

GİRİŞİMCİLİK VE KÜLTÜR



*Semra GÜNEY **
*Öykü YALÇIN ***
*Aysun ÇETİN ****

ÖZET

Kültürün, girişimcilik ruhu ve girişimci davranışlar üzerine etkisi son yıllarda yapılan araştırmaların odağı olmuştur. Yapılan çalışmalar kültürün girişimcilik üzerinde tek yönlü etkisinden ziyade bu iki olgunun karşılıklı etkileşim içinde olduğu bulgusunda birleşmektedirler. Bu çalışmada, bu alanda yapılan çalışmalara değinilecek ve bu doğrultuda kültür ve girişimcilik etkileşimi açıklanmaya çalışılacaktır. Son olarak, Türkiye'de girişimcilik konusundaki kültürel engeller ve bunun nedenleri üzerinde durulacaktır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, kültür, girişimci kültür.

ABSTRACT

The influence of culture on entrepreneurial spirit and behaviors has been the focus of recent research. Literature has a consensus on the finding that there is an interactive relationship between culture and entrepreneurship rather than a one-way influence of culture on entrepreneurship. In this study, a review of the literature on examining this relationship will be made and in line with the literature, the interaction between culture and entrepreneurship will be explained. Finally, the cultural barriers to entrepreneurship in Turkey and the reasons for that will be emphasized.

Key Words: Entrepreneurship, culture, entrepreneurial culture.

* Doç.Dr., Hacettepe Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü

** Hacettepe Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü Doktora Öğrencisi

*** Arş.Gr., Pamukkale Üniversitesi, İİBF, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü

GİRİŞ

Sosyal bilimlerde 1980'li yıllardan itibaren 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 örgütlerin değişimi başarılı gerçekleştirmelerini sağlamalarına yardımcı olan bir süreçtir. Bu süreçte bazı toplumların başarılı olduğu görülürken bazı toplumların ise yeterli düzeyde başarılı olamadıkları görülmektedir. 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 açılanmaktadır.

KÜLTÜR

Açıkgöz (1990) Kroeber ve Parsons'un tanımlarından yararlanarak kültürü, insan davranışlarına ve davranışın oluşturduğu yapılara şekil veren değer, fikir ve diğer sembolleşmiş anlam sistemlerinin devredilen ve meydana getirilen içerik ile örnekleri olarak tanımlamaktadır. Kültür, paylaşılan değerler, inançlar ve beklenen davranışlar bütünü olarak da tanımlanmaktadır (Herbig, 1994; Hofstede, 1980a).

Tayeb (1988), kültürü şu şekilde tanımlamakta ve kapsamını çizmektedir:

Tarihsel evrimden geçmiş, belli bir topluluğun üyeleri tarafından paylaşılan bir dizi öğrenilmiş değer, yaklaşım ve anlamlardır ve bu paylaşılan öğeler maddi ve manevi yaşamı etkilemektedir. Topluluğun üyeleri aile, öğrenim kurumu ve bir bütün olarak toplum içinde geçtikleri farklı farklı sosyalleşme aşamaları yoluyla paylaşılan bu özellikleri öğrenirler.

Kültür karmaşık bir olgudur. Kültür, insan gruplarının paylaşılan kolektif bir şekilde dünyayı anlama ve yorumlama şeklidir. Trompenaars (1993), bu doğrultuda kültürü şu şekilde tanımlamaktadır:

Bir balık suya duyduğu ihtiyacın farkına ancak artık suyun içinde değilse varır. Balık için su ne ise bizim için de kültürümüz odur. Kültür devamlılığımızı sağlar. Bizler kültürümüzün içinde yaşar ve nefes alırız. Bir kültürün olmazsa olmaz olarak gördüğü bir şey başka kültürler için o kadar da yaşamsal olmayabilir.

Kültür, bireylerin yaşantılarını değerlendirmelerine yardım eden ve davranışlarına yol gösteren değerlerin tümüdür. Bir toplumun kültürü farklı boyutlarla daha anlaşılır hâle getirilmektedir. Hofstede (1984), 53 ülkedeki IBM çalışanlarına uyguladığı kültürel değerler anketi sonucunda kültürün dört boyutu olduğunu belirlemiştir. Bunlar; güç mesafesi, belirsizlikten kaçınma, erilik-dişilik ve bireycilik-toplumculuk'tur ve kültür ile ilgili araştırmalarda genel kabul görmüşlerdir. Kültür ile ilgili yapılan çalışmaların çoğunda da Hofstede'nin çalışmasının referans olarak alındığı görülmektedir.

Güç Mesafesi Boyutu

Güç mesafesi, gücün toplumun bireyleri ve organizasyonlarında eşit olmayan bir biçimde dağılımı ile ilgilidir (Hofstede, 1984). Toplum tarafından benimsenen ve zamanla içselleştirilerek kurumsallaştırılan güç düzeyindeki farklılıkları, değişik ülkelerde, bireyin yaşı, ailesi, eğitim gördüğü kurumun saygınlığı gibi faktörlerden etkilenmektedir. Bu faktörlerin etkisiyle, bireyin; çabaları, eğitimi ve deneyimine bakılmaksızın, bireylere güç ayrıcalığı getirdiği bilinmektedir.

Güç mesafesinin kavramlaştırılması toplumlardaki eşitsizliklerin değerlendirilmesiyle oluşturulmaya çalışılmaktadır. Burada önemli olan konu, insanların toplumdaki varolan bu eşitsizliği nasıl algıladıkları ve buna karşı ortaya koydukları tepkidir. Bazı ülkeler ve bunların güç mesafesi indeksi Hofstede'nin yaptığı çalışmada ortaya konulmuştur. Kültürler Doğu-Batı kültürleri olarak farklılıklara sahiptir. Batı kültürlerinde bu farklılık, tabiat üzerinde egemen olma şeklinde ortaya çıkarken, Doğu kültürlerinde ise doğa ile uyum sağlama şeklinde gözlenmektedir. Bu da eşitsizliklerin farklı algılanmasının temel nedeni olmaktadır (Randal ve diğerleri, 1996). Düşük güç mesafeli toplumlarda, gücün neden olduğu farklılıklar en aza indirilmeye çalışılırken, yüksek güç mesafeli kültüre sahip toplumlarda ise, güç farklılıkları benimsenmekte ve kurumsallaştırılmaktadır (Varoğlu ve diğerleri, 2000).

Belirsizlikten Kaçınma Boyutu

Bilginin yetersiz ya da açık olmaması, değişmelerin hızlı ve kestirilemez gelişmesi yüksek düzeyde karmaşıklık durumunun söz konusu

olması halinde, bir topluluğun duyacağı tedirginlik, belirsizlikten kaçınma boyutuyla açıklanmaktadır (Hofstede, 1984). Belirsizlikten kaçınma eğilimi düşük bireylerin bilgiye önem verdikleri, ipuçlarını yorumlama eğiliminde oldukları, bilgiyi aktarma becerilerinin yüksek olduğu ve bu kişilerin, insanların içsel özelliklerine daha duyarlı oldukları görülmektedir. Bu kişiler belirsizlik ve bilgi yükü altında uygun ve esnek davranışlar ile girişimci özellikler sergileyebilirler. Daha çeşitli ve geniş bilgi toplama eğilimindedirler. Az yapılaşmış görevler edinmek isterler. Birden çok konuyla ilgilenebilirler (Randal ve diğerleri, 1996). Belirsizlikten kaçınma eğilimi yüksek bireylerden oluşan toplumlarda, bireyler kendileri için yaşamı daha güvenli hâle getirmek için iş güvencesini, yazılı kurallar ve biçimselliği artırma; farklılıklara karşı çıkarak mutlak doğrulara önem verirler. Hofstede araştırmasında; belirsizlikten kaçınma eğilimi içinde olan ülkeler olarak; Türkiye, Yunanistan, Portekiz, Belçika, Japonya ve Fransa gibi ülkeleri belirtmesine karşın Singapur, Danimarka, İsveç, Hong Kong, İngiltere, ABD ve Kanada gibi ülkelerin ise belirsizlikten kaçınma eğilimlerinin düşük olduğunu ortaya koymaktadır (Varoğlu ve diğerleri, 2000).

Erillik-Dişilik Boyutu

Bir kültürün erillik boyutu; atılganlık, para kazanmaya önem verme, materyalist eğilimlerin egemen olması gibi özellikler sergiler. Eril kültürde insana verilen önem ikinci planda kalmaktadır. Dişil kültürün göstergeleri ise; insana ve insanlar arası ilişkilere yüksek önem verme ve yaşamın genel niteliğini önde tutma şeklinde ortaya çıkmaktadır. Dişil kültür, geleneksel anlamda dişilikle özdeşleştirilen şefkat, merhamet, nezaket, sadakat, çocuklara karşı sevgi dolu olmak gibi özellikleri içermektedir. Bir kültürün erillik-dişilik boyutunda kendine güven ile alçak gönüllülük özellikleriyle ilgi kurulmaktadır. Eril kültürlerdeki insanların kendine güven duyguları daha yüksektir. Dişil kültürlerde ise alçak gönüllülük egemen faktör olarak görülmektedir. Eril kültürlerde insanlar kendine güvenin yüksek olması nedeniyle daha gerçekçidirler. Dışsalıktan ziyade içsellik özelliklerine sahiptirler. Bu özellikleri nedeniyle, başarısızlık durumlarında başkalarını suçlama yolunu seçerek rahatlamayı sağlama yerine, hatayı kendilerinde ararlar ve gerçekçi değerlendirmelerle hatadan öğrenmeyle kendilerini geliştirebilirler. Eril kültürlerde çalışmak için yaşama ilkesi vurgulanırken, dişil kültürlerde yaşamak için çalışma öne geçmektedir. Dişil kültürlerde bu özellikten dolayı çalışma pek sevilmez. Eril kültürlü toplumlarda ise çocuklar hırslı, girişken, çalışmayı çok seven ve rekabetçi yetiştirilmektedir (Hofstede, 1980).

Bireycilik-Kolektivizm (Toplumculuk) Boyutu

Bireycilik ve kolektivizm hem toplumsal hem de örgütsel düzeydeki kültürün boyutlarıdır. Bireycilik, kişilerin sadece kendilerinin ve çekirdek ailelerinin durumlarının iyi olması konusunda kaygı taşımalarıdır. Bireycilikte kişisel yeterlilik ve kontrole, grubun amaçlarıyla uyumlu olabilecek veya olmayacak bireysel amaçların elde edilmesine ve kişilerin kendi başarılarından gurur duyduğu bir yapıya önem verilir. Bireyci toplumlarda, “ben” bilinci vardır; kişiler kendilerine odaklanmışlardır. Kimlik olgusu birey temellidir.

Bireyci bir kültürün hakim olduğu bir çevrede bireyler, kişisel çıkarlar ve kişisel amaç başarımı ile motive olurlar. Bu tür bir kültürün yerleştiği toplum veya örgütlerde bireyler, ortak eylemlere katkı vermek istemezler; bunun yerine, diğerlerinin çabalarından faydalanmak isterler. Kolektivist kültür ise, bireyin ait olduğu grubun çıkarlarının kişisel çıkarlara üstün tutulduğu, paylaşmaya, işbirliğine ve grubun uyumuna önem verilen, grubun refahına ilginin yüksek olduğu bir yapıyı ifade eder (Arıkan, 2004).

Kolektivist kültürlerde kişiler geniş ailerde doğarlar ve yetişirler. Bu kültürlerde “biz” bilinci vardır ve kolektivist düşünce hakimdir. Kimlik olgusu sosyal sistem temellidir (Hofstede, 1983).

GİRİŞİMCİ KÜLTÜR

Girişimcilik tartışmalarında kültürün önemi büyüktür çünkü kültür girişimcilğe karşı bireylerin yaklaşımlarının belirleyicisidir (Vernon-Wortzel ve Wortzel, 1997). Her çağ kendisine ev sahipliği yapan toplumun ihtiyaçlarına göre kendine has girişimcilik modelleri oluşturur. Ancak, girişimcilik sürekli olarak yenilikçi, holistik, risk üstlenici ve koordine edici davranış biçimleri olarak tanımlanmıştır. Belli kültürel kurumlar girişimcilği ortaya çıkarabilir ya da gizli kalmasına neden olabilir. Bu nedenle, toplumların ve o toplumlarda yaşayan bireylerin kültürü girişimciliğin alevlenme derecesine etki edecektir.

Bu bağlamda “girişimci kültür”, içinde kişisel işletmeye karşı olumlu sosyal bir yaklaşımın olduğu, girişimci faaliyeti var kılan ve destekleyen kültürdür.

Tarih boyunca, girişimcilik ancak geçiş dönemlerinde toplumlar için önemli ve anlamlı olmuştur. (Örneğin; gelenekselden moderne, modernden post-moderne ve devlet kontrolündeki ekonomilerden serbest pazara geçişte

olduğu gibi). Bu dönüm noktalarının her birinde toplumlar için girişimcilik ikilemlerin çözömlenmesinde, eski, hiyerarşik geleneklerin ve kurumların yıkılmasında ve yeni, yenilikçi davranış biçimlerinin ortaya çıkmasında ortak bir yaklaşım olarak kullanılmıştır. Bu nedenle de girişimcilik bir çağın kùltürünü değıştirme aracı olarak görölebilir. Bu bağlamda, girişimcilerin kùltürel gelenekler, süreklilik ve istikrarla ilintili birçok durumu doğrudan etkileme potansiyelleri vardır. Yeni bir girişimci hareket bir ÷lkeyi tam ters bir yöne doğru sürükleyebilir. Bu sıklıkla, gelenek ve mirasın değıerini kaybetmesi olarak ortaya çıkar. Toplumlar için bu durum istikrarlı ve devamlı referans noktalarından kaymayı ifade eder. Geleneğin sağladığı rahatlık, kùltürel geçişin sorumluluğuna dayalı kendini yeniden yorumlama olgusuyla sarsılır (Corner ve Harvey, 1991).

Ancak, kùltürdeki değışimler genellikle insanların belli eski yöntemlerin artık işe yaramadığını farketmeleriyle olur. Joynt ve Warner (1996), insanların toplumun hayatta kalmasının öneminin farkına vardıklarında kùltürü değıştirmenin hiç de zor olmadığını savunmaktadırlar. Aynı şekilde girişimciliğin, hizmet ettiğı ve kaynaklarını kullandığı toplumlar üzerinde geniş bir etkisi vardır. Girişimcilik, fiziksel çevreyi ve değıerleri etkiler. Eğer bir kùltürün girişimciliğı destekleyen değıerleri varsa, bu durumda kùltür girişimciliğin lokomotifi olur (Johannisson, 1987a).

GİRİşİMCİLİK VE ULUSAL KÜLTÜR

Kùltürün girişimciliğe etkisi son otuz yıldır akademik alanda ilgi odağı olan konulardan birisidir. Ulusal kùltürün girişimcilik faaliyetinin seviyeleriyle nasıl bir ilişkisi vardır? Bu soru ekonomistlerin, sosyologların ve psikologların girişimci faaliyetin seviyelerinin ÷lkeden ÷lkeye değışeceğı yönündeki gözlemlerinden doğmuştur (Hayton ve diğlerleri, 2002).

Girişimci faaliyetler teknolojik yeniliğin ve ekonomik gelişmenin önemli bir kaynağı olarak görölmüştür (Schumpeter, 1934; Birley, 1987). Bu nedenle, ulusal kùltürün girişimcilik üzerindeki etkisi hem teoride hem de uygulamada önemli bir değıere sahiptir. Araştırmacılar ulusal, bölgesel ve örgötsel kùltürlerin yeni işletmeler kurma, yenilikçilik ve risk alma yoluyla zenginlik yaratılması üzerindeki etkilerini araştırmışlardır. Birçok ÷lkeden toplanan verileri ve çeşitli araştırma yöntemlerini kullanarak kùltürel değıışkenler ve girişimci davranışı arasında ilişki olduğunu bulmuşlardır. Kùltürel değıerler bir toplumun risk alma ve bağımsız düşünme gibi girişimci davranışlarda bulunulmasını ne kadar istediklerinin göstergesidir. Bu türden davranışları ödöllandiren ve bunlara değıer veren kùltürler radikal yeniliklerin geliştirilmesine katkıda bulunurken; tekdüzeni, grup çıkarlarını ve gelecek

ùzerinde kontrol sağlama gibi değerleri òne çıkaran kùltùrlerde risk alma ve girişimci davranışlar gùrmek mùmkùn olmayacaktır (Hofstede, 1980a).

Girişimcilik kùklerini kùltùrden alan bir olgudur (Lee ve Tsung, 2001). Sosyo-kùltùrel boyutlar yeni iş kurma isteğini etkilemektedir (Swierczek ve Quang, 2004). Bu sosyo-ekonomik boyutlar, yenilikçiliğe, risk almaya, bağımsızlığa, sosyal statù ve kaybetme kaygısına çok ònem verilmesidir (Wennekers, 2001). Baskısı en fazla olan sosyo-ekonomik konu toplumun girişimciliğe karşı tavrı ve girişimciliği desteklemesidir. Bu durum girişimci faaliyetlerin en bùyùk itici gùcù ya da engelleyicisidir (Reynolds, 2001).

Değerleri girişimciliği desteklemeyen bir ùlkede, girişimci yaklaşımlar çok az takdir gùrecektir (Reynolds, 2001). Risk almayı òdùllendiren bir kùltùrùn, daha yùksek seviyede girişimci faaliyeti olacağı açıktır.

Hofstede (1994)'ye gùre, bireylerin, òrgùtlerde girişimciliği ilerletme rolleri de kùltùre bağımlıdır. Tablo 1'de Hofstede'ye gùre girişimciliğin belirleyicileri yer almaktadır:

Tablo 1:Hofstede'ye Gùre Girişimcilik

Yùksek Bireycilik	Herkes sadece kendisine bakmak için doğar. Gùrev ilişkilerden ùstùndùr. Bireysel çıkarlar kolektif çıkarlardan ònce gelir. Kendini gerçekleme en temel hedeftùr.
Yùksek Erillik	Baskın değerler maddi başarı ve ilerlemedir. Erkeklerin hırslı, sert ve iddialı olmaları beklenir. Rekabet ve performans ònemlidir.
Dùřùk Gù Mesafesi	Ayrıcalıklar ve statù sembolleri ònemsizdir. Yetenekler, zenginlik, gù ve statù harcanan çabaya bağlıdır.
Dùřùk Belirsizlikten Kaçınma	Belirsizlik normaldir ve kabul edilir. řùpheli durumlar ve bilinmeyen riskler olağandır. Gereęinden fazla kurala ihtiyaç yoktur. Saęduyuya olan inanç ònemlidir.

Kaynak: Swierczek ve Quang, 2004

Kùltùr ile girişimcilik arasındaki ilişkinin araştırılması sırasında kullanılan kùltùr tanımı daha çok Batılı veya dahası Amerikalı bir tanım olma eğilimindedir. Swierczek ve Quang (2004) yaptıkları çalışmalarında, girişimcilik boyutlarını Asya yapısında ele almışlardır. Belli Asya kùltùrleri diğerlerinde daha fazla girişimcidir.

Tablo 2, girişimcilik ile ilgili Asya kùltùrel yaklaşımlarını vermektedir. Òrneęin, Hindistan gibi bazı ùlkeler girişimciliğin òrgùt tarafından yònlendirildięini sòylerken, Tayvan gibi diğerleri ise girişimciliğin girişimci tarafından yònlendirildięini sòylemektedirler (Swierczek ve Quang, 2004).

Tablo 2: Giriřimcilikle İlgili Asya Kùltùrlerinin Değerleri

Hindistan	Girişimci òrgùtler, risk alabilen gùçlù liderler tarafından yònlendirilirler. Bu liderler yaratıcığa ònem verirler. Sosyal ve kùltùrel normlar istikrarı ve güvenliği destekler. Risk alma cesaretlendirilmez.
Japonya	Japonlar ùlkelerini girişimci olarak gòrmezler. Japon dilinde girişimci kelimesinin tam karşılığı dahi yoktur. Japon kùltùrleri girişimciliği desteklemez.
Kore	Korelilerin algıları da Japonlarınkı ile benzerlik gösterir, ancak Koreliler girişimciliğin òneminin farkındadırlar. Koreliler de riskten kaçarlardı. Koreli birçok girişimci girişimcilik faaliyetinin daha çok gerisinde olduklarını dùřünürler.
Singapur	Singapurlu yòneticilerin sadece yarısı kendilerini tam anlamıyla girişimci olarak gòrmektedirler.
Tayvan	Tayvanlıların girişimciliğe karşı tavırları çok destekleyicidir. En az riskten kaçanlar Tayvanlılardır.

Kaynak: Swierczek ve Quang, 2004

Kùltùrel etmenlerin, Doğu Asya'daki girişimcilik üzerinde ònemli bir etkisi vardır (Stiglitz, 1996). Girişimcilik ile ilişkili kùltùrel değerler yùksek gùç mesafesi, yùksek bireycilik, dùřùk belirsizlikten kaçınma ve yùksek erilliktir (McGrath ve diğerleri, 1992).

Hayton ve diğerleri davranışsal araştırmanın bir òzetini yapmışlar, ulusal kùltùrün özellikleri ve girişimciliğin genel òlçùtleri arasındaki ilişkiyi araştıran ampirik 21 çalışmayı ele almışlar ve bu çalışmaların sonuçlarının bir sentezini oluşturmuşlardır. Ulusal kùltùr ve girişimcilik ilişkisini araştıran çalışmaların hemen hemen hepsinde Hofstede'nin kùltùr kavramlaştırmasının çıkış noktası olarak kullanıldığı gòrùlmüřtür. Kùltùr ve girişimcilik arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar 3 ana grupta toplanabilir (Hayton ve diğerleri, 2002):

- Ulusal kùltùr ve girişimciliğin òlçùtleri arasındaki ilişkiyi,
- Ulusal kùltùr ve bireysel özellikler arasındaki ilişkiyi,
- Ulusal kùltùr ve kurumsal girişimcilik arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmalar.

Kùltùrùn boyutları ve ulusal ya da bölgesel seviyede girişimcilik arasındaki ilişkiyi araştıran az sayıda çalışma olduğu görùlmektedir. Bu çalışmalar ve çalışmaların bulguları Tablo 3’de özetlenmiştir (Hayton ve diğerkleri, 2002).

Birçok çalışma ulusal kùltùr ile girişimcinin özellikleri ve davranışları arasındaki ilişkiyi ilgilendiren sorulara cevap bulmaya çalışmıştır. Bu çalışmaların çođu kùltùrùn girişimcilik ağıısından sonuçlarının ne olduğu sorusuna belirgin iki yaklaşımdan biriyle yanıt aramışlardır. Bu yaklaşımlardan ilki, ulusal kùltùrùn farklı girişimci özellikleriyle ilişkili olup olmadığı sorusudur. Bir diğeri ise, girişimciler ve girişimci olmayanlar arasında kùltùrlerarası benzerlikler mi yoksa farklılıklar mı olduğu sorusudur.

Ayrıca birçok çalışma güdüler, değerler ve inançlar gibi girişimci özelliklerini kùltùrlerarası incelemiştir. Bu çalışmalar ve çalışmaların bulguları Tablo 4’de özetlenmiştir (Hayton ve diğerkleri, 2002).

Makino ve diğerkleri (2000), Amerikan firmalarının (düşük güç mesafesi, düşük seviyede riskten kaçınma) ortaklılığı tek sahipliğe tercih ederken Japon firmalarının (orta seviyede güç mesafesi, yüksek seviyede riskten kaçınma) genellikle sadece kendilerine ait yapıları ortaklı yapılara tercih ettiklerini görmüşlerdir.

Hayton ve diğerkleri (2002), çalışmalarında ortaya koydukları literatür taramasını takiben ulusal kùltùr ve girişimcilik arasındaki ilişkiyi kendi modelleriyle açıklamaya çalışmışlardır. Önerdikleri model, ulusal kùltùrùn davranışsal araştırmanın farklı boyutlarında kendini gösterdiğini savunmaktadır. şekil 1’de şematik bir gösteriminin yer aldığı dört araştırma boyutu ihtiyaçlar ve güdüler, inançlar ve davranışlar, bilişsel düzey ile sosyal ve bireysel düzeydeki kùltürel değerlerdir. Modelde kùltùr, oluşumsal etmenler ve girişimciliğin çıktıları arasındaki ilişkinin moderatörü olarak belirlenmiştir. Kùltùrùn arabulucu rolü, ulusal kùltùrùn girişimciliğin çıktılarının nedensel bir etmeni olmaktan ziyade katalizör görevi gördüğünün altını çizer niteliktedir. Bazı çalışmalar ulusal kùltùr ve girişimcilik arasında anlamlı ilişkiler bulmuş olsalar dahi, model kùltürel özelliklerin girişimciliği etkilemek için kurumsal ve ekonomik oluşumları dönüştürdüğünü ve tamamladığını söylemektedir.

Tablo3: Ulusal Kùltür ve Ulusal Düzeyde Girişimcilik Üzerine Yapılan Çalışmalar

Yazarlar	Araştırma Sorusu	Ulusal Kùltürün Ölçütleri	Örneklem	Veri Kaynakları	Ana Bulgular
Shane (1992)	Ulusal kùltür ve ulusal düzeyde yenilikçilik arasındaki ilişki nedir?	Bireycilik, güç mesafesi (Hofstede, 1980)	33 ÷lke	Kùltürel değerler Hofstede'nin (1980) vardığı sonuçlara dayandırılmış ve 1967, 1971, 1976 ve 1980'deki sermaye başına yenilikçilik oranlarıyla karşılaştırılmıştır.	Ulusal düzeydeki yenilikçilik, bireycilik ve güç mesafesiyle pozitif yönde ilişkilidir.
Shane (1993)	Ulusal kùltürün ulusal düzeydeki yenilikçilik üzerindeki etkisi nedir?	Bireycilik, güç mesafesi, belirsizlikten kaçınma ve erilik (Hofstede, 1980)	33 ÷lke	Kùltürel değerler Hofstede'nin (1980) vardığı sonuçlara dayandırılmış ve 1975 ile 1980'deki sermaye başına yenilikçilik oranlarıyla karşılaştırılmıştır.	Ulusal düzeydeki yenilikçilik, bireycilik ile pozitif yönde, belirsizlikten kaçınma ve güç mesafesi ile negatif yönde ilişkilidir.
Davidson (1995)	Yapısal özellikler, kùltür, girişimciliğe yönelik inançlar ve girişimcilik yönelimi arasında nasıl bir etkileşim vardır?	Başarı güdüsü, otonomi ihtiyacı ve değişime odaklanma gibi boyutların olduğu bir girişimcilik değerleri endeksi	2,200 birey: İsveç'teki 6 bölge	Anket çalışması	Bölgesel düzeyde yeni işletme açma oranları ile girişimcilik değerleri arasında bir ilişki vardır.
		<i>Girişimcilik inançları:</i> Sosyal katkı, algılanan risk, sosyal statü			
Davidson ve Wiklund (1995)	Kùltür yapısal etmenler kontrol edildiğinde yeni işletme kurma oranları ile ilişkili midir?	<i>Değerler:</i> Değişime odaklılık, başarı ihtiyacı, otonomi ihtiyacı <i>Inançlar:</i> Sosyal katkı, algılanan risk, iş yükü, iş yapma bilgisi, sosyal statü	1,313 birey: İsveç'teki 6 bölge	Anket çalışması	Kùltürel değer ve inançların, çok az olmakla beraber, bölgesel yeni işletme kurma oranları ile anlamlı bir ilişkisi vardır.

Kaynak: Hayton ve diğerleri, 2002

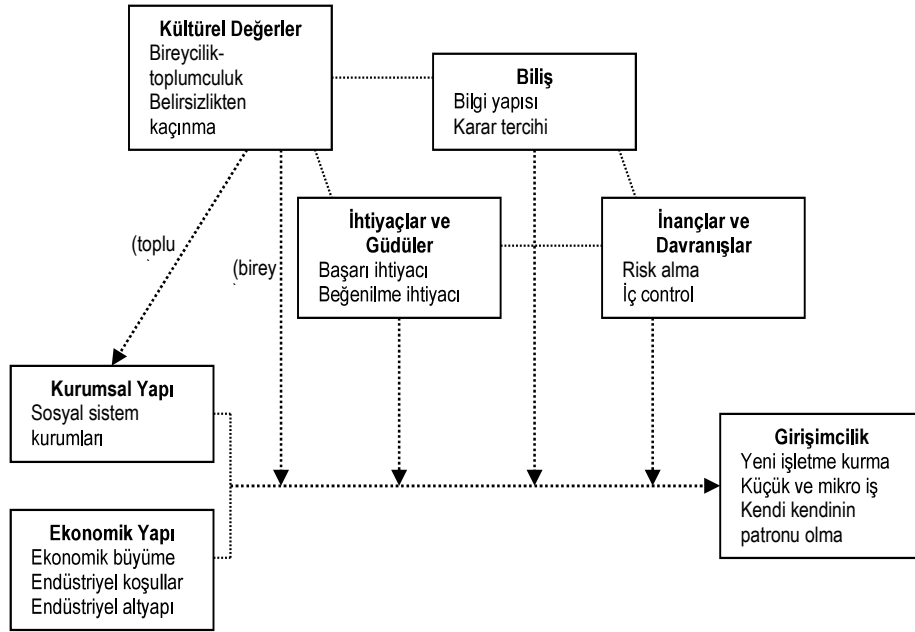
Tablo 4: Ulusal Kültür ve Girişimcilerin Özellikleri Üzerine Yapılan Çalışmalar

Yazarlar	Araştırma Sorusu	Ulusal Kültürün Ölçütleri	Örneklem	Veri Kaynakları	Ana Bulgular
Scheinberg ve MacMillan (1988)	Girişimcilerin iş kurma konusundaki güdülerini kültürlerarasında benzerlikler mi yoksa farklılıklar mı göstermektedir?	Uyruk	1,402 girişimci: 11 ülke	Anket çalışması	Güdülerin göstergeleri altı boyutu temsil eder: kabul görme ihtiyacı, algılanan zenginlik, kişisel gelişim ihtiyacı, bağımsızlık ihtiyacı ve kaçma ihtiyacı. Bu boyutlara verilen önem kültürden kültüre değişiklik göstermektedir.
Shane, Kolvereid ve Westhead (1991)	Yeni bir işletme açma nedenleri konusunda cinsiyetler arası ve/veya kültürler arası belirgin farklılıklar var mıdır?	Uyruk	597 girişimci: 3 ülke	Anket çalışması	Yeni bir işletme açma dört boyutludur: başarının fark edilmesi, diğerlerinden bağımsız olma, öğrenme ve gelişim, ve roller. Bu nedenlerin her birine verilen önem kültürden kültüre değişiklik göstermektedir.
McGarth ve MacMillan (1992)	Girişimcilerin girişimci olmayanlar hakkında kültürden kültüre ortak olan algılar paylaşmaktalar mı?	Üç kültürel bölge: Anglo, Çin, Nordik	770 girişimci: 14 ülke	Anket çalışması	Kültürden kültüre girişimcilerin girişimci olmayanlar ile ilgili sahip oldukları ortak bir algılar seti vardır.
McGarth ve diğerleri (1992b)	Girişimci olmayanlarla karşılaştırıldığında, girişimcilerin sahip oldukları ve kültürden kültüre değişiklik göstermeyen bir değerler seti var mıdır?	Güç mesafesi, bireysellik, belirsizlikten kaçınma, erillik-dişilik	1,217 girişimci, 1,206 girişimci olmayan: 9 ülke	Anket çalışması	Kültürden kültüre, girişimciler yüksek güç mesafesi, bireysellik ve erillik gösterirken, belirsizlikten kaçınma konusunda düşük puanlar gösterirler.

Baum ve diğlerleri (1993)	Ulusal kùltür, bireysel ihtiyaçlar ile seçilen iş rolü (girişimci veya yönetici) arasındaki ilişkiyi etkiler mi?	Uyruk	270 İsraili ve Amerikalı girişimci ve yönetici	Anket çalışması	İsraili girişimcilerin İsraili yöneticilere kıyasla başarı ihtiyaçları yüksek, hükmetme ihtiyaçları düşük çıkmıştır. Amerikalı girişimciler ve yöneticiler arasında belirgin bir farklılık yoktur.
Mitchell, Smith, Seawright ve Morse (2000)	İşletme kurma kararı ile ilgili bilişsel yapıların varlığı kùltürden farklılık göstermekte midir?	Bireycilik, güç mesafesi	753 girişimci ve girişimci olmayan bireyler: 7 ÷ lke	Anket çalışması	Bireycilik ve güç mesafesi, girişimcilik ile ilgili bilişsel yapılar ve işletme kurma kararı ile ilişkilidir.
Mueller ve Thomas (2000)	Girişimci davranışları kùltürden farklılık göstermekte midir?	Bireycilik, belirsizlikten kaçınma	1,790 öğrenci: 9 ÷ lke	Anket çalışması	Bireycilik konusunda yüksek olan kùltürler iç kontrol ile ilişkilidir. Bireycilikte yüksek belirsizlikten kaçınmada düşük olan kùltürler girişimcilikte (yenilikçilik ve iç kontrol) en yüksek orandadır.
Thomas ve Mueller (2000)	Dört temel girişimci davranışı (yenilikçilik, iç kontrol, risk alma ve enerji) kùltürden kùltüre ne kadar yaygınlık göstermektedir?	Güç mesafesi, belirsizlikten kaçınma, bireycilik, erillik	1,790 öğrenci: 9 ÷ lke	Anket çalışması	Girişimci davranışları bir kùltür Amerikan kùltüründen uzaklaştıkça azalmaktadır.

Kaynak: Hayton ve diğlerleri, 2002

şekil 1: Kùltùrùn Girişimcilik ile İlişkisi (Model)



Kaynak: Hayton ve diğerleri, 2002

Ekonomik ve kurumsal oluşumlar girişimciliğin ve ekonomik gelişmenin anahtarlarıdır (Leff, 1979). Ekonomik oluşum, endùstriyel altyapı, ekonomik büyüme ve yenilikçilik potansiyeli gibi girişimciliğin önemli belirleyicilerini içermektedir (Hayton ve diğerleri, 2002). Girişimcilik konusunda yakın zamanda yapılan çalışmalar girişimci faaliyette kurumların önemli bir rolü olduğunu söylemektedirler. Örneğin, Bruton ve Ahlstrom (2002) farklı ekonomik oluşumlardaki sermaye sahiplerinin rollerini karşılaştırmışlardır. Benzer şekilde George ve Prabhu (2000), gelişen ekonomilerde finansal kurumların girişimciliğin ortaya çıkarılmasında oynadıkları rolün altını çizmektedirler.

Sosyal kurumların da kùltürel değerleri yansıttığına ve bu değerler konusunda ısrarcı olduğuna inanılmaktadır. Kùltürel değerlerin, o kùltürdeki kurumları şekillendirmesi ve modeldeki oluşumsal etmenleri birbirlerine bağlaması beklenir (Hayton ve diğerleri, 2002).

Hayton ve diğerkleri (2002) girişimciliğın cesaretlendirilmesi için gerekli optimum koşulları şu şekilde belirtmişlerdir: Yüksek bireycilik, yüksek erillik, düşük belirsizlikten kaçınma ve düşük güç mesafesi.

Mitchell ve diğerkleri (2002), girişimcilik ile ilgili bilişsel yapının evrensel olup olmadığını araştırdıkları çalışmalarında, G7 ùlkelerini (ABD, Kanada, İngiltere, Almanya, Fransa, İtalya ve Japonya) ve Avusturya, řili, Meksika ve Çin'i içeren 11 ùlkeden ve 990 bireyden oluşan bir örneklem kullanmışlardır. Çalışmalarının bulgularına göre, profesyonel girişimci bilişine sahip bireylerin girişimci olmayanlardan kesinlikle farklı bilişe sahip oldukları gör÷lmüştür. Ayrıca, girişimcilik konusunda evrensel bir kùltür olduğu yönünde de bulgulara rastlanmıştır. Yukarıda açıklanan girişimcilik ile kùltür arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalara bakıldığında, girişimciliğı etkileyen unsurlar dört ana grupta toplanabilir ve özetlenebilir (Arıkan, 2004):

- Kùltürel yapı
- Aile yapısı
- Kurumsal yapı (eğitim kurumları)
- Din faktörü

Kùltürel Yapı

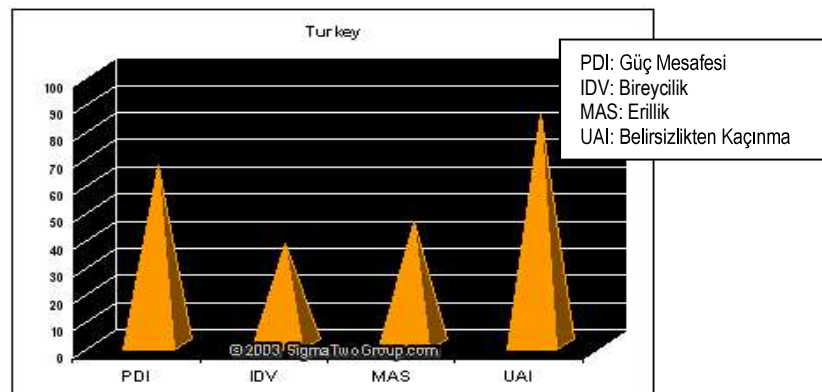
Kùltürün, ait olduğu toplumun kurallarına, kurumlarına, süreçlerine, ilişkilerine ve yapılarına şekil vererek; üyelerinin çalışma derecesini, biçimini ve yöntemini güçlü bir şekilde yönlendirdiğı genel olarak kabul edilmektedir. Girişimcilik ruhunun oluşumunda da kùltürel yapının çok önemli bir yeri vardır. Birey adeta içinde yaşadığı toplumda egemen olan kùltürel değerlerin taşıyıcısı durumundadır. Bu nedenle, bir toplumdaki girişimcilik olgusunu anlama için, bazı kùltürel unsurların bilinmesi gerekir.

Hofstede'nin (1984) çalışmasındaki girişimcilikle ilgili olabilecek şu hususlar girişimcilik ve kùltür arasındaki ilişkiyi açıklamak açısından vurgulanmaya değerdir: Bireycilik ile ùlkenin ekonomik gelişimi ve refahı arasında pozitif yönde bir ilişki vardır. Ekonomik gelişme, bir toplumdaki girişimcilik ile de olumlu yönde ilişkilidir. Bireyci-kolektivist kùltür boyutları söz konusu olduğunda, örgüt kùltürü ile toplum kùltürü arasında tam bir paralellik söz konusu olmayabilir. Örneğın örgüt kùltürü oldukça kolektivist bir özellik gösterirken, toplum görelisi olarak daha bireyci özellikler sergileyebilir. Bireyci kùltürlerde bireyin kendini algılayışı ve kendine güveni geliştiğı için, girişimcilik konusunda kolektivist bir kùltürdeki bireye göre daha cesur olmaktadır. Bireycilik- kolektivizm özelliğı açısından Türkiye kolektivist özellikleri yüksek olan bir toplumdur. Erillik- dişilik

boyutu ele alındığında ise, eril kültürler dişil kültürlere göre daha fazla girişimci özelliklerine sahiptir. Hofstede'nin (1984) yaptığı araştırmanın sonuçlarına göre, Türkiye dişil değerlerin yani yaşam kalitesi, yakın ve samimi ilişkilerin hakim olduğu bir kültüre sahiptir (Arıkan, 2004). Belirsizlikten kaçınma özelliğinin yüksek olduğu toplumlarda bireyler belirsiz, açık olmayan ve yazılı kurallarda bulunmayan riskli durumlardan korkmakta ve sürekli olarak kendilerini güvenceye almak istemektedirler. Buna karşılık belirsizlikten kaçınma özelliğinin düşük olduğu toplumlarda bireyler daha özgür olmayı, risk üstlenmeyi, yenilik ve değişime açık olmayı tercih etmektedirler. Hofstede'ye göre, yüksek belirsizlikten kaçınma değerine sahip toplumlarda gerek kurumlarda gerekse insan ilişkilerinde yapılandırılmış durumlar tercih edilir; muğlaklık korku yaratır, tahmin edilebilirlik aranır, güvenlik ihtiyacı önemlidir; belirsizliğin yarattığı stres ve kaygı yüksektir (Erdem, 2001). Hofstede'nin (1984) araştırması kapsamında, Türkiye'nin belirsizlikten kaçınma özelliği yüksek bulunmuştur. Bunun bir sonucu olarak, Türkiye'de bireyler yaşam boyu çalışacakları garantili işleri tercih ederler (Arıkan, 2004).

Belirsizlikten kaçınma boyutu, güç mesafesi boyutuyla ilişkilendirildiğinde, Türkiye'nin bu her iki boyutta da yüksek değerler gösterdiği görülmektedir. Böyle bir kültürde, kişiler hem risk almak konusunda isteksizdirler hem de kendilerinden daha üstte olanlarla aralarındaki mesafeyi kabul etmişlerdir. Bu kabulden ötürü girişimci nitelikler göstermeleri zordur.

Hofstede (1984)'nin yaptığı çalışma kapsamında Türkiye'ye ilişkin değerler aşağıdaki şekildedir:



Kaynak: www.geert-hofstede.com/hofstede_turkey.shtml

Girişimcilik ile kùltùrel òzgùnlùk arasında anlamlı bir ilişki olduğunu, çùnkù kùltùrùn girişimciliğin başlatılmasına yònelik bireysel tutumu belirlediğini savunan Morrison (2000), açık toplumlarda başarısızlığın bùyùtùlmediėine ve hataya tolerans anlamındaki bu anlayışın bireyleri yenilikleri denemeye teşvik ettiğine; dolayısıyla girişimciliğin toplumca desteklendiğine dikkat çekmektedir (Erdem, 2001). Konuya yònelik sınırlı çalışmalardan biri de, Busenitz ve Lau (1997) tarafından gerçekleştirilmiştir. Bazı kùltùrlerin neden diğerlerine gòre daha fazla girişimci yarattıklarını tartışan yazarlar, işletme kurmayı bilişsel bir model yardımıyla açıklamaktadırlar. Bu modele gòre bireycilik, belirsizlikten kaçınma, gù mesafesi ve zaman yònelimi değerlerinden oluşan kùltùrel değerler, sosyal hareketlilik, ekolojik niř ve pazar koşullarından oluşan sosyal bağlam, risk alma, kontrol odağı ve başarma ihtiyaından oluşan bilişsel değişkenler birlikte bir kavrayış oluşturarak işletmenin kurulmasını sağlamaktadırlar. Yine bu çalışmada, kùltùrel değerlerin kavrayış üzerindeki etkisine belirsizlikten kaçınma eğilimi òrnek verilmiş, toplumda bu eğilim yùksek ise bireylerin daha dùřùk bir olasılıkla girişimcilik dùřùncesini geliştireceği; dùřùk seviyede belirsizlikten kaçınanların ise, pazar boşluğunu daha hızlı bir şekilde bir iş fırsatı olarak gòreceėini vurgulamışlardır. Bu durum, yùksek belirsizlikten kaçınma ile girişimcilik eğilimi arasındaki negatif yònde bir ilişkinin varlığını gòstermektedir (Busenitz ve Lau, 1997). Risk ve belirsizlikten kaçınma òzelliklerini inceleyen eski araştırmalardan biri Carment ve Alcock (1976) tarafından Hintli ve Kanadalı òėrencilere yònelik olarak yapılmıştır. Bulgulara gòre, Hintli òėrenciler Kanadalı òėrencilere gòre daha fazla belirsizlikten kaçınma, daha fazla otoriteye eğilim gòstermektedirler. Bununla beraber, Terstra ve diğerleri (1993) tarafından yapılan bir diğer araştırma ise, ABD’de Hong Konglu yòneticiler arasında belirsizlikten kaçınma yònùnde bir fark olmadığını gòstermiřtir. Muller ve Thomas (2001) tarafından dokuz ùlkede girişimcilik potansiyeli üzerine yapılan araştırmada da, girişimciliğin temel òzellikleri arasında kabul edilen kontrol odağı ve yenilikçilik, ùlkelere gòre farklı bulunmuştur. Bu farklılık, dùřùk dùzeyde belirsizlikten kaçınan bireyci kùltùrlerde iç kontrol odağı ve yenilikçi òzelliklerin yùksek dùzeyde belirsizlikten kaçınan ortaklaşa davranışa sahip toplumlara gòre daha gùlù olduğu yònùndedir.

Aile Yapısı

Girişimcilik kùltùrùnùn oluşmasında aile yapısının bùyùk etkisi vardır. Çocuğun aile içinde aldığı eğitim ve gòrgù onu yaşamı boyunca etkileyebilmektedir. Ayrıca teknolojik değişmeler de aile yapısında değişimlere neden olabilir. Bu da çocukta serbest girişim kurma, iş yeri işletme isteğini yaratacaktır. Araştırmalar bireyin doğumundan itibaren en çok babasından ve aile bireylerinden etkilendiğini ortaya koymaktadır.

Ailede girişimci bir kişinin olması, doğal olarak çocuğun da girişimci olması yolunda etkili olacaktır. Collins ve Moore, girişimcilik davranışlarının ilk çocukluk yıllarındaki deneyimler sonucu şekillendiğini belirtmektedirler. Başarılı girişimcileri psikolojik olarak değerlendirdikleri araştırmalarında, girişimcilerin öne çıkan en belirgin değerlerini, yüksek düzeyde özerklik ihtiyacı, bağımsız olma isteğı ve kendine güven olarak belirlemişlerdir. Araştırmacılar bu değerlerin girişimcilerin kendi ebeveynleriyle olan iletişimlerinden kaynaklanan otorite etrafında gelişen ilişkiler nedeniyle harekete geçtiklerini belirtmişlerdir (Arıkan, 2004). Ataerkil aile yapısının olduğu toplumlarda ailenin etkisi, anne-babanın çocuk üzerindeki sıkı denetimi ve itaatin belirginleştiğı bir ortamda gerçekleşir. Dahası, bu ailelerde aile üyelerinin meslekleri ve statüleri baştan bellidir (Kongar, 1985). Bu nedenle de, bu tür aile yapısı içinde yeniliklere açık, bireysel başarıyı hedefleyen dinamik, üretken ve risk alabilen girişimcilerin yetişmesi zordur (Arıkan, 2004).

Kurumsal Yapı

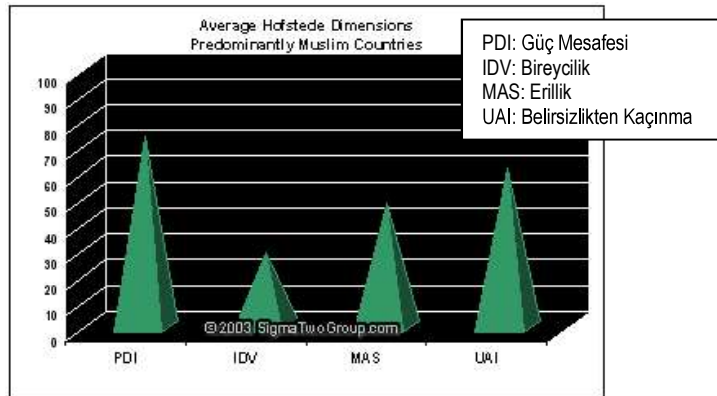
Toplumdaki kurumsal yapının da, bireylerin girişimcilik davranışlarında bulunmalarını destekleyici ya da engelleyici özelliğı vardır. Özellikle eğitim kurumları girişimcilik özelliğinin gelişmesinde en az aile yapısı kadar önemlidir. Çalışmalar, eğitim sürecinde sürekli değişen ve geçerliliğini kısa sürede kaybeden önemsiz bilgileri öğrenmek yerine, bilinmeyenlerin keşfedilmesine önem veren eğitim kurumlarında yetişen çocukların daha yaratıcı ve girişimci olduklarını ortaya çıkarmıştır. Bireylere başarı arzusu veren bir eğitim sistemi, aynı zamanda bireylerin yaşadığı ülkenin iktisadi gelişmesinde de belirleyici rol oynamaktadır. McClelland (1950) yaptığı çalışmada, çeşitli ülkelerden alınmış çocuk okuma kitaplarındaki teşvik edici hikayelerle bu ülkelerin belli bir periyoddaki iktisadi büyüme oranları arasında olumlu bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur (Arıkan, 2004). Korkmaz (2000), Türkiye'de işletme fakùltesi öğrencileri üzerine yaptığı bir çalışmada, üniversite öğrencilerinin yaratıcı ve farklı olmaksızın; kontrollü, mantıklı ve güvenilir bireyler olmayı tercih ettiklerini ortaya koymuştur.

Din Faktörü

Din, bir toplumun kùltürüne etki eden en önemli unsurlardan birisidir. Din sadece toplumun kùltürünün değil aynı zamanda ekonomik ve hukuksal yapısının da şekillenmesine etki etmektedir. Dinsel değerlerin girişimci davranışlara yol açtığını ifade eden ilk bilim adamlarından biri Max Weber'dir. Weber, toplumsal düzeyde girişimcilik faaliyetlerindeki farklılıkların kùltürel ve dinsel etmenlerle ve özellikle de bir toplumun

protestan iş ahlakını kabul etmesiyle açıklanabileceğini ileri sürmüştür. Weber ve McClelland'a göre, ideal bir girişimci profili Protestanlığın özelliklerini yansıtır ve sonuçta ABD'deki bireyciliğe ve başarı güdüsüne dayalı kùltür tüm girişimcilik dünyasında egemen olmuştur. Weber'e (1985) göre Protestan çalışma ahlakı, girişimci faaliyet ve davranışların arkasında yatan itici güçtür; çünkü Protestan kùltürün ilkelerinden olan zevklerin ertelenmesi, tutumluluk, çalışkanlık ve çilecilik gibi değerler aynı zamanda başarılı girişimciliğin de temelini oluşturmaktadır. Weber'in görüşlerini destekleyen McClelland'ın (1961) tezine göre Protestan iş ahlakına ait fikir ve değerler, çocukta bağımsız yetişme pratiklerini ve güçlü başarı motiflerini kazanmayı ve zevki engelleyen bir yapı ortaya koyarlar. Bu yüksek başarıcılar sırasıyla başarılı girişimciler olurlar. O kadar ki, Weber ve McClelland Batıdaki başarılı girişimcilik örneklerinin ve ekonomik zenginliğin Protestan ahlakından kaynaklandığını söylemişlerdir (Arıkan, 2004). Benzer şekilde bazı yazarlar da Doğu Asya ülkelerinin elde ettiği başarının sırrını onların kùltür kodlarıyla ilişkilendirmekte ve bu başarıyı, çalışma, sadakat, itaat ve zengin olmayı öven Konfüçyüs kùltürüyle açıklamaktadırlar. Hofstede (1988) de kùltürel değerlerin belirlenmesine yönelik olarak ilk yaptığı çalışmasına, özellikle Asya ülkelerinin başarısını açıklamakta yetersiz kaldığı yönündeki eleştiriler nedeniyle, beşinci bir kùltürel değer olarak Konfüçyüs öğretisini eklemiştir. Bu beşinci kùltürel boyut, tüm dünyada 23 ülkede yapılan ve Çin'li araştırmacılar tarafından geliştirilen bir anket yoluyla belirlenmiştir. Bu boyutun hem pozitif hem de negatif olan değerleri Konfüçyüs öğretilinde mevcuttur.

Hofstede (1984)'nin yaptığı çalışma sonucunda Müslüman ülkelerin kùltürel değerleri aşağıdaki şekildedir:



Kaynak: www.geert-hofstede.com/hofstede_turkey.shtml

Bu bağlamda, Müslüman ÷lkelerde güç mesafesinin ve belirsizlikten kaçınmanın yüksek olduğu; görece olarak bireycilik ve erilliğin ise düşük olduğu gör÷lmektedir. Bunun sonucu olarak Hofstede, Müslüman ÷lkelerde girişimcilik davranışlarının gör÷lme olasılığının zayıflığına dikkati çekmektedir (Hofstede, 1984). İslamiyet ve girişimcilik ruhu arasındaki ilişkileri araştırmak amacıyla yapılan çalışmalar, İslam dininin servete ve kazanca karşı tutumunun olumlu olduğunu göstermiştir. Dolayısıyla, Osmanlı İmparatorluğu'nda Müslümanların iktisadi hayata girmemelerini veya sokulmamış olmalarını yalnızca İslam dinine dayandırmak eksik olacaktır (Arıkan, 2004). Bunu destekleyen doğrultuda, Yasin (1996) tarafından Filistinli Müslüman ve Yahudi girişimciler üzerine yapılan araştırmada, başarma ihtiyacına yönelik olarak iki grup girişimci arasında fark bulunamamış ve bu durum ortak kültürel değerlerin dini değerlerden çok daha iyi bir belirleyici olduğu şeklinde yorumlanmıştır.

TÜRKİYE'DE GİRİşİMCİLİK

Girişimciliğin gelişip yaygınlaşması, sağlam bir girişimcilik kültürüne bağlıdır. Girişimci davranışları da girişimci davranışları da uzun vadede girişimci kültürünün oluşmasında etkili olmaktadır. Bu durumda denebilir ki, bir ÷lkede girişimcilik davranışları ve girişimcilik kültürü arasında karşılıklı bir etkileşim vardır ve ikisi de birbirlerinin hem nedeni hem de sonucudurlar (Arıkan, 2004).

Uluslararası girişimcilik endeksinde kullanılan 100 yetişkin içinde şirket kuran insanların sayısına bakıldığında Türkiye 29 ÷lkeden daha az sayıda girişimciye sahiptir. Türkiye'de her 100 yetişkinden 4.6'sı şirket kurarken bu sayı Meksika'da 18.7, İrlanda'da 12 ve ABD'de 11.7'dir. Yeni kurulan şirket sayıları açısından da Türkiye kötü bir performans göstermektedir. OECD üye ÷lkelerinde yeni kurulan işyerlerinin tüm işletmeler içinde oranı yüzde 11-17, kapanan işyerlerinin oranı da yüzde 9-14 arasında değışmekteyken, Türkiye'de bu oranlar sırasıyla yüzde 3.5 ve yüzde 0.9'dur. Türkiye nüfusunun önemli bir girişimci potansiyeli olan kadınlar ve gençler girişimci olarak değerlendirilmemektedirler. Tüm işverenler arasında kadınların oranı yüzde 3.3 gibi oldukça düşük bir orandır ve 30 yaşın altında bulunan gençlerin yüzde 64'ü işsizdir. Girişimci sayısı ile ilgili ilginç bir bulgu, girişimci erkek ve kadınların oranlarıdır. Çıkış ve inişlere rağmen kendi hesabına çalışan kadınlar toplam kendi hesabına çalışanların yüzde 10'u civarındadır (Aktoprak, 2005). Türkiye'nin girişimcilik konusundaki kültürel gecikmişliğini toplumsal yapısının özellikleriyle açıklamak mümkündür (Arıkan, 2004).

Sosyo-Kùltùrel Yapıdan Kaynaklanan Nedenler

Osmanlı sosyo-kùltùrel ortamının bazı karakteristik özelliklerinin ortamda yetişen bireylerin girişimci olmalarını engellediği genel olarak kabul edilmektedir. Osmanlı yönetim geleneğinde yetişen bireylerin girişimci olmalarının önündeki engellerden biri, imparatorluğın merkezîyetçi yapısı nedeniyle, bireylerin sorgulama bilincinin gelişmemesi ve dolayısıyla sorunlara çözüm olacak geleceğe dönük perspektifler ortaya koyamamalarıdır. Diğer bir neden, bütün geleneksel toplumlarda yaygın olarak görüldüğü gibi, Osmanlı-Türk insanının da duygusal olarak toprağa sıkı sıkıya bağlı olmasıdır. Ülgener'e göre Doğu ve Batıyı birbirinden ayıran temel fark da burada; yani her iki grubun madde karşısındaki tavır ve bekleyişleri arasında ortaya çıkmaktadır. Batılı bireyler servetlerini sürekli olarak geliştirmeyi, yatırımcı olmayı ve dinamik ruhu benimserlerken; öteki kesim servet biriktirmeyi ve bu serveti toprağa gömmeyi yani statik zihniyeti temsil etmektedir. Bu zihniyetin bir sonucu olarak, Türk insanı toprağa manevi anlamlar yüklemiş ve onun ekonomik önemi üzerine yoğunlaşmamıştır. Dolayısıyla bu durum hem toprağın verimli olarak kullanılmasını hem de insanların topraklarından uzakta sanayi ve teknolojik alanlara yönelmesine engel olarak girişim potansiyelini sınırlandırmıştır. Osmanlı toplumsal yapısının girişimciliği engelleyen diğer bir özelliği, yetiştirdiği insan tipinin aşırı kanaatkar olmasıdır. Tezcan, Türk değerleri ile ilgili çalışmasında, Türk insanının temel özellikleri arasında kanaatkar olmanın önemli bir yer tuttuğunu belirtmektedir. Türklerin kanaatkarlığıyla ilgili Landau (1996) şöyle demektedir: “*Türkler şayan-ı hayret derecede kanaatkardırlar. Yılda bir kere esvap yaptırırlar ve onu yıl boyunca giyerler. Bu kadar az ihtiyacı olan bir halkta teşebbüs fikri ve gayret ateşi için bir saik olmayacaktır...*”. Bir diğer etmen, Osmanlı-Türk insanındaki riskten kaçınma eğilimidir. Daha çok Doğu toplumlarına özgü bu özellik, temel unsuru risk olan girişimciliğin Doğuda gelişmesine engel olmuştur. Nitekim, Osmanlı İmparatorluğu'nda ticaretle uğraşan grupları inceleyen bir Fransız raporuna göre, Türklerin ticaret hayatından uzak olmasının nedeni riski göze alamamaları ve temkinli olmalarıdır. Dolayısıyla bu durum da, özünde risk alma unsuru olan girişimciliği olumsuz olarak etkilemiştir. Sosyo-kùltùrel yapıdan kaynaklanan nedenlerin sonuncusu olarak belirtilebilecek bir konu da, Türkiye'deki kentleşme hızının sanayileşme hızına paralel olarak gelişmemesidir. Böylece, öğrenilen bir davranış olarak nitelendirilen girişimciliğin gelişmesi için uygun kentsel ortamlar oluşamamıştır. Kentleşmenin ivme kazandığı yıllarda ise, aşırı ve sağlıksız kentleşme nedeniyle oluşan gecekondulaşma ve bunun getirdiği zenginlik ve yoksulluk kùltürü çatışması girişimcilik kùltürünü olumsuz etkilemiştir. (Arıkan, 2004).

Ekonomik Yapıdan Kaynaklanan Nedenler

Osmanlı toplum düzeninde kuşaktan kuşağa aktarılan özel servet birikimleri gelişememiştir. Her ne kadar, bazı kaynaklarda İmparatorluktaki bazı kamu görevlileri ve özel şahısların muazzam servetleri olduğu belirtilse de; Ülgener, bu servetin iktisadi olmayan, siyasi kaynaklı yöntemlerle kazanıldığını belirtmektedir. Osmanlı toplumunda servet ve zenginlik, iktidarla doğru orantılıydı ki, bu durum zamanla sermayenin nüfuz ve iktidar sahiplerinde toplanmasına neden olmuştur. Toplumda hakim olan zihniyete göre, servet ve nimete kavuşma emek ve alın terinin mükafatı olmadığı gibi; sefalet de tembelliğin cezası değildi. Ayrıca, İmparatorluktaki mülkiyet hakkı üzerindeki sınırlamalar ve mülkiyete el koyma gibi uygulamalar da bireylerin zenginleşme sürecini ve zenginliklerini kullanarak ticaret yapma isteklerini olumsuz etkiliyordu. Bu konuda belirtilmesi gereken diğer bir husus, Osmanlı ekonomik sisteminde sadece sermayenin kazanılmasında değil; aynı zamanda sermayenin kullanılmasında da iktisat dışı yöntemlerin kullanıldığdır. Dönemin en zengin hazinesine sahip olan Osmanlı, bu hazineyi sanayileşmeye, şehirleşmeye ve bireysel girişimciliğin gelişmesine değil; kendi devlet anlayışına uygun sosyal alanlara yatırmıştır. Osmanlı İmparatorluğu'nda ve devamında Türkiye'de girişimciliğin gelişmemesinde diğer önemli bir etmen de, ticaretten uzak kalan Türklerin iktisadi alanda bıraktığı boşluğu azınlıkların doldurmasıdır. Ticaretin, Ermeniler ve Yahudiler gibi azınlıklara; askerlik, bürokratik, tarım ve hayvancılık gibi alanların ise, Türk insanına bırakıldığı gör÷lmektedir. Ticareti imparatorluğun son yıllarında ve Cumhuriyet'ten sonra öğrenmeye başlayan Türk insanı, sağlam bir girişimcilik ve ticaret kùltürü oluşturmakta gecikmiştir. Bu gecikme ise, Cumhuriyet'ten sonra özellikle serbest piyasa ekonomisine geçildiği yıllarda kurnazlık ve köşeyi dönme gibi dejenere kùltür davranışlarının yaygınlaşmasına yol açmıştır (Arıkan, 2004).

İdari ve Siyasi Yapıdan Kaynaklanan Nedenler

Bir ÷lkedeki siyasi, hukuki ve idari ortamların girişimcilerin ortaya çıkması, yaşamaları ve büyümeleri üzerinde hayati etkileri vardır. Osmanlı İmparatorluğu'ndaki bürokratik yönetim geleneği devlet mekanizmasının yavaş işleme ve sıkı yasal düzenlemeler de yeni girişimcilerin ortaya çıkmasını engellemiştir.

Devletin siyasi ve ekonomik hayata yönelik olarak almış olduğu bağlayıcı kararlar, ÷lkedeki bütün ekonomik faaliyetleri ve girişimciliği etkilemektedir. Girişimciliğin ve girişimci kùltürün daha çok serbest piyasa ekonomilerinde gelişme kaydettiği belirtilmektedir (Arıkan, 2004).

SONUÇ

Bir toplumun gelişmesinde önemli etkilere sahip olan girişimcilik kavramı kültürel etmenlerden etkilenmektedir. Girişimcilik mevcut durumun dışına çıkmayı zorunlu kılan, değışim, yaratıcılık ve yenilikçilik gibi kavramlarla ilgilidir. Girişimci bir birey diğeri insanlardan farklı olarak özgürlüğüne düşkün, başarı ihtiyacı yüksek, hesaplı riske girebilen, içsellik özelliğı egemen olan para kazanmadan önce yapacağı işinde başarılı olmaya önem veren, çalışkanlık, dayanıklılık ve etkili etkileşim yeteneğıne sahip olma gibi özelliklerle tanımlanabilir. Bir toplumun gelişmesinde önemli bir role sahip olan girişimciliğı en fazla etkileyen ve ondan etkilenen etmen kültürdür. Kùltùr, bir toplumdaki bireylerin paylaştıkları ortak değerler ve davranışlar bütünü olarak tanımlanabilir. Kùltürün değeri boyutları bireycilik-kolektivizm (toplumculuk), güç mesafesi, belirsizlikten kaçınma-kaçınmama ve erillik-dişiliktir. Bu alanda yapılan çalışmaların birleştikleri nokta, kültürün girişimcilik ruhunu ve davranışlarını etkileyen bir etmen olmasının yanı sıra daha çok girişimcilik ve diğeri yapısal faktörler arasında arabulucu bir rol üstlendiğı şeklindedir. Girişimciliğın yüksek düzeyde olabilmesinin toplumun kültürü ile yakından ilgisi vardır. Yüksek seviyede girişimci toplumlar; başarı ihtiyaç düzeyi yüksek bireylere, bireyler arası ilişkilerde yüksek güvene, bireyci, belirsizlikten az kaçınan, erilliğı yüksek ve düşük güç mesafesi özelliklerini taşıyan bir kültüre sahip olan toplumlar olduğı gör÷lmektedir.

KAYNAKÇA

AÇIKGÖZ, R; (1990), **Müteşebbisliğin Oluşumunda Sosyo-Kùltürel Faktörler**, DPT Sosyal Planlama Başkanlığı, Ankara.

AKTOPRAK, D; “Girişimcilik Nedir? Türkiye’nin Girişimcilik Performansı”, www.vicebusiness.com/makale4php

ARIKAN, S; (2004), **Girişimcilik: Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular**, 2. Baskı, Siyasal Kitabevi.

BIRLEY, S; (1987), “New Ventures and Employment Growth”, **Journal of Business Venturing**, 2.

BRUTON, G. ve AHLSTROM, D; (2002), “An Institutional View of China’s Venture Capital Industry: Explaining the Differences Between China and the West”, **Journal of Business Venturing**.

BUSENITZ, L.W ve LAU, C; (1996), “A Cross-Cultural Cognitive Model For New Venture Creation”, **Entrepreneurship Theory and Practice**, 20 (4).

CORNER, J. ve HARVEY, S; (1991), **Enterprise and Heritage**, Routledge, London.

ERDEM, F; (2002), “Giriřimcilerde Risk Alma Eğilimi ve Belirsizliğe Karşı Tolerans İlişisine Kùltürel Bir Bakış”, **Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi**, 2.

GEORGE, G. ve PRABHU, G.; (2000), “Developmental Financial Institutions as Catalysts of Entrepreneurship in Emerging Economies”, **Academy of Management Review**, 25.

HAYTON, J.C., GEORGE, G. ve ZAHRA, S.A; (2002), “National Culture and Entrepreneurship: A Riview of Behavioral Research”, **Entrepreneurship Theory and Practice**, Summer.

HERBIG, P; (1994), **The Innovation Matrix: Culture and Structure Prerequisites to Innovation**, Westport, CT: Quorum.

HOFSTEDE, G; (1984), **Culture’s Consequences: International Differences in Work Related Values**, (Abridged Edition), Newbury Park, Sage Publications.

HOFSTEDE, G; (1980), “Motivation and Leadership”, **Organizational Dynamics**.

HOFSTEDE, G. ve BOND, M; (1988), “The Confucius Connection: From Cultural Roots to Economic Growth”, **Organizational Dynamics**, 16 (4).

HOFSTEDE, G.; (1994), **Cultures and Organizations**, London: Harper Collins.

HOFSTEDE, G; (1983), “National Cultures in Four Dimensions”, **International Studies of Management and Organization**, 13 (1-2).

JOYNT, R., ve WARNER, M; (1996) , “Managing Across Cultures”, **International Thomson Business Press**, London.

JOHANNISSON, B; (1987a), “Anarchists and Organizers: Entrepreneurs in A Network Perspective”, **International Studies of Management and Organization**, 17 (1).

KONGAR, E.; (1985), **İmparatorluktan Günümüze Türkiye’nin Toplumsal Yapısı**, İstanbul: Remzi Kitabevi Yayınları,

KORKMAZ, S; (2000), “Girişimcilik ve Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Çalışma”, **H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakùltesi Dergisi**, 18.

LEE, D. ve TSUNG, E; (2001), “The Effects of Entrepreneurial Personality, Background and Network Activities on Venture Growth”, **Journal of Management Studies**, 34 (4).

LEFF, N; (1979), “Entrepreneurship and Economic Development: The Problem Revisited”, **Journal of Economic Literature**, 17 (March).

MAKINO, S. ve NEUPERT, K.E.; (2000), “National Culture, Transaction Costs and the Choice Between Joint Venture and Wholly Owned Subsidiary”, **Journal of International Business Studies**, 31.

McGRATH, R., MacMILLAN, I. ve SCHEINBERG, S.; (1992), “Elitists, Risk-Takers, and Rugged Individualistic”, **Journal of Business Venturing**, 7.

MITCHELL, R.K. v.d.; (2002), “Are Entrepreneurial Cognitions Universal? Assessing Entrepreneurial Cognitions Across Cultures”, **Entrepreneurial Theory and Practice**, Summer.

MORRISON, A.; (2000), “Entrepreneurship: What Triggers It?”, **International Journal of Entrepreneurial Behavior and Research**, 6 (2).

MUELLER, S.L. ve THOMAS, A.S.; (2001), “Culture and Entrepreneurial Potential: A Nine Country Study of Locus Control and Innovativeness”, **Journal of Business Venturing**, 10 (6).

RANDAL, S., SCHULER, S., JACKSON, E., JACKOFSKY, E. ve SLOCUM, J. W; (1996), “Managing Human Resources in Mexico: A Cultural Understanding”, **Business Horizons**, May-June.

SCHUMPETER, J; (1934), **The Theory of Economic Development**, Cambridge, MA: Harvard University Press.

STIGLITZ, J; (1996), **Some Lessons from East Asian Miracle**, The World Bank Research Observer, 11 (2).

SWIERCZEK, F.W. ve QUANG, T; (2004),“Entrepreneurial Cultures in Asia: Business Policy or Cultural Imperative”, **Journal of Enterprising Culture**, 12 (2).

TAYEB, M.; (1988), **Organizations and National Culture**, Sage, London.

TERPSTRA, R.V.d.; (1993), “Cultural Influences On Risk Taking Propensity of US and Hong Kong Managers”, **International Journal of Management**, 10 (2).

TIMMONS, J; (1994), **New Venture Creation**, Irwin, Boston, MA.

TROMPENAARS, F; (1993), **Riding the Waves of Culture**, The Economist Books, London.

VAROĞLU, A.K., BASIM, N. ve ERÇİL, Y; (2000), “**Bilimsel Araştırma Yöntemine Farklı Bir Bakış; Analitik Düşünce-Bütünleşik Düşünce Modellemeleri ile Belirsizlikten Kaçınma ve Güç Mesafesi Araştırması**”, 8. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildirileri, Erciyes Üniversitesi, Nevşehir.

VERNON-WORTZEL, H. ve WORTZEL, L; (1997), **Strategic Management in A Global Economy**, John Wiley, New York, N.Y.

WENNEKERS, S; (2001), **Cultural and Economic determinants of Business Ownership Across Countries**, Boston Babson College, Kaufman Center for Entrepreneurial Learning.

YASİN, M.; (1996), “Entrepreneurial Effectiveness and Achievement in Arab Culture”, **Journal of Business Research**, 35 (1).