

PLANLI DAVRANIŞ KURAMINI YENİLİKÇİLİĞE UYARLAMAK: KAVRAMSAL BİR MODEL

Aytuğ Sözüer

İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi

Doktora Öğrencisi

İ. Ü. İşletme Fakültesi, Avcılar Yerleşkesi, 34320 Avcılar / İstanbul

aytugsozuer@gmail.com

Gültekin Altuntaş

İstanbul Üniversitesi Ulaştırma ve Lojistik Fakültesi

Yrd. Doç. Dr.

İ. Ü. Ulaştırma ve Lojistik Fakültesi, Avcılar Yerleşkesi, 34320 Avcılar / İstanbul

altuntas@istanbul.edu.tr

Fatih Semerciöz

İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi

Prof. Dr.

İ. Ü. İşletme Fakültesi, Avcılar Yerleşkesi, 34320 Avcılar / İstanbul

fsemerci@istanbul.edu.tr

Özet

Bu çalışmanın amacı, küçük işletmelerin yenilikçiliğini anlamak için Ajzen'in (1985, 1991) Planlı Davranış Kuramından uyarlanmış kavramsal bir model önermektir. Bu amaç doğrultusunda araştırma, "Planlı Davranış Kuramı modelindeki unsurlar işletmelerin yenilik faaliyetlerini açıklamak üzere ölçülebilir değişkenler haline nasıl getirebilir?" sorusuna cevap aramaktadır. Kavramsal modelin uyarlanışında ağırlıklı olarak kurumsal kuram, sosyal öğrenme ve girişimcilik yazınından yararlanılmıştır. Model önerisinin, bugüne kadar sıkça ekonomik açıdan incelenen yenilikçiliği bilişsel bir modelden yola çıkarak açıklamaya çalışması bakımından, konu hakkındaki akademik

tartışmalara perspektif katacağı ve bunu takip edecek görgül araştırmalara kavramsal bir zemin hazırlayacağı düşünülmektedir.

Anahtar Kelimeler: *İnovasyon, Yenilikçilik, Küçük işletmeler, Planlı Davranış Kuramı*

Alan Tanımı: Üretim ve Örgüt (Firma Davranışı: Kuram) D21, Yenilikçilik, AR-GE, Teknolojik Değişim, Entelektüel Mülkiyet Hakları (Yenilikçilik ve Keşif: Süreç ve Güdüler) O31

İngilizce Özet

The purpose of this study is to propose a conceptual model adapted from Ajzen's (1985, 1991) Theory of Planned Behavior (TPB) in order to understand the innovativeness of small firms. In regard, this study attempts to operationalize the factors in TPB for the context of firms' innovative behavior. The conceptual adaptation of the model is mostly based on institutional theory, social learning, and entrepreneurship literature. As being built on a cognitive theory, the proposed model deviates from mainstream approach, which investigates innovation from economics perspective. Therefore, this study is expected to contribute to the extant literature on innovation and shed light on further empirical research.

Keywords: *Innovation, Innovativeness, Small firms, Theory of Planned Behavior*

JEL Code: Production and Organization (Firm Behavior: Theory) D21, Innovation, Research and Development, Technological Change, Intellectual Property Rights (Innovation and Invention: Processes and Incentives) O31

1. GİRİŞ

Yenilikçilik, Schumpeteryan bakışla, yeni bir fikir veya buluşun ticari bir ürüne dönüştürme sürecinin yürütülmesi olarak tanımlanır. Buluşlar çok eski tarihlere uzansa da, yeniliklere ilişkin kavram ve kuramlar, 1960'lerden itibaren belirgin hale gelmiştir (Fagerberg ve Verspagen, 2009). Bu anlamda, marjinal-radikal inovasyon, yeniliklerin 'S' eğrisi (yaşam döngüsü), yeniliğin ekonomik temelleri (Freeman, 1974), yenilikçilik modelleri ve sınıflamaları (ör. Abernathy ve

Utterback, 1978; Henderson ve Clark, 1990; Pavitt, 1984; Teece, 1986), yıkıcı inovasyon (Christensen, 1997) vb. kavramlar, yenilik kavramının anlaşılmasına yönelik temel bakış açılarını yansıtan önemli örneklerdir. Görüldüğü gibi, yeniliğe ilişkin ilk çalışmaların odak noktasını girişimci ve örgütsel süreçler oluştururken, sonrasında sözü edilen odak noktası, tüm çevresel aktörleri kapsayan, birbiriyle bağlantılı ve karmaşık sistemlere doğru kaymıştır (Greenacre vd., 2012; Xu vd., 2007). Bu ilginin temel nedeni, çağımızda yeniliğin bir işletmenin sürdürülebilirliği ve büyümesinde stratejik bir unsur olarak görülmesidir. Yenilikçilik, –her ne kadar sürdürülebilirlik ve büyüme açısından tüm işletmeler için önem arz etse de– dünya ekonomisinin hangi parçası olursa olsun, önemli bir yer işgal eden küçük ve orta ölçekli işletmelerde¹ yenilik sürecinin büyük ölçekli işletmelerden farklı olduğu ilgili yazında belirlenmiştir (Acs ve Audretsch, 1988). Ölçek dışında, yeniliklerin kaynağına ilişkin olarak örgütsel özelliklere ve piyasa koşullarına sıkça vurgu yapılmasına (Harmancıoğlu, 2012) karşın, yenilikçiliğin bilişsel yönlerini irdeleyen araştırmaların sayısı göreceli olarak sınırlıdır. Bu çalışma da, işletme ölçeğinin öneminden hareketle, bilişsel özellikleri de dikkate alarak küçük ve orta ölçekli işletmelerde yenilikçiliği açıklayabilmek adına Planlı Davranış Kuramından (Ajzen, 1985; 1991) uyarlanmış kavramsal bir model öneren bir çalışmadır. Bu doğrultuda inceleme, ilgili yazın eşliğinde, kuramdaki unsurları, yargısal olarak ve özgün şekilde, ölçülebilir değişkenler biçimine getirme gerekliliklerini içerir. Önerilen modelin, yazında mevcut akademik tartışmalara farklı bir bakış açısı katması ve görgül araştırmalara bir zemin hazırlaması beklenmektedir.

Çalışmanın bu aşamasında, Planlı Davranış Kuramının temel çerçevesi, yazında konuyla ilgili yapılmış araştırmalar ve önerilen kavramsal model sırasıyla aktarılacaktır.

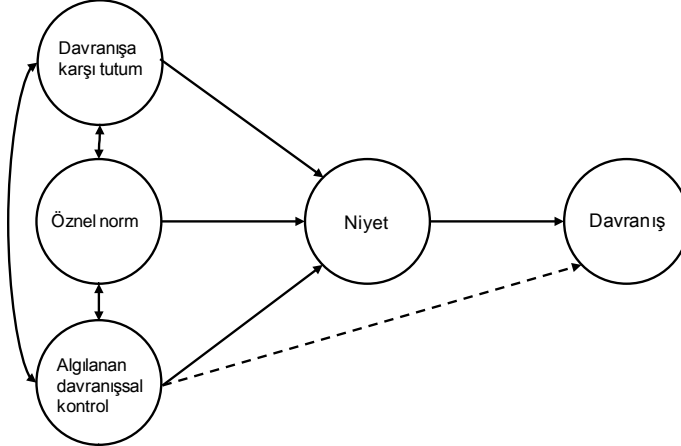
2. KURAMSAL ÇERÇEVE

Planlı Davranış Kuramına göre davranışın öncelleri, niyet ve söz konusu niyetin belirleyicileri olarak adlandırılabilir olan davranışa karşı tutum, öznel norm ve algılanan davranışsal kontroldür. Şekil 1’de temel modeli yansıtılan kuramın

¹ Küçük ve orta ölçekli işletme kavramı ile yazına uygun biçimde çalışan sayısının 250’nin altında olduğu işletmeler kast edilmiştir. Çalışmanın devamında aksi belirtilmediği sürece küçük ve orta ölçekli işletme kavramı bu anlamda kullanılacaktır.

merkezi unsuru, bir bireyin bir davranışı gerçekleştirme niyetidir. Bu anlamda, niyet, yazında, bir bireyin davranışını yönlendirecek motive edici unsurları, söz konusu davranışı gerçekleştirmeyi ne düzeyde arzu ettiğini ve bu çerçevede ne kadar çaba harcayacağını gösterir bir işaret olarak kabul edilir. Bir başka deyişle, niyet ne kadar fazlaysa, davranışın gerçekleştirilme olasılığı da o kadar yüksektir. Kuram, niyeti belirleyen unsurlar olarak üç bağımsız değişkeni öne sürer. Bunların ilki, bir bireyin belli bir davranış hakkındaki olumlu/olumsuz değerlendirmesi olarak ifade edilebilecek bir davranışa karşı tutum faktörüdür. İkincisi unsur, bir davranışın gerçekleştirilmesine veya gerçekleştirilmemesine yönelik sosyal baskı algısı olarak tanımlanabilecek olan öznel norm unsurudur. Üçüncü ve son unsur ise, bir davranışı gerçekleştirmek için algılanan kolaylık veya zorluk düzeyini yansıtan algılanan davranışsal kontrol faktörüdür. Ek olarak, bu değişkenlerin aralarındaki ilişkinin ve göreceli önem düzeylerinin niyeti belirleme üzerindeki etkisinin, incelenen davranış ve duruma göre değişkenlik göstereceği de ifade edilir (Ajzen, 1991).

Şekil 1. Planlı Davranış Kuramı



Kaynak: Ajzen (1991: 182)

Planlı Davranış Kuramı, işletmelerde yenilik faaliyetlerini anlamak adına karar vericilerin (girişimci-yöneticilerin) niyetini ve söz konusu niyetin arka planındaki dinamikleri anlamaya yönelik farklı bir bakış açısı sağlar.

3. KÜÇÜK İŞLETMELERİN YENİLİKÇİLİĞİ

Yenilik olgusuna ilişkin sistematik çalışmaların, sıklıkla Schumpeter (1934)'den etkilenerak başladığı kabul edilir. Önceleri girişimci bireyin yeniliğin itici gücü olarak görüldüğü araştırmalar söz konusu olmasına karşın, çalışmaların odak noktası, kısa süre içerisinde yeniliklerin örgütsel özelliklerle olan ilişkisine doğru kaymıştır. Bu tekil incelemelerin ardından, örgütün yakın ve uzak çevresindeki bağlantılar da ortaya konmaya başlanmıştır (Xu vd., 2007). Sonuç olarak, bir işletme için yenilik kaynakları içsel ve dışsal olarak adlandırılabilir biçimde temel iki sınıfa ayrılmıştır (Drucker, 1985). Öte yandan, ölçek ve tür ayrımı yapılmaksızın bir işletmenin başarısının, üst yönetiminin etkin liderlik becerilerinin bir yansıması olarak görülebileceği görüşüne (Daily vd., 2002; Ireland ve Hitt, 1999) uygun biçimde, bir küçük işletmenin davranışlarında kaçınılmaz belirleyicisi olan girişimciye daha fazla ağırlık verilmesi gerektiği açıktır.

OECD ülkeleri ortalamasına bakıldığında, küçük ölçekli işletmelerin, ekonomideki istihdamın yaklaşık üçte ikisini, katma değer ise yarıdan fazlasını sağladığı görülür (OECD, 2010). Ülkeden ülkeye farklılık göstermekle birlikte, söz konusu küçük ölçekli işletmelerin %30 ila %60'ı arasında değişen bir kısmı yenilikçi olarak kabul edilir (OECD, 1997). Örneğin, Türkiye'deki küçük ölçekli işletmelerin yaklaşık yarısının yenilikçi olduğu ileri sürülür (TÜİK, 2013). Bu anlamda, yeniliklerin tümü teknolojik temelli olmadığı; ürün (sunulan mal veya hizmet), süreç (üretim veya dağıtım yöntemleri), örgütsel (idari yöntemler) ve pazarlama (pazarlama karması) ile ilgili her türlü yeniliğin bu kapsamda değerlendirildiği vurgulanmalıdır (OECD, 2005). Bu nedenle, küçük ölçekli işletmelerde yenilik konusunun, ekonomi ve yönetim bilimleri için belirgin bir ağırlığı olduğu ileri sürülebilir.

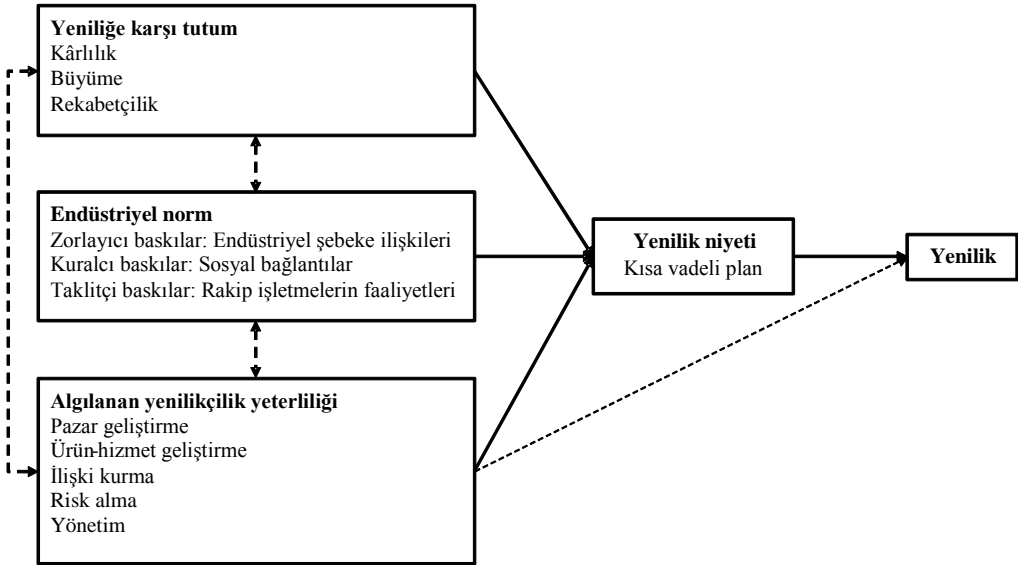
Yazında küçük ölçekli işletmelerin yenilikçiliğini etkileyen unsurlar pek çok araştırmanın konusu olmuştur. Bu kapsamda, liderlik becerisi, araştırma-geliştirme, sermaye yatırımları, finansman gücü, tasarım, entelektüel sermaye yönetimi, örgütsel öğrenme, örgütler arası işbirlikleri ve talep yanlı etkiler öne çıkan unsurlar olarak gösterilebilir (Love ve Roper, 2015). Öte yandan, yenilikçilik açısından girişime yönelik bilişsel unsurlarının oynadığı rol tam olarak açıklığa kavuşturulamamıştır. Kickul ve Gundry'nin (2002) girişimci kişilik ile yenilik arasındaki ilişkiyi irdelediği çalışma, bu yönde yapılmış sınırlı sayıda araştırmalara bir örnek olarak verilebilir.

Bu çalışmanın kuramsal altyapısını oluşturan Planlı Davranış Kuramı, yenilik yazınında da kullanılmış; buna karşın, ağırlıklı olarak bireysel düzeyde yeniliğin kabulü ve yayılımı hakkındaki incelemelere konu olmuştur (Wiegel vd., 2014). Bunun yanında kuram, girişimciliğin bir başka yönünü oluşturan küçük ölçekli işletmelerin uluslararasılaşma sürecini açıklamak adına çeşitli araştırmalarda da kullanılmıştır (Ör. Gonzalez, 2005; Pauwels vd., 2009; Sommer, 2010; Sommer ve Haug, 2011). Bu çalışmada ise, kurama dayalı boyutlar ve değişkenler, öncelikle kıyasla farklı biçimde tanımlanmış; bu nedenle, modelin açıklayıcı gücünün arttırılacağı düşünülmüştür (Sözüer vd., 2013).

4. PLANLI YENİLİKÇİLİK

Bu çalışmanın önermesi, küçük işletmelerde yenilikçiliğin Şekil 2’de gösterilen modelle açıklanabileceğidir.

Şekil 2. Planlı Yenilikçilik Modeli



Birinci unsur olarak adlandırılan davranışa karşı tutum, bir bireyin belirli bir davranış hakkındaki olumlu veya olumsuz değerlendirmesini ifade eder. Bir işletme açısından herhangi bir faaliyetin olumlu veya olumsuz değerlendirilmesinin de, bu faaliyetin bir işletmenin kârlılığı, büyümesi ve

pazardaki rekabetçiliği (Mlinaric ve Mlinaric, 2010) gibi ana konular üzerindeki etkisine olan inanç üzerinde yapılabileceği kabul edilebilir. Bu nedenle, bir işletmenin yeniliğe karşı tutumu, bu faaliyetin söz konusu işletmenin (performans, etkinlik ya da örgüt yaşamına katkıda bulunma benzeri) çıkarlarına sağladığı katkıya dair oluşmuş algıya göre ortaya çıkacaktır (Altuntaş ve Dönmez, 2010; Jong ve Marsili, 2006).

İkinci unsur olarak tanımlanan öznel norm, bir bireyin, belirli bir davranışı gerçekleştirmeye ya da gerçekleştirilmemeye yönelik olarak algıladığı sosyal baskıları ifade eder. Bu anlamda, öznel normları belirleyen sosyal baskıların, örgüt kuramı açısından kurumsal kuramdaki zorlayıcı, kuralcı ve taklitçi güçlere benzediği ileri sürülebilir. Bir işletmenin “sosyal ortamı” veya yakın çevresinin, onun örgütsel alanı olmasından hareketle, söz konusu unsur, ileri sürülen modelde endüstriyel norm olarak adlandırılmıştır. Örgütsel alandaki güçleri yansıtan kurumsal baskılar da, bir işletmeyi yenilikçiliğe zorlayacak değişkenler olarak kabul edilmiştir.

Zorlayıcı mekanizmalar, bir işletmenin bir biçimde bağlı olduğu diğer kurumlardan gelen resmi veya gayri resmi baskılar sonucu ortaya çıkar (DiMaggio ve Powell, 1983). Örneğin, bir işletmenin mevcut müşterilerinin diğer işletmelerle yaptığı sözleşmeler, bir tedarikçi olarak söz konusu işletmeyi yenilik yapma yönünde baskılayabilir. Bu nedenle, endüstri içi ağ yapıları ve ağ yapılarından kaynaklanan beklentiler, küçük ölçekli işletmeleri yenilikçiliğe zorlayacak bir baskı unsuru olabilir.

Kuralcı baskılar, meslekte eğitim ve deneyimle yetişmiş uzmanların, yaptıkları işin tanımını ve koşullarını belirleme gayretlerini yansıtır. Profesyonelleşme kavramından kaynaklanan bu normlar, genellikle bir örgütün dışından içerisine doğru iletilir (Zucker, 1987). Örgüt yönetiminin iş çevresindeki sosyal ilişkileri ve bağlantıları bu etkileşime aracılık eder (Cheng ve Yu, 2008). Küçük ölçekli işletmeler dikkate alındığında, karar vericilerin gerek sektör dernekleriyle gerekse diğer iş çevresiyle bağlantıları, bir işletmeyi mesleki alandaki gelişmelere uyuma zorlayacaktır. Sosyal bağlantılar yoluyla bir örgüte aktarılan bu tarz baskılar, artan rekabet ortamında, yenilikçilik gibi farklılaştırıcı bir politika tercihinin önünü açabilecektir.

Taklitçi baskıların, izomorfizmin görünen en belirgin nedeni olduğu kabul edilir (Lu, 2002). Bu anlamda, endüstriyel çevreler, benzer/aynı koşullar altındaki rakip işletmelerin birbirlerini gözledikleri alanlardır. Özellikle yüksek belirsizlik düzeyinin söz konusu olduğu durumlarda, bir işletmenin, rakiplerinin davranışlarını taklit etmesi sık tercih edilen bir seçenektir (Huff, 1982). Bu nedenle, rakip işletmelerin yenilik yapması, küçük ölçekli işletmelerin de benzer/aynı yönde girişimlerde bulunmaları yönünde baskı yaratabilir.

Niyet üzerinde etkili olduğu kabul edilen bir diğer unsur, algılanan davranışsal kontroldür. Bu unsur, mevcut yeteneklerin, kaynakların, deneyimin ve olası engellerin bir davranışı gerçekleştiririnin kolay ya da zor olarak algılanmasındaki rolünü yansıtmaktadır. Bu anlamda, yetenekler, kaynaklar, deneyim ve engeller gibi unsurlar, davranış üzerindeki gerçek kontrolü belirler. Bir başka deyişle, algılanan davranışsal kontrol, sözü edilen faktörlerin arka planı oluşturarak davranışın yapılabilirliğine dönük bir inancı ifade eder (Ajzen, 1991). Bununla birlikte, Ajzen (1991:184), algılanan davranışsal kontrolün, Bandura'nın (1977, 1982) sosyal öğrenme kuramındaki öz yeterlilik kavramıyla uyduğunu vurgular. Bireyin kendi hakkında gelecekte karşısına çıkacak koşullarda gereken doğru davranışları ne kadar gösterebileceğine ilişkin yargılarıyla ilgilenen öz yeterliliğin (Bandura, 1982), işletmecilik yazınına geçiş noktalarından birisi de girişimcilik öz yeterliliği kavramıyla olmuştur (Ör. Boyd ve Vozikis, 1994; de Noble vd., 1999). Girişimcilik öz yeterliliği, bir bireyin girişimciliğe özgü rol ve işleri başarıyla yapabileceğine ilişkin inancını yansıtmaktadır (Chen vd., 1998). Yenilikçilik, girişimciliğin bir işlevi olarak ele alındığında (Drucker, 1985), bu davranışın kolay ya da zor olduğu hakkındaki inancın da, algılanan davranışsal kontrolü yansıtacağı öne sürülebilir. Bu noktadan hareketle, örgüt düzeyine çıkıldığında, girişimcilik öz yeterliliğinin boyutları olan pazar ve mal-hizmet geliştirme, ilişki kurma, risk alabilme ve yönetim yeterliliklerinin (Chen vd., 1998; Barbosa vd., 2007; de Noble vd., 1999), işletme açısından, algılanan yenilikçilik yeterliliğini temsil edeceği varsayılabilir.

Bu noktaya kadar yapılan açıklamalardan hareketle, aşağıdaki yaklaşım ortaya çıkmaktadır:

Önerme 1. Küçük ölçekli işletmelerde yeniliklerin örgüt üzerinde algılanan etkisini yansıtan yeniliğe karşı tutum, çevresel baskıları yansıtan endüstriyel norm

ve yenilik yapabilirliğe ilişkin inancı yansıtan algılanan yenilikçilik yeterliliği, bir işletmenin yenilik niyetini belirler.

Modelin merkezindeki niyet unsuru, kuramda vurgulandığı üzere, bir davranışın gerçekleştirilmesi adına gösterilen istek ve planlanan çabayı ifade eder (Ajzen, 1991). Örgüt düzeyinden bakıldığında niyet, iş planları, yıllık hedefler ve bütçeler biçiminde algılanabilir. Bu nedenle, geliştirilen modelde yenilik niyetinin, bir işletmenin kısa dönemli planlarında yer alıp almamasına göre belireceği öne sürülebilir.

Modelin bağımlı değişkeni olan yenilikçilik, yazında çeşitli yöntem ve metriklerle ölçülür (Edison vd., 2013). Sık kullanılan ölçümlerden biri, son üç yıl içinde pazara yeni sunulan veya iyileştirilen ürünlerin toplam satışlar içindeki payıdır (Vahter vd., 2014). Buna karşın, bu yöntem görece performans temelli gözüktür. Yenilikçilik düzeyinin belirlenebilmesi adına geliştirilen bu modelde, bir işletmenin resmi patent ve faydalı model başvuruları esas alınır. Bu bakış açısıyla, çalışmanın ikinci temel önermesi aşağıdaki gibi ileri sürülebilir:

Önerme 2. Küçük ölçekli işletmelerin kısa dönemli planlarında yenilik faaliyetinin yer alması, patent ve faydalı model başvurularını belirler.

5. ÖZET VE SONUÇ

Yenilikçilik, işletme yönetiminde stratejik bir unsur olarak kabul edilir. Mevcut yazında, yenilikçiliğin kaynağı olarak örgütsel özellikler ve çevre koşulları sıkça irdelenmiştir. Öte yandan, küçük ölçekli işletmelerin yenilikçiliğinin büyük ölçekli işletmelerden farklı olması (Acs ve Audretsch, 1988) nedeniyle, yeni kavramsal ve görgül araştırmalara duyulan ihtiyaç devam etmektedir (Love ve Roper, 2015). Buna karşın, özellikle küçük ölçekli işletmelerde yenilikçiliğin bilişsel yönlerini inceleyen araştırmalar sınırlı kalmıştır. Bu nedenle, günümüze kadar daha çok araştırma–geliştirme, işbirliği veya rekabet gibi ekonomik ve ilişki temelinde ele alınan yenilik yazınına, farklı bakış açılarının gerektiği düşünülmektedir.

Bu çalışma da, söz edilen farklı bakış açılarından birisini yansıtmak adına, birey davranışını anlamak üzere ortaya konan Planlı Davranış Kuramındaki (Ajzen,

1991) unsurları, bir işletmenin yenilikçiliğini açıklayabilecek değişkenler haline getirmek amaçlanmıştır. Bu doğrultuda, küçük ölçekli işletmelerde karar vericinin girişimci-yönetici olması varsayımından hareket edilmiştir. Planlı Davranış Kuramı, yenilik yazınında daha önce de ele alınan bir kuramsal çerçeve olmakla beraber, çoğunlukla bireysel düzeyde yeniliklerin kabulü ve yayılımı hakkındaki araştırmalara konu olmuştur (Wiegel vd., 2014). Bu çalışmada önerilen modelde ise, ilgili boyutlar ve değişkenler, kurumsallaşma, sosyal öğrenme ve girişimcilik yazınından da destek alarak, önekilere kıyasla daha özgün biçimde tanımlanmıştır. Geliştirilen modelde, özetle, küçük ölçekli işletmelerde yeniliğe karşı tutum, endüstriyel norm ve algılanan yenilikçilik yeterliliği unsurlarının, işletmenin yenilik niyetini belirlediği savunulmuştur. Bu kavramsal modelin, küçük ölçekli işletmelerin yenilikçiliğinin anlaşılması doğrultusunda yazına katkı sağlaması beklenmektedir. Ayrıca, bu çalışmayı izleyecek görgül araştırmaların, modelin güçlenmesine yardımcı olacağı, yenilik yazınına da zenginleştireceği düşünülmektedir.

KAYNAKLAR

- Abernathy, W. J. ve Utterback, J. M. (1978). Patterns of industrial innovation. *Technology Review*, 80 (7): 40-47.
- Acs, Z. J. ve Audretsch, D. B. (1988). Innovation in large and small firms: An empirical analysis. *The American Economic Review*, 78 (4): 678-690.
- Ajzen, I. (1985). From intentions to actions: A theory of planned behavior. J. Kuhl ve J. Beckmann (Der.), *Action-Control: From Cognition to Behavior*, 11-39. Heidelberg: Springer.
- Ajzen, I. (1991). The theory of planned behavior. *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 50: 179-211.
- Altuntaş, G. ve Dönmez, D. (2010). Girişimcilik yönelimi ve örgütsel performans ilişkisi: Çanakkale Bölgesi'nde faaliyet gösteren otel işletmelerinde bir araştırma. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 39 (1): 50-74.
- Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, 84: 191-215.

- Bandura, A. (1982). Self-efficacy mechanism in human agency. *American Psychologist*, 37: 122–147.
- Barbosa, S. D., Gerhardt, M. W. ve Kickul, J. R. (2007). The role of cognitive style and risk preference on entrepreneurial self-efficacy and entrepreneurial intentions. *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 13 (4): 86–104.
- Boyd, N. G. ve Vozikis, G. S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, Summer: 63–77.
- Chen, C. C., Greene, P. G. ve Crick, A. (1998). Does entrepreneurial self-efficacy distinguish entrepreneurs from managers? *Journal of Business Venturing*, 13: 295–316.
- Cheng, H. L. ve Yu, C. M. J. (2008). Institutional pressures and initiation of internationalization: Evidence from Taiwanese small- and medium-sized enterprises. *International Business Review*, 17: 331–348.
- Christensen, C. M. (1997). *The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail*. Cambridge, MA: Harvard Business School.
- Daily, C. M., McDougall, P. P., Covin, J. G. ve Dalton, D. R. (2002). Governance and strategic leadership in entrepreneurial firms. *Journal of Management*, 28: 387– 412.
- de Noble, A. F., Jung, D. ve Ehrlich, S. B. (1999). Entrepreneurial self-efficacy: The development of a measure and its relationship to entrepreneurial action. *Frontiers of Entrepreneurship 1999: Proceedings of the 19th Annual Entrepreneurship Research Conference*. http://fusionmx.babson.edu/entrep/fer/papers99/II_C/IC.html, Erişim tarihi: 03. 01. 2013.
- DiMaggio, P. J. ve Powell, W. W. (1983). The iron cage revisited: Institutional isomorphism and collective rationality in organizational fields. *American Sociological Review*, 48 (2): 147–160.
- Drucker, P. F. (1985). The discipline of innovation. *Harvard Business Review*, 63(3): 67–72.
- Edison, H., bin Ali, N. ve Torkar, R. (2013). Towards innovation measurement in the software industry. *The Journal of Systems and Software*, 86: 1390–1407.

- Fagerberg, J ve Verspagen, B. (2009). Innovation studies–The emerging structure of a new scientific field. *Research Policy*, 38: 218–233.
- Freeman, C. (1974). *The Economics of Industrial Innovation*. Harmondsworth: Penguin.
- Gonzales, F. J. A. (2005). Thesis review: The subjective and institutional factors in the internationalization process of firms. *Journal of International Entrepreneurship*, 3: 111–113.
- Greenacre, P., Gross, R. ve Speirs, J. (2012). Innovation theory: A review of the literature. *ICEPT Working Paper Ref: ICEPT/WP/2012/011*
- Harmancıoğlu, N. (2012). İnovasyon süreci: Yeni ürün geliştirmede inovasyon literatürünün teorik meta analizi, *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 1(1): 1–29.
- Henderson, R. M. ve Clark, K. B. (1990). Architectural innovation: The reconfiguration of existing product technologies and the failure of established firms. *Administrative Science Quarterly*, 35 (1): 9–30.
- Huff, A. S. (1982). Industry influences on strategy reformulation. *Strategic Management Journal*, 9 (4): 361–374.
- Ireland, R. D. ve Hitt, M. A. (1999). Achieving and maintaining strategic competitiveness in the 21st century: The role of strategic leadership. *The Academy of Management Executive*, 13 (1): 43–57.
- de Jong, J. P. J. ve Marsili, O. (2006). The fruit flies of innovation: A taxonomy of innovative small firms. *Research Policy*, 35 (2): 213–229.
- Kickul, J. ve Gundry, L. K. (2002). Prospecting for strategic advantage: The proactive entrepreneurial personality and small firm innovation. *Journal of Small Business Management*, 40 (2): 85–97.
- Love, J. H. ve Roper, S. (2015). SME innovation, exporting and growth: A review of existing evidence. *International Small Business Journal*, 33 (1): 28–48.
- Lu, J. W. (2002). Intra– and inter–organizational imitative behavior: Institutional influences on Japanese firms’ entry mode choices. *Journal of International Business Studies*, 33 (1): 19–37.

- Mlinaric, M. C. ve Mlinaric, F. (2010). Small firms in a small country: Managerial factors, internationalization and performance of Slovenian SMEs. *Managing Global Transitions*, 8 (3): 239–259.
- OECD. Organisation for Economic Co–operation and Development. (1997). *Small Businesses, Job Creation and Growth: Facts, Obstacles and Best Practices*. OECD Publishing.
- OECD. Organisation for Economic Co–operation and Development. (2005). *Oslo Manual–Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data*. OECD Publishing.
- OECD. Organisation for Economic Co–operation and Development. (2010). *SMEs, Entrepreneurship and Innovation*. OECD Publishing.
- Pavitt, K. (1984). Sectoral patterns of technical change: Towards a taxonomy and a theory. *Research Policy*, 13: 343–373.
- Pauwels, P., Patterson, P. G., de Ruyter, K. ve Wetzels, M. (2009). The propensity to continue internationalization: A study of entrepreneurial decision–making in Australian service firms. *Advances in International Marketing*, 20: 11–36.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge, MA: Harvard University Press.
- Sommer, L. (2010). Internationalization process of small and medium–sized enterprises—a matter of attitude? *Journal of International Entrepreneurship*, 8: 288–317.
- Sommer, L. ve Haug, M. (2011). Intention as a cognitive antecedent to international entrepreneurship—understanding the moderating roles of knowledge and experience. *International Entrepreneurship Management Journal*, 7: 111–142.
- Sözüer, A., Altuntaş, G. ve Semerciöz, F. (2013). Küçük İşletmelerin Uluslararasılaşmasını Planlı Davranış Kuramıyla Açıklayan Bir Model Önerisi, *21. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı*, 30 Mayıs–1 Haziran, Kütahya, Dumlupınar Üniversitesi, 187–192.

- Teece, D. J. (1986). Profiting from technological innovation: Implications for integration, collaboration, licensing and public policy. *Research Policy*, 15: 285–305.
- TÜİK. 2013. Yenilik Araştırması 2012. <http://www.tuik.gov.tr/PreHaberBultenleri.do?id=13640>. Erişim tarihi: 15. 08. 2015.
- Vahter, P., Love, J. H. ve Roper, S. (2014). Openness and innovation performance: Are small firms different? *Industry and Innovation*, 21 (7/8): 553–573.
- Weigel, F. K., Hazen, B. T., Cegielski, C. G. ve Hall, D. J. (2014). Diffusion of innovations and the theory of planned behavior in information systems research: A metaanalysis. *Communications of the Association for Information Systems*, 34: 619–636.
- Xu, Q., Chen, J., Xie, Z., Liu, J., Zheng, G. ve Wang, Y. (2007). Total Innovation Management: A novel paradigm of innovation management in the 21st century. *Journal of Technology Transfer*, 32: 9–25.
- Zucker, L. G. (1987). Institutional theories of organization. *Annual Review of Sociology*, 13: 443–464.