

**Algılanan Kurumsal Görünüm, Proaktif Kişilik  
Özelliği ve İş Kurma (Girişimcilik) Tutumu:  
Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler  
Enstitüsü Öğrencileri Üzerine Bir İnceleme\***

**Ethem Duygulu\*\***

**Özet**

*Bu çalışmanın amacı kurumsal girişimcilik algısı, kişilik özelliğinin proaktif boyutu ile iş kurma (girişimcilik) tutumu arasındaki ilişkiler incelenmektedir. Çalışmada kurumsal görünüm Kostava'nın (1997) çalışmasından yararlanılarak bilişsel, düzenleyici ve normatif olmak üzere üç boyutta sınıflandırılmıştır. Proaktif kişilik özelliğini ölçmede Bateman ve Crant'ın (1993) on sekiz ifade içeren soru formu kullanılmıştır. Çalışma sonucunda iş kurma tutumunu proaktif kişilik özelliği ve algılanan kurumsal görünümün düzenleyicilik boyutu tarafından açıklandığı bulunmuştur.*

**Anahtar Kelimeler:** Algılanan Kurumsal Görünüm, Girişimcilik Tutumu, Proaktif Kişilik Özelliği

---

\* Bu çalışma, yazarı tarafından European Applied Business Research Conference, Venice, Italy. June.2003 tarihinde sunulan "Institutional Profiles and Entrepreneurship Orientation: A Case of Turkish Graduate Students" başlıklı bildirinin büyük ölçüde yeniden düzenlenmesinden oluşturulmuştur.

\*\* Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF Yönetim Organizasyon Anabilim Dalı,  
Yrd.Doç.Dr

## Abstract

*The aim of this study is to investigate the relationships among entrepreneurial attitude to start up business, proactive personality trait and perceived institutional profiles dimensions. Perceived institutional profiles are classified into three main dimensions which are based on Kostava's (1997) research; cognitive, regulatory and, normative dimensions in the study. For the proactive personality trait measurement, which includes eighteen items, Bateman and Crant's (1993) questionnaire is used. Research findings indicate that entrepreneurial attitude explained by proactive personality trait and regulative dimension of perceived institutional profiles.*

**Key Words:** *Perceived institutional profile, entrepreneurial attitude, proactive personality trait*

## GİRİŞ

Kuramsal açıdan değerlendirildiğinde girişimciliğin bir düşünce olarak gelişmesinin iki yüzyıllık süreci içerdiği ancak son yirmi yılda kristalleşebildiğinden söz edilmektedir. Girişimciliğin son dönemlerde bu kadar popüler olmasının temelinde Çetindamar'a göre (2002: 40) üç faktör yatmaktadır. Bunlar, istihdam sorunun artması, yeni ekonomilerin gittikçe güçlenmesi sonucu değişen ekonomik yapı ile ekonomi ve işletme alanlarında teorik gelişmeler ve girişimciliğin genel kabulüdür. Ancak, Peterson ve Lee'nin (2000:401), ifade ettiği gibi, girişimcilik, entelektüel alanda ve akademik çalışmalarda yaklaşık iki yüz yıllık bir gelişme ve incelenme sürecine sahipse de tam anlamda geliştirilmiş bir değerler dizisi olarak tutarlılığı konusunda sınırlamalar hala vardır. Nitekim girişimcilik zaman zaman yazarlar tarafından, birey ya da bireye yönelik kişilik özelliğinin psikolojik bir boyutu olarak ele alınırken (Mueller ve Thomas,2000) bazen ise, Covin ve Slevin'de (1989) olduğu gibi, örgüte yönelik bir davranış olarak da değerlendirilmektedir. Yine girişimcilik kavramı ve toplumlarda bu olgunun rolü, kültür, psikolojik, sosyolojik, ekonomik boyutları ile ele alınmaktadır. Kreiser ve diğerleri (2002: 71–94), bireysel

girişimcilik ve yöneliminin bazı yazarlar tarafından etnosentrik bir ayrıma tabii tutulduğundan söz ederken, kendi çalışmalarını ülke karşılaştırmalarına dayandırmaktadırlar. Görüldüğü gibi yukarıda söz edilenlerden her biri ayrı bir tartışma konusudur. Bu çalışmanın ilgi odağını ise aşağıdaki sorular oluşturmaktadır.

1. Girişimcilik olgusu iş kurma tutumunu/davranışını kapsamakta mıdır? Kapsamakta ise hangi yaklaşımlar çerçevesinde bu olgu değerlendirilmektedir?

2. Girişimci algısını belirleyen devletin rolü, girişimcinin bilişsel algısı, kişilik özellikleri gibi faktörlerin iş kurma davranışı ile ilişkisi nedir?

3. İş kurma davranışı/tutumu üzerinde hangi faktörlerin etkisi bulunmaktadır?

## **KURAMSAL ÇERÇEVE**

En genel kabul görmüş tanımı ile girişimci, insan ihtiyaçlarının karşılanması amacıyla üretim öğelerini bir araya getiren, riski ve sorumluluğu kendi üzerine alarak kar ya da fayda sağlamak üzere faaliyette bulunan, kişi olarak tanımlanmaktadır. Bu tanıma göre girişimci, yeni bir şey ortaya koymanın ötesinde yeni bir iş kuran veya faaliyetlerde bulunan bir kişi olarak da algılanabilmektedir. Oysa bir iş kurup ta hiçbir şey yapmayan, gerçekte yenilik yaratmayan bireyler Schumpeter'in görüşü dikkate alındığında girişimci olarak kabul edilmemektedir. Örneğin, Schumpeter'e göre girişimci sadece yenilik faaliyeti yapıyorsa girişimcidir. Schumpeter'in görüşüne göre girişimci, yenilik yapan veya risk alarak yaratan anlamında kullanılmaktadır. Diğer bir deyişle, girişimci, fırsatları gözleyen ve onları bulduğunda her türlü riski alarak gerçekleştirmeye çalışandır. Schumpeter'in tanımında girişimcilik yenilik yapmayı içerdiği için girişimci sıfatı sürekli geçerli bir statü anlamı taşımamaktadır. Bir diğer deyişle girişimcilik bir anlayış ve davranış biçimidir (Çetindamar, 2002: 33–35). Yine Schumpeter'in görüşüne göre yenilik ortaya koyan sadece bireyler değildir, örgütlerde girişimci olabilmelidir. Nitekim literatürde yer alan birçok çalışmada girişimcilik, girişimcilik davranışı ve iş kurma düşüncesi bireysel özelliklere dayanarak açıklanmaktadır. Özellikle McClelland'ın (1961) girişimci kişiliğin

bir karakteristiği olarak belirttiği başarı ihtiyacı saptamasından sonra, kontrol odağı, risk alma özelliği, kişisel değerler, belirsizliğin kabul edilebilirliği vb. özellikler girişimci kişiliğin açıklanmasında kullanılmıştır. Ancak bireysel özellikleri ön plana çıkararak yapılan çalışmalar girişimcilik olgusunu açıklamada yetersiz gözükmemektedir (Becherer ve Maurer, 1999: 28)

Bygrave ve Hofer (1992) göre girişimcilik, geçmişini de kapsayan, bütüncül, dinamik ve eşsiz olarak tanımlanan, bir süreçtir. Bu süreç, içinde bulunduğu durumsal ve karmaşık değişkenlerin kristalleştiği bir olgu olarak tanımlanmaktadır. Bu yüzden girişimci hala bir bilmece, her bir girişimsel davranış kendine özgü ve muhtemelen farklı olarak algılanır. Benzer şekilde Sarah ve Alistair de (1999: 112) girişimci davranışını tahmin edilemeyen ve algılanan sosyal bir olgu olarak ifade etmektedir. Girişimciliğin uzun yıllar boyunca yenilik vasıtasıyla ekonomik kalkınmada bir motor görevini yüklediği söylenir (Busenitz, ve diğ., 2000: 994). Bu görüşe göre girişimci ekonominin gelişmesinde, yeni bir buluşla veya yeni bir ürün üretmek ya da bilinen yöntemleri geliştirerek veya eskisini yeni bir yöntemle üretmek için denenmemiş, uygulanabilir teknoloji kullanarak üretim sürecinde reform ya da devrim yaparak (Ceylan ve Demircan, 2001: 2), ekonomide motor rolünü üstlenmektedir.

Barton ve Lischeron'a göre (1991: 45–61) girişimcilik kavramını kapsayan tek bir disiplinden söz edilemez. Onlara göre girişimciliğin ilgi alanları açısından altı temel ekolu bulunmaktadır. Bunlar;

- Personel kalitesinin değerlendirilmesinde; girişimciliğin büyük (üstün) insan ve psikolojik özellikler,
- Fırsatları bilme anlamında; klasik okul,
- Faaliyet ve yönetme anlamında; yönetim ve liderlik okulları,
- Yeniden değerlendirme ve uyum anlamında; iç girişimcilik (örgüt-içi girişimcilik) olarak sınıflandırılmaktadır (Barton ve Lischeron, 1991: 46).

Yine Barton ve Lischeron, (1991: 47) girişimcilik davranışı ve becerisini

- Üstün insan ekolü; sezgi, kuvvet, enerji, dayanıklılık ve öz-gerçekleştirme,
- Psikolojik özellikler ekolü; kişisel değerler, risk alma, başarı ihtiyacının tatmin edilmesi vb,
- Klasik ekol; yenilik, yaratıcılık ve buluşlar,
- Yönetim ekolü; üretimin planlanması, insanların örgütlenmesi, sermaye elde etme ve bütçeleme,
- Liderlik ekolü; motivasyon, yöneltme ve önderlik etme,
- İç girişimcilik (örgüt-içi girişimcilik) ekolü ise, karmaşık yapıli örgütlerde fırsatların farkına varma ve kararların maksimizasyonu, bölüm içinde yaratıcılığı ve rekabeti geliştirme ile yönetsel becerilere dayanarak açıklamaktadır. Benzer şekilde, Hian (1996: 13) iç girişimcilik öğretisinin karmaşık örgütlerde becerisi yüksek yöneticilere odaklandığından söz etmektedir.

Önceki çalışmalarda ele alındığı biçimi ile yeni iş yaratma çabası girişimcilik olgusunun sadece bir yüzüne odaklanmaktadır. Gartner'ın (1985: 697) belirttiği biçimi ile yeni iş yaratma çok boyutlu bir olgudur ve her bir değişkenin tanımlandığı bu olgunun yalnızca bir yüzüdür.

Gartner'e göre (1985: 698) herhangi bir yeni girişimin kurulumu dört değişkenin etkisi altındadır: Çevre, birey, örgüt ve süreç. Gartner (1985: 700) çevre ile ilgili olarak yeni iş kurulumlarında girişimci deneyimi, risk sermayesi, işgücü, yasal ve idari düzenlemeler, yaşam koşulları, mesleki ve endüstriyel farklılıklar, finansal kaynaklar, tarım ve endüstriyel taban, bölge nüfusunun tutum ve davranışları, taşımacılık, alt yapı vb. faktörlerin etkili olduğuna işaret etmektedir.

Bygrave ve Miniti'ye göre (2000: 27) bir fırsatla karşılaştığında onu örgütsel biçimlere dönüştüren ve bu süreçte önemli sayılacak bir biçimde kişisel varlığını riske eden kişiler girişimci olarak algılanmalıdır. Bu durumda bireylerin önünde

tercih edecekleri iki seçenek vardır: Girişimci olmak ya da olmamak. Bu tercihlerdeki eğilim ise bireylerin yakın çevresindeki girişimsel faaliyetleri algılamaları ile bağlantılıdır. Eğer birey sosyal etkileşimlerinden, maliyetlerin düşük risk içerdiği ve karlılığın yüksek olacağına yönelik bir duyum alıyorsa, tercihleri genelde risk içerse de girişimci olmaya yönelimlidir. Bu davranış tesadüfî olsa da onun almış olduğu eğitimler, bireysel özellikleri, varlık sahibi olması ve istihdam beklentileri gibi özelliklerle kuşatılmış olabilmektedir. Kısacası girişimcilik kararlarının bağımsız gerçekleşmediğinden söz edilebilir. Diğer taraftan özellikler yaklaşımı girişimsel davranış ve algılamaları açıklamada sınırlı bir başarıya sahiptir. Sadece bireylerin özellikleri ile iş kurma davranışını açıklamak, bazı bireylerin niçin iş kurma düşüncesine sahip oldukları ve risk almada gönüllü olduklarını açıklayamamaktadır (Keh ve diğ., 2002:126).

Das ve Teng (1997), “özellikler” ve “bilgi”yi bireylerin girişimci ve girişimci olmama ile onların nasıl karar verdikleri konusunda ayırdıştıklarını gösteren iki temel yaklaşım olarak kabul ederler. Baron’a göre (2004: 222) zihinsel mekanizmalar vasıtasıyla bilginin depolandığı, dönüştürüldüğü ve kullanılabilir hale getirildiği zihinsel süreçler tarafından etkilenen bilişsel süreçler, her şeyin düşünölebileceğini, söylenebileceği ve yapılabileceğini tanımlamakta önemlidir. Yine Baron’a göre (2004: 224) motivasyonun girişimci olmak ya da olmamak kararı üzerinde birçok faktörle birlikte önemli bir rolü bulunmaktadır. Özellikle karar verme aşaması girişimciliğin ilk ve en önemli adımlarından birisini oluşturmaktadır. Bu aşamada kişisel yetkinlik, bireyin gerekli kaynakları toplayabilme ve uygulayabilme, verilmiş bir görevi başarabilme yeteneği ve ustalık, motivasyonun bir göstergesi olarak ortaya çıkmaktadır.

İş kurma davranışı, bireylerin kişilik özellikleri, karar verme davranışı, nitelikler, bireye ilişkin üst düzey ihtiyaçların başarılması, motivasyon vb. unsurlarla açıklanmış olmasına rağmen, gerçekte bu davranış kimi zaman toplumsal bir zorunluluk olarak da ortaya çıkabilmektedir. Girişimcilik davranışının toplum tarafından algılanması biçiminde sosyal-çevresel nedenlerden dolayı bireylerin kendilerini ispat arzusu, para kazanma

zorunluluğu veya kişinin yapacak bir işinin olmaması gibi nedenlerden de ortaya çıkabilmektedir.

İş kurma davranışı Avrupa Birliği girişimcilik programlarında da belirtildiği gibi, büyük işletmelerin yeni ve küçük işletmeler tarafından yaratılması, yeni kurulan işletmelerin olumlu rekabet baskısı yaratması, girişimciler arasındaki iş tatmininin ücretlilerden daha yüksek olması ve yeni istihdam alanları yaratma açısından oldukça önemlidir (Avrupa'da Girişimcilik, 2002: 6–9).

Daha çok iş kurma davranışına yönelmek ve girişimci üretmenin bilişsel süreçler kadar, girişimci tarafından algılanan piyasaya girişi engellerinin ortadan kaldırılması ile de ilgisi bulunmaktadır. Eurobarometer araştırmasında, yeni bir iş kurmakta karşılaşılan engeller konusunda görüşleri sorulan Avrupalıların yüzde 69'u, mevcut idari prosedürlerin karmaşık olduğunu belirtmiş, yüzde 76'sı ise finansman yetersizliğine dikkat çekmiştir). Daha çok girişimci yaratmada toplumun girişimcilik olgusuna kültürel bakışının önemli olduğunu belirten Avrupa Girişimcilik raporu girişimci bir toplum oluşturmada girişimciliğe karşı olumsuz tutumların kırılmasında ne yapılabileceğini sorgulamaktadır (Avrupa'da Girişimcilik, 2002: 11–25). Kültür alanında yapılan çalışmalar, risk almayı özendirme, bağımsız düşünebilme vb özelliklerin, o toplumun bireylerinin girişimci davranışında bulunmada sahip olduğu değerler göstergesinin bileşeni olduğuna işaret etmektedir. Paylaşılmış değerler sistemi olarak tanımlanan kültürün, radikal yenililere yönelme ve gelişim için girişimsel davranışları isteklendirmeye yönelik değerlere sahip olunması gerekliliğini içinde taşıması gerekmektedir. Buna karşılık çoğu kez kültür bu uyumluluğu güçleştirmede, grup çıkarları ve kontrol ihtiyacı nedeniyle risk alma ve girişimsel davranışlarda bulunmayı isteklendirmemektedir(Zahra ve diğ., 2002: 33).

Aynı zamanda kültürel değerler birey veya bir grubun bilişsel şema, yorum ve duygularını algılamayı etkilemektedir(Chrisman ve diğ., 2002: 114).Bu nedenle davranışsal araştırmalarda girişimciyi potansiyel olarak etkilemesi mümkün olan ulusal kültürün (Erdem, 2001) anlaşılması önemlidir. Kültür boyutlarının sınıflandırmasına

dayanarak, toplumlara göre farklılıkları açıklayan Hofstede (1980) ulusal kültürün örgütle ilişkisinde ve girişimci tercihlerinde önemli rolü olduğunu belirtmektedir. Bireycilik-toplulukçuluk, belirsizlik derecesi (belirsizlikten kaçınma), güç mesafesi, eril ve dişil özellikler olarak sınıflandırılan kültür boyutlarına göre, bireyciliğin yüksek olması, güç mesafesinin düşüklüğü, eril özellikler taşıma ve belirsizlikten sakınmanın o toplumda iş kurulumlarını kolaylaştırmaktadır. Zahra ve diğerlerine göre (2002: 37), kültür sonuçları girişimci karakteristikleri, özellikler ve ulusal kültür arasındaki ilişkinin geçerliliği iki farklı bakış açısıyla sorgulanmaktadır. Birinci grubun yer aldığı (örneğin, Mitchell ve diğ., 2000; Thomas ve Mueller. 2000, Mueller ve Thomas. 2000 Shane ve diğ., 1991) araştırma sorusu, farklı girişimci özellikler ile ulusal kültürün ilgili olup olmadığı, ikinci grup için (örneğin, Baum ve diğ., 1993) girişimcilerin, farklı ulusal kültürlerde girişimci olamayanlara göre benzer ya da farklı özellikler taşıyıp taşımadığıdır (Zahra ve diğ. 2002: 37-41). Birinci grupta girişimciler benzer inanç ve değerler sistemine sahip görünürlerken, ikinci grupta girişimci olan ve olmayanların kıyaslamasında, yüksek düzeyde güç mesafesi, bireycilik, dişil özellikler ile düşük düzeydeki belirsizlikten sakınmanın ayırıcı özellikleri belirlediği saptanmıştır (Zahra ve diğ., 2002: 44).

Diğer taraftan ise belirsizlik ve karmaşıklık gibi çevresel faktörler iş kurulumlarını engelleyebilmektedir. Casson'un (1990) iddia ettiği gibi, problem çözme faaliyetlerindeki kolaylıklar, patent haklarının düzenlenmesi, sosyal normlar ve paylaşılmış bilişsel değerler vb ile bir ülkenin işbirliğini arttırmaya yönelik alt yapıyı sağlamak ekonomide girişimsel faaliyetleri arttırmaktadır (akt. Busenitz ve diğ., 2000: 995). Diğer bir ifade ile bir ülkenin girişimciliğini düzenleyen unsurlar ve bireyler tarafından bu unsurların nasıl algılandığı girişimsel faaliyetlerde önemli bir



rol oynamaktadır. Ülkenin kurumsal görünümüne ilişkin girişimcilik algısını değerlendiren Kostava (1977), kavramın üç boyutunu tanımlamıştır. Buna göre devlete ait düzenlemelerin (düzenleyici boyut), yaygın olarak paylaşılmış sosyal bilginin (bilişsel boyut) ve değerler sisteminin (normative boyut) yerel girişimsel faaliyetler üzerinde etkisi bulunmaktadır (Busenitz ve diğ., 2000: 995).

Girişimci algısında düzenleyici boyut, yasalar, hukuk sistemi, idari düzenlemeler, devlet politikaları gibi unsurları içermektedir. Yeni iş kurulumlarında riski azaltmaya yönelik olarak devlet desteğinin verilmesinin,(örneğin finansal yardım, teşvikler, muafiyet veya indirimler, vergi kolaylığı, zararların karşılanması vb.) yatırım risklerini azaltacağı, iş yeri kurulumlarının yasal düzenlemelerle kolaylaştırılmasının iş kurmayı teşvik edeceği ve kolaylaştıracağı belirtilmektedir. Bilişsel boyut, yeni bir iş kurmada veya mevcut işlerde bilgiye sahip olmayı, nasıl iş kurulacağını bilmeyi, süreçler hakkında bilgilendirilmeyi, ülke içinde belirli veya özel konulardan haberdar olmayı içermektedir. Normatif boyut ise toplumun girişimsel faaliyetlere yönelik inanç, değerler, kurallar, yaratıcı ve yenilikçi düşünceye ve değer yaratmaya ilişkin tutumlarının derecesini ya da bakış açısını tanımlamaktadır. Uluslararası girişimcilere göre yerel değerler, bir ülkenin kurumsal girişimci kültürü, inançları ve normları girişimsel faaliyetler üzerinde etkili olmaktadır (Busenitz ve diğ., 2000: 995).

Yine literatür incelemesinde teorik ve uygulamalı çalışmaların girişimciliğin psikolojik özellikler ile de ilgili olduğuna işaret etmektedir(Littunen, 2000, Hansemark, 1998). Çalışmalar daha çok girişimci ve girişimci olmayanları karşılaştırırken büyük ölçüde psikolojik özelliklere bağlı olarak, kişilerin başarı ihtiyacı, iç kontrol odağı, belirsizlik karşısında risk alma özelliği ve belirsizliği tolere etme, yenilikçilik ve kendine güven boyutları ile bu

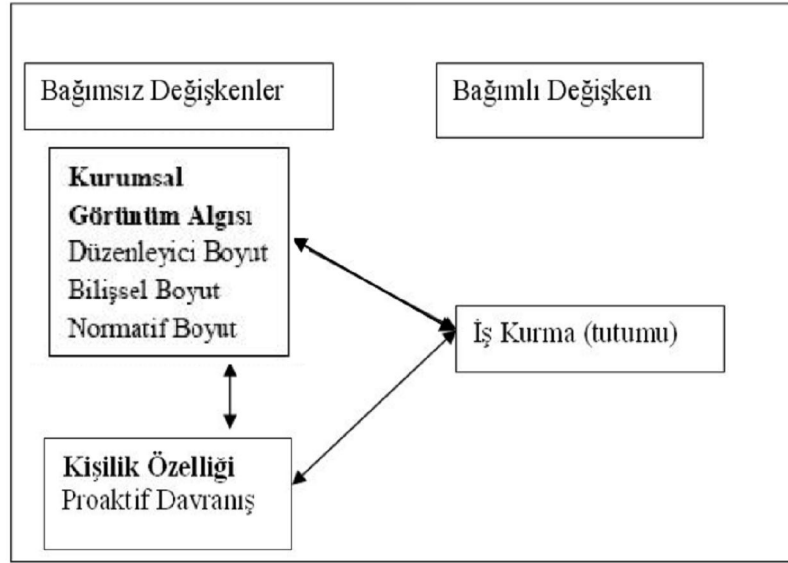
karşılaştırmaları yapmaktadırlar. Lumpkin ve Dess'e göre (1996) girişimcilik yönelimini tanımlamakta da kullanılan beş temel değişken söz konusudur. Bunlar; otonomi, yenilikçilik, risk alma, proaktiflik ve rekabetçilik özellikleridir. Kurumsal girişimcilik yöneliminin önemli bir boyutunu oluşturan proaktif davranış, kültürün bir yansıması olarak bireylerde fırsatları önceden görme, algılama ve peşinden koşma, yeni pazarlara katılım ve girişimsel niyet ile de tanımlanabilmektedir. O nedenle de proaktiflik, girişimsel faaliyetlerin uygulanmasında girişimciliğin hayati bir elemanı olarak tanımlanmaktadır. Proaktif bireyler, yeni fırsatların sermayeye dönüştürülmesinde, kazanç sağlamada ve ilerlemede neyin ve niçin gerekli olduğunu öncelikli algılayanlar olarak görülmektedir (Peterson ve Lee, 2000: 406). Örgüt için proaktif davranışın temelinde çevreyi kontrol ve idare etme isteğinin olduğunu ilişkin inanç bulunmaktadır. Bireylerinde benzer süreçlere ve özelliklere sahip olabileceği ve proaktif davranacağı (Bateman ve Crant, 1993: 104), dolayısıyla bu çalışmada kişi, çevre ve davranışın karşılıklı bağımlılığı ve nedensel ilişki içinde olduğu gözden uzak tutulmamaktadır. Bireylerin çevreden etkilenmek kadar, çevrelerini etkileyebilecekleri ve zamanla çevreyi değiştirebilecekleri, proaktiflik özelliğinin potansiyel girişimcilerin bireysel yönelimleri (tercihleri) ile onların çevreyle etkileşim içinde oldukları bir araç olarak (Becherer ve Maurer, 1999; 30) kullanılabilmesi de belirtilmektedir. Bu çerçevede çalışma için çizilen sınırlar ve araştırmanın temel ilgi odağı aşağıda yer alan model ve hipotezlerle ele alınmaktadır.

## **ÇALIŞMANIN MODELİ ve HİPOTEZLER**

Bu çalışmanın amacı, girişimci özellik taşıyan bireyler ile bu özelliğe sahip olmayan bireylerin iş kurma tutumu arasında farklılık olacağı varsayımından hareketle, proaktifliğin, girişimci yöneliminde belirleyici olup olmadığı

ve kurumsal görünüme yönelik girişimci algısının yine iş kurma davranışı üzerindeki etkisini test etmektir. Girişimcilik algısının aynı zamanda proaktif kişilik özelliği ile olan ilişkisi de dikkate alındığında potansiyel girişimcilerin girişimcilik algısının, kurumsal görünüm araçlarıyla etkileşim içinde olacağı da dikkate alınmalıdır.

Araştırmanın modeli Kostava (1997), Bateman ve Crant (1993), Busenitz, Gomez, Spencer (2000) ve Hian'ın (1996) çalışmalarına dayandırılarak hazırlanmıştır. Modelin önerisi belirli girişimci karakteristiklerinin bireyleri, girişimsel faaliyetlere yönelteceği bu durumda onları girişimci olmayanlardan ayıracağı varsayımına dayanmaktadır. Bu çerçevede oluşturulan model şekil 1 de yer almaktadır.



**Şekil 1:** Araştırmanın Modeli

Modelde yer alan değişkenlerden iş kurma tutumunun demografik, ekonomik, sosyal, kültürel ve teknolojik faktörler ile toplumdaki bireylerin genel tutumları ve

toplumsal normlara bağı olarak düzenlenebileceğı de gözden uzak tutulmamalıdır. Bu çerçevede iki temel hipotez oluşturulmuştur.

H1: Girişimcinin kurumsal görünüm algısı iş kurma davranışı üzerinde etkilidir.

H2: Proaktif kişilik özelliğı iş kurma davranışı üzerinde etkilidir.

## **ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ**

### **Örneklem, Soru Formu ve Veri Analiz Yöntemi**

Araştırmanın ana kütlesini Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde yüksek lisans yapmakta olan öğrenciler oluşturmaktadır. Bu ana kütlede tesadüfen seçilen örnekleme dayalı olarak araştırmaya 170 kişi katılmıştır. Araştırmaya katılan yüksek lisans öğrencilerinin anabilim dallarını işletme, iktisat ve toplam kalite yönetimi anabilim dalları oluşturmaktadır. Bu anabilim dalları içinde işletme 78 katılımcı ve iktisat 58 katılımcı ile anabilim dalı yüksek lisans öğrencilerinin ağırlıklı katılımcı sayısını oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplanmasında yüksek lisans öğrencilerinin seçilmesinin bir nedeni olarak, çoğunluğunun kendi işine henüz sahip olmadığı ve potansiyel girişimci olarak (programlarda yer almak bireysel özveri ve gayret gerektirdiğı için) değerlendirilmelerinden kaynaklanmaktadır. Soru formuna verilen yanıtlar kişisel tercihlere bırakılmış olup, öğrenci tercihlerine yönelik olarak girişimci olup olmadıklarına yönelik psikolojik test uygulanmamıştır. Soru formu geri dönüşü 165 olarak belirlenmiştir. Bu durum dağıtılan form açısından formların %97 sine karşılık gelmektedir. Soru formunun hazırlanmasında girişimci algısını kurumsal görünüm (devlet ve kurumsal alan) açısından değerlendiren oldukça az sayıda çalışma bulunmaktadır. Ayrıca proaktif davranış, girişimci

tutumu ve ülkenin kurumsal girişim görünümünün nasıl algılandığına ve bu değişkenlerin karşılıklı etkileşimini değerlendiren yerli yazında hemen hemen hiç çalışma bulunmamaktadır. Literatürde daha çok Hofstede'nin kültür boyutları kurumsal görünüm ve kişilik özellikleri de girişimciliği ölçmek amacıyla kullanılmış ve birbiriyle ilişkilendirilmiştir. O nedenle bu çalışma değişkenlerinin ele alınış biçimiyle literatüre bir katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Yapılandırılmış soru formu dört bölümden oluşmaktadır. Formun birinci bölümü kurumsal girişimcilik algısını ölçmeye yönelik, ikinci bölümü proaktif davranışı, üçüncü bölümü girişimcinin iş kurma tutumunu ölçmeye yönelik ve son bölüm ise demografik özellikleri tanımlamaya yönelik olarak hazırlanmıştır.

Girişimci kurumsal görünüm algısı değişkeni üç boyut altında ölçülmüştür. Bunlar, girişimsel faaliyetleri devletin düzenleyiciliğine ilişkin girişimci algısını tanımlayan düzenleyici boyut, normatif boyut ve bilişsel boyutlardır. Boyutların ölçülmesinde Kostava'nın (1997) çalışmasından yararlanılmıştır. İfadeler Türk Kültürüne uygun hale getirilmiş ve ölçek maddeleri genişletilerek otuz dört ifade ölçme amaçlı kullanılmıştır. Proaktif kişilik özelliği on sekiz ifade ile ölçülmüş ve ölçüm aracının oluşturulmasında Bateman ve Crant'ın (1993), orijinal soru formu kullanılmıştır. Girişimcilik tutumunu ölçmeye yönelik olarak tek bir ifade oluşturulmuştur. Bu ifade araştırmaya katılanların iş kurma tercihlerini belirlemeye yönelik olarak düzenlenmiştir. Üç bölümü de içeren ifadeler 5'li Likert tipi ölçekten oluşturulmuştur. Ölçeğin derecelendirilmesi dikkate alındığında 1'den 5'e (olumsuzdan olumluya) doğru bir derecelendirme yapılmıştır. İlk iki bölüm için ne ölçüde aynı fikirde olup olmadıkları belirlenirken, iş kurma tutumu için tercihlerine yönelik olarak hangi ölçüde (olasılıkla) kendi

işlerini kuracakları ya da bir başkasının yanında çalışmayı tercih ettikleri belirlenmeye çalışılmıştır. Kendi işlerini tercih etmelerinin girişimci özelliği olarak tanımlanmasına ise çalışmanın girişimci tanımından yola çıkılarak karar verilmiştir. Soru formu örnekleme dağıtılmadan önce küçük bir grupta okunabilirliği (anlaşılabilirliği) ve formatı değerlendirilmiş ve soru formunda küçük düzeltmeler yapılmıştır.

Kreiser ve diğerlerine göre (2002: 81) alpha değeri, ifadeler arasındaki karşılıklı ilişkinin ölçülerek, modelin güvenilirliğini test etmek için kullanılmaktadır. Alpha güvenilirlik değerinin 0.70 ve üzerinde olması sosyal bilimlerde ve örgüt araştırmalarında kabul edilen bir değer olarak ifade edilmektedir. Bu çalışmada girişimcinin kurumsal görünüm algısı tüm değişkeni için alpha 0.86 olarak bulunmuştur. Alt boyutları açısından ise düzenleyici boyut 0.82, normatif boyut 0.83, ve bilişsel boyut 0.80 olarak ölçülmüştür. Proaktif kişilik özellikleri boyutu alpha güvenilirlik değeri ise 0.83' tür. Tüm örnekleme değişkenleri için bu değerlerin önerilen 0.70 değerinin üstünde bulunduğu ve ölçme aracının güvenilir olduğu söylenebilir. Soru formunun son kısmını ise demografik özellikleri tanımlamaya yönelik ifadeler yer almaktadır. Girişimcilik araştırmalarında demografik özelliklerin tanımlanmasının, dış faktörlerin özelliklerinin girişimci davranışını belirlemede etken olduğu varsayımı altında önemli olduğu düşünülmektedir. O nedenle örneklemin özelliklerini tanımlamada kullanılan ifadeler, araştırmaya katılanların yaş, cinsiyet, gelir durumları, aile meslekleri, ailelerinin kendi işlerine sahip olup olmadıkları, yaşam alanları, önceki eğitim durumlarını belirlemeye yönelik olarak düzenlenmiştir.

Araştırmadan elde edilen veriler SPSS programı ile analiz edilmiştir. Araştırmanın analiz yöntemi olarak tanımlayıcı istatistik teknikleri ile ilişki analizi (t testi, anavo)

ve nedensellik testi için ise regresyon varyans analizi (step wise yöntemi) kullanılmıştır.

#### **4. BULGULAR**

##### **4.1. Demografik Özelliklere İlişkin Bulgular**

Demografik özellikler dikkate alındığında araştırmadan elde edilen 165 veri formu sonucuna göre, katılımcıların 98'i (% 59,4) erkek ve 68'i (%40,6) kadınlardan oluşmaktadır. Yapılan t testi sonucunda, kadın erkek algısı test edildiğinde, girişimcilik davranışı, kurumsal girişimci algısı boyutları (normatif ve bilişsel boyut) ve proktiflik boyutunu içeren değişkenler için anlamlı bir algılama farklılığı tespit edilmemiştir. Kadınlar ve erkekler için devletin düzenleyiciliği boyutunda ise (F=4,378 ve 0,03 önem düzeyinde) algılama farklılığı belirlenmiştir. Yine katılımcıların yaşları iki gruba ayrılarak değerlendirilmiş, 30 yaş ve altında, toplam 131 katılımcı (%79,4) ve 30 yaş üstünde 34 katılımcı (%20,6) tespit edilmiştir. Yaş skalasına göre kişilerin kendi işlerini kurma tercihlerinde yapılan bağımsız t- testi sonucunda (F= 4,98 ve 0,02 önem düzeyinde) iş kurma değişkeni için ve normatif boyut açısından (F=3,67 ve 0,05 önem düzeyinde) anlamlı bir farklılık bulunmuştur.

**Tablo 1. Tanımlayıcı İstatistikler (N=165)**

| Değişkenler                        | Ort<br>(St.Sap.)      |                    |                      |
|------------------------------------|-----------------------|--------------------|----------------------|
| <b>Girişimci tutumu(davranışı)</b> |                       |                    |                      |
| İş kurma Tercih <sup>+</sup>       | 3.75 (1.16)           |                    |                      |
| <b>Kurumsal Görünüm Algısı</b>     |                       |                    |                      |
| Düzenleyici Boyut* <sup>1</sup>    | 2.21 (0.54)           |                    |                      |
| Bilişsel Boyut                     | 2.57 (0.58)           |                    |                      |
| Normatif Boyut*                    | 3.34 (0.52)           |                    |                      |
| Proaktif Özellik                   | 3.54 (0.48)           |                    |                      |
| <b>Frekans Dağılımı</b>            | <b>Erkek</b>          | <b>Kadın</b>       |                      |
| Cinsiyet <sup>1</sup>              | 98 (%59.4)            | 67 (%40.6)         |                      |
| Yaş * <sup>+</sup>                 | <b>30 yaş ve altı</b> | <b>30 yaş üstü</b> |                      |
|                                    | 131 (%79.4)           | 34 (%20.6)         |                      |
| <b>Gelir Durumu (N=162)</b>        | <b>Düşük</b>          | <b>Orta</b>        | <b>Yüksek</b>        |
|                                    | 7 (%4.2)              | 132 (%80.0)        | 23 (%13.9)           |
| <b>Aile Meslekleri (N=157)</b>     | <b>Kendi işi*</b>     | <b>Ücretli*</b>    | <b>Emekli Memur*</b> |
|                                    | 83 (%50.3)            | 40 (%24.2)         | 34 (%20.9)           |

\*0,05 önem düzeyinde +0,02 önem düzeyinde ve <sup>1</sup>0.03 önem düzeyinde

Diğer taraftan, gelir durumu ve yaşam alanları açısından yapılan anova testine bakıldığında değişkenleri algılama farklılığı bulunmamış iken aile meslekleri açısından kendi adına çalışan aile üyelerine sahip olanlar ile ücretli ya da bir başkasının yanında çalışarak yaşamını sürdüren aileye üye olanlar arasında 0.05 önem düzeyinde anlamlı bir algısal farklılık tespit edilmiştir. Değişkenlerin ortalamaları dikkate alındığında araştırmaya katılan yüksek lisans öğrencilerinin iş kurma niyeti ortalama değeri 3,75 olarak bulunmuştur. Bu sonuç, ölçek dikkate alındığında olumlu bir tutum olarak değerlendirilebilmektedir. Girişimcinin Kurumsal Görünüm Algısı, devletin düzenleyiciliğine ilişkin olarak 2,21 ve bilişsel boyut için ise 2,57 olarak belirlenmiştir. Her iki



değişken için ölçek dikkate alındığında olumsuz bir tutum söz konusudur. Diğer bir değişle iş kurma tutumu devletin düzenleyiciliğini olumsuz olarak algılamaktadır. Bunun anlamı teşvik, muafiyet, istisna, vergi indirimi, iş kurulum kolaylığı vb. idari ve yasal düzenlemeler açısından devletin düzenleyiciliği olumsuz olarak değerlendirilmektedir. Yine kadınlar ve erkekler arasındaki anlamlılığa bakıldığında devletin düzenleyiciliğine ilişkin rol algısında farklılık olduğu da dikkatten kaçmamalıdır. Bilişsel boyut olarak ise ortalama dikkate alındığında girişimcilik tutumu açısından öğrencilerin, yeni iş kurmak, başvurulacak prosedürler hakkında bilgi sahibi olmak veya pazar koşullarından haberdar olmak vb alanlarda yeterli düzeyde olmadıkları söylenebilir. Normatif boyut ortalamasının 3,34 olması ise girişimciliğin toplum tarafından kabul gören bir davranış olacağına ilişkin ipucu niteliğindedir. Bu sonuç normatif boyut için olumlu olarak değerlendirilmelidir.

#### **4.2 Değişkenlere İlişkin Bulgular**

Değişkenler arasındaki ilişki incelendiğinde Tablo 2’de görüldüğü üzere iş kurma davranışı (tutumu) devletin düzenleyicilik boyutu ile negatif (olumsuz) proaktif özellikler ile pozitif (olumlu) bir ilişki içindedir. Bu bulgu tanımlayıcı istatistiklerde yer alan görüşü destekler niteliktedir. Yine normatif boyut proaktif özellik ile pozitif (olumlu) ilişkilidir. Diğer bir değişle toplum tarafından onaylanan girişimcilik, bireysel girişimcilik özelliği olarak tanımlanan proaktiflik boyutunu desteklemez. Ya da tersi durumunda proaktif davranış (kişilik özelliği) toplum tarafından onaylan bir iş kurma özelliği olarak değerlendirilmelidir. Yine iç tutarlılık açısından değerlendirildiğinde bilişsel boyut girişimciliğin kurumsal görünüm algısında diğer iki boyutla aynı yönde ve olumlu bir biçimde ilişkilidir.

**Tablo 2: Değişkenler Arası İlişkiler**

|                 |                | düzenleyi | bilissel | normatif | proaktif | İş kurma Tut |
|-----------------|----------------|-----------|----------|----------|----------|--------------|
| düzenleyi       | Pearson Corr   | 1         | ,317(**) | ,207(**) | -,049    | -,253(**)    |
|                 | Sig. (2-yönlü) |           | ,000     | ,009     | ,539     | ,001         |
|                 | N              | 164       | 163      | 160      | 157      | 164          |
| bilissel        | Pearson Corr   | ,317(**)  | 1        | ,274(**) | -,002    | -,037        |
|                 | Sig. (2-yönlü) | ,000      |          | ,000     | ,979     | ,637         |
|                 | N              | 163       | 164      | 160      | 157      | 164          |
| normatif        | Pearson Corr   | ,207(**)  | ,274(**) | 1        | ,368(**) | -,030        |
|                 | Sig. (2-yönlü) | ,009      | ,000     |          | ,000     | ,702         |
|                 | N              | 160       | 160      | 161      | 154      | 161          |
| proaktif        | Pearson Corr   | -,049     | -,002    | ,368(**) | 1        | ,283(**)     |
|                 | Sig. (2-yönlü) | ,539      | ,979     | ,000     |          | ,000         |
|                 | N              | 157       | 157      | 154      | 158      | 158          |
| İş Kurma Tutumu | Pearson Corr   | -,253(**) | -,037    | -,030    | ,283(**) | 1            |
|                 | Sig. (2-yönlü) | ,001      | ,637     | ,702     | ,000     |              |
|                 | N              | 164       | 164      | 161      | 158      | 165          |

\*\* 0.01 önem düzeyinde (2-yönlü).

Yapılan nedensellik analizi (step wise yöntemi) sonucunda iş kurma tutumunu açıklamaya yönelik olarak iki model kurulmuştur. Tablo 3'te de görüleceği üzere bu modellerin açıklayıcısı olarak; model 1de proaktif davranış ve Model 2 de ise proaktif davranışla birlikte devletin düzenleyiciliğine ilişkin iki boyut çözümlenmeye girmektedir. Tek başına proaktif davranış iş kurma tutumunun %07 sini açıklamakta iken, devletin düzenleyicilik rolüne ilişkin girişimci algısı çözümlenmeye girdiğinde iş kurma davranışının açıklayıcılığı %12,9 a yükselmektedir. Sonuca göre iş kurma tutumu %12,9 açıklanan iki faktöre bağlı iken, kontrol edilemeyen diğer faktörlerin rolü daha fazladır.

**Tablo 3: İş kurma Tutumu Nedensellik Analizi  
(Model Özeti)**

| Model | R       | R <sup>2</sup> | F      | Önem    |
|-------|---------|----------------|--------|---------|
| 1     | ,279(a) | ,078           | 12,670 | ,000(a) |
| 2     | ,360(b) | ,129           | 11,065 | ,000(b) |

- a Tahminciler: (bağımsız değişken), proaktif  
b Tahminciler: (bağımsız değişkenler), proaktif, düzenleyici  
c Bağımlı değişken: İş Kurma Tutumu

**Tablo 4: Modelin katsayıları (a)**

| Model |             | Standartlaşmamış Katsayılar |           | Standart Katsayılar | t      | Önem      |
|-------|-------------|-----------------------------|-----------|---------------------|--------|-----------|
|       |             | B                           | Std. Hata | Beta                | B      | Std. Hata |
| 1     | (Sabit)     | 1,382                       | ,668      |                     | 2,069  | ,040      |
|       | proaktif    | ,666                        | ,187      | ,279                | 3,560  | ,000      |
| 2     | (Sabit)     | 2,588                       | ,768      |                     | 3,371  | ,001      |
|       | proaktif    | ,632                        | ,183      | ,265                | 3,458  | ,001      |
|       | düzenleyici | -,488                       | ,164      | -,227               | -2,966 | ,004      |

a Bağımlı değişken: İş kurma Tutumu

Diğer yandan proaktif davranış ile devletin düzenleyicili rolüne yönelik girişimci algısı Tablo 4 te de görüldüğü üzere ( $\beta=-0.227$ ) negatif ilişki içersindedir. Diğer bir ifade ile proaktif davranış sahibi girişimciler devletin düzenleyiciliğini olumsuz olarak algılamaktadır. O nedenle çalışmada önerilen iki hipotez de kabul edilmektedir.

## SONUÇ

Çalışmadan elde edilen bulgular ışığında iki önemli sonuç ortaya çıkmaktadır. Birincisi iş kurma tutumu literatürde de belirtildiği gibi birçok faktörün etkisi altındadır. Burada bir girişimci özelliği olarak proaktif davranışın iş kurma tutumunu açıklaması ön plana çıkarak girişimci özellikleri okuluna ilişkin görüşü doğrular bulgular elde edilmiştir. Unutmamak gerekir ki bu bulgu Gartner'in (1985) belirttiği gibi dört değişkenle ilişkilidir. Buradaki bulgularda bireye ilişkin özellikle birlikte çevrenin de önemli bir boyut olarak tanımlandığını göstermektedir. Nitekim devletin düzenleyicilik rolüne ilişkin girişimci algısını iş kurulumunda etken gözükmemesi bunun kanıtı niteliğindedir. İkinci önemli bulgu ise normatif boyutla ilgilidir. Toplum tarafından girişimcinin nasıl algılandığı ve genel kabul görme anlayışı kişilikle birlikte değerlendirildiğinde girişimci alt yapısını oluşturan bir sosyal olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Sonuçlar açısından ailenin tutumu, toplum tarafından kabul görmek ve bilişsel olarak engel algısı da önemli faktörler olarak görülmelidir. Örneğin ailenin tutumu, girişimci tutumunun oluşmasında bireyin aile mesleği ile olan ilişkisi önemli olarak görülmektedir. Bu çalışmada elde edilen bulgularda benzerlik taşımaktadır. Kültür açısından bakıldığında ise kadın erkek algısında farklılık tespiti de toplumsal normlar ve rol tanımlamaları ile açıklanabilmektedir. Yüksek lisans öğrencilerini içeren bu çalışmada eğitim seviyesinde belirli bir düzeye gelmiş bireyler açısından bu tip farklılıkların ortaya çıkması ise düşündürücüdür. Genel sonuçlar açısından bakıldığında, ağırlıklı olarak işletme ve iktisat anabilim dalı programının deneklerinin çalışmada yer alması ancak bilişsel boyutun düşük çıkması göze çarpmaktadır. Programlar bireylerin katılım amacına bağlı olsa da, iş kurma süreçlerinden katılımcıların gerektiği kadar bilgi sahibi olup olmadıklarını ya da böyle bir ihtiyaç oluşmadığına ilişkin bir görüş ifade

etmek mümkün gözükmemektedir. Sadece ortalamalar açısından değerlendirildiğinde bilişsel algının düşük olduğu görülmektedir. O nedenle bu tip çalışmaların literatürde kanıtlarıyla birlikte yer alması önemli gözükmemektedir. Bundan sonraki çalışmalar açısından değerlendirildiğinde, özellikle normatif boyut ve bireysel özelliklerin diğer boyutlarına ilişkin de çalışma yapılması ihtiyacı olduğu görülmektedir. Yine araştırmada kullanılan yöntem açısından, gelecek çalışmalarda nedensel analizin çoklu regresyon modelleri yanında, hiyerarşik regresyon analizi ile de hangi faktörlerin moderatör etkisi olduğunu tespit etmek ve faktörlerin etkileşiminde path analizi ya da yapısal eşitlik modeli gibi daha üst analiz düzeylerine yönelerek de çalışmaları yenilemek gerekmektedir. Buradan elde edilen bulguların genellemeler yapmada kısıtlı bir örnekleme dayandığı da gözden uzak tutulmamalıdır.

## Kaynaklar

Avrupa'da Girişimcilik: Yeřil Kitap (2002), Avrupa Komisyonu Yayını, Enterprise Publications: s.1-27.

Baron R. A. (2004) "The cognitive perspective: a valuable tool for answering entrepreneurship's basic "why" questions" Journal of Business Venturing, 19: 221-239

Barton C. ve Lischeron J. (1991). Defining Entrepreneurship, Journal of Small Business Management, January, Vol:29, pp:45-61.

Bateman, T. S., ve Crant M. J. (1993). The Proactive Component of Organizational Behavior: A measure and correlates, Journal of Organizational Behavior, Vol. 14:103-118.

Baum J. R., Olian, J. D., Erez M., Schnell, E.R., Smith, K.G. Sims, H. P.,  
Becherer C., ve Maurer G. J., (1999). The Poractive Personality Disposition and Entrepreneurial Behavior among Small Company Presidents. Journal of Small Business Management. Vol. 37, No.1:28-36.

Busenitz, W. L., Carolina G. ve Jennifer W. S. (2000). Country Institutional Profiles: Unlocking Entrepreneurial Phenomena, Academy of Management Journal, Vol. 43, No. 5: 994-1004.

Bygrave, W. D ve Hofer, C. W. (1992), Researching Entrepreneurship, Entrepreneurship Theory and Practice, Spring.91-100.

Bygrave W. ve Miniti M. (2000). The Social Dynamics of Entrepreneurship, Entrepreneurship Theory and Practice, Spring. 25-35.

Casson M. (1990). *Enterprise and Competitiveness*. New York: Oxford University Press.

Ceylan A. ve Demircan N. (2001). Girişimciliği etkileyen faktörler ile Girişimci kişilik özellikleri arasındaki ilişkilere yönelik bir araştırma, 9.Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı, İstanbul.

Chrisman J. J., Chua H. J. ve Steier P. L. (2002). The Influence of National Culture and Family Involvement on Entrepreneurial Perceptions and Performance at the State Level, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Summer:113-130.

Covin, J.G., ve Slevin, D. P. (1989). Strategic Management of Small Firms in Hostile and Bening Environments. *Strategic Management Journal*. 10:75-87.

Çetindamar D. (2002). Türkiye’de Girişimcilik, Türk Sanayici ve İşadamları Derneęi, Yayın No:Tüsiad-T/2002-12/340.

Das, T. K. ve Teng, B. S. (1997). Time and Entrepreneurial Risk Behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 22(2), 69–88.

Erdem Ferda (2001). Giriřimcilerde Risk Alma Eğilimi ve Belirsizliğe Tolerans İlişkisine Kültürel Yaklaşım, *Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi* (2) 2001, 43-61

Gartner, A. (1985). A conceptual framework for describing the phenomenon of new venture creation. *Academy of Management Review* 10, no. 4: 696-706.

Hansemark Ove C. (1998). The Effects of an Entrepreneurship Programme on Need for Achivement and

Locus of Reinforcement, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 4 No. 1: 28-50.

Hian C. K. (1996). Testing Hypotheses of Entrepreneurial Characteristics: A study of Honk Kong MBA students, *Journal of Management Psychology*, Vol.11 No.3:12-25.

Hofstede, G. (1980). *Culture's Consequences: International differences in work related values*. Beverly Hills, CA: Sage.

Hofstede, G., Neuijen B., Ohayv D. D. ve Sanders G. (1990). Measuring Organizational Cultures: A Qualitative and Quantitative Study across Twenty Cases, *Administrative Science Quarterly*, June, 286-316.

Keh H. T., Der Foo, ve Lim B. C. (2002) "Opportunity Evaluation Under Risky Conditions: The Cognitive Processes Of Entrepreneurs", *Entrepreneurship Theory And Practice*, Winter, 125-148.

Kostova, T.(1997). Country institutional profiles: concept and measurement. *Academy of Management Best Paper Proceedings*:180-189.

Kreiser Patric M., Marino Louis D, ve Weaver Mark K (2002). Assessing the Psychometric Properties of the Entrepreneurial Orientation Scale: A Multi-Country Analysis, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Summer:71-94.

Lee. S. M ve Peterson S. (2000). Culture, Entrepreneurial Orientation, and Global Competitiveness, *Journal of World Business*, 35 (4):401-416.



Littunen Hannu (2000). Entrepreneurship and the Characteristics of the Entrepreneurial Personality, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol.6 No. 6: 295-309.

Lumplin G. T. ve Dess G. G. (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance, *Academy of Management Review*, 21:135-172.

Mitcheel R. K., Smith B., Seawright K. W. ve Morse E. A. (2000). Cross-cultural Cognitions and the Venture Creation Decision. *Academy of Management Journal*., 43: 974-993.

Mueller, S. L ve Thomas, A.S. (2000). Culture and entrepreneurial potential: A nine country study of locus of control and innovativeness. *Journal of Business Venturing*, 16 (1): 51-75.

Sarah L. J. ve Alistair R. A. (1999). Entrepreneurship Education Within the Enterprise Culture, Producing Reflective Practitioners, *International Journal of Entrepreneurial Behavior & Research* Vol. 5., No. 3:110-125.

Scuuly, J. S., ve Smith, K. A. (1993). Nationality and Work Role Interactions: A cultural contrast of Israeli and U.S. entrepreneurs' versus managers' needs. *Journal of Business Venturing*, 8: 449-512.

Shane S., Kolvereid L. ve Westhead P. (1991). An Exploratory Examination of the Reasons Leading to New Firm Formation Across Country and Gender. *Journal of Business Venturing*, 6: 431-446.

Thomas A. S. ve Mueller S. L. (2000). A Case for Comparative Entrepreneurship: Assessing the Relevance of Culture. *Journal of International Business Studies*, 31:287-301.

Zahra A. S., George G. ve Hayton C. J. (2002). National Culture and Entrepreneurship: A Review of Behavioral Research, *Entrepreneurship Theory and Practice*, Summer, 33-52.