

KÜLTÜREL YAPININ GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİNE ETKİSİ

Elyan OKUTAN

Yrd. Doç. Dr., Sakarya Üniversitesi

Özlem BALABAN

Yrd. Doç. Dr., Sakarya Üniversitesi

ÖZET

Toplumlarda girişimcilik değerlendirilmesi yapıldığında bazı toplumlarda bu eğilim daha fazla iken bazılarında ise daha az olduğuna dair farklılıklar bulunmaktadır. Girişimcilik literatürü incelendiğinde bu farkın oluşmasında toplumların kültürel yapılarının etkisinin olduğu görülmektedir. Toplumların kültürel yapıları tutum ve davranışların oluşmasına doğrudan etkilemektedir.

Bu düşünceden hareketle bu çalışmada, kültürel yapı ile girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişkinin irdelenmesi amaçlanmaktadır. Çalışmanın ana kümesini Sakarya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi ile Harran Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi öğrencileri oluşturmaktadır. Araştırma verileri anket yöntemi ile elde edilerek, korelasyon ve regresyon analizi yöntemleri ile değerlendirilmiştir. Elde edilen bulgular sonucunda kültürel yapı ile girişimcilik eğilimi arasında anlamlı ilişkiler olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Girişimcilik Eğilimi, Kültür

Jel Kod: M13

THE IMPACT OF CULTURAL STRUCTURE ON THE ENTREPRENEURIAL ORIENTATION

ABSTRACT

When the entrepreneurship is evaluated in different societies, it is seen that there are differences between the entrepreneurship tendencies in different societies such as this tendency is higher in some communities while it is less in the others. According to the entrepreneurship literature, the cultural structure of the societies appears to have an effect on this difference. The cultural structures of the societies directly affects the formation of attitudes and behaviors.

According to this thought, in this study it is aimed to examine the relationship between the cultural structure and entrepreneurial orientation. The universe of this study consists of the students at Sakarya University, the Faculty of Economic and Administrative Sciences and the students at Harran University, the Faculty of Arts and Sciences. The research data were obtained through a questionnaire and evaluated using correlation and regression analysis. As a result of the findings it is seen that there is a significant relationship between the cultural structure and entrepreneurial orientation.

Keywords: Entrepreneurial Orientation, Culture

Jel Code: M13

Giriş

Ekonomik, sosyal, kültürel, kişilik özellikleri ve demografik unsurların bir araya gelmesiyle ortaya çıkan girişimcilik, günümüzde toplumların başarılı olma koşulları arasında anahtar bir role sahiptir. Girişimcilik dört temel üretim faktöründen biri olarak ülkelerin kalkınması ve gelişmesi için önemli bir yer tutarak, yapılan araştırmalarda inceleme konusu olarak sıklıkla karşımıza çıkmaktadır.

Ancak girişimcilik sadece bir ekonomik boyutu olan bir değer değil, aynı zamanda, toplumsal ve kültürel boyutlara sahip bir olgudur. Çünkü kültürel yapı bireylerin düşüncesinin oluşmasında ve dünyayı değerlendirmesinde insanların düşünce kalıplarını oluşturur. Girişimcilik ile bireyin içinde yaşadığı doğup büyüdüğü kültürel yapı arasında yakın ilişki bulunmaktadır. Şöyle ki girişimcilik konusu toplumsal bağlamda değerlendirildiğinde bazı toplumlar girişimcilik konusunda yüksek performans gösterirken diğerlerinde aynı performans görülmemektedir. Bu durumun bireyin, içerisinde yaşadığı toplumun kültürel yapısından büyük oranda etkilenmekte olduğu ve girişimcilik eğiliminin oluşmasında bu ortamın şekil verdiği düşüncesi ile açıklanabileceği düşünülmektedir.

Bu düşünceden hareketle bu çalışmanın amacı girişimcilerin, girişimcilik faaliyetlerini yerine getirirken toplumun değer yargılarının toplamını ifade eden “kültür” den önemli derecede etkilendikleri düşüncesinden hareket edilerek tasarlanmıştır. Çalışmada öncelikle girişimcilik ve kültür kavramları irdelendikten sonra kültürün girişimcilik ile ilişkisi teorik olarak açıklanacaktır. Çalışmanın diğer kısmında ise konunun amacına yönelik olarak bir uygulamaya yer verilecektir.

1. KURAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Girişimcilik Kavramı

Girişimcilik kavramı Fransızca bir kelime olan ve “bir şey yapmak” anlamına gelen “entreprendre” kelimesinden türetilmiştir. Ekonomik anlamda ilk olarak 18. yy’da, aslen İrlandalı olan ve Paris’de bankacılık yapan Richard Cantillon tarafından kullanılmış ve ardından Frank Knight ile de Amerikan literatürüne girmiştir. 20.yy’da ise girişimcilik terimi Jean-Baptiste Say ve Joseph Schumpeter’la birlikte sosyoloji, psikoloji, ekonomik teori ve ekonomik antropoloji çalışmalarında yer almaya başlamıştır (Arıkan, 2002’den akt. Çarıkçı ve Koyuncu, 2010: 6). Girişimci ve onun kapitalist ekonomik düzendeki kilit rolü, çok uzun zamandan beri fark edilmiş olmasına rağmen çağdaş anlamda girişimciliğin çalışılmasına Schumpeter ile başlanmıştır. Schumpeter (1928; 1934’den akt. Fiş ve Wasti, 2009: 131) girişimciyi “yeni kombinasyonlar” yaratmak işlevini yenilikçilik faaliyetleri ile yürüten, diğer bir deyişle olası tüm

kaynak ve güçlerin arasından “değişik ya da aynı şeyleri farklı metotlar ile üreten” kişi olarak tanımlamaktaydı.

Girişimcilik teorisine önemli katkılarda bulunan Hisrich ve Petersise (2001:9), girişimciyi; emek, hammadde ve diğer varlıkları daha büyük değer/ımkân yaratacak şekilde bir araya getiren kişi olarak tanımlamaktadırlar.

Girişimcilik; kendi amaçlarını gerçekleştirmek, ulaşılabilir kaynakların yenilikçi birleşimlerini gerçekleştirmek, belirsizlik ve risk alma davranışlarını gerçekleştirmek, riskten kaçış veya riski en alt düzeye indirmek, ve proaktif ve fırsata arama davranışlarını gerçekleştirmektir (Gupta ve diğ., 2004: 242).

Girişimcilik gerekli zaman ve çabayı harcayarak, beraberinde getirdiği finansal, psikolojik ve sosyal riskleri üstlenerek ve etkinliklerin sonucunda oluşan parasal ve kişisel tatmin ve bağımsızlığı kazanarak değeri olan yeni bir şey yaratma sürecidir (Özdemir ve Mazgal, 2012:91)

Zamanla değişen ve gelişen girişimci kavramı daha çok risk alma, yenilikleri yakalama, fırsatları değerlendirme ve bunların tamamını hayata geçirme süreci olarak ifade edilebilir (Keleş ve Diğ., 2012: 108).

Genel olarak girişimci olmayı belirleyen faktörlerin literatürde üç yaklaşım altında incelendiği görülmektedir: Bu yaklaşımlar; bireysel yaklaşım (başarı ihtiyacı, kontrol odağı, risk alma eğilimi, belirsizliğe katlanma, kendine güven, yenilikçilik, aile, eğitim, kişisel değerler, yaş, iş tecrübesi, rol modelleri), çevresel yaklaşım (sosyal, politik, kültürel, ekonomik, teknolojik koşullar, toplumsal değer ve normlar) ve firma yaklaşımıdır (işletme içerisindeki faaliyetlere odaklanmak) (Özden ve Diğ., 2008: 231-232, Lee ve Peterson, 2000: 402-403).

Girişimciliği kâr/kazanç güdüsü ile açıklayan iktisat kuramları ve örgüt iklimi ve yöneticilik özellikleriyle izah eden işletme kuramları dışında psikolojik ve sosyolojik kuramlar, girişimcilik ve girişimci bireyi izahta kâr dışı motivlere (non-profitmotives) yaptıkları vurgularla bu alana önemli katkılarda bulunmuşlardır. Bu disiplinler, bazı bireylerin diğerlerine kıyasla niçin daha fazla girişimci oldukları gerçeğini, farklı şekillerde açıklamışlardır. Bu yaklaşımların bir kısmı, girişimciliğin bir kişilik özelliği olduğu noktasında dururken, bir kısmı da sosyo-kültürel koşulların bir ürünü olduğu noktasına vurguda bulunmuşlardır (Aytaç ve İlhan, 2013: 103).

Girişimciliğin ortaya çıkışında kişilik mi yoksa sosyal çevrenin mi daha etkili olduğu uzun süre tartışılmıştır. Kişilik üzerinde duranlar, girişimcilerin sahip oldukları psikolojik özelliklere ağırlık vermişlerdir. Kişilik yapısında girişimci öğeler arama çabaları en fazla, “risk alma”, “başarma ihtiyacı” ve “denetim odağı”na sahip olma üzerinde yoğunlaşmıştır. Girişimciliğin ortaya çıkışında çevreyi öne çıkaranlar ise, grup yapısının, toplumsal gelenek ve kültürel özelliklerin etkisini vurgulamışlardır (Aytaç, 2006: 142).

1.2. Kültür Kavramı

Kültürel farklılıklar, doğal olarak, farklı kişilik, benlik ve karakter yapılarının oluşumuna kaynaklık eder. Her bir kültür, değerine göre, farklı anlam ölçülerine, değer ve norm sistemlerine, tutum ve davranışlara göndermede bulunur. Bu yüzden her kültürün insan tipi görece farklılık gösterir. Kimi kültürler, dışa açık, özgür, bağımsız kişiliklere alan açarken, kimileri, bağımlı, korumacı ve konformist kişilikler üretir (Aytaç, 2006: 149).

İçinde insanın olduğu sistemlerin; insanı insan yapan en önemli faktörlerden biri olduğu kabul edilen kültürden soyutlanarak düşünülmesi mümkün değildir. Çünkü insanlar içinde yetiştikleri kültürlerin birer yansımasıdır ve sahip oldukları kültürleri, oluşturdukları sistemlere de taşırlar. İnsanların kültürel yansımalarının bileşimiyle sisteme ait kültürler meydana gelir. Kültürler ise sistemlerin tanıtıcı kimliği vazifesini görürler. İnsanların, grupların, örgütlerin, toplumların ve devletlerin; geçmişlerinin bilinmesi bugünlerinin tanınması ve yarınlarının öngörülmesi sahip oldukları kültür hakkındaki bilgi sahibi olmayı gerektirir (Demirel ve Tikici, 2004: 53).

Bu konuda önemli çalışmaları bulunan Hofstede'e göre kültür; bir grup insanı diğerlerinden ayıran zihinsel programlamadır. Başka bir deyişe göre de; belli bir kategorideki insan grubunu diğer insan gruplarından ayıran düşünce programlarının toplamıdır (Hofstede, 1997: 21). Hofstede'in bir topluma ait olan kültürün farklı boyutlar kapsamında düşünülmesi gereğinden hareketle yaptığı çalışmasında, kültürel farklılaşmaya sebep olan boyutlar olarak belirsizlikten kaçınma, güç mesafesi, baskın değerler ve bireycilik-toplumculuk öne çıkmıştır (Demirel ve Tikici, 2004: 53-54).

a- Belirsizlikten Kaçınma

Hofstede (1991'den akt. Fiş ve Wasti, 2009: 139) bu boyutu "bir topluluğun üyelerinin belirsizliği ve bilinmeyi tehdit olarak algılama ve bundan tedirgin olma derecesi" olarak tanımlamıştır. Sabit bir yapıda olmayan, karmaşık ve belirsiz ortamlara verilen tepkiyi içerir.

Belirsizlikten kaçınma kültürel değişkeninin temel dayanağı, belirsizliğin insanlar için endişe kaynağı olduğunun kabulüne dayanır. Belirsizlikten kaçınma kavramı, insanların belirsizlik ortamlarına tahammül edebilme derecelerini göstermektedir. Belirsiz ortamların hem getirisi hem de götürüsü fazla olabileceği gibi, bazı toplumlar belirsizlik ortamlarında yaşamayı becerebilirlerken bazı toplumlarda ise belirsizlikten kaçınma eğilimindedirler (Çarıkçı ve Koyuncu, 2010: 5).

b- Güç Mesafesi

Güç mesafesi bir örgütün daha az güçlü üyelerinin, gücün hiyerarşik seviyeler arasında eşit dağılmamasını üstleri kadar olağan bulmaları ve kabullenmeleridir (Hofstede, 1980'den akt. Fiş ve Wasti, 2009:138).

Kültürün bu boyutu toplumdaki eşitsizliği konu etmektedir. Buna göre bütün toplumlarda bazı kesimler diğerlerine göre daha fazla güce sahiptir. Dolayısıyla bunlar diğerlerine göre daha fazla saygı görürler ve diğerlerinin davranışlarını etkileme olanağına sahiptirler. Güç mesafesi (eşitsizliğin benimsenme düzeyi) toplum veya grupların toplum veya gruptaki eşitsizlikleri benimseme düzeyleri ile ilgili bir kültürel değişkendir. Ancak toplumların veya grupların eşitsizliğe karşı toleransları birbirlerinden farklılık gösterir (Çarıkçı ve Koyuncu, 2010: 5):

c- Baskın Değerler

Topluma yansıyan egemen değerlerden yola çıkarak, bir kültürün erkek mi yoksa dişi mi olduğunu saptamak mümkündür. Hofstede'e göre, bir toplumda atılganlık ve materyalist değerler öne çıkıyorlarsa, insana verilen önem arka planda ise bu topluma erkek kültür hakimdir. Dişi kültürün göstergeleri, insana verilen önem ve yaşamın genel niteliğini ön planda tutmak biçiminde ortaya çıkmaktadır. Toplumlarda genellikle dişilikle ilişkilendirilen kavramlar, şefkatli, nazik, merhametli, sadık, sevgi dolu, anlayışlı, duyarlı olmak gibi değerleri içerir. Geleneksel erkek değerleri ise, saldırganlık, yükselme tutkusunu, dediğim dedik tavır, yarışmacılık, bağımsızlık, kendine güvenmek, baskıcı tavır takınmak benzeri değerlerdir (Demirel ve Tikici, 2004: 54).

d- Bireycilik- Toplumculuk

Bu sınıflama, toplumdaki insanların bir arada veya toplu olarak gösterdikleri davranışları ile ilgilidir. Bireycilik-toplumculuk algısı, belli bir toplumda, bireysel değerlerin mi yoksa toplumsal değerlerin mi egemen değerler olarak algılandığını gösteren bir kültürel değişkendir. Kimi toplumlarda bireyciliği ön plana çıkaran inançlar ve değerler daha hâkim durumda iken, kimi toplumlarda ise toplumculuğu ön plana çıkaran inançlar ve değerler daha hâkim durumdadır. Bireycilik veya toplumculuk inanç ve değerlerinin daha hâkim durumda olması, birey veya grupların tutum ve davranışlarına yansımakta ve farklı uygulamalara neden olmaktadır (Çarıkçı ve Koyuncu, 2010: 6):

Toplumculuk (kolektivizm) sıkı toplumsal çerçeveleri ifade eder. İnsanlar kendi grupları ile diğerlerini ayrı tutarlar. İçinde etkinlik gösterilen gruplar diğerlerinden farklılaştırılır. Bu gruplar üyelerini kollar, karşılık olarak da sadakat beklerler. Bu tip kültür, üyelerini dışsal-toplumsal baskıyla denetler. Bireycilik de; insanların kendi ihtiyaçlarına mı yoksa grubun ihtiyaçlarına mı önem verdiği ile ilgilidir. Bireyci kültürlerde denetim ise bireyin içsel baskısıyla

sağlanır (Demirel ve Tikici, 2004: 54).

Kültür bir ülkeden dünyanın diğer ülkelerine göre nasıl farklılaşır? Farklı ülkelerin ulusal kültürlerinin benzerlikleri nelerdir? Kültürel değerler işletmelerdeki insanların tutum ve davranışları nasıl etkilemektedir? Hollandalı araştırmacı Hofstede, tüm bu sorulara IBM firmasının faaliyet gösterdiği dünya çapında yetmişin üzerinde farklı ülkeden, yaklaşık 117.000 kişinin katılımı ile gerçekleştirilen iki anket çalışması ile cevap bulmaya çalışmıştır. Bu araştırma dünyanın en büyük, işletmesel tabanlı araştırması sayılmaktadır. Aynı zamanda Hofstede'nin bu geniş çaplı çalışması işletme ve psikoloji literatürlerinde en çok sözü edilen araştırmalardan biridir (Erbatu, 2008: 42).

Kültürün bu boyutları bireylerin ailede, okulda ve mesleklerinde yaptıkları değer, tercih ve davranışları ile açıklanabilir. Örneğin, ülkemizdeki girişimcilik kültürünün temelinde Türk kültürünün etkileri görülebilir. Türk kültürü ortaklaşa davranışı bireyciliğin önünde tutan, güç mesafesi ve belirsizlikten kaçınma eğilimi yüksek olan geniş bağımlı bir kültürdür. Bu kültürel özelliklerin, ülkemizdeki girişimcilik kültürünün gelişiminde engelleyici bir rol oynadığı söylenebilir. Asya ekonomilerinin başarısının temelinde ise Konfüçyüs disiplininin etkileri olduğu iddia edilmektedir (Erbatu, 2008: 42).

1.3. Kültürün Girişimcilik ile İlişkisi

Bilindiği gibi kültür, ait olduğu toplumun tüm ilişki ve etkileşim süreçlerine, kurumsal yapılarına sirayet ederek, üyelerinin tüm vaziyet alışlarını, çalışma ve üretim biçimlerini, yönetim ve örgütlenme tarzlarını güçlü bir şekilde etkiler. Hatta denilebilir ki, birey ve toplum üzerindeki en büyük etkinin kaynağı kültürdür. Kültür, gruptaki bireylerin ortak nitelikleri olup, kişiden kişiye aktarılan öğrenilmiş yaşam biçimleridir. Geleneklerden aile içerisinde alınan eğitime, ahlâki kurallar, davranış biçimleri, yaşam tarzları ve sosyal çevreye kadar bir çok öğede kültürün izleri görülür. Önkabüllerimiz ve tercihlerimiz büyük ölçüde, içerisinde yaşadığımız toplumsal kültürün eseridir. Kültürler aynı zamanda yaptırım sistemleri olduğundan spesifik tutum/davranış kalıpları üretirler. Girişimci güdüler ve davranış kalıpları da bu ortamda vücut bulur. Başarı, risk üstlenme, cesaret, birikim yapma vs. gibi girişimci niteliklere ilişkin ilk telkinler ve uyarımlar kültür tarafından sunulur. Hakim değerler, kişiyi girişimsel davranmanın imkânlarıyla ya da imkânsızlıklarıyla karşı karşıya getirir (Aytaç ve İlhan, 2013: 107).

Girişimciliği etkileyen faktörler arasında kültür önemli bir yer almaktadır. “Risk üstlenme, bir yenilik başlatma” gibi eylemler girişimcilik kavramının temel unsurları olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu gibi eylemler bazı kültürlerde gayet doğal karşılanıp desteklenirken, bazı kültürlerde ise henüz yer edinmemiş popüler olmayan niteliktedir. İşte girişimciliğin rahatlıkla kök salıp gelişmesine zemin hazırlayan kültüre “girişimcilik kültürü” denir (İraz, 2010:163).

Kültürle girişimcilik faaliyeti arasında bir ilişkisi kurulurken, hangi tür kültürlerin girişimciliğe destek verdikleri, hangilerinin ket vurucu etkilere sahip oldukları sorunu önem taşımaktadır. Girişimciliğe destek veren kültürlerin üç temel davranışı öne çıkarttıkları ve bunların 1. yüksek sorumluluk üstlenme 2. hesaplı risk alma ve 3. performansa dönük geribildirim talep etme olduğu üzerinde durmaktadır (Aytaç, 2006: 154).

Girişimcilikle toplumsal kültür arasında yakın bir ilişki olduğunu ileri süren Morrison, kültürün girişimciliğe dönük tutumları önemli ölçüde belirlediğini ileri sürer. Ona göre, kültür, girişimciliği başlatan, harekete geçiren itkilere, güdülere bünyesinde yer vermektedir. Örneğin, demokratik kültürlerde kişisel başarısızlık ve yapılan hataların çok büyütülmemesi ve bunlara yüksek tolerans gösterilmesi, kişileri yenilikleri denemeye, teşebbüse geçmeye teşvik eder. Bu toplumlarda, yeni şeyler yapma, değişiklik ve teşebbüse geçmenin olumlanması doğal olarak girişimci eğilimlerin pekişmesine yardım eder. Bu bakımdan özellikle Kuzey Amerika ve Avustralya gibi daha eşitlikçi ve demokratik toplumların girişimci kişiliğinin ortaya çıkmasına uygun alanlar açmak suretiyle girişimciliği/girişimci kültürü besledikleri dikkati çeker (Morrison, 2000: 62-66).

Busenitz ve Lau (1997'den akt. Aytaç ve İlhan, 2013: 109), bazı kültürlerin neden diğerlerine göre daha fazla girişimci tiplere açıklık gösterdiği sorusuna cevap ararken, bu farklılığı o toplumların kültürel biricikliğinde aramak gerektiğinin altını çizerler. Onlara göre, bu kültürlerde bazı değerler (bireycilik, belirsizlikten kaçınma, güç mesafesi ve zaman yönelimi), uygun sosyal bağlam (sosyal hareketlilik, ekolojik niş ve Pazar koşulları) ve kimi bireysel değişkenler (risk alma, başarıma isteği ve kontrol odağı), hep birlikte yeni bir mantalite oluşturmakta, yeni teşebbüslere ve işletme kurma çabalarına destek vermektedir.

Genel anlamda araştırmacılar bireyciliği yüksek, belirsizlikten kaçınma ve güç aralığı boyutları düşük olan ulusal kültürlerin bireysel girişimciliği daha kolaylaştırıcı rol üstlendiklerini ileri sürmüş olup bu sav süreklilik arz etmese de desteklenmiştir (Hayton vd., 2002'den akt. Fiş ve Wasti, 2009: 136).

2. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Katılımcılara anket uygulanarak kültürel boyut anlamında girişimcilik eğilimleri tespit edilmeye çalışılmıştır.

Araştırmanın konusu; kültürel yapının girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisinin belirlenmesidir. Bu bağlamda araştırmanın amacı, üniversite öğrencilerinin kültürel yapılarının girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisinin incelenmesidir. Ayrıca çalışma istatistiksel olarak kültürel yapı ve girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkinin ortaya konulması amacı da taşımaktadır.

Araştırma kapsam açısından; bireylerin kültürel yapıları ile girişimciliğin eğilimleri arasındaki ilişkilerin belirlenmesi ve açıklanmasıyla sınırlıdır. Araştırma uygulama açısından Sakarya Üniversitesi İ.İ.B.F ve Harran Üniversitesi Fen Edebiyat Fakültesi öğrenciler ile sınırlandırılmıştır.

2.1. Verileri Toplama Aracı

Araştırmada veriler, anket yöntemiyle elde edilmiştir. Araştırmada kullanılan anket formu Erbatu (2008) tarafından daha önce yapılmış olan çalışmadan alınmıştır. Çalışmada kullanılan anket üç kısımdan oluşmaktadır:

1. kısımda, öğrencilerin demografik özelliklerini tanımlamaya ilişkin sorular (8 tane),
2. kısımda, girişimcilik eğilimini ortaya koymaya yönelik ifadeler (30 tane),
3. kısımda kültürel boyutları ortaya koymaya yönelik ifadeler (32 tane) yer almaktadır.

3. kısımdaki kültürel boyutları ortaya koymaya yönelik ifadelerin ölçmeye çalıştığı boyutlar şöyledir (Erbatu, 2008: 75):

- 1., 2., 3. ve 4. sorular; dişil özellik,
- 5., 6., 7. ve 8. sorular; eril özellik,
- 9., 10., 11. ve 12. sorular; bireycilik,
- 13., 14., 15. ve 16. sorular; toplumculuk,
- 17., 18., 19. ve 20. sorular; düşük güç mesafesi,
- 21., 22., 23. ve 24. sorular; yüksek güç mesafesi,
- 25., 26., 27. ve 28. sorular; düşük belirsizlik,
- 29., 30., 31. ve 32. sorular; yüksek belirsizliktir

3. ARAŞTIRMANIN VERİ ANALİZİ VE BULGULARI

Bu kısımda, analiz sonuçları ve bulguların değerlendirmeleri yer almaktadır.

3.1. Güvenilirlik Analizi

Araştırmada kullanılan anketler öncelikle güvenilirlik analizine tabi tutulmuşlardır. Bu amaçla Cronbach's Alpha güvenilirlik analizi uygulanmıştır. Elde edilen bulgular aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 1: Anket Sorularının Güvenilirlik Analizi

ANKETLER	MADDE SAYISI	Cronbach's alfa
Girişimcilik Eğilimi	30	,779
Kültür Boyutları	32	,789

Alfa Değeri 0 ile 1 arası değerler almaktadır. Bu değerin 0,5'ekadar makul edilebileceği belirtilmektedir (Altunışık ve diğ., 2004: 116). Cronbach's Alfa değerleri anketlerin güvenilir olduğunu göstermektedir.

3.2. Kişisel Bilgilere İlişkin Analiz ve Bulgular

Tablo 2: Öğrencilerin Kişisel Bilgilerine İlişkin Bilgiler

Demografik Değişkenler	Kişi Sayısı	%	
Üniversite	Sakarya Üniversitesi	100	54,1
	Harran Üniversitesi	85	45,9
Cinsiyet	Kadın	127	68,6
	Erkek	58	31,4
Sınıf	1.Sınıf	37	20,0
	2.Sınıf	115	62,2
	3.Sınıf	15	8,1
	4.Sınıf	16	8,6
	Yüksek Lisans	2	1,1
Annenin Eğitim Durumu	İlkokul	99	57,9
	Ortaokul	27	15,8
	Lise	33	19,3
	Üniversite	11	6,4
	Lisansüstü	1	,6
Babanın Eğitim Durumu	İlkokul	56	30,9
	Ortaokul	43	23,8
	Lise	55	30,4
	Üniversite	25	13,8
	Lisansüstü	2	1,1
Annenin Çalışma Durumu	Çalışıyor	26	14,8
	Çalışmıyor	150	85,2
Babanın Çalışma Durumu	Çalışıyor	139	81,8
	Çalışmıyor	31	18,2
Annenin Çalışma Alanı	Kamu	4	4,8
	Kendi İş	11	13,3
	Özel Sektör	17	20,5
	Diğer	55	61,4
Babanın Çalışma Alanı	Kamu	40	24,2
	Yabancı Sermayeli Şirket	3	1,8
	Kendi İş	57	34,5
	Özel Sektör	41	24,8
	Diğer	24	14,5
Ailede Kendi İşini Yapan Yakını	Var	95	52,5
	Yok	86	47,5
	Bankada	26	14,2
	Borsaya Yatırım Yaparım	3	1,6
	Kendi İşimi Kurardım	86	47,0

500 Milyarı Değerlendirme Alanı	Gayrimenkul Yatırımı	64	35,0
	Yapardım		
	Diğer	4	2,2

Araştırmaya katılanların %54,1'i Sakarya Üniversitesinden, %45,9'u Harran Üniversitesindedir. Katılımcıların %68,6'sı kadın, %31,4'ü erkektir. Araştırmaya katılanların çoğu (%62,2) 2. sınıf öğrencilerinden oluşmaktadır. Katılımcıların annelerin eğitim durumu incelendiğinde çoğunun (%57,9) ilkokul mezunu olduğu, babalarının eğitim durumu incelendiğinde %30,9'unun ilkokul, %23,8'inin ortaokul ve %30,4'ünün lise mezunu olduğu görülmektedir. Katılımcıların çoğunun (%85,2) anneleri çalışmıyor, babalarının çoğu (%81,8) ise çalışmaktadır. Çalışan annelerin çalışma alanı incelendiğinde %20,5'i özel sektörde, %13,3'ü kendi işinde ve %61,4'ü ise diğer alanlarda çalışmaktadır. Babaların çalışma alanında ise %34,5'i kendi işinde, %24,8'i özel sektörde ve %24,2'si ise kamu alanında çalışmaktadır. Ailede kendi işini yapanların oranına bakıldığında %52,5'lik bir oran ailede kendi işini yapan olduğunu belirtirken, %74,5'lik bir oran ile ailede kendi işini yapan olmadığını belirtmiştir. Katılımcılara 500 milyarınız olsa bununla ne yapardınız sorusu sorulmuş bu soruya verilen cevaplar ise şu yönde olmuştur: %47,0'ı kendi işimi kurardım, %35,0'ı gayrimenkul yatırımı yapardım, %14,2'si ise bankada değerlendirirdim şeklindedir.

3.3. Girişimcilik Eğilimine İlişkin Analiz ve Bulgular

Aşağıdaki tabloda girişimcilik eğilimine ilişkin analiz ve bulgular yer almaktadır.

Tablo 3: Girişimcilik Eğilimi İfadelerine Ait Tanımlayıcı Bilgiler

	Ortalama	Standart Sapma
Kendi işimi kurmaktansa bir şirkette yönetici olmayı tercih ederim	3,15	1,182
Yenilik yaratma ve özellikle bunları uygulama konusunda başarılı olduğumu düşünüyorum	2,18	,949
Başkalarının aklına gelmeyen birçok şeyi düşünür ve hayata geçirebilirim	2,44	,988
Hayatımın sonuna kadar yetecek paraya sahip olsaydım kendi işimi kurmaktansa bankaya yatırır faiziyle yaşardım	4,37	1,056
Kendi işini kurmaya cesaret edecek kadar riski göze alma özelliğinin kendimde olmadığını düşünüyorum.	3,92	1,263
Kendi başıma bir iş yapmak istersem ailem beni destekler.	1,46	,795
Bir işin fırsatlar sunmasının, emniyetli ve garantili olmasından daha önemli olduğunu düşünüyorum.	3,04	1,316
İnsanların kendi işlerini kurmak için yeterli fırsatlara sahip olduklarını düşünüyorum	3,28	1,181
Kendi işini kuran ve başarısız olanlara yeni bir şans verilmesi gerektiğini düşünüyorum.	2,11	,989
Yetersiz finansman desteği nedeniyle kendi işini kurmanın zor olduğu düşünüyorum.	2,07	1,017
Yeni bir işin nasıl kurulacağı ile ilgili bilgiye ulaşmanın zor olduğunu düşünüyorum.	3,52	1,169
Ekonomik ortamın kendi işini kurmak isteyenler için uygun olmadığını düşünüyorum	2,79	1,146
Karmaşık ve idari süreçler nedeniyle kendi işini kurmanın zor olduğunu düşünüyorum	2,91	1,214
Başarısızlık riski olduğunda yeni bir işe başlanmaması gerektiğini düşünüyorum.	3,49	1,313
Bir iş kurmayı ancak iyi bir iş bulamadığımda düşünürüm	3,37	1,348
Daha önceden sorulmamış sorular sorup, kimsenin aklına gelmemiş şeyleri düşünürüm	2,47	1,034
Hiç kimsenin bana yapmamı söylemesine gerek yoktur, her işimi kendi başıma yaparım	2,17	1,122
İnsanları severim. Hemen herkesle anlaşılabilir ve iyi geçirim.	1,68	,929
Bir şeye/işe başladığım zaman, çevremdeki birçok insanı benimle birlikte harekete geçiririm.	2,03	,882

Sorumluluk almaktan kaçmam ve sorumluluklarımı baştan sona izlerim.	1,57	,793
Ortak çalışmalarda işleri sıraya koymak benim için planlanmamış ancak doğal bir görev niteliğindedir.	2,04	,963
İstediğim şeyler için çok çalışmaktan kaçınmam / vazgeçmem	1,56	,769
Eğer, bir şeyi yapmayı aklıma koyarsam, hiçbir şeyin beni durdurmasına izin vermem	1,69	,859
İstediğim şeyleri yapabilecek kadar yeterli enerjiye sahibim	1,66	,884
Rekabetten hoşlanırım.	2,03	1,105
Üstüme aldığım görevleri zamanında bitiririm.	1,61	,768
Günde 12-16 saat çalışmayı göze alabilirim.	2,88	1,189
Tüm birikimimi kaybetsem de, yine de aynı işte çalışmaya devam ederdim	3,39	1,204
Bir iş kurmak istesem ailem beni bu konuda yüreklendirir.	1,68	,905
Geleceği garanti altına almanın insanın kendi işini kurmasından geçtiğini düşünüyorum	2,81	1,290

Yukarıdaki tabloda girişimcilik eğilimini ölçmek için kullanılan ifadelerin ortalamaları verilmiştir. Bu sonuçlardan en çarpıcı olanlar “Hayatımın sonuna kadar yetecek paraya sahip olsaydım kendi işimi kurmaktansa bankaya yatırır faiziyle yaşardım” sorusuna katılımcıların hiç katılmadığı yönündedir. Ayrıca katılımcılar “Kendi başıma bir iş yapmak istersem ailem beni destekler” ve “Bir iş kurmak istesem ailem beni bu konuda yüreklendirir” ifadelerine ise tamamen katıldıkları yönünde bildirimde bulunmuşlardır. Katılımcılar girişimcilik konusunda ailelerinden destek alacaklarını düşünmektedir. “Kendi işini kurmaya cesaret edecek kadar riski göze alma özelliğinin kendimde olmadığını düşünüyorum” ifadesine katılmadıklarını belirtmekte olan katılımcılar kendilerine bu konuda güvenmektedirler diye düşünülmektedir.

3.4. Kültürel Boyutlar ve Girişimcilik Eğilim Arasındaki İlişkiye İlişkin Analiz ve Bulgular

Araştırmanın bu kısımda bağımsız değişken olan kültürün boyutları ve bağımlı değişken olan girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiyi belirlemek için yapılan korelasyon ve regresyon analizlerine ve bu bulguların değerlendirilmesine yer verilmiştir.

Tablo 4: Kültürel Boyutlar ve Girişimcilik Eğilimi Arasındaki Korelasyonlar (N= 185)

Değişkenler	Dişil	Eril	Bireycilik	Toplumculuk	Düşük Güç	Yüksek Güç	Düşük Belirsizlik	Yüksek Belirsizlik
Gir.Eğ.	,315**	,416**	,173*	,047	,334**	,146*	,210**	,442**

**Korelasyonlar ,01 seviyesinde anlamlıdır.

*Korelasyonlar ,05 seviyesinde anlamlıdır.

Tablo 4'deki bulgulara göre girişimcilik eğilimi ile kültürün dişil özellik alt boyutu arasında pozitif yönlü ($r= ,315, p< 01$), eril özellik alt boyutu ile pozitif yönlü ($r= ,416, p< 01$), bireycilik alt boyutu ile pozitif yönlü ($r= ,173, p< 05$), düşük güç mesafesi alt boyutu ile pozitif yönlü ($r= ,334, p< 01$), yüksek güç mesafesi alt boyutu ile pozitif yönlü ($r= ,146, p< 05$), düşük belirsizlik alt boyutu ile pozitif yönlü ($r= ,210, p< 01$) ve yüksek belirsizlik alt boyutu ile pozitif yönlü ($r= ,442, p< 01$) anlamlı bir ilişkinin olduğu bulunmuştur.

Tablo 5: Kültürel Boyutlar ile Girişimcilik Eğilimi arasındaki İlişkiye Yönelik Çoklu Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişken	Bağımsız Değişkenler	Beta	Sig
Girişimcilik Eğilimi	Dişil Özellik	,223	,001
	Eril Özellik	,265	,000
	Bireycilik	,010	,877
	Toplumculuk	-,014	,831
	Düşük Güç Mesafesi	,130	,063
	Yüksek Güç Mesafesi	-,006	,930
	Düşük Belirsizlik	,007	,925
	Yüksek Belirsizlik	,252	,001

Tabloda koyu olarak verilen değerler istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur.

Regresyon ANOVA tablosuna bakıldığında girişimcilik eğilimi ve kültürel boyutlar arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($F= 11,179, p< ,05$). Bağımsız değişkenlerdeki değişim bağımlı değişkendeki değişimin yaklaşık %34'ünü açıklamaktadır ($R^2= ,337$).

Tablo 5'e göre girişimcilik eğilimi ile kültürün dişil özellik, eril özellik ve yüksek belirsizlik alt boyutları arasındaki ilişki $p< ,05$ düzeyinde anlamlıdır. Girişimcilik eğilimi ile kültürün diğer boyutları arasındaki ilişki ise istatistiksel olarak anlamsızdır.

Girişimcilik eğilimi üzerinde etkili olan boyutların görece etkileri incelendiğinde eril özellik boyutunun ($\beta= ,265$) girişimcilik eğilimine daha fazla katkısı

olduğu, bunu yüksek belirsizlik (beta= ,252) ve dışıl özellik (beta=,223) boyutlarının takip ettiği görülmektedir.

Sonuç

Kavram olarak girişimcilik, kişilerin bireysel başarıya ulaşmayı hedefleyerek toplumun ihtiyaç duyduğu ürün ve hizmetleri üretmek amacıyla risk almak ve yatırım yapmak suretiyle gerçekleştirdikleri süreci ifade etmektedir. Toplumunu oluşturan bireylerin sahip olduğu kültürel yapının, içinde bulunan bireyleri doğrudan etkilediği, sürdürmekte oldukları hayata dair bazı davranışsal kalıplar geliştirdiği ve bu durumun girişimcilikle ilgili unsurları şekillendirildiği bu çalışma için temel çıkış noktası olmuştur.

Kültürel yapı ile girişimcilik eğilimi arasında bir ilişki olduğuna dair ilgili yazın yapılmış olan bu çalışma ile de desteklenmiş ve kültürel yapı ile girişimcilik eğilimi arasında anlamlı ilişkiler bulunmuştur. İlgili yazın bazı toplumların girişimcilik konusunda daha eğilimli olduğunu ifade ederken bazıları ise kültürel yapılarından dolayı aynı eğilimi göstermemekte olduğunu belirtmektedir. Bu gerekçe ile yapılan bu çalışmada bu iki değişken arasında literatürle örtüşen sonuçlara ulaşılmıştır.

Şöyle ki yapılan araştırmada girişimcilik eğilimi ile kültürün dışıl özellik, eril özellik, bireycilik, düşük güç mesafesi, yüksek güç mesafesi, düşük belirsizlik ve yüksek belirsizlik alt boyutu ile pozitif yönlü anlamlı bir ilişkinin olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca yapılan araştırmada girişimcilik eğilimi üzerinde etkili olan boyutların görece etkileri incelendiğinde eril özellik boyutunun girişimcilik eğilimine daha fazla katkısı olduğu, bunu yüksek belirsizlik ve dışıl özellik boyutlarının takip ettiği görülmektedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde, girişimcilerin belirsizliğe karşı toleransları daha yüksektir. Kültürün boyutları göz önüne alındığında, diğer boyutlara göre bu özellik önemli bir unsurdur. 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. Katılımcıların girişimcilik eğilimini değerlendirmede bu husus dikkat çekici bir özellik göstermektedir.

Yapılan çalışmanın sonuçları Sakarya Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi ile Harran Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi öğrencilerinin düşüncelerini yansıtmaktadır. Farklı bir örneklem için sonuçların değişiklik göstermesi muhtemeldir. Çalışmanın ileride daha geniş bir örneklem ile yapılması veya konunun ulusal anlamda diğer bölgelerden ve farklı sosyo-ekonomik gruplardan çekilen örneklemelerde ele alınması ile daha geniş bir çerçeveye yayılabilecek sonuçlara ulaşmak mümkün olacaktır.

KAYNAKÇA

- ALTUNIŞIK, R., Çoşkun, R., Bayraktaroğlu, S. ve Yıldırım, E. (2007), **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri**, Sakarya: Sakarya Yayıncılık.
- AYTAÇ, Ö. (2006), “Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif”, **Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, Sayı: 15, 139-160.
- AYTAÇ, Ö. ve İlhan, S. “Girişimcilik ve Girişimci Kültür: Sosyolojik Bir Perspektif”,
http://www.sosyalbil.selcuk.edu.tr/sos_mak/makaleler%5C%C3%96mer%20AYTA%C3%87%20-20S%C3%BCleyman%20%C4%B0LHAN%5CAYTA%C3%87,%20%C3%96MER.pdf (Erişim Tarihi: 22.05.2013).
- ÇARIKÇI, İ. H. ve Koyuncu, O. (2010), “Bireyci-Toplumcu Kültür Ve Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”, **Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, Yıl: 2, Sayı: 3, 1-18.
- DEMİREL, T. E. ve Tikici, M. (2004), “**Kültürün Girişimciliğe Etkileri**”, Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları, 49-58.
- ERBATU, G. (2008), “Kültürel Boyutları İçerisinde Girişimcilik Eğilimi”, Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.
- FİŞ, A. M. ve Wasti, S. A. (2009), “Örgüt Kültürü ve Girişimcilik Yönelimi Etkisi”, **ODTÜ Geliştirme Dergisi**, 35 (Özel Sayı), 127-164.
- GUPTA, V., MacMillan, I. C. ve Surie, G. (2004), “Entrepreneurial Leadership: Developing And Measuring A Cross-Cultural Construct”, **Journal Of Business Venturing**, Sayı: 19, 241-260.
- HİSRİCH, R. ve Peters, M. P. (2001), **Entrepreneurship**, 5th Edition, Boston-Irwin: McGraw-HillHigher
- HOFSTEDE, G. (1997), “**Cultures and Organizations Software of the Mind**”, Newyork: The McGraw-Hill Companies.
- İRİZ, R. (2010), **Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve Kobiler**, 2.Baskı, Konya: Çizgi Kitabevi.
- KELEŞ, H. N., Özkan, T. K., Doğaner, M. ve Altunoğlu, A. E. (2012), “Önlisans Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”, **International Journal of Economic and Administrative Studies**, Cilt: 5, Sayı: 9, 107-118.
- LEE, M. S. ve Peterson, S. J. (2000), “Culture, Entrepreneurial, Orientation and

- Global Competitiveness,” **Journal of World Business**, Vol:35, No:4, 401-416.
- MORRISON, A. (2000), “Entrepreneurship: What Triggers It?”, **International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research**, Vol: 6, No: 2, 59-71.
- ÖZDEMİR, Y. ve Mazgal, S. (2012), “Bir Kariyer Tercihi Olarak Girişimcilikte Dışsal Faktörlerin Etkisi: Sakarya Örneği”, **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, Cilt: 7, Sayı: 1, 87-102
- ÖZDEN, K., Temurlenk, M. A. ve Başar, S. (2008), “Girişimcilik Eğilimi: Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi ve Atatürk Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”, 2. Uluslararası Girişimcilik Kongresi, 229-240.

