

KÜLTÜRÜN GİRİŞİMCİLİĞE ETKİSİ: KAZAKİSTAN VE TÜRKİYE ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN GİRİŞİMCİLİK ÖZELLİKLERİNİN BELİRLENMESİNE YÖNELİK KÜLTÜRLERARASI ARAŞTIRMA

Enterprise and A Cross-Cultural Research Upon University Students of Kazakhstan and Turkey with Regards to Their Enterprising Capabilities

Kültürel
Girişimciliğe
Etkisi

Semra GÜNEY*

Arman NURMAKHAMATULY*

62

ÖZ

Problem: Son yıllarda girişimcilik kavramı gerek akademik yaşamda ve gerekse iş hayatında çok önemli bir konu haline gelmiştir. Üniversite öğrencilerinin girişimcilik özelliklerinin belirlenmesi, ülkelerin girişimcilik potansiyelini geliştirmenin önemli adımlarından birisini oluşturduğundan bu özelliklerin kültürler-arası düzeyde irdelenmesi gerekmektedir.

Araştırmanın Amacı: Bu çalışmanın temel amacı, Kazakistan ve Türkiye Üniversiteleri öğrencilerinin kültürlerarası girişimcilik özelliklerini belirlemektir.

Yöntem: Kazakistan'daki Ahmet Yesevi Uluslararası Türk-Kazak Üniversitesi ile Türkiye'deki Hacettepe Üniversitesi olmak üzere eğitim hizmetlerini sürdüren iki büyük üniversitenin İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü birinci ve son sınıfında okuyan toplam 353 (Kazakistan - 151, Türkiye - 202) öğrenciye, girişimci profil ve eğilimlerini saptamaya yönelik soruları içeren anket çalışması yapılmıştır. Araştırma kitlesi olarak İşletme Bölümü öğrencilerinin seçilmesinin nedeni, bu bölümün temel kuruluş amacının, girişimci yetiştirme olmasından kaynaklanmaktadır. Anket formunun hazırlanmasında Herrman Brain Dominance Kişilik Analizi formundan yararlanılmıştır. Elde edilen bulgular Ki-kare ve Mann-Whitney Test Analizleri yapılarak yorumlanmaya çalışılmıştır

Bulgular ve Sonuçlar: İstatistiksel analiz sonuçlarına göre; Kazak gençlerinin Türk gençlerine nazaran yaratıcı olarak tanınmaktansa, kontrollü ve mantıklı kişiler olarak tanınmayı tercih ettikleri ve orijinal kişilikleri ön plana çıktıkları görülmüştür. Türk gençlerinin ise Kazak gençlerine nazaran orijinal tanınmaktansa, güvenilir kişiler olarak tanınmayı tercih ettikleri ve yaratıcı kişilikleri ön plana çıktıkları görülmüştür.

Öneriler: Gençlerin girişimcilik eğilimlerinin geliştirilmesi için, üniversite eğitim programları uygun şekilde düzenlenmelidir.

Anahtar kelimeler: Türkiye, Kazakistan, Kültür, Girişimcilik, Hacettepe Üniversitesi, Ahmet Yesevi Uluslararası Türk-Kazak Üniversitesi.

ABSTRACT

Problem: In recent years, entrepreneurship has become an important topic both in academic and business life. In order to improve the entrepreneurial capacity of the nations, the entrepreneurial characteristics of university students must be understood and investigated in cross-cultural level.

Research Aims: The main purpose of this research is to determine the enterprising capabilities of the students of universities in Kazakhstan and Turkey.

Method: A questionnaire was presented to 353 (Kazakhstan-151, Turkey-202) first and senior students who had been attending the Faculty of Economical and Administrative Sciences at two different universities as Ahmet Yesevi International Turkish-Kazak University in Kazakhstan and Hacettepe University in Turkey so as to determine their enterprising profiles and tendencies. The reason why these specific students were chosen was the main purpose of the foundation of the university departments was to train the future entrepreneurs. On the preparation process of the questionnaire Herrman Brain Dominance Personality Analysis was referred. The obtained data was tried to be evaluated per k-square, Mann-Whitney Test, Kruskal-Wallis Test Analyses.

* Doç. Dr., Hacettepe Üniversitesi İ.İ.B.F. İşletme Bölümü

* Hacettepe Üniversitesi İşletme Bölümü Doktora öğrencisi

Findings and Results: According to the results of the statistical analysis, it seems that Kazakh young people prefer to be defined as self-controlled and reasonable personalities rather than being creative, and, Turkish young people prefer to be defined as reliable personalities rather than being original.

Recommendations: In order to improve the entrepreneurial capacity of young people, university education programmes must be organized properly.

Key words: Turkey , Kazakhstan , Culture, Entrepreneurship, Hacettepe University , Ahmet Yesevi International Turkish-Kazak University.

BAÜ
SBED
18(1)

63

1.GİRİŞ

1980’li yıllardan itibaren sosyal bilimlerde toplumların başarılı olma koşulları ile ilgili yapılan araştırmalarda sıklıkla karşılaşılan ve önem verilmeye başlayan konulardan birisi de girişimciliktir. Girişimcilik mevcut statükonun devam ettirilmesinden ziyade yenilikçilik, yaratıcılık gibi mevcut durumun dışına çıkmayı gerektiren ve toplumların ve organizasyonların değişimi başarılı gerçekleştirmelerini sağlamalarına yardımcı olan bir süreçtir. Bu süreçte bazı toplumların başarılı olduğu görülürken bazı toplumların ise yeterli düzeyde başarılı olamadıkları görülmektedir. Bu çalışmamızda bu farklılıkların ortaya çıkmasında etkili olan faktörlerden kültür kapsamında yer alan bazı değişkenlerin girişimcilğe etkileri üzerinde durulacaktır.

Bu çalışmada, girişimcilik değerlerini betimleme ve açıklama amaçlarına kültürel bir yaklaşım izlenerek ulaşılmaya çalışılacaktır. Bu yaklaşımın kullanılmasında amaç, girişimcilik davranışlarının kendisi değil, genellikle girişimcileri bu davranışlara yönlendiren değer, inanç ve varsayımların ele alınmasıdır. Bu yaklaşımda, girişimciliğin ortaya çıkması, girişimcilerin içinde bulunduğu sosyal yapıyla etkileşerek ortak anlamlar kazanması ve bu anlamdan etkilenen kültürel bir varlık olarak ele alınmasıdır. Girişimcilik davranışının arkasındaki bu ortak anlamlar ise, girişimciyi çevreleyen toplumsal kültür bağlamında açıklanmaktadır. Bu çalışmada kültürel yaklaşımı benimsememizin nedeni, çalışmamızın temel amacı olan girişimcilik değerlerinin açıklanmasına bu yaklaşımın elverişli bir kuramsal çerçeve sunmasıdır.

Günümüzde insan yaşamının kalitesini artırmaya yönelik bütün alanlarda önemli bir dinamik öge olarak karşımıza girişimcilik ve buna bağlı olarak yenilik ve yaratıcılık kavramları çıkmaktadır. Girişimci ve girişimcilik kavramı sosyal bilimlerin tüm alanlarında kalkınma ve gelişmeyi sağlayan bir güç olarak görülmektedir. Köken olarak Latince “intare” kökünden gelen girişimci kavramı, İngilizce’de “enter”-giriş ve “pre”-ilk, “entrepre-neur” ilk girişen, başlayan anlamına gelmektedir (Ertübey, 1999). Günümüz dünyasında gözlenen bilimsel ve teknolojik ilerlemeler, üretim sistemini köklü bir biçimde değiştirmiş bulunmaktadır. Bilim ve teknoloji alanlarındaki nitelik değişimi, toplumsal ilişkileri belirleyen kurumları da değiştirmektedir. Bu anlamda girişimcilik kavramı da değişmiştir. Genel bir tanımlamayla girişimci, çevresine bakmasını ve ihtiyaçları görmesini bilen, bu ihtiyaçları bir iş fikrine çevirebilen, iş yapabilmek için gerekli kaynakları bir araya getirmesini becerebilen, risk alabilen, yaratıcı düşünebilen, yeniliklere açık kişi tanımlanmaktadır (Titiz, 1994). Girişimciyi diğer insanlardan ayıran temel özellikler, kaynaklar hakkında öngörüle bulunmak, yapılacak olan işi planlamak, gerekli olan insan gücü kaynaklarını sağlayıp, bunları bir organizasyon içinde bulunmaya razı etmek, girdiler sağlamak, girdileri işleyerek tekrar tüketicilerin kullanımına sunma becerisini kârlılık sağlayarak göstermektir. Görüleceği üzere girişimci, mevcut ya da potansiyel işgücü, sermaye ve diğer girdileri üretim sürecine sokarak; gerçekleştirdiği mal ve hizmet

üretimiyle sonuçta toplumsal refahı artıran kişi olarak karşımıza çıkmaktadır (TÜSİAD, 1987). Son yıllarda Türkiye ekonomisinde yaşanan yapısal değişiklikler her alana etkisini yansıtmış ve dolayısıyla hem girişimci hem de kurulan işyeri açısından olumlu bir takım gelişmeler yaşanmıştır. Bu olumlu gelişmelerin devamı için geleceğin dünyasını şekillendirecek olan iş alanlarının şimdiden tespit edilip, girişimcilerin bu doğrultuda yetiştirilmeleri ve motive edilmeleri bir gereklilik olarak karşımıza çıkmaktadır.

2.GİRİŞİMCİLİK VE KÜLTÜR

2.1. Girişimciliğin Tanımı ve Öğeleri

Bull, Thomas ve Willard (1995); girişimcilik alanında önemli katkıları olan araştırmacıların girişimcilik tanımlarından yararlanarak genel kabul görececek bir girişimcilik kavramı yaratmaya çalışmışlardır. Drucker girişimciliği, mevcut kaynaklardan yeni refah yaratma kapasitesi bahşeden bir yenilikçilik faaliyeti olarak tanımlamaktadır. Yazarlara göre Kriznen ise girişimciyi, kâr fırsatlarını algılayan ve yaşanan zamanda karşılanmayan ihtiyaçları tatmin edecek faaliyeti başlatan veya yetersizlikleri geliştiren kişi olarak değerlendirmektedir.

Long (1983) girişimcilik tanımlarını karşılaştırarak girişimcilik tanımlarının üç ortak yönünü tespit etmiştir. Bunlar; (1) belirsizlik ve risk, (2) bütünlük yönetsel beceri ve (3) yaratıcı fırsatçılıktır. Girişimcilik tanımlarının hemen hepsinin üzerinde fikir birliğine vardığı husus girişimciliğin; inisiyatif kullanma, kaynakları pratiğe dönüştürme, sosyal ve ekonomik mekanizmaların organizasyonu, risk üstlenme ya da başarısızlığı göze almadır (Hisrich ve Peters, 1998).

Hisrich ve Peters'e (1998) göre girişimci, kaynakları; emek, hammadde ve diğer varlıkları, daha büyük bir değer yaratacak bileşimler yaratacak şekilde bir araya getiren kişidir. Girişimci aynı zamanda değişiklikler, yenilikler ve yeni bir düzen yaratır.

Girişimcilik, yeterli çaba ve zaman tahsis edilerek, finansal, fiziksel ve sosyal risklere katlanılarak parasal ödüller, kişisel tatmin ve bağımsızlık elde edilerek yeni bir değer yaratma sürecidir (Hisrich ve Peters, 1998).

Girişimcilikle ilgili pek çok tanımla incelediğimizde, kavramın yenilik ve yaratıcılık kavramlarını da içerecek şekilde tanımlandığı saptanmıştır. Modern İşletmecilik anlayışına göre hareket eden işletme yöneticilerinin girişimcilik kavramını yenilik, esneklik, dinamiklik, risk alma, yaratıcılık ve gelişim odaklı olma gibi kavramlarla ifade ettikleri görülmektedir (Stevenson, Gumpert, 1991). Girişimciliğin bir diğer popüler tanımı, risk sermayesi yolu ile bir işe başlamak ve bu işi sürdürmektir. Çok sayıda da yeni girişimcilik olarak kullanılan "Venture Capital" aslında risk sermayesi olarak Türkçe'ye çevrilmiştir. Sermaye piyasasına kayıtlı olmayıp büyüme potansiyeli olan firmalar için rizikolu yatırımların provizyonunun sağlanması olarak tanımlanan risk sermayesi, girişimciler için desteği oldukça geniş kapsamlı olan finansal aktiviteler olarak karşımıza çıkmaktadır (TÜSİAD, 1987). Girişimcinin pazar ekonomisindeki işlevi, emek, sermaye, doğal kaynak ve hammaddeyi, kendi bilgi ve yetenekleri ile birlikte bir araya getirerek üretim ve dağıtım süreçlerini gerçekleştirmek şeklinde ortaya çıkmaktadır. Dolayısıyla bu süreçleri gerçekleştirecek olan girişimci ekonomik yaşamda risk üstlenen kişidir. Bu yüzden girişimci, riskini en aza indirmek, başarısının ödülü olan kârını ve verimliliğini en yüksek kılabilmek için belli bir bilgi yüküyle donanmış, yaratıcı, yeniliklere açık aynı zamanda kararlarında akılcı olmak zorunda olan kişi olarak karşımıza çıkmaktadır. O halde girişimci, yeniliğin başlangıç noktası olan yaratıcı olma, yeni örgütlenme

biçimlerini ve teknolojileri uygulama, yeni pazarlara yönelme, yeni malları piyasa sürme, sermayeyi harekete geçirme, üretim ve ticari ilişkilerde akıcılığı sağlama gibi zor görevleri yerine getirmeye çalışan kişidir. Bu tanımlamalardan da görüleceği üzere girişimcilik kavramının temel öğeleri olarak karşımıza yaratıcı olma ve yenilik yapma kavramları çıkmaktadır.

Yaratıcılık kısaca; yeni ve geçerli fikirlerin yaratılmasıyla sonuçlanan bir süreç olarak tanımlanmaktadır (Budak ve Budak, 1995). Yaratıcılık süreci, zaman içinde süreleri olaydan olaya, bireyden bireye farklılaşabilen beş aşamadan geçmektedir. Yaratıcılık sürecinin ilk aşaması bilgi toplama aşamasıdır. Bu aşamada sorularla cevaplar iç içedir. Tek bir sorun belli sayıda mantıksal, rasyonel, pragmatik, ekonomik olabilen ve geçerli koşulları içeren çözümlere sahip olabilir. Araştırmacının bilgi yığına çabası içerisinde olduğu bu ilk aşama bazen çok uzun sürebilir. İkinci aşama sorun ayıklama ve kuluçka aşamasıdır. Kuluçka aşamasında araştırmacı dengesini kaybetmekte, sürekli imgeler ve fantaziler yaratmaktadır. Bu aşamada araştırmacının bilinç alanı iyice açılmış, zihinsel sınırlamalar gevşemiş ve daha özgür hale gelmiştir. Bu aşamanın en temel özelliği, ne mevcut olanlardan ne de araştırmacının kendinden doyum almamasıdır. Dolayısıyla, araştırmacının soru üzerinde çözüme yönelik olarak buluşa ulaşmaya çalıştığı bu aşamaya, kuluçka adı verilmektedir. Birinci ve ikinci aşamada sürekli gerilim içinde olan araştırmacı bir anda buluş ışığının zekâsını aydınlattığını ve çözüme ulaştığını farkedebilir. Bu üçüncü aşamaya da yaratıcılık sürecinde aydınlanma aşaması denir. Bu aşama genellikle kısadır, buluş aniden şekillenir ve araştırmacı gerilimden kurtulur ve rahatlar. Dördüncü aşama aydınlığa kavuşan fikrin uygulanması aşamasıdır. Burada aydınlığa kavuşan fikrin uygulanmasına geçilir. Buluş, deney ortamında kontrol edilebilir koşullar halinde ortaya konulur. Deneme yanılmalarla mantıksal ve rasyonelleştirilmiş olarak tekrar tekrar ele alınır. Dördüncü aşama aynı zamanda eleştiri adını da alır. Bu aşama iki biçimde sonuçlanabilir. Aşamalardan ilki, uygulanabilir bir sonuca ulaşamadığından tekrar kuluçka aşamasına dönmek, diğeri ise buluşu uygulanabilir hale getirmektir (Budak ve Budak, 1995). Yaratıcılık sürecinin son aşaması ise ortaya konulan buluşun denenmesi ve formülleştirilerek yaygınlaştırılmasıdır. Bu aşama ayrıca, buluşun yayılması, sosyalleşmesi aşaması olarak da kabul edilmektedir. Görüleceği üzere herhangi bir fikrin kabul edilebilir ve uygulanabilir olması da tek başına yeterli değildir. Bu fikrin toplum tarafından kabul görmesi de gerekmektedir. Yapılan buluşun yaygınlaştırılması aşamasında yenilik kavramının devreye girdiği görülmektedir. Çünkü, yenilik yaratıcılığın ticarileşmiş hali olarak kabul edilmektedir (Akat, Budak ve Budak, 1994). O halde girişimci faaliyeti, iki temel parçadan oluşmaktadır. Buluş ve yenilik. Yaratıcılık ve beyin fırtınaları sonucu ortaya çıkan yeni fikir ve ürünler buluş kavramı içinde incelenirler. Kuşkusuz işletmelerde buluş konusunda da yenilik konusunda da kararı girişimci ya da girişimci kişiliğe sahip yöneticiler verecektir (Banfe, 1991). Genellikle buluş bir bilimsel araştırma ürünü ise, girişimci bu son aşamada yaratıcılık sürecine girmekte, tersine uygulamalı araştırmalar sonucu ortaya çıkan buluşlarda girişimci, yaratıcılık sürecinin başlatıcısı olmaktadır (Akat, Budak ve Budak, 1994). Dolayısıyla girişimci bu sürece hem risk alarak rekabet üstünlüğü sağlama açısından hem toplumsal gelişmeyi gerçekleştirme açısından katkı vermektedir. Burada şu noktayı belirtmekte yarar vardır; yalnızca yaratıcı yönlerini kullanan bireylerde, kârlılık olgusu çok fazla önem taşımamaktadır. Bu yüzden yaratıcı bireylerin davranışlarında girişimci bireylere nazaran daha fazla esnekliğe sahip oldukları söylenebilir (Akat, Budak ve Budak, 1994).

2.2. Girişimci Bireylerin Özellikleri

Bir psikologa göre; girişimci belirli güdülerle hareket eden, bir şey elde etmeyi ya da bir şeye ulaşmaya ihtiyaç duyan, başarmak için çalışan veya başkalarının emri altına girmekten kaçınan kişidir. Bir sanayiciye göre; girişimci bir tehdit, saldırgan bir rakip olarak görülür. Bir başka sanayiciye göre aynı girişimci girdi kaynağı, bir müşteri ya da diğer insanların yaşam standardını yükselten, kaynakları daha etkili kullanmanın yollarını bulan ve başkalarının mutlu olmasını sağlayacak işler üretir (Hisrich ve Peters, 1998). Girişimcilerin çoğu kendi patronları olmak istegindedirler. Girişimciler, büyük, oturmuş bir organizasyonu yönetmekten ziyade yeni şeyler yaratma ve yapma fırsatı ile daha fazla ilgilenmektedir.

Smilor ve Sexton (1996) başarılı bir girişimcinin üç temel özelliğinin; vizyon, misyon ve hırslı olma olduğunu belirtmektedirler. Onlara göre başarılı girişimciler çok para kazananlar değil, önemli olduklarını bildikleri ve zevk aldıkları işleri yapanlardır. Başarının anahtarı hoşlanılan işin yapılmasıdır. Başarı imkânsız yapmaktan gelmez; günlük olası işleri yapmaktan gelir. Girişimcilerin başarısı risk üstlenmeleri, cesaretleri, inançları ve tutkuyla bağlanmalarından gelir.

Girişimci her şeyden önce bir insandır. Bu nedenle girişimciler, yaşadıkları sosyo-ekonomik ortamın ürünüdürler. Her ne kadar girişimciliğin, insanın bireysel yetenekleri ve eğitimiyle ilgisi varsa da tek başına bu iki unsur yeterli değildir. Bunların dışında bireyin içinde bulunduğu örgüt kültürü ve çevresel faktörler girişimcinin davranışlarını ve kararları etkiler. Bu faktörler Tablo-1'de görüldüğü gibi sıralanabilir (Birley, 1993).

Tablo 1. Girişimciliği Şekillendiren Etmenler

Geçmişten Gelen Etmenler:	
1.	Genetik Faktörler
2.	Aile
3.	Eğitim
4.	Deneyim
Örgüt Yapısı:	
1.	Coğrafik Konum
2.	Kazanılan Bilgi, Deneyim ve Beceriler
3.	İş Arkadaşları ile İlişkiler
4.	Motivasyon
Çevresel Faktörler:	
1.	Ekonomik Koşullar
2.	Risk Sermayesinin Sağlanabilirliği
3.	Girişimcilik Örnekleri
4.	Danışmanlık Hizmetlerinden Yararlanabilme
5.	Tüketicilerin Kazanabilirliği, İnsan Gücü ve Hizmet Desteğinin Sağlanması

Kaynak: (Birley, 1993)

Girişimcilik, yenilik ve yaratıcılık kavramları ile ilgili yapılan çeşitli araştırmalar, girişimcilerin özelliklerini ve örgüt içinde üstlendikleri rolleri belirtmektedir. Girişimcilerin başarısı bu farklı rolleri uyumlaştırma ve aynı anda üstlenebilmelerine bağlıdır. Girişimciler aynı zamanda iyi bir yönetici de olmak zorundadırlar. Girişimci becerilerinin işletmelerin başarısı üzerindeki etkileri inkâr edilemeyeceğine göre, örgüt yönetim tarzlarının da girişimciliği teşvik edecek şekilde dizayn edilmesi gerekmektedir. Yenilikçi, öncü, risk alma yoluyla pazarı ve kendisini sürekli olarak geliştiren yöneticilere ve bu yöneticilerin liderliğinde oluşturulmuş ve dizayn edilmiş olan örgüt kültürüne sahip işletmelerde girişimci yönetim tarzından bahsetmek mümkündür (Dikmen ve diğerleri, 1997). Bireylerin

girişimcilik eğilimlerini saptamaya yönelik araştırmalar, girişimcilik eğiliminde olan ve olmayan birey ve meslek gruplarını belirlemeye çalışmıştır. Tablo-2’de girişimcilik eğilimi olan ve olmayan bazı meslek grupları ve bunların özellikleri gösterilmiştir (Robinson, 1990).

Tablo 2. Girişimci Olan ve Olmayanların Eğilimleri

İşçi	Bürokrat	Finansör	Uzman	Yönetici	Taklitçi Girişimci	Fırsatçı Girişimci	Risk Serma.	Yenilikçi Girişimci	Buluş Yapan
GİRİŞİMCİ OLMAYANLAR					GİRİŞİMCİLER				
Bağımlıdırlar					Bağımsızdırlar				
Elindekilerle Yetinirler					Refahı ve Bolluğu Arzularlar				
Fırsatları Değerlendirmezler					Fırsatları Kollarlar				
Yenilikçi Değildirler					Yenilikçidirler				
Şansa Güvenmezler					Şanslarına Güvenirler				
Risk almaktan Kaçınırlar					Risk Üstlenirler				
Analitiktirler					Sezgilerine Güvenirler				

Kaynak: (Robinson, 1990)

Yukarıdaki Tablo-2’de girişimcilik eğilimi soldan sağa doğru gittikçe artmaktadır. Tablo-2’den de görüleceği gibi girişimcilik eğilimi olmayan meslek gruplarının başında işçiler ve bürokratlar gelmekte bunu ödünç para verenler veya finansörler ve belirli bir konuda uzmanlaşmış olan profesyoneller ve yöneticiler takip etmektedir. Görüldüğü gibi bu grup içinde özellikle yöneticilerin girişimciliğe eğilimleri diğer meslek gruplarına nazaran daha yüksektir. Çünkü eğilim çapına en yakın olan meslek grubu yöneticiliktir. Girişimcilik eğilimi yüksek olan grup ise taklitçi girişimci, fırsatçı girişimci, risk sermayedarları, yenilikçi girişimci ve buluş yapanlar şeklinde sıralanmıştır. Görüleceği üzere girişimcilik eğilimi en yüksek olan yenilikçi ve buluşçular veya yaratıcılar yalnızca yeni fikirleri kullanmakla yetinmemekte, yeni fikirler bulma ve geliştirme konusunda da çaba sarfetmektedirler. Ayrıca risk üstlenme, şanslarını deneme konusunda daha fazla cesaret gösterme, sezgilerine güvenme, fırsatları kollama, bağımsız hareket etmeyi isteme gibi özelliklere de sahiptirler. Görüleceği üzere girişimci geleceğe yönelmiş, giriştiği ekonomik faaliyetlerden doğabilecek sonuçları önceden hesaplayan ve bunları üstlenmekten çekinmeyen, iktisadi faaliyetlere dinamiklik kazandıran kişidir. Bu doğrultuda “Girişimci insan gücü nitelikleri ne olmalıdır?” sorusuna da cevap aramak gerekmektedir.

Daft (1991) girişimcilik özelliklerini şöyle sıralamaktadır: 1) Belirsizlik karşısında yüksek tolerans, 2) Yüksek içsellik, 3) Yüksek enerji düzeyi, 4) Kendine güven, 5) Yüksek Başarı İhtiyacına sahip olmaktır.

2.3. Girişimcilik ve Yenilikçilik

Yenilikçilik, girişimcilik tanımının odak noktasını oluşturur. Yeni bir şey yaratma demek olan yenilikçilik, bir girişimcinin en zor işlerinden birisidir. Yenilikçilik, yaratma ve tasavvur etme yeteneğini gerektirmesinden öte işi etkileyen çevresel koşulları kavrama yeteneğini de gerektirmektedir. Yenilik; yeni bir mal, yeni bir dağıtım kanalı ya da yeni bir örgütsel yapı geliştirme gibi faaliyetlerden birisi olabilir (Hisrich ve Peters, 1998).

Girişimciler değişimi yaratan ve yöneten kişilerdir. Yenilik yaparak, girişimciler sürekli fırsatları yakalayıp kavrama yeteneği sergilerler. Yenilikçilik, girişimcilerin yeni zenginlik üretici kaynaklar keşfetme ve mevcut kaynakları ilave zenginlik yaratmada kullanırlar. Girişimciler, fırsatları pazarlanabilir fikirlere dönüştürerek değişimin katalizörü olurlar (Eggers ve Smilor, 1996).

2.4. Girişimcilik ile Bağımsızlık ve Başarı İhtiyaç Seviyesi İlişkisi

Bağımsızlık ihtiyacı kontrol hissiyle yakından ilişkilidir. Girişimci yapacağı işleri kendi yöntemiyle yapma ihtiyacında olan bir kişiliğe sahiptir ve bir başkası için çalışmak ona zor gelmektedir.

Tartışmalı girişimcilik özelliklerinden birisi de girişimcinin başarı ihtiyacıdır. McClelland'ın başarı ihtiyacı konusundaki çalışması girişimcilerin psikolojik özelliklerini tanımlamaktadır. McClelland "Başarı İhtiyacı" kuramında girişimcinin psikolojik özellikleri olarak üç boyut belirlemiştir: (1) problemlerin çözümünde, amaçların belirlenmesinde ve kendi çabalarıyla bu amaçlara ulaşmakta "şahsi sorumluluk", (2) şans yerine, yeteneğin bir fonksiyonu olarak "hesaplı risk üstlenme", ve (3) bir kararın ya da görev başarısının "sonuçlarını bilme". McClelland yüksek başarı ihtiyacının bireyleri girişimcilikle meşgul olmaya götürdüğü sonucuna varmaktadır. Araştırmalar bu yargıyı destekleyen ve desteklemeyen olmak üzere tutarsız sonuçlar ortaya koymuştur. Hisrich ve Peters (1998) bu konuda McClelland'ın kullandığı kavramın değiştirilerek değişik bir ölçüm setiyle başarı ve girişimcilik arasında daha anlaşılır bir ilişkinin bulunabileceğini tavsiye etmektedirler.

Soyşekerci'ye (2001) göre, yüksek başarı ihtiyaç seviyesine sahip olmak girişimcilerde bulunması gereken özelliklerden birisidir. Bu özelliğe sahip insanlar, kendi çabalarıyla sonuç almayı, normale göre zor hedefler seçmeyi nasıl yapabildiklerini gösterecek neticeyi hemen almayı severler.

2.5. Kültür Kavramı ve Tanımı

Bilindiği gibi kültür kavramı daha çok antropoloji bilim dalının ilgi alanına giren bir konudur. Antropologlar uzun yıllar bu konu üzerinde araştırma yapmışlar ve kültür kavramını çeşitli boyutlar açısından tartışmışlardır. Bu antropologlardan Kroeber ve Kluckhohn (1952), yayımladıkları antolojide kültürün 164 farklı tanımını derlemiş ve tartışmışlardır.

Kültür kavramının literatürde farklı antropologlarca yapılmış çeşitli tanımları bulunmaktadır:

Veyis (1971), kültürü insanların fiziksel ve toplumsal çevrelerine uyum yapabilmeleri için yarattıkları maddi ve manevi eserlerin tümü olarak tanımlamaktadır.

Marx'ın tanımına göre, kültür, doğanın yarattıklarına karşılık, insanoğlunun yarattığı herşeydir (Güvenç, 1999).

Wells'e (1984) göre kültür, bir kuşaktan diğerine aktarılan bilgi ve kalıplaşmış davranış biçimleri birikimidir.

Kültür; bir toplumu diğer toplumlardan ayıran değerlerin, inançların, davranışların, gelenek ve göreneklerin, tutum ve tavırların bütünüdür (Griffin, 1996).

Hofstede'e göre kültür; bir insan grubunu bir diğerinden ayıran "aklın kolektif programlanması"dır. Diğer bir deyişle bir insan grubunun çevresine verdiği tepkileri etkileyen ortak özelliklerin birbirleriyle ilişkili toplamıdır (Fatehi, 1996).

Kültür; insanlar arası etkileşimin bir sonucudur. İnsanların, sosyal davranış geliştirmek ve deneyimlerini yorumlamak için kullandıkları kazanılmış birikimleridir. Bu birikim değerleri oluşturur, tutumları yaratır ve davranışları etkiler (Vern ve Kenneth, 1985).

2.6. Kültürün Özellikleri

Pek çok kültür araştırmacısı, aşağıda tanımlanmış kültüre ilişkin özellikler üzerinde hemfikirlerdir (Luthans, 1989). Buna göre kültür:

- *Öğrenilir*; kültürün kalıtsal biyolojik temelleri yoktur, öğrenilerek ve deneyimlerle kazanılır.
- *Nesilden nesile aktarılabilir*; kültür kümülatiftir ve birikimleri yansıtır, bir nesilden diğerine aktarılır.
- *Paylaşılır*; bir grubun, organizasyonun ya da toplumun üyeleri olarak insanlar kültürü paylaşır, bireylere özgü değildir.
- *Semboliktir*; bir kavram veya nesneyi ifade etmek için bir diğer kavram veya nesnenin kullanılması veya sembolize edilmesi konusundaki insan kapasitesine dayanır.
- *Kalıplaşmıştır*; tümleşik bir yapıya sahiptir, bir parçasındaki değişim bir diğerinde de değişime yol açar.
- *Uyarlanabilir*; insanların değişim ya da adapte olma kapasitesine dayanır. Dolayısıyla, toplumu etkileyen dış güçlere karşılık olarak değişir.

2.7. Kültürün Boyutları

Farklı ülkelerin ulusal kültürlerindeki fark ve benzerliklerini ortaya koymak, kültürel değerlerin işletmelerdeki insanların tutum ve davranışlarını nasıl etkilediğini belirlemek amacıyla, Hollandalı araştırmacı Geert Hofstede (1980), 72 farklı ülkede faaliyet gösteren uluslararası IBM işletmesinin 116 000 çalışanı arasında yaptığı araştırma sonuçlarına dayanarak kültürel değerleri 4 farklı boyutta ele almayı önermiştir (Offermann ve Hellmann, 1997):

- Bireysellik – Toplumsallık
- Erkillik – Dişillik
- Güç mesafesi
- Belirsizlikten kaçınma

2.8. Kültürün Girişimciliğe Etkisi

Sosyal bir olgu olan girişimciliğin, kültürü oluşturan gelenek, görenek ve ahlâkî değerlerden etkilenmemesi düşünülemez. Girişimci davranış biçimini yaşadığı çevre ve gördüğü eğitimden almaktadır. Toplumun en dinamik kesimi olan girişimciler kültürel değişimlerden en çabuk etkilenmekte ve ayakta kalabilmeleri için olayları çok yakından ve güncel olarak izlemeleri gerekmektedir (Açıkgöz, 1990).

Yeni bir işletme kurma algılaması kişinin kültürü, alt kültürü, ailesi, öğretmenleri ve arkadaşlarından kaynaklanan istenen sonuçlardır. Bir şahsın başarılı bir şekilde yeni bir işletme kurmasına değer veren bir kültür, bu önemi vermeyen bir kültürden daha fazla yeni, riskli kuruluşların kurulmasını artıracaktır. Bir kültürde kişinin kendi patronu olmaya, bireysel fırsatlara sahip olmaya, başarılı olmaya ve para kazanmaya çok önem veriliyorsa, bu kültürde girişimciliğin tüm yönleri olan bu hususlar destekleniyor demektir. Böyle bir kültürün hüküm sürdüğü bir ortamda çok yüksek oranda işletmelerin kurulması söz konusu olmaktadır. Öte yandan, başarılı, yeni işletmeler kuruluyor olmasına rağmen buna hiç önem verilmezken başarısızlıkların çok büyük itibar kaybı olarak görüldüğü kültürlerde yüksek oranda yeni işletme kurma ve girişimcilik görülmez (Hisrich ve Peters, 1998).

Hisrich ve Peters'e göre (1998) hiçbir kültür tamamen girişimciliğe destek veren ya da karşı olan bir kültür olarak tanımlanamaz. Değer sistemlerini etkileyen birçok alt kültür, bir kültürün kapsamını oluşturmaktadır. Bu alt kültürler girişimciliği teşvik ederek daha fazla yeni işletmeler kurulmasını desteklemekte ve artırmaktadır. Bu alt kültürlerde girişimcilik en değer verilen meslekler arasında değerlendirilmektedir.

Bu alt kültürlerde de girişimciliği destekleyen kültürel faktörler farklılıklar sergilemektedir. Girişimcilerin yapılan araştırmalarda bağımsızlığa önem veren anne ve babaların çocukları olduğunu ortaya çıkarmıştır. Aile ortamı girişimciliğe destek veren özellikleri bünyesinde barındırıyorsa o toplumda daha fazla girişimci çıkmaktadır.

Bir işletme kurma teşviki eğitim sisteminden de kaynaklanmaktadır. Eğitim sisteminde yer alan öğretmenler, öğrencilerinin girişimciliği bir kariyer sahası olarak düşünmelerinde çok fazla etkiye sahiptirler. Girişimcilik ve yenilikçilik derslerine programlarında ağırlık veren okulların girişimciler yetiştirmeye daha eğilimli oldukları ve ekonomik faaliyetlerin yoğunlaştığı alanlarda faaliyette buldukları görülmektedir.

Girişimcilik, taklit edilerek başarılı girişimcilerin bulunduğu ekonomik çevrelerde daha hızlı gelişmektedir. Özellikle arkadaşlarının başarılı girişimciler olduğunu gören kişiler işletme kurmaya heveslenerek bu yöne yoğunlaşmaktadır. Bu yoğunlaşmanın sonucunda belirli bölgelerde âdeta girişimci havuzları oluşabilmektedir. Bu yöreler, girişimci ve potansiyel girişimcilerin buluşma yeri olmakta ve bu bölgeler diğer yerlere göre daha fazla fikirleri, problemleri ve çözümlerini tartışabilen yerler olabilmekte ve yeni işletmelerin kurulma olasılığını artırmaktadır (Hisrich ve Peters, 1998).

Girişimciliğin bir toplumda başarılı olabilmesinde o toplumun yüksek güvenli bir toplum olmasının rolü büyüktür. Bir girişimci, çevresinde güven duyabileceği insanların sayısı ne kadar fazla olursa, girişimcilik çabası o oranda artacaktır. Yüksek güvenli topluluklarda, girişimciler diğer meslektaşlarıyla ve astatlarıyla iş birliğini artırmanın yanı sıra amirleri de kendilerine güvendikleri için sorumluluklarını serbestçe yerine getirebilecekleri yetkiyi de devrederler. Amirler, insanlara işlerini bildikleri gibi yürütme özgürlüğü sağlarlar. Bu yüksek güven gayri şahsî, resmî sözleşmeler, sıkı gözetim ve yakından kontrole önem veren, katı hiyerarşik örgütsel yapılarla yaratılamaz. Yüksek moral değerlere destek veren, dış çevre yönelimli liderliğe sahip sosyal gruplarda girişimci iş birliğinin ortaya çıkıp, gelişmesi daha yüksek olasılıkla mümkündür (Casson,1990). Yaratıcılığın, yenilikçiliğin ve girişimciliğin gelişmesinde toplumda yer alan organizasyonların yapısal özellikleri de etkili olmaktadır. Sargut (1995) organizasyonlardaki güvenin düzeyi ile örgütsel yapısal özellikler arasında ilgi kurmaktadır. Sargut'a göre güven önemli bir kültürel değer olarak örgütsel yapıların özellikleri üzerinde etkili olmaktadır. Örgüt bireylerinin arasındaki yüksek güven merkezleşmenin azalmasına, gevşetilmiş, içselleştirilmiş denetime neden olmaktadır. Güven azlığı ise, merkezleşmeyi artırmakta, katı dışsal denetimi devreye sokmaktadır.

Girişimcilerin belirsizliğe karşı toleransları daha yüksektir. İnsanların çoğu belirgin iş ortamlarını, biçimsel organizasyonları ve eksiksiz bilgiye sahip olmak isterler. Düzensizlik ve belirsizlik birçok insanın psikolojik olarak problem yaşamasına sebep olmaktadır. Girişimcilik için bu önemli bir özelliktir. Çünkü çok az durum yeni bir işe başlamaktan daha fazla belirsizlik içerebilir. Kararlar hangi seçeneğin başarılı olacağı konusunda açıklık ve belirginlik olmadan alınır. Bu özelliklere sahip bir girişimci birçok kişinin cesaret edemeyeceği belirsizlik düzeylerinde risk alarak işini sürdürmeye devam eder. Yeni bir girişimi, sıfırdan

başlatma, başlangıçtan itibaren girişimin değişik safhalarında belirsizliklerle karşılaşılacak bir süreçtir.

Girişimcilerin önemli özellikleri arasında yer alan risk üstlenme ve belirsizlikten az kaçınmanın kültürü oluşturan unsurlardan olan güç mesafesiyle yakından ilişkilidir. Uygulama alanı olarak seçilen Kazakistan ve Türkiye güç mesafesi yüksek olan ülkeler arasında bulunmaktadır. Belirsizlikten kaçınmanın az olduğu ve düşük güç mesafeli toplumlarda toplumsal ve örgütsel hiyerarşinin daha fazla olduğu ve bunun sonucu insanların birbirleriyle kolayca diyalog kuramadıkları ve risk almaktan kaçındıkları beklenmektedir (Sargut,1995).

Kişisel bağımsızlık isteği, bir girişimcinin en önemli özelliklerinden biridir. Ailede yetişen çocukların tek başlarına hareket edebilme ve başkalarına tamamen bağlı olmadan hareket edebilmeleri bireyci, düşük güç mesafeli ve belirsizlikten fazla korkmayan ve eril özellikleri yüksek kültürel özellikler sergileyen toplumlarda söz konusu olmaktadır. Girişimci kişiler ve girişimcilik bu özelliklere sahip kültürlerde de fazla mümkün olmaktadır.

Girişimcilikte hesaplı riske girme önem kazanmaktadır. Belirsizlikten fazla kaçınan kültürlerde insanların hesapsız riske girme olasılıkları artarken hesaplı riske girme ortamları bulma şansları azalmaktadır. Belirsizlikten kaçınan kültürler keşmekeşin olduğu durumlardan kaçınmaya çalışırlar. Bu kültürlerde insanlar içinde buldukları ortamda olayların tahmin edilebileceği bir yapı ararlar. Bu durum onları doğal olarak riskli davranışlara iter. Bu hesaplı olmayan riskli davranışların girişimciliği engelleyici, insanların başarısızlıklardan aşırı korkmalarına neden olan bir çelişkili bir duruma neden olması söz konusu olmaktadır.

Erkek kültürlü toplumlarda girişimcilik için vazgeçilmez bir özellik olan çalışkanlık vurgulanan bir değer olarak öne çıkarken, dişi kültürlü toplumlarda çalışmayı sevmeme, sadece yaşamak için çalışma önem kazanmaktadır. Erkek kültürler girişken, saldırgan, kararlı kahramanlar üretirken; dişi kültürlerde konsensüs arayan, ortalarda az görünen, öne çıkmaktan kaçınan ve sezgili tipte kahramanlar üretirler.

3. ARAŞTIRMANIN AMACI, YÖNTEMİ, EVRENİ VE UYGULANAN ÖRNEKLEM

Yapılmış olduğumuz araştırmanın amacı, Kazakistan'daki Ahmet Yesevi Uluslararası Türk-Kazak Üniversitesi ile Türkiye'deki Hacettepe Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü birinci ve son sınıf üniversite gençliğinin girişimcilik, yaratıcılık ve yenilik kavramları çerçevesinde kendilerini nasıl tanımladıklarını belirlemek ve girişimcilik eğilimlerine saptamaktır. Araştırma kitlesi olarak İşletme Bölümü öğrencilerinin seçilmesinin nedeni, işletme eğitiminin öncelikli amacının pazar koşullarına uygun girişimci yöneticiler yetiştirmek olmasından kaynaklanmaktadır. Ayrıca verilen eğitim baz alınarak nispeten homojen bir kitleye ulaşılmaya çalışılmıştır. Yapılan araştırma birincil el verilere dayandırılmış ve bu amaçla Kazakistan'da ve Türkiye'de bulunan iki Üniversitenin (UTKÜ ve Hacettepe) İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü birinci ve son sınıf öğrencilerine anket uygulanmıştır. Anket formunun hazırlanmasında araştırma amacına uygunluk ve kolay anlaşılabilir olması gözönünde bulundurulmuştur. İki bölümden oluşan anket formunun, birinci bölümünde kişisel bilgilere, ikinci bölümünde ise gençlerin girişimcilik eğilimlerini saptamaya yönelik sorulara yer verilmiştir. Bu soruların hazırlanmasında İnterconsult Yönetim Danışmanlığı şirketinin Türkçe'ye çevirdiği Herrmann Brain Dominanca Instrument-Herrmann Beyin Baskınlık Analizi formundan yararlanılmıştır (Power, Nisan 1997 Eki). Türkiye için bu anket

uygulanmıştır. Ayrıca, bu anket Rusça'ya ve Kazakça'ya farklı kişiler tarafından çevrilerek, bazı soruların kültürel farklılıklarına dikkat ederek Kazakistan ülkesi için hazırlanmıştır. 1995 yılında Amerika'da İnsan Kaynakları konusunda yılın adamı seçilen Ned Herrmann tarafından geliştirilen Beyin Baskınlık Analizi 1986 yılından beri öğrencilerin, eğitimcilerin ve her kademedeki yöneticilerin kişisel tercih, düşünce, davranış tarzları ve başarı potansiyellerini tanıyabilmeleri için etkin kullanılmaktadır. Kişilerin üniversite tercihleri, meslek seçimi, sahip olunan işte veya meslekte her türlü yönetim kademesinde başarılı olma yollarını, kişisel bazda ortaya çıkaran bu analiz, doğruluk derecesi ve geçerliliği yüksek kişisel analiz metodlarından biri olarak kabul edilmektedir (<http://www.herrmann.com.au>). Kullanılan bu analizde soru sayısı toplam 120 tane. Araştırmamızda ise bu soruların yalnızca 27 tanesinden yararlanılmıştır. Literatürde Herrmann Beyin Baskınlık analizi kullanılarak yapılmış pek çok çalışma mevcuttur.¹ Bununla birlikte, anketin hatalı hazırlanmasından ya da uygulanmasından kaynaklanabilecek geçersizlikleri önlemek için araştırma kapsamına alınacak öğrencilere uygulanacak anket formu, öncelikle küçük bir örnek üzerinde denenmiş, anlaşılmasında güçlük çekilen veya değiştirilmesi gereken sorular saptanmış ve gerekli düzeltmeler yapılmıştır. Bu yolla anket formunun yanlış anlaşılmasından kaynaklanabilecek sistematik hata mümkün olan en az seviyeye indirgenmeye çalışılmıştır. Herrmann Beyin Baskınlık analizinde alınan ve araştırmamızda kullanılan soruların güvenilirlik derecesi (Chronbach α) %51.5'tir. Bu durumda 27 soru için elde edilen güvenilirlik derecesinin tatmin edici düzeyde olduğu söylenebilir.

Araştırma kapsamına alınan katılımcıların araştırmaya dahil edildiklerini bilmelerini önlemenin, yüz yüze anket yönteminde imkanı yoktur. Bu nedenle oluşabilecek olumsuz etki, anket uygulaması sürecinde yapılan görüşmelerle, rahat bir ortam sağlanmaya çalışılarak bir ölçüde giderilmeye çalışılmıştır.

Araştırmamızda tesadüfî olmayan örnekleme kullanılmış ve Kazakistan ve Türkiye il sınırları içinde, iki büyük üniversitenin birinci ve son sınıf öğrencilerine ulaşılmaya çalışılmıştır. Bu yüzden seçim etkisinden kaynaklanabilecek geçersizliğin en aza indirildiği söylenebilir. Araştırmanın evrenini; 2003-2004 öğretim yılı kapsamı içinde Kazakistan ve Türkiye ülkelerinde eğitim veren iki Üniversitenin (Ahmet Yesevi Uluslararası Türk-Kazak Üniversitesi ve Hacettepe Üniversitesi), İktisadi İdari Bilimler Fakültesi, İşletme Bölümü birinci ve son sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Okullardan temin edilen öğrenci listeleri doğrultusunda yaklaşık 500 tane birinci ve son sınıf öğrencisi tespit edilmiş ve bunların tümüne ulaşılmaya çalışılmıştır. Ancak öğrenci devamsızlıkları ve geçersiz anketler yüzünden değerlendirmeye 353 anket alınmıştır.

Araştırmamıza katılan Kazak ve Türk gençlerine ait genel demografik bulgular Tablo-3'de gösterilmiştir. Araştırmamıza katılan öğrencilerin %42,8'i Kazakistanlı, %57,2'si Türkiyelidir. Bunlardan %53,8'i bayan, %46,2'si baydır. Ayrıca, uygulamada öğrencilerin %57,8'i son sınıf, %42,2'si birinci sınıf öğrencileridir. Genel olarak, Tablo-3'de görüldüğü gibi, öğrencilerin %56,9'u 21-25 yaş grubu arasında yer almaktadır. Öğrencilerin %40,2'sinin ailesi toplam aylık gelir açısından yüksek gelir grubu içine girmektedir. Gençlerin %49,3'nün kendilerine ait gelirleri yoktur. Ancak, küçük bir farkla %49,0'luk öğrenci grubu burs aldıklarını ve kendilerine ait gelirin olduğunu söylemişlerdir. Gençlerin %63,7'nin babası, %58,1'nin annesi üniversite eğitimi görmüşlerdir. Deneklerin büyük bir çoğunluğu günlük gazete okumaktadır (%51,8). Ayrıca, %37,7 oranında denek grubu periyodik olarak dergileri takip ettiklerini belirtmişlerdir.

¹ Aynı açıdan yaklaşan bazı çalışmalardan örnek bkz. (Gorovitz 1980, 1986, 1988; Bernhoft 1987; Norris 1986)

Tablo 3. Kazakistan ve Türkiye Öğrencilerinin Genel Kişisel Bilgileri

No	Kişisel Özellikler	F	%
1.	Ülke:		
	Kazakistan	151	42,8
	Türkiye	202	57,2
2.	Cinsiyet:		
	Bayan	190	53,8
	Bay	163	46,2
3.	Yaş:		
	16-20	151	42,8
	21-25	201	56,9
	26-30	1	0,3
4.	Sınıf:		
	1. sınıf	149	42,2
	4. sınıf	204	57,8
5.	Yerleşim:		
	Köy	2	0,6
	Kasaba	31	8,8
	İlçe	67	19,0
	İl	253	71,7
6.	Baba Eğitimi:		
	İlkokul	14	4,0
	Ortaokul	11	3,1
	Lise	57	16,1
	Üniversite	225	63,7
	Master/Doktora	46	13,0
7.	Anne Eğitimi:		
	İlkokul	40	11,3
	Ortaokul	15	4,2
	Lise	81	22,9
	Üniversite	205	58,1
	Master/Doktora	12	3,4
8.	Ailenin Toplam Geliri:		
	Asgari ücretten düşük (düşük)	1	0,3
	Asgari ücret-250.000.000 TL (düşük)	3	0,8
	251.000.000-500.000.000 TL (orta)	17	4,8
	501.000.000-800.000.000 TL (orta)	59	16,7
	801.000.000-1.000.000.000 TL (yüksek)	131	37,1
	1.000.000.000 ve üstü (yüksek)	142	40,2
9.	Kendi geliri:		
	Hayır	174	49,3
	Evet, burs alıyorum	173	49,0
	Evet, çalışıyorum	6	1,7
10.	Haberlerde kullanılan araç:		
	TV	249	70,5
	Radyo	34	9,6
	Gazete	61	17,3
	Dergiler	9	2,5
11.	Günlük Gazetenin Okunması:		
	Evet	183	51,8
	Hayır	83	23,5
	Bazen	87	24,6
12.	Periyodik olarak Derginin Okunması:		
	Evet	133	37,7
	Hayır	115	32,6
	Bazen	105	29,7
	TOPLAM:	353	100,0

Genel olarak, Kazak ve Türk gençleri çevrede gelişen olay ve haberleri takip ederken birinci sırada televizyonu (%70,5), ikinci sırada gazeteyi (%17,3) ve üçüncü sırada radyoyu (%9,6) tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Araştırmamızda

denek grubunu oluşturan Kazak ve Türk gençlerinin, çevreleri ile ilgili, gelir seviyeleri düşük olmayan ve genelde eğilimli aile yapısına sahip oldukları görülmektedir. Ailenin eğitim seviyesi ve alt kültür yapısı çevre ile birlikte girişimciliği teşvik eden faktörler olarak karşımıza çıktığı için önemlidir.

Araştırmamıza katılan Kazak ve Türk gençlerine ait demografik bulgularını ayrı ayrı ele alarak, Kazakistan için Tablo-4’de ve Türkiye için Tablo-5’de görmek mümkündür.

Kazakistan’daki UTKÜ’de ve Türkiye’deki Hacettepe Üniversitelerinde eğitim alan üniversite öğrencilerini ele alacak olursak, Kazak gençlerin %49,7’si bayan, %50,3’ü bay iken, Türk gençlerin %56,9’u bayan, %43,1’i baydır. Ayrıca, uygulamada Kazak öğrencilerin %57,6’sı birinci sınıf, %42,4’ü son sınıf öğrencileri, Türk gençlerin ise %69,3’ü son sınıf, % 30,7’si birinci sınıf öğrencileridir. Tablo-4 ve Tablo-5’de görüldüğü gibi, Kazak öğrencilerin %64,9’u 16-20 yaş grubu, Türk öğrencilerin ise %73,3’ü 21-25 yaş grubu arasında yer almaktadır. Burada, Kazak ve Türk öğrencilerinin yaş grubu arasında bir farklılık görülmektedir. Çünkü Kazak gençleri Türk gençlerine nazaran daha genç yaşlarda üniversite eğitimine başlayabilmektedir. Bunun nedeni de, Kazakistan eğitim sisteminin gençler için daha elverişli ve verimli olduğunu göstermektedir. Çünkü Kazakistan’daki eğitim sistemine göre ilkökul, ortaokul ve lise ayırımı yapılmadan genel olarak “orta eğitim” altında 11 yıl olmak üzere eğitim vermektedir. Ayrıca, Kazakistan ve Türkiye arasında üniversitelere girme ve yerleştirme sistemi açısından da farklılıklar vardır. Dolayısıyla, Kazakistan’daki bugünde geçerliliği halen süren üniversite sınavları Türkiye sistemine göre daha etkin olduğundan, Kazak gençlerinin hemen hemen yarısından çoğu hiçbir sene kaybına uğramadan liseden sonra direkt üniversiteyi kazanmaktadır. Kazak öğrencilerin %49,7’sinin ailesi toplam aylık gelir açısından orta gelir grubu, Türk öğrencilerin %58,9’unun ailesi toplam aylık gelir açısından yüksek gelir grubu içine girmektedir. Kazak ve Türk gençleri, ailelerin toplam aylık gelirleri açısından da farklılık göstermektedir. Kazak gençlerin %63,6’sının kendilerine ait gelirleri vardır. Ancak, Türk gençlerin % 59,9’unun kendilerine ait gelirleri yoktur. Kazak gençlerin %69,5’nin babası, %84,1’nin annesi üniversite eğitimi görmüş, Türk gençlerin ise aynı düzeyde %59,4’nün babası, %39,1’nin annesi üniversite eğitimi görmüşlerdir. Bu demek ki, hem Kazak hem de Türk üniversite öğrencilerinin aile eğitiminin yüksek olduğunu göstermektedir. Kazak deneklerin büyük bir çoğunluğu günlük gazete okumamaktadır (%47,7). Ayrıca, %35,8 oranında Kazak denek grubu periyodik olarak dergileri takip etmediklerini belirtmişlerdir. Ancak, Türk gençlerin büyük bir çoğunluğu Kazak gençlerine nazaran günlük gazete okumaktadır (%69,3) ve %39,1 oranında periyodik olarak dergileri takip ettiklerini belirtmişlerdir. Dolayısıyla, Kazak ve Türk gençleri günlük gazete ve periyodik dergi okuma açısından da farklılık göstermektedirler. Bunun tek bir nedeni vardır: Yani, araştırmamızın anket uygulaması için seçilen üniversitenin, Güney Kazakistan’daki Türkistan gibi küçük bir şehirde yerleşmesidir. Dolayısıyla, her ne kadar Ahmet Yesevi Uluslararası Türk-Kazak Üniversitesi Hacettepe Üniversitesinden büyük olmasına rağmen, yerleşim açısından biraz farklılık göstermektedir. Üniversite yerleşiminin büyük veya küçük illerde olması, günlük gazetenin ve periyodik olarak derginin okunması açısından çok büyük önem taşımaktadır.

Ayrıca, Kazak gençleri çevrede gelişen olay ve haberleri takip ederken birinci sırada televizyonu (%68,2), ikinci sırada radyoyu (%16,6) ve üçüncü sırada gazeteyi (%12,6) tercih ederken, Türk gençleri ise birinci sırada televizyonu (%72,3), ikinci sırada gazeteyi (%20,8) ve üçüncü sırada radyoyu (%4,5) tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Burada da, Kazak ve Türk gençlerinin çevrede gelişen olay ve haberleri takip etme araçlarını önemlilik ve etkinlik açısından farklı bir

şekilde sıralama yapmışlardır. Bunun nedeni, daha önce belirttiğimiz gibi denek olarak seçilen üniversitelerin yerleşim alanıdır.

Tablo 4. Kazakistan Öğrencilerinin Kişisel Bilgileri

No	Kişisel Özellikler	F	%
1.	Cinsiyet:		
	Bayan	75	49,7
	Bay	76	50,3
2.	Yaş:		
	16-20	98	64,9
	21-25	53	35,1
3.	Sınıf:		
	1. sınıf	87	57,6
	4. sınıf	64	42,4
4.	Yerleşim:		
	Köy	2	1,3
	Kasaba	30	19,9
	İlçe	51	33,8
	İl	68	45,0
5.	Baba Eğitimi:		
	İlkokul	1	0,7
	Ortaokul	1	0,7
	Lise	10	6,6
	Üniversite	105	69,5
	Master/Doktora	34	22,5
6.	Anne Eğitimi:		
	İlkokul	1	0,7
	Ortaokul	1	0,7
	Lise	12	7,9
	Üniversite	127	84,1
	Master/Doktora	10	6,6
7.	Ailenin Toplam Geliri:		
	Asgari ücret-250.000.000 TL (düşük)	1	0,7
	251.000.000-500.000.000 TL (orta)	3	2,0
	501.000.000-800.000.000 TL (orta)	48	31,8
	801.000.000-1.000.000.000 TL (yüksek)	75	49,7
	1.000.000.000 ve üstü (yüksek)	24	15,9
8.	Kendi geliri:		
	Hayır	53	35,1
	Evet, burs alıyorum	96	63,6
	Evet, çalışıyorum	2	1,3
9.	Haberlerde kullanılan araç:		
	TV	103	68,2
	Radio	25	16,6
	Gazete	19	12,6
	Dergiler	4	2,6
10.	Günlük Gazetenin Okunması:		
	Evet	43	28,5
	Hayır	72	47,7
	Bazen	36	23,8
11.	Periyodik olarak Derginin Okunması:		
	Evet	54	35,6
	Hayır	54	35,8
	Bazen	42	28,5
	TOPLAM:	151	100,0

Tablo 5. Türkiye Öğrencilerinin Kişisel Bilgileri

No	Kişisel Özellikler	F	%
1.	Cinsiyet:		
	Bayan	115	56,9
	Bay	87	43,1
2.	Yaş:		
	16-20	53	26,2
	21-25	148	73,3
	26-30	1	0,5
3.	Sınıf:		
	1. sınıf	62	30,7
	4. sınıf	140	69,3
4.	Yerleşim:		
	Kasaba	1	0,5
	İlçe	16	7,9
	İl	185	91,6
5.	Baba Eğitimi:		
	İlkokul	13	6,4
	Ortaokul	10	5,0
	Lise	47	23,3
	Üniversite	120	59,4
	Master/Doktora	12	5,9
6.	Anne Eğitimi:		
	İlkokul	39	19,3
	Ortaokul	14	6,9
	Lise	68	33,7
	Üniversite	79	39,1
	Master/Doktora	2	1,0
7.	Ailenin Toplam Geliri:		
	Asgari ücretten düşük (düşük)	1	0,5
	Asgari ücret-250.000.000 TL (düşük)	2	1,0
	251.000.000-500.000.000 TL (orta)	14	6,9
	501.000.000-800.000.000 TL (orta)	11	5,4
	801.000.000-1.000.000.000 TL (yüksek)	55	27,2
	1.000.000.000 ve üstü (yüksek)	119	58,9
8.	Kendi geliri:		
	Hayır	121	59,9
	Evet, burs alıyorum	77	38,1
	Evet, çalışıyorum	4	2,0
9.	Haberlerde kullanılan araç:		
	TV	146	72,3
	Radyo	9	4,5
	Gazete	42	20,8
	Dergiler	5	2,5
10.	Günlük Gazetenin Okunması:		
	Evet	140	69,3
	Hayır	11	5,4
	Bazen	51	25,2
11.	Periyodik olarak Derginin Okunması:		
	Evet	79	39,1
	Hayır	61	30,2
	Bazen	62	30,7
	TOPLAM:	202	100,0

4.ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Yapılan araştırmada Kazak ve Türk gençlerinin gelecekteki iş yaşantısını içeren bilgiler ve bulgular Tablo-6'da (Kazakistan) ve Tablo-7'de (Türkiye) gösterilmiştir.

Tablolarda da gösterildiği gibi, Kazak gençlerin %59,6'sı, Türk gençlerin %54,0'ı işletme bölümünü "geleceklerini daha çok bağımsız çalışmada gördükleri"

için ve Kazak gençlerin %33,8'i, Türk gençlerin %25,7'si ise bu bölümü "kendilerine arzuladıkları para, prestij ve statüyü sağlayacağı" için seçtiklerini belirtmişlerdir. Görüleceği üzere, Kazak ve Türk gençlerinin para, prestij ve statü arzulanma istekleri ikinci sırada yer almaktadır. Ayrıca, araştırmamıza katılan deneklerden Kazak gençlerin %0,7'si tesadüfen ve %6,0'ı aile işini sürdürebilmek, Türk gençlerin ise %13,9'u tesadüfen ve 6,4'ü aile işini sürdürebilmek amacıyla bu bölümü tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Sonuçlardan da görüldüğü gibi, Türk gençlerinin, Kazak gençlerine nazaran üniversite ve bölüm seçimleri daha çok tesadüfen bir şekilde olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla, bu tamamen Türkiye eğitim sisteminin oldukça elverişsiz olduğunun bir göstergesidir.

Ayrıca, Kazak ve Türk gençlerinin işletme bölümünden mezun olduktan sonra gelecekteki iş yaşantısı ile ilgili bazı bulgularda farklılıklar göstermektedirler. Örneğin, Kazak gençlerin %53,6'sı yurtdışındaki bir iş yerinde ve %43,7'si kamu kuruluşunda çalışmayı tercih ederken, Türk gençlerin ise %55,4'ü özel sektörde ve %22,3'ü kamu kuruluşunda çalışmayı tercih etmişlerdir. Hem Kazak hem de Türk gençleri ikinci sırada kamu kuruluşunda çalışmayı tercih ettiklerini belirtmişlerdir. Bunun nedeni, belirsizlik toleransının Kazakistan ve Türkiye'de azlığı güç mesafesini artırmakta ve dolayısıyla da girişimcilik için gerekli olan risk almayı engelleyici olmaktadır. Belirsizlikten kaçınan kültürler grubuna giren Kazakistan ve Türkiye gibi ülkelerde yaşayan gençlerin kamu kuruluşunda çalışmayı tercih etmeleri doğaldır. Ancak, Kazak gençleri Türk gençlerine nazaran daha çok kamu kuruluşunda çalışmayı tercih etmişlerdir. Bunun nedeni de, Kazakistan'ın eski Sovyet Birliği döneminden kalma bir yaklaşımdır. Çünkü o dönemlerde tüm halk güvenlik içerisinde devlet tarafından istihdam edilirdi ve işsizlik söz konusu olamazdı.

Araştırmamıza katılan deneklerin işletme bölümünden mezun olduktan sonra en çok hangi iş alanında çalışma isteklerine yönelik bulgularda da görüleceği üzere, Kazak gençlerin %64,9'u finansman alanında, Türk gençlerin ise %51,5'i hizmet sektöründe çalışmak istediklerini belirtmişlerdir.

Girişimciliğin ekonomik kalkınmada önemli bir faktör olduğu birçok araştırmada vurgulanan bir husustur. Girişimcilik, işletmeciliğin ve toplumun yapısında bir değişimi başlatır ve geliştirir. Bu değişim ve gelişmeyi kolaylaştıran anahtar yenilikçiliktir (Hisrich ve Peters, 1998).

Ayrıca, ekonomik kalkınmayı sağlayan sermaye, teknoloji, bilgi, emek, girişimci güç, doğal kaynaklar vb. unsurlar açısından Kazak ve Türk gençlerinin seçimleri ile ilgili bulgulara bakılacak olursa, Kazak gençlerin %49,0'ı için emek, Türk gençlerin ise %34,7'si için bilgi ekonomik kalkınmada ön planda gelmektedir. Kazak gençlerin ekonomik kalkınmayı sağlayan unsurlardan biri emek faktörünü seçmesinin nedeni, daha önceki yapılan çalışmalarda da görüldüğü gibi Kazak halkı işe ilişkin değerler, iş ahlakı ve yoğun çalışma gibi emek unsurlarına çok büyük önem vermektedir (Temirbekova, 2004; Arslan, Gohar ve Nurmakhamatuly, 2004).

Tablo 6. Kazakistan Öğrencilerinin Gelecekteki İş Yaşantısını İçeren Bilgiler

No	Soru	F	%
1.	Bu fakülteyi, özellikle bu bölümü seçme amacınız nedir?		
	Ailemin işini sürdürebilmek için gerekli olan bilgi ve eğitimi bu bölümde kazanabileceğime inanıyorum.	9	6,0
	Geleceğimi daha çok bağımsız çalışmada görüyorum. Bu bölümün bana bunu sağlayacağına inanıyorum.	90	59,6
	Okuduğum bölümün arzuladığım para, şöhret, prestij ve statüyü kazanacağıma inanıyorum.	51	33,8
	Tesadüfen bu bölümü seçtim	1	0,7
2.	Okuldan mezun olduktan sonra en çok hangi iş yerinde çalışmak istersiniz?		
	Özel sektör	4	2,6
	Yurtdışında bir iş yerinde	81	53,6
	Kamu kuruluşlarında	66	43,7
3.	Mezun olduktan sonra en çok hangi alanda çalışmak istersiniz?		
	Muhasebe ile ilgili bir işte	44	29,1
	Finansman alanında	98	64,9
	Hizmet sektöründe	7	4,6
	Mal pazarlamasında	2	1,3
4.	Sizce ekonomik kalkınmayı sağlayan aşağıdaki seçeneklerden hangisidir?		
	Sermaye	4	2,6
	Teknoloji	6	4,0
	Bilgi	3	2,0
	Emek	74	49,0
	Girişimci güç	6	4,0
	Doğal kaynaklar	58	38,4
	TOPLAM	151	100,0

Tablo 7. Türkiye Öğrencilerinin Gelecekteki İş Yaşantısını İçeren Bilgiler

No	Soru	F	%
1.	Bu fakülteyi, özellikle bu bölümü seçme amacınız nedir?		
	Ailemin işini sürdürebilmek için gerekli olan bilgi ve eğitimi bu bölümde kazanabileceğime inanıyorum.	13	6,4
	Geleceğimi daha çok bağımsız çalışmada görüyorum. Bu bölümün bana bunu sağlayacağına inanıyorum.	109	54,0
	Okuduğum bölümün arzuladığım para, şöhret, prestij ve statüyü kazanacağıma inanıyorum.	52	25,7
	Tesadüfen bu bölümü seçtim	28	13,9
2.	Okuldan mezun olduktan sonra en çok hangi iş yerinde çalışmak istersiniz?		
	Özel sektör	112	55,4
	Yurtdışında bir iş yerinde	34	16,8
	Kamu kuruluşlarında	45	22,3
	Ailemin iş yerinde	8	4,0
	Çalışmayı düşünmüyorum	3	1,5
3.	Mezun olduktan sonra en çok hangi alanda çalışmak istersiniz?		
	Muhasebe ile ilgili bir işte	18	8,9
	Finansman alanında	51	25,2
	Hizmet sektöründe	104	51,5
	Mal pazarlamasında	27	13,4
	Diğer	2	1,0
4.	Sizce ekonomik kalkınmayı sağlayan aşağıdaki seçeneklerden hangisidir?		
	Sermaye	51	25,2
	Teknoloji	35	17,3
	Bilgi	70	34,7
	Emek	13	6,4
	Girişimci güç	32	15,8
	Doğal kaynaklar	1	0,5
	TOPLAM	202	100,0

Bilindiği gibi, kişilerin amaçlarını ve başarı potansiyellerini belirlemede kendilerini tanımlamaları ve kişisel profillerini çizebilmeleri son derece önemlidir. Bireyler, amaçlarını net bir şekilde belirleyip bilinçli bir tercihle kişilik yapılarına uygun mesleklere yönelirlerse, başarı ve iş tatmini yüksek olacaktır. Araştırmamızda örneklem Kazak ve Türk gençlerine, kişisel özellikleri ortaya çıkarmaya yönelik terim çiftleri verilmiş ve deneklerden kendilerini en iyi tanımlayan terimi işaretlemeleri istenmiştir. Sonuçlar Tablo-8’de (Kazakistan) ve Tablo-9’da (Türkiye) yer almaktadır.

Tablo 8. Kazakistan Üniversite Öğrencilerinin Kişiliğini Belirleyici Terim Çiftlerinin Dağılımı

Terim çiftleri	Cinsiyet		Terim çiftleri	Cinsiyet	
	Bayan	Bay		Bayan	Bay
Muhafazakar	35,5	41,3	Duyarlı	64,5	58,7
Analitik	60,5	42,7	Yapıcı, Sentezci	39,5	57,3
Planlamacı	56,6	49,3	Problem çözücü	56,6	50,7
Kontrollü	52,6	49,3	Yaratıcı	47,4	50,7
Düşünen	64,5	65,3	Hissi	35,5	34,7
Detaycı	68,4	54,7	Bütünsel	31,6	45,3
Fikir üreten	68,4	76,0	Fikir deneyen	31,6	24,0
Geniş görüşlü	59,2	58,7	İş bitirici	40,8	41,3
Orijinal	30,3	32,0	Güvenilir	69,7	68,0
Yaratıcı	36,8	14,7	Mantıklı	63,2	85,3
İletişimci	68,4	65,3	Tasarımcı	31,6	34,7
İnsanlarla ilişkili	57,9	50,7	Organizatör	42,1	49,3
Katı düşünceli	43,4	46,7	Mecazi düşünceli	56,6	53,3

Tablo 9. Türkiye Üniversite Öğrencilerinin Kişiliğini Belirleyici Terim Çiftlerinin Dağılımı

Terim çiftleri	Cinsiyet		Terim çiftleri	Cinsiyet	
	Bayan	Bay		Bayan	Bay
Muhafazakar	37,7	17,0	Duyarlı	62,3	83,0
Analitik	43,9	37,5	Yapıcı, Sentezci	56,1	62,5
Planlamacı	50,0	45,5	Problem çözücü	50,0	54,5
Kontrollü	45,6	52,3	Yaratıcı	54,4	47,7
Düşünen	53,5	62,5	Hissi	46,5	37,5
Detaycı	57,0	64,8	Bütünsel	43,0	35,2
Fikir üreten	73,7	75,0	Fikir deneyen	26,3	25,0
Geniş görüşlü	58,8	67,0	İş bitirici	41,2	33,0
Orijinal	28,9	9,1	Güvenilir	71,1	90,9
Yaratıcı	31,6	34,1	Mantıklı	68,4	65,9
İletişimci	62,3	75,0	Tasarımcı	37,7	25,0
İnsanlarla ilişkili	63,2	65,9	Organizatör	36,8	34,1
Katı düşünceli	21,1	21,6	Mecazi düşünceli	78,9	78,4

Hem Kazak ve hem de Türk gençleri kendilerini duyarlı, problem çözücü, duygusal, düşünen, insancıl, yaratıcı, detaycı, fikir üreten, arkadaş canlısı, geniş görüşlü, güvenilir, mantıklı, itişimci, organizatör, mecaz düşünceli, planlamacı ve teknik kişiler olarak tanımlamışlardır. Ancak, Kazak ve Türk gençleri arasında bazı terim çiftlerinde görüş farklılığı görülmüştür. Kazak gençleri Türk gençlerine nazaran daha analitik, nicel ve kontrollü kişiler olarak, Türk gençleri ise Kazak gençlerine nazaran kendilerini daha yapıcı, sentezci, müzikle ilgili ve yaratıcı kişiler olarak tanımlamışlardır. Girişimciliğin parçası olan yaratıcılık kavramı Kazak gençleri tarafından pek fazla önemsenmemektedir. Bunun nedeni, Kazakistan’ın baskıcı bir kültür yapısı ve ezberci eğitim sistemi olabilir. Buna karşın Türk gençleri daha yenilikçi ve yaratıcıdır. Terim çiftleriyle cinsiyet ve ülke olarak bağımsız değişkeni arasında ilişki olup olmadığı $\alpha = 0.05$ anlamlılık düzeyinde ki-kare ile test edilmiş ve bazı terim çiftlerinde ilişki olduğu görülmüştür. Genel

olarak, katılımcı bayan öğrencilerin erkek öğrencilere göre daha duyarlı (SD:1 X²: 13,158), hissi (SD:1 X²: 4,737), fikir deneyen (SD:1 X²: 35,389), arkadaş canlısı (SD:1 X²: 37,137), iş bitirici (SD:1 X²: 6,084), orijinal (SD:1 X²: 32,021), yaratıcı (SD:1 X²: 20,232), tasarımcı (SD:1 X²: 16,505), teknik (SD:1 X²: 27,284), mecaz düşünceli (SD:1 X²: 30,400) ve planlamacı (SD:1 X²: 9,284) oldukları; erkek öğrencilerin de bayanlardan daha fazla muhafazakâr (SD:1 X²: 30,926), düşünen (SD:1 X²: 12,423), fikir üreten (SD:1 X²: 42,264), analitik (SD:1 X²: 55,368), geniş görüşlü (SD:1 X²: 11,344), güvenilir (SD:1 X²: 60,129), mantıklı (SD:1 X²: 40,252), iletişime açık (SD:1 X²: 27,540), insancıl (SD:1 X²: 48,595), katı düşünceli (SD:1 X²: 18,558) ve matematikçi (SD:1 X²: 4,472) oldukları tespit edilmiştir. Organizatör oldukları; erkek öğrencilerin ise bayan öğrencilere göre daha sentezci, kontrollü ve mantıklı oldukları görülmektedir. Bayanlar erkek öğrencilere nazaran daha dışa dönük ve esnek, erkekler ise, biraz katı ve içe dönük bir kişilik profili oluşturmuşlardır. Bunun nedeni, Kazakistan ve Türkiye gibi ülkelerin erkil bir kültüre sahip olmasıdır. Cinsiyet değişkeni ile kontrollü/yaratıcı ve planlamacı/problem çözücü gibi terim çiftleriteri arasındaki ilişki ki-kare ile test edilmiş ve bir ilişkinin olmadığı görülmüştür.

Araştırmamızda katılımcılara terim çiftleri dışında, girişimcilik eğilimlerini saptamaya yönelik bir takım yargı ve görüşleri içeren cümleler de verilmiş ve eğilimlerin bireysel göreceli değerlendirmelerle ölçülmesi gerektiği düşüncesinden hareketle beşli Likert tipi ölçek kullanılmıştır (Power, Nizan 1997 Eki). Cevapların dağılımları Tablo-10 (Kazakistan)'da ve Tablo-11 (Türkiye)'de verilmektedir.

Tablo 10. Kazak Gençlerin Girişimcilik Eğilimlerine Yönelik Alternatiflere Verdikleri Yanıtların Dağılımı*

No	Soru	Kesinlikle Katılmıyor	Katılmıyor	Kararsız	Katılıyor	Kesinlikle Katılıyor
1.	Problem çözümünde adım adım ilerleme metodunu tercih ederim.	9 6,0	20 13,2	23 15,2	62 41,1	37 24,5
2.	Belirsizlikten hoşlanmam.	73 48,3	68 45,0	4 2,6	5 3,3	1 0,7
3.	Zaman iyi planlanmalı ve organize edilmelidir.	44 29,1	67 44,4	37 24,5	1 0,7	2 1,3
4.	Her şey belirli olmalı ve her şey yerinde bulunmalıdır.	61 40,4	69 45,7	6 4,0	13 8,6	2 1,3
5.	Bir şeyin "niçin" olduğu "nasıl" olduğundan daha önemlidir.	28 18,5	66 43,7	48 31,8	5 3,3	4 2,6
6.	Hayal kurma sorunlarının çözümünde bana yardımcıdır.	22 14,6	50 33,1	32 21,2	38 25,2	9 6,0
7.	Hayalperest olarak değil, güvenilir bir insan olarak tanınmak isterim.	58 38,4	71 47,0	8 5,3	6 4,0	8 5,3
8.	En önemli fikirlerim daha çok, kayda değer hiçbir şey yapmadığım zamanlarda ortaya çıkmıştır.	49 32,5	42 27,8	46 30,5	10 6,6	4 2,6
9.	Bütün bir günü kendi düşüncelerimle baş başa geçirmeyi çok arzu ederim.	5 3,3	17 11,3	80 53,0	26 17,2	23 15,2
10.	Hayattaki en önemli şeyler çoğu zaman kelimelerle ifade edilemez.	35 23,2	65 43,0	13 8,6	30 19,9	8 5,3
11.	Alışılmamış fikir ve cesur tasarımlar beni heyecanlandırır.	45 29,8	62 41,1	19 12,6	16 10,6	9 6,0

*1.sıra frekans, 2.sıra yüzde değer

Tablo 11. Türk Gençlerin Girişimcilik Eğilimlerine Yönelik Alternatiflere Verdikleri Yanıtların Dağılımı*

No	Soru	Kesinlikle Katılmıyor	Katılmıyor	Kararsız	Katılıyor	Kesinlikle Katılıyor
1.	Problem çözümünde adım adım ilerleme metodunu tercih ederim.	70 34,7	93 46,0	27 13,4	8 4,0	4 2,0
2.	Belirsizlikten hoşlanmam.	65 32,2	67 33,2	43 21,3	19 9,4	8 4,0
3.	Zaman iyi planlanmalı ve organize edilmelidir.	86 42,6	74 36,6	23 11,4	12 5,9	7 3,5
4.	Her şey belirli olmalı ve her şey yerinde bulunmalıdır.	49 24,3	88 43,6	25 12,4	33 16,3	7 3,5
5.	Bir şeyin “niçin” olduğu “nasıl” olduğundan daha önemlidir.	56 27,7	62 30,7	49 24,3	25 12,4	10 5,0
6.	Hayal kurma sorunlarının çözümünde bana yardımcıdır.	40 19,8	78 38,6	52 25,7	24 11,9	8 4,0
7.	Hayalperest olarak değil, güvenilir bir insan olarak tanınmak isterim.	44 21,8	57 28,2	52 25,7	39 19,3	10 5,0
8.	En önemli fikirlerim daha çok, kayda değer hiçbir şey yapmadığım zamanlarda ortaya çıkmıştır.	53 26,2	95 47,0	49 24,3	4 2,0	1 0,5
9.	Bütün bir günü kendi düşüncelerimle baş başa geçirmeyi çok arzu ederim.	6 3,0	42 20,8	51 25,2	40 19,8	63 31,2
10.	Hayattaki en önemli şeyler çoğu zaman kelimelerle ifade edilemez.	47 23,3	86 42,6	31 15,3	30 14,9	8 4,0
11.	Alışılmamış fikir ve cesur tasarımlar beni heyecanlandırır.	60 29,7	75 37,1	43 21,3	17 8,4	7 3,5

*1.sıra frekans, 2.sıra yüzde değer

Sonuçlara genel olarak baktığımızda; Kazak gençlerin %48,3'ü “belirsizlikten hoşlanmam” alternatifini ve %32,5'i “yaratıcı kişiliğin parçaları olan en önemli fikirlerim bir şey yapmadığım zaman ortaya çıkmıştır” alternatifini benimsediklerini belirtmişlerdir. Buna karşın, Kazak gençlerin %41,1'i “problem çözümünde adım adım ilerleme metodunu” alternatifini benimsemediklerini belirtmişlerdir. Ayrıca, Kazak gençlerin %53,0'ı “bütün bir günü kendi düşüncelerimle geçirmeyi isterim” alternatifi konusunda kararsız kalmışlardır. Türk gençlerin ise %42,6'sı “zamanın iyi planlanması ve organize edilmesi” alternatifini benimsediklerini belirtmişlerdir. Buna karşın, Türk gençlerin %31,2'si “bütün bir günü kendi düşüncelerimle geçirmeyi isterim” alternatifini benimsemediklerini belirtmişlerdir.

Ayrıca, verilen cevaplara genel olarak baktığımızda; Kazak gençleri Türk gençlerine nazaran daha çok problem çözümünde adım adım ilerleme metodunu tercih ettiklerini (SD:1 X²: 11,362), zamanın iyi planlanması ve organize edilmesinden yana olduklarını (SD:1 X²: 4,147) ve hayal kurma sorunların çözümünde bana yardımcıdır (SD:1 X²: 7,133) ve en önemli fikirlerim bir şey yapmadığım zaman ortaya çıkmıştır (SD:1 X²: 1,237). Bunlara karşın, Türk gençleri de Kazak gençlerine nazaran daha çok belirsizlikten hoşlanmadıklarını (SD:1 X²: 24,917), her şeyin belirli bir yeri olması ve her şeyin kendi yerinde bulunması gerektiğini (SD:1 X²: 17,546), her şeyin “niçin” olduğu “nasıl”

olduğundan daha önemli olduğunu (SD:1 X²: 0,048), kendilerini hayalperest değil, güvenilir bir insan olarak tanınmayı tercih ettiklerini (SD:1 X²: 32,632) ve bütün bir günü kendi düşüncelerimle geçirmeyi çok arzu ederim (SD:1 X²: 4,261) gibi alternatiflerini tercih ettiklerini belirtmişlerdir.

Bu sonuçlar doğrultusunda, Türk gençleri Kazak gençlerine nazaran sezgilerine çok fazla güvenmedikleri, risk almaktan ve hayal kurmaktan pek fazla hoşlanmadıkları söylenebilir. Ayrıca, Türk gençleri her ne kadar alışılmamış fikir ve cesur tasarımlar karşısında heyecanlansalar da güvenilir bir insan olarak tanınmak istemekte ve grup halinde çalışmaktan çok bağımsız çalışmayı tercih ettiklerini belirtmektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda gençlerin girişimcilik eğilimlerini, vermiş olduğumuz Tablo-2’de konumlayacak olursak, daha çok yöneticiler ve taklitçi girişimciler arasında yer alabileceklerini söyleyebiliriz. Türk gençlerinde böyle bir sonucun çıkması, daha önceki çalışmalarda da görülmüştür (Korkmaz, 2000). Ayrıca, sonuç olarak araştırmamıza katılan Kazak gençleri ise, Tablo-8 ve Talo-9’da da görüldüğü gibi kendilerini fikir deneyen kişiler olarak tanımlayıp, yenilikler karşısında heyecanlansalar bile hayal kurma ve güçlü sezgilere sahip olma gibi yaratıcılığı destekleyen kavramlara pek fazla itibar etmemektedirler. Bu doğrultuda, Kazak gençlerin aldıkları eğitime paralel olarak girişimci kişiliklerinin farkında oldukları ve ancak Türk gençlerine nazaran girişimci gücün bir parçası olan yaratıcı yönlerini dikkate almadıkları görülmektedir. O halde girişimci potansiyele sahip Kazak kitlesinin yaratıcılık konusundaki eksiklerinin giderilmesinin tartışılması gerekmektedir. Her ne kadar yaratıcılık eğitiminin maliyetli olduğu araştırmalar sonucu ortaya konulmuşsa da, sağlayacağı avantajlar düşünülüp, Kazakistan’daki eğitim kurumları ve işletmelerin bu konuda çaba sarfetmeleri yararlı olacaktır.

5. SONUÇ

Bu çalışmada, Kazakistan ve Türkiye gibi dil, din ve tarihi ortak ülke geleceğinin potansiyel girişimcileri olarak karşımıza çıkacak olan İşletme Bölümü birinci ve son sınıf öğrencileri ele alınmış ve bunların girişimcilik ve girişimciliğin öğeleri olan yaratıcı olma ve yenilik yapma kavramları açısından kendilerini nasıl tanımladıkları kültürlerarası bir ampirik olarak araştırılmaya çalışılmıştır. Elde edilen sonuçlar ve bulgular yukarıda sunulmuştur.

Bu çalışmada bir toplumun gelişmesinde önemli etkilere sahip olan girişimcilik kavramı kültürel faktörlerle ilgi kurularak ele alınmaktadır. Öncelikle girişimciliğin mevcut durumun dışına çıkmayı zorunlu kılan, değişim, yaratıcılık ve yenilikçilik gibi kavramlarla ilgili olduğu belirtilerek, girişimcilik ve girişimci tanımlanmaktadır. Daha sonra girişimcilik, girişimcilerin sahip olmaları gereken özellikler şeklinde ele alınmaktadır.

Bir girişimci bireyin diğer insanlardan farklı olarak özgürlüğüne düşkün, başarı ihtiyacı yüksek, hesaplı riske girebilen, içsellik özelliği egemen olan para kazanmadan önce yapacağı işinde başarılı olmaya önem veren, çalışkanlık, dayanıklılık ve etkili etkileşim yeteneğine sahip olma gibi özelliklerle tanımlanabileceği üzerinde durulmaktadır.

Bir toplumun gelişmesinde önemli bir role sahip olan girişimciliği en fazla etkileyen faktörün organizasyon toplumun kültürü olduğunu ortaya koymak amacıyla, kültür, bir toplumun yaşam tarzı olarak herkesçe paylaşılabilir şekilde tanımlanmış ve kültürü oluşturan temel unsurlar olarak Bireycilik-Toplumculuk, Güç mesafesi, Belirsizlikten kaçınma-kaçınmama ve Erillik-Dişlilik boyutları açıklanmıştır. Bu kültürel boyutlarla ilgili bazı temel kavramlar olan içsellik-dışsallık, başarı ihtiyacı düzeyi ve güven düzeyi gibi kavramlar da ele alınmıştır.

Kültürün girişimciliğe etkileri bu temel açıklamalardan sonra ele alınan asıl konudur. Girişimciliğin yüksek düzeyde olabilmesinin toplumun kültürü ile yakından ilgisi olduğu ortaya konulmaktadır. Yüksek seviyede girişimci toplumlar; başarı ihtiyaç düzeyi yüksek bireylere, bireyler arası ilişkilerde yüksek güvene, bireyci, belirsizlikten az kaçınan, erilliği yüksek ve düşük güç mesafesi özelliklerini taşıyan bir kültüre sahip olan toplumlar olduğu görülmektedir. Tıbbi araştırmalar, beynin her iki yarı küresinin simetrik olma eğilimine rağmen, birbirinden farklı işlevlere sahip olduğunu göstermiştir (Power, 1997). Ned Hermann'ın bütünsel beyin teknolojisine göre profesyonel mesleklerin dağılımı da beynin iki yarım küresine göre farklılık göstermektedir. Beynin sol tarafı daha çok işleri birbiri ardına halledecek şekilde çalışmaktadır. Aynı zamanda beynin sol tarafı mantıklı, analitik, organize ve idari düşünce tarzlarına sahiptir. Sol üst ve sol alt şeklinde iki bölüme ayrılan sol yarım küre beynin matematiğe ve muhafazakâr yaklaşımlara dayalı kısmıdır. Mühendislik gibi teknik ve iktisat gibi matematik ağırlıklı mesleklerin baskınlığını beynin sol üst bölgesinde, muhasebe, planlama ve kalite güvencesi gibi kontrollü ve detaycı özellikler taşıyan mesleklerin baskınlığını ise sol alt bölgede aramak gerekmektedir. Araştırmamıza katılan deneklerin içinde erkek öğrencilerde de aynı hususlar görülmektedir. Beynin sağ tarafı ise birçok işi aynı anda halledebilme özelliğine sahiptir. Resimler ve örneklerle çalışır, duygusallığa ve insanlararası ilişkilere önem verir. Sağ yarım küre beynin vizyoner ve sezgilere dayanan kısmıdır (Power, 1997). Beynin sağ yarım küresi de sağ alt ve sağ üst şeklinde ikiye ayrılır. İnsan kaynakları ve müşteri hizmetleri gibi insanlararası ilişkilere ve iletişime dayalı mesleklerin baskınlığını beynin sağ alt bölgesinde, gelecek stratejileri ile ilgili vizyoner ve yaratıcı özellikler taşıyan mesleklerin ve sanatkarların baskınlığını ise sağ üst bölgesinde bulmak mümkündür. Araştırmamıza katılan bayan öğrenciler de aynı durum izlenebilmektedir. Beynin bu şekilde yorumlanmasına paralel olarak elde ettiğimiz sonuçları yorumlayacak olursak, bayan gençlerinde beynin daha çok sağ alt bölgesinin baskın olduğu ve erkek gençlerin ise sol alt bölgenin baskın olduğu söylenebilir.

Girişimcilik özellikleri açısından, Kazak ve Türk gençlerinin kişisel profillerini belirlemeye yönelik araştırma sonuçlarımız yukarıda sunulmuştur.

Girişimci kişilerin sayıca fazla olduğu Türkiye gibi toplumlarda, girişim yaratma olasılığının arttığı ve buna bağlı olarak istihdam ve yeniliklerin de geliştiği gözlemlenmektedir. Bu doğrultuda Kazakistan gibi ülkede de olayları geniş açılardan yorumlayabilen, yaratıcılık yönleri gelişmiş, yeniliklere açık girişimcilere gereksinim vardır. Bu gereksinimin karşılanabilmesi için Kazakistan'daki hem eğitim kurumlarına hem de işletmelere büyük görevler düşmektedir.

KAYNAKÇA

- Akat, İ., Budak, G. ve Budak, G. (1994), İşletme Yönetimi, Beta Basım Yayım Dağıtım A. Ş., İstanbul.
- Arslan, M., Gohar, R., and Nurmakhmatuly, A. (2004), PWE of Kazakh, Pakistani and Turkish Managers, Yayınlanmamış Bilimsel Makale, Ankara.
- Al, Y. (1998), Yenilik Yapmak, BT. Haber, 8-14 Haziran, Sayı: 170, K.Maraş, 1998.
- Banfe, C. (1991), Entrepreneur: From Zero To Hero, Published by Van Nostrand Reinhold, NewYork.
- Başaran, İ.E. (1982), Örgütsel Davranış, Ankara Üniversitesi E.B.F. Ankara.

- Birley, S. (1993), *The-Start-Up*, Eds: P. Burns and J. Dewhurst, Small Business and Entrepreneurship, The Macmillian Press Ltd., London.
- Bozkurt, T. (1996), *İşletme Kültürü, Endüstri ve Örgüt Psikolojisi ve Türk Psikologlar Derneği*.
- Branabe, C. L. (1991), *Gestion des Ressources Humaines Education Canada Fall/Automne*.
- Bull, I., Thomas, H., and Williard, G. (1995), "Entrepreneurship: Perspectives on Theory Building", Elsevier Science Ltd. Tarrytown, NY.
- Casson, M. (1990), "Entrepreneurship", Edward Elgar Publishing Company, Vermont.
- Casterter, W. B. (1980), *The Personel Function In Educational Administation*, Mecmillan Puplishing Company California.
- Dikmen, Ç., Zehir, C., Kitapçı, H. ve Alpkan, L. (1997), *Girişimci Yönetim Tarzının Astların Tatminine Etkisi*, İ.Ü. İşletme Fakültesi Dergisi, Cilt:2, Sayı:26, İstanbul.
- Ertekin, Y. (1978). *Örgüt İklimi*, Amme İdaresi dergisi, Cilt II, Sayı: 2, Ankara.
- Eggers, H. J. and Raymond, W. S. (1996), "Leadership Skills of Entrepreneurs: Resolving the Paradoxes and Enhancing The Practices of Entrepreneurial Growth", (SMILOR, W. Raymond ve Donald I. SEXTON, *Leadership and Entrepreneurship: Personal and Organizational Development in Entrepreneurial Ventures* Kitabında sh.15-38, Qourum Books, London.
- Evans, D. S. and Leighton, L. S. (1989), "Some Empirical Aspects of Entrepreneurship.", *American Economic Review*, 79(3), ss.519-535.
- Gibson, J. (1973), *Oragnizastions: Stnicture Proceuses Behavior*, Puplications Inc. Texas.
- Gordon, R. A. (1987), *School Leadership and Administration: Important Concepts, Case Studies, and Simulations*, 3rd Ed. Dubuque. IA: Wm. C. Brown Pub.
- Gorovitz, S. (1988), Elizabeth, *The Creative Brain II: A Revisit with Ned*, Hermann Training and Development Journal, Vol:36.
- Halpin, A. W. (1966), *Theory and Research in Administration*, NY: Macmillan, Hermberg, F., 'One More Time How Do You Motivate Employees' *Harvard Business Review*, 46.
- Hisrich, R. D. and Peters, M. P. (1998), *Entrepreneurship*, Sixth Edition McGraw-Hill.
- Hoyle, J. R. Fenwich, W. Engus and Betty E. S. (1985), *Skills Designing, Implementing and Evaluating Sense Climate*, *Skills for Successful School Leaders*, Arlington.
- Hofstede, G. (1984), *Culture's Consequences: International Differences in Work Related Values*, (Abridged Edition), Newbury Park, Sage Publications.
- Kroeber, A. L. and Kluckhohn, C. (1952), *Culture: A critical review of concepts and definitions*. Cambridge, MA: Peabody Museum, Vol. 47, No. 1.
- Long, W. (1983), "The Meaning of Entrepreneurship", *American Journal of Small Business*, VIII.

- March, J. G. and Simon, H.A. (1969), Örgütler (Çev.Ö.Bozkurt) Todaie Yay., No:144, Ankara.
- Maxwell, T. W. and Thomas, A.R. (1991), "School Climate and School Culture, Journal of Educational Administration Velag", No: 2.
- Moran, E. T. and Vokwein, J. F. (1992), "The Cultural Approach to the Formation of Organizational Climate Humman Relations", Vol 45, No: 1.
- Newman, W, H. (1982), "Sevk ve İdare", Sevinç Matbaası, Ankara.
- Naylor, James A. (1980), "Theory of Behavior in Organization", Academic Press. Inc., NewYork.
- Onaran, O. (1971), "Örgütlerde Karar Verme", A.Ü. S.B.F. Yay., No: 321, Ankara.
- Ouchi, W. (1982), *Theory Z: How Amercian Business Can Meet the Japanese Challenge*, NY: Avon Pub.
- Penjield, R. (1969), "Örgütlerde Başarı Münasebetleri", Ajans Türk Mat. Ankara.
- Power. (1997), Sayı: 4, Nisan Eki.,
- Randal, S., Schuler S., Jackson, E., Jackofsky Y. E. and Slocum, J. W. (1996), "Managing Human Resources in Mexico: A Cultural Understanding".
- Robinson, D. (1990), "The Naked Entrepreneur", Logan Page. Great Britain.
- Rowan, B., Bossart, S. T. and Dwyer, D. C. (1983), 'Research on Effective Schools: A Cautionary Note', *Educational Researcher*, 12.4.
- Sargut, S. (1995), "Kültürler Arası Farklılaşma ve Yönetim", Verso Yayıncılık, Ankara.
- Schein, H. E. (1976), Örgütsel Psikoloji, Eskişehir İ.T.İ.A.Yay., No:167, Eskişehir.
- Segiovanni, T. S. and Starrat, R. J. (1988), *Supervision Human Perspectives*, Mcgraw-Hill Book Commany.
- Smilor, W. R., Sexton, D., I. (1996), "Leadership and Entrepreneurship: Personal and Organizational Development in Entrepreneurial Ventures", Qourum Books, London.
- Smircich, L. (1983), 'Cocepts of Culture and Organizational Analysis', *Administrative Science Quarterly*, pp.64-69.
- Soyşekerci, S. (2001), "Örgütlerde Dahili İç Girişimcilik Kültürü Tasarımı", Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Afyon.
- Steinholg and Owens, Towards R.G. (1989), A theory of Organizational Culture Journal of Educational Administration Vel 27, No: 3.
- Stevenson, H. and Gumpert, D. (1991), *The Heart of Entrepreneurship, Entrepreneurship Creativity at Work*, Harvard Business Review paperback.
- Temirbekova, J. (2004), *İşe İlişkin Değerler: Kazakistan, Rusya ve Türkiye Örneği*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Terpstra, V. and Kenneth, D. (1985), *Cultural Environment of International Business, USA*, South-Western Publishing Company.
- Titiz, T. (1994), *Girişimcilik, İnkilap Kitabevi*, İstanbul.
- TÜSİAD. (1987), *Türkiye'de Girişimcilik ile ilgili Sorunlar ve Çözümler*, Yayın No:TÜSİAD-T/7.10.103, İstanbul.

Varođlu, A. K., Basım, N. ve Ercil, Y. (2000), "Bilimsel Araştırma Yöntemine Farklı Bir Bakış; Analitik Düşünce-Bütünleřik Düşünce Modellemeleri ile Belirsizlikten Kaçınma ve Güç Mesafesi Araştırması", 8. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildirileri, Erciyes Üniversitesi, Nevşehir, ss.421-441.

Doç.Dr. Semra GÜNEY

1983 yılında Ankara Bahçelievler Deneme Lisesi'ni, 1989 yılında Hacettepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. İşletme Bölümü'nü bitirdi.1990 yılında Hacettepe Üniversitesi İşletme Bölümü'nde Araştırma Görevlisi olarak göreve başlayan Güney, "Kadın Yöneticilerin Liderlik Davranışları" adlı tezini 1997 yılında vererek doktor unvanını aldı ve 2003 yılında doçent oldu. Halen, Hacettepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. İşletme Bölümü'nde öğretim üyesi olarak görev yapan Semra Güney 'in insan kaynakları yönetimi, örgütsel davranış ve girişimcilik konularında değişik dergilerde yayınlanan çeşitli makaleleri bulunmaktadır. Semra Güney, İ.İ.B.F. İşletme Bölümü lisans, yüksek lisans ve doktora programında dersler vermektedir.

**Kültürel
Girişimciliğe
Etkisi**

86

Arman NURMAKHAMATULY

Hacettepe Üniversitesi İşletme Bölümü Doktora öğrencisidir.