

KALKINMA STRATEJİLERİ BAĞLAMINDA DEVLET DESTEKLERİNİN GİRİŞİMCİLİK VE İNOVASYON DAVRANIŞI İLE İLİŞKİSİ VE GİRİŞİMCİLİK – İNOVASYON KÜLTÜRÜNÜN ARACI ROLÜ*

Halil İYİDEMİRCİ¹

Enver AYDOĞAN²

Atıf/©: İyidemirci, H. ve Aydoğan, E. (2020). Kalkınma stratejileri bağlamında devlet desteklerinin girişimcilik ve inovasyon davranışı ile ilişkisi ve girişimcilik – inovasyon kültürünün aracı rolü. *Hitit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(1), 82-105. doi: 10.17218.hititsosbil.681562

Özet: Ülkelerin kalkınmasında etkileri olan girişimcilik ve inovasyon davranışlarının ortaya çıkmasında devlet desteklerinin ve kültürün rolünü belirlemek amacıyla yapılan bu çalışmada, G20 ülkelerine ait 11 yılı kapsayan veriler kullanılmıştır. Araştırmada GEM ve WB veri setleri ile korelasyon analizleri, betimleyici analizler ve faktör yük analizleri yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda, devlet destekleri ile davranışlar arasında pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu bunun yanında girişimcilik ve inovasyon kültürü ile davranışları arasında da pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca devlet destekleri ile girişimcilik ve inovasyon kültürü arasında anlamlı bir ilişkinin var olduğu ve bu ilişkiye göre devlet desteklerinin davranışa dönüşmesinde kültürün aracı rolünün olduğu görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, İnovasyon, Kültür, Kalkınma Stratejileri, Devlet Destekleri

In the Context of Development Strategies; The Relationship Between Government Supports And Entrepreneurship and Innovation Behaviour and The Mediator Role of Entrepreneurship - Innovation Culture

Citation/©: İyidemirci, H. and Aydoğan, E. (2020). In the context of development strategies; the relationship between government supports and entrepreneurship and innovation behaviour and the mediator role of entrepreneurship - innovation culture. *Hitit University Journal of Social Sciences Institute*, 13(1), 82-105. doi: 10.17218.hititsosbil.681562

Abstract: This study conducted with data covering 11 years of G20 countries to determine the role of the state supports and culture in the emergence of entrepreneurship and innovation behaviors that have impacts on the development of countries. Correlation analyzes, descriptive analyzes and factor load analyzes were performed with GEM and WB data sets. As a result of the analyzes, it was found that there is a positive relationship between behaviors and government supports also there is a positive relationship between culture and behaviors. It also shows that there is a meaningful relationship between state subsidies and culture, and this relationship has a mediating role in the transformation of state subsidies into entrepreneurship and innovation behavior.

Keywords: Entrepreneurship, Innovation, Culture, Development Strategies, Government Supports

Araştırma Makalesi / Research Article Makale Geliş Tarihi: 29.1.2020 Makale Kabul Tarihi: 15.6.2020

*Bu çalışma Prof. Dr. Enver AYDOĞAN danışmanlığında Halil İYİDEMİRCİ tarafından 25 Haziran 2019 tarihinde tamamlanan "Girişimcilik ve İnovasyon Stratejilerinin Ülke Kalkınmasına Etkileri: Desteklenen Girişimcilik ve İnovasyon Kültürünün Rekabetçi Üstünlük Elde Etmede Aracı Rolü" başlıklı 558494 tez no'lu doktora tezinden türetilmiştir.

¹ Sorumlu Yazar, Doktor, Sivil Havaçılık Kalite - Emniyet ve Güvenlik Yönetim Sistemleri Uzmanı, eskhalil@hotmail.com// <http://orcid.org/0000-0002-9042-3714>.

² Profesör Doktor, Öğretim Üyesi, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Ana Bilim Dalı, Yönetim Organizasyon Bilim Dalı, enver.aydogan@hbu.edu.tr. <http://orcid.org/0000-0001-7327-7148>.

1. GİRİŞ

Ekonomik savaşların büyük artış gösterdiği günümüz dünyasında her ülke ortaya koyduğu stratejik uygulamalar ile kalkınma düzeyini artırmak ve rekabetçi üstünlük sağlamak amacındadır. Bu amaca ulaşmak maksadıyla uygulanan politikalardan birisi de ülkedeki girişimcilik ve inovasyon davranışlarının ortaya çıkmasını sağlayacak desteklerin devlet tarafından verilmesidir. Dünya genelinde özellikle gelişmiş ülkeler tarafından yaygın olarak verilen bu destekler sayesinde ülke ekonomilerinin gelişmesine katkıda bulunmaktadır. Bunun yanında uzun yıllardır akademik yazında çalışılan ve çağdaş ekonominin temel taşlarından olan girişimcilik ve inovasyon konuları yeni katkılar ile dikkat çekici bir şekilde zenginleşmektedir.

Bu bağlamda hem ülkeler hem de akademik yazın bakımından oldukça önemli olan girişimcilik ve inovasyon konuları, gerek politika yapımcılar gerekse araştırmacılar tarafından büyük bir ilgi görmektedir. Konulara politika yapımcıların perspektifinden yaklaşıldığında hangi desteklerin olumlu davranışları ortaya çıkardığı ve davranışın ortaya çıkmasında etkili olan faktörlerin neler olduğunun tespit edilmesi bunun yanısıra araştırmacıların perspektifinden yaklaşıldığında girişimcilik ve inovasyon konularına ait faktörlerin özelliklerinin, aralarındaki ilişkilerin ve etki düzeylerinin tespit edilmesi akademik yazında birer niş alan olarak görülmektedir. Dolayısıyla girişimcilik – inovasyon davranışına etki eden devlet desteklerinin neler olduğu, bunların davranış üzerindeki etkisinin ne şekilde olduğu ve kültürün bu davranışların ortaya çıkmasındaki rolünün ne olduğunun tespit edilmesi amacıyla bu çalışma yapılmıştır.

Girişimcilik – inovasyon davranışını ortaya çıkaran devlet destekleri ve bu desteklerin etki derecesinin sıralaması nedir? Ve girişimcilik – inovasyon davranışlarının ortaya çıkmasında kültürün rolü nedir? sorularına cevap arayan bu çalışma sırasında önce literatür araştırması yapılmış, sonrasında elde edilen bilgiler ışığında araştırma bölümüne geçilerek korelasyon analizleri ve faktör analizleri yapılmıştır. Bu analizlerden elde edilen bulgulara dayalı olarak değerlendirme ve sonuç bölümleri yapılmıştır.

2. TEORİK ÇERÇEVE VE LİTERATÜR ARAŞTIRMASI

Konu kapsamında yer alan girişimcilik, inovasyon, kültür, girişimcilik – inovasyon kültürü ve devlet destekleri kavramlarına yönelik literatürde daha önce yapılmış çalışmalardan elde edilen bulgular ve tanımlar şu şekilde sıralanabilir;

2.1. Girişimcilik ve İnovasyon

Girişimci; emek, doğal kaynaklar ve sermayeden sonra dördüncü üretim faktörü olarak akademik yazında uzun yıllardır önemle araştırılan bir kavramdır. Girişimcilik kavramı; girişimcinin kendisi, işlettiği işletme ve içerisinde bulunan çevrenin (sosyal, ekonomik, kültürel, fiziki vb.) bir bütün olarak birbirleriyle olan ilişkilerini kapsamaktadır. Bir işletme kurmak için faaliyette bulunan kişiye “girişimci”, kuruluş sırasında gösterilen çabaya “girişimcilik” ve kurulan işletmeye “girişim” adı verilir.

Global Entrepreneurship Monitoring (GEM), girişimciliği sadece yeni iş faaliyeti olarak oldukça dar görüşle tanımlamış olsa da, yeni iş kurma faaliyetini geniş bir bakış açısıyla ele almaktadır. Örneğin, yeni ticari faaliyetlere dayanan bazı resmi kayıtların aksine, GEM'in tanımı sadece sicile yeni kayıt edilen işletmelerle sınırlı değildir. GEM, girişimciliği hem mesleki bakış açısından benimsemekte hem de davranış yönünden değerlendirmektedir. Yeni bir işletmenin başlangıcından önceki aşamayı (gelişmekte olan girişimcilik), işletmenin faaliyete geçişinden sonraki (yeni kurulmuş bir şirkete sahip olmak) aşamaya birleştiren bir yapıya odaklanmıştır.

Birlikte ele alındığında bu iki aşama GEM tarafından erken evre girişimci faaliyeti olarak tanımlanmaktadır (<https://www.gemconsortium.org>).

Yazındaki tanımların genel bir analizi neticesinde girişimcilik kavramının; işletme kurma, risk alma, fırsatları değerlendirme, kazanç elde etme, sorumluluk alma, yönetim ve inovasyon kavramları ile ilişkisi olduğunu söylemek mümkündür.

Akademik yazında genellikle J. Schumpeter tarafından ilk defa ortaya konulduğu ifade edilen inovasyon kavramı, Schumpeter'in meşhur ekonomik değişim doktrini kapsamında rekabet savaşındaki en önemli silah olarak görülürken, en dar anlamıyla, yeni bir üretim fonksiyonunu geliştirmek şeklinde tanımlanmaktadır. Schumpeter'e (1912; 1934) göre inovasyon, yeni bir ürünün veya kalitesinin tanıtımı, yeni bir üretim metodunun veya mevcut olanın geliştirilmesi, yeni bir pazar yaratılması, hammadde ya da yarı mamul madde temini için yeni kaynakların bulunması ve monopol bir durumun yaratılması veya monopol yapının yıkılması için yeni bir örgüt yapısının oluşturulması uygulamalarını kapsamaktadır (aktaran Kurz, 2008, ss.263-278).

İnovasyon, bilimsel ve teknolojik çalışmalara dayalı olarak ortaya çıkan yenilikleri; pazarlanabilir yeni ürün, yeni sistem, yeni üretim yöntemleri ve/veya yeni toplumsal hizmetlere dönüştürmek ya da mevcut ürünleri, sistemleri ve toplumsal hizmetleri geliştirmek şeklinde tanımlanabilir. İnovasyonun sadece, yeni fikirlerin, bilgilerin, icatların ve teknolojilerin ortaya çıkarılması veya geliştirilmesi şeklinde algılanmaması gerekir çünkü inovasyonun en önemli özelliği; ortaya çıkan fikrin, ürünün veya süreçlerin, ekonomik ve toplumsal fayda sağlaması ve ticarileşebilmesidir (Gül, 2012, ss. 92-93). Drucker (1994)'a göre girişimciliğin bir fonksiyonu olan inovasyon, girişimcinin yeni kaynaklar yaratarak veya mevcut kaynakların kullanım potansiyelini artırarak refah yaratmasıdır. Bir iktisadi değere dönüştürülemeyen ve ticari nitelik taşımayan yenilikler, inovasyon olarak kabul edilememektedir (Kılınç, 2011, s.5).

Oslo Kılavuzu (2006, ss.50-55)'na göre İnovasyon; işletme içi uygulamalarda, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş bir ürün (mal veya hizmet) veya süreç, yeni bir pazarlama yöntemi ya da yeni bir organizasyonel yöntemin gerçekleştirilmesidir. Kılavuzda, genellikle akademik yazında da benzer şekilde ifade edilen dört inovasyon türü şu şekilde sıralanmaktadır; 1) ürün inovasyonu (mevcut özellikleri veya öngörülen kullanımlarına göre yeni ya da önemli derecede iyileştirilmiş bir mal veya hizmetin ortaya konulması), 2) süreç inovasyonu (yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş bir üretim veya teslimat yönteminin gerçekleştirilmesi), 3) pazarlama inovasyonu (ürün tasarımı veya ambalajlaması, ürün konumlandırması, ürün tanıtımı (promosyonu) veya fiyatlandırmasında önemli değişiklikleri kapsayan yeni bir pazarlama yöntemi yaratılması) ve 4) organizasyonel inovasyon (işletmenin ticari uygulamalarında, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerinde yeni bir organizasyonel yöntem uygulanması).

2.2. Kültür ve Girişimcilik – İnovasyon Kültürü

Kültür, insan ırkı tarafından geliştirilen ve kuşaklar tarafından birbiri ardınca başarı ile öğrenilen, karmaşık özelliğe sahip geleneksel davranışların tümüdür. Kültür hassastır, belirli bir toplumun, grubun, ırkın, bölgenin ya da zaman diliminin karakteristik yapısı olarak ortaya çıkan geleneksel davranış biçimleri anlamına gelir (Mead, 2017, ss.1-3). Kültür, bir grup insanın sosyal olarak kazanılmış yaşam biçimi veya yaşam tarzıdır. Belirli bir toplumun veya toplumun bir kesiminin üyelerinin karakteristiği olan; tekrarlanan, düşünme, hissetme ve hareket etme biçimlerinden oluşur (Brumann, 1999, ss.1-2). Geniş etnografik anlamıyla kültür veya medeniyet, toplumun bir üyesi olarak insan tarafından edinilen bilgi, inanç, sanat, ahlak, hukuk, gelenek ve diğerlerinden

(yetenekler ve alışkanlıklar) oluşan karmaşık bir bütünü ifade eder. Kültür, birikmiş deneyimlerin öğrenilmesidir (Tylor, 1871, s.26).

Hofstede ve diğerlerine (2010) göre; kültür kolektif bir olgudur. Çünkü kısmen bile olsa aynı sosyal ortam içerisinde yaşayan insanlar tarafından paylaşılır. Bu bağlamda kültür, sosyal ortamdaki yazılı olmayan kurallardan meydana gelmekte ve bir grubun üyelerini diğerlerinden ayıran zihnin kolektif programlanması olarak kabul edilmektedir. Yazında kültür ile ilişkili olarak şu kavramlar ile sıklıkla karşılaşılmaktadır; millet, ırk, etnik köken, kimlik, alt kültür, yardımcı kültür (Spencer,2012). Bununla birlikte kültür sınıflaması yapılırken esas alınan ölçütlere göre farklı türleri ortaya koymak mümkündür. Bu türler: Genel Kültür, Alt-Üst Kültür, Karşı Kültür, Bireysel Kültür, Gerçek Kültür-İdeal Kültür, Yüksek Kültür-Yaygın Kültür ve Ulusal-Uluslararası Kültür şeklinde sıralanabilir (Tutar, 2015, ss. 327-361).

Girişimcilik kültürü, girişimcilere yeni bir vizyon ve misyon kazandıran, başkalarının kendisine iş sağlamasını beklemek yerine atak ve dinamik bir şekilde davranarak kendisi başkalarına iş imkanı sağlayan, çalışmalarının ve harcamalarının karşılığını almayı hedefleyen insan tipinin yetişmesini sağlayacak bir kültürdür. Girişimcilik kültürünün temel göstergelerinden risk taşıma ve cesaret başarıyı önemli ölçüde etkilemektedir (Mazgal, 2013, ss.37-38). Gatiyatullin ve Nigmatov (2014)'a göre girişimcilik kültürü; genel kültüre dayalı ve onunla yakından ilişkili olarak, insanları yeni bir iş başlatmaya ve başarılı olmaya iten toplumsal davranış kurallarıdır. Girişimcilik kültürü, maddi kültürün özel alanı olarak, girişimcilik faaliyetleriyle ilgili süreç içerisinde rol alan tüm özneler arasındaki ilişkilerin düzenlenmesi ile doğrudan bağlantılıdır.

Suddle ve diğerlerine (2007) göre akademik yazında geçmişte yer alan bazı çalışmalar (örneğin; Weber, 1930; Schumpeter, 1934) olmakla birlikte, girişimcilik kültürü en etkin olarak ilk defa McClelland tarafından 1961 yılında ölçülmüş ve sonrasında diğer araştırmacılar (örneğin; Lynn, 1991; Shane 1993; Hofstede, 1980; Morris ve diğerleri, 1994.; Lee ve diğerleri, 2004; Wennekers ve diğerleri, 2005) tarafından çalışılmıştır. Bunun dışında Hayton ve Cacciotti (2014)'e göre akademik yazında inovasyon kültürü konusunda da yapılmış bazı çalışmalar (örneğin; Shane, 1992; 1993; Sun, 2009; Rinne, Steel ve Fairweather, 2012; Williams ve McGuire, 2010; Porter ve Stern 2001) mevcuttur.

Audretsch ve Belitski (2017) göre girişimcilik ve inovasyon faaliyetlerini ödüllendiren normlar ve güven, aktörler arasındaki işbirliğini geliştirerek faaliyetler için ek kaynaklar sağlar. Normlar ve kültür, girişimci gruplarda dâhil olmak üzere toplum içerisindeki güven ve emniyet algısı ile yakından ilişkilidir. Toplumun üyeleri ve ülke güvenliği arasında anlamlı bir güven bağının kurulması, canlı bir girişimci ekosistemin oluşmasına neden olur. Bunun yanısıra McClelland (1967)'a göre, bireylerin başarı için sahip olduğu motivasyon düzeyi ile bu bireylerin faaliyet gösterdiği toplumlardaki gelişme oranı arasında bir ilişki vardır. Dolayısıyla girişimcilik ve inovasyon ölçeklerinde bölge kültüründe yer alan başarı için sahip olunan motivasyon düzeyi kullanılabilir (Huggins ve Thompson, 2015, ss.138-145). Turro ve diğerleri (2014) tarafından yapılan çalışmanın sonuçlarına göre; girişimciliğin üst düzey bir statü olduğu ve saygı gördüğü ayrıca medyada başarılı girişimler hakkında sık sık haberlerin verildiği bir ülkede girişimcilik davranışının ve faaliyetlerinin yüksek olması olasıdır. Huggins ve Thompson (2014) yaptıkları çalışmada, yerel kültürün orijinal tipolojisini ortaya koyabilmek için, bu kültürün farklı yönlerini ölçebilecek bir dizi göstergesi tespit etmeyi amaçlamıştır. Bu düşünceyle, girişimcilik kültürünü ölçebilecek beş faktörün bir çerçeve içerisinde değerlendirebileceğini ortaya koymuştur. Bunlar: (1) iş ve eğitim; (2) sosyal uyum; (3) erillik ve dişilik; (4) risk alabilme ve sosyal kurallara uyma ve (5) toplu eylem ve eşitlik.

2.3. Girişimcilik ve İnovasyon Davranışının Ortaya Çıkması İçin Sağlanan Devlet Destekleri

Ekonomik araştırmalar, özellikle ekonomik faaliyetlerde finansal pazarın ve finansal kurumların rolüne odaklanmıştır (Begley ve diğerleri, 2005, ss. 35-38). Bu bağlamda yeni bir iş kurulması sırasında sermaye, kritik başarı faktörü olarak görülmektedir (Cetorelli ve Strahan, 2006, s.440). Evans ve Leighton (1989) ile Evans ve Jovanovic (1989)'e göre girişimciler likidite kısıtlamaları ile karşı karşıyadır, bunun yanı sıra Blanchflower ve Oswald (1998)'a göre gelecekte iş kurma niyetinde olan girişimcilerin bundan vazgeçmelerinin en büyük nedeni ise sermayelerinin olmamasıdır. Daha önce iş kurma niyeti olan ancak bunu gerçekleştiremeyen girişimcilerin karşılaştığı temel sorun finansal yetersizliktir (Turro ve diğerleri, 2014, ss.360-369).

Kurumsal kurama göre insan davranışları kurumsal çevreden etkilenmektedir. Bu bağlamda, kurumsal kuram insanların ve kurumların kurumsal çevre içerisinde kural ve kanunlara uyum sağlayarak pozisyonlarını nasıl güvence altına alacağı ve meşruiyetini nasıl devam ettireceği ile ilgilenmektedir (Meyer ve Rowan, 1991, ss. 41-62). Kurumlar istikrarlı ve anlamlı sosyal davranışları olan bilişsel, normatif ve düzenleyici bir yapıya ve faaliyetlere sahiptir. Kurumsal işletmeler; ülkedeki yasal yapı, devlet organları, kanunlar, mahkemeler, meslekler, süreçler ve diğer sosyal ve kültürel normların etkisi altında ortaya çıkmaktadır. Tüm bu kurumsal faktörler aynı zamanda ekonomik davranışları, örgütsel davranışları ve girişimcilik – inovasyon davranışlarını anlamlı düzeyde etkilemektedir (Turro ve diğerleri, 2014, ss.360-369).

North (1996, 2005) yaptığı çalışmasında, ülkelerin ekonomik değişiminde ülkeye ait kurumsal yapının, yani ekonomik düzenin işleme için gerekli olan yasal düzenlemeyi yapan devlet organlarının, o ülkenin ekonomik yapısındaki büyüme ve değişimindeki rolünü değerlendirmiştir. Bu bağlamda North, yaygın bir anlayışa göre güçlü politik ve ekonomik girişimcilerin, ülkedeki kurumların yapısını ve işleyişini ayrıca ekonomik ve politik düzeni belirleyen resmi ve resmi olmayan tüm kuralları, yasaları ve inançları etkileme ve değiştirme şansına sahip olduğunu ifade etmektedir.

Ülkeler tarafından inovasyon faaliyetlerini desteklemek amacıyla kullanılan önemli destek araçları olarak; altyapı, yerel araçlar, kümeler ve oluşturulacak politikalar sıralanabilir. Bununla birlikte ülke altyapısında inovasyonu desteklemek için yapılacak başlıca faaliyetler ise; finansal destek programları, araştırma ve teknoloji geliştirme programları, eğitim ve yetiştirme programları (inovasyon, teknoloji geliştirme, teknoloji yönetimi ve girişimcilik), danışmanlık programları, fiziksel altyapı destek programları, bilgi hizmetleri/ağyapıları kurulması şeklinde sıralanabilir (Kılınç, 2011, s. 65).

Birçok ülkede ve ülke topluluklarında kalkınmaya yönelik girişimcilik ve inovasyonun desteklenmesi kapsamında çalışmalar yapılmaktadır. Bu bağlamda örnek vermek gerekirse; Avrupa Birliği (AB) tarafından hazırlanan Eylem Planı, daha fazla insanı işletme kurmaya teşvik etmeyi, girişimcilerin hedeflerini tam anlamıyla yerine getirmelerine yardımcı olmayı ve girişimcilerin iş ortamını geliştirmelerine-güçlendirmelerine yardımcı olmayı amaçlamaktadır. Girişimcilik faaliyetlerinin ilerletilmesi için AB Komisyonu, AB'deki mevcut girişimci dinamizmini artırmak için hazırlanan Yeşil Rapor'a katılanların belirlediği beş stratejik politika alanında hareket etmesini tavsiye etmektedir. Bunlar; 1) Girişimcilerin zihniyetini geliştirmek, 2) Girişimci olma yönünde daha fazla insanı teşvik etmek, 3) Girişimcileri büyüme ve rekabet yönünde donatmak, 4) Finans akışını iyileştirmek ve 5) Küçük ve Orta Boy İşletmeler (KOBİ) dostu bir mevzuat ve idari çerçeve oluşturmaktır (European Commission, 2004, s.6).

Bunun dışında özellikle G20 ülkeleri başta olmak üzere tüm ülkelerde girişimcilik ve inovasyonu desteklemek amacıyla destek programlarının oluşturulduğu görülmektedir. Devlet destekleri

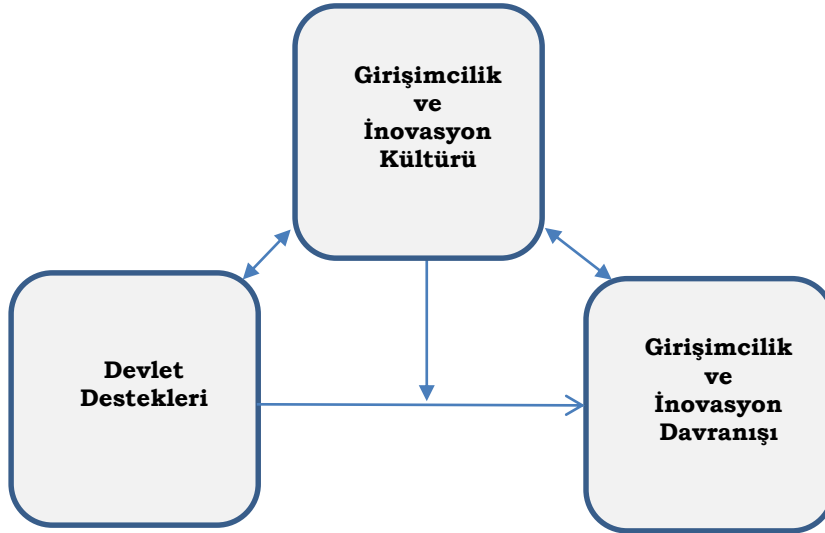
kapsamında her ülke özelinde desteklere örnek vermek mümkündür. Bu kapsamda, son yıllarda küresel rakiplerin yaptığı gibi Türkiye’de girişimcilik ve inovasyon bağlamında stratejik bir yaklaşım ile kurumsal olarak girişimcilik ve inovasyonu desteklemektedir. Ülkelerin ekonomik kalkınmasında etkiye sahip olan girişimcilik ve inovasyon faaliyetleri devlet kurumları tarafından çeşitli şekillerde desteklenmektedir. Bu kapsamda Türkiye’de; Kalkınma Bakanlığı, Kalkınma Ajansları, Ekonomi Bakanlığı, Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığı, Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı (KOSGEB), Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TÜBİTAK) ve diğer kurum - kuruluşlar (dernekler, vakıflar, vb.) vasıtasıyla işletmeler ve girişimciler teşvik edilmekte ve desteklenmektedir.

3. ARAŞTIRMA

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın; modeli, hipotezleri, amacı, sınırlılıkları, evreni, örnekleme, veri toplama araçları, metodu ve bulguları ele alınmaktadır.

3.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırmanın modeli ve bu modele bağlı olarak geliştirilen hipotezler aşağıda yer almaktadır.



Şekil 1: Araştırma Modeli

Araştırmanın hipotezleri ise şöyledir;

H₁: Devlet Destekleri ile Girişimcilik ve İnovasyon Davranışı arasında pozitif yönde bir ilişki vardır.

H₂: Devlet Desteklerinin Girişimcilik ve İnovasyon Davranışına dönüşmesinde Girişimcilik ve İnovasyon Kültürünün aracı rolü vardır.

H₃: Devlet Destekleri ile Girişimcilik ve İnovasyon Kültürü arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₄: Girişimcilik ve İnovasyon Davranışı ile Girişimcilik ve İnovasyon Kültürü arasında anlamlı bir ilişki vardır.

3.2. Araştırmanın Amacı ve Sınırlılıkları

Çalışmanın amacı; kalkınma stratejileri bağlamında, devlet desteklerinin girişimcilik ve inovasyon davranışı ile arasındaki ilişkinin tespit edilmesi ve devlet desteklerinin girişimcilik ve inovasyon davranışına dönüşmesinde girişimcilik ve inovasyon kültürünün rolünü tespit etmektir.

Sınırlılıklar; Araştırmada kültür değişkenini açıklamak için seçilen faktörler, Hofstede tarafından ortaya konulmuş olan kültür boyutlarına ve Huggins ve Thompson'ın çalışmasında yer verilen faktörlere dayanmaktadır. Bunun yanında araştırmada kullanılan GEM ve Dünya Bankası verilerinde bazı ülkelerin bazı yıllara ait verilerinin eksik olduğu ve bu nedenle o yıllar için analiz sırasında anlamlı olması için doğrusal trend modeli tahminleri ile eksik gözlemlere ilişkin öngörülerde bulunulmuştur. İlave olarak çalışma kapsamındaki ülkelere ait GEM verileri internet ortamında 2016 yılına kadar açık olarak verilmektedir. Ancak son 3 yıla ait veriler ülke temsilciliklerinden müsaade ile talep edilebilmektedir. Bu çalışmanın yayını öncesinde kapsam içerisinde yer alan ülkelerden son 3 yılın verileri tam olarak toparlanamadığı için çalışmanın analiz bölümlerinde internette açık olarak paylaşılan 2006 - 2016 yılları arası veriler kullanılmıştır.

3.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evreni Dünyanın tamamındaki ülkeler olarak seçilmiştir. Bunun yanı sıra girişimcilik - inovasyon konusunda çeşitli farklılıkları olmakla birlikte sahip olduğu özellikleri ile Dünya üzerinde önemli bir etkiye sahip olan G20 ülkeleri araştırmanın örneklemi olarak seçilmiştir. G20 ülkeleri; 19 ülke ve Avrupa Birliğinden oluşmaktadır. Avrupa Birliğine ait yeterli veriye ulaşamadığı için bu araştırmada sadece 19 ülkeye ait veriler kullanılmıştır. Araştırmada verileri kullanılan 19 ülke şöyledir; Almanya, Arjantin, Avusturalya, Brezilya, Kanada, Çin, Fransa, Hindistan, Endonezya, İtalya, Japonya, Meksika, Rusya Federasyonu, Suudi Arabistan, Güney Afrika, Güney Kore, Türkiye, İngiltere (Birleşik Krallık) ve Amerika Birleşik Devletleri. Toplu olarak bu ülkeler Dünyadaki tüm kıtaları temsil etmekte, Dünya nüfusunun %85'ini ve Dünya Gayri safi Yurtiçi Hasılanın %65'ini temsil etmektedir (www.mfa.gov.tr).

3.4. Veri toplama araçları

Araştırmada kullanılan veriler Küresel Girişimcilik İzleme Kuruluşu (Global Entrepreneurship Monitoring - GEM) ve Dünya Bankası (World Bank - WB) veri bankalarından alınmıştır. Yapılan araştırmada, değişkenlerin arasındaki ilişkileri tespit edebilmek ayrıca hata oranını düşürmek amacıyla, ilgili veri bankalarında var olan G20 ülkelere ait 2006 – 2016 yıllarını kapsayacak şekilde toplanan veriler ile boylamsal bir değerlendirme yapılmıştır.

3.5. Araştırmanın Metodu

Çalışma açıklayıcı araştırma amacına dayalı olarak nicel araştırma deseninde gerçekleştirilmektedir. Çalışmanın nicel bölümündeki yöntemi belirlemek amacıyla GEM verileri kullanılarak yapılan güncel çalışmalar (Örneğin: Kaasa, 2018; Sanchez, 2018; Fuentelsaz ve diğerleri, 2018; Olcina ve diğerleri, 2018; Rodrigues, 2018; Meyer ve Jongh, 2018; Linan, 2014; Alizadeh ve Barazandeh, 2018; Das ve Kundu, 2018; Soomro ve diğerleri, 2018; Felix ve diğerleri, 2018; Afzal ve diğerleri, 2018; Alvarez ve Urbano, 2018; Boudreaux ve diğerleri, 2018; Jeon ve Luley, 2018; Barakat ve diğerleri, 2018; Khlibyk, 2018) incelenmiştir.

Akademik yazında var olan benzer çalışmaların incelenmesi sonrasında, araştırmanın örneklemi içerisinde yer alan G20 ülkelerinden 19'una ait Küresel Girişimcilik İzleme Kuruluşu ve Dünya Bankası verileri geçerli ve güvenilir olarak kabul edilmiş ve çalışmaya dâhil edilmiştir. Bu bağlamda, toplanan veriler ile çok düzeyli analiz yöntemleri; betimsel istatistikler, korelasyon analizi ve tek boyutlu faktör analizinde SPSS 23 programı kullanılmıştır.

3.6. Araştırma Bulguları

Öncelikle araştırmaya konu olan üç değişkene ait değerleri tespit edebilmek amacıyla; her bir değişken için tespit edilen faktörler, oluşturulan denklemler yardımıyla toplanarak bir hesaplama

yapılmıştır. Buna göre girişimcilik ve inovasyon desteklerini (*GİSD*) içeren değişken (her bir ülke için 9 ayrı faktör ile incelenen) skoru Tablo 1’de verilmiştir. Bu hesaplama yöntemi denklem 1’de gösterilmektedir.

$$GİSD_i = \sum_{j=1}^n A_j = A_1 + A_2 + \dots + A_9 \quad (1)$$

Denklemde; i’ler ülkeleri ve j’ler de değişken sıra numarasını ifade etmektedir.

Tablo 1. Girişimcilik ve İnovasyon Destekleri (GİSD)

Gözlenen Değişken Adı	Kodu	Sınıflandırması
Girişimciler İçin Finansal Koşullar	A1	A Tipi Değişkenler
Devlet Desteği ve Politikalar	A2	(Girişimcilik ve İnovasyon
Vergiler ve Bürokrasi	A3	Destekleri)
Devlet Programları	A4	
Temel Eğitimde Girişimcilik Eğitim ve Öğretimi	A5	
Orta Eğitimde Girişimcilik Eğitim ve Öğretimi	A6	
Araştırma Geliştirme Transferi	A7	
Ticari ve Mesleki Altyapı	A8	
Fiziksel ve Hizmet Altyapısı	A9	

Benzer şekilde her bir ülkeye ilişkin Girişimcilik ve İnovasyon Kültürü Değişkeni ise 7 alt değişkenin birleşiminden elde edilmiş ve Tablo 2’de gösterilmiştir. Her bir ülke için *Girişimcilik ve İnovasyon Kültürü Değişkeni (GİK)* skoru yine bu kategoriye ait değişkenlerin toplamı ile elde edilmiştir. Bu hesaplama yöntemi denklem 2’de gösterilmektedir. Denklemde; i’ler ülkeleri ve j’ler de değişken sıra numarasını ifade etmektedir.

$$GİK_i = \sum_{j=1}^n B_j = B_1 + B_2 + \dots + B_7 \quad (2)$$

Tablo 2. Girişimcilik ve İnovasyon Kültürü (GİK)

Gözlenen Değişken Adı	Kodu	Sınıflandırması
Kültürel ve Sosyal Normlar	B1	B Tipi Değişkenler
Başarısızlık Korkusu Oranı	B2	(Girişimcilik ve İnovasyon
Motivasyon	B3	Kültürü)
Kadın/Erkek Girişimcilik Oranı	B4	
Kadın/Erkek Girişimcilik Fırsatı	B5	
Başarılı Girişimcilerin Yüksek Statü Algısı	B6	
Girişimciliğin İyi Bir Kariyer Olma Algısı	B7	

Çalışmada dikkate alınan bir diğer değişken ise Girişimcilik ve İnovasyon Davranışları olup 5 farklı faktörün toplamı ile ölçülmüştür. Bu değişkenler Tablo 3’te gösterilmektedir. Her bir ülke için hesaplanacak olan *Girişimcilik ve İnovasyon Davranışları (GİD)* skoru yine bu kategoriye ait değişkenlerin toplamı ile edilmiştir. Bu hesaplama yöntemi denklem 3’te gösterilmektedir. Denklemde; i’ler ülkeleri ve j’ler de değişken sıra numarasını ifade etmektedir.

$$GİK_i = \sum_{j=1}^n C_j = C_1 + C_2 + \dots + C_5 \quad (3)$$

Tablo 3. Girişimcilik ve İnovasyon Davranışları (GİD)

Gözlenen Değişken Adı	Kodu	Sınıflandırması
Girişimcilik Niyetleri	C1	C Tipi Değişkenler
Toplam Erken Aşama Girişimci Faaliyeti	C2	(Girişimcilik ve İnovasyon
Kurulmuş İşletme Sahipliği	C3	Davranışları)
Girişimci Çalışan Aktivitesi (İç Girişimci)	C4	
İnovasyon Oranı	C5	

Çalışmanın başlangıcında kullanılan verilere yönelik betimsel istatistikler hazırlanmıştır. Bu bağlamda değişkenlere ait betimsel istatistik, değişkenlerin korelasyonları ve ülkeler arası

korelasyonlar bu bölüm içerisinde verilmiştir. Buna göre elde edilen betimsel istatistikler Tablo 4'de verilmektedir.

Tablo 4. Betimsel İstatistikler

Değişken	Ortalama	Standart Sapma	En Küçük	En Büyük	Gözlem	
GİSD	Tümü	2427593	2,416178	19,1	31,47	N = 209
	Aralarında		2,229246	20,05	2918455	n = 19
	İçinde		1,052283	2000411	2882775	T = 11
GİK	Tümü	20767,4	2991,399	11378,76	27780,66	N = 209
	Aralarında		2689,214	14581,65	25843,01	n = 19
	İçinde		1436,761	14181,58	26500,45	T = 11
GİD	Tümü	29680,86	19015,86	3416,4	71003,62	N = 209
	Aralarında		19097,84	4706,694	56743,05	n = 19
	İçinde		3796102	12179,81	43941,42	T = 11

Çalışmada 19 ülke (n), 11 yıl (T) ve toplam 209 gözlem (N) bulunmaktadır. Değişkenler arasındaki korelasyonlar Tablo 5'de verilmiştir. Buna göre kurulan korelasyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin alternatif hipotezler %1 anlamlılık seviyesinde kabul edilmiştir. Burada elde edilen korelasyon katsayılarının anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 5. Değişkenler Arası Korelasyonlar

	G/İ Destekleri	G/İ Kültürü	G/İ Davranışları
Girişimcilik ve İnovasyon Destekleri	1	0,462**	0,682**
Girişimcilik ve İnovasyon Kültürü	0,462**	1	0,525**
Girişimcilik ve İnovasyon Davranışları	0,682**	0,525**	1

**Hesaplanan korelasyon katsayıları %1 anlamlılık düzeyinde anlamlı olduğunu sonucuna ulaşılmıştır.

Elde edilen sonuçlara göre Girişimcilik ve İnovasyon Davranışları ile Girişimcilik ve İnovasyon Destekleri arasındaki korelasyon katsayısı 0,682 olarak hesaplanmıştır. Bu da aralarında yüksek derecede pozitif yönlü ilişki olduğuna işaret etmektedir. Yani Girişimcilik ve İnovasyon Desteklerinde bir yükseliş meydana geldiğinde Girişimcilik ve İnovasyon Davranışlarında da yükselme meydana gelmektedir. Ters durumda da bu değişkenlerden biri azaldığında diğerinde de azalış meydana gelmektedir. Benzer şekilde Girişimcilik ve İnovasyon Kültürü değişkeni ile Girişimcilik ve İnovasyon Destekleri değişkeni arasındaki korelasyon katsayısı 0,462 olarak hesaplanmıştır. Değişkenlerin arasındaki ilişkinin pozitif olması değişkenlerin birlikte artış ya da azalış gösterdiğini ifade etmektedir. Bununla birlikte Girişimcilik ve İnovasyon Kültürü ile Girişimcilik ve İnovasyon Davranışları arasındaki korelasyon katsayısı 0,525 olarak hesaplanmış ve aralarında orta düzeyde bir ilişkinin olduğu görülmüştür (0,99-0,60 =yüksek, 0,59 – 0,30=orta, 0,29 – 0,01= düşük, 0=ilişkisiz) (Büyüköztürk, 2002).

Ülkelere göre korelasyon analizleri yapıldığında ise değişkenlerin birbiri ile olan ilişkisi Tablo 6, 7 ve 8'de görüldüğü gibi ortaya çıkmaktadır.

Tablo 6. Ülkeler Arası Girişimcilik İnovasyon Destekleri (GİSD) – Girişimcilik İnovasyon Kültürü (GİK) Korelasyonları

Ülkeler	Korelasyon Katsayıları
ABD	0,89
Rusya Federasyonu	0,84
Avusturalya	0,77
Arjantin	0,74
İtalya	0,59
İngiltere	0,58
Türkiye	0,44
Meksika	0,40
Çin	0,34
Güney Afrika	0,26
Güney Kore	0,25
Suudi Arabistan	0,19
Kanada	0,17
Japonya	0,07
Brezilya	0,05
Fransa	-0,23
Almanya	-0,29
Endonezya	-0,44
Hindistan	-0,50

Girişimcilik ve İnovasyon Destekleri ile Girişimcilik ve İnovasyon Kültürü arasındaki ilişkiler Tablo 6'da verilmiştir. Buna göre Girişimcilik ve İnovasyon Destekleri ile Girişimcilik ve İnovasyon Kültürü arasındaki en yüksek korelasyon katsayıları sırası ile ABD, Rusya Federasyonu, Avusturalya ve Arjantin'de gözlemlenmiştir. Bu ülkelerde ilgili değişkenler arasında yüksek derecede aynı yönde ilişki tespit edilmiştir. Buna karşın ters yönde ilişkinin en yüksek olduğu ülkeler Hindistan, Endonezya ve Almanya olarak tespit edilmiştir. Ayrıca Japonya ve Brezilya'da ise bu değişkenler arasında ilgili dönem aralığında bir ilişki tespit edilememiştir. Türkiye ise bu çalışmada 0,44 korelasyon katsayısı ile 7. sırada yer almaktadır. Burada test edilen ilişkinin olmadığına dair elde edilen olasılık değerleri 0,0000 olduğundan anlamlılık düzeyi olan 0,10'dan küçük olduğu için yokluk hipotezi reddedilmiştir. Böylece değişkenler (GİSD - GİK) arasında ilişkinin var olduğu sonucuna varılmıştır.

Tablo 7. Ülkeler Arası Girişimcilik İnovasyon Davranışı (GİD) – Girişimcilik İnovasyon Kültürü (GİK) Korelasyonları

Ülkeler	Korelasyon Katsayıları
ABD	0,34
İngiltere	0,32
Meksika	0,16
Güney Kore	0,10
Çin	0,05
Türkiye	0,05
Rusya Federasyonu	0,05
İtalya	0,02
Japonya	0,02
Güney Afrika	0,02
Suudi Arabistan	-0,08
Kanada	-0,10
Endonezya	-0,11
Hindistan	-0,13
Arjantin	-0,15
Avusturalya	-0,15
Fransa	-0,15
Almanya	-0,16
Brezilya	-0,16

Girişimcilik ve İnovasyon Davranışları ile Girişimcilik - İnovasyon Kültürü arasındaki ilişkiler Tablo 7’de verilmiştir. İstatistiksel olarak olasılık düzeyleri anlamlılık düzeyinden küçük olduğu için burada hesaplanan korelasyon değerleri anlamlıdır sonucuna ulaşılmış ve iki değişken arasında ilişki olduğuna dair hipotez kabul edilmiştir. Buna göre Girişimcilik ve İnovasyon Davranışları ile Kültürü arasındaki en yüksek korelasyon katsayıları sırası ile ABD, İngiltere, Meksika ve Güney Kore’de gözlemlenmiştir. Bu ülkelerde ilgili değişkenler arasında aynı yönde ilişkinin var olduğu tespit edilmiştir. Buna karşın ters yönde ilişkinin en yüksek olduğu ülkeler Brezilya, Almanya, Fransa, Avusturalya ve Arjantin olarak tespit edilmiştir. Ayrıca Japonya, Güney Afrika ve İtalya’da ise bu değişkenler arasında ilgili dönem aralığında anlamlı bir ilişki tespit edilememiştir. Türkiye ise bu çalışmada 0,05 korelasyon katsayısı ile 6. sırada yer almaktadır.

Tablo 8. Ülkeler Arası Girişimcilik İnovasyon Destekleri (GİSD) – Girişimcilik İnovasyon Davranışları (GİD) Korelasyonları

Ülkeler	Korelasyon Katsayıları
Japonya	0,53
ABD	0,48
Meksika	0,47
İtalya	0,43
Arjantin	0,32
Kuzey Kore	0,31
Fransa	0,28
Endonezya	0,20
Avusturalya	0,11
Çin	0,09
İngiltere	0,06
Kanada	-0,05
Almanya	-0,13
Brezilya	-0,22
Rusya Federasyonu	-0,30
Hindistan	-0,32
Güney Afrika	-0,37
Türkiye	-0,44
Suudi Arabistan	-0,95

Girişimcilik ve İnovasyon Davranışları ile Girişimcilik ve İnovasyon Destekleri arasında yapılan korelasyon analizi sonucunda tüm ülkelere ilişkin korelasyon katsayıları elde edilmiştir. Hesaplanan korelasyon katsayısına ilişkin olasılık değeri olan 0,000 değeri anlamlılık düzeyi olan 0,10’dan küçük olduğu için yokluk hipotezi reddedilmiştir. Buna göre hesaplanan korelasyon katsayıları istatistiksel olarak anlamlı bulunmuş ve iki değişken arasında anlamlı bir ilişkinin var olduğu görülmüştür. Tablo 8’e bakıldığında, iki değişken arasında yapılan korelasyon analizi sonuçlarına göre aynı yönde en yüksek ilişkiler Japonya, ABD ve Meksika iken en yüksek ters yönde ilişkiler ise Suudi Arabistan, Türkiye ve Güney Afrika’da elde edilmiştir. Burada ters yöndeki ilişkilerden yapılabilecek çıkarım, bu ülkelerde devlet desteklerinin girişimcilik ve inovasyon davranışına dönüşmediği yönündedir. Bu bulgu kapsamında her ülke özelinde bu sonucun nedeninin derinlemesine araştırılmasının uygun olacağı düşünülebilir.

Araştırmanın bu bölümünde betimsel istatistiklere devam edilmiş bu kapsam içerisinde trend modeli ve grafikleri hazırlanmıştır. Çalışmaya katılan ülkelerin her bir değişken grubundaki verilerinin zaman içerisinde izlediği eğilimi tespit etmek için her ülke açısından trend modeli tahmin edilerek grafiklere eklenmiştir. Bu amaçla kurulan trend modeli tahmin denklemi, denklem 4’de verilmektedir.

$$Y_t = \beta_0 + \beta_1 t + u_t \quad (4)$$

Denklem 4'de verilen β parametreleri sırası ile kesişim ve eğim parametrelerini, t zamanı, u ise hata terimini ifade etmektedir. Burada toplam 19 ülke ve 3 değişken için toplam 57 regresyon modeli tahmin edilmiş ve ülkelere ait olan grafiklerin analizi neticesinde Tablo 9 elde edilmiştir.

Tablo 9. Ünelere Göre Değişkenlerin Eğilimleri

Üneler	G/İ Destekleri	G/İ Kültürü	G/İ Davranışları
ABD	Sabit	Artış	Artış
Almanya	Azalış	Artış	Artış
Arjantin	Sabit	Azalış	Artış
Avustralya	Sabit	Artış	Artış
Brezilya	Azalış	Artış	Artış
Endonezya	Sabit	Sabit	Artış
Fransa	Artış	Azalış	Sabit
Hindistan	Sabit	Azalış	Artış
Çin	Sabit	Artış	Sabit
İngiltere	Azalış	Sabit	Azalış
İtalya	Azalış	Artış	Azalış
Japonya	Artış	Artış	Artış
Kanada	Artış	Artış	Artış
Güney Afrika	Sabit	Artış	Artış
Güney Kore	Sabit	Sabit	Sabit
Meksika	Sabit	Sabit	Sabit
Rusya Fed.	Azalış	Artış	Artış
Sudi Arabistan	Sabit	Azalış	Artış
Türkiye	Artış	Artış	Artış

Tablo 9'da üç ana başlık altında kullanılan değişkenlerin her birinin alt bileşenleri grafikler ile değerlendirilmiştir. Bu ülkelere ilişkin değişkenlerin zaman içerisinde gösterdikleri eğilimin incelenmesi amacıyla basit eğilim (trend) modelleri kurularak aradaki zamanla olan ilişkileri tespit edilmiştir. Tahmin edilen regresyonda eğilim parametresi pozitif olduğunda artış, negatif olduğunda azalış ve sıfıra yakın olduğunda ise sabit olduğu kabul edilmiştir. Ancak görülmektedir ki değişkenlerin ülkeler bazındaki değişimleri sistematik bir yapıda değildir.

3.7. Faktör Yük Analizleri Sonuçları ve Bulguları

Bağımlı değişkeni açıklama gücü en fazla olan girişimcilik ve inovasyon destekleri değişkeninin bileşenlerinden hangisinin katkısının daha fazla olduğunu tespit edebilmek için bu değişken ile tek boyutluluk faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Faktör yük değerleri, maddelerin faktörlerle olan ilişkisini açıklayan bir katsayıdır. Maddelerin yer aldıkları faktördeki yük değerlerinin yüksek olması beklenir. Bir faktörle yüksek düzeyde ilişki veren maddelerin oluşturduğu bir küme var ise bu bulgu, o maddelerin birlikte bir kavramı, yapıyı, faktörü ölçtüğü anlamına gelir. Örneğin bir değişkenin 0,3'lük faktör yükü, faktör tarafından açıklanan varyansın %9 olduğunu gösterir (Büyükoztürk, 2002).

Burada ifade edilen varyans dikkate çekicidir ve genel olarak, işaretine bakılmaksızın 0,60 ve üstü yük değeri yüksek; 0,30-0,59 arası yük değeri orta düzeyde büyüklükler olarak tanımlanabilir ve bunun altındaki değerler değişken çıkartmada dikkate alınır. Faktör yük değerleri, bir korelasyon değeri olarak istatistiksel anlamlılık bakımından da incelenebilir. Ancak, düşük korelasyon miktarlarının da, örneklem arttıkça anlamlı çıkma olasılığının artacağı unutulmamalıdır (Büyükoztürk, 2002). Girişimcilik ve inovasyon destekleri kapsamında yapılan faktör yük analizinin sonuçları Tablo 10'da verilmektedir.

Tablo 10. GİSD Faktör Analizi Sonuçları

Bileşen Adı	Faktör Yüğü
Vergiler ve Bürokrasi	0,836
Araştırma Geliştirme Transferi	0,833
Devlet Programları	0,779
Fiziksel ve Hizmet Alt Yapısı	0,771
Devlet Desteği ve Politikalar	0,667
Girişimciler İçin Finansal Koşullar	0,654
Temel Eğitimde Girişimcilik Eğitim ve Öğretimi	0,585
Ticari ve Mesleki Alt Yapı	0,584
Orta Eğitimde Girişimcilik Eğitim ve Öğretimi	0,516

Tablo 10'dan elde edilen sonuçlara göre faktör yükü en yüksek olan bileşeni Vergiler ve Bürokrasi (0,836) olarak tespit edilmiştir. Vergiler ve bürokrasi bileşeninin rakamsal değerlerinin büyümesi o ekonomide girişimcilik ve inovasyon kapsamında bürokrasinin ve vergi yükünün azaldığını ifade etmektedir. Buradan hareketle açıklanan varyanslar hesaplanmış ve Tablo 11'de verilmiştir.

Tablo 21. GİSD Bileşenlerin Açıklanan Varyans Oranları

Bileşen Adı	Açıklanan Varyans	Açıklama Gücü
Vergiler ve Bürokrasi	0,70	Yüksek
Araştırma Geliştirme Transferi	0,69	
Devlet Programları	0,61	
Fiziksel ve Hizmet Alt Yapısı	0,60	
Devlet Desteği ve Politikalar	0,44	Orta
Girişimciler İçin Finansal Koşullar	0,43	
Temel Eğitimde Girişimcilik Eğitim ve Öğretimi	0,34	
Ticari ve Mesleki Alt Yapı	0,34	
Orta Eğitimde Girişimcilik Eğitim ve Öğretimi	0,27	Düşük

Faktör analizinden elde edilen değerlerin kareleri açıklanan varyans oranını ifade etmektedir. Tablo 11'e göre açıklanan varyans oranlarına göre açıklama gücü yüksek olan bileşenler sırası ile Vergiler ve Bürokrasi, Araştırma Geliştirme Transferi, Devlet Programları ve Fiziksel ve Hizmet Alt Yapısı olarak bulunmuştur. Devlet Desteği ve Politikalar, Girişimciler için Finansal Koşullar, Temel Eğitimde Girişimcilik Eğitim ve Öğretimi, Ticari ve Mesleki Altyapı bileşenleri ise orta derecede açıklama gücüne sahipken Orta Eğitimde Girişimcilik Eğitim ve Öğretimi bileşeninin ise açıklama gücü düşük olarak tespit edilmiştir. Bu analizde dikkati en çok çeken, değişken gruplarından eğitime ilişkin katsayı oranlarının düşük olarak tespit edilmiş olumasıdır.

Girişimcilik ve inovasyon kültürü kapsamında yapılan faktör yük analizinin sonuçları ise Tablo 12'de verilmektedir.

Tablo 12. GİK Faktör Analizi Sonuçları

Bileşen Adı	Faktör Yüğü
Kadın/Erkek Girişimcilik Fırsatı	0,893
Kadın/Erkek Girişimcilik Oranı	0,776
Başarılı Girişimcilerin Yüksek Statü Algısı	0,745
Başarısızlık Korkusu Oranı	0,573
Motivasyon	0,501
Kültürel ve Sosyal Normlar	0,416
Girişimciliğin İyi Bir Kariyer Olma Algısı	0,121

Tablo 12’de görüldüğü üzere faktör yükü en yüksek olan bileşenler kültür içerisinde Kadın – Erkek eşitliği temelinde çalışmaya dahil edilmiş olan faktörlerdir. Bu bileşenin rakamsal değerlerinin büyümesi, bir ekonomide girişimcilik ve inovasyon kapsamında cinsiyet ayrımının az olduğunu ifade etmektedir. Buradan hareketle açıklanan varyanslar hesaplanmış ve Tablo 13’de verilmiştir.

Tablo 13. GİK Bileşenlerin Açıklanan Varyans Oranları

Bileşen Adı	Açıklanan Varyans	Açıklama Gücü
Kadın/Erkek Girişimcilik Fırsatı	0,80	Yüksek
Kadın/Erkek Girişimcilik Oranı	0,60	
Başarılı Girişimcilerin Yüksek Statü Algısı	0,56	Orta
Başarısızlık Korkusu Oranı	0,33	
Motivasyon	0,25	Düşük
Kültürel ve Sosyal Normlar	0,17	
Girişimciliğin İyi Bir Kariyer Olma Algısı	0,01	

Tablo 13’e göre açıklanan varyans oranlarına göre açıklama gücü yüksek olan bileşenler sırası ile Kadın/Erkek Girişimcilik Fırsatı ve Oranı olarak bulunmuştur. Başarılı Girişimcilerin Yüksek Statü Algısı ve Başarısızlık Korkusu Oranı ise orta derecede açıklama gücüne sahipken Motivasyon, Kültürel ve Sosyal Normlar ve Girişimciliğin İyi Bir Kariyer Olma Algısı bileşenlerinin ise açıklama gücünün düşük olduğu tespit edilmiştir.

4. SONUÇ

Gerçekleştirilen araştırma ile G20 Ülkelerinde girişimcilik ve inovasyon kapsamında devlet destekleri, kültür ve davranış arasındaki ilişkiler ve bu değişkenlerin birbirlerini açıklama düzeyleri incelenmiştir. Nitel olarak ifade edilen değişkenlerin nicel olarak ölçümleri veriler üzerinde yapılması gereken düzenlemeleri zorunlu kılmıştır. Her bir değişkenin ölçüm yöntemi, büyüklükleri, en küçük ve en büyük değerleri arasında büyük farklılıklar gözlenmiştir. Buradan hareketle standart sapmalarının büyük olduğu tespit edilmiştir. Çalışmada yapılan analizlerde etkinliğin ve minimum varyansın sağlanabilmesi için verilerin standartlaştırılarak analizlerin yapılmasına karar verilmiştir. Nitel değişkenlerin nicelik olarak ifade edilmeleri neticesinde katsayıların rakamsal olarak yorumlanmasının uygun olmaması nedeniyle elde edilen tahminlere ilişkin standartlaştırılan verilerin rakamsal büyüklükleri sıralanarak yorumlanmaya çalışılmıştır.

Yapılan analizler incelendiğinde elde edilen bulgulara göre, Devlet Destekleri ile Girişimcilik ve İnovasyon Davranışı arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişkinin olduğu tespit edilmiş ve kurulan hipotez 1 (H1) kabul edilmiştir. Ükelere göre yapılan korelasyon analizi kapsamında, Devlet Desteklerinin Girişimcilik ve İnovasyon Davranışına dönüşmesinde Girişimcilik ve İnovasyon Kültürünün aracı bir rolünün olduğu görülmüş ve hipotez 2 (H2) kabul edilmiştir. Bununla birlikte Devlet Destekleri ile Girişimcilik ve İnovasyon Kültürü arasında anlamlı bir ilişki bulunmuş ve hipotez 3 (H3) de kabul edilmiştir. Son olarak Yapılan analizlere göre, Girişimcilik ve İnovasyon Davranışı ile Girişimcilik ve İnovasyon Kültürü arasında anlamlı bir ilişki bulunmuş ve hipotez 4 (H4) de kabul edilmiştir.

Önceki araştırmalardan ve güncel uygulamalardan faydalanılarak seçilmiş olan üç değişkenin birbiri ile olan ilişkisini tespit etmeye yönelik olarak bu çalışmada yapılan analizlerde bulunan bulguların ve sonuçların daha öncekilerle uyumlu olduğu görülmektedir. Diğer bir deyişle çalışmanın teori ve uygulama bölümü arasında belirgin bir uyumluluk söz konusudur. Bu bağlamda bulguların sonuçları şu şekilde değerlendirilebilir.

Girişimcilik – inovasyon destekleri ile girişimcilik ve inovasyon davranışı arasındaki ilişki kapsamında tespit edilmiş olan bulgular şöyle özetlenebilir. Desteklere ait faktörlerden davranışa en çok etki edenleri; vergiler ve bürokrasi, ARGE destekleri, devlet programları ile fiziksel ve hizmet alt yapısıdır. Diğer bir deyişle devlet girişimciliğe yönelik vergilerde özel bir uygulama yapıyor ve/veya bunun yanında işletme açma ve kapatma sırasında bürokratik işlemleri kolaylaştırıyor ise girişimcilik davranışında bir artış söz konusu olacaktır. Bunun dışında eğer devlet inovasyonu desteklemek için ARGE merkezlerini kuruyor ve inovatif yaklaşımı bu merkezler yardımı ile destekliyorsa ülkede inovasyon davranışında da bir artış söz konusu olur. Ayrıca girişimciler işletme kurarken devletin fiziksel ve hizmet alt yapısını kurduğu – desteklediği bölgeleri tercih etmektedir. Bunun yanında devlet tarafından hazırlanmış bir ekonomik program var ise girişimciler o alana yönelik işletme kurmayı daha çok tercih etmektedir.

Bu faktörlerin etkisinin yüksek olması normal ve kabul edilebilir bir sonuçtur. Ancak çalışma sonucunda girişimcilik ve inovasyon konularında verilen temel ve orta eğitimin, davranışın ortaya çıkmasında az miktarda bir etkinliği olduğu görülmüştür. Bu durum eğitimin güdüleme yolu ile bireylerin davranışlarında yönlendirme yaptığı gerçeğine dayalı olarak; eğitim faktörünün girişimcilik ve inovasyon davranışına yaptığı etkinin düşük seviyede çıkması dikkat çekici bir sonuç olarak değerlendirilebilir. Bunun nedeni ise bu çalışmada girişimcilik ve inovasyon davranışları değişkenine ait değeri bulabilmek için seçilmiş olan faktörlere ait değerlerin toplamının kullanılmış olmasıdır. Bu bağlamda eğitim ile ilgili bulgunun seviyesi düşük tespit edilmiştir. Ancak inovasyon faktörü tek başına değerlendirmeye alındığında, eğitimin inovasyon ile yüksek düzeyde bir ilişkisi olduğu görülmektedir. Bunun dışında analizler ile ortaya konulmuş olan devlet desteklerine ait olan faktör yükü sıralamasının, politika yapıcılar için değerlendirmeye alınması gereken bir sonuç olduğu düşünülmektedir.

Araştırmada yapılan diğer analizlere göre konu kapsamında değerlendirmeye alınan girişimcilik – inovasyon desteklerinin girişimcilik - inovasyon kültürü ile ilişkisi vardır. Bu bağlamda girişimcilik ve inovasyon kültürünün, devlet tarafından girişimcilik ve inovasyon davranışını destekleyecek adımları atması yönünde bir etki yarattığını söylemek mümkündür. Diğer taraftan yapılan desteklerin ve uygulanan stratejilerin de kültür üzerinde bir etki yarattığı gerçektir. Dolayısıyla girişimcilik inovasyon davranışını etkileyen kültür ile ülke desteklerinin uyumlu bir yapıda olabilmesi için bir denge ve takip yapısının oluşmasına ihtiyaç vardır. Olumlu yönde girişimcilik ve inovasyon davranışlarının ortaya çıkabilmesi için, diğer bir deyişle yapılan ülke desteklerinin davranışa dönüşebilmesi için kültür ile koordineli, dengeli ve uyumlu uygulamaların yapılması gerekir. Aksi durumda Kanada, Almanya, Brezilya, Rusya Federasyonu, Hindistan, Güney Afrika, Türkiye ve Suudi Arabistan'da görüldüğü gibi devlet destekleri, davranışa dönüşmemektedir. Başka bir deyişle girişimcilik – inovasyon kültürü ile devlet destekleri arasında iki yönlü bir etki olması nedeniyle iki değişken arasındaki uyum takip edilmelidir. Bu uyumlu takip edecek birimin dikkat etmesi gereken önemli hususlardan birisi ise özellikle farklı kültür özelliklerine sahip olan göçmenlerin yaşadığı ülkelerde, farklılıkların yönetilmesine yönelik hususları dikkate almaları ve farklı kültür özelliğine sahip birey veya gruplara sağlanan girişimcilik ve inovasyon desteklerinin davranışa dönüşmesine yönelik takibin yapılması olabilir. Bu bağlamda davranışı ortaya çıkarabilmek için kültürel normların ve ülke desteklerinin uygun şekilde geliştirilmesi gerekmektedir.

Çalışma kapsamında diğer bir değişken olan girişimcilik ve inovasyon kültürü ile ilgili faktörlere bakıldığında ise daha önce yapılmış araştırmalara da dayalı olarak bu faktörlerden hangilerinin girişimcilik – inovasyon davranışını hangi düzeyde etkilediği açıklanmaya çalışılmıştır. Bu bağlamda davranışı en fazla etkileyen faktörlerin hangileri olduğu araştırılmıştır. Bu araştırma

sonucunda yazında Hoffstede tarafından kültürün boyutları içerisinde ifade edilen erillik ve dişilik bunun yanında belirsizlikten kaçınma faktörleri kapsamı içerisinde değerlendirmeye alınan kadın/erkek girişimcilik fırsatı ve oranı ile başarısızlık korkusu ve statü algısı faktörlerinin yüksek çıktığı görülmektedir. Diğer bir deyişle bir ülkede kadınlara yönelik geliştirilecek; kültürel destek, eşitlik, pozitif ayrımcılık vb., olumlu kültürel değer ve normların girişimcilik ve inovasyon davranışlarını artırdığı söylenebilir. Bunun yanında teorik bölümlerde de var olduğu şekliyle bireylerin girişimcilik ve inovasyon davranışını gösterebilmesi için, kültürde başarısızlık korkusunu ortadan kaldıran değerlerin ve normların geliştirilmesi ayrıca girişimcilik ve inovasyon davranışlarının yüksek bir statü ve övünülecek bir kültürel değer olduğu hususunda yönlendirilmesi gerekmektedir. Burada dikkat çeken bir husus ise girişimcilik davranışının ortaya çıkmasında, bu davranışın bir kariyer olarak önceden planlanmadığı aksine davranışın koşullara göre ortaya çıktığı görülmektedir. Aslında bu sonuç daha önce eğitimin, davranış üzerindeki düşük etkisini de bir ölçüde açıklamaktadır. Çünkü bireyler kariyerlerini eğitim ile ilişkili seçerken, girişimcilik davranışının eğitimden ve kariyer planlamasından bağımsız (veya düşük düzeyde bağımlı) olarak ortaya çıktığı görülmektedir.

Bununla birlikte daha ileri düzeyde araştırma yapacak bilim insanlarına; bu çalışmaya benzer özellikteki çalışmalarda; girişimcilik ve İnovasyon davranışını temel alan ulusal uygulamalara dayanan sorulara (ulusal desteklerden hangileri daha etkilidir? Devlet desteklerinin ne kadarı davranışa dönüşmüştür? vb.) cevap verebilecek araştırmalar yapmaları, işletmelerde yer alan iç girişimcilik ve inovasyon uygulamalarının örgüt kültürü ile ilişkisine yönelik araştırmalar yapmaları önerilir.

Bu araştırmanın bulgularına bağlı olarak ulusal sistem içerisinde yer alan işletmelere; girişimcilik ve inovasyon uygulamalarında kadınlara pozitif ayrımcılık yapması bunun yanında bireylere işletme kurarken veya mevcut işletmede değişikliğe giderken özellikle vergi ve bürokrasi politikalarını takip etmeleri, bununla birlikte ülke destekleri konusunda hizmet alt yapısı kurulmuş olan bölgelerin tercih edilerek inovasyon kapsamında kurulan ARGE merkezlerinden faydalanmaları önerilebilir.

Ülkelerde girişimcilik inovasyon davranışını etkileyen kültür ile ülke desteklerinin uyumlu bir yapıda olabilmesi için bir denge ve takip yapısının oluşmasına ihtiyaç vardır. Bu bağlamda politika üreten kurum ve kuruluşların; olumlu yönde girişimcilik ve inovasyon davranışlarının ortaya çıkabilmesi için; (yapılan ülke desteklerinin davranışa dönüşebilmesi için) kültür ile koordineli, dengeli ve uyumlu uygulamaların yapılabilmesi için, uyumluluğu ve süreci takip eden bir organı kurmalarının uygun olacağı düşünülmektedir. Yani politikaları belirleyen kurumlara girişimcilik ve inovasyon kültürünü destekleyen bunun yanında finansal ve alt yapı destekleri ile kültürün uyumluluğunu takip eden bir kuruluşu kurmaları önerilir.

KAYNAKÇA

Acs, Z. J., Autio, E., ve Szerb, L. (2014). National systems of entrepreneurship: measurement issues and policy implications. *Research Policy*, 43(3), 476–449. doi: 10.1016/j.respol.2013.08.016

Afzal, M.N., Mansur, K., ve Manni, U.H. (2018). Entrepreneurial capability (EC) environment in ASEAN-05 emerging economies. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*. 12(2), 206-221. doi:10.1108/APJIE-01-2018-0002

Aldrich, H.E. (1999). *Organization evolving*. London: Sage Publications. Erişim adresi: <https://books.google.com.tr/>

-
- Alizadeh, M., ve Barazandeh, M. (2018). Investigating the Influence of social network on entrepreneurial performance: does knowledge economy matter?. *4th International Conference on Entrepreneurship ICE 2018*, Tehran. Erişim adresi: <https://www.researchgate.net/>
- Alvarez, C., ve Urbano, D. (2011). Environmental factors and entrepreneurial activity in latin america. *Academia Revista Latinoamericana de Administracion* 48, 31-45. Erişim adresi: <https://ssrn.com/abstract=1974138>
- Amit, R., Glosten, L., ve Muller, E. (1993) Challenges to theory development in entrepreneurship research. *Journal of Management Studies*, 30(5), 815-834. doi: 10.1111/j.1467-6486.1993.tb00327.x
- Andersson, M. (2013). Start-up rates, entrepreneurship culture and the business cycle. *Centre for Innovation, Research and Competence in the Learning Economy Lund University*, Paper no. 2013/01. Erişim adresi: http://wp.circle.lu.se/upload/CIRCLE/workingpapers/201301_Andersson.pdf
- Antoncic J.A., ve Antoncic B. (2011). Employee satisfaction, intrapreneurship and firm growth: a model. *Industrial Management & Data Systems* 111(4) 589-607. doi: 10.1108/02635571111133560
- Audretsch, D. B. ve Belitski, M. (2017). Entrepreneurial ecosystems in cities – establishing the framework conditions. *The Journal of Technology Transfer*, 42 (5), 1030-1051. doi: 10.1007/s10961-016-9473-8
- Aydoğan, E. ve Zemestani, G. (2014). Erillik/dişilik (Hofstede) bağlamında iran ile türkiye'nin yönetim kültürlerinin karşılaştırılması. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi*, 49 (2), 50-71. Erişim adresi: <http://www.makalesistemi.com/>
- Baltagi, B., Matyas, L., ve Sevestre, P. (2008). The econometrics of panel data. *New York: Springer*.
- Barakat, H., Hill, S., ve Akhrass, E. (2018). Women and entrepreneurship in the contemporary middle east. *International Applied Research Symposium The Transforming Power of the Entrepreneurship and Innovation Ecosystem: Lessons Learned*, Cleveland 20-29. Erişim adresi: <file:///C:/Users/User/Downloads/2880-Article%20Text-13586-1-10-0180802.pdf>
- Begley T.M., Tan W., ve Schoch H. (2005). Politico-economic factors associated with interest in starting a business: a multi-country study. *Entrepreneurship Theory and Practice* 29 (1) 35-55. doi: 10.1111/j.1540-6520.2005.00068.x
- Blanchflower, D.G., ve Oswald, A.J. (1998). What makes an entrepreneur?. *Journal of Labor Economics* 16 (1) 26-60. doi: 10.1086/209881
- Boudreaux, C.J., Nikolaev, B.N., ve Klein, P. (2018). Socio-cognitive traits and entrepreneurship: the moderating role of economic institutions. *Journal of Business Venturing*, 34 (1), 1-46. doi: 10.1016/j.jbusvent.2018.08.003
- Boylu, Y. ve Sökmen, A. (2006). Konaklama işletmelerinde örgüt kültürünün tespit edilmesi: ankara ilinde faaliyet gösteren beş yıldızlı otel işletmeleri üzerine bir uygulama. *Muğla Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi (İLKE)*, 17. Erişim adresi: <https://dergipark.org.tr/en/pub/musbed/issue/23522/250617>
- Brumann, C. (1999). Writing for culture. *Current Anthropology*, 40, 1-28. doi: 10.1086/200058
-

-
- Bruton, G.D., Ahlstrom, D., ve Li, H.L. (2010). Institutional theory and entrepreneurship: where are we now and where do we need to move in the future?. *Entrepreneurship Theory Practice*, 34 (3), 421–440. doi: 10.1111/j.1540-6520.2010.00390.x
- Büyüköztürk, Ş. (2002). Sosyal bilimler için veri ve analizi el kitabı: istatistik, araştırma deseni, SPSS uygulamaları ve yorum. Pegem A Yayıncılık.
- Camelo, O.C., Fernández, A.M., ve Ruiz, N.J. (2012). The intrapreneur and innovation in creative firms. *International Small Business Journal*, 30 (5) 513–535. doi: 10.1177/0266242610385396
- Cetorelli, N., ve Strahan, P.E. (2006). Finance as a barrier to entry: bank competition and industry structure in local u.s. markets. *Journal of Finance*, 61 (1) 437–461. doi: 10.1111/j.1540-6261.2006.00841.x
- Covin, J.G., ve Slevin, D.P. (1991). A Conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship Theory Practice*. 16 (1) 7–25. doi: 10.1177/104225879101600102
- Das, S. ve Kundu, A. (2018). Individual and business environment: how effective interaction affects sme development. *International Journal of Engineering and Management Research*, 8 (4), 101-113. doi: 10.31033/ijemr.8.4.13
- Drucker, P. F. (1994). *Kapitalist ötesi toplum*. (Çev.: Belkıs Çorakçı), İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Dünya Bankası (The World Bank) (2018). Erişim adresi: <https://www.worldbank.org>
- European Communities Commission. (2004). Action plan: The European agenda on entrepreneurship. *Announcement of the Commission to the Council, the European Parliament, the European Economic and Social Committee and the Committee of the Regions, Brussels*. Erişim adresi: <https://eur-lex.europa.eu/>
- European Commission, (2006). Entrepreneurship education in europe: fostering entrepreneurial mindsets through education and learning. *Oslo: Commission of the European Communities*. Erişim adresi: <https://ec.europa.eu/>
- Evans, D.S., ve Leighton, L.S. (1989). Some empirical aspects of entrepreneurship. *The American Economic Review* 79 (3) 519–535. doi: 10.1007/978-94-015-7854-7_6
- Evans D.S., ve Jovanovic B. (1989). An estimated model of entrepreneurial choice under liquidity constraints. *Journal of Political Economy* 97 (4) 808–827. doi: 10.1086/261629
- Felix, C., Aparicio, S., ve Urbano, D. (2018). Leadership as a driver of entrepreneurship: an international exploratory study. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, doi:10.1108/JSBED-03-2018-0106
- Fuentelsaz, L., González, C., ve Maicas, J.P. (2018). Formal institutions and opportunity entrepreneurship. the contingent role of informal institutions. *BRQ Business Research Quarterly*, 22(1), 5-24. doi:10.1016/j.brq.2018.06.002
- Gatiyatullin, M. K. ve Nigmatov, Z.G. (2014). Formation of entrepreneurship culture with technical university students. *Middle-East Journal of Scientific Research*, 19(4), 544-548. doi: 10.5829/idosi.mejsr.2014.19.4.21004
- GEM Consortium (2018). Erişim adresi: <https://www.gemconsortium.org>
-

-
- Gnyawali, D.R., ve Fogel, D.S. (1994). Environments for entrepreneurship development: key dimensions and research implications. *Entrepreneurship Theory Practice* 18 (4), 43–62. doi: 10.1177/104225879401800403
- Gül, Z. (2012). Türkiye’deki iş adamı örgütlerinin üye girişimcilere sağladığı katkıların girişimcilik ve inovasyon performansları üzerindeki etkileri. *Doktora Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş*
- Hayton, J. C. ve Cacciotti, G. (2014). Is there an entrepreneurial culture? A Review of Empirical Research. *ERC Research Paper* No.16. Erişim adresi: <https://www.enterpriseresearch.ac.uk/wp-content/uploads/2014/02/RP-16-Hayton-Full-Paper.pdf>
- Hekkert, M.P., Suurs, R.A.A., Negro, S.O., Kuhlmann, S., ve Smits, R.E.H.M. (2007). Functions of innovation systems: a new approach for analyzing technological change. *Technological Forecasting Social Change*, 74 (4) 413–432. doi: 10.1016/j.techfore.2006.03.002
- Hofstede, G. (1980). Culture's consequences: international differences in work-related values. (Vol. 5). *sage*. Erişim adresi: <https://books.google.com.tr/>
- Hofstede, G. (2001). Culture's consequences: comparing values, behaviors, institutions and organizations across nations. *Sage publications*. Erişim adresi: <https://books.google.com.tr/>
- Hofstede, G., Hofstede, G. J., ve Minkov, V. (2010). Cultures and organizations: software of the mind; intercultural cooperation and its importance for survival. *Revised and Expanded Third Edition, Newyork: McGraw-Hill*. Erişim adresi: <https://e-edu.nbu.bg/>
- Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing cultures: the hofstede model in context. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2 (1), 1-26. doi: 10.9707/2307-0919.1014
- Huggins, R. ve Thompson, P. (2014). Culture, entrepreneurship and uneven development: a spatial analysis. *An International Journal*, 26 (9-10), 726-752. doi: 10.1080/08985626.2014.985740
- Huggins, R. ve Thompson, P. (2015). Culture and place-based development: a socio-economic analysis. *A Socio-Economic Analysis, Regional Studies*, 49 (1), 130-159. doi: 10.1080/00343404.2014.889817
- Jeon, S. ve Luley, C.Y. (2018). What influences entrepreneurial intentions? an empirical study using data from the global entrepreneurship monitor. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 24 (3), 1-15. Erişim adresi: <https://www.abacademies.org/articles/what-influences-entrepreneurial-intentions-an-1528-2686-24-3-154.pdf>
- Khlibyk, A. (2018). Determinants of female entrepreneurship: evidence from gem data. *Master Thesis, St. Petersburg State University Graduate School of Management Master in Management Program, St. Petersburg*. Erişim adresi: https://dspace.spbu.ru/bitstream/11701/12250/1/Master_Thesis_Khlibyk_A.pdf
- Kılıç, R., Keklik, B., ve Çalış, N. (2012). Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri üzerine bir araştırma: bandırma iibf işletme bölümü örneği. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 17 (2), 423-435. Erişim adresi: <https://www.researchgate.net/>
-

-
- Kılınç, E. C. (2011). İnovasyon ve ulusal kalkınma: ab ülkeleri ve türkiye üzerine bir inceleme. *Yüksek Lisans Tezi, Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Karaman*. Erişim adresi: <https://earsiv.kmu.edu.tr/>
- Kibler E., Kautonen T., ve Fink, M. (2014). Regional social legitimacy of entrepreneurship: Implications for entrepreneurial intention and start-up behaviour. *Regional Studies*, 48(6), 995-1015. doi: 10.1080/00343404.2013.851373
- Kurz, H. D. (2008). Innovations and profits schumpeter and the classical heritage. *Journal of Economic Behavior & Organization*, 67 (1), 263-278. doi: 10.1016/j.jebo.2007.08.003
- Linan, F. (2014). National culture, entrepreneurship and economic development: different patterns across the European Union. *Small Business Economics*, 42 (4), 685-701. doi: 10.1007/s11187-013-9520-x
- Low, S. A. (2009). Defining and measuring entrepreneurship for regional research: a new approach. *Doctoral Dissertation, Agricultural and Consumer Economics in the Graduate College of The University of Illinois, Urbana, Illinois*. Erişim adresi: https://www.ideals.illinois.edu/bitstream/handle/2142/14269/Low_Sarah.pdf?sequence=2
- Mazgal, S. (2013). Girişimciliğin bir kariyer olarak tercih edilmesinde dışsal faktörlerin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Sakarya*.
- Mead, M. (2003). Cooperation and competition among primitive peoples. *London: Taylor ve Francis*. doi: 10.4324/9781351320009
- Meyer, N. ve Jongh, J. (2018). The importance of entrepreneurship as a contributing factor to economic growth and development: the case of selected european countries. *Journal of Economics and Behavioral Studies*, 10, 287-299. doi: 10.22610/jeb.v10i4(J).2428
- Meyer J.W. ve Rowan B. (1977). Institutionalized organizations: formal structure as myth and ceremony. *Chicago: University of Chicago Press*, 41-62. *American Journal of Sociology*, 83 (2), 340-363. doi: 10.1086/226550
- Morris M.H., Avila R.A., ve Allen J. (1993). Individualism and the modern corporation: implications for innovation and entrepreneurship. *Journal of Management* 19 (3) 595-612. doi: 10.1177/014920639301900305
- North D.C. (1990). Institutions, institutional change and economic performance. *Cambridge: Cambridge University Press*. doi:10.1017/CBO9780511808678.002
- North D.C. (2005). Understanding the process of economic change. *Princeton: Princeton University Press*. doi: 10.1515/9781400829484
- Olcina, G., Tur, E.M., ve Escriche, L. (2020). Cultural transmission and persistence of entrepreneurship. *Small Business Economics*, 54, 155-172. doi: 10.1007/s11187-018-0089-2
- Oslo Kılavuzu, (2006). Yenilik verilerinin toplanması ve yorumlanması için ilkeler. *OECD ve Eurostat ortak yayımı*, 3. Baskı ISBN 975-403-362-5-1.

-
- Porter, M. E., Sachs, J. D. ve McArthur, J. W. (2002). Executive summary: competitiveness and satges of economic development. *The Global Competitiveness Report 2001 – 2002*, Newyork: Oxford University Press, 16-25. Erişim adresi: <https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/>
- Porter, M. E. ve Stern, S. (2002). National innovative capacity. *The Global Competitiveness Report 2001-2002*, Newyork Oxford University Press, 102-118. Erişim adresi: https://www.hbs.edu/faculty/Publication%20Files/Innov_9211_610334c1-4b37-497d-a51a-ce18bbcf435.pdf
- Rodrigues, D.R. (2018). The impact of (opportunity and neccessity) entrepreneurship on economic growth: does human capital matter?. *Universidade do Porto, Faculdade de Economia, Master in Management, Yüksek Lisans Tezi*. Erişim adresi: <https://repositorio-aberto.up.pt/bitstream/10216/112576/2/271743.pdf>
- Sanchez, A.M. (2018). Environmental factors that affect the entrepreneurial intention. *Master Thesis, Universitat Autònoma de Barcelona, Business Administration and Management*. Erişim adresi: https://ddd.uab.cat/pub/tfg/2018/191947/TFG_amorenosanchez.pdf
- Sathe, V., ve Drucker, P. (2003). Corporate entrepreneurship: top managers and new business creation. *Cambridge: Cambridge University Press*. doi: 10.1017/CBO9780511488719
- Schein, E.H. (1990). Organizational Culture: What it is and how to change it. In: Evans P., Doz Y., Laurent A. (eds) Human resource management in international firms. *London: Palgrave Macmillan*. ISBN: 978-1-349-11255-5
- Schumpeter, J. A. (1934). The theory of economic development, Translated by R. Opie from the second German edition [1926]. *Cambridge: Harvard University Press*.
- Shane S. (1995). Uncertainty avoidance and the preference for innovation championing roles. *Journal of International Business Studies* 26 (1) 47–68. doi: 10.1057/palgrave.jibs.8490165
- Soloviov, V. (2018). Culture as a determinant of entrepreneurial activity. *Master Thesis, University of Tartu Faculty of Social Sciences, School of Economics and Business Administration, Tartu*. Erişim adresi: https://web-proxy.io/proxy/dspace.ut.ee/bitstream/handle/10062/61018/soloviov_vladyslav.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Soomro, R.B., Memeon, S.G., ve Mirani, I.A. (2018). Assessing the impact of social and demographic factors on female entrepreneurial intention in pakistan: gem data evidence. *Journal of Independent Studies and Research-Management, Social Sciences and Economics*, 16 (1), 117-142. Erişim adresi: file:///C:/Users/User/Downloads/Assessing_the_Impact_of_Social_and_Demographic_Factors.pdf
- Spencer-Oatey, H., ve Franklin, P. (2012). What is culture?. *A Compilation of Quotations, GlobalPAD Core Concepts*, 1-21. Erişim adresi: https://warwick.ac.uk/fac/soc/al/globalpad/openhouse/interculturalskills_old/global_pad_-_what_is_culture.pdf
- Suddlea, K., Beugelsdijkb, S. ve Wennekers, S. (2007). Entrepreneurial culture and its effect on the rate of nascent entrepreneurship. *SCALES (Scientific Analysis of Entrepreneurship and SMEs), Holland*. doi: 10.1007/978-3-540-87910-7_11
- T.C. Dışişleri Bakanlığı, (2018). Erişim adresi: <https://www.mfa.gov.tr>
- Thornton P.H., Ribeiro-Soriano D., ve Urbano D. (2011). Socio-cultural factors and entrepreneurial activity: an overview. *International Small Business Journal*, 29 (2) 105–118. doi: 10.1177/0266242610391930
-

-
- Tutar, H. (2015). Davranış bilimleri kavramlar ve kuramlar. Ankara: Seçkin Yayıncılık, 327 – 361.
- Turro A., Urbano D., ve Peris-Ortiz M. (2014). Culture and innovation: the moderating effect of cultural values on corporate entrepreneurship. *Technological Forecasting & Social Change*, 88, 360–369. doi: 10.1016/j.techfore.2013.10.004
- Türkmen, A. (2007). Girişimcilik ve girişimcilik kültürü. *Yüksek Lisans Projesi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Konya*.
- Tylor, E.B. (1871; 1920). Primitive culture: researches into the development of mythology. *Philosophy, Religion, Language, Art, and Custom, Journal Murray, London*. Erişim adresi: <https://archive.org/details/primitivculture01tylouoft/page/n7/mode/2up>
- Van Gelderen, M., Thurik, R., v Bosma, N. (2006). Success and risk factors in the pre-startup phase. *Small Business Economics*, 26 (4) 319–335. doi: 10.1007/s11187-004-6837-5
- Wennekers S., van Stel A., Thurik R., ve Reynolds P. (2005). Nascent entrepreneurship and the level of economic development. *Small Business Economy*, 24 (3) 293–309. doi: 10.1007/s11187-005-1994-8

SUMMARY

In the context of development strategies; this study was carried out in order to determine the relationship between entrepreneurship – innovation behavior and government supports, also the role of the culture of entrepreneurship and innovation in transforming the government supports into entrepreneurship and innovation behavior. In the research section of the study, G20 countries were selected as samples and the data collected from the Global Entrepreneurship Monitoring Organization (GEM) and World Bank (WB) databases accordingly with this sample and the data were analyzed using with the SPSS 23 program. In analysis section; descriptive statistics were presented, correlation analyzes and one-dimensional factor analyzes were performed. With the conducted research, the relations between entrepreneurship and innovation culture and behavior in the G20 Countries within the scope of entrepreneurship and innovation based government subsidies and the level of explanation of these variables were examined.

According to the findings obtained from research; there is a positive and meaningful relationship between “State Supports” and “Entrepreneurship–Innovation Behavior”, and “Entrepreneurship–Innovation Culture” has an intermediary role in the transformation of “State Supports” into “Entrepreneurship–Innovation Behavior”, at the same time, It was observed that there is a significant relationship between “State Supports” and “Entrepreneurship–Innovation Culture” and finally there is a significant relationship between “Entrepreneurship–Innovation Behavior” and “Entrepreneurship–Innovation Culture”.

Findings determined within the scope of the relationship between state supports about entrepreneurship–innovation and entrepreneurship–innovation behavior can be summarized as follows. Among the factors belonging to the state supports; taxes and bureaucracy, R&D supports, government programs and physical/service infrastructure are the ones that affect the entrepreneurship–innovation behavior most. In other words, there is an increase in entrepreneurial behavior if the government is applying a special application for entrepreneurship taxes and/or facilitating bureaucratic procedures during the opening and closing of the business. Apart from this, if the government is establishing R&D centers to support innovation and supporting the innovative approach with the help of these centers, there is an increase in innovation behavior in the country. In addition, entrepreneurs prefer regions where the state establishes and supports the physical and service infrastructure. Also, if there is an economic program prepared by the state, entrepreneurs prefer to start a business in that area.

The high effects of these factors is a normal and acceptable result. However, as a result of the study, it was seen that the basic and secondary education given on entrepreneurship–innovation have little effect on the emergence of behavior. The fact that education guides individuals' behavior through motivation; so the low effect of the education factor on entrepreneurship–innovation behavior can be considered as a remarkable result. This is because in this study, the sum of the values of the selected factors was used to find the value of the entrepreneurial–innovation behavior variable. In this context, the level of finding related to education is low. However, when the innovation factor is taken into consideration alone, it is seen that education has a high level of relationship with innovation. Apart from this, the factor weight analysis belonging to state supports is considered to be a result that should be taken into consideration for policy makers.

According to other analyzes that are evaluated within the scope of the subject, in the research, state supports about entrepreneurship–innovation have a relationship with entrepreneurship–innovation culture. In this context, it is possible to say that entrepreneurship–innovation culture has an effect on the state to take steps to support entrepreneurship–innovation behavior. On the

other hand, it is true that the supports and the strategies implemented by state have an impact on culture. Therefore, in order for the culture and state supports that affect entrepreneurial innovation behavior, to be in a harmonious structure a balance and follow-up department is needed in state organization. In order for positive entrepreneurship–innovation behaviors to emerge, in other words, in order for the state's support to transform into behavior; coordinated, balanced and harmonious applications should be done in line with culture. Otherwise, as it is seen in Canada, Germany, Brazil, Russia, India, South Africa, Turkey and Saudi Arabia, the state supports is not transformed into behavior. In other words, since there is a two-way effect between entrepreneurship–innovation culture and state supports, the harmony between the two variables should be followed. One of the important points that the department that will follow this compatibility should be aware of is that follow-up to the state supports provided to individuals or groups transform into entrepreneurship–innovation behavior especially in countries where immigrants live with different cultural characteristics. In this context, cultural norms and country supports should be developed appropriately to reveal behavior.

Considering the factors related to entrepreneurship–innovation culture, which is another variable within the scope of the study; it was tried to explain which factors affect entrepreneurship–innovation behavior at what level. As a result of the analysis; it is seen that the “masculine/feminine entrepreneurship opportunity and rate” and “fear of failure and status perception” factors which are considered within the scope of dimensions of culture, are high. In other words, as positive cultural values and norms; if cultural support, equality, positive discrimination etc. for women are developed in a country, entrepreneurship and innovation behaviors will increase. In addition, in order for individuals to demonstrate entrepreneurship–innovation behaviors, the community should be guided to develop values and norms that eliminate the fear of failure and also accept entrepreneurship–innovation behaviors as high status and a cultural value, in culture. A striking point here is that in the emergence of entrepreneurial behavior, this behavior is not planned as a career, but rather it appears according to the conditions. In fact, this result also explains to some extent the low impact of education on behavior. Because while individuals choose their careers in relation to education, it is seen that entrepreneurial behavior emerges independently (or at a low level dependent) from education and career planning.