven: Girişimci lider, kendine güvenen ve kararlarına inanan bir kişi olmalıdır. Özgüven, liderin takımının liderliğine olan güvenini artırır ve örgütün başarısına katkıda bulunur.

Empati: Girişimci lider, takım üyelerinin duygusal ihtiyaçlarını anlayan ve onlara destek olan bir kişi olmalıdır. Empati, liderin insan ilişkilerini güçlendirir ve takım üyelerinin sadakatini artırır.

Esneklik: Girişimci lider, değişen koşullara hızlı bir şekilde adapte olabilme yeteneğine sahip olmalıdır. Esneklik, liderin kriz yönetimi becerilerini gösterir ve örgütün sürdürülebilirliğini sağlar.

Yine Tablo 2’de girişimci liderlerde bulunması gereken ve başarıya ulaşmak gereken liderlik özellikleri sınıflandırılarak verilmiştir (Güney, 2012 ve Başaran, 2004).

Tablo 2: Liderlerin Sahip Olması Gereken Özellikler

LİDERİN SAHİP OLMASI GEREKEN ÖZELLİKLER	
TAKIM RUHUNA SAHİP OLMA	• ‘Biz’ Kavramını Kullanma • Takım Üyeleri Arasında Ayrım Yapmama • Yönetişim Becerisine Sahip Olma ➢ İzleyicilere Faaliyetlerinde Destek Olma ➢ Gerekli Kurumlarla İş Birliği Yapma/Bilgili Kişilere Danışma ➢ İzleyicilerle İçli Dışlı Olma ➢ Görev ve Sorumluluk Paylaşımı Yapabilme/Yetki Devrinde Bulunma ➢ Görev Paylaşımı
İLETİŞİM BECERİSİNE SAHİP OLMA	• İkna Becerisine Sahip Olma • Tanıtım Yeteneği • Empati • Etkili Dinleme Ve Konuşma/Hazır Cevap Olma
YÜKSEK MOTİVASYON SAHİBİ OLMA	• Pozitif Düşünme • İşinden Memnun Olma
CESARET	• Sabırlı Olma • Zorluklara Dayanma • Risk Alma
SOSYAL ÖZELLİKLERE SAHİP OLMA	• Sosyal ve Sportif Faaliyetlere Önem Verme • Sosyal Fayda Sağlama • İnsani Ve Ahlaki Değerlere Duyarlı Olma
ÖNGÖRÜLÜ OLMA	• Çok Yönlü Düşünme/ Olayları Analiz Etme ve Yorumlama • Gelecekteki Fırsat ve Tehditleri Görme • Geleceğe Yönelik Strateji Belirleme
HEDEF GÖSTERME	• Hedefe Yönelik Görev Belirleme • Görevlerin Açık ve Net Olması • Görevi İzleyicilere Benimsetme • Standart Oluşturma/ Standartlara Uydurma • Standartı Kontrol Etme • Mentörlük Yapma
VİZYON SAHİBİ OLMA	• Uluslararası Bakış Açısı • Vizyona İnanama/ Kendini Adama • Vizyonun Açık ve Net Olması • Vizyonun Tek Noktaya Odaklanması
VİZYONU İZLEYİCİLERE BENİMSETME	• İzleyicileri Yönlendirme Ve Özendirme • Uygulama İçin Çaba Sarf Etme • Bireysel Amaçları Örgütün Amacıyla Bütünleştirme
BİREYSEL YETKİNLİKLER	• Özgüvenli Sahibi Olma/ İddialı Olma • Bilgi Birikimine Sahip Olma • Tecrübe Sahibi Olma • Girişimciliğe Önem Verme • Anaçlık • Dürüstlük/ Şeffaflık • İş Becerisine Sahip Olma

Tablo 2’ye bakıldığında; liderlerin sahip olması gereken bu özellikler, girişimci liderlerin başarılı bir liderlik dönemi geçirmesine yardımcı olabilir. Ancak, farklı

durumların yaşandığı koşullarda, ortamın durumuna göre daha farklı girişimcilik ve liderlik özelliklerinin ön planda olabileceğini unutmamak gerekir. Ancak bu sayede girişimci liderlerin örgütlerini veya takımlarını yönlendirmesi, hedeflere ulaştırması ve başarıyı yakalaması mümkün olabilir.

6. LİDERLİK HAKKINDA TEORİLER

6.1. ÖZELLİKLER TEORİSİ

Liderlik alanında birçok farklı teori ve yaklaşım bulunmaktadır. Özellikler teorisi, liderlerin fiziksel, zihinsel, kişilik ve sosyoekonomik özellikler gibi doğuştan sahip oldukları belirli özelliklerin liderlik başarısını etkilediğini savunur (Güney, 2012).

Özellikler teorisi, ilk olarak 1940'larda Great Man teorisi olarak bilinen bir yaklaşımla ortaya çıkmıştır. Bu teori, liderlerin doğuştan gelen özelliklere sahip olduğunu ve doğal liderler olduğunu savunmaktadır. Özellikle erkek liderlerin doğal olarak liderlik yeteneklerine sahip olduğu düşünülmüştür (Aksel, 2010). Ancak, sonraki yıllarda yapılan araştırmalar özellikler teorisini biraz değiştirmiştir. Artık liderlik özelliklerinin sadece doğuştan gelen değil, aynı zamanda kazanılan özellikler olduğu kabul edilmektedir. Yani, liderlik becerileri belirli bir eğitim ve deneyimle geliştirilebilir (Yukl, 2018).

Özellikler teorisi, liderlerin doğuştan gelen belirli özelliklere sahip olduğunu savunurken, liderliğin kazanılan bir yetenek olduğunu da kabul eder. Özellikler teorisi, liderlerin doğuştan gelen bazı özelliklerinin yanında sonradan kazanılan belirli özelliklerinin de liderlik başarısını etkilediğini savunur. Bu özellikler genellikle kişilik, yetenekler ve deneyim gibi faktörlere dayanmaktadır. Buna göre karizma, güvenilirlik, iş bilgisi ve iletişim becerileri kazanılması gereken özelliklerdir (Sabuncuoğlu ve Tüz, 2008).

Özellikler teorisine göre karizmatik liderler, diğer insanları etkileme ve yönlendirme yeteneklerine sahip olan liderlerdir. Karizmatik liderler genellikle diğerlerine ilham ve motivasyon kaynağı olurlar. Ayrıca başarılı liderler güvenilir olmalıdır. Diğer insanların liderlerine güvendikleri ve onların yönlendirmelerine inandıkları bir ortamda daha iyi performans gösterirler. Yine liderlerin, liderlik ettikleri alanda iyi bir bilgiye sahip olmaları oldukça önemlidir. İş gereksinimlerini anlamak ve yönlendirmelerde bulunmak için iş bilgisi kritik bir faktördür. Liderlerin etkili iletişim becerilerine sahip olması ise diğer insanları anlama ve motive etme yetenekleriyle

bağlantılıdır. İyi iletişim kurma, liderlerin hedeflerini açıklama ve ekip üyeleriyle işbirliği yapma yeteneklerini geliştirir. Ancak her etkin liderin sahip olduğu ortak özelliklerin tespit edilememesi özellikler teorisini gözden düşürmüştür (Khan vd., 2016). Liderlikte özellikler yaklaşımı kendisinden sonra yapılan çalışmalarla eleştirilere maruz kalsa da bütünüyle bir kenara atılamamıştır. Hatta karizmatik, vizyoner ve transformasyonel liderlik gibi liderlik yaklaşımları içerisinde gündemde olan bazı yaklaşımlara da referans oluşturmuştur (Keklik ve Erdem, 2020).

6.2. DAVRANIŞSAL TEORİ

Davranışsal liderlik teorisi, liderlerin hangi davranışları sergilediğinin, liderlik etkinliğini belirlediğini savunan bir liderlik yaklaşımıdır. Bu teori, liderin doğuştan gelen kişisel özelliklerinden daha çok, liderin davranışlarının etkisine odaklanır (Goleman, 2017). Davranışsal teoriye göre, liderliğin etkisi, liderin nasıl davrandığına, insanlarla nasıl etkileşimde bulunduğu ve onları nasıl yönlendirdiğine bağlıdır. Davranışsal liderlik teorisi, liderlikte yönetim tarzlarını ve liderin takipçilere nasıl yaklaştığını inceleyerek liderlikte başarılı stratejilerin tanımlanmasına katkıda bulunur (Yukl, 2018).

Davranışsal liderlik teorisi, 20. yüzyılın ortalarında öne çıkmıştır. Bu teori, Ohio Devlet Üniversitesi'nde yapılan öncü bir araştırma olan Ohio State Üniversitesi Liderlik Araştırması ve Michigan Üniversitesi'ndeki Michigan Liderlik Araştırması temel alınarak geliştirilmiştir. Ohio State Üniversitesi Liderlik Araştırması, liderlerin iki temel davranış boyutunu belirlemiştir (Tunçer, 2012):

1. Yönlendirici Davranış: Bu davranış boyutu, liderin görevlerin ne şekilde yapılacağına dair net talimatlar ve beklentiler belirlemesini içerir. Yönlendirici liderler, işleri organize eder, takipçilere talimat verir ve performans hedeflerini açık bir şekilde belirler.

2. İkili İlişki Davranışı: Bu davranış boyutu, liderlerin takipçilerle etkileşim kurma, destek sağlama ve empati gösterme şeklini ifade eder. İkili ilişki odaklı liderler, takipçilerin ihtiyaçlarına önem verir, takdir eder ve destekler.

Michigan Liderlik Araştırması ise, liderlik davranışlarını iki boyutta ele almıştır (Özkalp ve Kirel, 2001).

1. Üretim Odaklılık: Bu boyut, liderin hedeflere ulaşmayı, verimliliği artırmayı ve görevlerin tamamlanmasını odaklanmasını ifade eder.

2. İnsan Odaklılık: Bu boyut, liderin takipçilerle ilişkilerini güçlendirmeye ve onların ihtiyaçlarına duyarlılık göstermeye odaklanması anlamına gelir.

Davranışsal liderlik teorisi, liderlik davranışlarını açıklamaya yönelik yapılan araştırmalarla birlikte gelişmiştir. Bu teori liderin etkili liderlik davranışları üzerinde durarak liderlerin belli davranışları sergileyerek takipçileri üzerinde olumlu etkiler yaratabileceğini vurgulamaktadır (Aksel, 2010).

Davranışsal teoriye göre liderliğin temel ilkeleri bulunmaktadır. Liderlerin davranışları, takım üyeleri üzerindeki etkilerini belirler. Liderlik, öğrenilebilir bir beceridir ve liderlik davranışları eğitimle geliştirilebilir. Liderler, takım üyelerinin ihtiyaçlarını karşılamak için uygun davranışları sergileyebilirler. Liderler, takım performansına doğrudan etkiye bulunabilir (Küçüközkan, 2015).

Davranışsal teori, liderlik stilleri açısından farklı yaklaşımları da ele alır. Bu yaklaşımlar otokratik liderlik, demokratik liderlik ve laissez-faire liderlik olarak kategorize edilmiştir (Swarup, 2013). Otokratik liderlik, liderin tek taraflı kararlar alarak otoriter bir şekilde yönettiği bir liderlik stili olarak tanımlanır. Otokratik liderler, emir verme ve kontrol etme eğilimindedir. Bu liderlik stili genellikle kriz durumlarında veya hızlı kararlar almayı gerektiren durumlarda tercih edilir (Mullins, 2007). Demokratik liderlik, liderin takım üyeleriyle işbirliği yaparak kararlar aldığı bir liderlik stili olarak tanımlanır. Bu liderlik stili, takım üyelerinin katılımını teşvik eder ve farklı fikirlerin değerlendirilmesine önem verir. Demokratik liderler, takımın motivasyonunu ve bağlılığını artırmak için iletişim ve paylaşımı teşvik ederler (Anderson, 1991). Laissez-faire liderlik, liderin takım üyelerine çok az müdahale ettiği veya yönlendirmede bulunmadığı bir liderlik stili olarak tanımlanır. Bu liderlik stili, takım üyelerine özerklik ve sorumluluk duygusu kazandırır. Ancak etkili bir liderlik sağlamak için takım üyelerinin yeterli yetenek ve motivasyona sahip olması gerekir (Karip, 1998).

Davranışsal teorinin liderlikte bazı avantajları bulunmaktadır. Liderlerin davranışlarını öğrenerek liderlik becerilerini geliştirmek mümkündür. İnsanların özelliklerinden daha çok eylemlerine odaklandığı için liderlik potansiyeli daha geniş bir kesime açıktır. Liderlik davranışları, takım performansını doğrudan etkileyebilir (Yukl, 2018). Bunun yanında davranışsal teorinin dezavantajları da bulunmaktadır. Davranışsal teori, liderlik özelliklerini tamamen göz ardı ederek liderliği basitleştirme eğilimindedir. Liderlerin davranışlarını belirlemek ve değiştirmek zaman alıcı olabilir (Goleman vd., 2017).

Davranışsal teori, liderlik becerilerinin geliştirilmesi ve öğrenilmesi için uygulanabilir bir yaklaşımdır. Liderler, takım üyeleriyle etkili iletişim kurmayı, motivasyonu artırmayı ve farklı liderlik stillerini kullanmayı öğrenebilirler. Bu şekilde liderler, takımın performansını ve bağlılığını artırabilirler (Aksel, 2010). Aynı zamanda davranışsal teori, liderlik becerilerinin organizasyonel düzeyde nasıl uygulanacağına dair bir perspektif sunar. Bu teori, liderlerin örgüt içindeki etkileşimlerini, yönetim becerilerini ve takımın performansını etkileyen faktörleri ele alır ve liderlerin takımın başarısı için motivasyonu, vizyonu ve yönetim stratejilerini kullanmasını vurgular (Anderson, 1991).

Davranışsal teori, liderlerin davranışlarının iş performansını nasıl etkilediğine odaklanır. Liderler, uygun liderlik davranışları sergilediklerinde takım üyelerinin motivasyonunu artırabilir ve iş performansını olumlu yönde etkileyebilir. İş performansı, liderlik ve takım etkileşiminin bir sonucu olarak görülür. Bu bakımdan davranışsal teori, liderlik alanındaki en eski ve temel teorilerden biridir. Ancak, liderlik konusundaki araştırmaların ve yaklaşımların sürekli olarak geliştiği bir alandır. Gelecekte davranışsal teoriye dayalı liderlik yaklaşımları daha da ilerleyebilir ve liderlik pratiklerini dönüştürebilir (Gürer, 2019).

6.3. DURUMSALLIK TEORİLERİ

Liderlik, birçok faktörün etkileşimi sonucunda ortaya çıkan karmaşık bir olgudur. Durumsallık teorileri, liderlik davranışını belirleyen faktörlerin öncelikle liderin çevresel koşullarına bağlı olduğunu öne sürer. Bu teoriler, liderlik etkisini çevresel koşullarla ilişkilendirerek liderlerin en etkili liderlik stilini belirlemesine yardımcı olur (Köseoğlu, 2019). Durumsallık teorileri, liderlik davranışının çevresel faktörlerle etkileşimini açıklamak için kullanılan bir yaklaşımdır. Bu teorilere göre, liderlik etkisi liderin bulunduğu duruma ve çevresel koşullara bağlıdır. Lider, farklı durumlarda farklı liderlik stilleri kullanarak en etkili sonuçları elde etmeye çalışır (Alioğulları, 2019).

Durumsallık teorileri, liderlik etkisini belirleyen çeşitli temel ilkeleri vurgulamaktadır. Buna göre; farklı durumlar farklı liderlik stillerini gerektirir. Liderler, çevresel koşullara uyum sağlamak için liderlik stillerini değiştirebilir. Liderlerin etkili olması, liderlik davranışının durumsal uyuma bağlıdır. Farklı liderlik stilleri, farklı durumlarda farklı etkiler gösterebilir (Robins, Decenzo ve Coulter, 2013).

Durumsallık teorileri üç çalışma ile açıklanmaya çalışılmıştır. Fiedler'in

durumsallık modeli, liderlik etkisinin liderin özellikleri ve durumsal değişkenler arasındaki etkileşime dayandığını öne sürer. Bu modele göre, liderin iyi durum yokluğunda etkili liderlik sağlamak için liderlik tarzını değiştirmesi gerekir. Fiedler, liderlerin görev odaklı veya ilişki odaklı liderlik stillerine sahip olabileceğini ve bu stillerin farklı durumlarda farklı sonuçlar doğurabileceğini savunur. Path-Goal teorisi, liderin takım üyelerinin hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olmak için yol göstermesi gerektiğini öne sürer. Bu teoriye göre, liderin destekleyici, direktif, katılımcı veya başarılı liderlik stillerini kullanarak takım motivasyonunu artırması ve performansı iyileştirmesi gerekmektedir. Path-Goal teorisi, liderlik davranışının etkilerini durumsal faktörlerle ilişkilendirir ve liderin takım üyelerinin beklenti ve ihtiyaçlarına uygun liderlik stilini benimsemesini vurgular (Koçel, 2005). Vroom ve Yetton'un liderlik kararları modeli ise liderin karar alma sürecindeki rolünü vurgular. Bu modele göre, liderin karar alma tarzı ve takım üyelerinin katılım düzeyi, liderlik etkisini belirler. Vroom ve Yetton, liderin durumsal değişkenleri ve takım üyelerinin beklentilerini dikkate alarak etkili liderlik kararlarını belirleyebileceğini öne sürer (Alioğulları, 2019).

Durumsallık teorileri, liderlik etkisinin anlaşılması ve liderlik davranışının geliştirilmesinde yaygın olarak kullanılır. Bu teoriler, iş dünyasında, eğitimde, sağlık hizmetlerinde ve diğer birçok alanda liderlik geliştirme programlarında kullanılır. Durumsallık teorileri, liderlik geliştirme programlarında ve liderlik pozisyonlarına atama stratejilerinde kullanılan önemli bir araçtır. Ayrıca durumsallık teorileri lider seçimi ve liderlik pozisyonlarına atama stratejileri gibi karar verme süreçlerinde de kullanılabilir (Aslan, 2019). Ancak durumsallık teorileri eleştiriye de tabi tutulmuş ve bazı sınırlamaları olduğu belirtilmiştir. Eleştiriler arasında liderlik etkisinin sadece duruma ve çevresel faktörlere indirgendiği, liderlik stiline çok genel ve soyut olduğu ve teorilerin pratik uygulanabilirliğinin sınırlı olduğu yer alır (Yukl, 2018).

7. LİDERLİK VE UZAY TURİZMİ

Liderlik her sektörde hayati bir rol oynar ve uzay turizmi de bu sektörlerden istisna değildir. Özel sektör girişimcileri uzay araştırmaları, uzay seyahati ve uzay turizmi alanına girdikçe, bu çabaların başarısı ve güvenliği için etkili liderlik hayati önem taşıyor. Uzay turizmi bağlamında, karmaşık operasyonların başarıyla yönetilmesi, astronotların ve turistlerin güvenliğinin sağlanması ve sektördeki yeni gelişmelere öncülük etmek için etkili liderlik şarttır.

Uzay turizmi hem bilimsel keşif hem de ticari amaçlar için muazzam bir

potansiyele sahip, gelişen bir endüstridir (Çiçek, 2013). Ancak uzay yolculuğuyla ilgili riskler ve zorluklar, bunları etkili bir şekilde hafifletmek için yetkin bir liderliğe ihtiyaç duymaktadır. Güçlü bir lider, sürekli gelişen uzay turizmi dünyasında güven uyandırabilir, bilinçli kararlar verebilir ve öngörülemeyen durumlarda yol alabilir.

Uzay turizmi liderlerinin, bu endüstrinin karmaşıklıklarında yol alabilmek için benzersiz niteliklere sahip olması gerekir. Bu nitelikler arasında olağanüstü iletişim becerileri, uyum yeteneği, esneklik ve baskı altında sakin kalma yeteneği yer alır. Uzay görevlerinin dinamik doğası, güven uyandırabilen, ekip çalışmasını teşvik edebilen ve riskli durumlarda bilinçli kararlar verebilen liderler gerektirir. Bunun yanında liderler, ekiplerini görev başarısına yönlendirmede çok önemli bir rol oynamaktadır. Ekiplerinin uzay yolculuğunun zorluklarıyla başa çıkmak için iyi eğitilmiş, motive ve tam donanımlı olmasını sağlamalıdır. Etkili liderler net bir vizyon oluşturur, rehberlik sağlar ve yeniliği, güvenliği ve sürekli gelişmeyi teşvik eden bir örgüt kültürü oluşturur (Kozhanazar, 2014).

Uzay yolculuğu liderler ve ekipleri için önemli psikolojik zorluklar yaratır. Uzay görevlerinin izolasyonu, hapsedilmesi ve katı talepleri, büyük psikolojik strese yol açabilir. Liderler, destek sistemleri sağlayarak, zihinsel sağlık farkındalığını teşvik ederek ve ekip üyeleri arasında dostluk duygusunu geliştirerek bu zorlukları tanımalı ve ele almalıdır. En son gelişmeleri takip etmeli, sürekli öğrenmeye katılmalı ve uzay yolculuğunun inceliklerine dair derin bir anlayışa sahip olmalıdırlar. Uzay turizmi endüstrisindeki etkili liderler, bilinçli kararlar vermek ve teknolojik ilerlemeleri kolaylaştırmak için güçlü bir teknik temele sahip olmalıdır (Alioğulları, 2019).

Uzay turizmi, liderlerin doğrudan çözmesi gereken etik ikilemleri gündeme getiren bir sektördür. Bu bakımdan çevresel etki, kaynak tahsisi ve uzay turizminde kapsayıcılık gibi konular liderler tarafından dikkatle ele alınmalıdır. Sektörün uzun vadeli sürdürülebilirliğini ve etik bütünlüğünü sağlamak için ticari sürdürülebilirlik ile sorumlu uygulamalar arasında bir denge kurmaları gerekiyor. Uzay turizmi liderliğinin geleceği, teknolojik gelişmeler ve gelişen endüstri dinamikleri ile iç içe geçmiş durumdadır. Liderlerin yeniden kullanılabilir uzay araçları, gezegenler arası seyahat ve uzay temelli yaşam alanları gibi yeni ortaya çıkan trendlere ayak uydurması gerekiyor. Bu değişikliklerden haberdar olmak ve bunlara uyum sağlamak, bu ilerici alandaki liderler için çok önemli olacaktır (Küçük, 2022).

Uzay turizminin başarısı ve sürdürülebilirliği için etkili liderlik şarttır. Endüstri

genişledikçe liderlerin psikolojik, teknik ve etik zorlukları ele alırken uzay yolculuğunun karmaşıklıklarını aşmak için gerekli niteliklere sahip olması gerekiyor. Uzay liderleri, uyarlanabilir kalarak ve alanda ortaya çıkan trendleri benimseyerek, uzay turizminin geleceğini şekillendirebilir ve yeni bir dünya dışı keşif çağına ilham verebilirler. Uzay turizmi endüstrisindeki girişimciler için çeşitli temel liderlik nitelikleri gereklidir. Bu nitelikler arasında vizyoner düşünme, stratejik planlama, risk alma yetenekleri, karar verme becerileri, ekip oluşturma, motivasyon, uyum yeteneği ve dayanıklılık yer alır. Başarılı girişimciler bu niteliklerin bir kombinasyonuna sahip olan ve bunları girişimlerine etkili bir şekilde uygulayan kişilerdir. Uzay turizmi girişimcileri gelecek vizyonuna sahip olmalı ve hedeflerine ulaşmak için stratejik planlar oluşturabilme yeteneğine sahip olmalıdır. Sektörün geleceğini etkileyebilecek pazar eğilimlerini, teknolojik gelişmeleri ve düzenleyici değişiklikleri öngörmeleri gerekiyor. Girişimciler, vizyonlarını uygulanabilir stratejilere dönüştürerek uzay turizmi sektörünün karmaşıklıklarını giderebilirler (Küçüközkan, 2015).

Uzay turizmi endüstrisindeki girişimciler hesaplanmış riskler almaya ve bilinçli kararlar almaya istekli olmalıdır. Sektör belirsizlikler ve zorluklarla doludur ve liderlerin riskleri ve fırsatları değerlendirebilmesi gerekir. Etkili karar verme becerileri, potansiyel riskleri azaltırken uygun koşullardan yararlanmak için çok önemlidir. Güçlü ve yetenekli bir ekip oluşturmak, herhangi bir uzay turizmi girişiminin başarısı için hayati öneme sahiptir. Liderler, yetenekleri belirleme, görevleri devretme ve olumlu bir çalışma ortamı geliştirme becerisine sahip olmalıdır. Ekip üyelerini motive etmek ve şirketin misyonuna yönelik amaç ve tutku duygusunu aşlamak, kolektif hedeflere ulaşmak için çok önemlidir. Uzay turizmi endüstrisi hızlı teknolojik gelişmelere ve gelişen pazar dinamiklerine tabidir. Girişimciler değişen koşullar karşısında uyum sağlayabilmeli ve dirençli olmalıdır. Uzun vadeli başarıyı garantilemek için yeniliği benimsemeli, başarısızlıklardan ders almalı ve gerektiğinde stratejilerini değiştirmelidirler (Gürer, 2019).

Girişimcilik, uzay turizmi endüstrisinin gelişmesinin ve büyümesinin arkasındaki itici güçtür (Bush, 2002). Bu alandaki girişimciler, uzay yolculuğunun karmaşık doğası nedeniyle benzersiz zorluklarla ve fırsatlarla karşı karşıyadır. Böyle bir ortamda liderlik, şirketleri belirsizliklere karşı yönlendirmede ve fırsatlardan yararlanmada çok önemli bir rol oynuyor. Uzay turizmi endüstrisindeki etkili liderliği daha derinlemesine anlamak için bu alanda öne çıkan iki girişimcilerden Elon Musk ve Richard Branson

değerlendirilebilir. SpaceX'in kurucusu Elon Musk, uzay turizmi inovasyonunun ön saflarında yer aldı. Onun ileri görüşlü liderliği ve iddialı hedeflerin aralıksız takibi, SpaceX'i yeni zirvelere taşıdı. Musk'ın ekibine ilham verme ve motive etme yeteneği, stratejik karar alma süreciyle birleştiğinde, SpaceX'in görevlerinin başarısında önemli bir rol oynadı. Virgin Galactic'in kurucusu Richard Branson ise uzay turizmi girişimciliğine benzersiz bir yaklaşım sergiledi. Liderlik tarzı, müşteri deneyimini ve daha geniş bir kitle için alana erişilebilirliği vurguluyor. Branson, karizmatik liderliği ve etkili pazarlama stratejileri sayesinde Virgin Galactic'i uzay turizmi sektörünün önde gelen oyuncularından biri olarak konumlandırdı (Scott, 2020).

Uzay turizmi sektörü, diğer sektörlerden farklı özelliklere sahip olduğu için liderlik becerileri de bu farklılıklara göre şekillenebilir. Örneğin, sektörün teknik ve mühendislik açısından karmaşıklığı, liderlerin teknolojiye hakim olma, yenilikçi düşünme ve risk yönetimi gibi becerilere sahip olmalarını gerektirebilir. Bunun yanı sıra, uzay turizmi sektörünün hızla gelişen ve dönüşen bir alan olması, liderlerin değişime uyum sağlama ve esneklik gösterme yeteneklerini gerektirebilir.

Sonuç olarak, uzay turizmi sektöründe liderlik yapıları ve gereksinimlerinin diğer sektörlerden farklılık gösterebileceği düşünülmektedir. Bu nedenle, bu alana yatırım yapan ve bu şirketlere liderlik eden girişimcilerin liderlik özelliklerinin analizi, sektördeki başarı şansını artırmak için önemli bir araştırma alanı olabilir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

UZAY TURİZMİ SEKTÖRÜNDE FAALİYET GÖSTEREN GİRİŞİMCİLERİN LİDERLİK ÖZELLİKLERİNİN ANALİZİNE İLİŞKİN BİR ARAŞTIRMA

Araştırmanın üçüncü bölümünde araştırmanın amacı, önemi, araştırmanın hipotezleri ile araştırmanın kapsamı ve sınırlılıklarına yer verilmiştir. Son kısımda araştırmanın yöntemi ele alınmıştır.

1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Girişimcilik, uzay turizmi endüstrisinin gelişmesinin ve büyümesinin arkasındaki itici güçtür (Bush, 2002). Uzay turizmi sektörü, son yıllarda önemli bir çıkış yakalamıştır. Bu sektöre liderlik yapan girişimciler, uzay turizminin gelişmesine büyük katkı sağlamışlar ve uzay turizmi sektörünün ilerlemesine de liderlik etmişlerdir. Bu durum, uzay turizmi alanına öncülük eden girişimcilerin, liderlik özelliklerinin neler olduğunun bilinmesini gerekliliğini ortaya çıkarmıştır. Bu nedenle bu çalışmada; uzay turizmi sektöründe faaliyet gösteren ve öncülük eden girişimcilerin, gösterdikleri liderlik tiplerinin ve sergiledikleri liderlik özelliklerinin neler olduğunu analiz ederek anlamak, tanımlamak ve ortaya koymak amaçlanmıştır.

Uzay turizmi, özellikle son yıllarda popülerlik kazanan ve insanların dünya dışı deneyimleri keşfetmek için uzayda seyahat etmeyi hedeflediği bir turizm türüdür. Hatta Türkiye'de yaşayan çoğu insan tarafından da bilinmeyen bir konudur. Dolayısıyla, insanların uzay turizmine olan ilgisi ve farkındalığı henüz yeterince gelişmemiştir. Akademik araştırmalar ve popüler farkındalık henüz yeterince oluşmamış olsa da uzay turizminin gelecekte daha fazla ilgi çekeceği ve daha fazla araştırma yapılarak geliştirileceği düşünülmektedir. Dolayısıyla uzay turizmi, hala geniş kitlelere ulaşmak için daha fazla bilinirlik ve pazarlama çabası gerektiren bir alan olarak görülmektedir. İnsanların uzay turizmini hedefleyen seyahat deneyimlerine ilgi duymaları için bu konuyla ilgili daha fazla bilgi ve farkındalık sağlanmalıdır. Bu çalışma ile uzay turizmi alanına dikkat çekilerek bilimsel bir farkındalık oluşturulacağından, bu durum çalışmayı önemli hale getirmektedir.

Araştırmanın amacı doğrultusunda, uzay turizmi sektöründe faaliyet gösteren girişimcilerin liderlik özelliklerinin bilimsel yöntemlerle analiz edilerek ortaya

ıkarılması ve liderlik alanlarının gl ve zayıf yönlerinin neler olduğunun belirlenmesi, yeni girişimcilere bir kılavuzluk sağlayacaktır. Bu durum gelecekteki girişimcilerin liderlik potansiyellerini geliştirmek adına önemli bir rehberlik sunabilir. Bu nedenle araştırmanın sonuçları hem bireysel hem de sektörel düzeyde uzay turizmi sektörü için olumlu sonuçlar doğurabilir. Bu sonuçlar sektörde rekabet avantajı sağlayabilir ve sektörün büyümesini de destekleyebilir. Dolayısıyla araştırmanın ulaştığı sonuçların, uzay turizmi sektöründe daha etkili liderlik stratejilerinin geliştirilmesine katkıda bulunacağı düşünülmektedir. Sayılan tüm bu durumlar, yapılan bu araştırmayı zgn kılmakta olup, bu alanda yeniliklere öncül olması muhtemeldir.

Bilimsel çalışmaların sayısı kadar özgünlüğü de bilim adına oldukça önemlidir. Bu alışma bu alana öncülük eden çalışmalar arasında ilk olma özelliği de taşıtmaktadır. Bilim dünyasına zgn bir çalışmayla katkı verilecek olunması, bu çalışmayı daha da değerli hale getirmektedir. Yine bu araştırmanın, bu alanda yeni araştırmalar yapacak olan araştırmacılara yn gösterecek olması bu çalışmanın önemini artırmaktadır.

Ülkemizde uzay turizmi ile ilgili çalışmalar henüz başlangıç aşamasındadır. Bu nedenle bu çalışma, özellikle ulusal literatürde çok fazla araştırılmamış bir konu alanının incelenmesini sağlayarak, literatürde gözlemlenen bu boşluğu doldurmuştur. Çünkü literatüre bakıldığında, uzay turizmi konu alanının henüz akademik araştırmalar içerisinde çok fazla araştırılmamış bir konu alanı olduğu görülmektedir. Bunun yanında uzay turizmi alanında faaliyet gösteren girişimcilerin liderlik özelliklerinin ele alındığı bir bilimsel çalışmanın gerekliliği ve literatürde bu boşluğun araştırmacı tarafından bilinmesi, bu çalışmanın ortaya çıkmasında etkili bir neden olmuştur. Bu bakımdan bu çalışmanın ulusal literatüre ve ilgili konu alanına katkı sağladığını söylemek mümkündür.

2. ARAşTIRMANIN HİPOTEZLERİ

Uzay, insanlık tarihi boyunca gizemini korumuş ve insanlarda hep merak uyandırmıştır. Uzay turizmi ise, insanların gezegenimizin ötesine yolculuk yapmasını ve farklı gök cisimlerini ziyaret etmelerini ve bu meraklarını gidermeyi sağlayan fırsatlar sunmaktadır. Ancak, uzay turizminin geleceği konusunda henüz çok şey bilinmemektedir. Fakat, teknoloji alanındaki ilerlemeler ve uzaya artan ilgi, uzay turizminin daha da büyüyerek önemli bir endüstri haline gelebileceğini göstermektedir. Bu yeni paradigmaya göre uzay turizmi, insanlığın sınırlarını zorlamakta ve uzayın derinliklerinde yeni keşifler ve başarılar için heyecan verici bir potansiyel sunmaktadır.

Uzay turizmi sektörü, son yıllarda önemli bir çıkış yakalamıştır. Bu alanda

ilerleyen şirketler ve bu şirketlere liderlik yapan girişimciler, uzay turizminin gelişmesine büyük katkılar sağlamışlar ve uzay turizmi sektörünün ilerlemesine liderlik etmişlerdir. Girişimcilerin vizyonerliği, teknolojiye olan ilgisi ve işletme alanındaki becerileri, uzay turizmi sektörünün gelişmesinde bu kişilere önemli roller yüklemiştir. Bu bakımdan, uzay turizmi alanına öncülük eden ve bu alanda başarı yakalayan bu girişimcilerin gösterdikleri liderlik tiplerinin ve sergiledikleri liderlik özelliklerinin neler olduğunun bilinmesi gerekliliği, araştırmacıda bilimsel bir merak uyandırmıştır. Yine literatüre bakıldığında ve alanyazın incelemesi yapıldığında özellikle Türk literatüründe uzay turizmi konu alanının ve girişimcilerinin yeterince ele alınmadığı görülmüştür. Hatta uzay turizmi sektöründe faaliyet gösteren girişimcilerin tamamının liderlik özelliklerinin bir arada incelendiği bir çalışmaya literatürde rastlanmamıştır. Bu kapsamda; “uzay turizmi sektöründe faaliyet gösteren girişimcilerin liderlik özellikleri nelerdir?” sorusu araştırmanın temel problem cümlesini oluşturmaktadır. Bu temel problem cümlesi kapsamında uzay turizmi sektöründe faaliyet gösteren girişimcilerden, SpaceX şirketinin kurucusu Elon Musk; Virgin Galactic şirketinin kurucusu Sir Richard Branson; Blue Origin şirketinin kurucusu Jeff Bezos; Axiom Space şirketinin kurucusu Michael Suffredini ve Space Adventures şirketinin kurucusu Eric Anderson ile ilgili aşağıdaki soruların cevabı aranmıştır;

1. Bu girişimciler, liderlik özellikleri gösteriyorlar mı?
2. Bu girişimciler, daha çok hangi liderlik özelliklerini sergilemektedir?
3. Bu girişimciler, sergiledikleri liderlik özellikleri bakımından hangi liderlik tipi kapsamında değerlendirilebilir?
4. Bu girişimcilerin ortaklaştığı girişimcilik özellikleri nelerdir?

3. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI VE SINIRLILIKLARI

“Uzay turizmi sektöründe faaliyet gösteren girişimcilerin liderlik özellikleri” konusu bu araştırmanın kapsamını oluşturmaktadır. Bu kapsamda, uzay turizmi sektöründe faaliyet gösteren özel şirketlere yatırım yapan girişimcilerin, liderlik durumlarının ele alındığı bilimsel araştırmalar ve yapılan analizler, inceleme kapsamına alınmıştır. Ele alınan şirketlerin ve girişimcilerin belirlenmesinde, uzay turizmi alanında somut adımların atılmış olması kriter olarak belirlenmiştir. Uzay turizminde faaliyet gösteren ve özel şirket olmayan kurum ve kuruluşlar ile bu alanda çalışma yapan devletlerin kuruluşlarını inceleyen bilimsel araştırmalar, inceleme kapsamına

alınmamıştır.

4. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Bu çalışma; uzay turizmi sektörüne öncülük eden girişimlerin, liderlik özelliklerinin doküman analizi tekniğiyle incelendiği nitel bir araştırmadır. Araştırma nitel desende yürütülmüştür.

Nitel araştırma, kalitatif verilerin toplanması, analizi ve yorumlanması yoluyla anlam ve anlayış oluşturmayı hedefleyen bir araştırma yaklaşımıdır. Nitel yöntemle gerçekleştirilen araştırmalarda bir konuyu anlamak, deneyimleri anlamak, motivasyonları ve tutumları keşfetmek, anlamlarını incelemek gibi derin bir anlayışa ulaşmak amaçlanır. Bu yöntem, sosyal bilimlerde, eğitimde, psikolojide ve diğer birçok alanlarda kullanılır (Yıldırım ve Şimşek, 2008).

Nitel araştırma genellikle niteliksel verilerin toplandığı, yani metin, görüntü, video gibi dokümantasyonları içeren, detaylı açıklamalardan ve katılımcıların deneyimlerinden faydalanılan bir süreçtir. Nitel araştırma yöntemlerinde, odak grupları, derinlemesine görüşmeler, gözlem, dokümantasyon analizi gibi çeşitli teknikler kullanılır. Nitel araştırma, araştırma konusu hakkında daha fazla detay ve derinlik sağlar ve katılımcıların deneyimlerini kapsamlı bir şekilde anlamamıza olanak tanır. Nitel araştırmalar, literatürden bağımsız olarak yeni teorilerin veya perspektiflerin keşfi için uygun bir ortam sağlar (Ergün, 2015).

4.1. VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ

Nitel bir yöntemin benimsendiği bu araştırmada, araştırmanın amacına ulaşması için veri toplama yöntemi olarak doküman analizi tekniği kullanılmıştır. Doküman inceleme tekniği, nitel araştırma yöntemlerinden biri olup belge veya yazılı materyallerin sistemli bir şekilde incelenmesini içerir. Bu teknik, mevcut kaynakların içeriğini, temasını, kalitesini ve anlamını anlamak için kullanılır (Wach, 2013).

Doküman analizi genellikle araştırma sürecinin bir parçası olarak kullanılır. Belirli bir araştırma sorusu veya amaç doğrultusunda incelenecek belgeler titizlikle seçilir. İncelenen belgeler dikkatlice okunur veya gözden geçirilir. Bu süreçte, metnin içeriği, temaları, ana fikirleri ve ilgili konuları belirlenir. Doküman analizinde, belgedeki önemli bilgileri belirlemek için kodlama ve kategorizasyon işlemleri yapılır. Verileri anlamlı bir yapıya dönüştürmek için farklı kodlar veya etiketler kullanılır. Kodlanmış

veriler, analiz edilir ve yorumlanır. Ortaya çıkan temalar, eğilimler ve ilişkiler hakkında çıkarımlar yapılır. Bu teknik, araştırma sorusuna veya amaçlarına yanıt vermek için kullanılır (Yıldırım ve Şimşek, 2008).

Doküman analizi, daha derinlemesine bir içgörü sağlamak, bireysel deneyimleri, siyasi veya sosyal değişimi anlamak ve mevcut metinleri analiz etmek için etkili bir tekniktir. Araştırmacılara, önceki çalışmalara dayanarak bilgi edinme ve mevcut literatüre katkıda bulunma fırsatı sunar. Doküman analizi, hem nitel araştırmanın bir parçası olarak kullanılabileceği gibi, diğer araştırma yöntemleriyle birleştirilerek daha kapsamlı bir analiz yapılmasını sağlayabilir (Yıldırım ve Şimşek, 2013).

4.2. ARAŞTIRMANIN EVRENİ VE ÖRNEKLEMİ

Araştırmanın evrenini, uzay ve uzay turizmi alanında faaliyet gösteren tüm kurum ve kuruluşlar ile uzay turizmi sektörüne yatırım yapan ve uzay turizmi sektöründe faaliyet gösteren girişimcilerin hayatlarının, beyanlarının, söylemlerinin ve liderlik özelliklerinin incelendiği tüm bilimsel araştırmalar oluşturmuştur. Örneklemine ise; uzay turizmi sektöründe daha somut çalışmaları olan ve bu sektöre öncülük eden ilk beş şirketin girişimcilerinin hayatlarının, beyanlarının, söylemlerinin ve liderlik özelliklerinin incelendiği dijital ortamlardaki tüm bilimsel araştırmalar oluşturmuştur. Bu araştırmalar araştırmanın ekleri bölümünde verilmiştir. Örneklemenin belirlenmesinde amaçlı örnekleme yöntemlerinden kolay ulaşılabilir durum örnekleme kullanılmıştır.

Amaçlı örnekleme yöntemi, bir araştırmada belirli bir amaca yönelik olarak örneklem seçme sürecidir. Bu yöntem, araştırma sorusuna en iyi cevabı verecek örneklemin seçilmesini sağlar (Yıldırım ve Şimşek, 2013). Örnekleme sürecinde, araştırmacı belirli ölçütleri dikkate alarak örneklemi oluşturur ve bu örneklem üzerinde analiz yapar. Amaçlı örnekleme, araştırmacının ihtiyaç duyduğu özelliklere sahip katılımcıları seçmesine olanak tanır ve araştırma sonuçlarının istenilen amaca hizmet etmesine yardımcı olur. Amaçlı örnekleme, araştırmacıların belirli bir konuda derinlemesine bilgi edinmek istedikleri durumlarda sıklıkla tercih edilir. Bu yöntem, araştırma sürecinde doğru ve güvenilir sonuçlara ulaşmak için önemlidir (Geray, 2004).

4.3. VERİ ANALİZ YÖNTEMİ

Araştırmanın amacı doğrultusunda bu araştırmanın verileri, içerik analiz tekniği ile analiz edilmiştir. İçerik analizi, nitel araştırma tekniklerinden biridir ve metin, görüntü veya ses gibi içerikleri sistemli bir şekilde analiz etmeyi amaçlar. Bu yöntem genellikle

yazılı veya görsel verilerin derinlemesine incelenmesinde kullanılır. Araştırmacılar, belirli kategorilere, desenlere, temalara veya anlamlara göre içerikleri analiz ederek veri toplarlar. İçerik analizi genellikle açık kodlama ve temasal analiz gibi alt teknikleri içerir. Açık kodlama, verilerin kategorilere ayrılmasını sağlarken temasal analiz, belirli temaların keşfedilmesine odaklanır (Yıldırım ve Şimşek, 2013).

İçerik analizi genellikle sosyal bilimler, iletişim, medya çalışmaları, eğitim ve pazarlama gibi alanlarda kullanılır. Araştırmacılar, bu yöntemi kullanarak belirli bir konudaki trendleri, tutumları, davranışları veya görsel sembollerin anlamlarını inceleyebilirler. Bu yöntemi kullanırken, araştırmacılar genellikle gözlem ve belge analizi gibi diğer nitel araştırma teknikleriyle birleştirirler. Böylece, kapsamlı bir anlayış elde eder ve derinlemesine veri analizi yapabilirler (Bilgin, 2006).

Verilerin içerik analizi yapılırken, kodlama ve tema oluşturma süreci en önemli aşamadır. Kodlama, nitel veriyi betimleyebilmek ve veri seti içinde yer alan temaları açığa çıkarabilmek amacıyla analiz birimlerini anlamlı parçalara ayırma ve bu parçaları adlandırma sürecidir. Kodlama sürecinde analiz birimleri parçalara ayrılır, bu parçalar anlamlandırılır, adlandırılır, birbirine çok benzeyen ya da yineleyen bu isimler dikkate alındıktan sonra da genel başlıklar altında toplanır. Böylece kapsamlı bir veri seti genel kavram ve temalar altında yer alacak bir biçimde daraltılmış ve özetlenmiş olur. Burada anlatılan kodlama adımları içerik analizine uygun bir biçimde sıralanmaktadır. Yani önceden belirlenmiş olan tematik bir çerçeveye göre verilerin işlendiği betimsel analizi değil; hazır bir kod listesi olmadan mevcut veriler arasında yer alan anlamlı bölümlere ulaşmayı (içerik analizi) hedeflenmektedir (Creswell, 2013).

Yıldırım ve Şimşek (2013), içerik analizinde nitel verilerin düzenlenmesi, işlenmesi, kodlanması, yorumlanması ve yazılması aşamalarını 13 aşamada özetlemiştir:

1. Verilerin yazıya geçirilmesi,
2. Verilerin düzenlenmesi,
3. Anlamlı veri birimlerinin saptanması,
4. Verilerin kodlanması,
5. Taslak temaların belirlenmesi,
6. Taslak temalara göre kodların düzenlenmesi,
7. Taslak tema ve kodlara göre verinin düzenlenmesi,
8. Taslak temaların kontrol edilmesi ve kesinleştirilmesi,
9. Temalar arasındaki ilişkilerin saptanması,

10. Temaların araştırma soruları altında örgütlenmesi,
11. Kod ve tema kitapçığı oluşturularak bu kitapçığa göre verilerin örgütlenmesi,
12. Kod ve temalara göre verilerin betimlenmesi, alıntılara yer verilmesi, örneklendirilmesi, açıklanması, yorumlanması ve görsel hale getirilmesi,
13. Araştırma sonuçlarının yazılması.

Bu araştırmanın verilerinin elde edilmesinde ve elde edilen verilerin yapılan içeriz analizine ilişkin izlenen yol, Yıldırım ve Şimşek (2013) temel alınarak şu sırayla gerçekleşmiştir: İlk olarak, araştırmacı tarafından araştırma kapsamındaki “uzay turizmi, liderlik ve girişimci liderlik” konu alanlarında, ulusal ve uluslararası literatür incelenmiştir. İlgili konu alanlarında yapılmış yüksek lisans ve doktora çalışmalarından, ulusal ve uluslararası dergilerde yayınlanmış bilimsel derlemelerden, söyleyişlerden ve internet kaynaklarında yapılan çeşitli analizlerden veriler elde edilmiştir. Veriler, çözümlenerek bilgisayar ortamına aktarılmış ve yazıya geçirilmiştir. Daha sonra araştırmanın soruları kapsamında verilerin kodlamaları yapılmış ve anlamlı veri birimleri saptanmıştır. Bu süreçte, incelenen verilerin yanlarına o bölümü birkaç sözcükle özetleyen kodlar eklenmiştir. Liderlik ile ilgili birbirine benzeyen ve yinelenen ifadelerin sayısı not edilerek, alt kodların tekrarlanma sıklığı belirlenmiştir. Verilerin değerlendirileceği taslak temalar (liderlik özellikleri, liderlik söylemleri, liderlik tipi) belirlendikten sonra temalar arası ilişkiler belirlenmiş ve oluşturulan asıl temalar, araştırmanın hipotez soruları altında ilişkilendirilmiştir. Elde edilen tüm bu veriler, gözden geçirildikten sonra araştırmanın soruları kapsamında kategorize edilmiştir. Kategorize edilen veriler, araştırmanın bulgular kısmında betimlenmiş, alıntılara yer verilmiş, örneklendirilmiş ve veriler yorumlanarak sonuca ulaşılmıştır.

5. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Bu bölümde araştırmanın hipotezleri kapsamında elde edilen verilerden ulaşılan bulgulara yer verilmiştir. Bu kapsamda uzay turizmi sektöründe faaliyet gösteren girişimcilerden, SpaceX şirketinin kurucusu Elon Musk; Virgin Galactic şirketinin kurucusu Sir Richard Branson; Blue Origin şirketinin kurucusu Jeff Bezos; Axiom Space şirketinin kurucusu Michael Suffredini ve Space Adventures şirketinin kurucusu Eric Anderson ile ilgili; “Bu girişimciler, liderlik özellikleri gösteriyorlar mı?”, “Bu girişimciler, daha çok hangi liderlik özelliklerini sergilemektedir?”, “bu girişimciler, sergiledikleri liderlik özellikleri bakımından hangi liderlik tipi kapsamında değerlendirilebilir?” ve “bu girişimcilerin ortaklaştığı girişimcilik özellikleri nelerdir?” sorularının cevabı aranmıştır. Araştırmanın soruları kapsamında ulaşılan verilerden elde edilen tema, kod ve alt kodlar kategorize edilerek sırasıyla aşağıda verilmiştir.

5.1. TEMA, KOD ve ALT KODLARIN KATEGORİK ANALİZİ

Tablo 3. Liderlikte “Vizyon Sahibi Olmak” Özelliğinin Kategorik Dağılımı

Tema	Kategori	Alt Kodlar	<i>f</i>	<i>Yüzde (%)</i>
Liderlik Özellikleri	Vizyon Sahibi Olmak	Uluslararası Bakış Açısı	34	24,28
		Vizyona İnanma	29	20,71
		Başarıya Odaklanma	28	20
		Adanmışlık	26	18,57
		Vizyonun Açık ve Net Olması	23	16,44
Toplam			140	100

Tablo 3’e bakıldığında; uzay turizmi sektöründe faaliyet gösteren girişimcilerle ilgili yapılan araştırmaların analiz edilmesi sonucunda oluşan kodlamalarda, en fazla “vizyon sahibi olmak” kodu tekrarlanmış ve bu kodda beş alt kod başlığı oluşmuştur. Bu kodlar liderlik özellikleri teması altında kategorize edilmiştir. Buna göre; “Uluslararası Bakış Açısı (%24,28)”, “Vizyona İnanma (%24,28)”, “Başarıya Odaklanma (%20)”, “Adanmışlık (%18,57)”, “Vizyonun Açık ve Net Olması (%16,44)” başlıkları, liderlik özellikleri temasındaki alt kodları oluşturmuştur. Vizyon sahibi olmak kodunda en fazla 34 kez “Uluslararası Bakış Açısı (%24,28)” kodu tekrarlanırken en az 23 kez “Vizyonun Açık ve Net Olması (%16,44)” kodu tekrarlanmıştır. Uzay turizmi sektöründeki

girişimcilerin başarıya ulaşmasında, vizyon sahibi olmalarının büyük bir etkisinin olduğu görülmektedir.

Uzay turizmi sektörü alanında araştırmaya konu olan girişimcilerin sergiledikleri liderlik özelliklerinin kodlanmasında, en yüksek frekansa sahip özelliğin “Vizyon Sahibi Olmak” ($f=140$) özelliği olduğu anlaşılmaktadır. Bu sonuç, Apple’ın CEO’su Tim Cook’un liderlik özelliklerini inceleyen İşler ve Seçkin ‘in (2023) çalışmasında ulaşılan; “Tim Cook’un etkileşimci ve vizyoner liderlik özelliklerine daha yatkın olduğu değerlendirilmiştir” sonucuyla örtüşmektedir. Yine Acar’ın (2019) Şirket Karlılığı ile Şirketin Vizyon İfadesi Arasındaki İlişki kapsamında BİST Şirketlerini incelediği araştırmasında ulaşılan, “vizyon ifadesi, işletmelerin uzun ömürlü olma, karlı bir şirket olma ve başarılı adımlar atma gibi beklentilerini karşılayabilecek bir yapı oluşturmada oldukça önemli bir kavram olduğu ve vizyon sahibi olan girişimcilerin ve bu değeri taşıyan şirketlerin karlılıklarının süreklilik arz edeceği” sonucu, araştırmanın ulaştığı sonuçları desteklemektedir. Bu bulgulara göre; liderlerin, vizyon sahibi olmasının birçok faydası olabilir. Bireylerin, ekiplerin ve şirketlerin geleceğinde ve alanlarda yeni ideolojiler inşa etme performansının artmasında liderlerin vizyon sahibi özelliklere sahip olması oldukça etkili olabilir. Yine herkesin büyüyebilmesi için izlemesi gereken net bir yola ihtiyacı olduğu düşünüldüğünde, vizyoner liderler bu ihtiyacı fazlasıyla karşılayabilir.

Liderlikte “Bireysel Yetenekler” Özelliğinin Kategorik Dağılımı Tablo 4. de verilmiştir.

Tablo 4. Liderlikte “Bireysel Yetenekler” Özelliğinin Kategorik Dağılımı

Tema	Kategori	Alt Kodlar	<i>f</i>	<i>Yüzde (%)</i>
Liderlik Özellikleri	Bireysel Yetenekler	Girişimcilik	43	34,4
		Özgüven	20	16
		Cesaret	18	14,4
		Alanında Uzmanlık	16	12,8
		Çok Yönlü Düşünme	15	12
		Çözüm Üretme	13	10,4
Toplam			125	100

Tablo 4’e bakıldığında; uzay turizmi sektöründe faaliyet gösteren girişimcilerle ilgili yapılan araştırmaların incelenmesi sonucu oluşan kodlamalarda, “bireysel yetenekler” kodu 125 kez tekrarlanmış ve bu kodda altı alt kod başlığı oluşmuştur. Bu kodlar liderlik özellikleri temasının bireysel yetenekler kodu altında kategorize edilmiştir. Buna göre; “Girişimcilik (%34,4)”, “Özgüven (%16)”, “Cesaret (%14,4)”, Alanında

Uzmanlık (%12,8)”, “Çok Yönlü Düşünme” (%12)” ve “çözüm üretme (%10,4) başlıkları oluşmuştur. “Girişimcilik” başlığı, bireysel yetenekler kodunda en fazla ($f=44$) tekrarlanan alt kod başlığı olmuştur. Buna göre; girişimcilerin sergiledikleri girişimcilik özelliği, en önemli liderlik özelliği olarak nitelendirilebilir. Girişimcilerin elde ettikleri başarılarında, girişimcilik özelliğinin önemli bir etken olduğu yönünde bir yorum getirilebilir.

Uzay turizmi sektörü alanında araştırmaya konu olan girişimcilerin sergiledikleri liderlik özelliklerinin kodlanmasında, “bireysel yetenekler” ($f=125$) kodunun önemli bir nitelik olduğu anlaşılmış ve liderlik tiplerinin oluşmasında bireysel yeteneklerin etkili bir özellik olduğu ortaya çıkmıştır. Çalışkan (2009) çalışmasının sonucunda ulaştığı; “bireyin kişilik özelliklerinin ve yetkinliklerinin, özellikler teorisinde iddia edildiği gibi liderlik sürecini ve oluşumunu etkilemektedir” sonucu, araştırmanın bulgularını doğrulamaktadır. Yine araştırmanın bu bulguları, Olaş’ın (2006) kadın yöneticiler ile yapmış olduğu araştırmanın sonuçlarıyla ve MRG (2013)’ün liderlikte bireysel yeteneğin önemi ile ilgili yaptığı çalışmanın sonuçlarıyla paralellik göstermektedir.

Liderlikte “Öngörülü Olma” Özelliğinin Kategorik Dağılımı Tablo 5. de verilmiştir.

Tablo 5. Liderlikte “Öngörülü Olma” Özelliğinin Kategorik Dağılımı

Tema	Kategori	Alt Kodlar	<i>f</i>	<i>Yüzde (%)</i>
Liderlik Özellikleri	Öngörülü Olma	Mükemmeliyetçilik	48	43,63
		Gelecekteki Fırsat ve Tehditleri Görmek	36	32,72
		Girişimcilik Stratejileri Belirleme	26	23,65
Toplam			110	100

Tablo 5’e göre; “öngörülü olma” özelliği, girişimcilerin sergiledikleri önemli liderlik özelliklerinden biridir. Yapılan bilimsel araştırmaların incelenmesi sonucu oluşan kodlamalarda, “öngörülü olma” kodu 110 kez tekrarlanmış ve bu kodda üç alt kod başlığı olduğu görülmektedir. Bu alt kodlar; “Mükemmeliyetçilik (%43,63)”, “Gelecekteki Fırsat ve Tehditleri Görmek (%32,72)” ve “Girişimcilik Stratejileri Belirleme (%23,65)” başlıklarında oluşmuştur. En fazla “mükemmeliyetçilik ($f=48$)” başlığında, veri elde edilmiştir. Buna göre; mükemmeliyetçilik, gelecekteki fırsat ve tehditleri Görmek ve girişimcilik stratejileri belirleme gibi özellikler, girişimcilerin öngörülü olmasına neden oluşturmuş olabilir. Girişimcilerin mükemmelliğe yönelik titiz standartları, yeni endüstri kriterlerini belirleyen çığır açıcı yenilikleri, fırsatları görmeleri

ve birçok çalışanını kendi beklentilerinin ötesine geçmeye motive etmeleri, mükemmellik tutkusuna örnek davranışlar olarak gösterilebilir.

Bulut ve Uygun'un (2014) çalışmalarında; liderlerin, başında oldukları kurumu proaktif (öngörülü olma) bir yaklaşım ile öngörülen gerçekçi bir hedef doğrultusunda, fırsat ve tehditleri görerek hizmet verdiği kişilerin beklentilerini temel alarak idare etmesi gerektiği" sonucu araştırmanın sonucunu desteklemektedir. Yine Bakan ve Doğan'ın (2012) "alışılan tüm insani özelliklerin ötesinde farklı özelliklere sahip, insanları etkileme gücü yüksek olan hizmetkâr liderlik yaklaşımı konusunda, hizmetkâr liderliğin temel özelliklerinde, öngörülü olma niteliğine vurgu yapması" araştırmanın sonuçlarıyla örtüşmektedir.

Liderlikte "Takım Ruhu ve Hedef Gösterme" Özelliğinin Kategorik Dağılımı Tablo 6.'da verilmiştir.

Tablo 6. Liderlikte "Takım Ruhu ve Hedef Gösterme" Özelliğinin Kategorik Dağılımı

Tema	Kategori	Alt Kodlar	<i>f</i>	<i>Yüzde (%)</i>
Liderlik Özellikleri	Takım Ruhu ve Hedef Gösterme	“Biz” kavramını Kullanma	46	45,1
		Yönetişim ve İletişim Becerisi	30	29,41
		Hedefe Yönelik Görev Belirleme	26	25,49
Toplam			102	100

Tablo 6 incelendiğinde; "Takım ruhu ve hedef gösterme" özelliği kodunun, girişimcilerde görülen önemli liderlik niteliklerinden biri olduğu görülmektedir. Bu alanda yapılan bilimsel araştırmaların analizleri sonucunda oluşan kodlamalarda, "Takım ruhu ve hedef gösterme" kodu 102 kez tekrarlanmış ve bu kodda üç alt kod başlığı oluşmuştur. Bu alt kodlar; "Biz kavramını Kullanma (%45,1)", "Yönetişim ve İletişim Becerisi (%29,41)" ve "Hedefe Yönelik Görev Belirleme (%25,49)" başlıklarında oluşmuştur. En fazla "Biz kavramını Kullanma (*f*=46)" başlığında, veri elde edilmiştir.

Araştırmanın, takım ruhu ve hedef gösterme kodunda ulaştığı bu sonuçları literatür desteklemektedir. Becerikli'nin (2013) "Takım çalışmaları ve verimlilik ilişkisi: Karar alma süreçlerinin etkinlik kazanmasında liderin rolü" adlı araştırmasında; "yüksek performanslı takımlar kurma ve bu takımlara hedef göstererek takım ruhunu ortaya koyma, örgütlerin yönetsel politikalarında önemli bir yer tutmaktadır. Takım çalışmalarındaki etkinlik düzeyi, toplam kalite yönetimi çalışmalarının başarıya ulaşmasında ve etkili liderlik niteliklerinin ortaya çıkmasındaki temel dayanaklardan birisidir" şeklindeki ulaştığı sonuç, araştırmanın sonucunu büyük oranda desteklemektedir. Yine Gayef (2009) tarafından "yöneticilerin takım çalışması ve örgüt

iklimi algılamaları üzerinde dönüşümsel liderlik yaklaşımlarının güçlü ve pozitif yönde artırıcı etkisi olduğu” tespit edilmiştir. Bilge (2013) çalışmasının sonucunda, “öğrencilerin başarısında okul müdürünün sergilemesi gereken liderlik özelliklerinin tamamı veya bir kısmı okul müdürleri tarafından ortaya koyulduğu zaman, okuldaki bütün öğrencilerin başarılı olmaması için bir nedenin olmayacağı belirtilmiştir. Özellikle gruplar kurarak birlikteliği sağlama ve öğrencilere hedef gösterme bu başarının oluşmasında oldukça etkili olmaktadır” şeklinde ulaşılan sonuç araştırmanın sonuçlarıyla aynı paraleldedir.

5.2. GİRİŞİMCİLERİN SERGİLEDİKLERİ LİDERLİK ÖZELLİKLERİNE ve SÖYLEMLERİNE GÖRE LİDERLİK TİPLERİNİN BELİRLENMESİNE İLİŞKİN YORUM

Araştırma kapsamında ele alınan girişimcilerin sergiledikleri liderlik özellikleri ve söylemleri, literatürde en fazla ele alınan yedi liderlik tipi perspektifinde değerlendirmeye alınmıştır. Bu liderlik tipleri; “Etik liderlik, Öğretim liderliği, Dönüşümcü (transformasyonel) liderlik, Dağıtımçı liderlik, Karizmatik liderlik, Vizyoner liderlik, Kültürel liderlik ve Hizmetkâr liderlik” şeklindedir. Yapılan değerlendirmede, girişimcilerin en belirgin sergiledikleri liderlik özellikleri ve söylemleri dikkate alınarak liderlik tarzlarının belirlenmesinde buna göre bir sınıflandırma yoluna gidilmiştir.

Araştırma kapsamında girişimcilerin liderlik özelliklerine ilişkin incelenen çalışmalarda yapılan kodlamaların tekrarlanma sıklıkları Tablo 3., Tablo 4., Tablo 5. ve Tablo 6. da verilmişti. Bu bölümde ise bu kodların girişimci bazındaki tekrarlanma sıklıkları ele alınmıştır. Bu kapsamda girişimcilerin liderlik özelliklerinin karşılaştırılmasına ilişkin veriler Tablo 7.’de verilmiştir.

Tablo 7. Girişimcilerin Liderlik Özelliklerinin Karşılaştırılması

Liderlik Özellikleri Kategoriler	Elon Musk	Sir Richard Branson	Jeff Bezos	Michael Suffredini	Eric Anderson	Toplam
Vizyon Sahibi Olmak	43	26	28	25	18	140
Bireysel Yetenekler	23	32	33	16	21	125
Öngörülü Olma	25	17	18	22	28	110
Takım Ruhu ve Hedef Gösterme	27	20	15	28	12	102
Toplam	118	95	94	91	79	

Tablo 7 incelendiğinde; Elon Musk’ın sergilediği en belirgin liderlik özelliği “Vizyon Sahibi Olmak” olurken, Sir Richard Branson ve Jeff Bezos, liderlikte “Bireysel Yetenekler” özelliğini daha çok sergilemektedirler. Michael Suffredini’de “Takım Ruhu ve Hedef Gösterme” özelliği ön plana çıkarken, Eric Anderson’da daha çok “Öngörülü Olma” özelliği görülmektedir. Araştırma kapsamında incelenen girişimcilerin hepsi, ele alınan liderlik özelliklerinin tamamından belli oranlarda davranış sergiledikleri anlaşılmaktadır. Ancak girişimcilerde, bazı liderlik özelliklerinin daha fazla ön plana çıktığı görülmektedir. Bu bakımdan, girişimcilerin liderlik tarzlarının ne olduğunu daha iyi anlamak için girişimcilerin sergiledikleri liderlik özelliklerini ve söylemlerini, tek tek ele almanın daha doğru olacağı düşünülmüştür. İlk olarak, SpaceX şirketinin kurucusu Elon Musk’ın, liderlik özelliklerinin karşılaştırılmasına yönelik veriler Tablo 8.’de verilmiştir.

Tablo 8. Elon Musk’ın Liderlik Özelliklerinin Karşılaştırılması

Girişimci	Liderlik Özellikleri	Kodlanma Sıklığı (f)
Elon Musk	Vizyon Sahibi Olmak	43
	Takım Ruhu ve Hedef Gösterme	27
	Öngörülü Olma	25
	Bireysel Yetenekler	23
Toplam		118

Tablo 7.’ye bakıldığında; Elon Musk ile ilgili yapılan bilimsel araştırmaların analizleri sonucunda oluşan kodlamalarda, liderlik özelliği olarak en fazla “Vizyon Sahibi Olmak” özelliği 43 kez kodlanmıştır. Liderlik özelliklerinden “Takım Ruhu ve Hedef Gösterme” özelliği 27; “Öngörülü Olma” özelliği 25; “Bireysel Yetenekler” özelliği ise 23 kez kodlanmıştır. Bu verilerden Elon Musk’ın, “Dönüşümsel Liderlik” ve “Vizyoner Liderlik” tipi liderlik özelliklerini daha çok sergilediği ve bu liderlik tiplerine daha yakın olduğu kanısına varılabilir.

Yapılan bu araştırmaya göre; Elon Musk’ın en belirgin liderlik özelliği olarak “Vizyon Sahibi Olmak” özelliğini sergilemesi, onun vizyoner liderlik tarzına daha yakın olduğu söylenebilir. Ancak vizyoner kişiliğinin yanı sıra bütün liderlik özelliklerini üst düzeyde gösteren Elon Musk’ın, bu yönüyle de daha çok dönüşümsel liderlik tipine yakın olduğu değerlendirilebilir. Çünkü Elon Musk’ın dönüşümsel liderlik ile ilgili sergilediği liderlik davranışlarına bakıldığında; uluslararası bakış açısına sahip olması, vizyona inanması, başarıya odaklanması, adanmışlığı, kendisi ve şirketleri için çok fazla çaba ve kaynak gerektiren iddialı hedefler ortaya koyması, aynı zamanda ekip üyelerinin

fikirlerini dinlemesi ve kararlarında söz sahibi olmalarına izin veriyor olması, dönüşümsel liderlik tarzını sergilemesindeki başlıca etkili faktörler olabilir. Yine kendisinin yaptığı işe tutkuyla bağlı olması ve kendisiyle çalışan herkesten beklediği kalite konusunda mükemmeliyetçi bir standarda sahip olması ve işinde takım ruhunu oluşturması da dönüşümsel liderlik davranışları sergilemesinde etkili olabilmektedir. Rafferty ve Griffin (2004), dönüşümcü (transformasyonel) liderlik sürecini; idealize edilmiş etkileycilik, bireysel desteğe odaklanma, vizyon, motivasyon, ilham verici iletişim, entelektüel uyarılma, destekleyicilik ve kişisel tanıma olarak açıklamışlardır. Buna göre; dönüşümcü liderler, Elon Musk’ da olduğu gibi takipçilerinin güvenini kazanarak onları etkilerler ve onlara güç desteği verirler. Elon Musk ‘ın sergilediği liderlik tipinin anlaşılmasında söylemlerinin de etkili olduğu düşünülmektedir. Tablo 9.’da Elon Musk’ın söylemlerine ilişkin verilere yer verilmiştir.

Tablo 9. Elon Musk’ın söylemleri

Lider	Söylemler
Elon Musk	“Başarısızlık burada bir seçenektir. Eğer işler başarısız olmuyorsa, yeterince yenilik yapmıyorsunuz demektir.” (Dönüşümcü liderlik) “Sorun şu ki, birçok büyük şirkette süreç, düşünmenin yerini alıyor. Karmaşık bir makinedeki küçük bir dişli gibi davranmaya teşvik ediliyorsunuz. Açıkçası bu, o kadar akıllı olmayan ve o kadar yaratıcı olmayan insanları elinizde tutmanıza olanak sağlıyor.” (Dönüşümcü liderlik) "Süreklilik çok önemli. Vazgeçmek zorunda kalmadığınız sürece pes etmemelisiniz.”(Dönüşümcü liderlik) “Sabah kalktığınızda geleceğin daha iyi olacağını düşünüyorsanız, bu parlak bir gündür. Aksi halde öyle değil.” (Vizyoner liderlik) "Bir işi başlatmak ve büyütmek, sattıkları ürün kadar, bunu yapan insanların yenilikçiliği, motivasyonu ve kararlılığıyla da ilgilidir.”(Vizyoner liderlik) "Sıradan insanların sıra dışı olmayı seçmesinin mümkün olduğunu düşünüyorum.” (Karizmatik liderlik) "İnsanlar amacın ne olduğunu ve nedenini bildiklerinde daha iyi çalışırlar. İnsanların sabah işe gelmeyi sabırsızlıkla beklemeleri ve çalışmaktan keyif almaları önemli.”(Hizmetkâr liderlik) “Bir şirket, bir ürün veya hizmet yaratmak için organize olmuş bir gruptur ve yalnızca çalışanları kadar iyidir ve yaratma konusunda ne kadar heyecanlıdır. Bir sürü süper yetenekli insanı tanımak istiyorum. Ben sadece şirketlerin yüzüyüm.”(Dağıtımçı liderlik) "Kurucu ortak veya CEO iseniz, yapmak istemeyebileceğiniz her türlü görevi yapmak zorundasınız... Eğer ev işlerini yapmazsanız, şirket başarılı olamaz... Hiçbir görev çok önemsiz değildir.”(Öğretim liderliği)

Elon Musk'ın liderlik tarzını anlamanın en iyi yollarından birisinin de kariyerinden

alıntılara ve söylemlerine bakmak olduğu söylenebilir. Tablo 9'a bakıldığında, Elon Musk'un birçok alanda etkili liderlik söylemlerinin olduğu görülmektedir. Bu söylemlere bakıldığında, Musk'ın bütün liderlik tiplerine göre bir söylem geliştirdiği ve dokunuşlar yaptığı anlaşılmaktadır.

Elon Musk'un ilginç ve ilham verici söylemlerine bakıldığında, başarısızlığın sürecin bir parçası olduğuna inanması şaşırtıcı bir durum değildir. Bazı deneylerin başarısız olacağını ancak bunların başarılı bir inovasyon stratejisinin parçası olduğunu bilerek, ekibini yeni çözümler bulmak için risk almaya ve sınırları zorlamaya teşvik edebiliyor olması dönüştürücü liderliğin en güzel bir örneğidir. Bu süreçte iletişim, Elon Musk'un bu dönüştürücü liderlik tarzının hayati bir parçasıdır. Yine Elon Musk söylemleriyle insanların gelişebileceği ilham verici bir ortam yaratarak ekibini şirketin misyonu konusunda bilgilendirip onlarla etkileşime geçmeye önem veriyor. Musk'ın ekibini olabileceklerinin en iyisi olmaları için güçlendirmeye büyük önem verdiği açıktır. Yetenekli ve motive bir kadroya sahip olmanın önemini bilmesi ve onlara tam potansiyellerine ulaşmaları için ihtiyaç duydukları kaynakları ve desteği sağlamak için sürekli çalışması ise öğretim liderliğini göstermektedir.

Musk'ın söylemlerine bakıldığında; Musk, insanlara yatırım yaparak ve onlara yaratma özgürlüğü vererek inovasyon ve mükemmelliğin gelişebileceği bir ortam yaratmaktadır. Bu, özellikle sürekli değişen teknoloji endüstrisinde oldukça önemli bir lider özelliğidir. Musk'un liderliğe yönelik pratik yaklaşımı, ekibinin yolunda gitmesini ve görevlerin mümkün olduğunca verimli bir şekilde tamamlanmasını sağlamaya yardımcı oluyor. Ne kadar küçük görünürse görünsün hiçbir işten çekinmeyerek iyi bir örnek oluşturuyor. Bu durum, herkesin üzerine düşeni yapmasını sağlayabilir ve şirketin hedeflerine ulaşmaya odaklanmasını sağlayabilir. Bu sayede Musk, ekibine de ilham kaynağı oluyor ve onları üstlendikleri her görevde ellerinden gelenin en iyisini yapmaya teşvik ediyor olabilir.

Söylemlerinden Musk'ın eşsiz bir iş ahlakının olduğu ve bunun, başarısının ardındaki sebeplerden biri olduğu sonucuna ulaşılabilir. Musk'un yetenek edinmenin önemine ilişkin görüşleri ise oldukça açıktır. En iyi insanları işe almanın ve onlara tam potansiyellerine ulaşabilecekleri bir ortam sağlamanın önemine inandığı görülmektedir. Bu durum, onu her zaman risk almaya, sınırları zorlamaya, istekli, yaratıcı, problem çözücü ve şirketini ileriye taşımak için ihtiyaç duyduğu liderliğini ortaya koyan özellikleri olarak gösterilebilir.

Musk'ın söylelerine bakıldığında, yalnızca bir süreci takip etmek yerine ekibini kalıpların dışında düşünmeye ve sorunları çözenin yeni yollarını bulmaya teşvik ettiği anlaşılıyor. Musk, herkesin büyük hayaller kurabileceği ve mükemmellik için çabalayabileceği bir iyimserlik ve olasılık kültürü yaratmaya inandığı söylenebilir. Gerçekten olağanüstü bir şey yaratabilmemizin ancak ekip olarak birlikte çalışarak mümkün olduğunu anlıyor ve herkesin hayallerini gerçeğe dönüştürecek güçte hissetmesini sağlamak için bir dağıtımçı lider olarak çok çalıştığı görülüyor.

Musk, iş hayatında başarılı olmanın tek yolunun, neyin başarılabilirliğine dair ortak vizyonları tarafından yönlendirilen tutkulu insanlara sahip olmak olduğunu bildiği görülmektedir. Musk, azmin gücünün farkındadır ve yol boyunca ne kadar aksilikle karşılaşılırsa karşılaşsın, ekibini yola devam etmeleri konusunda cesaretlendiren bir lider profili çizmektedir. Başarının bir gecede gelmediğini biliyor ve hiçbir şey yolunda gitmiyor gibi görünse bile, ekibini hedeflerine odaklayarak onlara vizyoner liderliğin en güzel örneklerini sergiliyor şeklinde bir yorum yapılabilir.

Elon Musk söylemlerine bakıldığında, karmaşık kavram ve fikirleri basit bir dille açıklama yeteneğine sahip olduğu için usta bir iletişimci olduğu görülüyor. Vizyonunu, insanların anlayabileceği ve daha da önemlisi de kendisine inanılabileceği şekilde ifade edebildiği görülüyor. Musk'un iletişim becerileri, ekibiyle etkili bir şekilde etkileşim kurmasına ve iş birliği ve açık diyalog ortamını teşvik etmesine olanak sağlaması, liderlikte iletişim yeteneklerini üst düzeyde kullandığını göstermekte ve bu durum karizmatik liderliğinin de bir göstergesidir.

Musk, mevcut sorunlara yeni çözümler bulmak için teknolojiye yararlanmayı içeren yenilikçi bir problem çözme yaklaşımına sahip olması yenilikçi bir yaklaşımı benimsediğinin göstergesi olabilir. Yine Musk'ın zorluklarla mücadeleye geldiğinde, ekip üyelerini farklı düşünmeye teşvik ediyor olması ve yeni fikirleri keşfetmeye zaman ve kaynak harcamaktan korkmaması, onun dönüştürücü bir lider niteliğini taşıdığına örnek teşkil edebilir.

Sonuç olarak, Elon Musk'ın sergilediği liderlik özelliklerine ve söylemlerine bakılarak; Musk'ın bütün liderlik tarzlarının örneklerini üst düzeyde gösterdiği, ancak dönüşümcü ve vizyoner liderlik tarzına daha yakın olduğu söylemek mümkündür.

Araştırma kapsamında Virgin Galactic şirketinin kurucusu Sir Richard Branson'ın liderlik özelliklerine ilişkin elde edilen veriler Tablo 10.'da verilmiştir.

Tablo 10. Sir Richard Branson’ın Liderlik Özelliklerinin Karşılaştırılması

Girişimci	Liderlik Özellikleri	Kodlanma Sıklığı (f)
Sir Richard Branson	Bireysel Yetenekler Vizyon Sahibi Olmak Takım Ruhu ve Hedef Gösterme Öngörülü Olma	32 26 20 17
Toplam		95

Tablo 10.’a bakıldığında; Sir Richard Branson ile ilgili yapılan bilimsel araştırmaların analizleri sonucunda oluşan kodlamalarda, liderlik özelliği olarak en fazla 32 kez “Bireysel Yetenekler” özelliği kodlanmıştır. Liderlik özelliklerinden “Vizyon Sahibi Olmak” özelliği 26; “Takım Ruhu ve Hedef Gösterme” özelliği 20; “Öngörülü Olma” özelliği ise 17 kez kodlanmıştır. Buna göre Sir Richard Branson, liderlikte bireysel yeteneklere ilişkin özellikleri daha çok benimsediğinden “Karizmatik Liderlik” tipine daha yatkın olduğu söylenebilir.

Araştırmanın bulgularına bakıldığında; Sir Richard Branson, liderlikte “Bireysel Yetenekler” özelliğini daha çok sergilemektedir. Sir Richard Branson, 350’den fazla şirketi bulunan Virgin Grubu’nun CEO’su olarak dünyanın sayılı zenginlerinden olan ve oldukça da tanınan bir girişimcidir. Sir Richard Branson, özellikle girişimcilik, özgüven, cesaret, alanında uzmanlık, çok yönlü düşünme ve çözüm üretme gibi konularda kendisini geliştirmesi ve bu sayede bireysel yeteneklerini ön plana çıkarmasıyla, kendisinde karizmatik bir kişilik oluşturmuş olabilir. Çünkü Branson, iş hayatında risk almayı seven, farklı sektörlere adım atan ve yenilikçi projelere imza atan bir liderdir. Bu bakımdan onun girişimcilik ruhu ve cesur adımları, karizmatik kişiliğini ön plana çıkarabilir. Bu durum onu, liderlikte eşsiz kılabilir ve karizmatik bir lider haline gelmesine olanak sağlayabilir.

Karizmatik liderler, geleceğe yönelik bir vizyon sahibi olarak takipçilerine bu vizyonu aktararak onları motive ederler ve takipçilerin bu hedeflere inanmasını sağlarlar. Karizmatik liderler, aynı zamanda takipçilerinin duygularını anlayabilme ve onlara empati yapma yeteneğine de sahiptirler. Bu durum, liderin takipçileriyle güçlü bir ilişki kurmasına ve onları daha iyi anlamasına yardımcı olur. Takipçiler, liderlerinin tutkusu ve inançlarından etkilenirler ve bu da çalışanların performansını her zaman artırır (Kurnaz, 2019). Özellikle Branson’un, etkili bir iş lideri olmasının yanı sıra çok sayıda televizyon programında da yer alması, onun dışa dönük ve kendini yeni şekillerde ortaya koymaktan

korkmadığını da göstermektedir. Sayılan tüm bu durumlar, Sir Richard Branson'ın karizmatik liderliğini pekiştirmektedir.

İngiliz yatırımcı ve iş adamı sıfatlarına sahip olan Sir Richard Branson'ın sergilediği liderlik tarzları, söylemlerine de yansımıştır. Tablo 11.'de Sir Richard Branson'ın söylemlerine ilişkin verilere yer verilmiştir.

Tablo 11. Sir Richard Branson'ın Söylemleri

Lider	Söylemler
Sir Richard Branson	“Ben sadece yaşayan biriyim... Hayatı yaşamak ve eğer bir şey yüzünden hayal kırıklığına uğrarsam, o zaman onu düzeltmeye çalışmayı severim. Çünkü kendime inanıyorum.” (Karizmatik liderlik) “Girişimlerimiz ve biz önemlidiriz. İlgi çekici, sinirli, canlı, eğlenceli bir ürünümüz var. İşe yarayabilir veya çalışmayabilir, ancak bizler önemlidiriz ve her zaman elimizden gelenin en iyisini yapacağız.” (Karizmatik liderlik) “Söyleneni anlamak. Güçlü dinlemenin özü budur; iletişim denkleminin diğer tarafı. Ve onsuz iyi bir lider olamazsın.” (Karizmatik liderlik) “Her sabah kendime şunu hatırlatırım: Bugün söyleyeceğim hiçbir şey bana bir şey öğretmeyecek. O yüzden öğreneceksem, bunu dinleyerek yapmalıyım.” (Karizmatik liderlik) “Yükselmek, sağlam bir tuğla duvara çarpmak gibiydi. Bütün gün ve bütün gece boyunca, herşeyin üstesinden gelmek için savaştık.” (Vizyoner liderlik) “Bir iş kapsayıcı olmalı, eğlenceli olmalı ve yaratıcı içgüdülerinizi kullanmalıdır” (Öğretim liderliği) “Hayatımda hem evdeki ailemin hem iş yerindeki ailemin sevgisini hissetmediğim bir an hatırlamıyorum. Birbirimiz için öldürecek bir aileydik ve hala da öyleyiz” (Dağıtım liderlik)

Tablo 11'e bakıldığında; iş insanı Richard Branson, iş hayatındaki başarıları, girişimleri ve son yıllarda merak sardığı uzay maceralarıyla dünyanın dikkat çeken isimlerinden birisi olduğu aşikardır. Branson'ın başarılı kariyeri pek çok kişiyi özendirirken, milyarder iş insanının söylemlerinden, nasıl iyi bir lider oluncağını ve liderlerin vazgeçilmez bir bireysel yeteneğe sahip olması gerektiğini de vurguladığı görülmektedir.

Karizmatik liderler, anlaşılır bir şekilde, mükemmel iletişimcilerdir. Bu liderlerin yetenekleri, ikna edici bir şekilde konuşabilmenin veya yazabilmenin ötesine geçebilmektedir. Sir Richard Branson'ın söylemlerinden kendisini daha çok ön plana attığı, çevresini bu şekilde etkilemeye çalıştığı, başarılı bir girişimci olduğu ve yönlendirici bir karizmatik karaktere sahip olduğu anlaşılmaktadır. Bunun yanında

çözümlere odaklanan bir tutum sergilediği, sonuç alma tutkusu, rekabetçi ve esnek bir yapısının olduğu ve hayata coşkulu, meraklı ve eğlenceyi seven bir yaklaşım içerisinde olduğu da söylemlerinden anlaşılmaktadır. Branson, bu nitelikleri sürekli olarak göstererek, toplumun geniş bir kesimine hitap etme ve söylemleriyle temel mesajlarının çalışanlarına ilham verici ve enerji verici olduğu görüldüğünden, onun karizmatik bir lider kişiliğine sahip olduğunu söylemek mümkün olabilir.

Araştırma kapsamında Blue Origin şirketinin kurucusu Jeff Bezos'ın liderlik özelliklerinin karşılaştırılmasına ilişkin elde edilen veriler Tablo 12.'de verilmiştir.

Tablo 12. Jeff Bezos'ın Liderlik Özelliklerinin Karşılaştırılması

Girişimci	Liderlik Özellikleri	Kodlanma Sıklığı (f)
Jeff Bezos	Bireysel Yetenekler	33
	Vizyon Sahibi Olmak	28
	Öngörülü Olma	18
	Takım Ruhu ve Hedef Gösterme	15
Toplam		94

Tablo 12. incelendiğinde; Jeff Bezos ile ilgili yapılan bilimsel araştırmaların analizleri sonucunda oluşan kodlamalarda, liderlik özelliği olarak en fazla 33 kez “Bireysel Yetenekler” özelliği kodlanmıştır. Liderlik özelliklerinden “Vizyon Sahibi Olmak” özelliği 28; “Takım Ruhu ve Hedef Gösterme” özelliği 15; “Öngörülü Olma” özelliği ise 18 kez kodlanmıştır. Buna göre Jeff Bezos, liderlikte bireysel yeteneklere ilişkin özellikleri daha çok benimsediğinden “Karizmatik Liderlik” tipine daha yakın olduğu söylenebilir. Jeff Bezos ve Sir Richard Branson'ın ortak liderlik özellikleri sergiledikleri görülmektedir. Bu liderler, karizmalarını kullanarak başkalarını sürekli olarak kendilerine karşı zorlamaya ve yeni hedeflere inandırmaya doğru yönlendirdikleri söylenebilir.

Karizmatik liderler misyonları konusunda tutkuludur, işlerine derinden bağlı hissederler ve başkalarının da aynı şekilde hissetmesine nasıl yardımcı olacaklarını bilirler. Onların coşkusu, başkalarını meşgul ve üretken olmaya teşvik eder. Ayrıca kendileri gibi davranmaktan ve en imkansız görünen sorunlara bile çözüm bulmaktan korkmazlar. Jeff Bezos, bu özellikleri karizmatik liderlik yaklaşımında somutlaştırıyor denilebilir. Rahat bir Wall Street işini bırakıp sıfırdan Amazon gibi bir şirket kurmak ve o şirketi trilyon dolarlık bir işletmeye dönüştürmek şöyle dursun karizma, coşku ve tutku

gerektirir.

Liderli özelliklerinden “Bireysel Yetenekler” özelliğini daha çok sergileyen Blue Origin şirketinin kurucusu Jeff Bezos'un Amazon'u da kurarak, bu şirketi dünyanın en büyük e-ticaret devlerinden biri haline getirmesinde yeteneklerinin ve karizmatik liderlik davranışlarının oldukça önemli bir yer tuttuğu düşünülmektedir. Bir örgütün karizmatik lideri olarak görev yapmak zor olduğu kadar aynı zamanda bir o kadarda yorucu bir şey olabilir. Ancak öte yandan da bireyi güçlü hissettiren, ona gurur veren ve başarılı hissettiren, yüksek bir mevkidir. Örgüt içerisinde aktif ve başarılı olan bir karizmatik lider aynı zamanda heyecan ve özgüvenin mükemmel birleşimini bulmuş bir kişidir. Çünkü bu liderler, karizmatik kişilikleri ve çalışanlarını motive etme yetenekleri ile daha çok tanınmaktadırlar.

Tablo 13. Jeff Bezos’un Söylemleri

Lider	Söylemler
Jeff Bezos	"Olduğun her şey kararlarınızdan gelir. Yapmamız gereken her zaman geleceğe gitmek; dünya etrafınızda değiştiğinde ve size karşı değiştiğinde, buna dayanmalı ve ne yapacağınızı bulmalısınız." (Karizmatik liderlik) "Hayat, beceriksiz insanlarla takılmak için çok kısa. Sonuçta biz, yaptığımız seçimlerimiz. Kendi harika hikâyenizi oluşturun. " (Karizmatik liderlik) "Markanız, siz odada yokken insanların sizin hakkınızda söyledikleridir. İşe yarayacağını biliyorsanız, bu bir deney değildir." (Karizmatik liderlik) "Vizyonda inatçıyız. Ayrıntılarda esneğiz. Yarın, bugünkü fikrinizle çelişen bir fikre sahip olmak tamamen sağlıklı, hatta teşvik edilir." (Vizyoner liderlik) "Müşteriler sizden her zaman daha iyisini isteyecektir. Biz çalışanlar olarak müşteri odaklı olmanız ve müşterileri sürekli memnun etme istediğiniz de sizi onlar adına yeni icatlar yapmaya teşvik edecektir." (Dönüşümcü liderlik)

Tablo 13 incelendiğinde Jeff Bezos, liderlik ve girişimcilik hakkında etkileyici mesajlar verdiği görülmektedir. Bezos'un bu söylemleri karizmatik, vizyoner ve dönüşümcü liderlik tarzlarının bir örneğini göstermektedir. Ekibini motive etmede ve onları kalıpların dışında düşünmeye teşvik etmede liderlik etmesi ve benzersiz zorlukların üstesinden gelmekten korkmaması, onun karizmasını oluşturuyor denilebilir.

Bezos’un söylemlerinden bir lider olarak, devam eden büyümeye odaklanmak ve mevcut fikirlerinizin geçmişte sahip olduklarınızdan farklı olabileceğini fark etmek önemli görülmektedir. Bezos'un kişisel yansımanın değerine olan aşinalığı ve bir lider olarak, çalışanlardan gelen geri bildirimlere açık olması ve "vizyon konusunda inatçı" kalması da onun karizmatik liderlik kişiliğini ortaya koymaktadır. Kendisi bu sayede,

inanıyorsanız fikirlerinizin arkasında durmak oldukça önemlidir mesajını vermektedir.

Jeff Bezos'un söylemlerinden, bir lider olarak en önemli becerilerinden birisinin güçlü bir iletişim yeteneğine sahip olunması gerektiği anlaşılmaktadır. Bezos'un etkili iletişim becerileri onun beklentilerini ve hedeflerini çalışanlarına daha açık bir şekilde iletmesini sağlamıştır. Dolayısıyla çalışanların yapabileceği olası hataların önüne geçmiş olabilir. Dönüşümcü liderlik stiline sahip olan yöneticiler, şirketin hedeflerine ulaşmayı kolaylaştıracak kurumsal iş birliklerine daha çok odaklanırlar. Bu tarz liderler ekip üyelerini yaratıcı fikirler bulmaya ve şirket içerisinde yenilikçi değişimler yapmaya teşvik ederler. Ayrıca, şirket içerisindeki beklentilerini açık bir şekilde ifade edip ekip üyelerine hedeflerine ulaşmaları için ilham verirler.

Jeff Bezos'un söylemlerinde, dönüşümcü liderlik stilini uygulaması şirket içerisinde her bir sorun ve farklı görev için küçük ekipler oluşmasını sağlamıştır. Bu durum ekipler arası iletişimin gelişmesini ve çalışanlar arasında sağlıklı bir rekabet ortamı oluşmasını sağlamıştır. Bezos'un ekip üyelerini farklı ve yaratıcı fikirler bulmaya teşvik etmesi de ekip üyelerinin hedeflerine ulaşmaları için daha iyi performans göstermelerine olanak sağlamıştır. Bu yüzden, Bezos'un dönüşümlü liderlik tarzının benimsemesi, ekipler arası iş birliklerinin güçlenmesini ve ekip üyelerinin birbiriyle güçlü bir ilişki kurmasını sağlamıştır şeklinde bir yorum yapılabilir.

Sonuç olarak, Jeff Bezos'un öncü liderlik becerileri ve söylemlerinden, karizmatik duruşuyla şirketlerinin başarısını ve gelirini artırdığı görülmektedir. Bu liderlik yaklaşımı, iş dünyasındaki birçok kişi için ilham kaynağı olup, başarı yolculuğunda rehberlik edebilir. Buun yanında Jeff Bezos, vizyoner ve dönüşümcü liderlik tarzlarını da etkin bir şekilde sergilediği anlaşılmaktadır.

Araştırma kapsamında Axiom Space şirketinin kurucusu Michael Suffredini'nin liderlik özelliklerinin karşılaştırılmasına ilişkin elde edilen veriler Tablo 14.'de verilmiştir.

Tablo 14. Michael Suffredini’ nin Liderlik Özelliklerinin Karşılaştırılması

Girişimci	Liderlik Özellikleri	Kodlanma Sıklığı (f)
Michael Suffredini	Takım Ruhu ve Hedef Gösterme Vizyon Sahibi Olmak Öngörülü Olma Bireysel Yetenekler	28 25 22 16
Toplam		91

Tablo 14. incelendiğinde; Michael Suffredini ile ilgili yapılan bilimsel araştırmaların analizleri sonucunda oluşan kodlamalarda, liderlik özelliği olarak en fazla 28 kez “Takım Ruhu ve Hedef Gösterme” özelliği kodlanmıştır. Michael Suffredini’nin “Takım Ruhu ve Hedef Gösterme” özelliklerinde en fazla puan alması, dağıtımçı liderliği daha yakın olmasının göstergelerindendir denilebilir. Bunun yanında Liderlik özelliklerinden “Vizyon Sahibi Olmak” özelliği 25; “Öngörülü Olma” özelliği 22; “Bireysel Yetenekler” özelliği ise 16 kez kodlanmıştır. Buna göre Michael Suffredini’nin, dağıtımçı liderlik özelliklerinin yanında vizyoner liderlik becerilerine de sahip olduğu söylenebilir.

Araştırmanın Michael T. Suffredini ile ilgili bulgularına bakıldığında, bu girişimcinin daha çok dağıtımçı liderlik tipine yakın olduğu değerlendirilmektedir. Dağıtılmış liderliğin uygulandığı bir şirketin parçası olan çalışanlar ve ekip üyeleri, daha otokratik veya otoriter liderler tarafından yönetilenlere kıyasla daha yüksek düzeyde iş tatminine sahip olabilirler. Ancak herkes, kendi sesinin ve içgörülerinin önemli olduğunu hissettiğinde, işverenlerine uzun vadede bağlı kalmaya daha meyilli olabilirler. Böylece dağıtımçı liderler, büyük bir çeşitlilikten yararlanarak, farklı bilgi ve becerileri bir araya getirerek daha kapsamlı bir liderlik yaklaşımı benimserler (Harris, 2007).

Dağıtımçı liderler, farklı fikirlerin bir araya gelmesinden yararlanarak, yaratıcı çözümler geliştirmeye ve yenilikleri benimsemeye daha açık bir yaklaşım sergilemektedirler (Spillane, 2005). Ayrıca, duyulacaklarını ve dikkate alınacaklarını bildikleri için daha yenilikçi ve yeni fikirler sunmaya istekli olabilirler. Bu nedenle takım ruhu oluşturmada ve hedef göstermede başarılı olduğu düşünülen Michael Suffredini’nin iyi bir dağıtımçı lider olduğunu söylemek mümkündür. Aynı zamanda “vizyon sahibi olmak” kodunda da yüksek puan alan Michael Suffredini, vizyoner lider tipi özelliklerini de sergilemektedir.

Axiom Space şirketinin kurucusu Michael Suffredini'nin söylemlerine ilişkin verilere Tablo 15.'de yer verilmiştir.

Tablo 15. Michael T. Suffredini'nin Söylemleri

Lider	Söylemler
Michael T. Suffredini	“Emretmeden yönetebiliyorsanız ve iş çevrenizin düşüncelerini önemsiyorsanız, siz iyi bir lidersizdir.” (Dağıtımçı liderlik) “Biz yöneticilerin başarısı, etraflarındakilerin yeteneklerini keşfetmekten ve onların potansiyellerini maksimum kullanarak, kendilerinin değerli olduğunu hissettirmekten geçer.” (Dağıtımçı liderlik) “Çalışanlarınıza -ne düşünüyorsunuz? – gibi sorular yöneltmezseniz, onlardan bir verim alamazsınız. Lider olarak işinizin bir kısmı, sorumluluğu etrafınızdakilere devretmekten geçer. Bu yüzden, bugünlerime samimi çalışanlarımla geldim.” (Dağıtımçı liderlik) “Kimse tek başına yeterince bilge değildir ve ekibinizin görüşlerini isteyerek göndereceğiniz mesaj, onların sadece saat başı çalışanlar ve akılsız dronlar yerine akıllı, yaratıcı ve bu projenin değerli üyeleri olduklarıdır.” (Dağıtımçı liderlik) “Güzel bir gelecek istiyorsan hayal et ve hayallerinin güzelliğine inan ve inandır.” (Vizyoner liderlik)

Tablo 15'e bakıldığında; Michael T. Suffredini'nin söylemlerinden, iş arkadaşlarına ve ekip üyelerine oldukça önem verdiği anlaşılmaktadır. Michael Suffredini, olağanüstü liderliği ve sektöre yaptığı dikkate değer katkılarıyla tanınan, dağıtım ve lojistik dünyasının önde gelen isimlerinden biridir. Uzmanlığı ve stratejik zihniyeti ile birleşen liderlik özelliklerinin, diğer profesyonel girişimcilere ilham verilmesinde önemli bir rol oynadığı söylenebilir.

Axiom Space şirketinin kurucusu ve CEO'su olan Michael T. Suffredini'nin NASA'daki deneyimi, Axiom Space'in uzay istasyonu projelerini gerçekleştirmek için gerekli bilgi ve uzmanlığa sahip olmasını sağlamıştır. Bu sayede, sektörün eğilimleri ve tüketici davranışları konusundaki keskin anlayışlara sahip olmuş ve yenilikçi stratejiler tasarlayarak uygulamasına olanak sağlamıştır. Dolayısıyla Michael Suffredini gibi yetkin bir dağıtımçı liderin rolü; stratejik kararları ve ileri görüşlü yaklaşımı ile verimliliğin artırılmasında, maliyetlerin azaltılmasında ve sektördeki dalgalanmalara karşı dayanıklılığın geliştirilmesinde etkili olmuştur. Onun usta problem çözme becerileri ve zorlukların üstesinden gelmedeki yetkinlikleri, ekiplerinin sürdürülebilir büyümesinde ve onları başarıya yönlendirmede oldukça etkili olduğu, söylemlerinden anlaşılmaktadır.

Michael Suffredini'nin etkili dağıtımçı liderliği; stratejik öngörü, veriye dayalı karar alma, ekip oluşturma yetenekleri, ekipleri yönetme başarısı ve mükemmelliğe köklü bir bağlılık dahil olmak üzere, incelikli bir lider özelliği ve beceri karışımını gerektirir. Aynı zamanda gelişmiş teknolojileri ve otomasyon çözümlerini benimsemesi, geleneksel dağıtım paradigmalarında devrim yaratarak benzeri görülmemiş verimlilik kazanımları sağlamıştır. Michael Suffredini, sayılan bu liderlik niteliklerini neredeyse tamamını en üst seviyede bünyesinde barındırıyor. Bu bakımdan Michael Suffredini'nin, dağıtım alanında gelecek vaat eden liderlere örnek teşkil ettiği söylenebilir.

Bir dağıtımçı lider olarak Michael Suffredini, iş birliği, yetkilendirme ve sürekli iyileştirme vurgusu yaparken vizyoner liderlik tarzını da benimsiyor. Bu sayede açık iletişim ve bilgi paylaşım kültürünü teşvik ederek, ekiplere kolektif olarak mükemmelliği yakalamaları ve gelişen endüstri taleplerine uyum sağlamaları konusunda ilham veriyor. Onun çığır açan stratejileri ve paradigma değiştiren girişimleri, emsal oluşturarak uzay sektöründeki girişimcilere yeniliği ve ilerici bir zihniyeti benimsemeleri için örnek teşkil etmiştir. Bu da onun seçkin bir vizyoner lider statüsünü ortaya koymaktadır.

Araştırma kapsamında Space Adventures şirketinin kurucusu Eric Anderson'un liderlik özelliklerinin karşılaştırılmasına ilişkin elde edilen veriler Tablo 16.'da verilmiştir.

Tablo 16. Eric Anderson'un Liderlik Özelliklerinin Karşılaştırılması

Girişimci	Liderlik Özellikleri	Kodlanma Sıklığı (f)
Eric Anderson	Öngörülü Olma Bireysel Yetenekler Vizyon Sahibi Olmak Takım Ruhu ve Hedef Gösterme	28 21 18 12
Toplam		79

Tablo 16. incelendiğinde; Eric Anderson ile ilgili yapılan bilimsel araştırmaların analizleri sonucunda oluşan kodlamalarda, liderlik özelliği olarak en fazla 28 kez “Öngörülü Olma” özelliği kodlanmıştır. Eric Anderson'un, liderlik özelliklerinden “öngörülü olma” kodunda en fazla puan alması, onun yeniliğe olan bağlılığını, başkalarını geliştirme ve kendini tanıma yeteneklerinin yüksek olduğunu, başarısını artırmak için stratejiler ürettiğini ve bu durumu çevresine yansıttığını göstermektedir. Bu özellikler, Eric Anderson'un öğretim liderliği özelliklerine sahip olduğunu ve bu özellikleri ön plana

çıkardığını göstermektedir. Çünkü Anderson, uzay turizmi ve özel uzay seyahatleri konusunda uzmanlaşmış bir liderdir. Uzay macerası deneyimi konusunda bilgisi ve liderlik becerileriyle tanınmaktadır. Bunun yanında Liderlik özelliklerinden “Bireysel Yetenekler” özelliği 21; “Vizyon Sahibi Olmak” özelliği 18; “Takım Ruhu ve Hedef Gösterme” özelliği ise 12 kez kodlanmıştır. Buna göre Eric Anderson, öğretim liderlik özelliklerinin yanında karizmatik liderlik özelliklerine sahip olduğu söylenebilir.

Araştırmada Eric Anderson, en fazla “Öngörülü Olma” kodundan puan almıştır. Bu durum Anderson’un mükemmeliyetçi yapısını, sürekli öğrenme ve gelişme süreçlerini destekleyen bir yapısının olduğunu, gelecekteki fırsat ve tehditleri görerek girişimcilik stratejileri belirlediğini ve yenilikçi bir yaklaşım sergileyen bir iş lideri olduğunu göstermektedir. Bu da Anderson’u, daha çok öğretim liderliği tipine daha yakın göstermektedir. Öğretim liderleri, çalışanların yeteneklerini ortaya çıkarmak, bilgi ve beceri düzeyini artırmak, performansı iyileştirerek mükemmel olmak ve şirketin hedeflerine ulaşmasında girişimcilik stratejileri belirleyerek yardımcı olmak için çalışanlarına rehberlik eden liderlerdir (Adair, 2013).

Space Adventures şirketinin kurucusu Eric Anderson’un söylemlerine ilişkin verilere Tablo 17.’de yer verilmiştir.

Tablo 17. Eric Anderson’un Söylemleri

Lider	Söylemler
Eric Anderson	“Uzay seyahati insanlara yeni bakış açıları kazandırabilir ve dünya üzerindeki sorunlara daha geniş bir perspektifle yaklaşmamızı sağlayabilir. Sizlerle, insanlığın varlığını Dünya’nın ötesine iletmeye yönelik amansız bir çalışma yapacağız ve bunu birlikte başaracağız.” (Öğretim liderliği) “Herkesin uzayı deneyimleme şansına sahip olması, insanların dünya dışında daha geniş bir anlayışa sahip olmalarını sağlayabilir ve insanlığın birleşmesine yardımcı olabilir.” (Öngörüşel yaklaşım- Öğretim liderliği) “Uzay turizmi gelecekte daha da yaygınlaşacak ve insanların uzayı keşfetme fırsatına sahip olmalarını sağlayacak. Uzay turizmi, insanlığın sınırlarını zorlamak ve evreni keşfetmek için büyük bir fırsat sunacak. Bu durum, bilimsel araştırmaların ve teknolojik gelişmelerin hızlanmasına katkıda bulunacak ve bu, bizim önderliğimizde olacak” (Öngörüşel yaklaşım- Öğretim liderliği) “Gelecek, disiplin ve bizim cesaret olgularımızın karışımıyla şekillenecektir. İyi bir lider masanın arkasında kalmaz.” (Karizmatik liderlik)

Tablo 17’ye bakıldığında; Eric Anderson, uzay ve uzay turizmi araştırmalarında ön saflarda yer aldığı, öngörülerde bulunduğu ve Space Adventures şirketinin misyonunu

ve vizyonunu yansıtan söylemlerde bulunduğu bir perspektifin olduğu anlaşılmaktadır. Eric Anderson, ekip üyelerine güvenmekte ve onlara birçok işi birlikte başaracağız gibi ifadelerle onlara yol gösteren bir tarzının olduğu görülmektedir. Anderson'ın yeniliğe olan bağlılığı, öngörüsü ve onun sarsılmaz mükemmellik arayışı, uzay yolculuğu deneyimlerinin gelişimini sürekli olarak yönlendirmiş ve bu alana öncülük ederek öğretim liderliğini ortaya koymuştur denilebilir.

Uzay turizmi kavramı, Anderson'un cesur girişimci ruhuyla şekillenmiş ve bu alana liderlik etmiştir. Bu alanda Anderson'ın vizyonu ve liderliği, ticari uzay yolculuğunun manzarasını önemli ölçüde şekillendirmiş denilebilir. Zorlukların üstesinden gelmekten dikkate değer kilometre taşlarına ulaşmaya kadar olan yolculuğu, insanlığın varlığını Dünya'nın ötesine iletmeye yönelik amansız bir arayışını yansıtıyor. Aldığı kayda değer başarılar, yalnızca insan keşiflerinin sınırlarını genişletmekle kalmadı, aynı zamanda ticari uzay endüstrisi için de yeni ölçütler belirledi. Bu da onun öğretim liderlik ön planda olduğunun bir göstergesidir. Anderson'ın çabaları, insan varlığının Dünya'nın ötesine yayılmasının toplumsal, çevresel ve etik sonuçları üzerine onu “İyi bir lider masanın arkasında kalmaz” söylemini geliştirmesini sağlamıştır. Bu da onun liderlikteki karizmasını ortaya koymaktadır.

TARTIŞMA, SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu çalışmada; uzay turizmi sektöründe faaliyet gösteren ve bu sektöre öncülük eden girişimcilerin, sergiledikleri liderlik özelliklerinin ve gösterdikleri liderlik tiplerinin neler olduğunu analiz ederek anlamak, tanımlamak ve ortaya koymak amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, SpaceX şirketinin kurucusu Elon Musk; Virgin Galactic şirketinin kurucusu Sir Richard Branson; Blue Origin şirketinin kurucusu Jeff Bezos; Axiom Space şirketinin kurucusu Michael Suffredini ve Space Adventures şirketinin kurucusu Eric Anderson ile ilgili; “Bu girişimciler, liderlik özellikleri gösteriyorlar mı?”, “Bu girişimciler, daha çok hangi liderlik özelliklerini sergilemektedir?”, “bu girişimciler, sergiledikleri liderlik özellikleri bakımından hangi liderlik türü kapsamında değerlendirilebilir?” ve “bu girişimcilerin ortaklaştığı girişimcilik özellikleri nelerdir?” sorularının cevabı aranmıştır. Araştırma nitel desende yürütülmüş ve verilerin elde edilmesinde doküman analizi tekniğinden faydalanılmıştır. Elde edilen verilerin içerik analizleri yapılmış ve sonuca ulaşılmıştır. Buna göre;

- Bu araştırma, incelenen girişimcilerin hepsinin belirli bir düzeyde liderlik özelliklerine sahip olduklarını göstermiştir. Bunun yanında girişimcilerdeki bazı liderlik özelliklerinin diğer özelliklere göre daha belirgin bir düzeyde öne çıktığı tespit edilmiştir.
- Elon Musk'un en öne çıkan liderlik özelliği "vizyon sahibi olma" özelliği iken; Sir Richard Branson ve Jeff Bezos, liderlikte daha çok "bireysel yetenekler" özelliğini yansıtmaktadırlar. Michael Suffredini'nin "takım ruhu ve hedef belirleme" niteliği ön plana çıkarken, Eric Anderson'ın "öngörülü olma" özelliğini daha çok gösterdiği sonucuna varılmıştır.
- Girişimciler liderlik türü açısından değerlendirildiğinde; Elon Musk'un dönüşümsel liderlik türüne, Sir Richard Branson ve Jeff Bezos'un karizmatik liderliğe, Michael T. Suffredini'nin dağıtımçı liderliğe ve Eric Anderson'ın öğretim liderlik türüne daha yakın olduğu sonucu ortaya çıkmıştır.
- Girişimcilerin bazı ortak liderlik özellikleri sergiledikleri ortaya çıkmıştır. Bunlardan en önemlileri; vizyon sahibi olmak, öngörü ve yenilikçiliğe sahip olmak, finansal yönetim becerisine sahip olmak, cesaret ve risk alabilmek, teknolojiye hâkim olmak, ekip yönetimi, kriz yönetimi, esneklik becerisi ve iletişim becerileri gibi özellikler, girişimcilerin sergiledikleri ortak liderlik

özellikleridir.

Uzay turizmi sektörüne öncülük eden bu girişimcilerin durum ve şartlara göre uygun olan farklı liderlik tiplerini sergileyeceği gerçeğinden hareketle, bu liderlerin tek tip bir liderlik tipi ile sınıflandırılmayacağı bilinmektedir. Ancak yapılan bu araştırmada, ele alınan liderlik tipleri ile araştırmaya konu olan girişimcilerin, sadece en belirgin şekilde sergiledikleri liderlik özellikleri değerlendirilmiş ve bu kapsamda genel bir liderlik tipi belirlemeye yönelik bakış açısı ortaya konulmuştur.

Araştırmanın ulaştığı sonuçlar, bir bütün olarak değerlendirildiğinde; araştırmanın amacı kapsamında cevabı aranan soruların hepsinin cevaplandırılmasıyla, araştırmanın amacına ulaştığını söylemek mümkündür. Literatür araştırmanın sonuçlarını desteklemektedir (Acar, 2019; Bakan ve Doğan, 2012; Becerikli, 2013; Bilge, 2013; Bulut ve Uygun, 2014; Çalışkan, 2009; Ersan, 2020; Gayef, 2009; Harris, 2007; Kurnaz, 2019; MRG, 2013; Olaş, 2006 ve Spillane, 2005).

Elon Musk'ın dönüşümsel liderlik ile ilgili sergilediği liderlik davranışlarına bakıldığında; kendisi ve şirketleri için çok fazla çaba ve kaynak gerektiren iddialı hedefler koyması, aynı zamanda ekip üyelerinin fikirlerini de dinliyor ve kararlarında söz sahibi olmalarına izin veriyor olması dönüşümsel liderlik tarzını sergilemesindeki başlıca faktörler olabilir. Yine kendisinin yaptığı işe tutkuyla bağlı ve kendisiyle çalışan herkesten beklediği kalite konusunda kesin bir standarda sahip olması, dönüşümsel liderlik tarzını benimsemesinde etkili olabilir.

Ancak Musk'un diğer liderlik tarzlarını da benimseyerek bu tarzda davranışlar sergilediği açıkça gözlemlenmektedir. Hedeflerine ulaşmak için yerine ve zamanına göre bütün liderlik davranışları sergileyerek, liderlikte tüm liderlik tiplerinin bir karışımını kullandığı yönünde bir sonuca da varılabilir. Vizyoner liderler uzun vadeli hedeflere ve stratejilere odaklanırlar. Elon Musk'un net bir vizyonunun olması ve neyi başarmak istediğini biliyor olması onun vizyoner düşünme liderlik niteliği göstermesinde etkili olduğu görülmektedir. Zaman çizelgeleriyle cesur hedefler belirleyerek kendisini ve ekibini sürekli olarak konfor alanlarının dışına itmesi, imkansız hedefleyerek Tesla Model S elektrikli otomobil ve SpaceX gibi yeniden kullanılabilir roketler yapması, vizyoner düşüncenin somutlaşmış hallerine örnek gösterilebilir.

Elon Musk'un liderlik nitelikleri arasında, aynı zamanda yetenekleri tespit etmek ve geliştirmek için zaman ayırmak da bulunmaktadır. Musk, arkasında sağlam bir ekibe

sahip olmanın önemini anlaması ve görevlerinde başarılı olacak beceri ve potansiyele sahip kişileri işe almak için çaba harcaması onun yeteneğe yaptığı yatırımlara vermiş olduğu önemi göstermektedir. Musk, umut verenlere fırsatlar verilmesi gerektiğine inanıyor ve onlara tam potansiyellerine ulaşabilmeleri için gerekli desteği sağlıyor olabilir. Bunun mükemmel bir örneği olarak, Tesla Motors'un Auto pilot yazılımının geliştirilmesine yardımcı olması için Apple'dan Peter Bannon'u işe alması gösterilebilir.

Elon Musk, kalıpların dışında düşünme ve karmaşık sorunlara yaratıcı çözümler üretme yeteneğiyle tanınan girişimci bir liderdir. Büyük resmi görme ve başkalarının kaçırmış olabileceği gizli fırsatların kilidini açma becerisine sahiptir. Bu, uzaya roket fırlatmaktan sürücüsüz arabalar üretmeye kadar çeşitli zorlukları çözmenin yenilikçi yollarını bulmasına olanak tanıyor. Bu da onun problem çözmede ne kadar nitelikli ve dönüştürücü bir lider olduğunu göstermektedir.

Elon Musk, hızla adapte olma ve planlarını değişen koşullara göre ayarlama yeteneğiyle bilinmektedir. Risk almaktan korkmuyor ve geleneksel görüşe ya da popüler düşünceye karşı çıkmak anlamına gelse bile şirketin çıkarına en uygun kararları almaya hazır bir girişimci olduğunu göstermektedir. Elon Musk'un Twitter CEO'su olarak görev yaptığı görev süresi bize onun cesur hamleler yapmaktan veya inandığı şeyleri savunmaktan korkmadığını, her duruma uyarlanabilir olduğunu ancak uzun vadede şirkete fayda sağlayacaksa duruşunu değiştirmeye de istekli olduğunu göstermiştir. Bu esnekliğin, onun sürekli değişen iş dünyasında diğerlerinden önde olmasına ve rekabet gücünü korumasına olanak tanıdığı söylenebilir.

Elon Musk, ekibini güçlendirmenin ve onlara keşfetme ve deneme özgürlüğü vermenin önemine inanmaktadır. Hataların herhangi bir yenilikçi sürecin kaçınılmaz bir parçası olduğunun bilincinde olarak yaratıcılık ve işbirliği atmosferini teşvik etmektedir. Musk, personelini güçlendirmenin yollarını bularak onların özgür düşünmelerine ve bağımsız olarak yaratıcı çözümler bulmalarına olanak tanıyor. Bu durum liderlerde bulunması gereken ve her zaman kullanılması gereken bir nitelik olarak görülebilir.

Buraya kadar anlatılanlar sonuç olarak Elon Musk; Tesla, SpaceX ve SolarCity gibi şirketlerin kurarak sürdürülebilir enerji ve uzay keşfi konusunda birçok yeniliğe öncülük etmiştir. İleri teknolojiye olan tutkusuyla gelecekteki birçok yeniliğin yolunu açmıştır. Elon Musk'ın sahip olduğu bu başarıya bakıldığında; Musk'ın liderlik tarzının alışılmadık ama son derece eşsiz ve etkili bir liderlik tarzını benimsediği ve bu yönde

liderlik davranışları sergilediği söylenebilir. Bu bakımdan Elon Musk'un birden fazla lider niteliklerine sahip olduğu görülmektedir. Onun başarısına bakıldığında, bu liderlik niteliklerini üst düzeyde kullandığı söylenebilir. Bu nedenle Elon Musk'ın liderlik tarzı, “bütün liderlik tarzlarının bir karışımıdır” şeklinde bir sonuca varılabilir. Elon Musk gösterdiği bu eşsiz liderlik davranışlarıyla her zaman risk almanın ve sınırları zorlamanın savunucusu olmuştur. Sıradan insanların, yeni bir şey deneme cesaretine sahip olmaları halinde sıra dışı olabileceklerine inanmıştır. Ekibini farklı düşünmeye ve yeni fikirler denemeye teşvik ederek, onlara dikkate değer bir şey yaratma ve mükemmellik için çabalama konusunda ilham vermiştir. Bu da Musk'ı eşsiz ve mükemmel bir girişimci yaparak, dönüşümsel, karizmatik ve vizyoner bir lider haline getirmiştir denilebilir.

Sir Richard Branson ve Jeff Bezos, karizmatik liderliğin misyonları konusunda tutkulu olabilirler. Kendilerini işlerine derinden bağlı hissederek ve başkalarının da aynı şekilde hissetmesine nasıl yardımcı olacaklarını bilirler. Onların bu coşkusu, başkalarını meşgul ve üretken olmaya teşvik ederken kendileri gibi davranmaktan ve en imkânsız görünen sorunlara bile çözüm bulmaktan korkmazlar. Özellikle Bezos, tüm bu özellikleri karizmatik liderlik yaklaşımında somutlaştırıyor denilebilir. Çünkü rahat bir Wall Street işini bırakıp sıfırdan bir Amazon ve Blue Origin şirketini kurmak ve o şirketleri trilyon dolarlık bir işletmeye dönüştürmek şöyle dursun, coşku ve tutku gerektiren bir liderlik vasfıdır denilebilir.

Sir Richard Branson'un “inanç sistemlerimiz ve değerlerimiz, kim olduğumuzu her şeyin üstünde inşa eder” cümlesi, Branson'un karizmasına örnek teşkil etmekle birlikte, eylemlerimizin temellerini atmada ve bizi insan olarak şekillendirmede yol gösterici olabilir. Bu durum Branson'un inanç sisteminin, baskı altında bile devam etmesini sağlayacak bir pozitifliği içerdiğini görülmektedir. Ona göre “kendi kaderimizi kontrol edebiliriz, her şey mümkündür, yaşam eğlenceli ve yaratıcı bir yoldur, önden koşun, insanları geliştirin ekipler oluşturun, dürüstlük, saygı ve güvene sahip olun” gibi tespitleri, eşsiz bir karizmaya sahip olduğunu ve liderlik özelliklerini fazlasıyla sergilediğini göstermektedir.

Michael Suffredini, olağanüstü liderlik becerileri ve stratejik vizyonuyla tanınan, iş dünyasında etkili bir girişimci liderdir. Son dönemlerde özellikle Axiom Space şirketiyle önemli başarılarla imza atmaktadır. Bu durum başkalarına ilham verme, güçlü bir takım ruhu geliştirme, net hedefler belirleme ve örnek olarak liderlik etme yeteneği sergilemesini sağlayabilir. Özellikle günümüzün dinamik ve hızlı tempolu çalışma

ortamında ekip üyeleri arasında birlik ve dostluk duygusunun geliştirilmesi çok önem vermektedir. Güçlü bir ekip ruhu, yalnızca olumlu bir çalışma kültürü geliştirmekle kalmaz, aynı zamanda üretkenliği ve çalışan memnuniyetini de artırabilir.

Michael Suffredini'nin liderlik felsefesinin merkezinde, sorumlulukların ve karar alma yetkisinin ekip üyeleri arasında dağıtıldığı dağıtımcı liderlik kavramı yer alır. Bu yaklaşım, bireylerin uzmanlıklarından yararlanmalarına ve kuruluşun kolektif başarısına anlamlı bir şekilde katkıda bulunmalarına olanak tanıyan bir yetkilendirme ortamını teşvik edebilir.

Günümüzün rekabet ortamında yenilikçilik ve yaratıcılık, bir adım önde olmanın vazgeçilmez unsurlarıdır. Michael T. Suffredini, yeniliği teşvik eden, ekip üyelerini kalıpların dışında düşünmeye, alışılmadık çözümleri keşfetmeye ve değişimi büyüme için bir katalizör olarak benimsemeye teşvik ettiği için başarılı bir liderlik gösteriyor olabilir. Bu bakımdan hedef belirlemede netlik, ilerlemeyi sağlamak ve istenen sonuçlara ulaşmak için bu durum zorunludur. Michael Suffredini, kuruluşun genel vizyonu ile uyumlu ölçülebilir ve ulaşılabilir hedefler oluşturmanın önemini de sürekli vurgulayan bir liderdir. Sayılan tüm bu özellikler Michael Suffredini'nin dağıtımcı liderliği en kapsamlı şekilde uyguladığını göstermektedir.

Eric Anderson ise, uzay turizmi ve macerası konusunda öncü bir girişimcidir. Öngörü özelliğini kullanarak insanları uzayda seyahat etme fikriyle tanıştırmış ve bu alanda ilerlemeler kaydetmiştir. Bu kapsamda Eric Anderson'un uzay turizminin geleceğini şekillendirdiği ve bu alanda öncülük ettiği söylenebilir. Bu durum Anderson'un öğretim liderliği hakkında bizlere bilgi vermektedir. Yine Anderson'un bilimsel merakı ve bilgiyi teşvik etme konusundaki kararlılığı ticari çıkarların ötesine geçmektedir. Çeşitli eğitim programları ve girişimler aracılığıyla sayısız kişiye STEM disiplinleriyle ilgilenmeleri ve insanlığın evrendeki rolünü düşünmeleri için yönlendirmesi onun öğretim liderliğini ortaya koymaktadır.

Araştırmanın diğer bir sonucuna bakıldığında; araştırma kapsamında incelenen ve uzay turizmi sektörüne öncülük eden girişimcilerin, bazı ortak liderlik özellikleri sergiledikleri görülmektedir. Bu ortak özelliklerin en başında vizyoner bakış açısı gelmektedir. Bu girişimciler, sektörün geleceğini şekillendirme konusunda öngörülü ve yenilikçidirler. Yine girişimcilerin cesaret ve risk alma yönleri de ortak bir bileşendir. Uzay turizminin belirsizliklerle dolu bir sektör olması nedeniyle, liderlerin cesur kararlar alabilme kapasitesi oldukça önemlidir. Girişimcilerin küresel perspektife sahip olmaları

sektörde liderlik açısından yine kritik bir faktördür. Uzay turizmi, uluslararası iş birliklerine dayanan bir alan olduğundan, kültürel farklılıkları anlama ve küresel iş birliği kurma becerilerinde liderlerin oldukça başarılı oldukları göze çarpmaktadır. İletişim becerileri ise uzay turizmi sektöründeki girişimcilerin hepsinin sahip oldukları kilit bir liderlik özelliğidir. Aynı zamanda teknolojiye olan hakimiyet, uzay turizmi liderleri için vazgeçilmez bir özelliktir. Yine bu girişimcilerin ekip yönetimi becerileri, kriz yönetimi ve esneklik becerileri de ortak liderlik özelliklerinin örneklerindendir. Bu liderlerin şeffaflık, sürdürülebilirlik ve etik değerlere odaklanmaları ile finansal yönetim becerilerini usta bir şekilde sergilemeleri onları oldukça güçlü kıldığı görülmektedir.

Uzay, insanoğlunun keşfetmek için her zaman merak ettiği bir alan olmuştur. Uzay turizmi, günümüz kültüründe geniş yankı bulurken, araştırma kapsamında ele alınan girişimcilerden Elon Musk, Sir Richard Branson, Jeff Bezos, Michael Suffredini ve Eric Anderson gibi liderler uzay turizmi konusunda öncü bir rol oynamaktadır. Bu liderler başkalarını iyi yönde etkilemeye, işlerinde daha iyi olmalarına yardımcı olmaya, şirketin performansını ve karlılığını artıran adımlar atmaya odaklanacaktır. Aynı zamanda, bu liderlerin güçlerini ve liderlik özelliklerini kötüye kullanma potansiyelleri de bulunmaktadır. Bu liderler, zamanla alçakgönüllülük duygularını kaybederlerse, yanlış şeylere odaklanabilirler. Bu liderler zamanla kibirli olabilir veya etkilerini zararlı şekillerde kullanmaya başlayabilmektedir.

Liderlerine çok düşkün olan çalışanlar, kendileri için düşünmeyi bırakıp liderin söylediklerini sorgulamadan yapmaya başladıklarında, şirketin uzun vadeli vizyonu ve hedefleri için ideal olmayan planlara katılabilirler. Bu şekilde kimse konuşmazsa ve lideri sorgulamazsa, ekibin üretkenliği ve performansı zarar görebilir. Yine bu liderler başarıya çok fazla odaklanırsa, belirli bir hedefe ulaşma şanslarını artırmak için etik olmayan eylemlerde bulunmaya başlayabilirler. Bununla birlikte, bazı liderler ekipleri arasında aşırı bağımlılık yaratabilirler. Bu bağımlılık, şirketin belirli bir lider olmadan çalışamayacağı anlamına gelebilir. Sonuç olarak; sayılan bu durumlar, liderlerin liderlik özelliklerini yanlış yönde kullanmalarında ortaya çıkacaktır ve bu durum hem girişimcilere hem de takipçilerine geri dönüşü olmayan zararlar verebilir. Bu bakımdan liderlerin, liderlikten kaynaklanan özelliklerini dikkatli kullanmaları gerektiği değerlendirilmektedir.

Uzay turizmi sektöründe faaliyet gösteren ve bu sektöre öncülük eden girişimcilerin, sergiledikleri liderlik özelliklerinin ve gösterdikleri liderlik tiplerinin neler

olduğunun analiz edildiği bu çalışmada, ülkemizde yürütülen faaliyetlere ve bu alanlara yapılması gereken çalışmalara da değinilmesi uygun olacaktır. Turizm Strateji ve Araştırma Merkezi (Tursam)'ın 2023 yılında yayınladıkları uzay turizmi sonuç raporuna bakıldığında; turizmin teknoloji ile birlikte eş zamanlı olarak gelişmesi, farklı turizm türlerinin ortaya çıkmasına olanak sağlamıştır. Gelişen teknoloji sayesinde, farklı deneyimler yaşamak isteyen turistler için uzay turizmi mümkün hale gelmiştir. İnsanlığın her dönemde ilgisini ve dikkatini çekmiş olan, sayısız efsaneye konu olmuş olan uzayda yolculuk, 20. yüzyılın ikinci yarısından itibaren imkânsız olmaktan çıkmıştır. Uzay turizmi ile alakalı gelişmeler incelendiğinde, uzay turizmi maliyetinin yüksek olması ve teknolojik imkanların tam olarak istenen düzeyde olamaması nedeniyle şu ana kadar çok az kişi uzay turizmine katılmış olsa da insanların büyük bir kısmı uzay turizmine katılma konusunda isteklidir.

Ülkemizde konuyla ilgili çalışmalar henüz başlangıç aşamasındadır. Türkiye Uzay Ajansı'nın uhdesinde yürütülmekte olan Türk Astronot ve Bilim Misyonu projesi Türkiye'nin ilk insanlı uzay görevi olacaktır. Söz konusu projenin, ülkemizde hem uzayla ilgili bilimsel çalışmaları geliştirme hem de uzay turizmine bir temel oluşturma konusunda faydalı olacağı değerlendirilmektedir. Uzay turizmiyle ilgili mesafe kat etmiş öncü şirketlerin ve ülkelerin çalışmalarına bakıldığında, daha düşük maliyetlerle uzay yolculuğuna çıkmanın ve uzayda uzun süreler boyunca, hatta kalıcı olarak konaklamaya yönelik planlamalar olduğu görülmektedir. Türkiye'nin de bu yarışın içinde olması için doğru stratejilerin belirlenerek hayata geçirilmesi önem arz etmektedir. bu bakımdan ülkemizdeki girişimcilerin desteklenmesi ve bu alanda faaliyet göstermelerinin sağlanması gerektiği söylenebilir.

Araştırmanın sonuçlarına bakılarak şu öneriler getirilebilir:

- Araştırma kapsamında ele alınan ve uzay sektörüne öncülük eden bu girişimcilerin, bütün liderlik türü alanlarında kendilerini geliştirmeleri ve bunu süreklilik haline getirmeleri gerektiği;
- Bu girişimcilerin otokratik liderlik özelliklerini göstermemeye dikkat etmeleri, bunun yerine katılımcı ve vizyoner liderlik özelliklerini daha çok sergilemelerinin gerektiği;
- Bu girişimcilerin, liderlikten doğan güçlerini ve liderlik özelliklerini kötüye kullanma gibi yanlış davranışlar içerisine girmemeleri gerektiği söylenebilir.

- Literatür taraması göstermiştir ki; insanlığın, uzay turizmi ve uzay dünyası konularına yabancı olduğu kadar akademik gelişim alanı da bu konuya yabancıdır. Bu bakımdan, bu araştırmanın kapsamı genişletilerek hem bu alanı hem de bu alandaki girişimcileri, değişik araştırma yöntemleri kullanarak yeni araştırmalarla tanınmanın ve uzay sektörü alanını tanıtmının gerekli olduğu, bilim adına söylenebilir.
- Bu çalışma, uzay sektörü alanında faaliyet gösteren girişimcilerin doküman inceleme tekniği kullanılarak incelendiği bir çalışma olmuştur. İlerleyen süreçte, uzay alanında çalışma yapacak olan bilim insanlarına teşvikler verilerek, daha fazla tez ve makale hazırlanması, akademik değerlendirmelerin yapılması ve yeni projelerin üretilmesi sağlanarak bu alanda yapılacak olan çalışmaların niteliği ve niceliği arttırılmalıdır.
- Uzay sektörüne öncülük eden girişimcilerin liderlik özelliklerinin incelendiği bu çalışmadan yola çıkılarak; enerji, finans, üretim, sağlık ve hizmet sektörü gibi farklı sektörlere öncülük eden girişimcilerin de liderlik özelliklerinin incelendiği yeni bilimsel araştırmalar yapılabilir.
- Yapılan bu araştırmada nitel yöntemler kullanıldığı için mevcut durum tespiti yapılmıştır ve bu konu alanında yapılan ilk bilimsel çalışma olma özelliği taşımaktadır. Bu çalışmanın daha sonra yapılacak benzer araştırmalara temel oluşturması beklenmektedir. Araştırmanın sınırlılıkları göz önünde bulundurulduğunda, yapılacak yeni çalışmalarda kapsam genişletilerek daha genellenebilir sonuçların elde edilmesi sağlanabilir.

KAYNAKÇA

- Acar, S. (2019). Şirket Karlılığı ile Şirketin Vizyon İfadesi Arasındaki İlişkiye Stratejik Yönden Bir Bakış: BİST Şirketleri Üzerine Bir İnceleme. *OPUS International Journal of Society Researches*, 12, 290-319.
- Adair, J. (2013). *Etkili Liderlik*. İstanbul: Babıali Kültür Yayıncılığı.
- Akdemir, A. (2018). *Liderlik ve Vizyon Yönetimi*. (1.Baskı). İstanbul: Beta Basım.
- Akkaya B. ve Tabak, A. (2020). The Link Between Organizational Agility and Leadership: A Research in Science Parks. *Academy of Strategic Management Journal*,19(1), 1-17.
- Aksoy, E. ve Işık, H. (2008). İlköğretim Okul Müdürlerinin Öğretim Liderliği Roller. *Sosyal Bilimler Dergisi*, 19, 235-249.
- Aksel, İ. (2010). *Liderlik Teorileri*. (Ed. Celalettin Serinkan Liderlik ve Motivasyon). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Aksu, F. (2023). *Uzay Turizmi Alanında Yapılan Çalışmaların Bibliyometrik Analiz Tekniği ile İncelenmesi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Alioğulları, Z. D. (2019). *Liderin Politik Becerisi, Lider-Üye Etkileşimi, Etik Liderlik ve Bazı İş Sonuçları arasındaki ilişkiler*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Erzurum.
- Altuntaş, G. (2014). The Relationship between Entrepreneurship and Strategic Management: A New Model and Test of Strategic Entrepreneurship, *Research Journal of Business and Management (RJBM)*, 1(2), 103-129.
- Anderson, S.E. (1991). Principal's Management Style and Patterns of Teacher Implementation Across Multiple Innovations. *School Effectiveness and School Improvement*, 2(4), 286-304.
- Antonakis, J. & Day, D. V. (2018). Leadership: Past, present and future. J. Antonakis, D. V. Day (Ed.). *The Nature of Leadership* (pp. 3-26). Sage Publications, Inc.
- Arıkan, E. Kılıç, G. ve Becerikli, G. (2017). Karizmatik Liderlik ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişki: Kuşadası'ndaki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama. *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 1(4): 1-19.
- Arıkurt, E. Durukan, Ü. ve Şahin, Ç. (2015). Farklı Öğrenim Seviyesindeki Öğrencilerin Astronomi Kavramıyla İlgili Görüşlerinin Gelişimsel Olarak İncelenmesi. *Amasya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 4(1), 66-91.
- Aslan, Ş. (2019). *Geçmişten Günümüze Liderlik Kuramları*. (2. Baskı). Konya: Eğitim Yayınevi.
- Axiom Space. (2023). <https://www.axiomspace.com>. (Erişim Tarihi: 11.10.2023).
- Aydın, S. Ural Keleş, P. ve Ürün, N. (2016). Süreç Değerlendirme Yönteminin 7. Sınıf Güneş Sistemi ve Ötesi: Uzay Bilmecesi. Ünitesinde Öğrencilerin Akademik Başarıları ve Kalıcılık Düzeylerine Etkisi. *Türk Eğitim Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 11-17.
- Aykanat, Z. (2010). *Karizmatik Liderlik ve Örgüt Kültürü İlişkisi Üzerine Bir Uygulama*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman.

- Bagheri, A. ve Pihie, Z. A. L. (2011). Entrepreneurial leadership: Towards a model for learning and development. *Human Resource Development International*, 14(4), 447-463.
- Bakan, İ. ve Doğan, İ. F. (2012). Hizmetkâr Liderlik. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 2(2), 1-12.
- Balçın, M. D. ve Ergün, A. (2019). Altıncı Sınıf Öğrencilerinin Gözünden Havacılık Ve Uzay Mühendisi. *Pamukkale Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 45(45), 1-21.
- Baloğlu, N. (2012). Değerler Temelli Liderlik ile Dağıtımcı Liderlik Arasındaki İlişkiler: Okul Müdürünün Davranışını Değerlendirmeye Dönük Nedensel Bir Araştırma. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 12(2), 1367-1378.
- Başaran, İ. E. (2004). *Yönetimde İnsan İlişkileri: Yönetimsel Davranışlar*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Becerikli, Y. S. (2013). Takım Çalışmaları ve Verimlilik İlişkisi: Karar Alma Süreçlerinin Etkinlik Kazanmasında Liderin Rolü. *Verimlilik Dergisi*, 3, 93-116.
- Bekmezci, M. Saygın, M. ve Orçanlı, K. (2021). Girişimci Liderlik Ölçeğinin Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması ve Girişimci Liderliğin Bireysel Performansa Etkisi. *Savunma Bilimleri Dergisi*, 39, Mayıs, ss. 249-274.
- Benjamin, S. (2018). Exploration To Exploitation: An Industry Analysis Of Suborbital Space Tourism. *New Space*, 6(1), 87-98.
- Bennis, W. (2001). *Bir Lider Olabilmek*, (Çev. Utku Teksöz), 2. Baskı, İstanbul: Sistem Yayınları.
- Bilgin, N. (2006). *Sosyal Bilimlerde İçerik Analizi: Teknikler ve Örnek Çalışmalar*. Ankara: Siyasal Kitapevi,
- Blanchard, K.H. (2020). *Liderlikte Çıtayı Yükseltmek* (Raising the bar in leadership) (Çev: A. Arı). Salon Yayınları.
- Bligh M.C. (2006). Surviving Post-Merger 'Culture Clash': Can Cultural Leadership Lessen the Casualties? *Leadership* 2(4), 395-426.
- Blueorigin, (2023). <https://www.blueorigin.com>. (Erişim Tarihi: 21.04.2023).
- Brown, M. E. ve Treviño, L. K. (2006). Ethical leadership: A Review and Future Directions. *the Deadership Quarterly*, 17(6), 595-616.
- Bulut, Y. B. ve Uygun, S. (2010). Etkin Bir Yönetim İçin Vizyoner Liderliğin Önemi: Hatay'daki Kamu Kurumları Üzerinde Bir Uygulama/Importance Of Visionary Leadership For An Active Administration: An Application In Public Institutions In *Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(13), 29-47.
- Bush, L. (2002). International space station commercialization policy. *Technology in Society*, 24, 67-75.
- Car, S. (2019). Şirket Karlılığı ile Şirketin Vizyon İfadesi Arasındaki İlişkiye Stratejik Yönden Bir Bakış: BİST Şirketleri Üzerine Bir İnceleme. *OPUS International Journal of Society Researches*, 12, 290-319.
- Cater, C. I. (2010). Steps To Space: Opportunities For Astro-Tourism. *Tourism Management*, 31(6), 838-845.
- Chang, Y. W. (2017). A Preliminary Examination Of The Relationship Between Consumer Attitude Towards Space Travel And The Development Of Innovative Space Tourism Technology. *Current Issues in Tourism*, 20(14), 1431-1453.
- Chiniara, M. & Bentein, K. (2016). Linking Servant Leader Shiptoin Dividual Performance: Different İating The Mediating Role Of Autonomy, Competence And Related Nessneeds Atisfaction. *The leader ship quarterly*, 27,124-141.

- Civelek, M ve Türkay, O. (2019). Uzak Turizm İlişkin Uluslararası Turizm Karikatürlerinin Göstergebilimsel Bir Analizi. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21(3), 960-980.
- Cnsa (2023). [Http://www.cnsa.gov.cn](http://www.cnsa.gov.cn) (Erişim Tarihi: 15.08.2023).
- Cohen, E. & Spector, S. (2019). Space Tourism-Past To Future: A Perspective Article. *Tourism Review*, 75(1), 136-139.
- Conger, J. A. (1999). Charismatic and Transformational Leadership in Organizations: An Insider's Perspective on These Developing Streams of Research. *The Leadership Quarterly*, 10(2), 145-179.
- Creswell, J. W. (2013). *Qualitative Inquiry & Research Design: Choosing Among Five Approaches*. Los Angeles, USA: Sage.
- Creswell, J. W. (2014). *Research design: Qualitative, Quantitative, And Mixed Methods Approaches*. Los Angeles, USA: Sage.
- Çağlar, İ. (2004). İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Öğrencileri ile Mühendislik Fakültesi Öğrencilerinin Liderlik Tarzına İlişkin Eğilimlerinin Karşılaştırılmalı Analizi ve Çorum Örneği, *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi*, 2, 1-18.
- Çalışkan, S. C. (2009). *Yöneticilerin Bireysel Yetkinliklerinin Liderlik Tarzları ve Lider Üye Etkileşimine Verdikleri Önem Üzerindeki Etkileri ve Bu Etkileşimde Kültürel Varsayımların Rolü*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Çelik, H. (2016). *Demokratik Liderlik ve Örgütsel Güven İlişkisi: Balıkesir Merkez İlçeleri Örneği*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Çiçek, D. (2013). *Özel İlgiye Dayalı Turizm Türleri Alternatif Turizm*. Eskişehir: T.C. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayını.
- Darling, J. R. ve Beebe, S. A. (2007). Effective Entrepreneurial Communication In Organization Development: Achieving Excellence Based On Leadership Strategies And Values. *Organization Development Journal*, 25(1), 76.
- Deshwal, V. ve Ashraf A. M. (2020). A Systematic Review Of Various Leadership Theories. *Shanlax International Journal of Commerce*, 8(1), 38-43.
- Demirtaş, E. ve Şama, E. (2016). Okullarda Dönüşümcü Liderlik ve Örgütsel Bağlılık İlişkisi. *Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(10), 275-298.
- Doğan, O. ve Baloğlu, N. (2018). Örgütsel Çeviklik ve Bazı Eğitim Kurumlarındaki Yansımaları. 13. *Uluslararası Eğitim Yönetimi Kongresi*, 10(12), 100-109.
- Ehrhart, M. G. (2004). Leadership And Procedural Justice Climate As Antecedents Of Unit Level Organizational Citizenship Behavior. *Personnel Psychology*, 57, 61-94
- Ergün, M. (2015). Bilimsel Araştırma Yöntemleri; Nitel Araştırma <http://www.egitim.aku.edu.tr/nitelarastirma.ppt#256,1>, (Erişim Tarihi: 15.12.2023).
- Ersan, E. (2020). Vizyoner Liderlik Özellikleriyle Mustafa Necati Bey. *Uluslararası Liderlik Çalışmaları Dergisi: Kuram ve Uygulama*, 3(Özel Sayı-1), 58-64.
- Esa (2023). <https://www.esa.int>. (Erişim Tarihi: 14.08.2023).
- Esmer, Y. ve Dayı, F. (2019). Girişimci Liderlik: Teorik Bir Çerçeve. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 4(2), 112-124.
- Değişgel, A. (2019). *Uzak Turizmi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Fernald, L. W. Solomon, G. T. ve Tarabishy, A. (2005). A New Paradigm: Entrepreneurial leadership. *Southern Business Review*, 30(2), 1-10.
- Fiedler, F. E. (1967). *A Theory of Leadership Effectiveness*, New York: McGraw-Hill.
- Fındıkçı, İ. (2012). *Bir Gönül Yolculuğu: Hizmetkar Liderlik*. (3. Baskı). İstanbul: Alfa Yayın Grubu

- Foust, J. (2018). A Trillion Dollar Space Industry Will Require New Markets. Space News. Retrieved Spacenews.com/a-trillion-dollar-spaceindustry-willrequire-new-markets, (Erişim Tarihi: 21.11.2023).
- Gayef, A. (2009). *Özel Hastanelerde Uygulanan Liderlik Yaklaşımlarının Üst Düzey Yöneticilerin Takım Çalışması ve Örgüt İklimi Algılamaları Üzerindeki Etkisi* (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Gedikoğlu T, Şahin S, Büyükelbaşı Ö (2004). İlköğretim Okulu Yöneticilerinin Kültürel Liderlik Davranışlarına İlişkin Yönetici ve Öğretmen Algıları. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi* 19(19), 73-84.
- Geray, H. (2004). *Toplumsal Araştırmalarda Nicel ve Nitel Yöntemlere Giriş*. Ankara: Siyasal Kitapevi.
- Geylani, A. (2013). Okul Yönetiminde Kültürel Liderlik Yaklaşımı Ve Toplumsal Boyutu. *Karatekin Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 1(1), 1-23.
- Goleman, D. Boyatzis, R. ve McKee, A. (2017). *Yeni Liderler*. (çev: O. Deniztekin ve F.N. Deniztekin) İstanbul: Varlık Yayınları.
- Gökkaya, Ö. (2005). *Örgüt Dönüşümünde Transformasyonel Liderliğin İncelenmesi* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Gebze İleri Teknoloji Enstitüsü, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Görece B. M. ve Can Ş. (2018). Middle School Students' Misconceptions About The Concepts Of Astronomy. *International Education Studies*, 11(11), 34-45.
- Greenberg, D. Sweet, M. K., ve Wilson, J. (2011). *The New Entrepreneurial Leader: Developing Leaders Who Shape Social and Economic Opportunity*. Berrett-koeehler publishers.
- Greenleaf, R.K. (1977). *Servantleadership — a journey into the nature of legitimate power and greatness*. Paulist Press. www.greenleaf.org. (Erişim Tarihi: 19.11.2023)
- Güneş, T. (2022). *Turizmde Güncel Uygulamalar Beklentiler ve Riskler: Uzak Turizmi*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya.
- Güney, S. (2001). *Yönetim ve Organizasyon*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Güney, S. (2012). *Liderlik*. İstanbul: Nobel Yayıncılık.
- Gürer, A. (2019). *Liderlik ve Yeni Liderlik Paradigması*. A. Gürer (Ed.). 21. Yüzyılda Liderlik Yaklaşımları içinde. (2. Baskı). İstanbul: Hiperyayın, 11-32.
- Gürkan, G. ve Kırac, Ş. (2019). İlkokul Öğrencilerinin Uzak ve Uydu Kavramlarına İlişkin Algılarının Metaforlar Aracılığıyla İncelenmesi. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(89), 445-456.
- Harris, A. (2007). Distributed leadership: Conceptual Confusion And Empirical Reticence. *International Journal of Leadership in Education*, 10 (3), 315-325.
- Harris, A. & Spillane, J. P. (2008). Distributed Leadership Through the Looking Glass. *Management in Education*, 22(1), 31-34.
- Harrison, C. (2018). *Leadership research and theory: A Critical Approach To New and Existing Paradigms*. Palgrave Macmillan.
- Hieker, C. & Pringle, J. (2021). *The Future of Leadership Development*. Palgrave Macmillan.
- Hisrich, R. D. Peters, M. P. ve Shepherd D. A. (2017) *Entrepreneurship* (10th Editio.). McGraw – Hill Education.
- Hobe, S. (2009). The Legal Regime For Private Space Tourism Activities. *An overview. Acta Astronautica* 66(2010) 1593–1596.
- Hobe, S. & Clppenburgh, J. (2004). *Towards a new aerospace convention-selected legal issues of space tourism*. 47th Colloquium of International Institute of Space Law. Vancouver.

- Howell, E. (2018). *Could SpaceX and Boeing Spaceships Open A New Era for Space Tourism?* Space.com. (Erişim Tarihi: 15.11.2023)
- İnce, F. (2020). *Uzay: Bir İnsanlık Serüveni*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- İşler, F. ve Seçkin, Z. (2023). Steve Jobs ve Tim Cook'un Liderlik Yaklaşımları Üzerine Bir İnceleme. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(3), 844-858.
- Jones, G. & George, J. M. (2007). *Understanding And Managing Organizational Behavior*. 5th. Ed. Prentice Hall.
- Kahveci, K. (2000). Özdek'in Varoluş Biçimlerini Kuşatan Sınırsızlık Kavramının Poincare Çözümlemesi Üzerine Bir Deneme, *Atatürk Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi Edebiyat Bilimleri Araştırması Dergisi*, 26, 109.
- Kara, E. (2019). *Karizmatik Liderlik*. A. Gürer (Ed.). 21. Yüzyılda Liderlik Yaklaşımları içinde. (2. Baskı.) İstanbul: Hiperyayın.
- Karip, E. (1998). Transformational Leadership. *Educational Administration in Theory and Practice*, 4(16), 443-465.
- Kaya, A.V. (2000). *Karizmanın Şiddeti*, 2. Baskı, Sis Yayıncılık, Ankara.
- Kaygın, E. ve Güllüce, A. (2012). Çalışanların Dönüştürücü Liderlik Algılarının Belirlenmesi: Karşılaştırmalı Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*. 16(3), 265-282.
- Kearney, C. (2020). Entrepreneurial Leadership and Its Impact on the Emergence of Entrepreneurial Ventures. V. Ramadani, R. Palalic, L. P. Dana, N. Krueger ve A. Caputo (Ed.), *Organizational Mindset of Entrepreneurship* (pp. 9-24) içinde. Springer.
- King, A. K. (2020). The Future of Space Tourism. Congressional Research Service Report. Erişim address: <https://crsreportcongress.gov/product/pdf/R/R46500> (Erişim tarihi: 06.10.2023).
- Knippenberg, D. & Stam, D. (2014). *Visionary Leadership*. D.V. Day (Ed.) The Oxford Handbook of Leadership and Organizations (1th Editio, ss. 241-259) içinde. Oxford Universty Press.
- Koçel, T. (2005). *İşletme Yöneticiliği* (10.basım). İstanbul: Arıkan Basım Yayım.
- Kozhanazar, A. (2014). Uzay Turizmi: Kazakistan'ın Uzay Turizmi Alanındaki Potansiyeli Üzerine Bir Analiz. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Kurnaz, S. (2019). *Liderlik Tarzı Örgütsel Sessizlik İlişkisinde Örgütsel Politikanın Düzenleyici Rolü: Kamu Kurumlarında Bir Araştırma*. (Yayınlanmamış Doktora Tezi). İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Küçük, K. ve Yavuz, E. (2018). Hizmetkar liderlik: Gandhi örneği. *Uluslararası Liderlik Çalışmaları Dergisi: Kuram ve Uygulama*, 1(2), 81-93.
- Küçük, Ö. (2022). Uzay Turizmi, Seyahat ve Yenilik. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 5(3), 243-255.
- Küçüközkan, Y. (2015). Liderlik ve Motivasyon Teorileri: Kuramsal Bir Çerçeve. *Uluslararası Akademik Yönetim Bilimleri Dergisi*, 1(2), 86-115.
- Lele, A. (2018). Asia and Space Tourism. *Astropolitics*, 16(3), 187-201.
- Lord, R. G. & Brown, D. J. & Freiberg, S. J. (1999). Understanding The Dynamics of Leadership: The role of follower self-concepts in the leader/follower relationship. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 78, 16-203.
- Mittal, R. & Dorfman, P. (2012). Servant leader ship across cultures. *Journal of World Business*, 47, 555-570.
- Management Research Group, (2013). *Gender Differences and Leadership*. www.mrg.com/research (Erişim tarihi: 21.12.2023).

- Mullins, L. J. (2007). *Management and Organisational Behaviour*. Pearson Education.
- Musk, E. (2013). All Things Digital Conference. www.youtube.com/watch?v=UiPO4 (Erişim Tarihi: 28.10.2023).
- Nasa. (2019). Nasa Opens International Space Station to New Commercial Opportunities.
- Neagu, Andreea Larisa (2018). Space Tourism: A New Way of Tourism not so Distant in Time or Space. *Universitat Jaume Thesis*, 16-23.
- Northouse, P. G. (2016). *Leadership: Theory and practice* (7th Editio). Sage Publications.
- Okçu, V. (2011). *Dönüşümcü Liderlik ve İşlemci Liderlik*. İ. Bakan içinde, *Yönetimde Çağdaş ve Güncel Konular*. Gazi Kitabevi, Ankara.
- Olaş, Ö. (2006). *Kadın Yöneticinin Çalışma Yaşamında Değişen Karakteristiği Üzerine Bir Saha Çalışması: Sakarya Örneği*. (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Sakarya Üniversitesi, Sakarya.
- Özdemir, M. (2012). Dağıtımcı Liderlik Envanterinin Türkçe Uyarlaması: Geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 18(4), 575-598
- Özkalp, E. ve Kirel, Ç. (2001). Örgütsel davranış. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi.
- Özsevgeç, T. Aytaç, A. Çelik, F. ve Topakgöz, N. (2018). Ortaokul Öğrencilerinin Gök Cisimleri ve Uzayda Yaşam Konusuna Yönelik Görüş ve İnanışları. *Eğitim ve Toplum Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 247-264.
- Parris, D. L. ve Peachey, J. W. (2012). A Systematic Literature Review Of Servant Leadership Theory In Organizational Contexts. *Journal of Business Ethics*, 113(3), 377-393.
- Parolini, J. & Patterson, K. & Winston, B. (2009). Disting uishing between transformation alleader shipand servant leader ship. *Leadership & Organization Development Journal*, 30(3), 274-291.
- Pehlivan, Ç. (2019). *Dönüştürücü Liderlik*. A. Güner (Ed.). 21. Yüzyılda Liderlik Yaklaşımları içinde. (2. Baskı). İstanbul: Hiperyayın.
- Rafferty, A. E. ve Griffin, M. A. (2004). Dimensions of Transformational Leadership: Conceptual and empirical extensions. *The Leadership Quarterly*, 15(3), 329-354.
- Robins, S.P. Decenzo, D.A. ve Coulter, M. (2013). *Yönetimin Esasları: Temel Kavramlar ve Uygulamalar*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Roscosmos (2022). (<https://en-roscosmos.ru.translate.goog>). (Erişim Tarihi: 13.07.2023).
- Scott, M. (2020). A space tourism destination: environmental, geopolitical and tourism branding considerations for New Zealand as a lucnh site. *Journal of Sustainable Tourism*.
- Silva, A. (2016). What is leadership? *Journal of Business Studies Quarterly*, 8(1), 1-6.
- Smtherman, D.V. (2000). Uzay Asansörleri Yeni Milenyum İçin Gelişmiş Bir Yer Uzay Altyapısı. NASA Marshall Uzay Uçuş Merkezi, NASA / CP210429, 2-5.
- Solmaztürk, A.B. (2019). *Girişimci Liderlik*. Gaziantep: İksad Yayıncılık.
- Sommariva, A. (2020). The Evolution of Space Economy: The Role of the Ptvate Sector and teh Challanges for Eurpoe. <https://www.ispionline.it/it/publicazione/evolution-space-economy-role-privatesector-and-challenges-europe-28604> (Erişim Tarihi: 28.09.2023).
- Space Adventures (2023). <https://spaceadventures.com/mz-mission-on-the-iss> (Erişim Tarihi: 19.11.2023).
- SpaceX. (2023). <https://www.spacex.com/mission> (Erişim Tarihi: 01.06.2023).

- Spector, S. Higham, J. E. & Doering, A. (2017). Beyond the biosphere: tourism, outer space, and sustainability. *Tourism Recreation Research*, 42(3), 273-283.
- Spillane, J. P. (2005). Distributed leadership. *The Educational Forum*, 69 (2), 143- 150.
- Stanley, M. (2018). Investing in the Final Frontier. Morgan Stanley.
www.morganstanley.com/ideas/investing-in-space (Erişim Tarihi: 05.12.2023).
- Şişman, M. (2020). *Türk Eğitim Sistemi ve Okul Yönetimi* (12. Baskı). Ankara: Pegem Akademi Yayıncılık.
- Taylor, C. M. Cornelius, C. J. & Colvin, K. (2014). Visionary leadership and its relationship to organizational effectiveness. *Leadership & Organization Development Journal*, 35(6), 566-583.
- Tetik, H. T. (2019). *Toksik Liderlik*. A. Gürer (Ed.). 21. Yüzyılda Liderlik Yaklaşımları içinde. (2. Baskı.) İstanbul: Hiperyayın, 205-222.
- Terry, R. W. (1998). Authentic leadership: Courage in action. *Executive Forum's Management Forum Series*, 1-9.
- Trice H.M. & Beyer J.M (1991). Cultural leadership in organizations. *Organization science* 2(2), 149-169.
- Tua (2023). Türkiye Uzay Ajansı. <https://tua.gov.tr/tr/kurumsal>. (Erişim Tarihi: 25.09.2023).
- Tunçer, P. (2012). *Yönetim ve Organizasyon*, İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Uzay, NASA. (2023). <https://plus.nasa.gov/topics/humans-in-space/> (Erişim Tarihi: 12.06.2023).
- Vickers, J. A. (2018). *Entrepreneurial leadership: A case study of US accelerator executives*. (Unbuplished doctoral thesis). The University of Texas at Dallas.
- Virgin Galactic (2023). Virgin Galactic Spaceflight. <https://www.virgingalactic.com/> (Erişim Tarihi: 04.10.2023).
- Wach, E. (2013). Learning about qualitative document analysis.
<https://opendocs.ids.ac.uk/opendocs/bitstream/handle/20.500.12413/2989/PP%20InB%20rief%2013%20QDA%20FINAL2.pdf?sequence=4>. (Erişim Tarihi: 14.12.2023).
- Wikipedia. (2023). <https://tr.wikipedia.org/wiki/Uzay>. (Erişim Tarihi: 11.09.2023).
- Wikipedia. (2023). https://tr.wikipedia.org/wiki/Uzay_turizmi. (Erişim Tarihi: 18.10.2023).
- Wikipedia. (2023). [https://tr.wikipedia.org/wiki/Rosetta_\(uzay_arac%C4%B1\)](https://tr.wikipedia.org/wiki/Rosetta_(uzay_arac%C4%B1)). (Erişim Tarihi: 13.07.2023).
- Wilczek, F. (2009), *What is Space?* Mit Physics Annual, s. 31-32.
- Yazıcı, A. M. ve Tiwari, S. (2021). Space Tourism. An Initiative Pushinh Limits. *Journal of Tourism Lisure and Hospitality*, 3(1), 38-46.
- Yeşil, S. (2013). *Küresel ve Değişen Çevre Dinamikleri Işığında Yeni Yönetim Yaklaşımlarından Seçme Konular*, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yıldırım, A. ve Şimşek, H. (2008). Sosyal Bilimlerde Nitel Araştırma Yöntemleri. (6. Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Yılmaz, E. ve Laçın Şimşek, C. (2017). Güneş Sistemi ve Ötesi: Uzay Bilmecesi Öğretmenler Bu Üniteyi Nasıl İşliyor? *Sakarya University Journal of Education*, 7(2), 252-267.
- Yolcu, U. İ. (2017). Girişimcilik ve Liderliğe Farklı Bir Bakış: Girişimci liderlik. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, 60(1), 182-195.
- Young, H. R. Glerum, D. R. Joseph, D. L. ve McCord, M. A. (2020). A meta-analysis of 348 transactional leadership and follower performance: Double-edged effects of LMX and empowerment. *Journal of Management. Advance online publication*.

- Yukl, G. (2018). Örgütlerde Liderlik. (Çev: Ş. Çetin ve R. Baltacı). Ankara:Nobel Akademik Yayıncılık.
- Zel, U. (2001). *Kişilik ve Liderlik*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.



EKLER

EK-1

ARAŞTIRMANIN VERİ SETİNE DAHİL EDİLEN ÇALIŞMALAR

SIRA NO	KAYNAĞIN ADI
1	Han, M. R. (2021). Elon Musk'ın Tesla Motorlarındaki Liderliğinin Eleştirel Bir Analizi. <i>Küresel Girişimcilik Araştırmaları Dergisi</i> , 11(1), 213-222.
2	Archwell, D. ve Mason, J. (2021). Amerika Birleşik Devletleri'nde Kurumsal Liderliğin Değerlendirilmesi: Elon Musk Liderliğinin Gözden Geçirilmesi. <i>Afrika Gelişmekte Olan Sorunlar Dergisi</i> , 3(2), 1-10.
3	Renz, F. M. VE Vogel, J. U. (2020). Elon Musk: Lider Mi, Sorumluluk Mu? <i>Vaka Araştırmaları ve Sorgulama Dergisi</i> , 6, 27.
4	Kinley, N. Ben-Hur, S. Kinley, N. ve Ben-Hur, S. (2020). Liderlik Nasıl Çalışır? <i>Liderlik İşletim Sistemi: Başarılı Olmak İçin İhtiyacınız Olan İşletim Sistemi</i> , 1-18.
5	Miklaszewicz, A. (2023). <i>İş Dünyasında Liderliği Değerlendirmek: Elon Musk'ın Eleştirel Bir Araştırması</i> .
6	Vance, A. (2015). <i>Elon Musk: SpaceX ve Tesla'nın milyarlar CEO'su geleceğimizi nasıl şekillendiriyor?</i> Rastgele Ev.
7	Fernholz, T. (2018). <i>Roket milyarlar: Elon Musk, Jeff Bezos ve yeni uzay yarışı</i> . Houghton Mifflin Harcourt.
8	Balık Adam, C. (2020). <i>Dev bir adım: Bizi aya uçuran imkansız görev</i> . Simon ve Schuster.
9	Archwell, D. ve Mason, J. (2021). Amerika Birleşik Devletleri'nde kurumsal liderliğin değerlendirilmesi: Elon Musk liderliğinin gözden geçirilmesi. <i>Afrika Gelişmekte Olan Sorunlar Dergisi</i> , 3(2), 1-10.
10	Deshwal, V. ve Ali, M. A. (2020). Çeşitli Liderlik Teorilerinin Sistemik bir İncelemesi. <i>Shanlax Uluslararası Ticaret Dergisi</i> , 8(1), 38-43.
11	Easto, J. (Ed.). (2017). <i>Roket adam: Elon Musk kendi sözleriyle</i> . Akik Yayıncılık.
12	<i>Geleceğin Mimarı Elon Musk</i> . Pars Yayınları, 2022.
13	Nagelhout, R. (2016). <i>Elon Musk: Uzay Girişimcisi</i> . Greenhaven Yayıncılık LLC.
14	Suffredini, M. T. (1999). Paper Session II-B-Overview of Space Station Research Capabilities.
15	Suffredini, M. T. & Grissom, L. (2015, September). <i>Charter for Systems Engineer Working Group</i> . In NASA/CSA Technical Interchange Meeting (No. JSC-CN-34271).
16	Aguilar, M. Aisa, D. Alpat, B. Alvino, A. Ambrosi, G., Andeen, K. & Li, Z. Y. (2015). Precision measurement of the helium flux in primary cosmic rays of rigidities 1.9 GV to 3 TV with the alpha magnetic spectrometer on the international space station. <i>Physical review letters</i> , 115(21), 211101.
17	Yağcı, Ö. (2023). Uzay Turizmindeki Gelişmeler ve Bu Kapsamda Türkiye'ye Öneriler. <i>Journal of Recreation and Tourism Research</i> , 10(4), 72-94.

18	Sur, M. Suffredini, T., Wessells, S. M., Bloom, P. H., Lanzone, M., Blackshire, S. & Katzner, T. (2017). Improved supervised classification of accelerometry data to distinguish behaviors of soaring birds. <i>Plos One</i> , 12(4), e0174785.
19	Çang, K. (2018). Bir Uzay Kapısı Açmak. <i>New York Times</i> , D1-L.
20	Ayla, A. (2020). İş Dünyasında Maverick liderlik ve Z kuşağı inceleme. <i>OPUS International Journal of Society Researches</i> , 16(32), 5377-5392.
21	Bruijl, D. G. H. T. (2018). Sir Richard Branson: <i>Fark Yaratan Bir Küresel Lider</i> .
22	Hibe, R. M. (2005). 2004 yılında Richard Branson ve Virgin Şirketler Grubu. <i>Davalarda</i> .
23	Boje, D. & Smith, R. (2010). Bill Gates ve Richard Branson'ın Değişen girişimci kimliklerini yeniden hikayeletirmek ve görselleştirmek. <i>Kültür ve organizasyon</i> , 16(4), 307-331.
24	Hughes, D. (2010). <i>Akışkan Liderlik: Dünyanın büyük liderlerinden ilham verici dersler</i> .
25	Rubin, E. N. (2013). Örgütsel hedeflere ulaşmak için liderlik tarzınızı değerlendirmek. <i>Küresel İş ve Organizasyonel Mükemmellik</i> , 32(6), 55-66.
26	McCarthy, P. ve Hatcher, C. (2005). Markalaşma Branson: ünlü girişimcilik üzerine bir vaka çalışması. <i>Avustralya İletişim Dergisi</i> , 32(3), 45-61.
27	Taufik, M. S. F. Jeff Bezos Dönüşümcü Liderlikler.
28	Hunt, Helena, (2018). <i>Jeff Bezos: Kendi Sözleriyle</i> . Akik Yayıncılık,
29	Bezos, J. ve Isaacson, W. (2020). <i>İcat Et ve Dolaş: Jeff Bezos'un Toplu Yazıları, Walter Isaacson'ın Girişiyle</i> . Harvard İşletme Basını.
30	Chow, T. W. (2020). Lidere karşı yönetici: Üst düzey şirket yöneticilerinden dersler. <i>Yönetim ve Organizasyon Araştırmaları Yıllıkları</i> , 2(1), 53-65.
31	Trippe, S. (2015). <i>Büyük Şirketler ve Yönetim Tarzlarının Analizi</i> .
32	Sakkar Sudha, K. ve Shah Nawaz, M. G. (2020). Narsisizm, kişilik özelliği ve performansı: görev odaklı liderlik ve arabulucu olarak otoriter tarzlar. <i>Liderlik ve Organizasyon Geliştirme Dergisi</i> , 41(2), 280-293.
33	Hearsey, C. (2008). Uzaya Kurumsal Genişlemenin Önündeki Zorlukların Gözden Geçirilmesi. <i>AIAA SPACE 2008 Konferansı ve Sergisi</i> .
34	Trepczynski, S. J. (2006). Uzayın sınırı: gelişmekte olan teknolojiler, 'yeni' uzay Endüstrisi ve uzayın sınırlandırılması üzerine devam eden tartışmalar.
35	Azıcı, A. M. & Tiwari, S. (2021). Space Tourism: An Initiative Pushing Limits. <i>Journal of Tourism Leisure and Hospitality</i> , 3(1), 38-46.
36	Demirbağ, B. (2022). Gelecek dünya tasarımları: Elon Musk'ın söylemlerinin analizi / <i>Future world designs: Elon Musks discourse analysis</i> .
37	Aldemir, E. Geleceğin Rol Model Lideri & ELON MUSK. In International Congress of Business, Economics and Marketing
38	Topçu, g. Karatepe, s. G. & özet, g. Fordist Kapitalizmden Nano Yöneticiliğe Uzanan Yolculuk: Henry Ford ve Elon Musk'ın Üretim Ve Yönetim Tarzlarının Dönüşümsel Liderlik Modeli Ekseninde İncelenmesi. V1. İşletme tarihi konferansı, 2.
39	https://www.mtdtraining.com/

40	https://www.forbes.com/sites/jonathanocallaghan/2021/07/22/jeff-bezos-blue-origin-astronauts-climate-change-new-shepard-space-tourism/
41	https://en.wikipedia.org/wiki/Virgin_Galactic#Personnel_and_passengers
42	https://en.wikipedia.org/wiki/Axiom_Space#Flights

