T.C.
GEBZE TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ULUSAL KÜLTÜREL ÖZELLİKLERİN GİRİŞİMCİLİK ÜZERİNE ETKİSİ VE EKONOMİK GELİŞMİŞLİK DÜZEYİ İLE KARŞILIKLI ETKİLEŞİMİ: KÜRESEL DÜZLEMDE BİR ÇALIŞMA

Mutlu ÇELİKKOL

DOKTORA TEZİ
İŞLETME ANABİLİM DALI

GEBZE

2019

T.C.
GEBZE TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ULUSAL KÜLTÜREL ÖZELLİKLERİN GİRİŞİMCİLİK ÜZERİNE ETKİSİ VE EKONOMİK GELİŞMİŞLİK DÜZEYİ İLE KARŞILIKLI ETKİLEŞİMİ: KÜRESEL DÜZLEMDE BİR ÇALIŞMA

Mutlu ÇELİKKOL

DOKTORA TEZİ
İŞLETME ANABİLİM DALI

Tez Danışmanı
Prof. Dr. Hakan KİTAPCI

GEBZE

2019

GEBZE TEKNİK ÜNİVERSİTESİ	**DOKTORA JÜRİ ONAY FORMU**

GTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun 23/09/2019 tarih ve 2019/26 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından 24/09/2019 tarihinde tez savunma sınavı yapılan Mutlu ÇELİKKOL'un tez çalışması İşletme Anabilim Dalında DOKTORA tezi olarak kabul edilmiştir.

JÜRİ

ÜYE (TEZ DANIŞMANI)	: Prof. Dr. Hakan KİTAPCI	
ÜYE	: Prof. Dr. Hüseyin İNCE:	
ÜYE	: Doç. Dr. Meral ELÇİ	
ÜYE	: Prof. Dr. Halim KAZAN	
ÜYE	: Doç. Dr. Ayşe GÜNSEL	

ONAY

Gebze Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun

……/……/…… tarih ve ……/…… sayılı kararı.

ÖZET

Bu çalışmanın iki amacı bulunmaktadır. Birincisi ulusal kültürel özelliklerin ülkelerin girişimcilik performansına nasıl ve hangi düzeyde etki ettiğini belirlemektir. İkincisi ise ekonomik gelişmişlik düzeyi ile kültürel özellikler arasında girişimciliğe yönelik bir etkileşim olup olmadığını araştırmaktır.

Çalışmanın amaçları doğrultusunda, 81 ülkenin girişimcilik performansları ve ulusal kültürel özelliklerine ait endeksler kesintisiz 5 yıl boyunca gözlenmiştir. Girişimcilik endeksleri Küresel Girişimcilik ve Ekonomik Gelişme Enstitüsünün yıllık raporlarından, kültürel boyutlara ait endeksler ise Geert Hofstede web sitesinden alınmıştır. Ekonomik gelişmişlik düzeyine yönelik göstergeler için ise Dünya Bankası verileri kullanılmıştır. Nedenselliğin belirlenmesi amacı ile çok değişkenli doğrusal regresyon ve GLS Boylamsal Regresyon analizleri yapılmış, gelişmişlik düzeyinin kültürel boyutlar ile karşılıklı etkileşim etkisini incelemek için ise 2- Yönlü ANOVA testleri ve düzenleyici değişken analizi yapılmıştır.

Çalışmanın bulguları olarak; kültürel boyutlardan "Bireyselcilik", "Uzun Döneme Odaklanma" ve "Hayatın Tadını Çıkarma" boyutlarının girişimcilik performansını desteklediği, "Erillik" boyutunun ise girişimcilik üzerinde olumsuz bir etkisi olduğu belirlenmiştir. Diğer boyutların kayda değer bir etkisi yoktur. Karşılıklı etkileşim analizinde ise anılan kültürel boyutların ekonomik gelişmişlik düzeyi ile etkileşim içinde olduğu tespit edilmiştir.

Çalışmanın bulguları girişimciliğe etki eden kültürel özellikler açısından yeni ve farklı bir bakış açısı getirecek niteliktedir. Bu bulgulardan uluslararası firmaların üst yönetimi, girişimcilik konusunda politika ve strateji belirleyenler ile konuya yönelik çalışmalar yapan akademisyenlerin faydalanacağı ümit edilmektedir.

Çalışma, kapsanan ülke sayısı, incelenen kültürel boyutlar, kültürel boyutların ekonomik gelişmişlik düzeyi etkileşim analizi ve boylamsal niteliğinden dolayı literatürdeki nadir çalışmalardandır. Zaman periyodunun 5 yıl ile kısıtlı olması ve bazı ülkeler için veri bulunmaması çalışmanın kaçınılmaz kısıtlarıdır.

Anahtar Kelimeler: Kültürler arası araştırma, Hofstede Boyutları, Girişimcilik

SUMMARY

This research has two aims. The first one is to determine how and to what extent the national cultural characteristics of a country plays a role in her entrepreneurship success and the second one is that whether there is an interaction between the economic development levels and the cultural characteristics on affecting the entrepreneurial ecologies of the countries.

A five-year longitudinal study is conducted. The entrepreneurship rates and cultural dimension indexes of 81 countries for five years have been used. The entrepreneurship indexes are adopted from the Global Entrepreneurship and Development Institute, cultural dimensions from Geert Hofstede website. Economic development level indicators are adopted from the World Bank database.

Multiple Linear Regression and GLS RE longitudal regression analyses have been run for the determination of causality between cultural dimensions and entrepreneurship performance. 2- way ANOVA tests and moderation analyses are performed for the determination of interaction effects of culture and economic development levels.

The cultural dimensions “Individualism”, “Long Term Orientation” and “Indulgence vs. Restraint” influence the entrepreneurship success rate in a supportive manner whereas “Masculinity” impacts entrepreneurship success rate in a rendering manner. Other dimensions seem to have no significant effect. The results also suggest that these four cultural dimensions interact with economic development level parameters on influencing the entrepreneurship rate.

The time period of five years and lack of data regarding cultural dimensions indexes and entrepreneurship rates are the unavoidable limitations of this study.

The findings bring a new and valuable understanding of the cultural determinants of entrepreneurship ecology, which top management of multi-national, cross-cultural companies and government policy-makers may benefit from.

Key Words: Cross- Cultural Study, Hofstede Dimensions, Entrepreneuship

TEŞEKKÜR

Çalışmanın başından tamamlanmasına kadar geçen süreçte desteğini, tavsiyelerini ve yönlendirmelerini hiçbir zaman esirgemediği için danışman hocam Prof.Dr. Hakan KİTAPCI'ya

Derslerine katılmaktan onur ve mutluluk duyduğum, rahatlıkla odalarını ziyaret edip; sorularımı, düşüncelerimi paylaştığım, çalışmamın düşünsel temelini oluşturmamda yeri doldurulamaz katkılarını esirgemeyen tüm İşletme ve İktisat Bilimi Anabilim Dalları Hocalarıma,

Değerli bilgilerini ve yönlendirmelerini paylaşmayı esirgemeyen Prof. Dr. Haluk ERLAT'a,

Araştırmamda ihtiyaç duyduğum kaynakların temininde ve kaynakçanın düzenlenmesinde gösterdiği etkin çabalarından dolayı sevgili kızım A. Pelin ÇELİKKOL'a,

Doğrudan hata bulmaya odaklı zihni ile metini ve tabloları dikkatle inceleyip gerekli düzeltmeleri yapan sevgili arkadaşım Gözde DÖVEN'e,

Üstün Word bilgisi ve deneyimi ile her zaman imdadıma yetişen sevgili arkadaşım Sümeyra KÖSTERELİ'ye,

Zihnimi dinlendirmem konusunda faydasını inkâr edemeyeceğim, başta Roger Waters olmak üzere tüm Pink Floyd grubu sanatçılarına teşekkür ederim.

İÇİNDEKİLER DİZİNİ

	SAYFA
ÖZET	v
SUMMARY	vi
TEŞEKKÜR	vii
İÇİNDEKİLER DİZİNİ	viii
KISALTMALAR DİZİNİ	xi
ŞEKİLLER DİZİNİ	xii
TABLOLAR DİZİNİ	xiii
1. GİRİŞ	1
2. TEORİK ALTYAPI	3
2.1. Girişimcilik Kavramı	3
2.1.1. Girişimciliğin Tanımı	3
2.1.2. Girişimcinin Özellikleri	6
2.1.3. Girişimcilik Çeşitleri	8
2.1.3.1. İç Girişimcilik	9
2.1.3.2. Yaratıcı / Orijinal Girişimcilik	9
2.1.3.3. Fırsat Girişimciliği	10
2.1.3.4. Profesyonel (Yönetici) Girişimcilik	10
2.1.3.5. Teknik Girişimcilik	10
2.1.3.6. Kamu Girişimciliği	11
2.1.3.7. Sosyal Girişimcilik	11
2.1.3.8. Çevreci (Eko) Girişimcilik	11
2.1.3.9. Akademik Girişimcilik	12
2.1.3.10. Kadın Girişimciliği	12
2.1.4. Girişimciliği Açıklamaya Yönelik Teoriler	12
2.1.4.1. Ekonomi Temelli Yaklaşımlar	12
2.1.4.2. Girişimciliği Süreç Olarak Ele Alan Yaklaşımlar	14
2.1.4.3. Psikoloji Temelli Yaklaşımlar	15
2.1.4.4. Sosyoloji Temelli Yaklaşımlar	16
2.1.4.5. Antropoloji Temelli Yaklaşımlar	17
2.1.4.6. Fırsat Tabanlı Girişimcilik Yaklaşımı	17
2.1.4.7. Kaynak Tabanlı Girişimcilik Yaklaşımı	18

2.1.5. Girişimciliğin Ölçülmesi 18
2.1.5.1. Girişimcilik Göstergeleri Programı 19
2.1.5.2. İşletme Sahipliği Oranı 19
2.1.5.3. Giriş-Çıkış Oran 20
2.1.5.4. Küresel Girişimcilik İzleme Platformu Endeksleri 20
2.1.5.5. Küresel Girişimcilik ve Gelişme Enstitüsü Endeksleri 20
2.2. Kültür Kavramı 23
2.2.1. Kültürün Tanımı 23
2.2.2. Kültürün Özellikleri 25
2.2.3. Kültürün Bileşenleri 26
2.2.4. Kültürel Boyutlara Yönelik Araştırmalar 28
2.2.4.1. GLOBE Kültürel Boyutlar Araştırması 29
2.2.4.2. Trompenears Kültürel Boyutlar Araştırması 30
2.2.4.3. Dünya Değerler Araştırması 31
2.2.4.4. Schwartz Kültürel Boyutlar Araştırmaları 31
2.2.4.5. Hofstede Kültürel Boyutlar Araştırmaları 32
2.2.5. Kültürün Girişimcilik Üzerine Etkisi 33
3. HİPOTEZ GELİŞTİRME 35
3.1. Güç Mesafesi Boyutu 35
3.2. Bireyselcilik-Toplulukçuluk Boyutu 38
3.3. Erillik - Dişillik Boyutu 42
3.4. Belirsizlikten Sakınma Boyutu 46
3.5. Uzun - Kısa Döneme Odaklanma Boyutu 50
3.6. Hayatın Tadını Çıkarma - Kısıtlama Boyutu 52
4. ARAŞTIRMA 56
4.1. Araştırmanın Amacı 56
4.2. Araştırmanın Örneklemi ve Veri Setleri 56
4.3. Araştırmanın Değişkenleri ve Araştırma Modeli 57
4.4. Araştırmanın Yöntemi 58
4.5. Analiz Sonuçları ve Değerlendirme 59
4.5.1. Regresyon Analizleri Sonuçları ve Değerlendirilmesi 59
4.5.2. Karşolıklı Etkileşim Analizleri Sonuçları ve Değerlendirmesi 61
5. TARTIŞMA 64
6. SONUÇ VE ÖNERİLER 67

KAYNAKLAR 69
ÖZGEÇMİŞ 84
EK-A: ÜLKELER VE GRUPLARI 87
EK-B: ÇOK DEĞİŞKENLİ DOĞRUSAL REGRESYON SONUÇLARI 89

KISALTMALAR DİZİNİ

ABT	:	Abilities
ASP	:	Aspirations
ATT	:	Attitudes
ANOVA	:	Anaysis of Variance
EIP	:	Entrepreneurship Indicators Programme
GDP	:	Gross Domestic Product
GEDI	:	Global Entrepreneurship and Development Institute
GEI	:	Global Entrepreneurship Index
GEM	:	Global Entrepreneurship Monitor
GLOBE	:	Global Leadership and Organization Behaviour Enviroment
GLS	:	General Least Squares
IMD	:	International Management Development
IND	:	Individualism
IVR	:	Indulgence vs Restraint
LTO	:	Long Term Orientation
MAS	:	Masculinity
OECD	:	Organization for Co-operation and Economic Development
PD	:	Power Distance
RE	:	Random Effect
TDK	:	Türk Dil Kurumu
UA	:	Uncertainity Avodiance
WVS	:	World Values Survey

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil No:	**Sayfa**
2.1. Girişimcilik Süreci	15
2.2. Soğan Diagramı	27
2.3. Kültürün Bileşenleri	28
4.1. Araştırma Modeli	58
4.2. IBM SPSS® 2 Yönlü ANOVA Test Sonuçları ve Grafikleri	63

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo No:	**Sayfa**
2.1. Girişimcinin Psikolojik Profili	7
2.2. Girişimciliğin Beş Büyüğü	8
2.3. Ekonomik Teoride Girişimcinin Rolleri	14
2.4. Girişicilik Endeksi Yapısı	22
3.1. Güç Mesafesi Boyutu Özellikleri	36
3.2. Bireyselcilik- Toplulukçuluk Boyutu Özellikleri	39
3.3. Erillik- Dişillik Boyutu Özellikleri	42
3.4. Belirsizlikten Sakınma Boyutu Özellikleri	46
3.5. Uzun- Kısa Döneme Odaklanma Boyutu Özellikleri	50
3.6. Hayatın Tadını Çıkarma- Kısıtlama Boyutu Özellikleri	53
4.1. Kültürel Boyutların Girişimciliğe Etkisi-Özet	61
4.2. Düzenleyici Değişken Analizleri Sonuçları-Özet	62
5.1 : Hipotez Değerlendirme Tablosu	66

1. GİRİŞ

20. yüzyılın son dönemleri, Orta ve Doğu Avrupa'da merkezi planlama ile yürütülen ekonomik düzenlerin çöküşüne tanıklık etmiş; kesinlik, belirlilik tabanlı ölçek ekonomisi ile çalışan dev şirketler küçülmüşler ve yeniden organize olmak zorunda kalmışlardır. Bu değişim; büyük şirketlerin yerini daha küçük, dinamik ve esnek genç şirketlerin almasının yolunu açmıştır. Bu yeni ekonomik dönem "girişimcilik ekonomisi" adını almıştır (Audretsch et al., 2001). Yapılan araştırmalar bu değişimin her ülkede aynı anda ve aynı boyutta olmadığını ortaya koymaktadır (Audretsch et al., 2002). Ülkelerin girişimcilik performansındaki farklılığın açıklanmasına karşılaştırmalı uluslararası girişimcilik araştırmalarının katkı sağlayacağı değerlendirilmektedir.

Ülkelerin girişimcilik faaliyetleri arasında büyük farklılıklar mevcut olup (Minniti et al., 2005; Kelley et al., 2012), bu farklılıklar zaman içinde değişim göstermemekte, sabit kalmaktadır (Uhlaner and Thurik, 2007). Ülkeler arası girişimcilik performansının değişkenliğe yönelik, klasik ekonomik ve politik yaklaşımlarla yapılan araştırmalarda bu değişkenlik yeteri kadar açıklanmamıştır (Davidsson and Wiklund, 1997; Frederking, 2004). Ulusal kültürün bu değişkenlik üzerinde önemli bir etkisi olduğu değerlendirilmektedir. Huntington (1997) medeniyetlerin üzerinde kurulduğu ulusal kültürlerin etkisinin küreselleşme ve teknolojik gelişmelerden etkilenmediğini ve ulusal kültürlerdeki farklılıkların devam ettiğini savunmaktadır. Bu yüzden, ulusal kültürün ülkeler arasında girişimcilik performansı değişkenliği açıklamaya katkı sağlayacağı kabul edilebilir (Hofstede et al., 2004: 104).

Ulusal kültürün girişimcilik performansını nasıl etkilediği literatürde çok eski bir sorudur ve farklı disiplinlerden gelen Schumpeter (1934), Weber (1930) ve McClelland (1961)'in çalışmalarında kadar gider. Yapılan çalışmalar girişimcilik faaliyetleri ile ulusal kültür arasında bir ilişki göstermiş olmasına rağmen, akademisyenler arasında bu değişimin açıklanmasına yönelik bir görüş birliği sağlanamamıştır (Shane, 1996; McDougall and Oviatt, 2000; McGrath et al., 1992). Kültür ile girişimcilik faaliyetleri arasında var olan ilişki yeterli derecede

açıklanamamış olup, cevaplanması gereken pek çok soru mevcuttur (Hayton et al., 2002). Girişimciliğin "kara kutusu" henüz tam olarak açılamamıştır (Fiet, 2002).

Bu çalışma, girişimcilik literatüründe tartışmalı bazı konulara açıklık getirmeyi amaçlamaktır. İlki; girişimciliğin çok boyutlu bir kavram olduğu (Bula, 2012) ve sadece yeni işyeri açma tanımının girişimciliğin tüm boyutlarını yansıtmadığıdır. Girişimcilik, faaliyet halinde bulunan kuruluşlarda iç girişimcilik şeklinde (Kuratko, 2007) veya sosyal girişimcilik (Mair andMarti, 2006) şekillerinde de ortaya çıkabilir. Bu yüzden girişimcilik konusunda daha geniş ve kapsayıcı tanıma ihtiyaç vardır. İkinci olarak; önceki çalışmalar girişimcilik performansını açıklamak için ulusal kültürün belli boyutlarını kullanmıştır. Kültürün bir toplumun ortaklaşa paylaştığı değerlerden oluşan bir "sistem" olduğu (Hofstede, 2001) düşünüldüğünde, bu sistemin tüm bileşenleri, başka bir ifade ile tüm kültürel boyutlar analize dahil edilmelidir. Üçüncü olarak; girişimciliğe yönelik teorik yaklaşım zaman ve ekonomik gelişmişlik düzeyi boyutlarını da kapsamalıdır (Cacciotti and Hayton, 2017: 407). Girişimcilik araştırmaları, belirli bir zaman kesitine özgü etkilerden sıyrılmak adına boylamsal bir yapıda olmalıdır. Bunlara ek olarak; ülkelerin gelişmişlik düzeyi mutlaka analize dahil edilmelidir. Yapılan ampirik çalışmalarda ülkelerin girişimcilik performansı ile ekonomik gelişmişlik düzeyi arasında doğrusal olmayan bir ilişki olduğu belirlenmiştir (Wennekers et al., 2005). Son olarak; konuya yönelik yapılan ampirik çalışmalarda metodolojik kısıtlamalardan kaynaklanan bazı tartışmalı noktalar mevcuttur. Pek çok çalışma, kısıtlı sayıda ülkeyi içeren bir örneklem kullanılarak yapılmıştır. Buna ek olarak, analiz birimi ülke olarak değil, şirket, girişimci veya öğrenciler olarak belirlenmiştir. En önemlisi, girişimcilik performansının ölçümü için yeni açılan işyeri sayısı alınmıştır ki bazı ülkeler için bu güvenilir bir veri değildir (Hayton and Cacciotti, 2013).

Bu çalışmada, yukarıda bahsedilen boşlukları doldurmak amacı ile, en kapsamlı ve detaylı tanımlar ve endeksler kullanarak; 81 ülkenin girişimcilik performansı kesintisiz 5 yıl boyunca izlenmiş ve bunlar literatüre yeni eklenen kültürel boyutları da içerecek şekilde ulusal kültür çerçevesinde, ekonomik gelişmişlik düzeyinin etkileşimini de dikkate alarak analize tabii tutulmuştur. Çalışmanın yukarıda bahsedilen boşlukları doldurması ve literatüre önemli bir katkı sağlaması umulmaktadır.

2. TEORİK ALTYAPI

2.1. Girişimcilik Kavramı

Küreselleşmenin getirdiği olgular arasında bulunan yoğun rekabet, hızlı değişim ve belirsizlik, müşterilerin artan bilgi ve alternatif seçenekleri, iletişim teknolojilerinin hızla yayılması ile eğitim ve yetenekleri yüksek nesillerin iş hayatına girmesi yeni girişimlerin öncüsü olmuştur. Artık girişimciliğin sadece "yeni bir iş yeri açmak" faaliyetinin ötesinde daha farklı anlamlar içerdiğine yönelik toplumsal bir algı oluşmuştur. Girişimcilik sadece milyonlarca kişiye iş olanakları sağmamanın ötesinde çok farklı ürün ve hizmetler sunarak çeşitli türden müşteri ihtiyaçlarını karşılamakta, ulusal düzlemde ise ülke refahının ve rekabetçiliğinin artmasına olumlu katkı sağlamaktadır. Bir anlamda Schumpeter'den bu yana girişimcilik tekrar keşfedilmektedir. Bu bölümde genişleyen ve farklılaşan anlam ve önemi ile girişimcilik gerekli görülen çeşitli yönleri ile incelenecektir.

2.1.1. Girişimciliğin Tanımı

Girişimcilik kavramına yönelik olarak yapılan farklı tanımlamalar olmasına karşılık bilim insanlarının üzerinde çoğunlukla mutabık oldukları bir tanım henüz mevcut değildir. Kavramın etimolojisi incelendiğinde, girişimci için İngilizce ve Fransızca'da aynı kelimenin, "*entrepreneur"* kelimesinin kullanıldığı görülmektedir. Bu kelimenin kökeni Latince *"interprehendere*" kelimesidir ve yakalamak, kontrol altına almak anlamını taşımaktadır (Carayannis, 2003:581). Türk Dil Kurumu (TDK) Güncel Türkçe Sözlük ise girişim kavramını "*bir işe girişme, teşebbüs"* olarak, TDK Bilim ve Sanat Terimleri Sözlüğü ise "*emek, sermaye ve doğayı bir araya getirerek üretim sürecini bir üretim faktörü olarak tasarlayan, örgütleyen ve onun tüm riskini üstlenen kişi*" olarak tanımlamaktadır (Web 2, 2019). Yapılan tanımlamaların girişimciliğin tüm boyutlarını kapsamadığı aşikâr olduğundan kavramın tarihsel süreç içinde gelişimi gözden geçirmek gerekmektedir.

Girişimcilik kavramına yönelik olarak bilinen ilk tanım *Richard Cantillon*'a aittir. Cantillon; 1755 yılında yayımlanan "Essai sur lanature du commerce en general" adlı eserinde girişimciyi "henüz belirginleşmemiş bir bedelle satmak üzere üretim girdilerini ve hizmetlerini satın alan ve üreten kişi olarak ifade etmektedir

(Demirel ve Akbıyık, 2009: 6-7). Cantillon bu tanımı ile girişimcinin katlandığı riski ön planlana çıkartmakta ve girişimcileri piyasada dengeyi sağlayan faktörlerden birisi olarak görmektedir. Cantillon'a göre girişimci riski üstlenip firmayı idare eden kişi olup, sermayedardan bu yönü ile ayrılmaktadır (Cantillon, 1755: 73-77).

Baptiste Say, temelde benzer olmakla birlikte Cantillon'un görüşlerini genişletmiş ve girişimciliğin kavramsallaşmasına önemli katkılar sağlamıştır. Say, girişimciyi bir üretim faktörü olarak nitelendiren ilk iktisatçı olmuştur (Bocutoglu, 2012: 107). Girişimcinin amacı ekonomik kaynakları daha yüksek bir gelir ve verimlilik seviyesine çıkartmaktır (Say, 1816: 28-29). Bu amaçla organizasyon, eşgüdüm ve kontrol gibi işlevleri yerine getirir.

Alfred Marshall geliştirdiği genel denge teorisiyle girişimcilik teorisinin gelişmesine önemli katkılar sağlamış ve iktisatta neoklasik ekolün kurucuları arasında yer almıştır. Malların fiyatının piyasadaki arz–talep dengesi ile belirlendiğini ortaya koyan Marshall, firmaların da doğal varlıklar gibi bir yaşam çizgileri olduğu belirterek, girişimcinin dış faktörlerin etkisinden çok, yeni teknolojiler ve yeni pazarlar bularak büyümesi gerektiğini ifade etmiştir (Moss, 1982:3-13).

Joseph Schumpeter girişimcilik konusunda tüm zamanların en önde gelen isimlerinden biridir. Schumpeter döneminin yazarlarından çok farklı bir yaklaşım getirerek girişimiciliğe *yenilik* boyutunu kazandırmıştır. Schumpeter girişimciliği; "Ürün ve süreçler geliştirme, yeni pazarlar, yeni hammadde kaynakları bulma ya da yeni örgüt yapıları geliştirme" olarak tanımlamıştır (Müftüoğlu vd., 2005:4). Girişimcilik konusunda 'yaratıcı yıkım" (Creative Destruction) teorisini geliştiren Schumpeter, ekonomik sistem içerisinde yer almak isteyen her girişimcinin kendini sürekli yeniliklere adapte etmek durumunda olduğunu vurgulamıştır (Schumpeter, 1942:103-104).

Frank Knight da Cantillon gibi girişimciliğin "risk yüklenme" işlevini vurgulamıştır. Knight riskleri sigorta edilebilen ve edilemeyenler olarak sınıflandırmış ve bazı risklerin sigortalanarak asgariye indirilebileceğini belirtmiştir (Hebert and Link, 1989). Knight'a göre girişimcinin temel işlevi geleceğe yönelik net bilgilerin olmadığı belirsiz bir ekonomik ortamda *ne yapılmalı* ve *nasıl yapılmalı*

sorularının yanıtlarını aramaktır. Girişimcinin esas ve temel rolü; böyle bir belirsizlik ortamında tüketicilerin neler isteyeceğini tahmin etmek olacaktir. Bu nedenle girişimciler yeterli öngörü ve yaratıcılığa sahip olmalıdır.

Israel Kirzner ise girişimiciyi piyasadaki kar fırsatlarını arayan, değerlendiren bir kişi olarak görmüş, girişimcinin piyasayı yeniden şekillendirerek dengeye gelmesine katkı sağladığını vurgulamıştır. Bu bağlamda kar elde etmek amacıyla hareket eden girişimci piyasadaki fırsatları gözlemekte ve arz-talep dengesini sağlayarak yeni dengenin oluşmasını sağlamaktadır (Landstorm, 1999). Girişimci böylelikle diğer insanların göremedikleri kar fırsatlarını görerek yeni dengelerin oluşmasına aracılık etmektedir.

Zaman içinde yaşanan bilimsel, teknolojik, ekonomik ve sosyal gelişmelere paralel olarak girişimcilik tanımının kapsamı da genişlemiş ve girişimcilik çağımızda ekonomi, psikoloji, yönetim, antropoloji gibi alanlarda incelenmeye başlamıştır. Gerek yukarıda verilen tanımlamalar gerekse de girişimcilik konularında belirtilen disiplinlerde yapılan araştırmalarda girişimcilik ile ilgili bazı anahtar kelimelerin ön plana çıktığı görülmektedir. Bu kelimeler aşağıda sıralanmıştır (Başar vd., 2010);

- Başlatma / Bulma/ Yaratma
- Yeni işletme kurma
- Yenilik / Yeni ürünler /Yeni pazarlar
- Fırsatların peşinde koşma
- Üretim yolları ve kaynakları
- Belirsizlik / Risk alma
- Kâr amacı / Kişisel fayda
- Yönetim
- Değer yaratma
- Büyüme arzusu

- Girişim
- Değişim yaratma
- Sahiplik
- Sorumluluk / Yetki
- Strateji oluşturma

Ancak girişimciliğin üzerinde mutabakata varılmış, evrensel bir tanımı henüz mevcut değildir. Bunun ötesinde, girişimciliğin sınırları üzerinde herhangi bir uzlaşı da sağlanamamıştır (Carlsson et al., 2013). Girişimcilik kâr amacı olsun veya olmasın, her türlü organizasyonda karşımıza çıkabilecek, ekonomik, yönetsel ve teknolojik bağlamları olan çok boyutlu bir fenomendir. Bu çalışmada girişimcilik Hirsch and Peters (2002) tarafından yapılan girişimcilik tanımından esinlenilerek yapılan tanım kapsamında kullanılacaktır. Bu tanım doğrultusunda "*girişimcilik gerekli zaman ve çabanın sarf edilerek, sosyal, finansal ve psikolojik risklerin alınması yoluyla parasal kazançların ve/veya kişisel tatminin elde edildiği, kişisel ve/veya kurumsal düzlemde katma değeri olan farklı şeyler ortaya koyma sürecidir*".

2.1.2. Girişimcilerin Özellikleri

Girişimcilik alanında yapılmış olan çalışmalar incelendiğinde bu araştırmaların önemli bir kısmında temel soruların "neden bazı insanlar yeni fırsatları görme veya yenilikler peşinde koşma özelliğine sahip iken diğerleri böyle bir özelliğe sahip değildir?" ve "niçin bazıları girişimlerinde başarılı olurken bazıları sürekli başarısız olmaktadır?" oldukları gözükmektedir (Arıkan, 2004: 45).

Girişimcilik literatüründe girişimcilerin, başarılı olmalarına katkı sağlayacak bir takım doğal özelliklerinin bulunduğunu ortaya koyan çalışmalar mevcuttur (Bolton and Thompson, 2013). Bu araştırmalar ışığında psikolojik, sosyolojik ve kültürel (antropolojik) değişkenlerde göz önüne alınarak girişimcilik özellikleri konusunda vurgu yapılan kişilik özelliklerini Bozkurt ve Alparslan (2013) aşağıda belirtildiği şekilde derlemiştir. Bu özellikler "yenilikçilik", "risk almaya yatkınlık",

“değişim odaklı olmak“, “ fırsatlara yönelmek”, “yaratıcılık”,” iletişim becerileri”, ‘’yüksek başarı güdüsü”, “ duygusal zeka” ve “ kararlarında ısrarcı bir kişilik” yapısı olarak sıralanmaktadır.

Girişimcilerin ortak özellikleri konusunda yapılan başka bir derleme çalışması ise Swierzeck ve Quang (2004)’a aittir. Anılan çalışmada girişimcinin psikolojik profili çıkartılarak, ayırıcı özellikleri belirlenmeye çalışılmıştır. Bu çalışmanın sonuçları Tablo 2.1.’de özetlenmiştir.

Tablo 2.1 Girişimcinin Psikolojik Profili

1	Kontrol
2	Risk Alma Eğilimi
3	Kendi İşinin Patronu olma Arzusu
4	İyi Bir Şeyler Yapma Arzusu
5	Başarılı Bir Girişimci Tanıyor Olmak
6	Ekonomik Olarak Bağımsız Bir Kişi Olmak
7	Mevcut İşinde Yükselme Fırsatlarının Azlığı
8	Müca delenin, meydan okumanın (challange) bulunmaması
9	Kişisel Değerler Sistemi (Rekabetçilik, Kişisel Bütünlük)
10	Öz Algısı, Açıklık
11	Yabancılaşma
12	Belirsizliğe Tolerans
13	Yaratıcılık
14	Uyum Sağlama Yeteneği
15	Teknik Uzmanlık Bilgisi
16	Vizyon
17	Liderlik Yetenekleri
18	Yönetsel ve Örgütsel Becerilere Sahip Olma
19	Hızlı Karar Alma Yeteneği
20	Çok hızlı değişen Belirsiz Bir Çevrede Hareket Edebilme

Kaynak: Swierzeck and Quang (2004)

Bozkurt ve Alparslan (2013) ile Quang ve Swierzeck (2004) çalışmaları karşılaştırıldığında yenilikçilik ve risk almaya yatkınlığın her iki derlemede de yer aldığı görülmektedir. Bozkurt ve Alparslan’ın çalışması sadece kişisel özelliklere yönelirken, Swierzeck ve Quang çalışmasında kişiyi girişimci olmaya itebilecek çevresel etkenler de göz önüne alınmıştır.

Girişimcilerin ortak özellikleri konusunda yapılan başka bir derleme çalışması Vecchio (2003)’a aittir. Bu çalışmada “Girişimciliğin 5 Büyüğü (Entrepreneurship’s Big Five) adı verilen beş özellik belirlenmiş ve bu özelliğe yönelik olarak yapılan

ampirik çalışmalar gözden geçirilmiştir. Yapılan çalışma sonucunda elde edilen sonuçlar Tablo 2.2'de sunulmuştur.

Tablo 2.2. Girişimciliğin Beş Büyüğü

Girişimciliğin Beş Büyüğü	Ampirik Çalışma Sonuçları
Risk Almaya Yatkınlık	Çelişkili Bulgular
Başarı İhtiyacı	Çoğunlukla Desteklendi
Özerklik İhtiyacı	Çoğunlukla Desteklendi
Kontrol Odağı	Çelişkili Bulgular
Özyeterlilik	Çoğunlukla Desteklendi

Kaynak: Vecchio, 2003.

Yapılan çalışmaların tümü gözden geçirildiğinde girişimcilerin, belirsizlik toleransı yüksek, risk almaya eğilimli, yenilikçi bireyler olduğunu ortaya çıkmakla birlikte, diğer faktörlerde (ekonomik koşullar, toplum, kültür, eğitim düzeyi, vb.) dikkate alındığında bu özelliklerin girişimciliğin vazgeçilmez şartlarını olduğunu söylemek zordur.

2.1.3. Girişimcilik Çeşitleri

Girişimcilik konusunda; ortaya çıkma durumu, girişimcinin fonksiyonları, şekillenme, organize olma, sahiplik gibi kriterler göz önüne alınarak çeşitli sınıflandırmalar yapılabilir. Girişimcilik çeşitlerini gözden geçirmeden önce bu sınıflandırmalara kısaca bir göz atmak gerekecektir. Ekonomik refaha ve gelişmişliğe katkısı açısından değerlendirildiğinde, en önemli sınıflandırmalardan bir tanesi insanları girişimciliğe iten nedenin bir fırsat, bir yenilik (oppurnity entrepreneurship) den dolayı mı yoksa farklı bir iş olanakları olmadığı için mi girişimcilik (necessity entrepreneurship) kararı alıp almadıklarıdır (Fairlie and Fossen, 2018). Bu ayrım, girişimciliğin ekonomiye olumlu katkısından dolayı önemlidir.

Yaygın olarak yapılan sınıflandırmalardan bir diğeri de girişimcinin fonksiyonlarını dikkate alan sınıflandırmadır. Bu sınıflandırma girişimciyi "Kişisel girişimci, Yatırımcı Girişimci ve Yönetici Tip Girişimci" olarak üçe ayırmaktadır

(Erkan, 1994). Büyüklük olarak ele alındığında girişimler "mikro, kobi ve büyük girişimler" olarak da sınıflandırılabilir. Mülkiyet açısından bakıldığında ise "Kamu Girişimciliği ve Piyasa Ekonomisi Girişimciliği" olarak bir sınıflandırma yapmak da mümkündür. Bu bölümde, hangi sınıflandırma içerisinde bulunursa bulunsun, literatürde yaygın olarak karşılaşılan girişimcilik çeşitleri incelenecektir.

2.1.3.1. İç Girişimcilik

İç girişimcilik kavramı 1985 senesinde Pinchot tarafından literatüre kazandırılmıştır. Pinchot, iç girişimciyi herhangi bir iş fikrini, firma içinde uygulamaktan sorumlu olan çalışan olarak ifade etmiştir (Pinchot, 1985: 15). Daha çok orta boy ve büyük işletmelerdeki girişimcilik eğilim ve davranışlarını betimlemek için kullanılan benzer veya ilintili kavramlar ise şirket girişimciliği (venture entrepreneurship), kurum girişimciliği (corporate entrepreneurship) ve sürekli girişimciliktir (continued entrepreneurship). Bu kavramlardaki ortak nokta; bir işletmenin karar alma birimlerine, yöntemlerine ve uygulamalarına temel girişimci özelliklerini sergileyen stratejik bir uygulama sürecinin eklenmesidir (Bulut vd., 2008). İç girişimcilik; temel olarak organizasyonların hayatta kalma, büyüme ve performansları için gerekli olan girişimci yetenekleri bünyesinde bulundurmasıdır. Bu beceriye sahip olan işletmeler rakiplerine karşı daha avantajlı bir konumda olmanın yanında, onlardan bir adım daha önde olma şansını da yakalayabilmektedir.

2.1.3.2. Yaratıcı / Orijinal Girişimcilik

Yaratıcı girişimcilik; tamamen yeni bir buluşun, inovasyonun veya yeni bir fikrin ya da mevcut olan mal ve hizmetin fiyat, tasarım, sunum şekli vb. unsurlarında iyileştirme ve müşteriye değer ifade eden farklılaştırmalar yapmak sureti ile pazara sunulması olarak ifade edilebilir (Naktiyok, 2004:3). Bu girişimcilik türünde ortaya konulan değer eşsiz ve özgündür. Bu kavram, literatürde karşılaşılan Orijinal Girişimcilik ile benzer özellikler taşımaktadır. Orijinal Girişimcilik girişimcileri düşüncelerini, hayallerini gerçekleştirmek üzere ilk defa, baştan kurdukları girişimler olarak tanımlanabilir (Top,2006:8). Tanımların incelenmesinden yaratıcı girişimcilikte vurgu yapılan unsurun radikal veya artımsal bir yenilik olabileceği ancak orijinal girişimcilikte vurgunun radikal yenilikler üzerinde olduğu söylenebilir. Her ikisinin de özünde değer ifade eden bir farklılık mevcuttur.

2.1.3.3. Fırsat Girişimciliği

Fırsat Girişimciliği; ekonomik, sosyal ve teknolojik alanlardaki gelişmeler sonucu, mevcut veya muhtemel pazarlarda ortaya çıkan fırsatları takip ederek, bu pazarlara mal ve hizmet sunmak amacı ile yapılan girişimcilik çeşididir (Tekin, 2004: 12). Bu anlamda fırsat girişimciliğinin yenilik, farklılaşma içermesi zorunlu olmayıp, bu girişimcilik türü, ortaya çıkabilecek potansiyel fırsatların kollanması ve karlı olabilecek alanlara yatırım yapılması olarak tanımlanabilir (Korkmaz,2012:211). Ekonomik faaliyetler gündeme geldiğinden beri, bu girişimcilik türünün bilinen en eski girişimcilik türü olduğunu ve girişimcilerin bu sayede kar ve büyüme sağladıklarını söylemek mümkündür.

2.1.3.4. Profesyonel (Yönetici) Girişimcilik

Bu girişimcilik çeşidi, özellikle 1980'li yıllarda ekonomik krize giren işletmelerin, girişimlerini tekrar canlandırmak, revize etmek, gerekli ileri teknoloji ve donanımlı insan kaynaklarını kullanarak kayıpların önüne geçmek çabaları ile gündeme gelmiştir (Marangoz, 2012: 12). Bu girişimcilik türü, ciddi derecede olumsuz bir durumda olan işletmenin firma içinden veya çoğunlukla firma dışından ehil, profesyonel bir kişiye devredilmesi veya tamamen satılmasını içerir. Belirtilen tarz girişim türü, girişim yetenekleri yüksek, alana yönelik bilgi ve deneyime sahip becerikli kişiler için son derece uygun olup (Top, 2006: 14), çoğunlukla risk sermaye şirketlerinin finansman desteğini gerekli kılar.

2.1.3.5. Teknik Girişimcilik

Teknik girişimcilik; teknik yönden belli bir beceriye sahip olan kişilerin kendi yetkinliklerini doğru bir şekilde kullandıkları girişimcilik çeşididir (Top, 2006: 16). Genelde yüksek teknolojiye sahip, eğitim düzeyleri çok yüksek, bilgili ve deneyimli girişimcilerin projeleri üzerine yapılan yatırımlar olarak görülebilir. İletişim teknolojilerindeki hızlı gelişme ve internet kullanımının yaygın hale gelmesi bu tür girişimcilik faaliyetlerine ciddi bir ivme kazandırmıştır. Literatürde yaygın olarak kullanılmaya başlayan dijital girişimcilik (digital entrepreneurship) esas itibarı ile teknik girişimcilik içinde yer alan bir girişimcilik türüdür.

2.1.3.6. Kamu Girişimciligi

Kamu yetkilerini ve kamusal kaynakları kullanarak, toplum bireylerine kamusal hizmet sunan girişimciliğe kamu girişimciliği adı verilmektedir (Karaca ve Özdevecioğlu, 2015). Kamu girişimcileri, siyasi otoriteye bağlı ve bir bütçe sınırlaması altında çalışmalarına rağmen, ekonomik sınırlamaların ağırlık kazandığı alanlarda, bürokratik sınırların görece daha az hissedildiği, kaynak kullanımının esnek bir yapıya kavuştuğu, piyasa ekonomisi çerçevesinde faaliyet gösterirler. Bu anlamda, kamu girişimcileri, kendisinin üretmediği, kamuya ait olan kaynakları, kamusal amaçla, belirli bir rasyonellik çerçevesinde kullanan girişimcilerdir.

2.1.3.7. Sosyal Girişimcilik

Sosyal Girişimcilik, toplum içinde görülen olumsuz durumlardan yola çıkılarak, toplum için sosyal bir faydanın yaratılması ve bunun sürdürülebilmesi için yenilikçi çözümler getirilmesi ve bu sayede sosyal bir etki oluşturmak üzere yapılan bir girişimcilik çeşididir (Brock and Stener, 2010). Bir başka ifadeyle, sosyal girişimcilik, iş dünyasının profesyonellik kuralları ile topluma faydalı olabilecek alanlarda çalışma arzusunu bir araya getirmektedir. Bu girişimcilik türünün son yıllarda özel, kamu ve kâr amacı gütmeyen sektörlerde ortaya çıktığı görülmekte olup, kendilerine karşı olan ilginin de büyüdüğü gözlenmektedir.

2.1.3.8. Çevreci (Eko) Girişimcilik

Çevreci Girişimcilik ile ifade edilen girişimcilik çeşidi, organizasyonların büyüme ve kar hedeflerini gerçekleştirirken, toplum, bireyleri ve çevrelerindeki ekosisteme olumsuz etkilerini asgariye indirecek çalışmalar yapması kast edilmektedir (Schaper, 2016). Çevreci girişimcilik bu anlamda ekonomik, çevresel ve sosyal değerlerin dengede olduğu bir faaliyet ortamı yaratılarak hem paydaşların çıkarları gözetilmesini hem de sürdürülebilirliğin sağlanması hedeflenmekte ve girişimin çevreye karşı sorumluluğu ile bağlantı kurmaktadır. Bugüne ait kaynakların geleceğe kayıpsız olarak aktarılması olarak tanımlayabileceğimiz sürdürülebilirlik çevreci girişimciliğin önemli bir yönünü oluşturmaktadır.

2.1.3.9. Akademik Girişimcilik

Akademik girişimcilik; çevrelerindeki yerel girişimciler, sanayiciler, teknoloji şirketlerinin yararlanabileceği yeni fikirler veya değerler üreten *entellektüel üniversiteleri* ifade eder (Beckman and Cherwitz, 2009). Akademik girişimcilik, akademik bilgiyi arz eden üniversiteler ile yüksek bilgi ve teknoloji talebine sahip işletmeler arasında bir köprü görevini yerine getirerek, akademik spin-off'lar veya akademik kuluçka şirketler vasıtası ile bilgi ve teknoloji transferinde bulunur (Carayannis, 2013: 34).

2.1.3.10. Kadın Girişimciliği

Kadın girişimciliği; temel olarak, sadece kadın(lar)ın sahip olduğu veya ortaklarının çoğunluğunun kadın(lar) olduğu girişimcilik olarak tanımlanabilir (Carayannis, 2013:309). Bu tanım doğrultusunda, evi dışında bir mekanda işyeri olan, herhangi bir mal veya hizmetin üretilmesini, dağıtılmasını, pazarlamasını üstlenen, işiyle ilgili olarak ilişkide bulunması gereken kurum ve çevreler ile kendi adına ilişkiye giren, işinden elde ettiği kazancın yatırım ve kullanım alanları üzerinde söz sahibi olan kadın(lar) ifade edilmektedir (Ecevit, 1993: 20).

2.1.4. Girişimciliği Açıklamaya Yönelik Teoriler

Ekonomi, psikoloji, sosyoloji, antropoloji, işletme gibi çok çeşitli akademik disiplinin ilgi alanına giren girişimcilik doğal olarak tek bir yaklaşımla açıklanabilecek bir kavram değildir. Girişimciliğin çok boyutlu ve karmaşık bir yapıya sahip olması göz önüne alındığında bu durum şaşırtıcı da değildir (Chandler and Lyon, 2001). Girişimciliğe yönelik çeşitli yaklaşımların ortak hedefi ise girişimcilerin makul, anlamlı fırsatları nasıl belirleyip, nasıl hayata geçirdiklerini açıklama isteğidir (Linan, 2011). Bu bölümde girişimciliği açıklamaya yönelik farklı disiplinlere ait yaklaşımların başlıcaları gözden geçirilecektir.

2.1.4.1. Ekonomik Temelli Girişimcilik Yaklaşımları

Girişimcilikle ilgili ekonomik temelli yaklaşımlar girişimcinin kişisel özelliklerinden ziyade ekonomik fonksiyonunu ön plana almakta, amaçlara, girişimcilik sürecine ve performansa odaklanmaktadır (Virtanen, 1997: 11; Heber

and Link, 1989). Girişimcilik eğilimini güçlendiren ekonomik faktörleri araştıran bu yaklaşımlar *Klasik* ve *Neoklasik d*önemler olarak incelenebilir.

Klasik dönemde serbest ticaret, uzmanlaşma ve rekabetin faydaları ön plana çıkarılmış (Simpeh, 2011) ve dört temel girişimcilik yaklaşımı geliştirilmiştir. Bunlardan ilki; kar odaklı yaklaşım, ikincisi tam rekabet piyasası yaklaşımı, üçüncüsü Schumpeter'in öncülüğünü yaptığı yenilikçi girişimci yaklaşımı ve son olarak da girişimciyi merkeze alan, girişimciyi motive eden faktörler ve çevresel etkileri ön plana alan yaklaşımdır (Arıkan, 2004). Klasik döneme ait önemli yazarların görüşleri daha önce aktarıldığından burada tekrar bahsedilmeyecektir.

Neoklasik dönemde teorilere katkıda bulunan yazarlar ve katkıları aşağıdaki şekilde özetlenebilir (Arıkan, 2004):

Schalke girişimcinin yaratıcılık yönüne vurgu yapmış ve belirsizlik altında karar vermenin psikolojik etmenleri konusunda çalışmıştır. *Kirzner,* girişimcilik süreci üzerine odaklanarak, girişimcinin özel yeteneklere sahip olmasının zorunlu olmadığını, sadece nereye bakmasını bilmesi gerektiğini belirtmiştir. Kirzner'e göre girişimci fırsatları kollayan ve önüne çıkan kar fırsatlarını değerlendirmeye hazır kişidir.

Alfred Marshall neoklasik okulun en önemli isimlerinden biridir. Marshall girişimciyi iki ayrı kategoride ele almaktadır. Bunlardan ilki riski sevip, yeni ve gelişmiş tekniklerle çalışanlar ve daha önceden belirlenmiş uygulamaları takip edip, masrafları kontrol altında tutanlardır. *Gartner* ise girişimciliği yeni örgütlerin yaratılması olarak tanımlamaktadır.

Hisrich, girişimcilik süreci üzerine yoğunlaşmış, zaman ve emek harcayarak değer yaratan girişimcilerin maddi ve manevi ödül kazanma arzuları üzerinde durmuştur. Burada dikkate değer nokta; girişimcilikte temel bireysel motivasyonun sadece maddi kazanımlar olmadığı, bunun yannda maneci kazançlarında belirleyici olabileceğidir.

Thunen, girişimcilik eylemi ile yönetsel faaliyetler arasındaki farklı genişletmiş ve girişimcilerin hem risk alma eğilimli hem de yenilikçi olduklarını savunmuştur (Formaini, 2001:5). Ekonomik kuramda girişimcin rolü Tablo 2.3'de özetlenmiştir.

Tablo 2.3. Ekonomik Teoride Girişimcinin Rolleri

	Girişimcinin Rölü	Görüşün Önemli Yazarları
1	Girişimci; belirsizlikle ilişkili riske katlanan kişidir	Cantillon, Thünen, Mill, Hawley, Knight, Mises, Cole, Shalke
2	Girişimci finansal sermaye sağlayan kişidir	Smith, Turgot, Böhm-Bawerk, Pigou, Mises
3	Girişimci bir yenilikçidir	Baudeau, Bentham, Thünen, Schmoller, Sombart, Schumpeter
4	Girişimci bir karar vericidir	Cantillon, Menger, Marshall, Wieser, Amasa Walker, Francis Walker, Keynes, Mises, Shakle, Cole, Schultz
5	Girişimci bir endüstriyel liderdir	Say, Sain-Simon, Amasa Walker, Francis Walker, Marshall, Wieser, Sombart,Weber, Schumpeter
6	Girişimci bir yönetici veya amirdir	Say, Mill, Marshall, Menger
7	Girişimci ekonomik kaynakların yöneticisi ve koordinatörüdür	Say, Wallas, Wieser, Schmoller, Sombart, Weber, Clarck, Davenport, Schumpeter, Coase
8	Girişimci işletmenin sahibidir	Quesnay, Wieser, Pigou, Hawley
9	Girişimci üretim faktörlerinin işverenidir	Amasa Walker, Francis Walker,Wieser, Keynes
10	Girişimci bir yüklenicidir	Bentham
11	Girişimci bir arbitrajcıdır (Komisyoncu)	Cantillon, Walras, Kirzner
12	Girişimci alternatif kullanımları arasında kaynakları tahsis eder	Bantillon, Kirzner, Schultz

Kaynak: (Hebert and Link, 1988'den akt. Ripsas, 1998)

2.1.4.2. Girişimciliği Süreç Olarak Ele Alan Yaklaşımlar

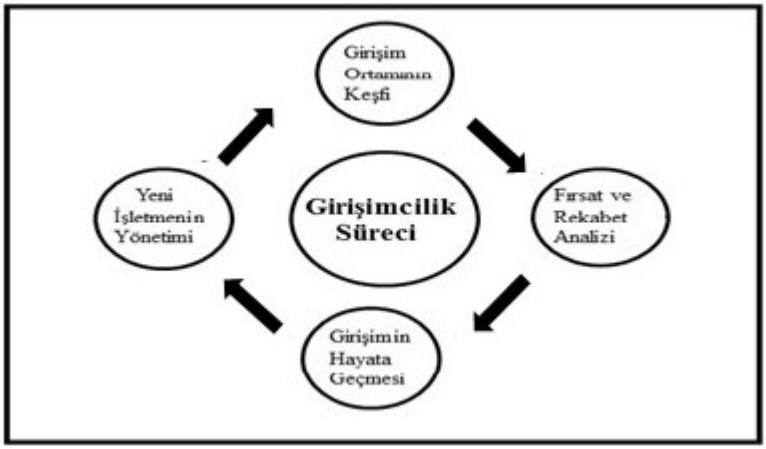
1990'lı yıllardan itibaren girişimcilik araştırmalarında; girişimcinin kişisel özelliklerinin yanında girişimci tarafından yapılan faaliyetler ve bu faaliyetleri nasıl yaptığının incelenmesine başlanmıştır. Günümüzde girişimciliğin bir süreç olarak ele alınması alana yönelik çalışmaların önemli bir kısmını teşkil etmektedir.

Girişimciliğin süreç olarak tanımlanması iki farklı kategoride yapılmaktadır. Bunlardan ilki yeni girişim yaratma ile ilgili faaliyetlerin zaman içinde dizilişi, ikincisi ise fırsatların tanımlanması ve değerlendirilmesine yöneliktir (Sivarajah and Achchutha, 2013: 172).

Girişimcilik sürecinde ilk adım; girişim ortamının değerlendirilmesine yöneliktir. Bu ortam girişimcinin vereceği kararların başarıya ulaşmasında etkili

olabilecek, toplumun ekonomik, hukuki, sosyal ve kültürel özellikleri ile ilgidir. Bu aşamada bir anlamda "oyunun kuralları" dikkate alınmaktadır. İkinci aşama ise fırsat ve rekabet koşullarının değerlendirildiği aşamadır. Girişimci, kimsenin göremediği fırsatları görebildiğinden esasen girişimcilik süreci bu farkındalık ile başlamaktadır (Robbins and Coulter, 2012:538). Bu aşamada girişimin taşıdığı risk ve getireceği fayda değerlendirilmektedir.

Girişimcilik sürecinin üçüncü aşaması; girişime yönelik iş planlarının, organizasyonun yapılması ve girişimin hayata geçirilmesidir. Dördüncü aşama ise yeni işletmenin yönetilmesidir. Bu aşama klasik yönetim işlevlerinin başladığı nokta olup, girişimci ve yönetici ile ayrımın başladığı aşamadır (Robbins and Coulter, 2012:539). Girişimcilik sürecine yönelik aşamalar Şekil 2.1'de gösterilmiştir.



Şekil 2.1. Girişimcilik Süreci
Kaynak: Robbins and Coulter (2012:538)

2.1.4.3. Psikoloji Temelli Yaklaşımlar

Psikolojik temelli yaklaşımlarda analiz seviyesi bireydir. Bu yaklaşım doğrultusunda girişimciler kişisel, bilişsel ve davranışsal özellikleri doğrultusunda üç farklı akımda ele alınmaktadır (McStay, 2008, 2008).

Kişisel Özellikler Yaklaşımı: Bu yaklaşım girişimciliği tanımlayan bazı kişisel özelliklere odaklanmıştır (Simpeh, 2011). Kişisel özellikler yaklaşımı doğrultusunda, girişimci bireylerin başarı ihtiyacı, kontrol odağı, gelişme, bağımsızlık, üstün sosyal beceriler gibi kişisel özellikler incelenmektedir (Luthans and Ibrayeva, 2006: 95-96). Konuya yönelik öne sürülen diğer özellikler daha önce ifade edilmiştir. Özetle;

yapılan ampirik çalışmalarda ortaya çıkan girişimlerin özelliklerine yönelik doğrudan ilişkiler zayıf olmasına rağmen literatüre önemli katkılar sağlanmıştır (Brockhaus and Horwitz, 1986).

Bilişsel Yaklaşım girişimcilerin nasıl düşündüklerini ve çevreyi nasıl yorumlayıp anlamlandırdıklarını ele almaktadır (Mitchell et al., 2007). İnsanlar edindikleri tüm bilgiyi sınıflandırır ve anlamlandırır. Bu bilgi işleme süreci sonucunda zihinsel haritalar olarak tanımlanabilecek bilişsel planlarını oluştururlar (Perwin, 2003).

Girişimcilerin bilişsel süreçlerini ele alan araştırmalar, girişimcilerin nasıl düşündükleri hakkında daha fazla bilgi elde etmeyi hedeflemektedir (Mitchell et al., 2007). Kişisel özellikler yaklaşımından farklı olarak bilişsel yaklaşımda odak noktası girişimcilerin kişisel özelliklerine değil algılarına ve inançlarınadır (Shaver and Scott, 1991). Konuyla ilgili yapılan araştırmaların, bilişsel değişkenlerin girişimciliğin karmaşık yapısını nasıl etkilediğini açıklamada önemli bilgiler sağlaması hedeflenmektedir (Baron, 2004).

Davranışsal Yaklaşım: Girişimcinin oldukça karmaşık olan yeni girişim yaratma sürecindeki rolünü anlamaya çalışmaktadır (Gartner, 1988). Bu yaklaşıma göre girişimci başkaları tarafından tespit edilemeyen kar fırsatlarını yakalama, kullanma ve bu doğrultuda hareket etme kabiliyeti olan bir birey olarak görülmektedir (Bygrave and Minniti, 2000). Bu bakımdan girişimcilerin yeni bir girişim yaratma sürecinde gözlemlenmeleri ve üstlendikleri rollerin belirlenmesi gerekmektedir. Gartner (1988)'a göre girişimcinin kendisinin kim olduğuna değil *ne yaptığına* odaklanılmalıdır. Ancak kişiyi tamamen gözardı etmekte olası değildir çünkü sonuçta tüm faaliyetleri yapan bireyin kendisidir (Shaver and Scott, 1991).

2.1.4.4. Sosyoloji Temelli Yaklaşımlar

Sosyolojik temelli girişimcilik yaklaşımlarının analiz seviyesi toplumdur (Landstrom, 1999). Toplumsal sistemlere ve bunların önemli aktörlerine odaklanan sosyolojik girişimcilik yaklaşımda, bu aktörler arasında bireyler, aile, iş örgütleri, siyasi partiler, devlet kurumları sayılabilir (Reynolds, 1991: 47). Girişimcilerin ait olduğu toplumun özellikleri, aile, eğitim, toplumsal ve ekonomik çevre girişimcilik eğiliminin oluşmasında önemli faktörler olarak sıralanmaktadır (Chen and Lai, 2010:

10). Ülkenin içinde bulunduğu ekonomik durum, risk sermayesinin sağlanabilirliği, insan gücü ve devletin yaptığı düzenlemeler önemli çevresel faktörler olarak ön plana çıkmaktadır (Korkmaz, 2012). Girişimcilerin içinde yaşadıkları ve sürekli etkileşimde bulundukları toplumsal çevreden bağımsız olarak düşünülemeyeceği ve bireylerin özerk kuruluşlar olarak faaliyet gösteren mikro karar verici birimler olarak görülemeyeceği açıktır (Aldrich and Zimmer, 1986: 6).

2.1.4.5. Antropoloji Temelli Yaklaşımlar

İnsanı kültürel, toplumsal ve biyolojik çeşitliliği içinde anlamaya, insanlığın başlangıcından beri toplulukların çeşitli koşullara nasıl uyarlandığını, bu uyarlanma biçimlerinin nasıl gelişip, değiştiğini, çeşitli küresel olayların nasıl dönüştüğünü anlamaya çalışan bilimsel disiplin olan antropoloji, başarılı bir girişimi başlatmak ve sürdürmek için sosyal ve kültürel bağlamların da değerlendirilmesi gerektiğini öne sürer. Bu yaklaşımın odak noktasında kültürel girişimcilik modeli bulunmaktadır ve toplumda yeni girişimlerin bireyin içinde yaşadığı kültürün etkisi altında olduğuna vurgu yapar (Simpeh, 2011).

Yerel, ulusal ve küresel boyutta, destekleyici kültürel çevreden gelen bireylerin girişimciliği gerçekleştirme olasılıklarının daha yüksek olduğu söylenebilir (Top, 2006:108). Bu çalışmanın esas araştırma konusu olması itibarı ile değişik kültürel özelliklerin girişimcilik yönelimini nasıl etkilediği konusunda detaylı bilgi ilerleyen bölümlerde aktarılacaktır.

2.1.4.6. Fırsat Tabanlı Girişimcilik Yaklaşımı

Fırsat Tabanlı Girişimcilik Teorisinin temelinde Peter Drucker ve Howard Stevenson'un yaklaşımları vardır (Simpeh, 2011). Bu teoriye göre girişimciler Schumpeter'in ifade ettiği gibi değişiklik, yenilik yapmazlar, fakat değişen tüketici tercihleri, değişen teknolojiler sonucu ortaya çıkan fırsatları kullanırlar. Bu durumda girişimci değişimlere yanıt veren kişidir (Drucker, 2014). Fırsata dayalı yaklaşım girişimcilik araştırmalarında göreceli olarak yeni bir kavramdır ve araştırmalar için geniş kapsamlı bir çerçeve sunmaktadır (Fiet, 2002).

2.1.4.7. Kaynak Tabanlı Girişimcilik Yaklaşımı

Kaynak tabanlı girişimcilik teorisi, girişimcilere yönelik finansal, sosyal ve beşerî kaynakların önemine vurgu yaparak, bu kaynaklara erişimin fırsat temelli girişimciliğin en önemli ön belirleyicisi olduğunu savunur (Simpeh, 2011). Kaynak tabanlı girişimcilik teorileri finansal sermaye, sosyal sermaye ve beşerî sermaye temelli kategorilerde ele alınmaktadır (Simpeh, 2011).

Sonuç olarak girişimcilik kavramını açıklayan çok sayıda yaklaşım bulunmaktadır. Ortaya çıkan nokta; girişimciliğin tek bir kuram ile açıklamanın mümkün olmadığıdır. Bu teorilerin her biri kavramı değişik yönleri ile açıklamaya çalışmakta ve farklı yaklaşımlar alanın genişlemesine katkı sağlamaktadır. Buradan hareketle; farklı durumlarda farklı kuramlar, hatta farklı tanımlar da kullanılabileceğinin mümkün olduğu kabulü yapılabilir (Virtanen, 1997).

2.1.5. Girişimciliğin Ölçülmesi

Girişimciliğin ekonomik büyüme, kalkınma ve refah üzerindeki olumlu etkisi günümüz Dünyasında genelde kabul görmüş bir görüştür. Bu sebeple, girişimciliğin desteklenmesi ve gelişmesine yönelik, pek çok ülkede çeşitli faaliyetler gerçekleştirilmektedir. Girişimciliğin desteklenmesi konusunda politika, strateji belirleme konumda olan karar vericiler, kararlarında faydalanacakları sayısal verilere ihtiyaç duyarlar. Bu bakımdan ülkedeki girişimcilik seviyesinin doğru bir şekilde ölçülmesi gerekir.

Girişimciliğin doğru, sağlıklı bir şekilde ölçülmesi güç bir iştir. Bu güçlüğün temel nedenlerinden birisi; girişimciliğin Cantillon'dan bu yana genelde kabul görmüş bir tanımının yapılamaması ve girişimciliğin çok boyutlu bir kavram olmasından kaynaklanmaktadır. Girişimcilik karmaşık bir olgudur. İkinci neden ise girişimcilik seviyesinin belirlenmesi ve diğer ülkeler ile karşılaştırma yapmaya olanak verecek değişik zaman dilimlerini içeren veri setlerinin bulunmayışıdır. Her ne kadar tüm boyutları ile ölçmek mümkün olmasa da teoriye katkıda bulunan yazarların ortaya koydukları boyutları içeren, OECD, WorldBank (WB), Eurostat gibi kuruluşların yanı sıra bazı özel kurumlar da girişimciliği ölçmeye ve ülkeler

arası kıyaslama yapmaya çalışmaktadırlar. Bu bölümde, genelde kabul görmüş girişimcilik göstergeleri incelenecektir.

2.1.5.1. Girişimcilik Göstergeleri Programı

Girişimcilik Göstergeleri Programı (Entrepreneurship Indicators Programme, EIP) OECD ve Eurostat'ın beraber yürüttüğü ve temel hedefi istatistiklerin hazırlanmasına olanak verecek, kolaylaştıracak standart tanımlamalar, kavramlar geliştirmek olan bir programdır. 2006 yılından itibaren çalışmakta olan EIP araştırmalarının sonuçlarını yıllık olarak "Entrepreneurship at a Glance" raporları ile yayınlamaktadır (OECD, 2017).

EIP, girişimcilik kavramına kapsamlı olarak yaklaşmakta ve ülkelerdeki girişimcilik seviyesi; Yasal Çerçeve (Regulatory Framework), Piyasa Koşulları (Market Conditions), Finansal Kaynaklara Erişim (Access to Finance), Bilgi üretimi ve Dağıtımı (Creation and Diffusion of Knowledge), Girişimcilik Yetkinlikleri (Entrepreneurial Capabilities) ve Girişimcilik Kültürü (Entrepreneurial Culture) göstergeleri ile belirlemektedir (OECD, 2017). EIP sadece OECD ülkelerini kapsamakta olup, genel bir girişimcilik endeksi vermemektedir.

2.1.5.2. İşletme Sahipliği Oranı

İşletme Sahipliği Oranı Dünya Bankası (WB) tarafından, 18-64 yaş grubunda, bir işletmenin sahipliği ve yönetimini yapan ve 42 aydan fazla süredir çalışan ücret, sigorta primleri ve diğer vergilerini ödeyen işyeri sahibi kişilerin oranı olarak tanımlanmıştır (WB, 2018). Bu gösterge, girişimciliğe yeni başlayanların oranını ve yıllar arasındaki değişimleri göstermesi açısından önemli bir göstergedir ancak büyük ölçekli, anonim, limited gibi şirket sahipliği veya ortaklıklarını ölçümlere dahil etmediğinden girişimcilik performansını tam olarak gösterdiğini söylemek mümkün değildir. Bu oranın bir başka alternatifi de işletme sahibi kişi sayısının toplam tarım dışı istihdam edilen kişi sayısına bölünmesi ile elde edilebilir. Buradan elde edilen sayı ise kişi başına düşen firma sayısı olarak kullanılabilir (Iversen et al., 2008: 25-26).

2.1.5.3. Giriş- Çıkış Oranı

Ülkedeki serbest meslek veya işletme sahipliği sayısındaki değişimlerini dikkate alan bu gösterge, girişimciliğe yeni başlayanlar veya piyasaya yeni girenler ile girişimcilikten vazgeçenler veya piyasadan çekilenler arasındaki oranı dikkate alır. Bu gösterge, girişimcilik seviyesinin en temel göstergeleri arasında yer alır ve Dünya Bankası tarafından ülkeler bazında araştırılır ve yıllık olarak güncellenir (WB, 2018). Çıkış oranın yüksek olması genel seviyenin düştüğünü ifade ederken, giriş oranın yüksek olması genel seviyenin arttığı doğrultusunda yorumlanabilir.

2.1.5.4. Küresel Girişimcilik İzleme Platformu Endeksleri

Ülkelerin girişimcilik performansının ölçülmesinde uluslararası boyutta ölçümler yapan çalışmalardan biri olan Küresel Girişimcilik İzleme Platformu (Global Entrepreneurship Monitor- GEM) 1999 yılında kurulmuştur ve temel amacı "niçin bazı ülkeler diğerlerinden daha girişimci?" sorusuna yanıt bulabilmektir. GEM günümüzde 100'den fazla ekonominin girişimcilik performanslarını incelemekte, sonuçlarını yıllık raporlar ile paylaşmaktadır. GEM; kapsamı dahilindeki ülkelerde girişimcilik performansını iki ayrı kategoride incelemektedir. Bunlardan ilki bireylerin girişimciliğe olan yaklaşım ve davranışları değerlendirilmekte, ikinci kategoride ise ülkenin girişimcilik açısından ulusal bağlamı değerlendirilmektedir (Web1, 2019). GEM girişimciliği; kendi işine sahip olma, yeni bir iş ortaya çıkarmak veya bir işletme kurmak olarak tanımlamakta ve iç girişimcilik, sosyal girişimcilik gibi alanlarda inceleme yapmamaktadır.

2.1.5.5. Küresel Girişimcilik ve Gelişme Enstitüsü Endeksleri

Küresel Girişimcilik ve Gelişme Enstitüsü (Global Entrepreneurship and Development Institute-GEDI) ekonomik gelişme ve zenginlik ile girişimcilik faaliyetleri arasındaki ilişkiyi incelemeyi ön plana çıkartan, kâr amacı gütmeyen bir kuruluştur. University of Pécs and Imperial College London, George Mason University ve LSE'den akademisiyenlerin bir girişimi faaliyetlerine başlamıştır. GEDI'in ana finansal destekçileri Avrupa Birliği, Dünya Bankası ve değişik ülkelerdeki banka ve kurumlardır (GEDI, 2018)

GEDI temel olarak girişimciyi "ürün veya süreç olarak herhangi bir yenilik fırsatını fark eden, değerlendiren ve yeniliği hayata geçirip potansiyel müşterilerine sunan kişi" olarak tanımlamaktadır. Bu tanım, kapsam açısından hayli geniş bir tanım olup, zorunlu olarak girişimciliğe başlayanları dikkate almamakta sadece ekonomik gelişmeye katkısı olan yenilikçi girişimciliği kapsamaktadır. GEDI ülkelerin girişimcilik seviyeleri bir endeks ile belirlemekte ve bunu yıllık raporları ile paylaşmaktadır. GEDI'nin endeks belirlemedeki metodolojisi akademik camiada kabul görmüş ve aralarında Forbes, The Economist, Financial Times ve The Wall Street Journal'in de olduğu medya organlarında bahsedilmiştir (Acs et al., 2018).

GEDI endeksi girişimciliğin üç temel belirleyicisini içermektedir. Bunlar; Girişimciliğe yönelik "Yaklaşımlar (Attitudes-ATT) ", ikincisi "Yetenekler (Abilities-ABT)" ve üçüncüsü "Amaçlar (Aspirations-ASP)" olmak üzere üç alt-endeks oluşturmaktadır. Bu üç alt-endeksin aritmetik ortalaması ülkenin girişimcilik endeksini oluşturmaktadır. Yaklaşımlar alt endeksi ülkenin girişimcilik olgusuna yaklaşımını ele almakta, Yetenekler alt-endeksi girişimcilik yetenek ve yetkinliklerini incelemekte, Amaçlar alt-endeksi ise girişimcilik arzularını, motivasyonlarını ve amaçlarını değerlendirmektedir. Bu 3 alt-endeks 14 değişkenden (sütundan) oluşturmuştur.

Her bir değişkenin hem bireysel hem de kurumsal bir bileşeni vardır. Bu bileşenler girişimciliğin hem mikro hem de makro düzlemde incelenmesine olanak sağlamaktadır. (Acs et al., 2018). GEDI metodolojisi Tablo 2.4.'de detaylı olarak gösterilmiştir. GEDI girişimcilik tanımlaması ve metodolojisi mevcut çalışmanın amaçları ile örtüştüğünden, bu çalışmada ülkelerin girişimcilik performansını belirlemek için GEDI yıllık raporlarında belirtilen endeksler kullanılacaktır.

Tablo 2.4 GEDI Küresel Girişimcilik Endeksinin Yapısı

	Alt-Endeksler	Sütunlar	Değişkenler (Bireysel/Kurumsal)
KÜRESEL GİRİŞİMCİLİK ENDEKSİ	**Yaklaşımlar Alt-Endeksi**	Fırsatın Kavranması (Opp. Perception)	Fırsatı Görme
			Serbestlik: Ekonomik Serbestlik, Mülkiyet Hakları
		İşi başlatma Becerileri (Start-up Skills)	Becerilerin kavranması
			Eğitim (Yüksek Öğrenim /Eğitimin Kalitesi)
		Risklerin Kabullenilmesi (Risk Accep.)	Riskin Kavranması
			Ülke Riski
		Ağlar Oluşturma (Networking)	Tanıdık Girişimciler
			Kümelenmeler (Şehirleşme/ Altyapı)
		Kültürel Destek (Cultural Support)	Mesleğin Statüsü
			Rüşvet
	Yetenekler Alt-Endeksi	Fırsatdan Faydalanma (Oppurnitity Start-Up)	Fırsatdan Kaynaklanan Motivasyon
			İdare (Vergilendirme / Uygun Bir İdari Yapı)
		Teknolojiyi Özümseme (Technology Absorption)	Teknoloji Seviyesi
			Teknolojiyi Özümseme
		Beşerî Sermaye (Human Capital)	Eğitim Seviyesi
			İşgücü Piyasası (Çalışan Eğitimi/ Çalışan Hakları)
		Rekabet (Competition)	Rakipler
			Rekabet Edebilirlik (Hâkim rakipler, düzenlemeler)
	Amaçlar Alt-Endeksi	Ürün Yeniliği (Product Innovation)	Yeni Ürün
			Teknoloji Transferi
		Süreç Yeniliği (Process Innovation)	Yeni Teknolojiler
			Bilim ((Üniversitelerin ortalama kalitesi, bilim insanları ve mühendislerin mevcudiyeti
		Hızlı Büyüme (High Growth)	5 yıl için %50 büyüme veya 10 yeni çalışan istihdam etme niyeti
			Finansman ve Strateji (Risk Sermayesi/ İşin Kapsamı
		Uluslararası Duruma Gelme (Internationalization)	İhracaat
			Ekonomik Karmaşıklık
		Risk Sermayesi (Risk Capital)	Gayri Resmi Yatırımlar
			Mali Piyasaların Derin

Kaynak: GEDI (2018) GEI 2018 Technical Annex, s.1.

2.2. Kültür Kavramı

Kültür kavramı yıllarca tartışılmış, birçok akademisyen ve eleştirmen kültürü farklı bir şekilde ele almıştır. Kültür kavramına yüklenen anlamlar farklı disiplinler tarafından farklı boyutlarda olmakta, antropologlar, sosyologlar, psikologlar ve etnografyacılar tarafından farklı tanımlamalar yapılabilmektedir. Örneğin bilimsel alanda kültür; medeniyettir. Beşerî anlamda kültür; eğitim süreçlerin bir sonucudur. Kültür estetik anlamda ise güzel sanatları ifade eder. Teknolojik (somut) ve biyolojik anlamda kültür; üretim, tarımsal faaliyet, ekin, çoğaltma, yetiştirme, büyütmedir (Güvenç, 1994: 97).

Kültür kavramı pek çok açıdan, farklı şekillerde açıklanabilmesine karşın kültür yaşamımızın, çevremizin çok önemli bir parçasıdır ve bu durum çok uzun yıllardır süregelmektedir. Kültür kavramının tanımına geçmeden önce, kültürün yaşamımızdaki önemine değinmekte yarar vardır. Salih Güney (2000: 38-39)'e göre kültür; bir toplumu diğerinden ayırmakta, bir topluma ait değerleri bünyesinde toplamakta, bir sosyal dayanışma aracı olarak işlev görmekte, toplumda koordinasyonu sağlamakta ve bireyde sosyal kişiliğin oluşmasını sağlamaktadır. Bu açıklamadan kültürün gerek bireysel gerekse de toplumsal gelişme için kritik önemde olduğu anlaşılmaktadır. İnsan davranışlarının sınırı kültürel ögeler tarafından belirlenir. Çünkü insanlar doğdukları andan ölüm anlarına kadar bağlı oldukları toplumun kültürel dokusunun tutsağı durumdadırlar (Güney, 2000: 63).

2.2.1. Kültür Tanımı

Kültür sözcüğünün uzunca bir tarihçesi vardır. Bu konuyu inceleyen Krober ve Kluchohn (1952) yayınlandıkları antolojide kültür kavramının 164 farklı tanımını derlemiştir. Sözcük Latince *cultura*'dan gelmektedir. *Colere* Latincede sürmek, ekip biçmek, *Cultura* ise Türkçedeki *ekin* karşılığında kullanılmaktadır. TDK kültürü; "tarihi ve toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere aktarmada kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünü" olarak tanımlamaktadır (Web 2, 2019)

Herbig ve Dunphy (1998)'e göre kültür, insanların sözlü ve sözlü olmayan anlamlı, biyolojik ve teknik davranışlarının tamamını kapsayan bir iletişim sistemidir. Bir toplumun paylaştığı davranışlar, inançlar, değerler, dil ve yaşam biçimlerinin toplamıdır. İşletme alanyazınında kültür konusunda adı en fazla anılan araştırmacılardan biri olan Hofstede kültürü "bir grubu diğer bir gruptan ayıran ortaklaşa programlanmış zekâ (akıl)" olarak tanımlamıştır (Hofstede et al., 2010:6). DiStefano ve Maznei (2000) ise kültürü, belirli bir toplum veya grubun birbirleriyle etkileşimlerinin ne şekilde gerçekleşeceğini ve ortaya koydukları faaliyetlerde nasıl bir tutum sergileyeceklerini tespit eden varsayım ve normlar şeklinde tanımlamaktadır.

Ziya Gökalp ülkemizde kültürü sistematik bir biçimde ilk tanımlayandır. Gökalp kültür için "*bir cemiyetin bütün fertlerini birbirine bağlayan, yani aralarında dayanışma husule getiren müesseseler kültür müesseseleridir, bu müesseselerin tamamı o cemiyetin kültürüdür"* tanımını yapar (Gökap,1995: 11). Güney (2000: 30) kültürü, toplumu oluşturan bireylerin gerçekleştirdiği bir bütün olarak tanımlayarak kültürü toplumsal yapıtaşı olarak görmektedir. Koçel (2014:379) ise kültürü bir grup insan tarafından paylaşılan değer yargıları, ortak inanç ve davranış tarzları olarak tanımlamıştır. Bir başka ifadeyle kültür insanoğlunun hayatı ve evreni semboller vasıtası ile anlamlandırma becerisinin bir neticesi olarak, toplum bütününde bireylere iletilen ve bireyler tarafından özümsenmiş; inanç, töre, gelenek, adet, bilgi, sanat ve hukuk gibi unsurların tamamıdır. Bu bakımdan her toplumun kendine ait ideolojik, politik, sosyolojik, teknolojik boyutları olan kültürel bir sistemi vardır.

Kültür hakkında, kültürel antropolojinin kurucusu sayılan Britanyalı antropolog Edward Tylor (1871: I-1) tarafından yapılan tanım halen birçok kültür teorisinin temelini oluşturmaktadır. Tylor *culture* kelimesini bilgi, inanç, sanat, ahlak, örf ve adetler ile hukukun ve kişinin üyesi olduğu toplum tarafından kazandırılmış olan bilgi ve becerilerinin karmaşık bir bütünü manasında kullanmıştır. Tylor'un bu tanımı insanların ihtiyaçlarını karşılamak için geliştirdikleri, kullandıkları ve gelecek nesillere aktardıkları her şeyi kapsamaktadır (Güney, 2000: 30).

2.2.2. Kültürün Özellikleri

Kültürün özelliklerinin belirlenmesi, kültür ile tam olarak ne ifade edilmek istendiği hakkında bir fikir sahibi olunmasını sağlayacak ve insan davranışını yönlendirme etkisinin kavranmasını kolaylaştıracaktır. Kültürün özellikleri konusunda geliştirilen yaklaşımların ortak özellikleri aşağıda belirtilmiştir;

- **Kültür öğrenilir:** Kültür içgüdüsel ve genetik kökenli değil her bireyin doğduktan sonraki hayatı içinde geliştirdiği alışkanlıklardır. Kültür öğrenilen ve eğitimle kazanılan bir şeydir (Güvenç, 1974:103). İnsanlar kendilerinden önce gelenlerin deneyim ve bilgilerinden yararlanarak doğal çevrelerini tekrar yaratır ve toplumsallaşma süreci içinde birey kültürünü öğrenir (İçli, 2002: 81).
- **Kültür paylaşılır:** Kültür toplumsaldır, öğretiler örgütlü topluluklarda yaşayan insanlar tarafından yaratılır ve ortak şekilde paylaşılır (İçli, 2002: 83). Belirgin bir değer, inanış veya özelliğin kültürel değer olması için toplumun büyük bir bölümü tarafından paylaşılması gerekir (Schifman and Kanuk, 2004:415). Kültür paylaşılan idealler, değerler ve davranış standartlarıdır. Bireyin davranışlarını toplum içinde anlamlı kılan genel göstergedir (Haviland, 2002: 65).
- **Kültür tarihidir ve süreklidir:** Kültür durağan bir özelliğe sahip değildir. Toplumun üyeleri bir yandan kültürü öğrenirler bir yandan da değiştirerek ve yorumlayarak sürekli yeniden üretirler ve bir sonraki nesillere aktarırlar (Şişman, 2007). Kültürler, geçmişlerinden ayrı olarak değerlendirilemezler ve bir gecede meydana gelmezler. Bir kültürü oluşturmak için, kişilerin beraber zaman geçirip, bazı belirsizlikleri ve bu belirsizliklerle başa çıkma yollarını birbirleriyle paylaşmaları gerekmektedir. Her kültürel sistem bireylerini besler; kimin nerede, ne zaman, neyi, nasıl yiyeceğini kültür tespit eder. Kültür söz konusu olduğunda, akla önce töreler gelir, çünkü kültürün devamlılığı töreler tarafından gerçekleştirilir (Güvenç, 1974:104).
- **Kültür bütünleştiricidir:** Kültürün bir kısmının ögelerini ayrıştırarak çalışılması mümkün değildir. Çünkü kültür karmaşık bir bütündür ve bu bütünü oluşturan ögeler karşılıklı etkileşim halindedir. Dolayısı ile kültürün

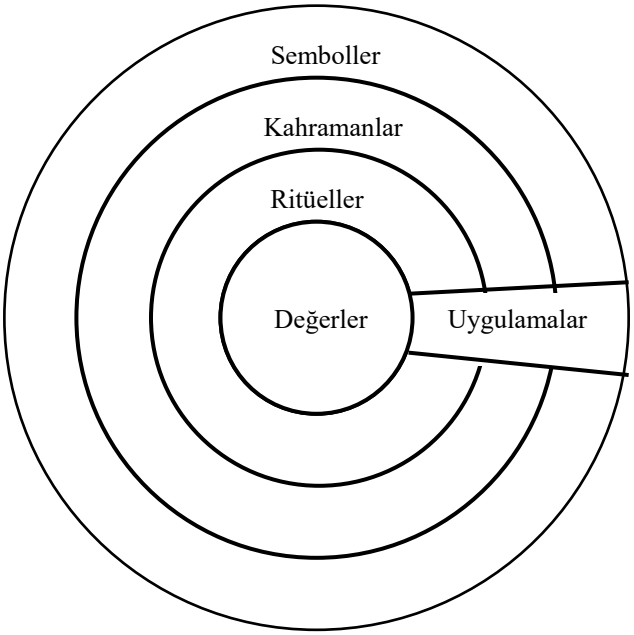
bir ögesinde meydana gelecek bir değişim diğerlerini de etkileyebilir (Şişman, 2007).

- **Kültür soyutlamadır:** Kültür bir bütün veya sistem olarak görülür ancak sistemin tanımlanması kolay değildir. Çünkü kültür herşeyi ile gözlemlenebilir bir kavram değildir, kültür soyuttur Güvenç, 1974:107).

2.2.3. Kültürün Bileşenleri

Kültürün evrensel bir tanımının olmamasının nedenleri arasında, kültürün çok bileşenli bir yapıya sahip olması gösterilmektedir. Literatüre bakıldığında, birçok yazarın kültür bileşenlerini farklı bakış açısıyla ele aldığı görülmektedir. Araştırmada kültürel boyutların karşılaştırılması için Hofstede yaklaşımı kullanılacağından, bileşenlerin yapısına yönelik yaklaşımı ayrıntılı olarak aktarılacaktır. Hofstede (2001: 11) tarafından oluşturulan söz konusu yapıda, kültür bileşenleri olarak değerler, ritüeller, kahramanlar, semboller ve uygulamalar yer almaktadır. Şekil 2.2' de görülen "Soğan Diyagramı" kültürün görülemeyen ve görülebilen bileşenleri ifade etmektedir. Değerler, davranışlarda belirginleşinceye kadar somut hale geçmezler, görülemezler. Kültürün görülebilir bileşenleri olarak sayılan ritüeller, kahramanlar ve semboller Şekil 2.2'de gösterildiği üzere; soğanın dış tabakaları gibi ifade edilmektedir. Buna göre semboller kültürün en yüzeysel, değerler ise en derin bileşeni konumundadır.

Semboller, sadece aynı kültürü paylaşan bireyler tarafından anlaşılabilen karmaşık anlamlar taşıyan kelimeler, işaretler, resimler ve nesnelerdir. Bir lisanda yer alan bir kelime veya bir jargon söz konusu kategoriye girmektedir. Kültür kapsamında yeni semboller çok kolay biçimde geliştirilebilmekte ve eski semboller yine aynı kolaylıkla ortadan kalkabilmektedir. Belirli bir kültüre ait olan semboller diğerleri tarafından düzenli biçimde kopyalanabilmektedir. Soğan diyagramında sembollerin en dış tabakada yer almasının sebebi söz konusu sembollerin çabuk değişebilir yapısıdır (Hofstede et al., 2010:7).



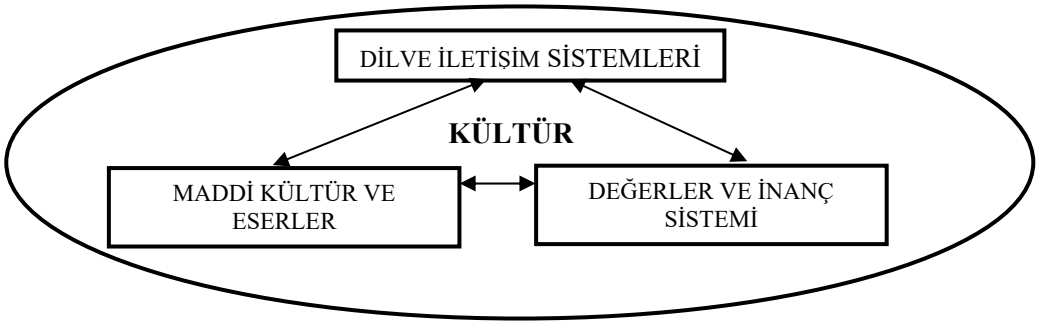
Şekil 2.2. Soğan Diyagramı
Kaynak: Hofstede (2011: 11)

Kahramanlar, bir kültür içerisinde yoğun biçimde takdir edilen ve bu yüzden davranış modeli olarak kabul gören yaşayan veya ölmüş, gerçek veya hayali kişilerdir. Fransa'da Asterix veya Amerika'da Charlie Brown veya Snoopy gibi çizgi film karakterleri şeklinde gerçek veya fantezi unsurlar kültürel kahraman olarak görülebilmektedir (Hofstede et al., 2010:10).

Ritüeller, arzulanan çıktılara ulaşılması sürecinde teknik olarak gereksiz görülse de bireyleri bütünlük içinde tutması nedeniyle, kültürler içerisinde oldukça önemli kabul edilen kollektif etkinliklerdir. Ritüellere örnek olarak selamlama biçimleri veya diğerlerine saygı gösterme gibi sosyal veya dini kurallar gösterilmektedir (Hofstede et al., 2010:10).

Değerler, bireyin yaşamının ilk dönemlerinde edinilmektedir. Diğer canlılarla karşılaştırıldığında, doğum anında insanoğlu yaşamına devam edebilmesi için gerekli donanıma sahip değildir. İnsan psikolojisi disiplini, yaşamın ilk on ila on iki yıllık döneminin bireye ihtiyaç duyduğu bilgiye hızlı ve bilinçsiz biçimde ulaşabildiği bir dönem olduğunu belirtmektedir. Söz konusu bilgiler arasında, semboller (dil), kahramanlar (aile) ve ritüeller (tuvalet eğitimi gibi) ve en önemlisi bireyin temel değerleri yer almaktadır. Bu sürecin sonunda birey aşamalı olarak, öncelikle yeni uygulamalara odaklandığı bilinçli öğrenim evresine geçmektedir (Hofstede et al., 2010:10).

Farklı bir yaklaşımla, Craig ve Douglas (2006) kültür bileşenlerini üç başlık altında toplamıştır. Buna göre kültür; dil ve iletişim sistemleri, maddi kültür ve eserler ile değerler ve inanç sistemleri başlıklarında incelenebilir (Şekil 2.3).



Şekil 2.3. Kültürün Bileşenleri
Kaynak: Craig and Douglas, 2006

Şekil 2.3'de gösterildiği gibi, kültür bileşenleri arasında karşılıklı etkileşimle ortaya çıkan sıkı bir ilişkiden söz edilebilir. Örneğin, dil ve iletişim sistemleri, değer ve inanç gibi soyut kültür unsurlarının bireyden bireye ve nesilden nesile aktarılmasına olanak sağlamakta, dini simgelerden giyim tarzlarına kadar çok çeşitli unsurları bünyesinde barındıran eserler, aynı zamanda soyut inançların ifadesi de olabilmekte ve belirli bir kültüre ait oluş sürecini tasarlayabilmektedir. Söz konusu üç unsur bir toplumun temellerini vurgulamakta, günlük yaşantıya ve bireysel etkileşime etki göstermektedir (Craig and Douglas, 2006).

Benzer bir çalışmada, Schein kültürü yine üç düzeyde incelemiştir. Söz konusu çalışmada, birincil kültür düzeyi olarak gözlenebilir davranışlar (dil, giyim, adetler ve ritüeller), ikincil kültür düzeyi olarak inançlar ve değerler (ideolojiler, amaçlar) ve üçüncül düzey olarak; bireyin dünyayı, kendisini ve diğerlerini algılama, düşünme ve değerlendirmeye yönelik olarak kabul edilen varsayımlar, düşünceler ele alınmıştır (Schein, 2010: 24).

2.2.4. Kültürel Boyutlara Yönelik Araştırmalar

Kültürel boyutlara yönelik araştırmalara geçmeden önce, kültürel boyut kavramı ile tam olarak ne ifade edildiğini ve bu kavramın ne zaman ve nasıl bir çalışma alanı olarak ortaya çıktığına bakılması faydalı olacaktır.

20. yy'in ilk yarısı ile birlikte sosyal antropolojide oldukça büyük gelişmeler yaşanmıştır. Birçok sosyal bilim adamı kendi kültürel yapıları üzerinde araştırma yapmıştır. İlk olarak 1951'de iki Amerikalı sosyal bilimci Parson ve Shils, Dünyadaki kültürleri sınıflandıran aşağıdaki gibi 5'li bir teorik boyutlandırma yapmıştır (Parsons, 1991: 71). Anılan 5'li boyutlandırma aşağıdaki kıyaslamaları kapsamaktadır;

- Hissi davranış ile nötr davranışın kıyaslanması
- Kişisel yönelme ile toplumsal yönelmenin kıyaslanması
- Evrensellik ile Grupsallığın kıyaslanması
- İnsanların kim olduklarının ne yaptıkları ile kıyaslanması
- Belli kalıplara göre sınıflandırmanın sınıfsız ortama göre kıyaslanması

Bir sonraki adım ise, tüm sosyal gruplar için hangi problemin ve değerlerin önemli olduğunun bilimsel ve istatistik verilere dayanılarak ortaya çıkartılmasıdır. 1954'de iki Amerikalı, sosyolog Alex Inkeles ve psikolog Daniel Levinson ulusal kültürlerle ilgili büyük bir çalışma yapmışlar ve dünyadaki tüm kültürlerin işleyişini, yapısını, kendine has özelliklerini ortaya çıkarmak ve anlamak için aşağıdaki temel sınıflandırmaların yapılması gerektiğini tavsiye etmişlerdir. Yaptıkları sınıflandırma aşağıdaki kavramları içermektedir (Hofstede et al., 2010:29).

- Otorite ile ilişki
- Sosyal eşitsizlik
- Kişisellik ve grup arasındaki ilişki
- Eril-Dişil otoriteye bakış açısı
- Belirsizlik durumundaki tavır ve ani durumlar karşısındaki tepki

Yukarıda ifade edilenler ışığında, bu araştırma metni boyunca kültürel boyut kavramı ile Merkin (2006) tarafından yapılan tanım kastedilmektedir. Buna göre kültürel boyut, kültürden kültüre çeşitlilik gösteren paylaşılmış varsayımlardır.

2.2.4.1. GLOBE Kültürel Boyutlar Araştırması

GLOBE; kültürler arası bir liderlik araştırması olup, Dünya çapında önemli coğrafyaları temsil eden 62 değişik ülkeyi kapsamaktadır. GLOBE kısaltması Global Leadership and Organizational Behavior Effectiveness (Global Liderlik ve

Organizasyonel Davranış Etkinliği) kelimelerinin baş harflerinin birleşiminden meydana gelir.

GLOBE projesi liderlik ve kültürel değerlerin bir devletin sanayi ve iktisadi gelişimi, hükümet şekli, yaygın din ve iklim şartları gibi durumsal parametrelerden hangi oranda etkilendiğini belirlemeyi hedeflemiştir. Araştırmada anket, karşılıklı görüşme, medya analizleri, arşiv kayıtlarının taranması ve hemen göze çarpmayan niteliklerin değerlendirilmesi gibi değişik yöntemler ile bilgi ve veri toplanmıştır. Çalışma, her bir kültürün detaylarının sayısal ve niteliksel olarak değerlendirilmesi ile elde edilen veriler ile desteklenmiştir. Araştırmada 27 hipotez test edilmiş ve 951 firmada çalışan 17.300 yönetici çalışmaya katılmıştır (House et al., 2004: xv).

GLOBE projesi araştırmacıları Hofstede tarafından ortaya konulan değerler sınıflandırmasını geliştirerek dokuz madde haline getirmiştirler. GLOBE projesinde kullanılan kültürel boyutlar aşağıda listelenmiştir (House et al., 2004);

- Belirsizlikten Sakınma
- Güç Mesafesi
- Kurumsal Toplulukçuluk
- Grup Bazlı Toplulukçuluk
- Performans Odaklı Yönelim
- İnsan Odaklı Yönelim
- Zaman Odaklı Yönelim
- Gelecek Bazlı Yönelim
- Özgüven

GLOBE çalışmasında incelenen ülkelerin kültürel boyutlarının karşılaştırılması yanında, benzer kültürel özelliklerdeki ülkelerden oluşan Kültür Demetleri de (Cultural Clusers) oluşturulmuştur.

2.2.4.2. Trompenaars Kültürel Boyutlar Araştırması

Hollandalı Hofstede'in ülkedaşı Fons Trompenaars da bu alanda yaptığı çalışmalarıyla yükselen bir ilgiye sahip olan bir araştırmacıdır. Trompenaars, 43 farklı ülkeden toplam 8841 yöneticiye bir anket uygulamış, elde ettiği verileri analiz edip yedi ilişkisel yönelim, boyut belirlemiştir. Belirlediği yedi boyut Hofstede'in

boyutları ile benzerlikler göstermektedir. Trompenaars çalışmalarını on yıl kadar sürdürmüş ve 1994 yılında yayınlanmıştır. Trompenears kültürel boyutları aşağıda listelenmiştir (Trompenears and Turner, 1997);

- Başarı (Achievement)-Övgü (Ascription)
- Bireysellik (Individualism)- Toplulukçuluk (Collectivism)
- Nötr (Neutral)- Duygusal (Affective)
- Özel (Specific) –Yaygın (Diffuse)
- Evrensellik (Universalism)- Durumsal Olma (Particularism)
- Sıralı (Sequential)- Eşzamanlı (Synchronous)
- Özdenetim – Dış Denetim (Internal vs External Control)

Trompenaars çalışmasının sonuç bölümünde; ülkeler arasındaki kültürel farklılıkların temelinde farklı değer ve yargıların olduğunu ancak başka faktörlerinde etkisinin bulunduğunu ifade etmiştir (Trompenaars and Turner, 1997).

2.2.4.3. Dünya Değerler Araştırması

Dünya Değerler Araştırması (World Values Survey-WVS) aynı zamanda Inglehart araştırmaları olarak da bilinmektedir. Aşağı yukarı 100 ülkede uygulanmış olup, Dünya nüfusunun %90'nını temsil eden bir örneklemi kapsamaktadır. Toplumlar, Laik-Geleneksel ve Kendini Geliştirme-Yaşamsal boyutlarıyla değerlendirmektedir. Dalgalar halinde yapılmakta olup, ilk dalga 1982 yılında yapılmıştır. Tüm ülkeler için ortak bir anket formu kullanılarak yapılmaktadır. Dünya Değerler araştırması insan düşünce, davranış, inanış ve değerlerini içeren ve aşağı yukarı 400.000 katılımcı içeren konusundaki en büyük sosyal araştırma olma niteliğini taşımaktadır (WVS, 2018).

2.2.4.4. Schwartz Kültürel Boyutlar Araştırmaları

Shalom H. Schwartz (1992) kültürel değerlerin bireye özgü değerlerden kaynaklandığı temeline oturan tespitiyle ile kültürel boyutlar araştırmalarına yeni bir yaklaşım getirmiştir. Schwartz çalışmasında değişik kültür yapıları içinde yaşayan kişilerin yedi değişik değer özelliği gösterdiğini tespit etmiş ve bu değerleri kullanarak bireysel ve toplumsal kültür değerlendirmelerinin mümkün olabileceğini savunmuştur. Bu değerler değişik kültür yapılarında eşzamanlı gerçekleştirilen

ölçümler ile belirlenmiş olup, kültürel, dini, tarihsel, felsefi ve coğrafik unsurlar ve farklılıkların etkisi altındadır. Schwartz çalışmalarını kademeli olarak 60'ın üzerinde ülkeye ve katılımcı sayısını 60.000'e çıkartmıştır. Schwartz tarafından belirlenen kültürel boyutlar aşağıda sıralanmıştır (Schartz et al., 2002);

- Muhafazakârlık (Conservatism)
- Fikri, Düşünsel Özerklik (Intellectual Autonomy)
- Duygusal Özerklik (Affective Autonomy)
- Hiyerarşi, Silsileler Sistemi (Hierarchy)
- Eşitlikçilik (Egalitarianism)
- Üstünlük (Mastery)
- Uyum, Ahenk (Harmony)

Yukarıda bahsedilen çalışmalar, daha sonra 73 ülkeyi kapsayacak şekilde genişletilmiş ve uluslarüstü nitelikte evrensel 7 kültür demeti oluşturulmuştur (Schwartz, 2006).

2.2.4.5. Hofstede Kültürel Boyutlar Araştırmaları

Geert Hofstede tarafından 1967-1973 yılları arasında, 71 ülkede, 117,000 farklı IBM çalışanı üzerinde gerçekleştirilmiş olan çalışmalar (Hofstede, 2001) birçok yazar tarafından, literatürde yer alan kültürel boyut çalışmaları içerisindeki en etkili (Gürsoy and Umbreit, 2004), en fazla kabul görmüş, literatürde en sık olarak yararlanılan, en geniş kapsamlı (Reimann et al., 2008) kavramsal olarak sağlam temelli (Cross and Erdmann, 2000) ve alanında öncü (Drogendijk and Slangen, 2006) bir çalışma olarak gösterilmektedir. Bunlara ek olarak Hofstede'nin, ilk kez 1980 yılında ortaya attığı kültürel değer boyutları teorisi, farklı disiplinlerde, çığır açıcı, dönüşüm sağlayıcı (örn. Schwartz, 1992, Trompenaars and Hampden-Turner,1999) olarak değerlendirilmiştir (Erkenekli, 2011). Yine bir araştırmaya göre; Hofstede, son otuz yılda bilimsel atıf sayısı bakımından en önemli 10 yazar arasına girmiştir (Taras, 2006). Hofstede, bir kültürdeki insan ilişkilerini 6 temel boyuta ayırarak ortaya koymuştur. Bu boyutlar aşağıda listelenmiştir (Hofstede, 2001; Hofstede et al., 2010);

- Güç Mesafesi (Power Distance-PD)
- Belirsizlikten Sakınma (Uncertainity Avoidance- UA)
- Bireycilik -Toplulukçuluk (Individualism- Collectivism- IND)
- Erillik-Dişillik (Masculinity- Feminity- MAS)
- Uzun / Kısa Döneme Odaklanma (Long /Short Term Orientation-LTO)
- Hayatın Tadını Çıkarma – Kısıtlama (Indulgence vs Constraint-IVR)

Anılan boyutlar, bu araştırmada ülkelerin kültürel özelliklerinin belirlenmesi ve ülkelerin karşılaştırılması için temel olarak alınacak ve çalışmanın hipotezleri Hofstede kültürel boyutları doğrultusunda geliştirilecektir.

2.2.5. Kültürün Girişimcilik Üzerine Etkisi

Kültürün ekonomik gelişme üzerindeki önemli etkisi genelde kabul gören bir bir görüştür. Landes (1998: 516) ekonomik gelişme tarihinin kültürün etkisini açıkça ortaya koyduğunu savunur. Karl Marx ve Weber ekonomi ile kültür arasındaki ilişkiyi inceleyen ilk yazarlar olmuştur. Günümüze kadar yapılan pek çok çalışmada, ulusal kültürel özelliklerin ülkedeki bireylerin üretkenliğini, yaratıcılığını yenilikçiliğini önemli derecede etkilediği ortaya çıkmıştır (Shane 1992, 1993; Shane et al.,1995). Bunun yanında, Hofstede (2001) ulusal kültürün çeşitli ekonomik içerikli yönetsel davranışları da etkilediğini belirtmektedir.

Girişimcilik ve sosyolojik tabanı Weber (1930) ve Schumpeter (1934)'e kadar uzanmaktadır. Her ikisi de girişimcilik yaklaşımı ve davranışlarının kökeninde toplumların sosyo-kültürel yapısı ve değer sistemlerinin bulunduğunu savunmuşlardır. Ülkelerin girişimcilik performanslarındaki farklılığın en önemli faktörlerinden bir tanesinin de kültürel ve sosyal normlar olduğu genelde kabul gören bir görüştür (Minniti et al., 2006).

Ulusal kültür etkisini hem bireysel hem de sosyal seviyelerde göstermektedir. Shapero ve Sokol (1982: 83) girişimciliğin hayata geçmesinde gerekli olan sosyokültürel bileşenlerin etkisinin en fazla bireyin kişisel değer sisteminde görüldüğünü ifade etmektedirler. Girişimcilik yönelimlerini destekleyici nitelikte bir kültür ve değerleri bireyin bilişsel haritalarını ve girişimciliğe yaklaşımını şekillendirebilir (Krueger et al., 2013). Bu destekleyici değerler ve inançlar, bireyin

risk alma, bağımsız karar verme, üretkenlik ve girişimci olma arzusu gibi temel girişimcilik tutumunu etkileyebilir (Hofstede, 2010; Mueller and Thomas 2001; Hayton et al., 2002; Kreiser et al., 2010). Kültürün girişimciliğe yönelik yaklaşımları ve davranışları etkilemesini inceleyen pek çok çalışma yapılmıştır (örn. Soares et al., 2007; Baughn and Neupert, 2003; Hechavarria and Reynolds 2009; Suddle et al., 2010; Tiessen, 1997) ve bu çalışmaların bulguları ulusal kültürün çeşitli girişimcilik davranışları etkilediğini destekler niteliktedir.

Ulusal kültür ile girişimcilik performansı arasında bir bağlantı olduğu genel olarak kabul edilmesine rağmen, kültürün girişimcilik performansına nasıl ve hangi düzeyde etki ettiğine dair sorular tam olarak cevaplanmamıştır (Caccioti and Hayton, 2017). Kültürel boyutların etkisini araştıran karşılaştırmalı ülke çalışmalarının sonuçları çoğunlukla kafa karıştırıcı ve çelişkilidir (Hayton and Cacciotti, 2013). Gerek kültürün gerekse de girişimciliğin çok boyutlu ve soyut kavramlar olduğu bilinen bir gerçektir. Bunun yanında girişimciliği etkileyen sosyal kurumlar tam olarak tanımlanamamıştır (Bula, 2012; Hofstede, 2001; House et al., 2004; Ralston et al., 1997; Hui and Triandis, 1986). Bunlara ek olarak zaman boyutu ile ekonomik gelişmişlik seviyesinin kültürel boyutlarla etkileşimini içeren çalışmalar çok nadirdir (Davidsson and Winklund, 1997). Son olarak, araştırmaların genelinde; ülke sayısı, analiz birimi ve ölçüm yöntemleri açısından belirgin metodolojik kısıtlamalar mevcuttur. Tüm bu faktörler çalışmaların karşılaştırıp, elle tutulur, güvenilir sonuçlara ulaşılmasını zorlaştırmaktadır.

3. HİPOTEZ GELİŞTİRME

Kültür tabanlı bir araştırmanın metodolojisini belirlemekte ilk adım değişik kültür tipolojileri ampirik olarak ortaya koymaktır. Kültürün kavramsallaştırılması konusunda yapılan çeşitli çalışmalar (örn. Bond et al., 2004; Hofstede, 1980; House et al.,2004; Inglehart,1997; Schwartz, 1994) içinde Hofstede tarafından gerçekleştirilen kavramsallaştırma en fazla kabul gören çalışmadır (Kirkman et al., 2006). Kültür ve girişimcilik alanında yapılan araştırmalarda Hofstede (1980, 2001) kültürel boyutları en fazla kullanılan boyutlardır (Pinillos and Reyes, 2011). Bu nedenlerden dolayı çalışmanın hipotezleri Hofstede kültürel boyutları kullanılarak yapılacaktır.

Anılan boyutlar, bu araştırmada ülkelerin kültürel özelliklerinin belirlenmesi ve ülkelerin karşılaştırılması için temel olarak alınacaktır. Bu kararın gerekçesi Hofstede çalışmalarının yukarıda açıklanan ayırıcı özellikleridir. Hofstede tarafından geliştirilen kültürel boyut kavramları diğer araştırmacıların kültürel boyutlarına göreceli olarak daha detaylı olarak incelenecektir.

3.1. Güç Mesafesi Boyutu

Güç Mesafesi boyutu; kurumlar ve organizasyonların daha güçsüz üyelerinin gücün eşit dağılmadığını kabullendiği ve bunu beklediğini ifade eder. Bu bir eşitsizlik durumudur. Güç ve eşitsizlik her toplumun temel gerçekleridir (Hofstede, 2011). Boyut; gücün bireyler arasında eşitsiz dağılımını ve hiyerarşik yapılanmayı kabullenme eğilimini inceler. Ülke kültürleri arasındaki güç mesafesi boyutundaki farklılık kendisini ebeveyn-çocuk, öğretmen-öğrenci, üst-ast ve otorite-birey rol davranışlarında ifade eder.

Güç Mesafesi yüksek kültürlerde ünvan, statü, pozisyon gibi tasviri öğelere hayli önem verilip, saygı duyulmaktadır. İş ortamında çalışan ve yönetici arasındaki mesafe belirgin olup, korunmaktadır (Bozkurt, 2004: 68). Düşük güç mesafesine sahip toplumlarda ise toplumdaki bireyler arasında gücün dağılımı göreceli olarak daha eşittir. Sosyal sınıf ayırımı ve hiyerarşi yoktur. Güç Mesafesinin düşük olduğu kültürlerde güç sahibi kişilere yaklaşmak kolaydır. İş ortamında önemli kararların alınmasında çalışanların görüşüne başvurulmakta ve çalışanlar karar süreci içinde yer

almaktadır (Hofstede, 2001: 98). Güç Mesafesi boyutunun toplumsal ve örgütsel sonuçları Tablo 3.1' de özetlenmiştir.

Tablo 3.1. Güç Mesafesi Boyutu Özellikleri

Düşük Güç Mesafesi	**Yüksek Mesafesi**
Toplumsal Normlar-Değerler	
Hiyerarşi rollerin farklılığı anlamındadır.	Hiyerarşi doğuştan gelen eşitsizliktir.
Üstler kendileri gibi insanlardır.	Astlar üstleri farklı olarak görür.
Tüm bireyler birbirleri ile ilişikilidir.	Toplumun çok azı bağımsız, çoğu bağımlıdır.
Herkes eşit haklara sahiptir.	Güç toplumun temel gerçeğidir.
Eşitlik özgürlükten daha önemlidir.	Özgürlük eşitlikten daha önemlidir.
Üst düzey liderler gençtir.	Üst düzey liderler yaşlıdır.
Otorite sürekli akılcı tartışmalara dayanmaktadır.	Otorite geleneklere dayanmaktadır.
Yaşlı bireylere yönelik olumlu yaklaşımlar sergilenmektedir.	Yaşlı bireylere yönelik olumsuz yaklaşımlar sergilenmektedir.
Aile Yaşantısı	
Çocuklara eşit bireyler olarak davranılır.	Ebeveynler çocuklara itaati öğretir.
Çocuklar oynamalı ve eğlenmelidir.	Çocuklar sıkı bir şekilde çalışmalıdır.
Kısırlık boşanma sebebi olamaz.	Kısırlık boşanma sebebi olabilir.
Çocuklardan genç yaşta özellikle sosyal olarak kendilerine yeterli olması beklenir.	Çocuklar çok uzun bir süre yetersiz olarak görülür ve göz kulak olunur.
Çocuklar ebeveynlerine ve yaşlı akrabalarına aynı şekilde davranır.	Ebeveynlere ve yaşlı akrabalara saygı göstermek temel bir özelliktir ve hayat boyu sürer.
Güçlü ve güçsüz arasında gizli bir uyum vardır.	Güçlü ve güçsüz arasında gizli bir çatışma vardır.
Yaşlı bireyler saygı duyulması veya korkulması gereken kimseler değildir.	Yaşlı bireylere saygı duyulur ve onlardan korkulur.
Çocuklar boş vakitlerini değerlendirmelidir.	Çocuklar sürekli çok çalışmalıdır.
Çocuklar sosyal ahlak kurallarına uymalıdır.	Sosyal ahlak kurallarına gayri resmi bir hoşgörü sergilenir.
Çocuklar ailelerine ve yaşlı akrabalarına eşitlikçi bir yaklaşım benimsemektedir.	Aileye ve yaşlı akrabalara saygı hayat boyu devam eden temel bir erdemdir.
Çocuklar aileler için bir yaşlılık sigortası olarak görülmemektedir.	Çocuklar aileler ve özellikle babalar için bir yaşlılık sigortası olarak görülmektedir.

(devam)

Tablo3.1. Devam

Okul Yaşantısı	
Sınıf içi iletişimin bir kısmını öğrenci başlatmaktadır.	Sınıf içi iletişimin tamamını öğretmen başlatmaktadır.
Öğretmenler öğrencilere eşitlikçi bir yaklaşım benimsemektedir.	Öğrenciler öğretmenlere bağımlıdır.
Öğrenciler öğretmenlere eşitlikçi bir yaklaşım benimsemektedir.	Öğrenciler öğretmenlere sınıf dışında bile saygıyla yaklaşmaktadır.
Eğitim öğrenci merkezlidir.	Eğitim öğretmen merkezlidir.
Öğretmenler, öğrencilerden sınıf içerisinde insiyatif almasını beklemektedir.	Sınıf içerisindeki tüm insiyatif öğretmenlere aittir.
Öğretmenler kişisel olmayan gerçeklerin iletilmesinde görev yapan uzmanlardır.	Öğretmenler kişisel bilgeliklerini ileten gurulardır.
Aileler öğretmenlere karşı öğrenciden yana tavır takınabilir.	Ailelerden öğrencileri disiplin altında tutmak adına öğretmenden yana tavır almaları beklenir.
Öğrenmenin kalitesi iki yönlü iletişime ve öğrencinin yetkinliğine bağlıdır.	Öğrenmenin kalitesi öğretmenin yetkinliğine bağlıdır
Eğitim sistemi orta düzeye odaklanmıştır.	Eğitim sistemi üst düzeye odaklanmıştır.
Teknolojinin faydalarına yönelik daha makul beklentiler vardır.	Teknolojinin faydalarına yönelik yüksek beklentiler vardır.
Çalışma Yaşantısı	
Örgüt içi hiyerarşi, uyum için yapılandırılmış rol eşitsizliği anlamına gelmektedir.	Örgüt içi hiyerarşi, astlar ve üstler arasında var olan eşitsizliği yansıtmaktadır.
Basık Organizasyon yapıları (Ara kademe orta düzey yöneticilerinin daha az olduğu yapı)	Dikey organizasyon yapıları (Ara kademe orta düzey yöneticilerin daha fazla olduğu yapı)
Denetleyici personel sayısı azdır.	Denetleyici personel sayısı fazladır.
Yöneticiler kendi deneyimlerine ve astlarına güvenmektedir.	Yöneticiler denetleyicilere ve resmi kurallara güvenmektedir.
Astlar kendilerine danışılmasını bekler.	Astlar kendilerine emir verilmesini bekler.
İdeal patron becerikli, iş bitirici düzenli bir demokrattır ve desteğe ihtiyacı vardır.	İdeal patron koruyucu bir otokrat veya iyi bir babadır.
Ast-üst ilişkisi pragmatiktir.	Ast- üst ilişkileri polarizedir.
El işleri ile ofis işleri benzer statüdedir.	Beyaz yaka işler mavilerden daha önemlidir.

Kavnak: Hofstede, 2001; Hofstede et al., 2010

Özetlemek gerekirse, Güç Mesafesi, toplumda gücün ve otoritenin eşit dağılmadığının toplumun göreceli olarak daha güçsüz kişileri tarfından kabullenilmesinin bir ölçüsüdür (Hofstede, 2001:98). Güç mesafesi ile girişimcilik arasındaki ilişkiyi inceleyen daha önceki çalışmalar (örn. Hofstede, 2001; Hayton et al., 2002; Mitchell et al., 2000; Shane, 1992), boyutun girişimciliği olumsuz yönde etkilediğini belirtmektedir. Bu savın temelinde ise, yüksek Güç Mesafesi endeksine sahip ülkelerde, nisbeten daha güçsüz bireyler girişimciliğin sadece bir kesimin işi olduğunu düşünecekler ve fırsatları takip etmeyeceklerdir kabulu vardır. Buna ek olarak gerekli yeteneklere ve kaynaklara erişimleri de kısıtlı olabilir.

Güç Mesafesinin girişimciliğe etkisi konusunda çelişkili görüşler olmasına rağmen (örn. Mc Grath et al.,1992; Hofstede et al., 2004), Güç Mesafesi ile bağımsızlık, otonomi isteğinin ters yönde ilişkili olduğunu belirten Hofstede teorisi (Hofstede, 2001), girişimcilerin başarı odaklı olmaları, doğalarında bağımsızlık duygusu taşımalarından dolayı daha anlamlı gelmektedir. Bu sebeblerden dolayı boyuta yönelik hipotezler aşağıdaki şekilde düzenlenmiştir;

H_{1a}: Güç Mesafesi girişimcilik yaklaşımlarını olumsuz etkiler.

H_{1b}: Güç Mesafesi girişimcilik yeteneklerini olumsuz etkiler.

H_{1c}: Güç Mesafesi girişimcilik amaçlarını olumsuz etkiler.

H_{1d}: Güç Mesafesi kümülatif olarak girişimciliği olumsuz etkiler.

3.2. Bireyselcilik- Toplulukçuluk Boyutu

Bireyselcilik, bireyler arası ilişkilerin zayıf olduğu, herkesin sadece kendi benliği ve yakın aile çevresi ile ilgileneceği beklentisinin hüküm sürdüğü toplumlarda kendisini göstermektedir. Toplulukçuluk (Kollektivizm) ise, bireyin doğduğu andan itibaren tüm yaşamı boyunca sorgusuz bir sadakat ile korunacağı güçlü ve birbirine bağlı iç gruplarla bütünleştiği toplumlar için geçerli bir kavramdır (Hofstede, 2001: 225).

Kavramın bir ucunda Bireyselcilik, diğer ucunda ise Toplulukçuluk (Kollektivizm) vardır. Toplulukçuluk en basit ifade ile üyelerinin toplulukla ne oranda bütünleştiklerinin derecesidir. Bireyselciliğin baskın olduğu toplumlarda;

bireyler arası ilişkiler gevşektir, herkes kişilerin kendisi ve yakın çevresi ile ilgilenmesini bekler. Diğer uçta olan Toplulukçulukta ise bireyler güçlü bağları olan, koruyucu bir topluluk içinde doğarlar ve yaşamlarını sürdürdüler. Boyutun toplumsal, aile, okul ve iş yaşantısı yansımaları Tablo 3.2'de gösterilmiştir.

3.2. Bireyselcilik –Toplulukçuluk Boyutu Özellikleri

Düşük Bireyselcilik	**Yüksek Bireyselcilik**
Toplumsal Normlar-Değerler	
"Biz" bilinci.	"Ben" bilinci.
Yüksek içerikli iletişim geçerlidir.	Düşük içerikli iletişim geçerlidir.
Değer standartları herkes için aynıdır.	Grup içi ve grup dışı değer standartları farklılık göstermektedir.
Ait olma olgusuna vurgu yapılmaktadır.	Hayattan zevk alma önceliklidir.
Bireyin kurum ve örgütlere yönelik duygusal bir bağımlılığı söz konusudur.	Bireyin kurum ve örgütlere yönelik herhangi bir duygusal bağımlılığı söz konusu değildir.
Kişilerarası ilişkilerde devamlılık esastır.	Kişilerarası ilişkiler devamsızlık göstermektedir.
Uzmanlık, emir, görev, güvenlik olguları örgüt veya grup tarafından sağlanmaktadır	Özerklik, çeşitlilik, zevk ve bireysel finansal güvenlik ön plandadır.
Çok tanrılı inanç söz konusudur.	Tek tanrılı inanç söz konusudur.
Özel yaşam bireyin ait olduğu kurum ve örgütler tarafından ihlal edilmektedir.	Her bir bireyin özel bir yaşantıya sahip olma hakkı bulunmaktadır.
Grup kararları daha iyidir.	Bireysel kararlar daha iyidir
Geleneksel toplum özellikleri görülmektedir.	Modern toplum özellikleri görülmektedir.
Arkadaşlıklar sosyal ağlar vasıtasıyla önceden belirlenmektedir.	Özel arkadaşlıklar kurulmasının önemi vurgulanmaktadır.
Kazanç, ilgi çekici çalışmalardan daha önemlidir.	İlgi çekici çalışmalar kazanç kadar önemlidir.
Öğrencilere yaşamın içindeki görevler çekici getirilmeye çalışılmaktadır.	Öğrencilere yaşamın içindeki eğlenceler çekici getirilmeye çalışılmaktadır.
Aile Yaşantısı	
Birey akrabaları veya bir grupla birlikte veya bunlara yakın yaşamaktadır.	Birey çekirdek ailesi ile birlikte yaşamaktadır.
Güçlü aile bağları vardır, sık ziyaretler yapılır.	Zayıf aile bağları vardır, nadir ziyaret yapılır

(devam)

Tablo 3.2. Devam

Daha az boşanma oranı.	Daha yüksek boşanma oranı.
Çocuksuz bir evlilik eksik kalmıştır.	Çocuksuz bir evlilik tercih edilebilir
Evlilikler genellikle önceden ayarlanır	Evliliklerin aşk tabanlı olması beklenir.
Anneler yaşlandıklarında çocuklar ile birlikte yaşamak isterler	Annelerin yaşlandıklarında yalnız olarak yaşamaları beklenir.
Aile yaşam boyu bağlılık karşılığında korunma sunar.	Çocukların mümkün olan en kısa zamanda kendi başlarının çaresine bakması beklenir.
"Evim benim yuvamdır" anlayışı.	Sosyal etkinliklere yoğun katılım.
Okul Yaşantısı	
Öğretmen öğrencilerle grup olarak iletişime geçmektedir.	Öğretmen öğrencilerle bireysel iletişime geçmektedir.
Öğrencilerin bireysel insiyatif almalarından sakınılmaktadır.	Öğrencilerin bireysel insiyatif almaları teşvik edilmektedir.
Öğrenciler ancak ait oldukları grup tarafından onaylandıktan sonra konuşabilmektedir	Öğrencilerin sınıf içerisinde bireysel olarak konuşması beklenmektedir.
Sınıf içerisinde uyum, itibar ve utanma olguları söz konusudur.	Öğrencilerin özleri saygı duyulması gereken unsurlardır.
Başka ülkelerden gelen öğrencilerin dillerine saygı duyulması çok gerekli değildir.	Başka ülkelerden gelen öğrencilerin dillerine son derece saygı duymaktadır
Eğitimin amacı nasıl yapılacağının öğrenilmesidir.	Eğitimin amacı nasıl öğrenileceğinin öğrenilmesidir.
Diplomalar yüksek statülü gruplara girişi sağlamaktadır.	Diplomalar ekonomik değeri ve öz itibarı artırmaktadır.
Öğrencilerin cinsiyetleri ve dini inançları kimlikleri için önem arz etmektedir.	Öğrencilerin cinsiyetleri ve dini inançları kimlikleri için daha az önem arz etmektedir
Çalışma Yaşantısı	
Çalışanlar, ait oldukları grubun ilgilerine göre hareket etmektedir.	Çalışanlar "iktisadi adam" kuramı çerçevesinde hareket etmektedir.
Çalışan-işveren ilişkileri manevi değerler üzerinde gelişmektedir.	Çalışan-işveren ilişkileri iş çerçevesinde gelişmektedir.
Çalışanın örgüte yönelik bağlılığı yüksektir.	Çalışanın örgüte yönelik bağlılığı düşüktür.
Çalışanlar grup olarak çalıştıklarında en iyi performansı sergilemektedir.	Çalışanlar bireysel olarak çalıştıklarında en iyi performansı sergilemektedir.
İşletme çalışanlardan sorumludur.	Çalışanlar kendilerinden sorumludur.
İş ortamında kişisel ilişkiler görev ve işletmenin önünde gelmektedir	İş ortamında görev ve işletme kişisel ilişkilerin önünde gelmektedir

(devam)

Tablo 3.2. Devam

Daha az kontrol ve daha kısa çalışma saatleri söz konusudur.	Daha fazla kontrol ve daha uzun çalışma saatleri söz konusudur.
Çalışanlar arası ilişkiler grup içinde işbirlikçi, grup dışında düşmancadır.	Çalışanlar arası ilişkiler grup kimliklerinden bağımsızdır.
Bireyin arkadaşlarına, diğerlerinden daha iyi davranması etik dışı olarak kabul edilmektedir.	Bireyin arkadaşlarına, diğerlerinden daha iyi davranması normaldir.
Meslekler arası sosyal hareketlilik yüksektir.	Meslekler arası sosyal hareketlilik nispeten düşüktür.
Küçük ve yerli sermayeli işletmeler çekici gelmektedir.	Büyük, yabancı sermayeli, başarılı ve modem işletmeler çekici gelmektedir

Kavnak: Hofstede, 2001; Hofstede et al., 2010; Wu, 2005)

Kültürün girişimcilik üzerine etkisini inceleyen pek çok çalışmada Bireyselciliğin girişimciliği desteklediği görülmektedir (Mueller and Thomas, 2001). Bu savın gerekçesi bireyselcilik endeksinin yüksek olduğu toplumlarda, baskın değerler girişimci eğilimleri destekler nitelikte olduğundan girişimciler için daha uygun bir ortam sağlandığıdır. Bu yüzden toplum girişimciliğe olumlu ve destekleyici yaklaşır (Morris et al., 1993; Pinillos and Reyes, 2011).

Bireyselciğin girişimciliği olumlu yönde etkilediğini gösteren ampirik çalışmalar (örn McGrath et al.,1992; Mueller and Thomas, 2001 olduğu gibi, Toplulukçuluğun girişimciliği desteklediğini savunan ampirik çalışmalar da (örn.Acs et al., 1992; Wu, 2007) mevcuttur. Bu yüzden bireyselciliğin girişimciliği destekler nitelikte olduğu sonucu kesin değildir. Bireyselciliğin girişimciliği etkisi konusunda yaptıkları bir çalışmada Pinollos ve Reyes (2011) ilginç sonuçlar elde etmiştir. Bulgularına göre; ülkenin ekonomik gelişmişlik düzeyi düşük veya orta ise bireyselcilik girişimciliği olumsuz yönde, ekonomik gelişmişlik düzeyi yüksek ise olumlu etkilemektedir. Bu çalışma, girişimcilik üzerine etkileri açısından ekonomik gelişmişlik düzeyi ve kültürel boyutların karşılıklı etkileşime girdikleri konusunda güzel bir örnektir ve bu çalışmada tüm boyutları kapsayacak şekilde incelenecektir.

Özetlemek gerekirse, bireyselci toplumlar, toplumdan ziyade bireyin kendisine odaklanıp, kendine güven, insiyatif alma ve cesaret gibi girişimciliğe özgü değerlere önem verdiğinden girşimciliğe olumlu etkisi olduğu düşünülebilir. Bireysel seviyede girişimciler yüksek bir başarı motifi ile hareket ederler (McClelland, 1961) ve

yüksek seviyede kontrol odaklıdırlar (Mueller and Thomas, 2001). Bu bilgiler ışığında, boyuta yönelik hipotezler aşağıdaki şekilde düzenlenmiştir;

H_{2a}: Bireyselcilik girişimcilik yaklaşımlarını olumlu etkiler.

H_{2b}: Bireseylcilik girişimcilik yetenekleri olumlu etkiler.

H_{2c}: Bireyselcilik girişimcilik amaçlarını olumlu etkiler.

H_{2d}: Bireyselcilik kümülatif olarak girişimciliği olumlu etkiler.

3.3. Erillik- Dişillik Boyutu

Erillik ve karşıtı olan Dişillik bireysel değil toplumsal bir özelliktir ve toplumda değerlerin cinsiyet farklılığı üzerinde dağılımını ifade eder (Hofstede, 2011). Erillik, sosyal cinsiyet rollerin açıkça belirgin olduğu toplumlarda kendisini göstermektedir. Bu toplumlarda erkekler iddialı, dayanıklı, sert ve maddi başarılara odaklanmış olmak durumunda iken, kadınlar ise daha alçakgönüllü ve şefkatli bir tutum sergilemekte ve yaşamın kalitesine yönelik endişeler geliştirmektedir. Sosyal cinsiyet rollerinin birbiri ile örtüştüğü Dişillik boyutunda ise hem erkekler hem de kadınlar alçakgönüllü ve şefkatli olmakta ve yaşamın kalitesi ile ilgilenmektedir (Hofstede, 2001: 297).

Hofstede 2006 yılında vermiş olduğu bir röportajında, söz konusu boyutun kadın veya erkek olmakla ilgisi olmadığını, eril ve dişil tarzda hareket etmekle alakalı olduğunu ifade etmiştir (Powell, 2006). Bu anlamda Erillik-Dişillik boyutunu cinsiyet farklılığı temelinde değil, kültürel anlayış temelinde ele almak daha doğru olacaktır. Başka bir ifadeyle, bir erkek dişil özellikler gösterebileceği gibi; bir kadın da eril kültür özelliklerine sahip olabilmektedir. Boyuta yönelik genel özellikler Tablo 3.3'de gösterilmiştir.

Tablo 3.3. Erillik – Dişillik Boyutu Özellikleri

Dişillik	**Erillik**
Toplumsal Normlar ve Değerler	
İlişki yönelimli bir tutum söz konusudur.	Benlik yönelimli bir tutum söz konusudur.

(devam)

Tablo 3.3. Devam

Yaşam kalitesi ve insanlar önemlidir.	Para önemlidir.
Bireyin kim olduğuna vurgu söz konusudur.	Bireyin ne yaptığına vurgu söz konusudur.
Yaşamak için çalışmak söz konusudur.	Çalışmak için yaşamak söz konusudur.
Cinsiyetler arasında duygusal ve sosyal roller çerçevesinde ayrım asgaridir.	Cinsiyetler arasından duygusal ve sosyal roller çerçevesinde ayrım azamidir.
Küçük ve yavaş olan güzeldir.	Büyük ve hızlı olan güzeldir.
Cinsiyet rolleri esnek olmalıdır, cinsiyet eşitliği arzu edilen bir durumdur.	Toplum içerisinde cinsiyet rolleri açık biçimde farklılaşmalıdır
Erkekler ve kadınlar arasında değer kapsamında neredeyse hiç fark yoktur.	Erkek ve kadın değerleri oldukça farklıdır.
Grup kararlarına yönelik daha olumlu bir tutum söz konusudur.	Bireysel kararlara yönelik daha olumlu bir tutum söz konusudur.
İlişkisel öz söz konusudur.	Öz, benliktir.
Din insan odaklıdır.	Din tanrı veya tanrılar odaklıdır.
Gönüllü etkinliklere ve kuruluşlara katılım yüksektir.	Gönüllü etkinliklere ve kuruluşlara katılım düşüktür.
Erkek ve kadın alçakgönüllü olmalıdır.	Erkek öz güvenli ve hırslı olmalıdır; kadın da öz güvenli ve hırslı olabilir.
Erkek ve kadın şefkatli olmalı ve hem ilişkiye hem de performansa önem göstermelidir.	Erkek dayanıklı olmalı ve performansa önem göstermeli; kadın şefkatli olmalı ve ilişkiye önem göstermelidir.
Aile Yaşantısı	
Çocuğun sosyalleşme sürecinde cinsiyet ayrımı asgari düzeydedir.	Çocuğun sosyalleşme sürecinde cinsiyet ayrımı konusunda güçlü bir ayrım söz konusudur.
Benzer rol modeller söz konusudur.Hem anne hem de baba olaylarla ve duygularla ilgilenir.	Farklı rol modeller söz konusudur: Baba olaylarla, anne duygularla ilgilenir.
Kazanım ve önemseme rolleri eşler tarafından birlikte yerine getirilmektedir.	Standart yapıya göre baba kazanır, anne ilgilenir.
Hem erkek çocuk hem de kız çocuk ağlayabilir ancak asla kavga etmemelidir.	Kız çocuğu ağlar, erkek çocuk ağlamaz; erkek çocuk direnir, kız çocuk kavga etmemelidir.
Oyun ortamında cinsiyete göre bir farklılık söz konusu değildir.	Erkek çocuk performans oyunlarına; kız çocuk ise ilişkisel oyunlara yönelmektedir.
Hem erkek hem de kız çocuk şefkatli olma yönünde eğitim almaktadır.	Hem erkek hem de kız çocuk hırslı olma yönünde eğitim almaktadır.
Ev ve aileye yönelik olumlu duygular gelişmektedir.	Ev yaşantısına yönelik düşük bir tatmin söz konusudur.
Çocuklar saldırgan tavırlar sergilememektedir.	Çocuklar saldırgan tavırlar sergileyebilmektedir.
Arkadaşlar ve tanıdıklar önemlidir.	Aile önemlidir. (devam)

Tablo 3.3. Devam

Aile çocuğun sevgisini ve saygısını kazanmalıdır.	Çocuk, ailenin tutum ve davranışı ne olursa olsun, sevgi ve saygı göstermelidir.
Eşlerin kendi özel ilgileri vardır.	Eşler ilgileri paylaşmalıdır.
Çocuk sayısına anne karar vermektedir.	Ailenin büyüklüğüne baba karar vermektedir.
Okul Yaşantısı	
Öğretmenlerin arkadaşça tavır sergilemeleri takdir edilmektedir.	Öğretmenlerde zekâ parlaklığı takdir edilmektedir.
Öğrencilerin sosyal uyumu önemlidir.	Öğrencilerin performansı önemlidir.
"Sınıfta kalma" büyütülmemesi gereken bir durumdur.	"Sınıfta kalma" felakettir.
Zayıf ve güçsüz öğrencilerin teşvik edilmesi söz konusudur.	İyi ve başarılı öğrencilerin ödüllendirilmesi söz konusudur.
Özel bir ödül söz konusu değildir.	Başarılı öğrencilere ve öğretmenlere ödül verilmektedir.
Rekabetçi sporlar müfredat dışı tutulmaktadır.	Rekabetçi sporlar müfredatın bir parçasıdır.
Norm öğrenci ortalama öğrencidir.	Norm öğrenci en iyi öğrencidir.
Öğrenci sorunları önemsenir	Öğrenci sorunları pek önemsenmez.
Küçük çocukların öğretmenleri erkek veya kadın olabilmektedir.	Küçük çocukların öğretmenleri sadece kadın olabilmektedir.
Öğrenciler aynı konularda çalışabilmektedir.	Erkek ve kız öğrenci ayrımı vardır.
Çalışma Yaşantısı	
Yöneticiler diğer çalışanlar ile aynı statüdedir.	Yöneticiler kültür kahramanlarıdır.
Yöneticiler sezgilerini kullanma, duygularla baş edebilme ve fikir birliği sağlama beklentilerine sahiptir.	Yöneticiler kararlı, güvenilir, öz güvenli, adil ve rekabetçidir.
Başarılı yöneticilerin hem kadın hem de erkek kişilik özelliklerine sahip olduğu düşünülmektedir.	Başarılı yöneticilerin sadece erkek kişilik özelliklerine sahip olduğu düşünülmektedir.
Yönetimde daha fazla kadın çalışana rastlanmaktadır.	Yönetimde nispeten az kadın çalışana rastlanmaktadır.
Cinsiyetler arası ücret farklılığı nispeten düşüktür.	Cinsiyetler arası ücret farklılığı yüksektir.
Kadınlar, kadın patron tercihinde bulunmaktadır.	Kadınlar, erkek patron tercihinde bulunmaktadır.
Yöneticilerin kariyer beklentileri mütevazıdır.	Yöneticilerin kariyer beklentileri yüksektir.
Yöneticiler kariyer nedenlerinden aile yaşamlarının olumsuz yönde etkilenmesine nispeten az hazırlıklıdır.	Yöneticiler kariyer nedenlerinden aile yaşamlarının olumsuz yönde etkilenmesine daha hazırlıklıdır.

(devam)

Tablo 3.3. Devam

Kadın yöneticiler önceliklerini ailelerine vermekte ve kariyerlerini ona göre ayarlamaktadır.	Kadın yöneticiler önceliklerini kariyerlerine vermekte ve aile yapılarını ona göre ayarlamaktadır.
İş görüşmelerinde aday kendisini olduğu düzeyin altında göstermektedir.	İş görüşmelerinde aday kendisini olduğu düzeyin üzerinde göstermektedir.
Çatışmalar problem çözme, uzlaşma ve anlaşma yolları ile çözülmektedir.	Çatışmalar, çatışmaların görmezden gelinmesi veya "en iyi" olan kazanana kadar mücadele edilmesi yollarıyla çözülmektedir.
Düşük iş stresi ve düşük duygusal tükenmişlik belirtileri görülmektedir.	Yüksek iş stresi ve daha fazla duygusal tükenmişlik belirtileri görülmektedir.
Daha az çalışma saati öncelikle beklenmektedir.	Daha yüksek ücret öncelikle beklenmektedir.
Hizmet ve tarım sektöründe rekabet avantajı sağlanmaktadır.	Üretim sektöründe rekabet avantajı sağlanmaktadır.
Yaşama alanı ve çalışan güvenliği önemlidir.	Terfi ve kazanımlar önemlidir.
Özel hayatın korunmasına vurgu yapılmaktadır.	Çalışanın özel hayatına müdahale edebilir.

Kavnak: Hofstede, 2001; Hofstede et al., 2010; Wu, 2005)

Kültür ve girişimcilik çalışmalarının çoğunluğunda araştırmacılar ideal girişimcinin eril özellikler taşıdığını varsaymışlardır (Hayton et al., 2002; Hofstede, 1980; Shane, 1992). Bu varsayımı destekleyen bazı ampirik çalışmalarda mevcuttur (McGrath et al.,1992; Ahl, 2006; Gupta et al., 2009). Diğer taraftan Wu (2007) ve Osoba (2009) Erilliğin girişimcilik üzerinde önemli bir etkisinin olmadığını savunmaktadır.

Yüksek Erillik endeksine sahip toplumların bireyleri bağımsız, güçlü, hırslı olmaları gerektiği yönünde eğitildikleri için, bu toplumlarda girişimciliğin destekleneceğini düşünülebilir. Bu tür toplumlarda, başarı zenginlik ve mevki sahibi olmakla ölçülmekte, başarılı bir kariyer ve bağımsızlık baskın değerler olarak gözükmektedir. Göreceli olarak daha dişil toplumlarda ekonomik gelişmişlik toplumun öncelikli hedefi olmayabilir. Bu tür toplumlarda güvenli bir çevre ve iş birliği anlayışının daha önemli olduğunu düşünebiliriz. Bu görüşler ışığında, boyuta yönelik hipotezler aşağıdaki şekilde düzenlenmiştir;

H_{3a}: Erillik girişimcilik yaklaşımlarını olumlu etkiler.

H_{3b}: Erillik girişimcilik yeteneklerini olumlu etkiler.

H_{3c}: Erillik girişimcilik amaçlarını olumlu etkiler.

H_{3d}: Erillik kümülatif olarak girişimciliği olumlu etkiler.

3.4. Belirsizlikten Sakınma Boyutu

Belirsizlikten Sakınma Boyutunun temel anlamı bir kültürün bireylerinin yapısal olmayan durumlar karşısında ne kadar rahat hissettikleri konusunda programlanmasıdır. Yapısal olmayan durumlar yeni, şaşırtıcı, bilinmeyen ve olağandan farklı durumlardır. Belirsizlikten sakınan toplumlar bu tür durumların ortaya çıkmasını katı davranış normları, kanunlar, kurallar ile tek ve mutlak olan bir gerçeğe inanarak asgariye indirmeye çalışırlar (Hofstede, 2011).

Hofstede (2011) belirsizliğin temelinde söz konusu öznel deneyimin ve bu deneyimle bireyde ortaya çıkan duygunun var olduğunu ifade etmektedir. Bu çerçevede; belirsizlikten sakınma kavramı bireyin bilinmeyen, yapısal olmayan, alışılmamış, tahmin edilemeyen, açık olmayan veya belirsiz durumlar karşısında rahatsız olmak, kendisini tehlikede hissetmek, belirsizlik ortamını ortadan kaldıracak yazılı, resmi kural yapıları geliştirmek, uzmanlık kavramına inanmak, muhafazakâr davranış kalıpları sergilemek veya değişimin hiç olmadığı ya da yavaş ilerlediği alanlara yönelmek gibi belirliliği artıracak bazı inanç sistemleri ve kurumları yaratma ve durağanlığı tercih etme şeklinde tanımlanabilmektedir (Blodgett et al., 2008; Reimann et al., 2008; Signorini et al., 2009). Boyuta ait genel özellikler Tablo 3.4'de gösterilmiştir.

Tablo 3.4. Belirsizlikten Sakınma Boyutu Özellikleri

Düşük Belirsizlikten Sakınma	**Yüksek Belirsizlikten Sakınma**
Toplumsal Normlar-Değerler	
Yaşamın doğasında olan belirsizlik nispeten kolay kabul edilir. Huzur, düşük stres ve endişe düzeyi söz konusudur.	Yaşamın doğasında olan belirsizlik savaşılması gereken sürekli bir tehdit olarak kabul edilir. Yüksek stres, endişe düzeyi ve nevroz söz konusudur.

(devam)

Tablo 3.4. Devam

Meşgul olmak başlı başına bir erdem değildir.	Meşgul olma yönünde içsel bir dürtü söz konusudur.
Duyguların gizlenmesi söz konusudur.	Duyguların ifade edilmesi söz konusudur.
Toplumda düşük endişe düzeyi söz konusudur.	Toplumda yüksek endişe düzeyi söz konusudur.
Öznel bir mutluluk söz konusudur.	Nispeten düşük öznel mutluluk düzeyi söz konusudur.
Mutsuz birey sayısı nispeten azdır.	Mutsuz birey sayısı nispeten fazladır.
Kişilik testlerinde uzlaşmacılık skoru yüksektir.	Kişilik testlerinde nevrotiklik skoru yüksektir.
Değişime yönelik daha az direnç gösterilmektedir.	Değişime yönelik daha fazla direnç gösterilmektedir.
Duygular kontrol altında tutulmalıdır.	Duyguların ifade edilmesi normaldir.
Değişime ve yeniliğe açık olma durumu söz konusudur.	Muhafazakârlık, yasalara ve emirlere itaat söz konusudur.
Bilinmeyen risklerin alınmasına yönelik eğilim vardır.	Sadece bilinen riskler alınmakta; bilinmeyen belirsiz durumlardaki riskten kaçınılmaktadır
Mutluluk hissi paylaşılmaktadır.	Mutluluk hissi geniş bir biçimde ayrışmaktadır.
Belirsizlik ve kaos ile uyum söz konusudur.	Belirginliğe ihtiyaç duyulmaktadır.
Üst benlik düşük düzeyde gelişmiştir.	Üst benlik oldukça gelişkindir.
Vatandaşların protestoları olağan sayılmaktadır.	Vatandaşların protestoları hoş karşılanmamaktadır.
Aile Yaşantısı	
Geleneksel olmayan cinsiyet rolleri kabul edilmektedir.	Geleneksel cinsiyet rolleri tercih edilmektedir.
Aile duygularını kontrol altında tutmaktadır.	Aile duygusal olarak hareket etmektedir.
Aile yaşamında yüksek oranda tatmin ve rahatlık söz konusudur.	Aile yaşamında tatmin düşük, stres yüksek düzeydedir.
Neyin kötü veya tabu olduğuna dair hoşgörülü kurallar vardır.	Neyin kötü veya tabu olduğuna dair sert kurallar vardır.
Gerçek göreceli bir kavramdır.	Gerçek mutlak bir kavramdır.
Az sayıda olan aile içi kurallar, çocukların uyamadığı durumlarda değiştirilebilir.	Birçok kural vardır: eğer çocuklar kurallara uymazsa cezalandırılırlar.
Üst benlik düşük düzeyde gelişmiştir.	Üst benlik oldukça gelişkindir.

(devam)

Tablo 3.4. Devam

Çocuklara dünyanın iyi bir yer olduğu öğrenir.	Çocuklar dünyanın tehlikeli olduğunu öğrenir.
Çocuklar bilinmeyen durumlarla karşı karşıya kalmaktadır.	Çocuklar bilinmeyene karşı korunmaktadır.
Farklılaştırılmamış ve resmi olmayan iletişim söz konusudur.	Tam anlamıyla farklılaştırılmış iletişim söz konusudur.
Okul Yaşantısı	
Öğrenciler açık uçlu öğrenim durumları ve etkin tartışma ortamı beklemektedir.	Öğrenciler yapısal öğrenim durumları beklemekte ve doğru cevabı aramaktadır.
Öğretmenler, “Bilmiyorum" diyebilmektedir.	Öğretmenlerin her şeyi bilmesi gerekmektedir.
Öğrenciler için bağımsızlık önemlidir.	Kız öğrenciler için geleneksel cinsiyet modelleri geçerlidir.
Öğrenciler gerçeğin göreceli olduğunu öğrenmektedir.	Öğrenciler gerçeğin kesin olduğunu öğrenmektedir.
Öğrenciler başarıyı kendi yeteneklerine dayandırmaktadır.	Öğrenciler başarıyı çabaya, kavrama ve şansa dayandırmaktadır.
Öğrencilerin öz-yeterlilik düzeyleri yüksektir.	Öğrencilerin öz-yeterlilik düzeyleri düşüktür.
Ailenin fikirleri öğretmenler tarafından önemsenmektedir.	Aile öğretmenin bir uzantısı olarak görülmektedir.
Çalışma Yaşantısı	
İşverene karşı sadakat ve bir işte ortalama kalma süresi düşük düzeydedir.	İşverene karşı sadakat ve bar işte ortalama kalma süresi yüksek düzeydedir.
Kesin olarak gerekmedikçe kurallara ihtiyaç duyulmamaktadır.	Bir amaca hizmet etmese dahi, kurallara yönelik duygusal bir ihtiyaç söz konusudur.
Kurallar pragmatik nedenlerden ötürü çiğnen-mektedir.	Kurallar önemlidir ve dikkatli bir şekilde takip edilmelidir.
Nispeten küçük işletmeler tercih edilmekte, serbest meslek tercihi fazla yapılmamaktadır.	Nispeten büyük işletmeler ve yüksek düzeyde serbest meslek tercih edilmektedir.
Teknolojik çözümlere yönelik şüphecilik söz konusudur.	Teknolojik çözümlere yönelik güçlü bir çekim söz konusudur.
Yenilikçiler kendilerini kurallardan bağımsız hisseder.	Yenilikçiler kendilerini kurallar tarafından sınırlandırılmış hisseder.
Üst yöneticiler strateji içerisinde yer almaktadır.	Üst yöneticiler uygulama içerisinde yer almaktadır.
Üstlerin gücü konuma ve ilişkilere bağlıdır.	Üstlerin gücü belirsizliği kontrol etme güçlerine bağlıdır.
Yapılarda ve izleklerde belirsizliğe karşı hoşgörü söz konusudur.	Yönetimde yüksek düzeyde resmileştirilmiş bir kavrayış söz konusudur.
Dönüşümcü lider rolü kabul görmektedir.	Hiyerarşik kontrol rolü kabul görmektedir.

(devam)

Tablo 3.4. Devam

Gerektiğinde çalışanlar kuralları çiğneyebilir.	İşletme kuralları çiğnenemez.
Düşük iş stresi söz konusudur.	Yüksek iş stresi söz konusudur.
İşletme sadakati bir erdem olarak kabul edilmemektedir.	İşletme sadakati bir erdemdir.
Yenilik hoş karşılanmakta ancak ciddi biçimde ele alınmamaktadır,	Yeniliğe direnç gösterilmekle, ancak yenilik kabul edildiğinde derhal uygulamaya geçilmektedir,
Kesinlik ve dakiklik öğrenilmeli ve yönetilmelidir.	Kesinlik ve dakiklik doğal karşılanmaktadır.
İlişkiye yönelik bir tutum sergilenmekledir.	Göreve yönelik bir tutum sergilenmektedir.
Yöneticiler kıdem dışındaki kıstaslar çerçevesinde seçilmelidir.	Yöneticiler kıdemleri temelinde seçilmelidir.
Esnek çalışma saatleri çekici bulunmamaktadır.	Esnek çalışma saatleri popülerdir.
Üstler çalışanların hırsı ve liderlik kapasiteleri konularında iyimserdir.	Üstler çalışanların hırsı ve liderlik kapasiteleri konularında kötümserdir.

Kaynak: Hofstede, 2001; Hofstede et al., 2010; Wu, 2005)

Belirsizliğe tolerans ile risk alma eğilimi teorik olarak ilişkilidir (Kreiser et al., 2010). Düşük Belirsizlikten Sakınma endeksi bilinmeyen, yeni iş girişimlerine daha istekli olma anlamını taşır (Hofstede, 2001: 164). Toplumun bireyleri eğer kültürel ortam belirsizliği ve risk almayı onaylıyor ise girişimciliğe daha yatkın olacaklardır. Bu görüşün bazı ampirik kanıtları da mevcut (örn. Kreiser et al., 2010; McGrath et al., 1992; Osoba, 2009) olmasına rağmen, çelişen sonuçlar da ortaya çıkmıştır (örn. Acs et al., 1992; Wennekers et al., 2007). Karşı görüşünün temelinde Belirsizlikten Sakınmanın yüksek olduğu toplumlarda, hayli sınırlayıcı iş ortamında çalışan yenilikçi çalışanların hayallerini gerçekleştirmek için girişimciliğe yönelecekleri savı vardır (Wennekers et al. 2007).

Belirsizlikten Sakınmanın düşük olduğu kültürlerin üyeleri işlerini yaparken yenilikçi yollar aramaya, risk almaya ve çevrelerinde belirledikleri iş fırsatlarını değerlendirmeye daha yatkın olacaklardır (Busenitz and Lau, 1996). Böylelikle bu destekleyici ekoloji sayesinde bireyler girişimciliğe atılmaya daha istekli olacaktır. Bu görüşler ışığında, boyuta yönelik hipotezler aşağıdaki şekilde düzenlenmiştir;

H_{4a}: Belirsizlikten Sakınma girişimcilik yaklaşımlarını olumsuz etkiler.

H_{4b}: Belirsizlikten Sakınma girişimcilik yeteneklerini olumsuz etkiler.

H_{4c}: Belirsizlikten Sakınma girişimcilik amaçlarını olumsuz etkiler.

H_{4d}: Belirsizlikten Sakınma kümülatif olarak girişimciliği olumsuz etkiler.

3.5. Uzun – Kısa Döneme Odaklanma Boyutu

Uzun Döneme Odaklanma boyutu zaman yönelimi (uzun-kısa) ile alakalıdır. Bu değer eğilimi için Konfüçyüzyan Dinamizm, Gelecek Yönelimli veya Geçmiş Yönelimli gibi farklı ifadeler kullanılmıştır (Erkenekli, 2011). Çinli Filozof Konfüçyüs'ün düşüncelerinde önemli yer tutan sabır, tasarruf etme ve törelere, adetlere saygı bu boyut ile alakalıdır (Hoftede, 2001:351). Çinli ve Doğu Asyalı düşünürlere göre sonuç alma esasen uzun vadeli bir durumdur. Ancak çağdaş batılı toplumların ve diğer bazı toplumların kısa dönemde hızlı ve kesin sonuç almaya odaklandığı görülmektedir (Erkenekli, 2011).

Uzun Döneme Odaklanma genel anlamda, meziyetlerin geleceğe ilişkin ödüllere yönelik teşvikini ön görürken; kısa döneme odaklanma boyutunda daha çok geçmiş ve şimdiki zaman vurgusu söz konusudur (Signorini et al., 2009). Bir toplumun uzun döneme odaklanma derecesi, söz konusu toplumda geleneksel ve tarihsel kısa dönemli bakış açısı yerine, pragmatik geleceğe yönelik bakış açısının sergilenme düzeyini ifade eder (Reimann et al., 2008). Başka bir ifadeyle, Uzun Döneme Odaklanma boyutu bireyin çabalarının odağına geleceği veya şimdiki zamanı koyma şeklinde yapacağı tercihle ilgilidir (Ayoun and Moreo, 2008). Anlaşılacağı üzere; bu değer boyutu herhangi bir durumda, kısa vadedeki kayıplarına rağmen, uzun vadede elde edilebilecek kazançlara önem verme derecesi ile ilgilidir (Taras, 2007:6-7). Boyuta ilişkin olarak; toplumsal normlar, değerler, aile, iş ve çalışma yaşantısına yönelik yansımalar Tablo3.5'de özetlenmiştir.

Tablo 3.5. Uzun-Kısa Döneme Odaklanma Boyutu Özellikleri

Kısa Döneme Odaklanma	**Uzun Döneme Odaklanma**
Toplumsal Normlar-Değerler	
İhtiyaçların derhal tatmin edilmesi beklenmektedir.	İhtiyaçların tatmin edilmesi sürecinin ertelenmesi kabul edilebilir bir durumdur.
Gelenekler kutsaldır.	Gelenekler değişen koşullara adapte edilebilir.
İlişkilerde statü önemli bir etken değildir.	İlişkiler statü kapsamında şekillenmektedir.

(devam)

Tablo 3.5. Devam

Boş vakit önemlidir.	Boş vakit çok önemli değildir.
İyi insanlar para harcamayı bilen kimselerdir.	İyi insanlar tutumlu kimselerdir.
Çocuklar hoşgörü ve diğerlerine saygı duyma gibi durumları öğrenmelidir.	Çocuklar idareli olmayı öğrenmelidir.
Yatırım fonlarına yatırım yapılmaktadır.	Gayrimenkule yatırım yapılmaktadır.
Sosyal ve statüye ilişkin yükümlülükler dâhilinde endişeler söz konusudur.	Bir amaca bağlanma isteği söz konusudur.
Aile yaşantısı zorunluluklar tarafından yönlendirilmektedir.	Aile yaşantısı paylaşılan görevler tarafından yönlendirilmektedir.
Toplumsal tüketim vurgulanmaktadır.	Kanaatkârlık ve tutumluluk vurgulanmaktadır.
Harcamaya yönelik sosyal bir baskı söz konusudur.	Tasarruf etme ve yatırım yapma söz konusudur.
İyi ve kötüye ilişkin kesin evrensel yönergelere inanç söz konusudur.	Neyin iyi veya kötü olduğu duruma göre değişebilmektedir.
Analitik düşünce ön plandadır.	Sentetik düşünce ön plandadır.
Sosyal İlişkiler, Aile ve Çalışma Yaşantısı	
Tüm kardeşler eşittir.	Küçük ve büyük çocuklar arasında farklılıklar söz konusudur.
Evlilik ahlaki bir anlaşmadır.	Evlilik pragmatik bir anlaşmadır.
Eşin ailesi ile birlikte yaşaması sorundur.	Eşin ailesi ile birlikte yaşama sorun değildir.
Eşler ilgilerini ve zevklerini paylaşmalıdır.	İlgilerin ve zevklerin paylaşılması evlilik için zorunlu bir durum değildir.
Annesi çalışan henüz okula gitmemiş olan çocuk sıkıntı yaşamamaktadır.	Annesi çalışan henüz okula gitmemiş olan çocuk sıkıntı yaşayacaktır.
Sevgi kaybolsa dahi evlilik sürmelidir.	Evlilik yaşantısında sevgi ortadan kayboldu ise, yeni bir başlangıç yapmak doğrudur.
Alçakgönüllülük dişil bir meziyettir.	Alçakgönüllülük genel bir insani meziyettir.
Günlük insani ilişkilerde nispeten düşük tatmin söz konusudur.	Günlük insani ilişkilerde tatmin söz konusudur.
Sosyal eşitsizliğin giderilmesine yönelik çabalarda nispeten düşük tatmin söz konusudur.	Sosyal eşitsizliğin giderilmesi hususunda daha fazla katkıda bulunmaya gerek yoktur.
Yaşlılık dönemi istenmeyen ve çok sonra gelecek bir dönem gibi düşünülmektedir.	Yaşlılık dönemi yakında gelecek, tatmin edici bir yaşam dönemi olarak düşünülmektedir.
Aile ve iş yaşantısı birbirinden ayrılmaktadır.	Aile ve iş yaşantısı arasında dikey koordinasyon, yatay koordinasyon, kontrol ve uyumlaştırma söz konusudur.

(devam)

Tablo 3.5. Devam

Ekonomik ve sosyal yaşam yeteneklere göre şekillenmektedir.	İnsanlar daha eşit biçimde yaşamalıdır.
Temel iş değerleri özgürlük, haklar, başarı ve kendini düşünme gibi olguları içermektedir.	Temel iş değerleri öğrenme, dürüstlük, uyum ve öz disiplin gibi olguları içermektedir.
İşletmeler için önemli olan mevcut yıl kârlılığıdır.	İşletmeler için önemli olan gelecek on yıla ilişkin kârlılıktır.
Yöneticiler ve çalışanlar psikolojik olarak iki ayrı kampa ayrılmıştır.	İşletme sahibi/yönetici ve çalışanlar aynı havayı solumaktadır.

Kavnak: : Hofstede, 2001; Hofstede et al., 2010; Wu, 2005)

Bu boyut ve Konfüçyüzyan değerlerinin, Güney Asya ülkelerinin geçen yüzyılın ikinci yarısında başlayan etkileyici ekonomik başarılarının temelini oluşturduğu bazı yazarlar tarafından ileri sürülmektedir (Hofstede, 2011; Hofstede and Bond, 1988; Ralston et al., 1997). Bu boyutun girişimciliğe etkisini içeren herhangi bir ampirik çalışma mevcut değildir. Bazı araştırmacılar boyutun yenilikçilik-ki girişimciliğin önemli bir bileşenidir- üzerinde güçlü bir etkisi olduğunu savunmaktadır (örn. Van Everdingen and Waarts, 2003; Lin,2009; Allred and Swan, 2004). Gerek girişimciliğin mücadele gerektiren, geleceğe yönelik amaçlar taşıyan riskli bir süreç olması gerekse de girişimcilerin uzun vadeli yüksek hedeflerinin olması, vizyon ve hayal güçlerinin bulunmasından (Swierczek and Quang 2004; Amiri and Marimaei, 2012) dolayı, boyuta yönelik hipotez le aşağıdaki şekilde düzenlenmiştir;

H_{5a}: Uzun Döneme Odaklanma girişimcilik yaklaşımlarını olumlu etkiler.

H_{5b}: Uzun Döneme Odaklanma girişimcilik yeteneklerini olumlu etkiler.

H_{5c}: Uzun Döneme Odaklanma Girişimcilik amaçlarını olumlu etkiler.

H_{5d}: Uzun Döneme Odaklanma kümülatif olarak girişimciliği olumlu etkiler.

3.6. Hayatın Tadını Çıkarma- Kısıtlama Boyutu

Hayatın Tadını Çıkarma-Kısıtlama boyutu diğer boyutlara nazaran daha yeni bir boyut olup, Minkov'un Hofstede ile birlikte çalışmaları ile Hofstede kültürel boyutları içerisine dahil edilmiştir ve üzerinde daha fazla akademik çalışma yapılması gerekmektedir (Hofstede et al., 2010:281). Boyut temel olarak üç sütun

üzerine inşa edilmiştir. Bu boyutlar aşağıda açıklanmıştır (Hofstede et al., 2010:280).

- Mutluluk: "Genel olarak değerlendirdiğinizde kendinizi nasıl ifade etmektesiniz?" sorusuna verilen; "çok mutlu, oldukça mutlu, çok mutlu değil, mutlu değil" yanıtları ile ölçülen özelliktir.
- Yaşamını Kontrol Etme: Bazı insanların yaşamları üzerinde mutlak bir Hakimiyete sahip oldukları hissine karşılık bazı insanların başlarına gelenlerin kendilerinden kaynaklanmadığına dair duyguları ile ölçülen özelliklerdir.
- Dinlenme-Eğlenmenin önemi: Yaşamda aile, arkadaşlar, boş zaman, politika, iş, din ve başkalarına yardım etmenin önem derecesi (çok önemli, oldukça önemli, çok önemli değil, hiç önemli değil) sorusu ile ölçülen özelliktir.

Boyut için önerilen tanım şu şekildedir: bu boyut bir ucunda hayattan zevk almaya, yaşamın tadını çıkarmaya yönelik olarak temel ve doğal beşerî isteklerin karşılanması için göreceli olarak daha fazla hoşnutluk göstermeye eğilim, diğer ucunda ise bu tür isteklerin sosyal normlar tarafından frenlenmesi ve düzenlenmesinin gerekli olduğuna dair inanç şeklinde ifade edilebilir (Hofstede et al., 2010:281). Boyuta yönelik özellikler Tablo 3.6.'da sunulmuştur.

Tablo 3.6. Hayatın Tadını Çıkarma- Kısıtlama Boyutu Özellikleri

Hayatın Tadını Çıkarma	**Kısıtlama-İtidal**
Genel Duygular,Normlar ve sağlık	
Daha yüksek oranlarda çok mutlu insan.	Daha düşük oranlarda çok mutlu insan.
Kişisel Yaşam üzerinde kontrol duygusu.	Yardıma ihtiyaç duyma algısı.
Eğlenmenin önemi daha yüksek.	Eğlenmenin önemi daha düşük.
Tasarruf tutumluluk çok önemli değil.	Tasarruf, tutumluluk önemli.
Gevşek toplum yapısı.	Sıkı toplum yapısı.
Olumlu duyguları hatırlamaya daha yüksek eğilim.	Olumlu duyguları hatırlamaya daha düşük eğilim.
Arkadaşlara sahip olmaya verilen önem Daha yüksek.	Arkadaşlara sahip olmaya verilen önem daha düşük.

(devam)

Tablo 3.6. Devam

Daha düşük bir ahlak disiplini.	Daha yüksek bir ahlak disiplini.
Olumlu, pozitif yaklaşım.	Kinizm (Kinik fikir yaklaşımı).
Daha yüksek oranda sağlıklı hisseden insan.	Daha düşük oranda sağlıklı hisseden insan.
İyi eğitimli toplumlarda daha yüksek doğum oranları.	İyi eğitimli toplumlarda daha düşük doğum oranları.
Daha yüksek iyimserlik.	Daha düşük iyimserlik.
Düşük kardiyovasküler sebepli ölüm oranları.	Yüksek kardiyovasküler sebepli ölüm oranları.
Daha dışa dönük kişilik yapısı.	Daha yüksek nevrotik kişilik yapısı.
Özel Yaşam, Müşteri Davranışı, Cinsellik, Politika	
Yabancı müzik ve filmlerin kabulü daha yüksek.	Yabancı müzik ve filmlerin kabulü daha düşük.
Aile yaşamından tatmin daha yüksek.	Aile yaşamından tatmin daha düşük.
Ev işleri eşler tarafından paylaşılmalıdır.	Eşit olmayan paylaşım sorun olmaz.
Aktif olarak spor faaliyetlerine katılım.	Nadiren aktif spor faaliyetlerine katılım.
Daha az balık tüketimi.	Daha çok balık tüketimi.
Hafif içecekler ve biranın tüketimi daha fazla.	Hafif içecekler ve biranın tüketimi daha az.
Zengin ülkelerde, daha yüksek obezite.	Zengin ülkelerde, daha düşük obezite.
Gevşek şekilde tanımlanmış cinsiyet rolleri.	Sıkı bir şekilde tanımlanmış cinsiyet rolleri.
Zengin ülkelerde daha gevşek cinsellik normları.	Zengin ülkelerde daha sıkı şekilde tanımlanmış cinsellik normları.
Gülme normal bir davranıştır.	Gülme şüphe ile karşılanır.
İfade özgürlüğü oldukça önemlidir.	İfade özgürlüğü çok önemli değildir.
Ülkede düzenin sağlanması yüksek bir öncelik değildir.	Ülkede düzenin sağlanması yüksek bir öncelik olarak görülür.

Kavnak: Hofstede, 2001; Hofstede et al., 2010)

Bu boyut literatüre kazandırılan son boyuttur ve girişimciliğe etkisi konusunda yapılan bir ampirik çalışma mevcut değildir. Ancak literatür Bireyselcilik ile mutluluk duygusu arasında bir ilişki olduğunu belirtmektedir. Mutluluk; bireyin kendi yaşamını kontrol ediyor olması ve özgürlük duygusu ile bağlantılıdır (Minkov

2009, 113-115). Girişimcilerin yüksek bir kontrol odağına, kişisel değer sistemlerine sahip olduğu ve ekonomik olarak bağımsız olmayı tercih eden, eğlenceye zaman tanıyan, olumlu kişiliklere sahip olduğu (Swierczek and Quang, 2004; Amiri and Marimaei, 2012) göz önüne alınarak boyuta yönelik hipotezler aşağıdaki şekilde düzenlenmiştir;

H_{6a}: Hayatın Tadını Çıkarma girişimcilik yaklaşımlarını olumlu etkiler.

H_{6b}: Hayatın Tadını Çıkarma girişimcilik yeteneklerini olumlu etkiler.

H_{6c}: Hayatın Tadını Çıkarma girişimcilik amaçlarını olumlu etkiler.

H_{6d}: Hayatın Tadını Çıkarma kümülatif olarak girişimciliği olumlu etkiler.

Özetlemek gerekirse; girişimciliğin çeşitli göstergelerine yönelik olarak Hofstede kültürel boyutları kullanılarak toplam 24 adet hipotez geliştirilmiştir.

4. ARAŞTIRMA

4.1. Araştırmanın Amacı

Kültürün girişimcilik üzerine etkisi konusunda yapılan araştırmalarda bazı önemli boşluklar ve cevaplanmamış sorular vardır. Bunlardan bazıları; girişimciliğin çok dar kapsamlı olarak ele alınması, analiz birimi olarak birey veya firmaların seçilmesi, örneklem sayısının düşük olması, kültürel boyutların tümünün bir bütün olarak incelenmemesi, boylamsal çalışmaların çok nadir olması ve girişimciliğe etkisi bakımından kültürel boyutlar ve ekonomik gelişmişlik düzeyinin karşılıklı bir etkileşim içinde olup olmadığının incelememesidir. Bu çalışmanın birincil hedefi literatürdeki bu boşlukları doldurmaktır.

Birincil amaca ulaşılmasının daha yüksek bir amaca ulaşılmasına önemli katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Girişimcilik konusunda politika belirleyen, strateji saptayan, program ve plan yapan kurum yöneticileri ile özellikle uluslararası düzlemde faaliyet gösteren şirket yöneticileri gerek kendi kültürlerini gerekse de etkileşim içinde bulundukları muhataplarının kültürlerini anlayıp, farklı kültürel özelliklerin etkilerini değerlendirebilmeleri konusunda yardımcı olması ile birlikte alana yönelik literatüre katkı sağlaması ve müteakip araştırmalar için bir kaynak teşkil etmesi hedeflenmiştir.

4.2. Araştırmanın Örneklemi ve Veri Setleri

Araştırma Dünya'nın 6 kıtasına dağılmış 81 ülkeyi kapsamaktadır. Örneklem rastgele seçilmiş olup, gerekli verilere sahip mümkün olan en fazla ülkeyi kapsayacak şekilde belirlenmiştir. Araştırmada incelenen ülkelerin listesi, ekonomik gelişmişlik düzeyi ve kültürel boyut gruplandırmaları ile birlikte Ek- A'da sunulmuştur.

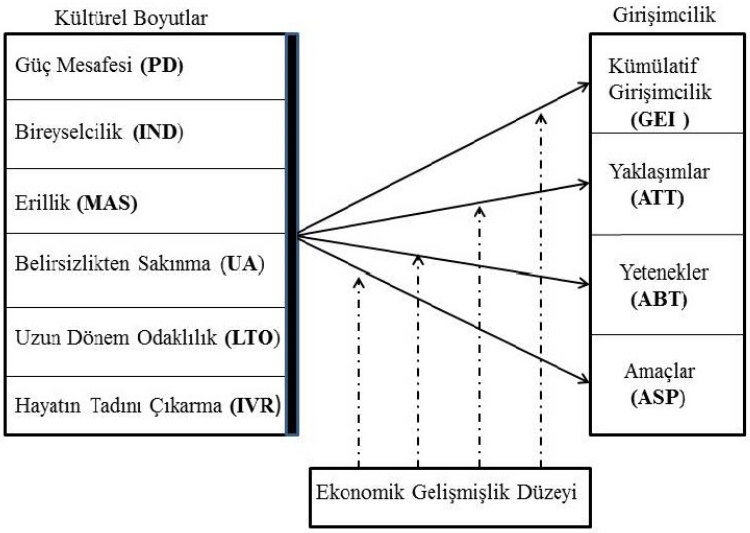
Ülkelerin kültürel boyutlar endekslerine yönelik veri Geert Hofstede'in web sitesinden (https://www.hofstede-insights.com/product/compare-countries/) sağlanmıştır. 6 adet kültürel boyuta ilişkin bu endeksler 0-100 aralığındadır. Ülkelerin girişimcilik performansına yönelik veriler için GEDI'nin yıllık raporları kullanılmıştır. GEDI, ülkelerin girişimcilik

performanslarını bir kümülatif indeks (GEI) ve 3 alt- indeks Yaklaşımlar, Yetenekler ve Amaçlar (sırasıyla ATT, ABT, ASP) ile değerlendirmektedir. İndeksler 0-100 aralığındadır. Çalışmada GEDI tarafından yayınlanan ve 2013, 2014, 2015, 2016 ve 2017 yıllarına ait verileri içeren raporlardan faydalanılmıştır. Ekonomik Gelişmişlik Seviyesinin belirlenmesi için Dünya Bankası verileri kullanılmıştır. Ülkelerin kültürel boyut gruplandırılmasına yönelik kriterler ise Geert Hofstede Support Team çalışanlarından sağlanmıştır.

4.3. Araştırmanın Değişkenleri ve Araştırma Modeli

Araştırmanın bağımsız değişkenleri Hofstede kültürel boyutları olup; *PD* (Power Distance- Güç Mesafesi), IND (Individualism- Bireyselcilik), *MAS* (Masculinity-Erillik), *UA* (Uncertainity Avodiance- Belirsizlikten Sakınma), *LTO* (Long Term Orientation-Uzun Döneme Odaklanma) ve *IVR* (Indulgence vs Restraint- Hayatın Tadını Çıkarma/Kısıtlama) olarak adlandırılmıştır. Bağımlı değişkenler, ülkelerin GEDI tarafından belirlenen girişimcilik performans göstergeleri olup; *ATT* (Attitudes-Yaklaşımlar), *ABT* (Abilities-Yetenekler), *ASP* (Aspirations- Amaçlar) ve *GEI* (Global Entrepreneurial Index- Kümülatif Girişimcilik Endeksi) olarak adlandırılmıştır. Araştırma modeli Şekil 4.1.'de sunulmuştur.

Kültürel boyutlar ile ekonomik gelişmişlik seviyesinin karşılıklı etkileşimini incelemek için 2 grup kategorik değişken tanımlanmıştır. ECNLVL değişkeni ülkeleri ekonomik gelişmişlik düzeyine göre Düşük (Low), Orta Düşük (Lower Medium), Orta Yüksek (Upper Medium) ve Yüksek (High)olmak üzere 4 gruba ayırılmaktadır. İkinci grup kategorik değişken kültürel boyutlara yöneliktir ve belirtilen boyut çerçevesinde ülkeleri düşük (low), orta (medium) ve yüksek (high) olarak 3 gruba ayırmaktadır. Bu değişkenler 2- Yönlü ANOVA testlerinde kullanılacaktır. Ayrıca, sonuçların kontrolü maksadı ile yapılacak düzenleyici değişken analizi için GDPMEAN değişkeni tanımlanmıştır. Bu değişken ülkelerin 5 yıllık Kişi Başı Milli Gelir ortalaması olup, kişi başı milli gelirin ekonomik gelişmişlik düzeyinin bir göstergesi olduğu kabulü altında, Dünya Bankası verileri kullanılarak oluşturulmuştur.



Şekil 4.1. Araştırma Modeli

4.4. Araştırma Yöntemi

Analiz iki aşamadan oluşmaktadır. İlk aşamanın hedefi; kültürel boyutların girişimciliği nasıl ve hangi boyutta etkilediğinin belirlenmesidir. Belirlenen hipotezlere uygun olarak nedenselliğin belirlenmesi amacı ile PD, IND, MAS, UA, LTO ve IVR bağımsız değişkenler, GEI, ASP, ATT ve ABT bağımlı değişkenler olmak üzere, her bir yıl için ayrı ayrı, toplam olarak 20 adet çok değişkenli doğrusal regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Doğrusal regresyon analizleri için IBM SPSS® V21 yazılımı kullanılmıştır. Yıllara özgü etkilerin olabileceği ve bunların yıllar arasında tutarsızlıklar yaratabileceği düşüncesinden hareketle, kontrol amaçlı olarak bağımlı ve bağımsız değişkenler aynı kalmak üzere, 5 yılı kapsayan GLS Boylamsal Regresyon analizi yapılmıştır. Boylamsal Regresyon analizleri için STATA® V13 yazılımı kullanılmıştır.

Analizin ikinci aşaması ekonomik gelişmişlik düzeyi ile kültürel boyutların girişimciliği etkileme konusunda karşılıklı etkileşiminin incelenmesini içermektedir. Doğrudan etkilerin görülmesi ve basitlik adına GEI (GEI; ATT, ABT ve ASP'in aritmetik ortalamasıdır) sürekli bağımlı değişken, faktörler olarak ise kategorik değişkenler; ECNLVL ve etkisi olduğu belirlenen kültürel boyut gruplama değişkeni (örn. INDLVL, MASLVL vb.) olmak üzere;

2-yönlü ANOVA testleri gerçekleştirilmiştir. Belirtilen testler için de IBM SPSS® V21 yazılımı kullanılmıştır. Etkileşim analizlerinin karşılıklı kontrolü için ise, düzenleyici değişken GDPMEAN olmak üzere, PROCESS® makro ile etkileşim analizi yapılmıştır.

4.5. Analiz Sonuçları ve Değerlendirme

Bu bölümde yapılan analizlerin sonuçları Regresyon Analizleri Sonuçları ve Karşılıklı Etkileşim Analizleri Sonuçları olmak üzere ayrı başlıklar altında sunulacak ve değerlendirmeleri yapılacaktır.

4.5. 1. Regresyon Analizleri Sonuçları ve Değerlendirilmesi

2013-2017 yıllarına ait doğrusal regresyon sonuçları her bir yıl için ayrı ayrı olmak üzere Ek-B'de sunulmuştur. Tabloların incelenmesinden tüm yıllar için regresyon modellerinin uygun olduğu belirlenmiş (∀p: p <.005) olup tüm R^2 değerleri (.532- .734) aralığında yer almaktadır.

PD bağımsız değişkenine ait regresyon katsayısı b (b: unstandard regression coefficent) değerleri (-.226- -.016) aralığında bulunmakta ve olumsuz bir etkiyi göstermektedir. Ancak bu katsayıların büyük bir kısmı anlamlı değildir (p> 0.05). Bu sonuçlardan PD'in girişimcilik üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı gözükmektedir. Ancak 2017 yılına ait sonuçlarda bir istisna mevcuttur. 2017 yılına ait sonuçlarda PD'in GEI ve ABT üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu gözükmektedir(p<0.05). Konjonktürel bir etki olabileceği düşünülerek, boylamsal analize başvurulmuş ve PD'in ABT üzerinde anlamlı, olumsuz bir etkisi olduğu (b =-.168, p= 036), fakat GEI üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı belirlenmiştir (b=-.135, p = .107). Sonuç olarak PD; ABT üzerinde anlamlı olumsuz bir etkiye sahiptir ancak, GEI, ATT ve ABT üzerinde anlamlı bir etkisi yoktur. Bu sonuçlar ışığında, *H_{1b} desteklenmiş, H_{1a}, H_{1c} ve H_{1d} red edilmiştir.* Güç Mesafesinin girişimcilik üzerinde anlamlı bir etkisi belirlenememiştir.

IND bağımsız değişkenine ait regresyon katsayısı b değerleri (.353- .477) aralığında yer almaktadır ve hepsi istatistiki olarak anlamlıdır (∀p: p<.005). Bu sonuçlar ışığında boyuta yönelik olarak kurulan *H_{2a}, H_{2b}, H_{2c} ve H_{2d} hipotezlerinin tamamı desteklenmiştir*.

MAS bağımsız değişkeninin etkisine ait sonuçlarda çelişkiler mevcuttur. Tüm regresyon katsayısı b değerleri (-.226- -.041) aralığındadır ve olumsuz bir etkiye işaret etmektedir. Genel görünüm değişkenin GEI üzerinde anlamlı (p<.05), ATT üzerinde anlamlı (p <.05) ve ABT üzerinde anlamlı (p <.05) etkileri vardır. MAS'ın ASP üzerindeki etkisi anlamlı gözükmemektedir (p>.05). Bununla beraber bazı istisnalar mevcuttur. 2017 yılına ait regresyon sonuçlarında ABT ile ilişkili regresyon katsayısı anlamlı değildir (=.003,p = .969). Ayrıca 2016 ve 2017 yıllarına ait regresyon sonuçlarında GEI ile ilişki regresyon katsayıları anlamlıdır (sırasıyla b =-.132, p =. 066; b =-. 102, p = .176). Sonuçlar GLS Boylamsal Regresyon analizi ile kontrol edilmiş ve MAS'ın ABT üzerinde güçlü bir olumsuz etkisi (b =-.144, p = .019) ve GEI üzerinde güçlü bir olumsuz etkisi (b=-.131, p= .042) belirlenmiştir. Özetle MAS; GEI, ABT ve ATT üzerinde olumsuz bir etkiye sahip iken, ASP üzerinde herhangi bir etkisi saptanamamıştır. Boyuta yönelik hipotezler MAS'ın olumlu bir etkisi olduğunu öngördüğünden, *boyuta yönelik tüm hipotezler (H_{3a}, H_{3b}, H_{3c} ve H_{3d} red edilmiştir*. Bu durum daha önceki çalışma sonuçlarından tamamen farklı, yeni ve araştırılması gereken bir sonuçtur. Olumlu bir etkiye sahip olduğu düşünülen Erillik boyutunun girişimciliğe olumsuz etkisi olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

UA bağımsız değişkenine ait regresyon katsayıları b (-.080 ≤ b ≤. 062.) aralığında olup tamamı anlamlı değildir (∀p: p>. 005). UA'ın girişimcilik üzerinde herhangi anlamlı bir etkisi belirlenememiştir. *Boyuta yönelik hipotezler H_{4a}, H_{4b}, H_{4c} ve H_{4d} red edilmiştir*.

LTO bağımsız değişkenine ait regresyon katsayısı b değerleri (.061 ≤ b ≤ .326) aralığında olup, tamamı anlamlıdır (∀p: p<.005). LTO tüm girişimcilik boyutları üzerinde anlamlı, olumlu bir etkiye sahiptir. Boyuta yönelik hipotezler *H_{5a}, H_{5b}, H_{5c} ve H_{5d} desteklenmiştir.*

IVR bağımsız değişkenin ait regresyon katsayı b sonuçları (.114- .333) aralığındadır ve olumlu bir etkiye işaret etmektedir. Bu katsayıların çoğunluğu anlamlıdır (p<0.05). İstinasi olarak, 2014, 2015,2016 ve 2017 yıllarındaki ASP ilişkili katsayılar anlamlı değildir (p>0.05). Bu bulgular ışığında IVR'ın GEI, ATT ve ABT üzerinde olumlu bir etkisi olduğu, ancak ASP üzerinde herhangi bir etkisi olmadığı sonucu çıkarılabilir.

Boyuta yönelik *olarak hipotezler H_{6a}, H_{6b}, and H_{6d} desteklenmiş, H_{6c} ise red edilmiştir.*

Kültürel boyutların girişimciliğin çeşitli yönlerine etkilerine dair doğrusal regresyon analiz sonuçları Tablo 4.1'de özetlenmiştir.

Tablo 4.1. Kültürel Boyutların Girişimciliğe Etkisi, Özet

Kültürel Boyutlar	Yaklaşımlar (ATT)	Yetenekler (ABT)	Amaçlar (ASP)	Küm. Endeks (GEI)
Güç Mesafesi (PD)	Anlamlı bir etki yok	Olumsuz Etki	Anlamlı bir etki yok	Anlamlı bir etki yok
Bireyselcilik (IND)	Olumlu Etki	Olumlu Etki	Olumlu Etki	Olumlu Etki
Erillik (MAS)	Olumsuz Etki	Olumsuz Etki	Anlamlı bir etki yok	Olumsuz Etki
Belirsizlikten Sakınma (UA)	Anlamlı bir etki yok	Anlamlı bir etki yok	Anlamlı bir etki yok	Anlamlı bir etki yok
Uzun Döneme Odaklanma (LTO)	Anlamlı bir etki yok	Olumlu Etki	Olumlu Etki	Olumlu Etki
Hayatın Tadını Çıkarma (IVR)	Olumlu Etki	Olumlu Etki	Anlamlı bir etki yok	Olumlu Etki

Tablonun incelenmesinden bazı boyutların etkileri önceki çalışmaların bulguları ile çeliştiğinden, kontrol amaçlı olarak GLS RE Boylamsal Regresyon analiz tekniği kullanılarak tekrar incelenmiştir. Boylamsal analizin sonuçları Ek-B'de sunulmuş olup, doğrusal regresyon ile elde edilen sonuçları yüksek oranda destekler niteliktedir.

4.5. 2. Karşılıklı Etkileşim Analizleri Sonuçları ve Değerlendirilmesi

Regresyon analizleri sonucunda kültürel boyutlara ait değişkenlerden IND, MAS, LTO ve IVR'ın girişimcilik üzerinde etkili olduğu belirlenmiştir. Bu değişkenlerin girişimcilik üzerinde etki ederken ekonomik gelişmişlik seviyesi ile karşılıklı bir etkileşime girip girmediğinin incelenmesi ise bu değişiklere ait sırası ile INDLVL, MASLVL, LTOLVL ve IVRLVL kategorik değişkenleri belirlenmiş olup, ülkeleri bu boyutlar açısından sınıflandırmaktadır. Aynı şekilde ECNLVL kategorik değişkeni ise ülkeleri ekonomik gelişmişlik düzeyine göre sınıflandırmaktadır. Karşılıklı etkileşimin analiz edilmesi 2-Yönlü ANOVA analizi her bir kültürel boyut için ayrı ayrı yapılmış olup, GEI hepsinde sürekli bağımlı değişken, faktörler ise belirtilen kategorik değişkenlerdir.

2- Yönlü ANOVA test sonuçları ve grafikleri Şekil 4.2'de sunulmuştur. Yapılan ilk testte ECNLVL ve INDLVL'in güçlü bir ana etkisi (main effect), (sırasıyla F(3,369=129.600, p=.001; F(2,396)= 16.923, p= 0.001) gözükmektedir. ECNLVL*INDLVL etkileşim etkisi (interaction effect) aynı şekilde güçlüdür (F (3,396) = 5.270, p =. 001). İkinci testte ECNLVL'in ana etkisi olduğu (F (3, 394) =241.761, p=.000), MASLVL'in ise olmadığı belirlenmiştir ((F=2.394, p=.402). ECNLVL*MASLVL etkileşim etkisi ise güçlüdür (F (5,394) = 6.705, p =. 000). Üçüncü testte ECNLVL'in ana etkisi mevcut olduğu (F (3,394) = 202.511, p = .000) belirlenmiş olup, LTOLVL'un ise mevcut değildir (F (2.394) = 100.798, p = .345) ancak karşılıklı etkileşim etkileri güçlüdür (F (5, 394) =3.675, p = .003). Dördüncü testte, ECNLVL ve IVRLV'ın güçlü ana etkileri olduğu (sırasıyla F (3,394) =403.494, p = .000; F(2,394) = 11.848, p = .000) tespit edilmiştir. ECNLVL * IVRLVL karşılıklı etkileşimi etkisi de aynı şekilde güçlüdür (F (5.394) =22.130, p = .000). Yapılan 2-Yönlü ANOVA testlerine ait IBM SPSS® grafiklerinden görüleceği üzere, etkileşimin varlığına dair bulgu görsel olarak da aktarılmıştır. Analiz sonucunda; IND, MAS, LTO ve IVR kültürel değişkenlerinin ekonomik gelişmişlik seviyesi ile anlamlı bir karşılıklı etkileşime girdiği belirlenmiştir. Yukarıda ifade edilen sonuçların kontrolü amacıyla PROCESS® makro kullanılarak düzenleyici değişken analizleri yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 4.2.'de sunulmuştur.

Tablo 4.2. Düzenleyici Değişken Analiz Sonuçları, Özet

Etkileşim Terimleri	F	df1	df2	p	ΔR^2
IND*GDPMEAN	17.897	1	401	0.000	0.011
MAS*GDPMEAN	4. 848	1	401	0.028	0.004
LTO*GDPMEAN	45.890	1	401	0.000	0.033
IVR*GDPMEAN	0.987	1	401	0.320	0.000

Tablonun incelenmesinden, elde edilen sonuçların IVR değişkeni hariç ANOVA sonuçları ile uyuştuğu anlaşılmaktadır. Bu sonuçlar ışığında IND, MAS ve LTO değişkenlerinin kesin olarak girişimciliği etkilerken; ekonomik gelişmişlik seviyesi ile etkileşime girdiği açıktır.

Bağımlı Değişken: GEI

Test # 1

Faktörler	Type III SS	df	MS	F	p
ECNLVL	27422.548	3	9140.849	107.148	.001
INDLVL	2508.172	2	1254.086	14.700	.000
Interaction	1192.752	3	397.584	4.660	.003
Error	33783.038	396	85.311		

Test # 2

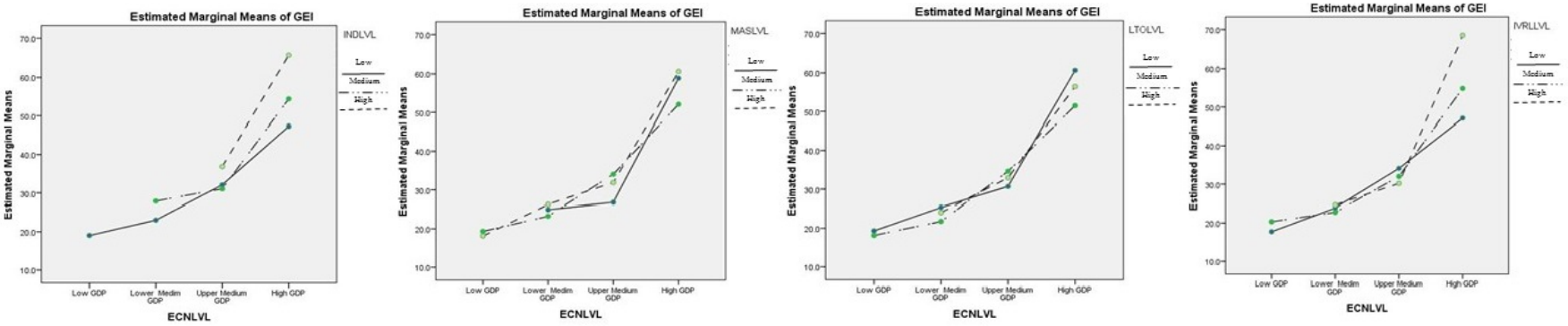
Faktörler	Type III SS	df	MS	F	p
ECNLVL	66451.882	3	22150.627	199.773	.000
MASLVL	140.450	2	70.725	.633	.531
Interaction	2529.427	5	505.885	4.562	.000
Error	43686.428	394	110.879		

Test # 3

Faktörler	Type III SS	df	MS	F	p
ECNLVL	58772.582	3	19590.861	174.343	.000
LTOLVL	245.159	2	122.580	1.091	.337
Interaction	2070.922	5	414.184	3.686	.003
Error	44273.572	394	112.369		

Test # 4

Faktörler	Type III SS	df	MS	F	p
ECNLVL	82482.639	3	27494.213	337.961	.000
IVRLVL	1815.551	2	907.776	11.158	.000
Interaction	81170.617	5	1634.123	20.087	.000
Error	32053.162	394	81.353		



Şekil 4.2. IBM SPSS® 2 Yönlü ANOVA Test Sonuçları ve Grafikleri

5. TARTIŞMA

Bu boylamsal çalışmada, kültürün bilimsel olarak geçerli bir kavram olması (Minkov and Hofstede, 2012) sebebi ile ulusal seviye bir değişken olarak kabul edilmiştir. Ancak bu çalışmanın sonuçları açıkça göstermektedir ki kültür karmaşık, çok boyutlu bir kavramdır ve basit özellikler ile açıklanamamaktadır. Çalışmanın hipotezleri oluşturulmadan önce, kültür ve girişimcilik alanındaki mevcut teoriler ve ampirik çalışmalar detaylı olarak incelenmiştir. Ancak alınan sonuçlar son derece farklı ve sürprizler ile doludur.

Araştırmada 24 adet hipotez test edilmiştir. Sırası ile incelenecek olursa; Güç Mesafesi boyutunun genellikle girişimciliği sınırladığı kabul edilmektedir. Çalışmanın hipotezleri H_{1a}, H_{1b}, H_{1c} ve H_{1d} 'de bu doğrultuda düzenlenmiştir. Ancak alınan sonuçlar Güç Mesafesinin etkisinin ihmal edilebilecek seviyede olduğunu göstermektedir. Bunun olası sebeplerinden birisi, güç mesafesinin yüksek olduğu ülkeler de girişimciliğin önemini kavramış olup, politika ve stratejilerini bu doğrultuda oluşturmaktadırlar. Başka bir olası açıklama; güç mesafesinin yüksek olduğu ülkelerde, yaratıcı, yenilikçi, risk almaya yatkın bireyler, sıkı kurallara bağlı çalışma ortamında hayallerini gerçekleştiremeyeceklerinin farkına varıp girişimciliğe yönelmektedir (Tatminsizlik Hipotezi- Dissatisfaction Hypothesis).

Bireyselcilik boyutuna yönelik teori ve ampirik çalışmalardan alınan sonuçlar, bu boyutun girişimciliği desteklediği yönündedir. Çalışmanın bu boyuta yönelik hipotezleri H_{2a}, H_{2b}, H_{2c} ve H_{2d} 'de bu doğrultuda düzenlenmiştir. Alınan sonuç bu boyuta yönelik olarak yapılan önceki çalışmaları destekler durumdadır. Bireyselcilik boyutunun girişimciliğin her yönü üzerinde önemli ve olumlu bir etkisi vardır.

Erillik boyutunun, genellikle girişimciliği olumlu yönde etkilediği kabul edilir. Çalışmanın boyuta yönelik hipotezleri H_{3a}, H_{3b}, H_{3c} ve H_{3d} Erilliğin girişimciliğin her boyutunu olumlu etkilediğini varsaymıştır. Ancak alınan sonuçlar tam ters bir etkinin olduğunu göstermektedir. Erillik girişimcilik performansını olumsuz etkilemektedir. Bu durumun muhtemel açıklamalarından biri, Erillik endeksinin yüksek olduğu ülkelerde, kadın ve erkeğin rollerinin kesin olarak ayrılması, normal olarak nüfusun yarısını profesyonel işgücünden mahrum bırakmaktadır. Bu durum ülkenin insan kaynaklarının etkin bir şekilde kullanmasını sınırlamakta olup, çeşitli ülkelerde kadın

girişimciliğini özendirici politikalar uygulanmaya başlamıştır. Diğer bir olası açıklama, yeni küresel ekonomi ve internet teknolojilerinin yaygınlaşması ile tüketiciler ürün, hizmet ve fiyatlar hakkında daha fazla bilgi sahibi olmuş ve seçenekleri çoğalmıştır. Tüketiciler artık kalite, müşteri ilişkilerinde dikkat, özen ve nezaket beklemektedirler ki bunlar esasen dişil özelliklerdir.

Belirsizlikten Sakınma boyutu girişimciliği sınırladığı genelde kabul edilen bir görüştür çünkü risk alma ve belirsizliğe tolerans genelde girişimcilerin belirgin özellikleri olarak düşünülmektedir. Çalışmanın hipotezleri H_{4a}, H_{4b}, H_{4c} ve H_{4d} bu doğrultuda kurulmuştur. Ancak boyuta yönelik analizde de sürpriz bir sonuç alınmış olup, Belirsizlikten Sakınmanın girişimcilik üzerinde herhangi bir etkisi olmadığı görülmüştür. Bu beklenmeyen sonuca yönelik olası bir açıklama, bu boyutun yüksek olduğu ülkelerde bireyler ve işletmelerin girişimcilik içerikli kararlarını alırken birtakım çözümlere başvurarak (iç girişimcilik, ortak girişimler, spin-off'lar vb.) riski minimize etme yollarını tercih etmeleri olabilir. Diğer bir açıklama, özellikle teknoloji içerikli girişimcilik inisiyatiflerinin, yeniliğin kaynağı ve sermayeleri çoğunlukla bilgi olduğundan dolayı çok yüksek oranda maddi risk içermemeleri olabilir.

Çalışmada; Uzun Dönem Odaklılığın girişimciliği desteklediği ön görülmüştür (H_{5a}, H_{5b}, H_{5c}, H_{5d}) ve sonuçlar beklenildiği şekilde ortaya çıkmıştır. Uzun Dönem Odaklılık boyutunun girişimcilik üzerinde net, olumlu bir etkisi vardır.

En yeni ve üzerinde yapılan çalışmaların çok nadir olduğu Hayatın Tadını Çıkarma boyutunun girişimcilik üzerinde olumlu etkisi olacağı öngörülmüştür (H_{6a}, H_{6b}, H_{6c}, H_{6d}) ve alınan sonuçlar öngörüleri destekler yapıdadır ve çarpıcı niteliktedir. Bu boyutun mutluluk arayışı ve bireyselcilik ile ilişkili olduğu düşünüldüğünden, girişimciliği desteklemesi doğal olarak değerlendirilebilir. Çalışmanın hipotezleri ve elde edilen sonuçlar Tablo 5.1.'de özetlenmiştir.

Kültürel boyutlar ile ekonomik gelişmişlik düzeyinin girişimciliği etkileme konusu üzerinde hemen hiç çalışılmamış bir konudur. Bu çalışmada etkileşim farklı iki istatistiki yöntemle incelenmiş ve 3 ya da 4 kültürel boyutunun ekonomik gelişmişlik düzeyi ile etkileşime girdikleri saptanmıştır. Kişi başı milli gelirin ekonomik gelişmişliğin göstergelerinden sadece bir tanesi olduğu düşünüldüğünde,

2-Yönlü ANOVA analizi elde edilen sonuçların daha muteber olduğu söylenebilir. Karşılıklı etkileşim konusunda daha fazla ampirik çalışmaya ihtiyaç olduğu aşikardır.

Tablo 5.1. Hipotez Değerlendirme Tablosu

Hipotez	Karar
H_{1a}: Güç Mesafesi girişimcilik yaklaşımlarını olumsuz etkiler.	Red
H_{1b}: Güç Mesafesi girişimcilik yeteneklerini olumsuz etkiler	Kabul
H_{1c}: Güç Mesafesi girişimcilik amaçlarını olumsuz etkiler.	Red
H_{1d}: Güç Mesafesi kümülatif olarak girişimciliği olumsuz etkiler.	Ked
H_{2a}: Bireyselcilik girişimcilik yaklaşımlarını olumlu etkiler.	Kabul
H_{2b}: Bireselcilik girişimcilik yetenekleri olumlu etkiler.	Kabul
H_{2c}: Bireyselcilik girişimcilik amaçlarını olumlu etkiler.	Kabul
H_{2d}: Bireyselcilik kümülatif olarak girişimciliği olumlu etkiler	Kabul
H_{3a}: Erillik girişimcilik yaklaşımlarını olumlu etkiler.,	Red
H_{3b}: Erilik girişimcilik yeteneklerini olumlu etkiler.	Red
H_{3c}: Erillik girişimcilik amaçlarını olumlu etkiler.	Red
H_{3d}: Erillik kümülatif olarak girişimciliği olumlu etkiler.	Red
H_{4a}: Belirsizlikten Sakınma girişimcilik yaklaşımlarını olumsuz etkiler.	Red
H_{4b}: Belirsizlikten Sakınma girişimcilik yeteneklerini olumsuz etkiler.	Red
H_{4c}: Belirsizlikten Sakınma girişimcilik amaçlarını olumsuz etkiler.	Red
H_{4d}: Belirsizlikten Sakınma kümülatif olarak girişimciliği olumsuz etkiler.	Red
H_{5a}: Uzun Döneme Odaklanma girişimcilik yaklaşımlarını olumlu etkiler.	Kabul
H_{5b}: Uzun Döneme Odaklanma girişimcilik yeteneklerini olumlu etkiler.	Kabul
H_{5c}: Uzun Döneme Odaklanma girişimcilik amaçlarını olumlu etkiler.	Kabul
H_{5d}: Uzun Döneme Odaklanma kümülatif olarak girişimciliği olumlu etkiler.	Kabul
H_{6a}: Hayatın Tadını Çıkarma girişimcilik yaklaşımlarını olumlu etkiler.	Kabul
H_{6b}: Hayatın Tadını Çıkarma girişimcilik yeteneklerini olumlu etkiler.	Kabul
H_{6c}: Hayatın Tadını Çıkarma girişimcilik amaçlarını olumlu etkiler.	Red
H_{6d}: Hayatın Tadını Çıkarma kümülatif olarak girişimciliği olumlu etkiler.	Kabul

Her çalışmanın olduğu gibi bu çalışmanın da kesin, kaçınılmaz kısıtları mevcuttur. Bunlardan birincisi ve en önemlisi boylamsal analiz zaman diliminin 5 yıl ile sınırlı olmasıdır. Çalışmada veri setlerinin mevcudiyetinin imkân verdiği en uzun zaman dilimi kullanılmış olmasına rağmen daha uygun boylamsal bir çalışma için daha uzun sürelerin olması gerektiği aşikardır. İkinci kısıtlama örneklem boyutuna yöneliktir. Örneklem boyutu, kültürel boyut bilgilerinin mevcut olduğu 81 bir ülkeyi kapsamaktadır. Zaman içinde kültürel boyut endeksleri belirlenmiş ülke sayısı arttıkça, daha büyük bir örneklem ile çalışmalar mümkün hale gelebilecektir. Bu çalışmanın daha uzun zaman dilimlerini ve daha çok ülkeyi kapsayacak şekilde tekrar edilmesi önerilmektedir.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

"*Consuetudinis vis manga est"* geleneklerin ve kültürün yaşamda önemli bir yeri olduğu anlamına gelen bir Latin özdeyişidir ve yüzyıllar önce insanların kültürün etkilerinin farkına vardıklarını ve üzerinde kafa yorduklarını göstermektedir. Bir açıdan bakıldığında, bu çalışmada belirtilen özdeyişin bugün hala geçerli olup olmadığı araştırılmıştır. Araştırmada ulusal kültürel özelliklerin, ulusların girişimcilik performansına etkisi incelenmiştir.

Araştırma sonuçlarına göre Hofstede kültürel boyutlarından olan ve temel olarak toplumdaki bireylerin eşit olmadığı ve bunun kabul edilmesi olarak ifade edilebilecek "Güç Mesafesi" boyutunun girişimcilik performansı üzerinde bir etkisi belirlenmemiştir. Bu kesin olarak önceki çalışmalardan farklı bir sonuçtur. Hofstede boyutlarından "Bireyselcilik", girişimciliği her yönü ile desteklemektedir. Bu teori ve ampirik çalışmalar ile uyumlu bir sonuçtur. Temel olarak toplumdaki kadın-erkek rollerinin ayrımı olarak belirtilip girişimciliği desteklediği düşünülen "Erillik'' boyutunun tam ters bir etkiye sahip olduğu saptanmıştır. Belirsizliğe hoşgörü ve risk alma eğilimini, dolayısı ile girişimciliği olumsuz etkilediği düşünülen "Belirsizlikten Sakınma" boyutunun girişimcilik üzerine belirgin, net bir etkisi görülmemiştir. Teori ve önceki ampirik çalışmalarla örtüşecek şekilde "Uzun Dönem Odaklılık" boyutu girişimciliği destekler görünümündedir. Üzerinde fazla çalışmanın olmadığı, göreceli olarak en yeni Hofstede kültürel boyutu "Hayatın Tadını Çıkarma" nın girişimciliği açık bir şekilde desteklediği belirlenmiştir.

Çalışmanın belki de çarpıcı sonucu, girişimciliği etkileme konusunda kültürel değişkenler ile ekonomik değişkenlerin etkileşime girdikleri ve ekonomik gelişmişlik düzeyi arttıkça kültürün etkisinin daha da belirginleştiğinin gözlenmesidir. Bu çalışma açıkça ortaya koymaktadır ki ulusal kültür ülkedeki girişimcilik ekolojisini etkilemekte ve ülkenin genel ekonomik gelişmişlik düzeyi ile etkileşim halinde bulunmaktadır. Girişimcilik konusunda yapılacak araştırmaların her iki faktörü de eşzamanlı olarak ele alması gerektiği düşünülmektedir.

Bu çalışmanın girişimcilik literatürüne çeşitli nadir katkıları vardır. Öncelikle çalışma, ardı ardına 5 seneyi kapsayan boylamsal bir çalışmadır. İkinci olarak kültüre bir sistem olarak yaklaşılmış ve "Hayatın Tadını Çıkarma /Kısıtlama" gibi oldukça

yeni boyutları da içerecek şekilde bütünsel bir analiz yapılmıştır. Çalışmanın başka bir katkısı da önceki çalışmalara nazaran çok daha büyük bir örneklemi incelemesidir. Önceki çalışmalar girişimcilik performansının ölçümü olarak genelde "açılan yeni işyeri" veya işletme sahipliği gibi tek boyutlu ölçekler kullanmıştır. Çalışmada kullanılan GEDI ölçüm metodolojisi girişimciliği tüm yönleri ile ele almakta olup, bu ölçüm metodolojisi kullanarak yapılan ampirik çalışmalar çok nadirdir. Bunlara ek olarak daha önceki çalışmalarda sık rastlanmayan bir şekilde girişimciliği etkileme açısından kültürün ekonomik parametreler ile etkileşimi incelenmiştir.

Çalışma ve sonuçlarından üç farklı kesimin yararlanabileceği düşünülmektedir. Bunlardan ilki; gençlerin eğitiminde birinci derecede rol oynayan anne ve babalardır. Bu aşamada belirtilmesinde fayda görülen nokta şudur; bir toplumun bazı kültürel özelliklerinin modern yaşamın yeni beliren bazı gereksinimleri için birtakım olumsuz özellikler içermesi bir kader, alın yazısı değildir. Araştırmalarından bu çalışmada çoklukla yararlanılan Hollandalı sosyal psikolog Geert Hofstede *kültürün genler yolu ile aktarılmadığını, kültürün öğrenildiğini* ifade etmiştir. Topluma yeni katılan bireylere, eskilerinden farklı değerler, tutumlar aktarılırsa yeni bireylerin bu değer, tutum ve davranışları benimseyeceği öngörülmektedir. Bu çalışmanın ebeveynlerde bir farkındalık oluşturması umut edilmektedir.

Araştırma uygulayıcılar düzleminde; girişimcilik konusunda politika belirleyen, strateji oluşturan, planlama yapan tüm kurum yöneticileri ile özellikle uluslararası platformda çalışan şirket yöneticilerine, yönetimden sorumlu oldukları çalışanlarını daha iyi tanımaları ve anlamalarında yardımcı olabilecek niteliktedir.

Son olarak, çalışmanın yeni, sürprizler içeren sonuçları ile akademik düzlemde araştırmacılara gerçekleştirecekleri çalışmalar için mütevazi bir kaynak teşkil etmesi ve farklı bir bakış açısı sağlaması umulmaktadır.

KAYNAKLAR

Acs, Z.J., D.B. Audretsch, D.S. Evans, D.S., (1992), “The determinants of variations in self-employment rates across countries and over time”, WZB.

Acs, Z.J., L. Szerb, Lloyd, A., (2018), “Global entrepreneurship index 2018”, The Global Entrepreneurship and Development Institute, Washington, DC.

Adams, R., Bessant, J., Phelps, R., (2006), “Innovation Management Measurement: a Review “, Int. J. Manage.Rev., 8(1), 21-47.

Adıgüzel, M., (2013), “Küresel Rekabet Gücünün Ölçülmesi ve Türkiye Bağlamında Bir Değerlendirme”, Akademik Bakış Dergisi, Sayı 37.

Adrich, A., Zimmer, C., (1986), "Entrepreneurship through Social Networks", In Sexton, D., Smilor, R., Editors, The Art and Science of Entrepreneurship, Ballinger, New York.

Ahl, H., (2006), “Why research on women entrepreneurs needs new directions.” Entrepreneurship theory and practice, 30(5), 595-621.

Aidis, R., (2003),” Entrepreneurship and economic transition”, Tinberger Institute Discussion Paper, TI-2003/015-2.

Allred, B.B., Swan K.S., (2004), “Global versus multidomestic: Culture’s consequences on innovation”, Management International Review, 81-105.

Amiri, N.R., Marimaei, M.R. (2012), “Concept of entrpreneurship and entrepreneurs traits and characteristics.” Scholarly Journal of Business Administration, 2(7), 150.

Arıkan, S., (2004), “Girişimcilik: Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular”, 2. Baskı, Siyasal Kitabevi, Ankara.

Audretsch, D.B., Carree, A.M., Thurik, A. R, (2001), “Does entrepreneurship reduce unemployment?”, Tinbergen Institute discussion paper, 01-074/3

Audretsch, D.B., Thurik, R., Verheul I., Wennekers, S. (2002),” Entrepreneurship: determinants and policy in a European-US comparison (Vol. 27)”, Springer Science & Business Media.

Autio, E., Pathak, S., Ennberg, K., (2013), “Consequences of cultural practices for entrepreneurial behaviors”, Journal of International Business Studies 44(4), 334-362.

Ayoun, B. M., Moreo, P.J., (2008), “The Influence of the Cultural Dimension of Uncertainty Avoidance on Business Strategy Development: A Cross-National Study of Hotel Managers”, International Journal of Hospitality Management, 27, 65-75.

Baron, R. A., (2004), “The Cognitive Perspective: A Valuable Tool for Answering Entrepreneurship’s Basic ‘Why’ Questions”, Journal of Business Venturing, 19(2), 221-239.

Başar, M., Müftüoğlu, T., Ürper, Y., Tosunoğlu, B.T., (2010),” Girişimcilik”, Anadolu Universitesi Web-Ofset, Eskişehir.

Baughn, C.C., Neupert, K.E., (2003), “Culture and national conditions facilitating entrepreneurial start-ups”, Journal of International Entrepreneurship, 1(3),313-330.

Beckman, G. D., Cherwitz, R. A., (2009), “Intellectual Entrepreneurship: An Authentic Foundation for Higher Education Reform”, Planning for higher education, 37(4), 27

Blodgett, J. G.; Bakır, A., Rose, G. M., (2008), “A Test of the Validity of Hofstede’s Cultural Framework”, Journal of Consumer Marketing, 25 (6), 339-349.

Bocutoglu, E., (2012), “İktisadi Düşünceler Tarihi”, Murathan Yayınevi, Trabzon.

Bolton, W., Thompson, J., (2013), ‘’Entrepreneurs: talent, temperament and opportunity”, Routledge.

Bond, M.H., Leung, K., Au, A. Tong, K.K, De Carrasquel, S.R., Murakami, F., Yamaguchi, S., (2004), “Culture-level dimensions of social axioms and their correlates across 41 cultures”, Journal of cross-cultural psychology 35(5), 548-570.

Bozkurt, S., (2004), “Hizmet Sektöründe Örgütsel ve Yönetsel Değerler: Otel İşletmelerinde Bir Çalışma”, YTÜ Yüksek Lisans Tezi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Brock, D. D., Steiner, S., (2009), “Social entrepreneurship education: Is it achieving the desired aims?”, USASBE 2008 Proceedings, 1133-1152,

Brockhaus, R.H., Horwitz, P.S., (1986), “The Psychology of The Entrepreneur”, In Sexton, D., Smilor, R., Editors, The Art and Science of Entrepreneurship, Cambirdge.

Bula, H.O. (2012), “Performance of Women in Small Scale Enterprises (SSEs): Marital Status and Family Characteristics”, European Journal of Business and Management 4(7), 85-99.

Bulut, Ç., Bulut, A.M., Aktan, B., Yılmaz, S., Fiş, A.M., (2008), “Kurumsal Girişimcilik: Kavramsal Yapı Üzerine Bir Tartışma”, Journal of Yaşar University, 3(10), 1389-1416.

Busenitz, L.W., Lau, C.M., (1996), “A cross-cultural cognitive model of new venture creation”, Entrepreneurship theory and practice 20(4), 25-40.

Bygrave, W., Minniti, M., (2000), “The social dynamics of entrepreneurship”, Entrepreneurship Theory and Practice, 24(3), 25-36.

Caccioti, G., Hayton, J., (2017), “National culture and entrepreneurship.” In The Wiley Handbook of Entrepreneurship, 401-422. John Wiley & Sons Ltd.

Cantillon, R., (1775), “An Essay on Economic Theory “, Ludwig von Mises Institute, Alabama.

Carayannis, E.G., (2013), “Encyclopedia of Creativity, Invention, Innovation, and Entrepreneurship”, Springer.

Carlsson, B., Braunerhjelm, P., McKelvey, M., Olofsson, C., Persson, L., Ylinenpaa, H., (2013), “The Evolving Domain of Entrepreneurship Research”, Small Business Economics, 41, 913-930.

Chandler, G. N., Lyon, D. W., (2001), "Issues of research design and construct measurement in entrepreneurship research: The past decade", Entrepreneurship Theory and Practice, 25(4), 101-113.

Chen, Y.F., Lai, M.C., (2010), "Factors Influencing the Entrepreneurial Attitude of Taiwanese Tertiary-Level Business Students", Social Behavior and Personality: An International Journal, 38(1), 1-12.

Coccia, M., (2014), "Socio-Cultural Origins of the Patterns of Technological Innovation, What is the Likely Interaction Among Religious Cultures, Religious Pluarity and Innovation, Towars a Theory of Socio-cultural Drivers of Patterns of Technological Innovations", Technology in Society 36, 13-25.

Craig, C.S., Douglas, S.P., (2006), "Beyond National Culture: Implications of Cultural Dynamics for Consumer Research", International Marketing Review, 23 (3), 322-342.

Crotts, J.C., Erdmann, R., (2000), "Does National Culture Influence Consumers' Evaluation of Travel Services? A test of Hofstede's Model of Cross-cultural Differences", Managing Service Quality, 10 (6), 410-419.

Çetinkaya, B., Alparslan, A.M., Alparslan, Ö., (2013), "Girişimlerde bulunması gereken özellikler ile Girişimcilik Eğitimi: Girişimcive Öğrenci Görüşleri", Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 8(1), 7-26.

Davidsson, P., J. Wiklund, J. (1997), "Values, beliefs and regional variations in new firm formation rates." *Journal of Economic psychology* 18(2-3), 179-199.

Demirel, E. T., (2017), "Girişimcilik: Temel kavramlar, girişimcilik türleri, girişimcilikte güncel konular", Cinius Yayınları, İstanbul.

Demirel, E.T, Akbıyık, N., (2009), "Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi", Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.

Drogendijk, R., Slangen, A., (2006), "Hofstede, Schwartz, or Managerial Perceptions? The Effects of Different Cultural Distance Measures on Establishment

Mode Choices by Multinational Enterprises", International Business review, 15(4), 361-380.

Drucker, P., (2014)," Innovation and entrepreneurship", Routledge, New York

Ecevit, Y., (1993), "Kadın Girişimciliğinin Yaygınlaşmasına Yönelik Bir Model Önerisi", Kadını Girişimciliğe Özendirme ve Destekleme Paneli, Ankara.

Erkan C., (1993)," Küreselleşme ve Avrupa Topluluğu Karşısında Türkiye'nin Rekabet Yeteneği", Takav Matbaacılık, Ankara.

Erkan, H., (1992), "Sosyal Piyasa Ekonomisin Rekabet Boyutu", KAS, İzmir.

Erkenekli, M., (2011), "Hofstede'nin Kültürel Değerler Modeline Göre Türkiye ve ABD'nin Karşılaştırılması", KHO Bilim Dergisi, 21(2).

Etzioni, A., (1987), "Entrepreneurship, adaptation and legitimation: a macro-behavioral perspective", Journal of Economic Behavior & Organization, 8(2), 175-189.

Fairlie, R. W., Fossen, F.M., (2018)," Opportunity versus necessity entrepreneurship: two components of business creation", SOEP papers on Multidisciplinary Panel Data Research, Berlin.

Fiet, J.O. (2002), "The systematic search for entrepreneurial discoveries." ABC-CLIO.

Formanini, R.L., (2001), "The Engine of Capitalist Process: Entrepreneurship Economic Theory", Economic and Financial Review, 4th Quarter,2-11.

Frederking, L.C., (2004), "A cross-national study of culture, organization and entrepreneurship in three neighbourhoods", Entrepreneurship & Regional Development 16(3): 197-215.

Freytag, A., Thurik, R., (2007), "Entrepreneurship and its determinants in a cross-country setting", Journal of evolutionary Economics 17(2), 117-131.

Gartner, W. B., (1988), "Who is an entrepreneur? is the wrong question", American journal of small business, 12(4), 11-32.

GEDI, (2018), “Global Entre & Development Report 2018”, GEDI, Paris

Gökalp, Z., (1995), “Hars ve Medeniyet”, Toker Yayınları, İstanbul.

Gupta, V.K., Turban, D.B., Wasti, S.A., Sikdar, A., (2009), “The role of gender stereotypes in perceptions of entrepreneurs and intentions to become an entrepreneur”, Entrepreneurship theory and practice, 33(2), 397-417.

Güney, S. (2000), “Davranış Bilimleri”, Nobel Yayın Dağıtım, İstanbul.

Gürsoy, D., Umbreit, W.T., (2004), “Tourist Information Search Behavior: Crosscultural Comparison of European Union Member States”, Hospitality Management, 23, 55-70.

Haviland, A.W., (2002), “Cultural anthropology”, Wadsworth/Thompson Learning.

Hayton, J.C., Cacciotti. G., (2013), “Is there an entrepreneurial culture? A review of empirical research”, Entrepreneurship & Regional Development 25(9-10),708-731.

Hayton, J.C., George, G., Zahra, S.A. (2002), “National culture and entrepreneurship: A review of behavioral research”, Entrepreneurship theory and practice 26(4), 33-52.

Hébert, R. F., Link, A. N., (1988),” The entrepreneur: Mainstream views and radical critiques “, Praeger, New York.

Hebert, R.F., Link, A.N., (1989), “In Search of The Meaning of Entrepreneurship”, Small Business Economics, 1(1), 39-49.

Hechavarria, D.M., Reynolds, P.D., (2009), “Cultural norms & business start-ups: the impact of national values on opportunity and necessity entrepreneurs”, International Entrepreneurship and Management Journal ,5(4), 417.

Hisrich, R. D., Peters, M. P., (1995),” Entrepreneurship. Starting, developing, and managing a new entreprise”, Bs Irwin Inc, USA.

Hofstede, G. (2010), “The GLOBE debate: Back to relevance”, Journal of International Business Studies 41(8), 1339-1346.

Hofstede, G., (1980), “Culture’s consequences: International Differences in Work-Related Values”, Newbury Park, CA: Sage.

Hofstede, G., (2001), “Culture’s Consequences: Comparing Values, behaviours, Institutions and Organizastions across Nations”, 2nd Ed., Sage.

Hofstede, G., Bond, M.H., (1988). “The Confucius connection: From cultural roots to economic growth”, Organizational dynamics 16(4), 5-21.

Hofstede, G., Hofstede, G.J., Minkov, M., (2010),” Cultures and Organizations: Software of the mind”, Revised and Expanded 3rd Edition, Mc. Graw Hill.

Hofstede, G., Noorderhaven, N.G., Thurik, A.R., Uhlaner, L.M., Wennekers, A.R., Wildeman, R.E., (2004), “Culture's role in entrepreneurship: self-employment out of dissatisfaction.” In Innovation, entrepreneurship and culture: The interaction between technology, progress and economic growth: 162-203. Edward Elgar Publishing Limited.

Hofstede, G., (2001), “Culture's consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations”. Thousand Oaks, CA: Sage Publications.

Hofstede, G., (2011), “Dimensionalizing cultures: The Hofstede model in context”, Online readings in psychology and culture,2(1),8.

House, R.J., Gupta, V., Hanges, P., Javidan, M., Dorfman, F., (2004), **“**Leadership, Culture and Organization: The GLOBE study of 62 Countries”, Thousand Oaks, CA, Sage.

Hui, C.H., Triandis, H.C., (1986), “Individualism-collectivism: A study of cross-cultural researchers.” Journal of cross-cultural psychology 17(2), 225-248.

Huntington, S.P., (1997), “The clash of civilizations and the remaking of world order”, Penguin Books, India.

Inglehart, R., (1997),” Modernization and postmodernization: Cultural, economic, and political change in 43 societies”, Princeton University Press.

Iversen, J., Jørgensen, R., Malchow-Møller, N., (2007), "Defining and measuring entrepreneurship", Foundations and Trends in Entrepreneurship, 4(1), 1-63.

İçli, G., (2002)," Sosyolojiye Giriş", Anı Yayıncılık, Ankara.

Karaca, M., Özdevecioğlu, M., (2015), "Girişimcilik ve Girişimci Kişilik", Eğitim Kitapevi yayınları, Konya.

Kelley, D.J., Singer, S., and Herrington, M., (2012), "2011 Global Report", The global entrepreneurship monitor.

Kirkman, B.L., Lowe, K.B., Gibson, C.B., (2006), "A quarter century of culture's consequences: A review of empirical research incorporating Hofstede's cultural values framework", Journal of international business studies, 37(3),285-320.

Kirzner, I. M., (2015), "Competition and entrepreneurship", University of Chicago press.

Koçel, T., (2014), "İşletme Yöneticiliği", 15.Baskı, Beta Yayıncılık, İstanbul.

Korkmaz, O., (2012), "Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerini belirlemeye yönelik bir araştırma: Bülent Ecevit Üniversitesi örneği", Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi, 14(2), 209-226.

Kreiser, P.M., Marino, L.D., Dickson, P., Weaver, K.M., (2010), "Cultural influences on entrepreneurial orientation: The impact of national culture on risk taking and proactiveness in SMEs." Entrepreneurship Theory and Practice, 34(5),959-983.

Kroeber, A. L., Kluckhohn, C., (1952), "Culture: A critical review of concepts and definitions", MA, Peabody Museum, Vol. 47, No. 1. Cambridge.

Krueger, N., Liñán, F., Nabi, G., (2013), "Cultural values and entrepreneurship", Entrepreneurship and Regional Development, 25(9-10):703-707.

Kuratko, D.F. (2003), "Entrepreneurship education: Emerging trends and challenges for the 21st century", White Paper, US Association of Small Business Education, 22.

Kuratko, D.F., (2007), “Entrepreneurial leadership in the 21st century: Guest editor's perspective.” Journal of Leadership & Organizational Studies,13(4),1-11.

Landes, D.S., (1998), “The wealth and poverty of nations: Why are some so rich and others so poor”, W.W. Norton & Company.

Landstrom, H., (1999), “The roots of entrepreneurship research”, New England Journal of Entrepreneurship, 2(2), 9-20

Lin, L.H., (2009), “Effects of national culture on process management and technological innovation”, Total Quality Management 20(12),1287-1301.

Liñán, F., Santos, F. J., Fernández, J., (2011), “The influence of perceptions on potential entrepreneurs”, International Entrepreneurship and Management Journal, 7(3), 373.

Luthans, F., Ibrayeva, E. S., (2006),” Entrepreneurial self-efficacy in Central Asian transition economies: quantitative and qualitative analyses”, Journal of International Business Studies, 37(1), 92-110.

Mair, J., marti, I., (2006), “Social entrepreneurship research: A source of explanation, prediction, and delight”, Journal of world business, 41(1),36-44.

Marangoz, M., (2012),” Girişimcilik”, Beta Yayınları, İstanbul.

McClelland, D.C., (1961), “The achieving society.” Princeton, NJ: D. Van Norstrand Company. Inc.

McDougall, P.P., Oviatt, B.M., (2000), “International entrepreneurship: the intersection of two research paths”, Academy of management Journal 43(5),902-906.

McGrath, R.G., MacMillan, I.C., Yang, E.A.Y., Tsai, W., (1992), “Does culture endure, or is it malleable? Issues for entrepreneurial economic development”, Journal of Business Venturing 7(6), 441-458.

McGrath, R.G., MacMillan, I.C., Scheinberg, S., (1992), “Elitists, risk-takers, and rugged individualists? An exploratory analysis of cultural differences between entrepreneurs and non-entrepreneurs”, Journal of business venturing, 7(2), 115-135.

Merkin, R. (2008), “Uncertainty Avoidance and Facework: A test of the Hofstede Model”, International Journal of Intercultural Relations”, 30(2), 213-228.

Minkov, M., (2009), “Predictors of differences in subjective well-being across 97 nations”, Cross-Cultural Research, 43(2),152-179.

Minkov, M., Hofstede, G., (2012), “Is National Culture a Meaningful Concept? Cultural Values Delineate Homogeneous National Clusters of In-Country Regions”, Cross Cultural Research, 46(2), 133-159.

Minniti, M., Bygrave, W.D., Autio, E., (2005), “Global entrepreneurship monitor. 2004 Report on Women and Entrepreneurship”, London Bussiness School.

Minniti, M., Bygrave, W.D., Autio. E., (2006), “Global Entrepreneurship Monitor: 2005 Executive Report”, London Bussiness School.

Mitchell, R. K., Busenitz, L.W., Bird, B., Gaglio, C.M., McMullen, J.S., Morse, E.A., J. Brock Smith, J.B., (2007), “The Central Question in Entrepreneurial Cognition Research”, Entrepreneurship Theory and Practice, 31(1), 1-27.

Mitchell, R.K., Smith, B., Seawright, K.W., Morse, E.A., (2000), “Cross-cultural cognitions and the venture creation decision” , Academy of management Journal 43(5), 974-993.

Morris, M.H., Avila, R.A., Allen, J., (1993), “Individualism and the modern corporation: Implications for innovation and entrepreneurship”, Journal of management 19(3), 595-612.

Morris, M.H., Kuratko, D.F., Covin, J.G. (2010), “Corporate entrepreneurship & innovation”, Cengage Learning.

Moss, L., (1982), “Biological theory and technological entrepreneurship in Marshall's writings”, Eastern Economic Journal, 8(1), 3-13.

Mueller, S.L., Thomas, A.S., (2001), “Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness”, Journal of business venturing 16(1), 51-75.

Müftüoğlu, T.Y., Ürper, M., Tosunoğlu, B.T., (2004),” Girişimcilik”, T.C. Anadolu Universitesi Yayını, Eskişehir.

Naktiyok, A., (2004), “İç Girişimcilik”, Beta Yayınları, İstanbul.

OECD, (2017), “Entrepreneurship at a Glance 2017”, OECD Publishing, Paris

Osoba, B.J., (2009), “Culture and entrepreneurial activity in the United States: A quantitative analysis.” Innovation–The European Journal of Social Science Research 22(3), 341-370.

Öğüt, A., Şendoğdu, A., Yılmaz, N., (2006), “Bilişimci Girişimci Tipolojisi Açısından Bilgi Yönetiminin İlkeleri “, Kırgızistan- Türkiye Manas Üniversitesi, Girişimcilik Kongresi, Dizi:11, No: 86, Bişkek 25-27 Mayıs.

Parsons, T., (1991), “The Social System”, RouteLedge, Taylor & Francis Group.

Perwin, L.A., (2003), “The Science of Personality”, Oxford University Press, New York.

Pinchot, G., (1985), “Intrapreneuring: Why you don’t have to leave the corporation to become entrepreneur”, Harper and Row Publishers, New York

Pinillos, M.J., Reyes, L., (2011), “Relationship between individualist–collectivist culture and entrepreneurial activity: evidence from Global Entrepreneurship Monitor Data”, Small Business Economics, 37(1), 23-37.

Powell, S., (2006), “Geert Hofstede: Challenges of Cultural Diversity”, Human Resource Management International Digest, 14 (3), 12.

Ralston, D.A., Holt, D.H., Terpstra, R.H., Kai-Cheng, Y., (1997), “The impact of natural culture and economic ideology on managerial work values: a study of the United States, Russia, Japan, and China”, Journal of international business studies 28(1), 177-207.

Reimann, M., Lünemann, U.F., Chase, R.B., (2008), “Uncertainty Avoidance as a Moderator of the Relationship Between Perceived Service Quality and Customer Satisfaction”, Journal of Service Research, 11 (1), 63-73.

Reynolds, P.D., Bygrave, W.D., Autio, E., Arenius, P. (2004), "GEM 2003 Global Report", Babson College.

Reynolds, P.D., (1991), "Sociology and Entrepreneurship: Concepts and Contributions", Entrepreneurship Theory and Practice, 16(2), 47-70.

Ripsas, S., (1998), "Towards An Interdisciplinary Theory of Entrepreneurship", Small Business Economics 10, 103-115.

Robbins, S.P., Coulter, M., (2012), "Management", 11th ed., Prentice Hall.

Say, J.B.,(1816), "Catechism of Political Economy: Or, Familiar Conversations on the Manner in which Wealth is Produced, Distributed, and Consumed in Society", Sherwood, Neely and Jones, London,https://mises.org/library/catechism-political-economy, (Erişim Tarihi: 12/11/2018)

Schein, E.H., (2010), "Organizational Culture and Leadership ", 4th Ed., John Wiley & Sons.

Schiffman, L., Kanuk, L., (1991), "Consumer Behaviour", Prentice Hall.

Schumpeter, J.A., (1934), "The schumpttr: Theory economic development", Harvard University Press.

Schumpeter, J.A., (1942), "Socialism, capitalism and democracy", Harper & Brothers, New York.

Schwartz, S.H., (2006), "A theory of Cultural Value Orientations: Explication and Applications", Comparative Sociology, 5, 136-182.

Schwartz, S.H., (1994), Beyond individualism/collectivism: New cultural dimensions of values, Sage Publications, Inc.

Schwartz, S.H., Peterson, M.F, Smith, P.B., (2002), "Cultural Values, Sources of Guidance and Their Relevance to Managerial Behavior, a 47-Nation Study", Journal of Cross-Cultural Sociology, March, 33(2), 188-208.

Schwartz, S.H., (1992), “Universals in the Content and Structure of Values; Theoretical Advances and Tests in 20 Countries”, Advances in Experiment Social Psychology, 25, 1 – 65.

Shane, S., (1993), “Cultural influences on national rates of innovation.” Journal of Business Venturing 8(1), 59-73.

Shane, S., (1996), “Explaining variation in rates of entrepreneurship in the United States: 1899-1988”, Journal of Management, 22(5), 747-781.

Shane, S., Venkataraman, S., MacMillan, I., (1995), “Cultural differences in innovation championing strategies”, Journal of management ,21(5), 931-952.

Shane, S., Venkataraman. S. (2000), “The promise of entrepreneurship as a field of research”, Academy of Management Review, 25(1), 217-226.

Shane, S.A., (1992), “Why do some societies invent more than others?” Journal of Business Venturing, 7(1), 29-46.

Shane, S.A., (2008), “The illusions of entrepreneurship: The costly myths that entrepreneurs, investors, and policy makers live by”, Yale University Press.

Shapero, A., Sokol, L., (1982), “The social dimensions of entrepreneurship”, University of Illinois at Urbana-Champaign's Academy for Entrepreneurial Leadership Historical Research Reference in Entrepreneurship, 4 Nov. 2009.

Shaver, K.G, Scott, L.R., (1991), “Person, Process, Choice: The Psychology of New Venture Creation", Entrepreneurship Theory and Practice, 16(2), 23- 45.

Signorini, P., Wiesemes, R., Murphy, R., (2009), “Developing Alternative Frameworks For Exploring Intercultural Learning: a Critique of Hofstede's Cultural Difference Model”, Teaching in Eduction, 14(3), 253-264.

Simpeh, K. N., (2011), “Entrepreneurship theories and Empirical research: A Summary Review of the Literature”, European Journal of Business and Management, 3(6), 1-8.

Sivarajah, K., Sivapalan, A., (2013), "Entrepreneurial Intention Among Undergraduates: Review of Literature", European Journal of Business and Management, 5(5), 172-186.

Soares, A.M., Farhangmehr, M., Shoham, A., (2007), "Hofstede's dimensions of culture in international marketing studies", Journal of business research, 60(3),277-284.

Suddle, K., Beugelsdijk, S., Wennekers, S., (2010), "Entrepreneurial culture and its effect on the rate of nascent entrepreneurship", Entrepreneurship and Culture, 227-244. Springer, Berlin, Heidelberg.

Swierczek, F. W., Quang, T., (2004), "Entrepreneurial cultures in Asia: Business policy or cultural imperative", Journal of Enterprising Culture 12(02), 127-145.

Şişman, M., (2007), "Örgütler ve Kültürler", Pegem A Yayınları, Ankara.

Taras, V. (2006), "Improving Cultural Indices and Rankings Based on a Meta-analysis of Hofstede's Taxonomy", Paper presented at the Academy of International Business Annual Meeting, Beijing, China.

Tekin, M., (2004), "Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği", Detay Yayıncılık, Ankara.

Tiessen, J.H., (1997), "Individualism, collectivism, and entrepreneurship: A framework for international comparative research", Journal of Business Venturing 12(5), 367-384.

Top, S., (2006), "Girişimcilik Keşif Süreci", Beta Basım Yayım, İstanbul

Trompenears, F., Turner, C.H. (1997)," Riding The Waves of Culture", Nicholas Bearly Publishing, Second Edition.

Tylor, E.B., (1871), "The Primitive Culture", John Murray, Albemarle St. London.

Uhlaner, L., Thurik, R., (2007), "Postmaterialism influencing total entrepreneurial activity across nations", Journal of Evolutionary Economics 17(2), 161-185.

Van Everdingen, Waarts, E., (2003), "The effect of national culture on the adoption of innovations", Marketing Letters, 14(3), 217-232.

Vecchio, R.P., (2003), "Entrepreneurship and Leadership, Common Trends and Common Threads", Human Resource Management Review,13(2), 303-327.

Virtanen, M., (1997), "The Role of Different Theories in Explaining Entrepreneurship", Entrepreneurship: The Engine of Global Economic Development, Journal of Best Papers of the 42nd World Conference, International Council for Small Business 1997, San Francisco.

Web 1, (2019), https://www.gemconsortium.org/about/news.

Web 2, (2019), http://www.tdk.gov.tr/.

Weber, M., (1930), The protestant ethic and the spirit of capitalism", Route Edge.

Wennekers, S., Thurik, R., Stel, A., V., Noorderhaven, N., (2007), "Uncertainty avoidance and the rate of business ownership across 21 OECD countries, 1976–2004", Journal of Evolutionary Economics, 17(2),133-160.

Wennekers, S., Van Wennekers, A., Thurik, R., Reynolds, P., (2005), "Nascent entrepreneurship and the level of economic development", Small business Economics, 24(3), 293-309.

World Bank, (2018), https//tcdata360.worldbank.org, (Erişim Tarihi: 17/06/2018)

World Values Survey (2018), www.wvs.org, (Erişim Tarihi: 16.04.2018).

Wu, L. (2005), "Cultures and Organizations, Software of the Mind Executive Book Summary EADM 826.3", The Institute for Research on Intercultural Cooperation, Denmark.

Wu, S., (2007), "The relationship between national culture and national entrepreneurial activity", World Review of Entrepreneurship, Management and Sustainable Development ,3(2), 127-141.

ÖZGEÇMİŞ

Mutlu ÇELİKKOL 1963 Kocaeli-İzmit doğumludur. 1981 yılında Heybeliada Deniz Lisesinden, 1985 yılında Deniz Harp Okulu Kontrol Sistemleri Mühendisliği Anabilim Dalı'ndan (YÖK tarafından Elektrik-Elektronik Mühendisliği denkliği verilmiştir) Deniz Teğmeni olarak mezun olmuştur. 1991 yılına kadar Deniz Kuvvetlerine ait savaş gemilerde görev yapan Çelikkol, bu tarihten sonra sivil yaşamda IT ve Telekom sektöründe faaliyet gösteren uluslararası ve yerel firmalarda uzman, orta düzey yönetici ve üst düzey yönetici olarak çalışmıştır. 2008 yılında emekli olan Çelikkol, Freelance ICT Danışmanı olarak profesyonel iş yaşamını sürdürmekte ve Gebze Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim dalında Doktora ve özel öğrenci olarak Gebze Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü Matematik Ana Bilim Dalında Yüksek Lisans öğrenimine devam etmektedir.

EK-A
Ülkeler ve Grupları *

ID	Ülkeler	WB4	PD	IND	MAS	LTO	IVR
1	Avustralya	4	1	3	3	1	3
2	Avusturya	4	1	2	3	3	3
3	Belçika	4	3	3	2	3	2
4	Kanada	4	1	3	2	1	3
5	Şili	4	3	1	1	1	3
6	ÇekCumhuriyeti	4	2	2	2	3	1
7	Danimarka	4	1	3	1	1	3
8	Estonya	4	2	2	1	3	1
9	Finlandiya	4	1	3	1	1	2
10	Fransa	4	3	3	2	3	2
11	Almanya	4	1	3	3	3	2
12	Yunanistan	4	2	1	2	2	2
13	Macaristan	4	2	3	3	2	1
14	İzlanda	4	1	2	1	1	3
15	İrlanda	4	1	3	3	1	3
16	İsrail	4	1	2	2	1	2
17	İtalya	4	2	3	3	3	1
18	Japonya	4	2	2	3	3	2
19	Güney Kore	4	2	1	1	3	1
20	Latvia	4	2	3	1	3	1
21	Lüksemburg	4	2	2	2	3	2
22	Meksika	3	3	1	3	1	3
23	Hollanda	4	1	3	1	3	3
24	Norveç	4	1	3	1	1	2
25	Polonya	4	3	2	3	1	1
26	Portekiz	4	3	1	1	1	1
27	Slovakya	4	3	2	3	3	1
28	Slovenya	4	3	1	1	2	2
29	İspanya	4	2	2	2	2	2
30	İsveç	4	1	3	1	2	3
31	İsviçre	4	1	3	3	3	3
32	Türkiye	3	3	1	2	2	2
33	İngiltere	4	1	3	3	2	3
34	Amerika	4	2	3	3	1	3
35	İran	3	2	2	2	1	2
36	Brezilya	3	3	1	2	2	2
37	Peru	3	3	1	2	1	2
38	Venezuela	3	3	1	3	1	3
39	Arjantin	3	2	2	2	1	3
40	Kolombiya	3	3	1	3	1	3
41	Singapur	4	3	1	2	3	2
42	Malezya	3	3	1	2	2	2
43	Tayland	3	3	1	1	1	2
44	Çin	3	3	1	3	3	1
45	Russian Fed.	3	3	1	1	3	1
46	Sırbistan	3	3	1	2	2	1
47	Suudi Arabistan	4	3	1	2	1	2
48	Uruguay	4	3	1	1	1	2
49	Hong Kong	4	3	1	2	3	1
50	Kuveyt	4	3	1	2	2	2
51	Bir. Arap Emirlikleri	4	3	1	2	2	2
52	Güney Afrika	3	2	3		1	3

(devam)

Ek-A Devam

ID	Ülkeler	WB4	PD	IND	MAS	LTO	IVR
53	Mısır	2	3	1	2	1	1
55	Ürdün	3	3	1	2	1	2
56	Lübnan	3	3	2	3	1	1
57	Faa	2	3	2	2	1	1
58	Nijerya	2	3	1	2	1	3
59	Pakistan	2	2	1	2	2	1
60	Filipinler	2	3	1	3	1	2
61	Romanya	3	3	1	2	2	1
62	Bulgaristan	3	3	1	2	3	1
63	Etyopya	1	3	1	3	2	2
64	Guatemala	2	3	1	1	2	2
65	Trinidad ve Tobago	4	2	1	2	1	3
66	Zambiya	2	2	1	2	1	2
67	Arnavutluk	3	3	1	3	3	1
68	Hırvastistan	4	3	1	2	2	1
69	Dominik	3	3	1	3	1	2
70	El Salvador	2	3	1	2	1	3
71	Litvanya	4	2	2	1	3	1
72	Angola	3	3	1	1	1	3
73	Bangladeş	2	3	1	2	2	1
74	Tanzanya	1	3	1	2	1	1
75	Senegal	1	3	1	2	1	2
76	Kenya	2	3	1	2	2	2
77	Ukrayna	2	3	1	1	2	1
78	Burkina Faso	1	3	1	2	1	1
79	Hindistan	2	3	2	2	2	1
80	Endonezya	2	3	1	2	3	1
81	Jamaika	3	2	1	3	2	2

*WB4 Ekonomik Seviye Gruplandırması: 4: Yüksek, 3: Yüksek Orta 2: Düşük Orta 1: Düşük GDP ülkeler. PD, IND, MAS, LTO, ve IVR Hofstede Kültürel Boyut Seviyeleri; 3: Yüksek, 2: Orta, 1: Düşük

EK-B

2013- 2017 Yılları Çok Değişkenli Doğrusal Regresyon Sonuçları

2013 Yılı Çok Değişkenli Doğrusal Regresyon Sonuçları

Değişkenler	Bağımlı Değişken: GEI				Bağımlı Değişken: ATT				Bağımlı Değişken: ABT				Bağımlı Değişken: ASP			
Bağımsız Değişkenler	b	SE	t	p	b	SE	t	p	b	SE	t	p	b	SE	t	p
PDI	-.097	.075	-1.299	.198	-.016	.085	-.193	.847	-.119	.071	-1.672	.099	-.158	.105	-1.500	.138
IND	.387	.070	5.515	.000	.387	.079	4.881	.000	.353	.067	5.294	.000	.422	.099	4.276	.000
MAS	-.139	.058	-2.404	.019	-.178	.065	-2.737	.008	-.125	.055	-2.281	.025	-.113	.081	-1.388	.169
UA	-.015	.052	-.295	.766	-.007	.059	-1.125	.901	-.080	.050	-1.616	.110	.042	.074	.574	.568
LTO	.232	.057	4.056	.000	.098	.065	1.521	.133	.271	.054	4.994	.000	.326	.080	4.062	.000
.261	.058	4.436	.000		.275	.066	4.193	.000	.333	.055	6.035	.000	.175	.082	2.145	.035
Model Fit	R^2=.685 adj. R^2=.660;F = 26.870 p=.000				R^2=.567 adj. R^2=.532;F = 16.143 p=.000				R^2=.734 adj. R^2=.712 F = 33.957 p=.000				R^2=.585 adj. R^2=.552;F = 17.404 p=.000			

2014 Yılı Çok Değişkenli Doğrusal Regresyon Sonuçları

Değişkenler	Bağımlı Değişken: GEI				Bağımlı Değişken: ATT				Bağımlı Değişken: ABT				Bağımlı Değişken: ASP			
Bağımsız Değişkenler	b	SE	t	p	b	SE	t	p	b	SE	t	p	b	SE	t	p
PDI	-.116	.084	-1.370	.175	-.051	.091	-.563	.575	-.161	.086	-1.864	.066	-.139	.112	-1.244	.217
IND	.423	.079	5.338	.000	.444	.086	5.179	.000	.419	.081	5.181	.000	.413	.105	3.940	.000
MAS	-.145	.065	-2.233	.029	-.172	.071	-2.434	.017	-.189	.066	-2.851	.006	-.086	.086	-1.000	.321
UA	-.021	.059	.357	.722	.054	.064	.847	.400	-.038	.060	-.637	.526	.047	.058	.605	.547
LTO	.223	.065	3.448	.001	.085	.070	1.223	.225	.287	.066	4.350	.000	.300	.085	3.517	.001
IVR	.211	.066	3.212	.002	.244	.071	3.445	.001	.245	.067	3.659	.000	.133	.087	1.539	.128
Model Uygunluk	R^2= .646 adj.R^2= .617;F = 22.481 p= .000				R^2= .569 adj.R^2= .534;F = 16.268 p= .000				R^2= .691, adj.R^2= .666;F = 27.600 p= .000				R^2= .523, adj.R^2= .484, F = 13.517 p= .000			

2015 Yılı Çok Değişkenli Doğrusal Regresyon Sonuçları

Değişkenler	Bağımlı Değişken: GEI				Bağımlı Değişken: ATT				Bağımlı Değişken: ABT				Bağımlı Değişken: ASP			
Bağımsız Değişkenler	b	SE	t	p	b	SE	t	p	b	SE	t	p	b	SE	t	p
PDI	-.111	.085	-1.303	.196	-.069	.086	-.680	.498	-.160	.085	-1.882	.064	-.116	.110	-1.051	.297
IND	.438	.080	5.467	.000	.432	.081	5.332	.000	.437	.080	5.489	.000	.446	.104	4.311	.000
MAS	-.139	.066	-2.113	.038	-.168	.067	-2.526	.014	-.176	.065	-2.681	.009	-.072	.085	-.847	.400
UA	.027	.060	.452	.652	.036	.060	.598	.551	-.023	.059	-.387	.100	.062	.077	.797	.428
LTO	.219	.065	3.353	.001	.061	.066	.926	.356	.281	.065	4.330	.000	.311	.084	3.691	.000
IVR	.203	.066	3.066	.003	.230	.067	3.432	.001	.246	.066	3.739	.000	.128	.086	1.500	.138
Model Uygunluk	R^2=.644, adj. R^2=.616;F = 22.345, p=.000				R^2=.585, adj. R^2=.551, F = 17.358, p=.000				R^2=.702, adj. R^2=.678, F = 29.074, p=.000				R^2=.542, adj. R^2=.505, F = 14.623, p=.000			

(devam)

Ek-B Devam

2016 Yılı Çok Değişkenli Doğrusal Regresyon Sonuçları

Değişkenler	Bağımlı Değişken: GEI				Bağımlı Değişken: ATT				Bağımlı Değişken: ABT				Bağımlı Değişken: ASP			
Bağımsız Değişkenler	b	SE	t	p	b	SE	t	p	b	SE	t	p	b	SE	t	p
PDI	-.156	.091	-1.711	.091	-.166	.096	-1.731	.088	-.175	.091	-1.923	.058	-.128	.110	-1.166	.247
IND	.447	.086	5.207	.000	.389	.090	4.335	.000	.474	.085	5.541	.000	.477	.103	4.619	.000
MAS	-.132	.071	-1.868	.066	-.226	.074	-3.060	.003	-.128	.070	-1.824	.072	-.041	.085	-.484	.630
UA	-.003	.064	-.054	.957	-.007	.067	-.110	.913	-.026	.064	-.411	.682	.024	.077	.306	.760
LTO	.263	.070	3.762	.000	.162	.073	2.210	.030	.307	.070	4.412	.000	.320	.084	3.794	.000
IVR	.241	.071	3.398	.001	.294	.074	3.957	.000	.266	.071	3.757	.000	.163	.086	1.912	.060
Model Uygunluk	R^2=.662 adj. R^2=.634;F = 24.135 p=.000				R^2=.618 adj. R^2=.587;F = 19.922 p=.000				R^2=.702 adj. R^2=.678;F = 29.105 p=.000				R^2=.577 adj. R^2=.543;F = 16.845 p=.000			

2016 Yılı Çok Değişkenli Doğrusal Regresyon Sonuçları

Değişkenler	Bağımlı Değişken: GEI				Bağımlı Değişken: ATT				Bağımlı Değişken: ABT				Bağımlı Değişken: ASP			
Bağımsız Değişkenler	b	SE	t	p	b	SE	t	p	b	SE	t	p	b	SE	t	p
PDI	-.196	.097	-2.023	.047	-.209	.102	-2.049	.044	-.226	.095	-2.379	.020	-.153	.114	-1.337	.185
IND	.438	.091	4.821	.000	.379	.096	3.949	.000	.467	.089	5.239	.000	.469	.107	4.369	.000
MAS	-.102	.075	-1.367	.176	-.204	.079	-2.586	.012	-.106	.073	-1.443	.153	.003	.088	.039	.969
UA	-.019	.068	-.281	.779	-.007	.072	-.096	.924	-.058	.066	-.869	.388	.007	.080	.092	.927
LTO	.257	.074	3.474	.001	.180	.078	2.306	.024	.295	.073	4.061	.000	.298	.087	3.407	.001
IVR	.195	.075	2.592	.011	.252	.079	3.177	.002	.219	.074	2.972	.004	.114	.089	1.285	.203
Model Uygunluk	R^2=.639 adj. R^2=.610;F = 21.823 p=.000				R^2=.590 adj. R^2=.557;F = 17.736 p=.000				R^2=.694 adj. R^2=.670;F = 28.037 p=.000				R^2=.554 adj. R^2=.517;F = 15.290 p=.000			

b: Standart olmayab regresyon katsayısı, SE: Standart Hata, t: Hesaplanan t değeri, z: Hesaplanan z değeri, Anlamlılık düzeyi $p < 0.05$

GLS RE Boylamsal Regresyon Sonuçları (N=405, k=81)

Değişkenler	Bağımlı Değişken: GEI				Bağımlı Değişken: ATT				Bağımlı Değişken: ABT				Bağımlı Değişken: ASP			
Bağımsız Değişkenler	b	SE	z	p	b	SE	z	p	b	SE	z	p	b	SE	z	p
PDI	-.135	.083	-1.61	.107	-.100	.087	-1.15	.250	-.168	.079	-2.10	.036	-.138	.106	-1.30	.194
IND	.426	.078	5.42	.000	.406	.081	4.96	.000	.429	.074	5.73	.000	.445	.100	4.45	.000
MAS	-.131	.064	-2.03	.042	-.189	.067	-2.82	.005	-.144	.061	-2.35	.019	-.061	.082	-0.75	.453
UA	.002	.058	0.03	.972	.013	.061	0.23	.820	-.045	.055	-0.81	.420	.036	.074	0.49	.626
LTO	.238	.064	3.72	.000	.117	.066	1.76	.078	.288	.061	4.71	.000	.311	.081	3.81	.000
IVR	.222	.065	3.41		.259	.067	3.83	.000	.261	.062	4.22	.000	.142	.082	1.73	.084
Model Uygunluk	R^2=.668, gen. R^2=.642; χ^2=149.07, p=.000				R^2=.609 gen. R^2=.567; χ^2=115.69 p=.000				R^2=.730, gen. R^2=.685, χ^2= 200 .30, p=.000				R^2=.571, gen. R^2=.550, χ^2=98.78, p=.000			