

# Kültürel Değişimin Ülkelerin Girişimcilik Faaliyetleri Üzerindeki Etkisi

Sema Yiğit\*, Murat Gök\*\*

## Öz

**Amaç:** Çalışmanın amacı kültür boyutlarındaki değişim ile ülke ekonomilerinin gelişimi için anahtar bir kavram olarak görülen girişimcilik faaliyetleri arasındaki ilişkiyi araştırmaktır.

**Yöntem:** Makro bir bakış açısıyla kültür boyutlarındaki değişim için Dünya Değerler Araştırması sonuçlarından; girişimcilik faaliyetleri için ise Küresel Girişimcilik Endeksinden yararlanılmıştır. İlgili dönemde ortak olan 10 ülke için veri seti hazırlanarak araştırma yürütülmüştür. Veriler 1999-2014 dönemi için dengesiz panel veri analizi ile çözümlenmiştir.

**Bulgular:** Panel sonucunda, ele alınan ülkeler için kültürel değişim ile girişimcilik faaliyeti arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Ayrıca, kültürün yedi boyutu için gerçekleştirilen analizde de, beş boyut ile girişimcilik faaliyeti arasında anlamlı bir ilişkinin söz konusu olduğu görülmüştür.

**Sonuç:** Güven, etik ve rekabet boyutları girişimcilik faaliyetlerini pozitif yönde etkiler iken; tasarruf ve itaat boyutlarının girişimcilik faaliyetlerini azalttığı sonucuna varılmıştır.

**Özgün Değer:** Çalışma kültür kavramının dinamik yönünü de hesaba katarak kültürel değişimle girişimcilik faaliyetleri ilişkisini ortaya koymaya çalışan özgün bir çalışmadır.

**Anahtar Kelimeler:** Kültürel Değişim, Girişimcilik, Panel Veri

**JEL Sınıflandırması:** L26, O40, O50, O57

## Impact of Cultural Change on Entrepreneurial Activities of Countries

### ABSTRACT

**Purpose:** The aim of this study is to investigate the relationship between the change in cultural dimensions and entrepreneurial activities which are seen as a key concept for the development of national economies.

**Methodology:** With a macro perspective, to determine the change in cultural dimensions the results of the World Values Survey were used and to determine entrepreneurial activities of countries Global Entrepreneurship Index were utilized. The research was conducted for 10 countries which are common in the relevant period. Data were analyzed by unbalanced panel data analysis for the period of 1999-2014.

**Findings:** As a result of the panel, a significant relationship was found between cultural change and entrepreneurial activities in those countries. In addition, in the analysis conducted for the seven dimensions of culture, there is a significant relationship between five dimensions and entrepreneurship.

**Practical Implications:** While the dimensions of trust, ethics, and competition affinity affect the entrepreneurship tendency positively, it was concluded that saving and obedience diminishes the entrepreneurial activities.

**Originality:** The study is an original study that tries to reveal the relationship between cultural change and entrepreneurial activities by taking into account the dynamic aspect of the concept of culture.

**Keywords:** Cultural Change, Entrepreneurship, Panel Data

**JEL Codes:** L26, O40, O50, O57

\* Doç. Dr., Ordu Üniversitesi, Ünye İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Ordu, Türkiye, semayigit@yahoo.com, ORCID: 0000-0003-4497-7529

\*\* Arş. Gör., Ordu Üniversitesi, Ünye İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü, Ordu, Türkiye, muratgokkk@hotmail.com, ORCID: 0000-0003-3157-291X

## 1. Giriş

Günümüzde girişimciliğin artırılması ülke politikalarında da yer almakta ve bunun için yapılan faaliyetler, verilen destekler gitgide fazlalaşmaktadır. Bu yüzden girişimciliğin nasıl ortaya çıktığını tespit edebilmek oldukça önem arz etmektedir. Girişimciliğin ortaya çıkmasındaki etkenler doğru tespit edilirse bu yöndeki bir artırma faaliyeti de bu etkenlere odaklanacak zaman ve para kaybı yaşanmayacaktır. Daha çok ekonomik faktörler üzerinden (Wennekers ve Thurik, 1999; Wennekers, vd., 2005; Acs, 2006; Acs ve Szerb, 2007) açıklanmaya çalışılan girişimcilik faaliyetlerinin ve kararların yalnızca saf ekonomik faktörlerin bir sonucu olmadığı, aynı zamanda kültürel norm ve standartlardan da etkilendiği bilinmektedir. Hem girişimcilik hem de kültür ve bunların arasındaki ilişkileri tespit etmek ise kavramların karmaşıklığı nedeniyle kolay bir iş değildir (Jakubczak ve Rakowska, 2014, s. 539).

Kültür, insan davranışının tüm yönleri üzerinde derin bir etkiye sahiptir. Etkisi, örtülü veya belirgin, doğrudan veya dolaylı, kalıcı veya geçici olabilir. İnsan varlığının tüm yönleriyle o kadar iç içe geçmiştir ki, etkisinin nasıl ve ne şekilde ortaya çıktığını belirlemek genellikle zordur. Kültürün karmaşıklığı dinamik doğasından gelmektedir (Craig ve Douglas, 2006, s. 322). Bu dinamizm içinde doğup büyüyen bireylerin ve bir birey olarak girişimcilerin kişilikleri kültürün etkisi altında oluşur. Bu noktada kültürdeki farklılıkların ve girişimcileri üretmesi en muhtemel olan kültürün özelliklerinin neler olduğunu tespit etmek önemlidir (Samli, 2009, s. 47). Kültürel farklılıklar denilince küreselleşme gibi ulusal kültürleri birbirine benzeten kavramlara değinmek yerinde olacaktır. Küreselleşmenin etkisi ile artık sadece tek bir kültür olduğu varsayıp (Hannerz, 1990, s. 249) ulusların kültürel özelliklerinin eşsizliği tartışılabilir. Ayrıca benzer tarih, coğrafya, dil ve din özellikleri taşıyan ulusların kültürlerinin birbirine benzediği de bilinmektedir. Ancak hangi etki altında olursa olsun bu benzerlikler aralarındaki farklardan çok daha az olacaktır. Uluslar, ortak bir tecrübe birikimidir ve eğitim ve kültür kurumları, bu toplumdaki hemen hemen herkesin değerlerini şekillendirir (Inglehart ve Baker, 2000, s. 37). Kuşkusuz, dünyanın dört bir yanındaki bireyler arasında muhtemelen ortak kaygılar, değerler ve yönelimler olduğu gibi, dünya genelinde ortak iş yapma şekilleri, değerleri ve yönelimleri vardır. Ancak, muhtemelen, bu tür benzer değerler, bir kültürün bir başkası üzerindeki etkisinin bir sonucundan ziyade, benzer şekilde yerleştirilmiş grupların ortak problemlerine benzer bir cevabın sonucu olabilir (Husted, 2003, s. 428). Bu yüzden her ulusun kültürel özelliklerini

diğerinden ayrı değerlendirmek daha makul bir yaklaşım olmaya devam etmektedir. Bu yaklaşım çalışmanın birinci hareket noktasını oluşturmaktadır.

Bütün kültürler sürekli değişim yaşar. Her ne kadar küçük, teknolojik açıdan çok ilerlememiş toplumların; modern, sanayileşmiş, karmaşık toplumlardan daha koruyucu olmaları nedeniyle kültürel değişim hızları düşük olsa da, kültür değişimleri tüm kültürlerin sabit bir özelliği olarak kabul edilmektedir (Ferraro ve Briody, 2017, s. 17). Kültürlerin sürekli değişim içinde olduğu kabulü ise çalışmanın ikinci hareket noktasını teşkil etmektedir.

Bu çalışma ilgili literatürde yer alan girişimcilik ve kültür arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmalardan farklı olarak sürekli değişen ve gelişen bir kavram olan kültür ile girişimcilik faaliyetleri arasındaki ilişkiyi ölçmeyi çalışmaktadır. Her iki kavramın özellikle de kültürün karmaşık yapısı bu değişimi açıklamayı zorlaştırmaktadır. Ancak sürekli evrilen bir kavramın statik etkisini incelemekten ziyade bu değişimi açıklayan bir çalışma ile literatüre katkı sağlanacağı umulmaktadır.

## 2. Kavramsal Çerçeve

### 2.1. Kültür-Ulusal Kültür-Kültürel Değişim

Kültür kavramı için çokça atıf yapılan Hofstede (2001) kültürü bir grubun üyelerini diğerlerinden ayıran zihnin kolektif olarak programlanması olarak tanımlamaktadır (Hofstede, 2001, s. 9). Grup diye kastedilen kavram ulusal bir toplum olabilir ancak Hofstede, tanımının bölgeler, etnik yapılar, meslekler, örgütler, hatta yaş grupları ve cinsiyetler gibi diğer topluluklar için de geçerli olduğuna inanmaktadır (Minkov, 2013, s. 11). Kavramın dinamik yapısını yansıtan başka bir tanıma göre ise kültür statik bir değerler sisteminden ziyade gelişen bir yapı olarak düşünülmektedir (Ladhari, vd., 2015, s. 243). İlgili literatürde çok çeşitli kültür tanımları var olmakla birlikte bu tanımlar ortak bazı kavramları içermektedir. Bunlar ortak değerler, ortak inanç, ortak tutum, ortak davranış, ortak normlar, kahramanlar, semboller, ritüeller, törenler, varsayımlar, algılar gibi kavramlardır (Warner ve Joynt, 2002, s. 3-4).

Bu ortaklıklar aynı bağlam için geçerli olup uluslararası kültürler farklılıkları oluşturmaktadır. Ulusal kültürlerin özelliklerini ortaya koymaya çalışarak esasında bu farklılıkları da anlamaya çalışan çeşitli yöntemler ve yaklaşımlar bulunmaktadır. Literatürde en sık kullanılan yöntemi barındıran çalışmada Hofstede

(1980) IBM çalışanları kapsamında ulusal kültür boyutları modeline öncülük etmiştir. Hofstede (2019)'ye göre, ulusal kültürler altı boyutta farklılık göstermektedir. Bu boyutlar belirsizlikten kaçınma, güç mesafesi, bireycilik / kolektivizm, erillik / dişilik ve kısa vadeli / uzun vadeli yönelim, hoşgörü/kısıtlama boyutlarıdır. Özgün çalışmasına ve daha sonraki devam çalışmalarına dayanarak, Hofstede 83 ülke için ulusal kültür puanları sağlamıştır (Hofstede, 2001, 2019; Hofstede ve Hofstede, 2005).

GLOBE (Global Leadership and Organizational Behavior Effectiveness-Küresel Liderlik ve Organizasyonel Davranış Etkinliği) çalışması, 61 ülke için toplumların uygulamalar (olanlar) ve değerler (olması gerekenler), olmak üzere iki yönü hakkında ulusal kültür puanları sunmaktadır. Ülkeleri dokuz boyutta (belirsizlikten kaçınma, güç mesafesi, kurumsal kolektivizm, grup içi kolektivizm, cinsiyet eşitliği, girişkenlik, geleceğe yönelik olma, performansa yönelik olma ve insani yaklaşım) incelemektedir (House ve Javidan, 2004, s. 11-13).

Schwartz'ın Değerler Araştırması (Schwartz, 1992, 1999; Schwartz vd., 2012) kültürel boyutları ortaya koymayı amaçlayan bir başka çalışmadır. Araştırma kültürlerarası karşılaştırma için kendini yönetme, uyarım, hazcılık, başarı, güç, güvenlik, uyumluluk, gelenek, iyilikseverlik ve evrensellik olmak üzere on değer türü varsaymaktadır (Schwartz vd., 2012, s.664).

WVS (World Values Survey-Dünya Değerler Araştırması), dünya genelinde 1981'den beri ölçülen değerlerin, inançların, normların ve çeşitli ölçütlerin önemli bir deposu olmaktadır. Amerikan siyaset bilimcisi Ronald Inglehart liderliğinde ulusal kültürün araştırılması için uzun soluklu uluslararası bir proje olmakta ve bu çalışmaya da veri sağlamaktadır. Şu ana dek yedi dalga şeklinde araştırma yürütülmüş ilk altı dalganın sonuçları paylaşılmıştır. WVS, dünya nüfusunun yaklaşık yüzde 90'ını içeren ve ortak bir anket kullanarak neredeyse 100 ülkede gerçekleştirilen ulusal olarak temsil edilen anketlerden oluşan bir zaman serisi araştırmasıdır (WVS, 2019).

Bu yöntemlerin her biri belirli bir zaman periyodunu yansıtmakta olup hemen hemen hepsi tekrarlayan çalışmalarla kültürdeki değişimlere ışık tutmaya çalışmaktadırlar. Kültürler statik değil sürekli değişen ve gelişen bir yapıda olup (Craig ve Douglas, 2006, s. 329) kültürel değişim bir grup insanın fikirlerinde, normlarında ve davranışlarında genellikle yıllar veya asırlar ölçeğinde görülen değişimlerdir (Varnum ve Grossmann, 2017, s. 2). Bu değişim kademeli veya ani

(Planel, 1997, s. 351) olumlu veya olumsuz olabilir (Basáñez, 2016, s. 157). Yukarıda yer verilen yöntemlerle bu değişime açıklık getirilmeye çalışılmaktadır. Ancak daha uzun dönemli çalışmalara ihtiyaç duyulduğu aşikârdır.

## 2.2. Girişimcilik-Girişimcilik-Kültür İlişkisi

Girişimcilik ve girişimcinin son elli yıl veya daha fazla bir süre içinde birçok farklı tanımı geliştirilmiştir. Bunun temel nedeni araştırmacıların geldikleri disiplinlerin (psikoloji, sosyoloji, ekonomi, işletme gibi) ve sahip oldukları kuramsal bakış açılarının (karmaşıklık teorisi ve kurumsal teori gibi) farklı olmasındandır. Genel bir tanım vermek gerekirse girişimcilik, çevrede var olan veya değer yaratma çabasıyla inovasyon yoluyla yaratılan fırsatlardan yararlanma sürecidir. Genellikle, bir birey veya ekip tarafından yeni iş girişimlerinin oluşturulmasını ve yönetimini içerir (Ulijn ve Brown, 2004, s. 5). Girişimciliği teşvik etmek, bölgeselden ulusal ve uluslararası kuruluşlara kadar, dünyadaki ekonomik kurumlar için merkezi bir politika hedefi haline gelmiştir. Bu eğilimin altında, ekonomik büyüme, düşük işsizlik ve teknolojik modernleşme gibi birtakım arzu edilen sosyal sonuçlar için girişimciliğin anahtar olduğu inancı vardır (Licht, 2010, s. 11).

Bu inançla Hofstede vd. (2004)'e göre bazı ülkelerde diğerlerinden daha fazla girişimci olmasının sebebi birçok araştırmacı tarafından merak edilmiştir. Çoğu bu soruyu ekonomik açıklamalar üzerinden cevaplamaya çalışmıştır. Girişimcilik seviyesini etkileyen ekonomik faktörler pek tabii çok önemli olsalar da, yalnızca ekonomik değişkenlerin göz önüne alındığı ülkeler arasında açıklanamayan bir değişiklik vardır. Dolayısıyla, son zamanlarda, araştırmacılar bu çeşitliliği açıklamak için kültürel faktörlere de bakmışlardır (Hofstede vd; 2004, s. 171). Kültür insanların oluşturduğu, yeni nesillere aktardığı ve dış dünyayı anlamlandırmaları için bağlam oluşturan bir yapı olarak bireylerin bilinçaltında yer alıp yaptıkları eylemin köklerini oluşturur (Trompenaars ve Hampden-Turner, 1998, s. 24). Girişimcilik faaliyeti de bir eylem olarak bu tanıma dâhil olmaktadır.

Kültür, belirli bir gruba veya topluma özgü temel değerler sistemi olarak, belirli kişilik özelliklerinin gelişimini şekillendirir ve toplumdaki bireyleri diğer toplumlarda olduğu gibi çeşitli davranışlarda bulunmaya motive eder. Girişimcilik faaliyeti (yani yeni girişim oluşturma), kültürel değerler ve inançlardaki farklılıklar nedeniyle ülkeler arasında farklılık gösteren bu davranışlardan biri olabilir. Aslında girişimcilik davranışının altında yatan birçok faktör kültürler arasında ortaktır, ör-

neğin, ekonomik teşvikler tüm kültürlerde eylemi motive edebilir. Bununla birlikte, kültür bazı kişisel özellikleri pekiştirip diğerlerini cezalandırdığından, bazı kültürlerin girişimci bir yönelime diğerlerinden daha yakın olması beklenen bir durumdur (Mueller ve Thomas, 2001, s. 58).

İlgili literatürde ekonomik kalkınmayı, demografik davranışı ve genel iş politikalarını etkileyen kritik bir faktör olarak görülen (Parker, 1997, s. 1) ulusal kültürün, girişimcilik üzerindeki etkisini ampirik olarak araştıran çeşitli çalışmalar vardır. Shane, vd. (1991) çalışmalarında yeni iş kurmada cinsiyetin ve kültürün etkisini araştırmışlardır. Üç ülkeden elde ettikleri verilere göre yeni iş kurmada hem cinsiyetin hem de yaşanan ülke kültürünün etkisi olduğunu gözlemlemişlerdir. Davidsson (1995) İsveç'in altı farklı bölgesinde yaptığı çalışmada bölgesel yeni firma oluşumuna değer ve inançların etkisini anlamlı bulmuştur. Sonrasında Davidsson ve Wiklund (1997) üç benzer bölgede yaptıkları çalışmada nispeten benzer olarak kültürün yeni firma oluşumu oranı üzerinde marjinal bir etkisi olduğunu bulmuşlardır. Mitchell, vd. (2000) yedi ülkede yaptıkları çalışmada bireycilik ve güç mesafesi kültürel boyutlarının girişim oluşturma kararları ile ilişkili olduğunu tespit etmişlerdir. Mueller ve Thomas (2001) çalışmalarında Hofstede'nin kültür boyutları ve girişimcilik potansiyeline bağlı psikolojik özellikler arasındaki ilişki hakkında çeşitli hipotezler sunmuşlar ve bazı kültürlerin girişimcilik açısından daha elverişli olduğu sonucuna varmışlardır. Mueller, vd. (2002) yaptıkları çalışmada ulusal kültürün potansiyel girişimciler olan öğrencilerin girişimcilik algılarına etkisini araştırmışlar ve kültürün girişimcilik algısına etki eden bir değişken olduğunu tespit etmişlerdir. Bir başka çalışmada dünyada kırk sekiz ülkeden yetmiş lider girişimcinin yaptığı bir ankette katılımcılardan girişimci kültürlerini yapılandıran süreçte en önemli faktörleri sıralamaları istenmiştir (Kariv, 2011, s. 32). Bu faktörler fırsatların belirlenmesi, farklılaşma, yaratıcı ekipler, teşvik edici ortaklar ve rol modelleri, canlı, girişimci bir kültür için en önemli faktörler olarak kabul edilmiştir. Pinillos ve Reyes (2011) çalışmalarında ulusal kültürün bireycilik ve kolektivism boyutlarıyla girişimcilik faaliyetleri arasında ilişkiyi araştırmış ve ülkelerin gelişmişlik seviyelerinde göre kültürün etkisi olduğunu belirlemişlerdir. Linan ve Fernandez-Serrano (2014) AB ülkelerinde yaptıkları çalışmada dört bölgesel girişimcilik kültürü belirlemiş ve her birinin, kültür ve gelirle açıklanabilecek farklı girişimcilik dinamikleri ile karakterize edilebileceğini tespit etmişlerdir. Literatürdeki bu ve benzeri çalışmalar esasında girişimcilik kültürü kavramının ortaya çıkmasına ve anlaşılmasına yardımcı olmuştur.

Girişimcilik kültürü çok yönlü bir kavram olup girişimcilik faaliyetlerinin yapıldığı çevrede yer alır ve bu çevreden doğrudan etkilenir. Girişimlerin genel faaliyetlerini ve iş süreçlerini yönlendiren değerlere ve normlara dayanır ayrıca aynı girişimde kullanılmak üzere yeni girişimci odaklı değerler ve normların gelişimini harekete geçirir bu da işletmelere dinamizm katar (Kariv, 2011, s. 24). Girişimcilik kültürünün temel fikri paylaşılan inanç sistemlerinin, para kazanmak için kullanılan benzer yöntemlerin, ortak eğitim düzenlemelerinin girişimcilik için elverişli olan veya olmayan bir kültür yaratabileceği varsayımdır. Örneğin iş-yaşam dengesi açısından özel hayatına zaman ayırmayı çok da önemsemeyen bir kültürde kişiler daha fazla tasarruf sağlayacak ve bu da yeni iş kurma fırsatını artıracaktır. Daha düşük eğlence değerine sahip kültürlerin daha fazla girişimci yaratması da muhtemeldir, çünkü başarılı bir girişim için sürekli çaba harcamak gerekir (Foreman-Peck ve Zhou, 2010, s. 127).

### 3. Değişkenler, Veri Seti ve Metodoloji

Çalışmada, kültürel değişimin ülkelerin toplam girişimcilik faaliyetlerine olası etkisinin varlığı araştırılmaktadır. Kültürel değişimin genel etkisine ek olarak, kültür boyutlarının etkileri de araştırılmıştır. Bu boyutlar; güven, kontrol, etik, itaat, rekabet, tasarruf ve dürüstlüktür. İlgili boyutlar Bützer, Jordan ve Stracca (2013) tarafından yapılan çalışmadan alınmış olup, bu boyutlar yine kültürel değişimi ölçmeye çalışan Kostis, vd. (2018) tarafından yapılan çalışmada da kullanılmıştır. Verilerin nasıl yapılandırıldığı ve boyutlar hakkında genel açıklamalar aşağıda sunulmaktadır.

*Güven:* Bu değişken, Dünya Değerler Araştırması (WVS) kapsamında cevaplayıcılara yöneltilen “Genel olarak baktığınızda, çevrenizdeki çoğu insan güvenilir midir?” sorusuna olumlu yanıt veren kişilerin yüzdeleri oranını ifade etmektedir.

*Kontrol:* Bu boyut, “Hayatınızda meydana gelen değişimlerde ne derece özgür ve kontrol sahibi olduğunuzu düşünüyorsunuz?” sorusuna verilen yanıtlardan oluşmaktadır. Çalışmada, “Hiç de değil” yanıtını verip, hayatında söz sahibi olmayanların yüzdeleri oranı kullanılmıştır.

*Etik:* İlgili boyut, “Çocuğunuzu yetiştirirken hangi niteliğin daha önemli olduğunu düşünüyorsunuz?” ve “Hayatınızda en çok ne önemlidir?” sorusuna verilen yanıtlar ile ölçülmektedir. Çalışkanlık ve işin önemli olduğu yönünde verilen yanıtların yüzdeleri oranı dikkate alınmıştır. Çalışmada, iki soruya verilen cevapların ortalaması temel alınmıştır.

*İtaat*: Boyut, “Çocuğunuzu yetiştirirken hangi niteliğin daha önemli olduğunu düşünürsünüz?” sorusuna, itaat ve bağımsızlık (analizde ters yönlü değerlendirilmiştir.) şeklinde yanıt verenlerin oranı ile ölçülmüştür.

*Rekabet*: Bu boyut, “Rekabet iyidir ile rekabet yıkıcıdır.” ifadesi kullanılarak ölçülmüştür. Değişken, “Rekabet iyidir.” yönünde yanıt verenlerin oranını dikkate almaktadır.

*Tasarruf*: İlgili boyut, “Çocuğunuzu yetiştirirken hangi niteliğin daha önemli olduğunu düşünürsünüz?” sorusuna, “tasarruf ve para biriktirme” şeklindeki yanıt verenler aracılığıyla ölçülmüştür.

*Dürüstlük*: Kültür boyutlarından olan dürüstlük, “Vergi kaçırmak, toplu ulaşımı kaçak kullanmak ve başkasının aracına zarar verip kaçmak adil midir?” sorusu ile ölçülmüştür.

Kültürel değişim ile girişimcilik faaliyetleri arasındaki uzun dönemli ilişkiyi ölçmeyi amaçlayan bu çalışmada, 1999-2014 yılları arasındaki yıllık veri dengesi panel şeklinde kullanılmıştır. Analize konu olan ülkeler için veriler, GEM (Global Entrepreneurship Monitor –Küresel Girişimcilik İzlemi) ve WVS raporlarında yayımlanan haliyle kullanılmıştır. Analizlerde, EvIEWS 10 paket programı kullanılmıştır. Analiz edilecek ülkeler ve ilgili zaman dilimi, ülkelerin güncel olarak ulaşılabilen girişimcilik faaliyetleri verileri ve kültürel değişim değerleri dikkate alınarak oluşturulmuştur. Çalışmaya konu olan veri seti, 10 ülke ve 16 yıllık bir dönem kapsamaktadır. Veri seti, bahse konu olan iki küresel raporda ilgili dönem kapsamında ortak olan ülkeler ele alınarak oluşturulmuştur. Çalışmaya konu ülkeler; Arjantin, Çin, Güney Afrika, Güney Kore, Hindistan, İspanya, Japonya, Meksika, Şili ve Türkiye’dir. Kültürel değişim ile ülkelerin girişimcilik düzeyleri arasında olası bir ilişkiyi test etmeyi hedefleyen bu çalışmada, aşağıdaki temel tahmin modeli kullanılmıştır. Model, kültürün tüm boyutları için bireysel ve çoklu olarak yürütülmüştür.

$$In\text{Toplam Girişimcilik Faaliyeti}_{it} = \alpha_i + \beta In\text{Kültürel Değişim}_{it} + u_{it} \quad (\text{Eşitlik 1})$$

Burada, “i” alt indisi ilgili ülkeyi belirtirken; t alt indisi zaman boyutunu temsil etmektedir. Bağımlı değişken olarak tanımlanan girişimcilik faaliyeti değişkeni, GEM veri tabanında her ülkenin Toplam Girişimcilik Faaliyeti (TEA) skorlarını temsil etmektedir. Bu değişken, 18-64 yaş nüfusta, en az 3 aylık bir girişimci veya kurduğu yeni firmada en az 3 ay en fazla 42 ay sahip/ yönetici olanların yüzdesini



ifade etmektedir. Rapor içinde, ülkelerin yıllar itibariyle değişimi uzun dönemli ele alınarak yorumlanabilmektedir. Bu çalışmada GEM raporunda yer alan ülkelerin yıllar itibariyle değişmesi sebebiyle, her iki raporda yıllar itibariyle ortak ülkeler seçilerek, anlamlı gözlem sayısının artırılması hedeflenmiştir. Bağımsız değişken olarak tanımlanan kültürel değişim değişkeni ise, WVS anket verisinden elde edilmiştir. Denklemden kullanılan kültürel değişken, ilgili sorulara verilen ortalama cevapların bir bileşimi olarak ele alınmıştır (Bützer vd., 2013). “ $\alpha$ ” simgesi, yatay kesitlerin sabit etkilerini belirtirken; “u” simgesi modelin hata terimlerini ifade etmektedir. Modeldeki tüm değişkenlerin doğal logaritması alınarak işlemler yürütülmüştür.

Yukarıda genel çerçevesi çizilen modelde, Hausman testi sonucuna göre panel veri yaklaşımına karar verilmiştir. En Küçük Kareler Tekniği kullanan yöntemde, kesitler arası boyut temelli etkilere imkân tanımak için bu yaklaşım tercih edilmiştir. Kültürel değişim olgusunu ölçmek amacıyla, kültürü tanımlayan çeşitli kültür boyutları ele alınmıştır. Güven, kontrol, iş etiği, itaat, rekabet, tasarruf ve dürüstlük bu alt boyutlardır. Kurulan genel model, bahsi geçen her bir alt değişken için uygulanmıştır. Analize konu olan değişkenlere dair betimleyici istatistikler Tablo 1’de sunulmaktadır.

**Tablo 1. Değişkenlere dair tanımlayıcı istatistikler**

Değişken	Ortalama	Standart		Minimum	Maximum	N
		Sapma				
Kültür	0,39	0,061		0,302	0,544	160
Girişimcilik	0,109	0,072		0,014	0,73	153*
Güven	0,251	0,129		0,09	0,6	160
Kontrol	0,188	0,106		0,02	0,43	160
Etik	0,609	0,125		0,37	0,86	160
İtaat	0,411	0,158		0,11	0,635	160
Rekabet	0,235	0,13		0,08	0,51	160
Tasarruf	0,43	0,17		0,13	0,86	160
Dürüstlük	0,624	0,145		0,33	0,92	160

\*Türkiye’ye ait 1999-2005 yıllarına ait TEA verisi elde edilememiştir.

#### 4. Yöntem

Çalışmanın analiz aşamasında, son yıllarda sıklıkla kullanılan, değişkenleri hem yatay kesit hem de zaman boyutunda karşılaştırmayı sağlayan panel veri yöntemi tercih edilmiştir. Verinin birden çok kesit ve dönem barındırması, panel veri yaklaşımını gerekli kılmaktadır. Panel veri yaklaşımında iki boyutun birlikte ele alınması, bilgi miktarını ve serbestlik derecesini artırmaktadır. Gözlem sayısında meydana gelen artış, değişkenler arasındaki potansiyel ilişkiyi güçlendirirken modelde karşılaşılabilecek çoklu doğrusal bağıntı problemini de ortadan kaldırmaktadır (Hsiao, 2003).

Çalışmada kullanılan panel veri yaklaşımının analizde sağladığı birçok avantaj mevcuttur (Baltagi, 2005):

- Panel veri yöntemi, yatay kesit ve zaman boyutunu birlikte ele alması nedeniyle, bireysel heterojenliği kontrol etmektedir.
- Panel veriler; daha fazla bilgi, daha fazla çeşitlilik, değişkenler arasında daha düşük bağıllık ve yüksek serbestlik dereceleri içermelerinden dolayı etkili ve verimli sonuçlar üretmektedir.
- Panel veriler, modeldeki uyum dinamiklerini daha güçlü ortaya koymaktadır.
- Panel veri, yatay kesit ve zaman boyutu içeren veri setlerinde, tespiti zor etkileri kolayca tespit edip ölçebilmektedir.
- Panel veri modelleri, yatay kesit ve zaman serilerini test etmesinin yanında, karmaşık davranışsal modellerin kurulmasında ve çözülmesinde de etkili bir yöntemdir.
- Bireyler, halklar, firmalar veya ülkeler hakkında toplanan mikro panel veriler makro düzeydeki veriler gibi analiz edilebilir.

#### 5. Bulgular

Çalışmada ilk olarak, panel veriyi oluşturan kesitlere yönelik, yatay kesit bağımlılığı testleri uygulanmıştır. Bu testler değişkenlerin durağanlık sınamasında kullanılan birim kök testlerinin seçiminde karar vermeye destek niteliğindedir. Birim kök testleri, panelde yer alan her bir verinin durağanlığını ölçen testlerdir.

Durağanlık, seride meydana gelen olası trendin yumuşatılarak, değerlerin yatay bir seyir izlemesi olarak düşünülebilir. Panel ve değişken bazında ortaya çıkabilecek yatay kesitlerdeki bağımlılık Breusch-Pagan LM (1980) ve Pesaran (2004) CD testleri yardımıyla araştırılmaktadır. Bu çalışmada,  $T > N$  veya  $T < N$  durumlarında anlamlı sonuçlar sunan Pesaran CD test sonuçları dikkate alınmıştır. Pesaran CD testinde yokluk hipotezi “yatay kesit bağımlılığı yoktur” şeklindedir. Yatay kesit bağımlılığı içermeyen panellerde birinci nesil birim kök testleri olan Im, Pesaran ve Shin (2003) ve Levin, Lin ve Chu (2002) gibi testler kullanılmakta iken; kesit bağımlılığı olan durumlarda, Bai ve Ng (2004) gibi ikinci nesil birim kök testleri önerilmektedir. Paneli oluşturan birimler arasında yatay kesit bağımlılığının olup olmadığı değişken bazında bahsi geçen teknikler ile incelenmiş, sonuçlar Tablo 2’de sunulmuştur.

**Tablo 2. Yatay kesit bağımlılığı test sonuçları**

Pesaran CD	İstatistik	Olasılık Değeri	Pesaran CD	İstatistik	Olasılık Değeri
Kültür	5,963	0,000	İtaat	1,248	0,211
Girişimcilik	0,803	0,422	Rekabet	2,087	0,036
Güven	0,679	0,497	Tasarruf	3,035	0,002
Kontrol	1,086	0,277	Dürüstlük	-0,299	0,764
Etik	-0,331	0,740			

Tablo 2’de değişkenler bazında incelenen yatay kesit bağımlılığı test sonuçları görülmektedir. Tablo incelendiğinde; kültür, rekabet ve tasarruf değişkenleri dışındaki tüm değişkenlerde “yatay kesit bağımlılığı yoktur” sıfır hipotezi kabul edilmektedir. Yatay kesit bağımlılığı olan değişkenlere uygulanacak birim kök sınamalarında ikinci nesil birim kök testleri kullanılmalıdır.

Panel veri analizinin doğru ve güvenilir sonuçlar üretmesi için, değişkenlere dair zaman serilerinin durağan olması gerekmektedir (Gujarati, 2003). Bağımlı değişken ile bağımsız değişkenler arasında kurulacak ilişkinin anlamlı olması, serilerin durağan olması ile yakından ilgilidir. Değişkenlerin düzeyde durağan olup olmadıkları, “sabit ve trend” seçimli incelenmiştir. Gecikme uzunluğu, Schwarz Bilgi Kriterine göre otomatik olarak seçilmiştir. Buradan hareketle, yatay kesit bağımlılığını dikkate alarak, paneli oluşturan değişkenlerin durağanlıkları ilgili birim kök testleri yardımıyla incelenmiş, sonuçlar Tablo 3’te sunulmuştur.

**Tablo 3. Birim kök testi sonuçları**

Birim Kök Testleri		Düzyey		Birinci Fark	
		İstatistik	Olasılık Değeri	İstatistik	Olasılık Değeri
Kültür	LLC	-1,032	0,150	-10,132	0,000
	IPS	-0,260	0,397	-5,160	0,000
Girişimcilik	LLC	-3,682	0,000	-7,111	0,000
	IPS	-1,598	0,054	-3,077	0,001
Güven	LLC	-0,935	0,174	-10,265	0,000
	IPS	-0,391	0,347	-5,244	0,000
Kontrol	LLC	0,159	0,563	-9,241	0,000
	IPS	1,662	0,951	-4,606	0,000
Etik	LLC	-1,189	0,117	-10,069	0,000
	IPS	0,535	0,703	-5,123	0,000
İtaat	LLC	-0,897	0,184	-9,684	0,000
	IPS	-0,112	0,455	-4,949	0,000
Rekabet	LLC	-0,184	0,426	-9,906	0,000
	IPS	0,866	0,806	-4,957	0,000
Tasarruf	LLC	0,559	0,712	-9,201	0,000
	IPS	1,869	0,969	-4,559	0,000
Dürüstlük	LLC	-0,692	0,244	-9,558	0,000
	IPS	0,735	0,769	-4,853	0,000

\*Not: Gecikme uzunluğu Schwarz bilgi kriterinde otomatik seçilmiştir.

Tablo 3'teki sonuçlar incelendiğinde; düzey sütununda olasılık değerlerine bakıldığında "Serilerde birim kök vardır" sıfır hipotezi reddedilememektedir. Dolayısıyla, paneli oluşturan tüm değişkenlerin düzeyde durağan olmadıkları tespit edilmiştir. Serilerin birinci farkı alındığında durağan hale geldikleri görülmüştür.

Serilerin birim kök testleri tamamlandıktan sonra, model tahmininde bakılması gereken bir diğer nokta değişen varyans ve otokorelasyon varlığının test edilmesidir. Model sonucunda ortaya çıkan hata terimleri üzerinde yapılan bu testler, değişkenler arasında oluşabilecek olası sapmaları ve tutarsızlıkları elimine etmektedir. Bu çalışmada, değişen varyans varlığı, Breusch- Pagan- Godfrey Heteroscedasticity LM testi ile otokorelasyon varlığı ise, Durbin-Watson test istatistiği dikkate alınarak incelenmiştir.

Yapılan testler sonucunda, bazı modellerde Breusch- Pagan- Godfrey Heteroscedasticity LM olasılık değerinin 0,05 kritik seviyesinin altına düştüğü tespit edilmiştir. Dolayısıyla, panelde değişen varyans sorunu ortaya çıkmıştır. Ek ola-

rak, modellerde Durbin- Watson testi değerlerinin en uygun olan "2" değerinin altında kaldığı görülmüştür. Tahmin edilen modelde otokorelasyon varlığı tespit edilmiştir. Analiz aşamasında, bazı modellerde ortaya çıkan değişen varyans ve otokorelasyon sorunlarını dikkate alan ve çözen White Cross-Section yöntemi (Wooldridge, 2002) ile panel standart hataları düzeltilerek tahmin yapılmıştır. Hausman test sonuçları dikkate alınarak çözülen panel tahmin sonuçları Tablo 4'te sunulmuştur.

**Tablo 4. Kültür, alt boyutları ve girişimcilik model tahmin sonuçları**

Girişimcilik	Kültür	Güven	Kontrol Etik	İtaat	Rekabet	Tasarruf	Dürüstlük	Haus. R <sup>2</sup>	F	
Model 1	1,099 3,68*							0,048 <sup>i</sup> 0,704	33,919	
Model 2		0,238 2,503*						0,157 <sup>ii</sup> 0,705	33,930	
Model 3			-0,062 -0,721					0,001 <sup>i</sup> 0,698	32,838	
Model 4				0,750 3,231*				0,069 <sup>i</sup> 0,075	12,748	
Model 5				-0,297 -2,164*				0,065 <sup>i</sup> 0,700	33,138	
Model 6					0,365 7,295*			0,007 <sup>i</sup> 0,126	21,828	
Model 7						-0,683 -3,525*		0,031 <sup>i</sup> 0,716	34,252	
Model 8							-0,100 -0,868	0,540 <sup>ii</sup> 0,697	32,804	
Model 9		0,269 3,172*	0,811 12,541*	-0,385 -1,614	-0,065 -0,395	-0,426 -3,612*	0,223 4,144*	0,376 2,034*	0,008 <sup>i</sup> 0,766	12,834

\* Not: N: Gözlem Sayısı. \* p<= 0,05. <sup>i</sup>Sabit etkiler (p<=0,10). <sup>ii</sup>Rassal Etkiler (p<=0,10). Modeldeki tüm değişkenlerin doğal logaritması alınarak işlemler yürütülmüştür.

Tablo 4 çalışmada ele alınan modellerin sunduğu sonuçlar görülmektedir. Tablo 4 incelendiğinde, kültürel değişim ile girişimcilik faaliyetleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur (t=3,68/F=33,919). Tek yönlü sabit etkiler ve hata düzeltmeleri kullanılarak çözülen model, kesitler arasındaki olası ilişkileri dikkate almaktadır. Kültür değişkeni katsayısının pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bulunması, kültürde yıllar itibariyle meydana gelen değişimlerin ülkelerin girişimcilik eğilimlerini pozitif yönde etkilediğini göstermektedir.

Kültürün genel itibariyle değişiminin etkisi yanında, kültürün alt boyutlarının girişimcilik faaliyetlerine olan boyut temelli etkileri de test edilmiştir. Kültür alt boyutunda yer alan değişkenlerin katsayılarına bakıldığında, kontrol ve dürüstlük boyutları dışında tüm boyutların etkisi istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. İlgili boyutların katsayı işaretleri incelendiğinde kültürel değişimin girişimcilik üzerindeki etkisinde; güven, etik, rekabet eğilimi boyutlarının olumlu; tasarruf ve itaat boyutlarının olumsuz rolünün olduğunu göstermektedir.

Tüm değişkenlerin dâhil olduğu modelde ise; etik ( $t=-1,614$ ) ve itaat ( $t=-0,395$ ) boyutları dışında tüm boyutlar istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Bu modelde de; güven, kontrol, tasarruf ve dürüstlük boyutlarının girişimcilik faaliyetlerini olumlu; rekabet boyutunun ise olumsuz yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Kurulan tüm modellerin, bağımlı değişkeni açıklama oranları %70 civarında olup, tümü istatistiksel olarak anlamlıdır.

## 6. Sonuç ve Öneriler

Birçok araştırmacı, genel değerler olarak anlaşılan kültürün, bir toplumdaki girişimcilik faaliyetleri için önemli olduğunu iddia etmektedir. Değerler, insanların ulaşmak istedikleri hedefleri ifade eden motivasyonel bir yapı olarak görülebildiğinden, genel ekonomik kararlar açısından özel öneme sahiptir (Noseleit, 2010, s. 41). Bu bağlamda kültür, bir toplumdaki girişimcilik düzeyinin önemli bir belirleyicisi olmakla birlikte kültürel değerler, bir toplumun risk alma ve bağımsız düşünme gibi girişimci davranışları dikkate alma derecesini de göstermektedir (Hayton vd., 2002, s. 33; Davidsson ve Wiklund, 1997, s. 179). Her toplum ayrı bir çevreye sahip olduğundan başarıya ulaşmak için çevrelerinin sonucu olan davranış kalıplarını benimsemelidir. Çevreyle ilgili bu davranış kalıpları, bazıları yeni işletmeler yaratma kararı gibi kararlara etki eden topluma has kültürel değerlerin oluşumuna yol açmaktadır (Thornton vd., 2011, s. 108).

Bu çalışma Dünya Değerler Araştırması sonuçlarından hareketle kültürel değişimin ele alınan 10 ülkenin girişimcilik faaliyetlerine etkisini araştırmaktadır. Girişimcilik faaliyetlerine ait değerler Küresel Girişimcilik Endeksinden elde edilmiştir. Ulaşılan sonuçlara göre kültürde yıllar itibariyle meydana gelen değişimlerle ülkelerin girişimcilik faaliyetleri arasında ilişki tespit edilmiş ve bu ilişkinin pozitif olduğu görülmüştür. Bunun ülkelerin yıllardan beri yaptığı farkındalığı artırma çabalarının, verilen girişimcilik eğitimlerinin, girişimciliğin ülke politikalarında daha

çok yer almasının bir sonucu olduğu düşünülebilir. Keza Türkiye’de de son yıllarda girişimcilik politikalarına hız verilmekte olup bu bağlamda girişimcilik destek programlarının sayısının ve destek miktarlarının artırılmaktadır (Işık vd., 2019). Böylelikle ele alınan ülkelerde girişimci yönelimli bir kültüre doğru geçişin olduğu yorumu yapılabilmektedir.

Kültürel değişimi ölçmek için literatürde daha önce de kültür değişimini ölçmekte kullanılan boyutlar esas alınmıştır (Bützer vd., 2013). Bu boyutlar güven, etik, rekabet, itaat, tasarruf, kontrol ve dürüstlüktür. Kültürün alt boyutlarının girişimcilik faaliyetlerine olan boyut temelli etkileri test edilmiş ve kontrol ve dürüstlük boyutları dışında tüm boyutların etkisi istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Ayrıca kültürel değişimin girişimcilik faaliyetleri üzerindeki etkisinde güven, etik, rekabet boyutlarının pozitif; tasarruf ve itaat boyutlarının negatif rolünün olduğu görülmüştür.

Genel olarak baktığınızda, çevrenizdeki çoğu insan güvenilir midir? sorusuna olumlu yanıt veren kişilerin yüzdelik oranını olarak ifade edilebilen güven boyutunun girişimcilik faaliyetlerine etkisi beklendiği üzere pozitif çıkmıştır. Çünkü sosyo-ekonomik bir faaliyet olan girişimcilik için sosyal sermaye çok önemlidir. Güven ise sosyal sermayenin bir parçasıdır (Anderson vd., 2007, s. 247; Jack, Dodd, & Anderson, 2004). Güven duygusu bireyleri birbirine bağlayarak hem yeni iş kurmada hem de hali hazırda mevcut olan bir girişim için başarı sağlayabilir.

Çalışkanlık ve işin önemli olduğu yönünde yanıt verenlerin yüzdelik oranı olarak ele alınan iş etiği ile girişimlerin başarısı arasında da pozitif bir ilişki olduğu bilinmektedir (Ogbari vd., 2016). İş etiği hem olumlu işletme imajı geliştirmesi, hem yasal zorunluluklara uyma kolaylığı sağlaması, hem de girişimlerde yer alan bireyler arasında güven tesis edip bağlılıkları artırması nedeniyle çok önemlidir. Ayrıca iş etiği bireylerin çalışmaya dair motivasyonlarını ve üretkenliklerini artırabilir (Bützer vd., 2013, s. 16).

Rekabetin iyi olduğu yönünde yanıt verenlerin oranını dikkate alınarak belirlenen bir diğer boyut rekabettir. Rekabet eğilimi yüksek bir toplumda bireyler başarı ihtiyacı yüksek kişiler olarak yetişir ki bu özellik bir girişimci için çok önemli olarak görülmektedir (McClelland, 1965). Başarma ihtiyacı yüksek kişiler beceri ve çaba gerektiren zorlayıcı görevler talep ederler ve bu durum girişimcilik faaliyetleriyle yakından ilişkilidir (Ryan vd., 2011, s. 156).

Çalışmanın başında toplumda tasarruf ve para biriktirmeyi önemli görülmesinin girişimcilik faaliyetlerine başlamak için gereken sermayeye sahip olmayı kolaylaştıracağı için girişimcilik faaliyetleri üzerinde pozitif etkisi olacağı varsayılmıştır (Foreman-Peck ve Zhou, 2010, s. 127). Ancak sonuçların bunun tersini gösterdiği görülmüştür. Bu sonucun nedeninin girişimciliğin kendi doğası gereği barındırdığı risk faktörünün tasarruf mantığıyla ters olması olduğu düşünülmektedir.

İtaat boyutunun girişimcilik faaliyetleri üzerindeki etkisi negatif çıkmış olup bu sonuç varsayıldığı şekildedir. Çünkü girişimci bireyler özerklik ihtiyacı taşıyor (Vecchio, 2003; Rauch ve Frese, 2007). Kendini bağımsız hisseden birey girişimcilik faaliyetlerinde bulunmak için gerekli özgüvene sahip olup adım atabilir.

Her çalışmanın olduğu gibi bu çalışma da konu, veri seti ve değişken bakımından çeşitli kısıtlılıklar/eksiklikler içermektedir. İlk olarak çalışma sonuçları, kültürel değişime neden olan temel dinamikleri, kültürel geçmişin değişme şeklini ve yönünü ortaya koymada sınırlı kalmıştır. Buna ek olarak çalışmanın bir diğer kısıtı, ilgili dönem için ele alınan girişimcilik faaliyeti değişkenidir. Özellikle, ele alınan bağımlı değişken ve bağımsız değişkenlere ait yıllık verilerin elde edilmesindeki zorluk, çalışmayı sınırlandırmıştır. Örneğin, Türkiye'ye kültürel değişkenlere dair veriler sağlanmış olsa da, 1999-2005 yılları arasında girişimcilik etkinlik skoru elde edilememiştir. Bu durum, GEM raporlamasına ülkelerin düzensiz katılımları ile açıklanabilir. Bu bağlamda, veri setinde ilgili değişken için kayıp veri söz konusudur. Ayrıca, kültürel boyut ve etkinlik skorları geçmişe dönük yetersiz kaldığından, veri seti aralığı kısalmıştır. İleriki çalışmalarda, farklı dönemler ele alınarak, kültürü oluşturan farklı değerler düşünülerek, girişimcilik olgusu farklı açılardan yansıtılarak analiz yapılabilir.



## Kaynakça

- Acs, Z. (2006). How is entrepreneurship good for economic growth? *Innovations: Technology, Governance, Globalization*, 1(1),97-107.
- Acs, Z. J., & Szerb, L. (2007). Entrepreneurship, economic growth and public policy. *Small Business Economics*, 28(2-3), 109-122.
- Anderson, A., Park, J., & Jack, S. (2007). Entrepreneurial social capital. *International Small Business Journal*, 25(3), 245-272.
- Bai, J. ve Ng, S. (2004). A panic attack on unit roots and co integration. *Econometrica Journal of the Econometric Society*. 72 (4), 1127-1177.
- Baltagi, B. H. (2005). *Econometric analysis of panel data* (Third edition). West Sussex: John Wiley&Sons.
- Basáñez, M. E. (2016). *A world of three cultures: Honor, achievement and joy*. New York: Oxford.
- Breusch, T. S. & Pagan, A.R. (1980). The lagrange multiplier test and its applications to model specification in econometrics. *Review of Economic Studies*. 47(1), 239-253.
- Bützer, S., Jordan, C., & Stracca, L. (2013). *Macroeconomic imbalances: A question of trust?* (Working Paper No: 1584). European Central Bank websitesinden alındı: <https://www.ecb.europa.eu/pub/pdf/scpwps/ecbwp1584.pdf>.
- Craig, C. S., & Douglas, S. P. (2006). Beyond national culture: Implications of cultural dynamics for consumer research. *International Marketing Review*, 23(3), 322-342.
- Davidsson, P. (1995). Culture, structure and regional levels of entrepreneurship. *Entrepreneurship & Regional Development*, 7(1), 41-62.
- Davidsson, P., & Wiklund, J. (1997). Values, beliefs and regional variations in new firm formation rates. *Journal of Economic Psychology*, 18(2-3), 179-199.
- Ferraro, G. P., & Briody, E. K. (2017). *The cultural dimension of global business*. London: Routledge.
- Foreman-Peck, J., & Zhou, P. (2010). Entrepreneurial culture or institutions? A twentieth-century resolution. J. L. García-Ruiz, & P. A. Toninelli içinde, *The Determinants of Entrepreneurship: Leadership, Culture, Institutions* (ss. 125-142), London: Pickering & Chatto.
- Gujarati, N. D. (2003). *Basic econometrics*. New York: McGraw Hill Book Company.
- Hannerz, U. (1990). Cosmopolitans and locals in world culture. M. Featherstone içinde, *Global Culture: Nationalism, Globalization and Modernity* (ss. 237-251), London: Sage.

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.

Hofstede, G. (1980). *Culture's consequences: International differences in work-related values*. California: Sage.

Hofstede, G. (2001). *Culture's consequences: Comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations*. California: Sage.

Hofstede, G. (2019, Nisan 07). *The 6 dimensions of national culture*. Hofstede Insights: <https://www.hofstede-insights.com/models/national-culture/> adresinden alındı.

Hofstede, G., & Hofstede, G. J. (2005). *Cultures and organizations: Software for the mind*. New York: McGraw-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. T. E. Brown, & J. Ulijn içinde, *Innovation, Entrepreneurship and Culture* (ss. 162-203). Massachusetts: Edward Elgar.

House, R. J., & Javidan, M. (2004). Overview of GLOBE. R. J. House, P. J. Hanges, M. Javidan, P. W. Dorfman, & V. Gupta içinde, *Culture, Leadership, and Organizations: The GLOBE Study of 62 Societies* (ss. 9-28), California: Sage.

Hsiao, C. (2003). *Analysis of panel data* (Second edition). Cambridge: Cambridge University Press.

Husted, B. W. (2003). Globalization and cultural change in international business research. *Journal of International Management*, 9(4), 427-433.

Im, S. K., Pesaran, M.H. & Shin, Y. (2003). Testing for unit roots in heterogeneous panels. *Journal of Econometrics*, 115, 53-74.

Inglehart, R., & Baker, W. E. (2000). Modernization, cultural change, and the persistence of traditional values. *American Sociological Review*, 65(1), 19-51.

Işık, C., Küçükaltan, E. G., Çelebi, S. K., Çalkın, Ö., Enser, İ., & Çelik, A. (2019). Turizm ve girişimcilik alanında yapılmış çalışmaların bibliyometrik analizi. *Güncel Turizm Araştırmaları Dergisi*, 3(1),119-149.

Jack, S. L., Dodd, S. D., & Anderson, A. R. (2004). Social structures and entrepreneurial networks. *Entrepreneurship and Innovation*, 5(2), 107-120.

Jakubczak, J., & Rakowska, A. (2014). Cultural values and entrepreneurship: Pilot study. *Knowledge and Learning International Conference* (s. 529-236). Portoroz, Slovenia: ToKnowPress.

Kariv, D. (2011). *Entrepreneurship: An international introduction*. London: Routledge.

Kostis, C. P., Kafka, I. K., & Petrakis, E. P. (2018). Cultural change and innovation performance. *Journal of Business Research*, 88, 306-313.

Ladhari, R., Souiden, N., & Choi, Y.-H. (2015). Culture change and globalization: The unresolved debate between cross-national and cross-cultural classifications. *Australasian Marketing Journal*, 23(3), 235-245.

Levin, A., Lin, C.F. & Chu, C.S.J. (2002). Unit root tests in panel data: Asymptotic and finite sample properties. *Journal of Econometrics*. 108, 1- 24.

Licht, A. N. (2010). Entrepreneurial motivations, culture, and the law. A. Freytag, & R. Thurik içinde, *Entrepreneurship and Culture* (ss. 11-40), Berlin: Springer-Verlag.

Linan, F., & Fernandez-Serrano, J. (2014). National culture, entrepreneurship and economic development: different patterns across the European Union. *Small Business Economics*, 42(4),685–701.

McClelland, D. C. (1965). N achievement and entrepreneurship: A longitudinal study. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1(4), 389-392.

Minkov, M. (2013). *Cross-cultural analysis: The science and art of comparing the world's modern societies and their culture*. London: Sage.

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

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.

Mueller, S. L., S.Thomas, A., & Jaeger, A. M. (2002). National entrepreneurial potential: The role of culture, economic development, and political history. *Advances in Comparative International Management*, 14, 221-257.

Noseleit, F. (2010). The Entrepreneurial culture: Guiding principles of the self-employed. A. Freytag, & R. Thurik içinde, *Entrepreneurship and Culture* (ss. 41-54), Berlin: Springer-Verlag.

Ogbari, M. E., Oke, A. O., Ibukunoluwa, A. A., Ajagbe, M. A., & Ologbo, A. C. (2016). Entrepreneurship and business ethics: Implications on corporate performance. *International Journal of Economics and Financial Issues*, 6(3), 50-58.

Parker, P. M. (1997). *National cultures of the world: A statistical reference*. London: Greenwood.

Pesaran, H. M. (2004). General diagnostic tests for cross section dependence in panels. *Working Paper No:0435*. University of Cambridge.

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.

Panel, C. (1997). National cultural values and their role in learning: a comparative ethnographic study of state primary schooling in England and France. *Comparative Education*, 33(3), 349-373.

Rauch, A., & Frese, M. (2007). Born to be an entrepreneur? Revisiting the personality approach to entrepreneurship. J. R. Baum, M. Frese, & R. A. Baron içinde, *The Psychology of Entrepreneurship* (ss. 41-65), East Sussex: Lawrence Erlbaum Associates.

Ryan, J. C., Tipu, S. A., & Zeffane, R. M. (2011). Need for achievement and entrepreneurial potential: A study of young adults in the UAE. *Education, Business and Society: Contemporary Middle Eastern Issues*, 4(3),153-166.

Samli, A. C. (2009). *International entrepreneurship: Innovative solutions for a fragile planet*. New York: Springer.

Schwartz, S. H. (1992). Universals in the content and structure of values: Theoretical advances and empirical tests in 20 countries . *Advances in Experimental Social Psychology*, 25,1-65.

Schwartz, S. H. (1999). A theory of cultural values and some implications for work. *Applied Psychology: An International Review*, 48 (1),23-47.

Schwartz, S. H., Cieciuch, J., Vecchione, M., Davidov, E., Fischer, R., Beierlein, C., . . . Konty, M. (2012). Refining the theory of basic individual values. *Journal of Personality and Social Psychology*, 103(4), 663-688.

Shane, S., Kolvereid, L., & Westhead, P. (1991). An exploratory examination of the reasons leading to new firm formation across country and gender. *Journal of Business Venturing*, 6(6), 431-446.

Thornton, P. H., Ribeiro-Soriano, D., & Urbano, D. (2011). Socio-cultural factors and entrepreneurial activity: An overview. *International Small Business Journal*, 29(2), 105-118.

Trompenaars, F., & Hampden-Turner, C. (1998). *Riding the waves of culture*. London: Nicholas Brealey Publishing .

Ulijn, J., & Brown, T. E. (2004). Innovation, entrepreneurship and culture, a matter of interaction between technology, progress and economic growth? An introduction . T. E. Brown, & J. Ulijn içinde, *Innovation, Entrepreneurship and Culture* (ss. 1-38), Massachusetts: Edward Elgar.

Varnum, M. E., & Grossmann, I. (2017). Cultural change: The how and the why. *Perspectives on Psychological Science*, 12(6), 1-17.

Vecchio, R. P. (2003). Entrepreneurship and leadership: common trends and common threads. *Human Resource Management Review*, 13(2),303-327.

Warner, M., & Joynt, P. (2002). Introduction cross-cultural perspective. P. Joynt, & M. Warner içinde, *Managing Across Cultures: Issues and Perspectives* (ss. 3-7). Cornwall: Thomson.

Wennekers, S., & Thurik, R. (1999). Linking entrepreneurship and economic growth. *Small Business Economics*, 13(1),27-56.

Wennekers, S., Wennekers, A. v., Thurik, R., & Reynolds, P. (2005). Nascent entrepreneurship and the level of economic development. *Small Business Economics*, 24(3),293–309.

Wooldridge, J.M. (2002). *Econometric analysis of cross section and panel data*. Cambridge. MA: MIT Press.

WVS. (2019, Mart 01). *Who we are*. Worlds Values Survey: <http://www.worldvalues-survey.org/WVSContents.jsp> adresinden alındı.