

KÜLTÜR İLE GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ VE ORTAKLIK KÜLTÜRÜ İLİŞKİLERİNİN İNCELENMESİ: KIRIKKALE İLİ ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÖRNEĞİ¹

DOI NO: 10.5578/jeas.27909

Yunus Bahadır GÜLER², İbrahim BOZACI³, Ertuğrul KARAKAYA⁴

ÖZ

Günümüzde ekonomik gelişmenin temel sürükleyici gücü girişimciliktir. Girişimciliğin gelişmesinin önündeki engellerin aydınlatılmasına katkı sağlamak amacıyla gerçekleştirilen bu çalışmada, kültürel faktörler ile girişimcilik eğilimi ve ortaklık kültürü arasındaki olası ilişkiler incelenmektedir. Çalışma kapsamında, Kırıkkale Üniversitesi öğrencilerinden anket yöntemi ile birincil veriler toplanmıştır. Elde edilen veriler istatistiksel analizlere tabi tutulmuş ve betimsel bilgiler üretilmiştir. Sonuç olarak girişimcilik ve ortak girişimciliğin kültürün alt boyutları ile ilişkili olduğu anlaşılmaktadır. Buna göre “uzun dönem odaklılık”, “belirsizlikten kaçınma”, “dayanışmacı anlayış” ve “güven” faktörlerinin girişimcilik eğilimi ile olumlu ilişkili olduğu görülmektedir. Bu değişkenlerin aynı zamanda ortaklık kültürü ile de ilişkili olduğu tespit edilmektedir. Diğer taraftan güç mesafesi ve erkeksilik ile girişimcilik eğilimi ve ortaklık kültürü değişkenleri arasında ilişki görülmemektedir. Son olarak araştırma kapsamında üretilen bilgiler yorumlanmakta ve araştırmacı, kamu yöneticileri ve eğitim kurumları için öneriler geliştirilmektedir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik Eğilimi, Ortaklık, Kültür

Jel Sınıflandırması: L26, M10

AN EXAMINATION OF RELATIONSHIPS AMONG NATIONAL CULTURE, ENTREPRENEURIAL INTENTION AND PARTNERSHIP CULTURE: THE SAMPLE OF UNIVERSITY STUDENTS IN KIRIKKALE PROVINCE

23

ABSTRACT

Today entrepreneurship is major leading power of economic development. In this study, which is conducted to illuminate obstacles in front of the development of entrepreneurship, relationships among cultural factors and entrepreneurship intention and partnership culture are investigated. Under the framework of the study, primary data is collected from students of Kırıkkale University. Gathered data is analyzed statistically and descriptive information is produced. As a result it is understood that entrepreneurial intention and partnership culture is related with sub dimensions of culture. It is realized that factors of “long term orientation”, “uncertainty avoidance”, “collaboration understanding” and “trust” is positively related with entrepreneurship. It is determined that these variables are also related with partnership culture. On the other hand, it is seen that power distance and masculinity is not related with entrepreneurship intention and partnership culture. At last, findings are evaluated and recommendations for public managers and educational institutions are developed.

Keywords: Entrepreneurial Intention, Partnership, Culture, Culture and Entrepreneurship

Jel Classification: L26, M10

¹ Geliş Tarihi:10.05.2016 - Kabul Tarihi: 17.08.2016

² Yrd. Doç. Dr. Yunus Bahadır Güler Kırıkkale Üniversitesi, Keskin Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, Kırıkkale, Türkiye, 05309277121, ybguler@hotmail.com.

³ Yrd. Doç. Dr. İbrahim Bozacı, Kırıkkale Üniversitesi, Keskin Meslek Yüksekokulu, Pazarlama ve Reklamcılık Bölümü, Kırıkkale, Türkiye, 05457962992, iborganizer@gmail.com.

⁴ Yrd. Doç. Dr. Ertuğrul Karakaya, Fatma Şenses Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu, Bahşılı-Kırıkkale, Türkiye, erkara@hotmail.com.

GİRİŞ

Ülke ekonomilerin büyümesinde yeni girişimcilerin miktarı ve niteliği hayati derecede önemlidir. Dolayısıyla gelişmiş devletlerin durgunluktan kurtulma ve işsizliğin azaltılması gibi amaçlarla girişimci dostu politikalar takip etmesi gibi (Gerosa ve Tirapani, 2013:205), gelişmekte olan ülkelerin de girişimcileri desteklemesi ve girişimciliğin önündeki engelleri kaldırıcı önlemler alması gerekmektedir.

Girişimcilik, son yıllarda ekonomik ve sosyal refahın sağlanmasında önemli bir konu olarak tartışılmaktadır. Yenilikçilik, yaratıcılık ve mevcut durumun dışına çıkmayı gerektiren bir süreç olarak ifade edilebilen girişimcilik, toplumların başarısını doğrudan etkilemekte ve toplumların girişimcilik başarısı değişkenlik göstermektedir.

Girişimcilik davranışları, bireyin sahip olduğu değer, inanç ve varsayımlarla yakından ilişkilidir (Bozkurt ve Alparslan, 2013: 8). Bireylerin ve toplulukların ulusal, bölgesel ve örgütsel düzeyde sahip olduğu kültürel özellikler, bu düzeylerde sermaye biriktirme, yeni işletme oluşturma, yenilik ve risk alma davranışlarında etkili olmaktadır (George ve Zahra, 2002: 5).

Girişimciliğin gelişmesi için sadece bireysel düzeyde girişimci özelliklere sahip olmak yeterli olmamakta, girişimlerin çoğu zaman diğer yatırımcı veya girişimcilerle birlikte gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Bu noktada girişimcilik eğiliminin, ortaklaşa ticari girişimde bulunma eğilimiyle birlikte incelenmesi gereken bir konu olduğu düşünülmektedir. Bu çalışmada kültürel özelliklerin girişimcilik ve ortaklaşa girişimde bulunma eğilimi ile ilişkileri incelenmektedir.

İşletmecilik faaliyetlerini birden fazla ortakla birlikte yürütülebilmesini ifade eden ortaklaşa girişim, girişimciler ve ülkeler için önemli yer tutmaktadır. Fırsatları ve yenilikleri birlikte arama ve mal varlıklarını birlikte en yükseğe çıkarma olarak ifade edebileceğimiz ortaklık kültürü, girişimciliğin gelişmesinde özellikle kaynakların temini ve kabiliyetlerin birleştirilmesi bakımından doğrudan etkili olmaktadır. Zira büyük işletmeler dahi kendilerini eksik gördüğü durumlarda diğer işletmelerle birliktelikler kurma yoluna gitmektedir. Bilgi, beceri ve deneyimi çok fazla olmayan küçük girişimcilerin ortaklaşa faaliyette bulunabilmesinin, girişimciliğin gelişmesine katkı sağlaması beklenmektedir.

1. GİRİŞİMİN VE GİRİŞİMCİNİN ÖZELLİKLERİ

İşletmeler insan ihtiyaçlarını karşılayarak üretim, pazarlama, muhasebe, finansman, insan kaynakları, yönetim, araştırma geliştirme, halkla ilişkiler ve iletişim gibi fonksiyonları gerçekleştiren birden fazla kişiden oluşan ekonomik ve sosyal yapılardır. Girişim veya teşebbüs, işletme kavramını temsil etmekle birlikte yenilikçilik anlamını da içermektedir (Küçük, 2011: 26). Girişimin kazanç sağlama amacıyla kurulması, belirli ücret karşılığında satmak üzere mal veya hizmet üretmesi veya fon sağlama, üretim, satış ve finansman gibi temel işlevleri yerine getirmesi, hukuki bir yönünün olması, finansal bir birim olması ve insan ve materyallerden oluşması gibi özellikleri vardır (Alpugan, 1996: 15).

Girişimciler, daha varlıklı ve saygın olma, onaylanma, bağımsızlık, kişisel gelişim, kendini gerçekleştirme ve istenmeyen bir işten uzaklaşma gibi bireysel güdülerle girişimcilik faaliyetlerinde bulunan (Obe vd., 1990; Ray ve Turpin, 1990: 91-102) özgürlüğe önem veren, başarı ihtiyacı yüksek olan (Güney ve Nurmakhmatuly, 2007: 63), özgüvenli, risk alabilen, yenilikçi (Bozkurt ve Alparslan, 2013: 8), kararlı, iletişim kurma becerileri yüksek, yeni fikirlere açık, vizyon sahibi, karar alabilen ve olumlu düşünen kişilerdir (Tekin, 2005: 3).

2. GİRİŞİMCİLİĞİN İŞLEV VE YARARLARI

Girişimciliğin iki temel işlevi; fırsatların yakalanması ve kaynakların harekete geçirilmesi şeklinde ifade edilebilir (Hamel ve Prahalad, 1993: 75-84; Jarillo, 1989: 133-147). Girişimciliğin işlevleri, yeni mal veya hizmet üretmek, yeni üretim yöntemleri geliştirmek ve uygulayabilmek, yeni organizasyonlar kurmak, ulusal veya uluslararası yeni pazarlara ulaşmak, yeni kaynaklar bulmak olarak daha detaylı şekilde açıklanabilir (Titiz, 1994).

Girişimcilik, ülke ekonomilerinin gelişmesi, ekonomik durgunluk ve darboğazlardan kurtulma, istihdam sorununu azaltma ve yeni iş alanlarının oluşturulmasında anahtar rol oynar. Bunların yanında, teknolojik gelişmelerin yayılmasında da girişimcilik önemlidir (Jack ve Anderson, 1999: 115). Tüm bunlar girişimciliğin teşvik edilmesinin ve girişimciliğin gelişmesinin önündeki engellerin kaldırılmasının önemini açıkça ortaya koymaktadır. Ülke yönetimleri de kalkınma programlarında, girişimciliğin toplumsal ve ekonomik hayata sağladığı katkılardan dolayı önemli yer vermektedirler.

3. GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ VE ORTAKLIK KÜLTÜRÜ

Girişimciliğe karşı sosyal olarak olumlu tutumlar atfeden girişimci kültür, girişimci fikir ve eğilimleri desteklemektedir (Burns, 2011). Ancak özellikle gelişmekte olan ülkelerde tek başına girişimci kültüre sahip olmak girişimlerin başarısının temini için yeterli değildir. Finansal ve beceri açısından eksiklikler içinde olan bölgelerde girişimlerin kurulması ve büyümesi; finansal, bilgi, beceri, deneyim gibi çeşitli kaynakların birleştirilerek birlikte çaba gösterilmesine bağlıdır.

Ortaklık ekonomik anlamda; iki veya daha fazla kişinin, kar elde etme ve bunu paylaşmak amacıyla, anlaşma çerçevesinde bir teşebbüs kurmak için emek ve sermayelerini bir araya getirerek kurdukları birlikteliktir. Ortaklığın finansal riskleri paylaşma, ölçek ekonomilerinden yararlanarak maliyetleri düşürme, rakipler karşısında üstünlük elde etme, yeni ürün, teknoloji ve piyasalar yaratma gibi avantajları vardır (Halis, 2009: 444-445).

Küçük işletmelerde girişimcilerin rolü büyük işletmelere göre daha önemlidir. Çünkü küçük işletmelerde yönetim faaliyetlerinin yanında, üretim, satış, finans gibi günlük işler de girişimciler tarafından yerine getirilebilmektedir. Diğer taraftan büyük işletmelerde bu tür işler büyük oranda yönetici, uzman, danışman ve çalışanlara devredilmektedir. Bu şekilde bir yapılanmaya küçük işletmenin büyüklüğüne bağlı olarak finansal gücü imkân tanımamakta ve girişimciler daha az işleri devretme eğiliminde olmaktadır (Küçük, 2011: 28-29). Dolayısıyla küçük işletmelerde yerine getirilmesi gereken farklı niteliklerdeki işlerin yerine getirilmesinde ortaklık anlayışına ihtiyaç duyulmaktadır.

Girişimci işletmelerin kuruluşunda ve gelişmesinde aile birikimleri ve yakın arkadaşlardan sağlanan destekler önemli yer tutmaktadır (Uçkun ve Girginer, 2012: 110). Örneğin Sony işletmesinin kurucusu Morita, şirketin kuruluş, gelişim, yeni pazarlara uyum sağlama aşamalarında çevresindeki akraba, arkadaş ve yakınlarından destek alarak, karşılaştığı pek çok zorluğun üstesinden gelebilmiştir (Morita, 1989: 100-106).

3.1. Girişimcilik ve Ortaklık Kültürünün Gelişmesindeki Engeller

Yeni kurulan girişimlerin çoğu, kuruluşundan sonra kısa süre içinde ticari hayattan çekilmektedir. Kuruluş tarihinden itibaren beş yıl içerisinde faaliyetlerine devam edemeyen

işletmelerin başlıca başarısızlık nedenleri; sağlıklı fizibilite etüdü yapmama, yetersiz yönetim ve sermaye, iş bunalımları ve alacakların tahsili sorunları, piyasayı yeterince tanımadan işe başlama ve haksız rekabet başlıkları altında özetlemek mümkündür (Sabuncuoğlu, 1985). Bu nedenler mevcut işletmelerin iflasına neden olduğu gibi, bunların girişimciliğin gelişmesinin, olumlu girişimcilik kültürünün oluşmasının ve girişimciliğin insanlar tarafından tercih edilen bir meslek olmasının önünde önemli bir engel olduğu düşünülmektedir.

Girişimciliği engelleyen faktörleri; ekonomik ve politik istikrarsızlık, bürokratik işlemlerin çokluğu, sermaye birikiminin olmaması, nitelikli uzman personel eksikliği ve teknoloji yetersizliği başlıkları altında özetlemek mümkündür (Demirdöğen, 1996: 13). Bu gibi maddi ve genellikle makro düzeyde faktörlerle ilişkili faktörlerin yanında, bireysel düzeyde insanların girişimciliğe ilişkin bakış açısı, bireysel özellikler ve girişimcilik kültürü gibi kişisel ve kültürel özellikler de girişimciliği etkilemektedir.

Türkiye’de girişimciliğin gelişmesinin istenen düzeyde olmamasında, öncelikle geçmişte Türklerin çoğunlukla askerlik ve çiftçiliği meslek olarak seçmiş olmasının ve ticareti azınlık statüsündeki vatandaşlara bırakmış olmasının etkileri vardır. Selçuklu ve Osmanlı döneminde Ahilik teşkilatına dayalı olarak gerçekleştirilen ticari faaliyetler, sanayi devrimi ve kitle üretimi ile sürdürülebilirliğini yitirmiş ve girişimciler sosyo-ekonomik gelişmelere uyum sağlamada güçlük çekmiştir. Cumhuriyet sonrası ise yeterli sermaye ve girişimci niteliklerine sahip bireylerin bulunmamasından dolayı devlet güdümlü bir ticari sistem gelişmiştir. Sümerbank, Etibank, Merinos gibi girişimlerin doğması buna bağlanmaktadır. 1980 sonrası ise dışa açık ve küçük girişimcileri destekleyen politikalar izlenmiştir (Küçük, 2011: 40-42). Tarihsel süreçte sürekli olarak yaşanan savaş ve ayaklanmaların toplumda güven bunalımı yarattığı da ifade edilebilir. Zira özel mülkiyet temelinde gelişen girişimcilerin, bu hakkın sürekli olarak sekteye uğradığı veya bu şekilde düşünüldüğü ortamlarda ortaya çıkması zor olmaktadır. Dolayısıyla girişimciliğin sosyal bir meslek olarak gelişmesinin demokratik, yasal ve politik faktörlerle yakından ilişkili olduğu göz ardı edilememektedir.

Girişimciliğin gelişmesinin önündeki engelleri anlamak için konuyu sosyo-kültürel düzeyde daha derinlemesine ele almak gerekmektedir. Çünkü girişimcilik; bireylerin içerisinde

bulduğu toplumun iletişim süreçleri, kurumsal özellikleri, çalışma ve üretim biçimleri, yönetim ve örgütlenme türleri, insanların davranışları, yaşam tarzı, fırsatları değerlendirme, cesaretle ilgili tutumları gibi kültürel unsurlarla yakından ilişkilidir. Ayrıca başarı, risk üstlenme, cesaret, tasarruf gibi girişimci güdüler ve davranışlar toplum içerisinde ortaya çıkar. Örneğin demokratik olmayan veya demokratik olup otoriter bir yapı sergileyen kültürlerde girişimcilik ve birey kavramı önemsizdir (Yeniçeri ve İnce, 2008: 350). Dolayısıyla girişimcilik güdülerini ve girişimcilik faaliyetlerini destekleyen ve harekete geçiren sosyokültürel özelliklerin belirlenmesinde yarar görülmektedir. Ülkemiz genç nüfusunun; iş garantisi olan, düzenli gelir sağlayan ve riski olmayan memurluk gibi işleri yoğunlukla tercih etmesinin nedenleri de böylelikle daha kolay şekilde anlaşılabilir.

3.2. Kültür ve Girişimcilik

Girişimlerin başlaması, gelişmesi ve dengeli bir şekilde faaliyetlerini devam ettirmesi, kültürel özellikler ile yakından ilişkilidir. Öyle ki aynı ülkenin farklı bölge veya yörelerinde dahi yerel sosyal normlara bağlı olarak girişimcilik eğilimi farklılıklar gösterebilmektedir (Gerosa ve Tirapani, 2013: 206). Bu noktada kültür ile girişimcilik arasında ilişkiler üzerinde gerçekleştirilen araştırmalar, belirli özelliklere sahip kültürel yapıların, girişimciliği mutlaka etkilediği konusunda ortak fikre ulaşmamıştır (Berghoff, 1994). Ancak girişimciliğin sosyokültürel yapının etkisi altında olduğu genel kabul görmüştür. Bu noktada sosyal ve kültürel özellikler girişimciliği destekleyebildiği gibi engelleyebilmektedir (Grigore ve Mitroi, 2012: 149).

Kültür paylaşılan değer, inanışlar ve beklenen davranışların toplamı olarak tanımlanmaktadır (Hofstede, 1980). Diğer bir tanıma göre kültür; bireyin davranışlarını ve toplumun üyeleriyle olan etkileşimlerini belirleyen değerler ve tutumlar bütünüdür (Harrison, 1997). Kültür; başarı, risk alma, cesaret, birikimde bulunma gibi girişimci nitelikleri destekleyerek veya engelleyerek kişinin girişimci davranışları için imkan ve imkansızlıklar oluşturmaktadır. Hatta kültürel öğelerin yaşandığı ve öğrenildiği ailenin ve üyelerinin sahip olduğu başarı, dışa dönüklük, demokratiklik, üretkenlik ve tasarruf gibi davranışları henüz küçük yaştaki çocuğun girişimciliğe yönelik güdülerini kazanmasına neden olmaktadır. Daha geniş düzeyde toplumdaki risk alma eğilimi, kendine güven, başarı güdüsü gibi kültürel özellikler girişimciliği desteklerken, kanaatkarlık, katı bir kadercilik veya bir hırka bir lokma gibi

anlayışlar girişimciliği engellemektedir. Dolayısıyla bireyi aile, okul, sosyal çevre veya kitle iletişim araçları aracılığı ile üretkenliğe, mantıklı düşünceye, kar güdüsüyle hareket etmeye, başarılı olmaya ve rekabetçi kişiliğe yönlendiren bir kültürü "girişimci kültür" olarak tanımlamak mümkündür (Aytaç ve İlhan, 2007: 107-116).

Bunların yanında bazı kültürel gelenekler ve sosyal etnik ağlar olarak ifade edilen kültürel kaynaklar girişimci anlayışı etkilemektedir. Örneğin çok çalışma, çok tasarruf etme, doğuştan işletmeci olma gibi kültürel algı, anlayış ve tutumlara sahip insanlar girişimciliğe daha yatkın olmaktadır. Bunların yanında bireylerin sahip olduğu aile ve güçlü sosyal bağlar iş adamının karşılaşabileceği sermaye elde etme, ortak çalışan bulma ve ürünlerin satın alınması gibi birçok sorunu güven, dayanışma ve birlikte hareket ederek aşmasını sağlamaktadır (Pütz, 2003: 555-557). Girişimciliği etkileyen önemli bir kültürel özellik kişiler arası güvendir. Geleceğe yönelik plan yapmanın gereğine inanmayan, birilerinin bir şekilde emeğini elinden alacağını düşünen, günlük olarak geçimini sağlamayı amaçlayan toplumlarda girişimcilik, fırsatların yakalanmasından ziyade hayatta kalmak için yapılan bir faaliyet olmaktadır (Grigore ve Mitroi, 2012: 156).

Ulusal kültürel farklar konusunda gerçekleştirilen araştırmalardan en çok kabul gören sınıflandırma Hofstede (1980)'in yaklaşımıdır. Buna göre ülkeler arası kültürel farklılıklar genel olarak güç mesafesi (emir verme ve itaat bekleme), belirsizlikten kaçınma (düşük riski kabullenme), bireycilik-dayanışma (bireysel hareket etme veya güç birliği oluşturma) ve erkeksilik-dişlilik (cinsiyet rolü) başlıkları altında toplanmaktadır (Hofstede, 1980). Bu yaklaşıma dayalı olarak gerçekleştirilen araştırmalar Çalışmalar Türkiye'nin kültürel özelliklerinin; orta düzeyde ve yükseğe yakın "güç mesafesi", orta düzeyde ve düşüğe yakın "bireycilik", yüksek "belirsizlikten kaçınma" ve "dişil" olduğunu göstermektedir (Halis vd., 2009: 454-455).

Değerler arasında "ortaklaşa davranış" bakımından Türk kültürünün yüksek toplulukçu değerlere sahip olduğu görülmektedir. Yani kültürümüz kişiler arası yakın ilişkilere önem veren, aile, akraba ve komşuluk ilişkilerinin önemli olduğu, bağımsızlıktan ziyade itaat, yakın ilişkiler ve aile büyüklerine sadakatin ön planda olduğu bir yapıdadır. Bu durum geleneksel ortaklığı olumlu etkilemektedir (Halis vd., 2009: 454-

455). Yani Türkiye’de ortaklıklar aile kurumuna bağlı olarak gelişmektedir. İşletmelerin çoğu aile işletmelerinden oluştuğundan, konu ile ilgili araştırmalar aile işletmelerini incelemektedir. Ailenin sahip olduğu girişimcilik kültürü ve aile bireylerinin aileye bağlılığı, girişimciliği ve profesyonelleşmeyi etkilemektedir (Bektaş ve Köseoğlu, 2007). Bu noktada aileye bağlılığın girişimcileri ortak aramaktan ve modern işletmecilik anlayışlarından uzaklaştırabilmektedir. Yani aile içerisinde ortaklık şeklinde gerçekleşen girişimcilik faaliyetleri, bir anlamda dışa kapalı bir girişimcilik yapısına bürünebilmektedir.

Bunlarında yanında, kültürümüzde güç mesafesinin yüksek oluşundan dolayı yönetimin tek kişi tarafından ele geçirilmesi ile aile ortaklığı olgusu dahi ortadan kalkabilmektedir. Kurulan ortaklık ve halka arzlar ise sahipliğin veya yetkinin devri için değil, sadece sermaye sağlamak, gereken fikirleri ele geçirmek ve başarılı uzmanları işletmeye çekerek sadakatini sağlamak için yapılmaktadır (Taş, 2007). Dolayısıyla geleneksel ortaklık anlayışının çizdiği sınırlar, kararların sadece bir kişi tarafından verilmesi gerektiğine yönelik yüksek güç mesafesi, demokratik yönetimin benimsenmemesi ve belirsizlikten kaçınmanın yüksek olması gibi kültürel durumlar girişimcilik ve ortaklık kültürünü olumsuz etkilemektedir. Girişimcilerin karşılaştığı sorunların üstesinden gelmede birlikte hareket etme ve ortak olarak çalışmanın faydalı sonuçlar vermesine karşılık, kültürümüzdeki özellikler bunun oluşmasını engellemektedir.

Ayrıca genellikle bireycilik/kolektivizm ve belirsizlikten kaçınma şeklindeki kültürel özellikler, girişimciliği etkilemesi bakımından üzerinde durulan önemli kültürel değişkenlerdir (Earley ve Gibson, 1998; Oyserman vd., 2002; Pinillos ve Reyes, 2011: 23-24). Büyük veya küçük girişimcilerin gelişmesinde kolektivist ve bireyci kültürel özelliklerin etkilerinin olduğunu gösteren çalışmalar vardır (Acs, 1992: 3844). Bu noktada aşırı bireyci veya dayanışmacı anlayışın girişimciliği olumsuz etkilediğini gösteren çalışmalarla karşılaşılmaktadır (Morris vd., 1993). Bu noktada bireyciliğin; başarıya önem verme, kendini geliştirmek isteme, risk almayı sevme ile yakından ilişkili olması beklenirken, dayanışmacı anlayışın ise kaynakları birleştirme ile ilişkili olması beklenmektedir.

Bireyci anlayış ile girişimcilik ilişkisine yönelik iki temel bakış açısı vardır. Birincisi girişimci

ve işletme kurucularının bireyci olma eğilimine odaklanmakta ve girişimcinin kaynakları kullanması ve artırması işlevini yeterince vurgulamamaktadır. İkinci yaklaşım ise; bireycilik ve kolektivizmi ulusal düzeyde ekonomik gelişim ve yenilik ile bağdaştırmaktadır. Buna göre girişimciler, bireyci özellikleri ile yeni ve farklı girişimlerde bulunabilmekte, kolektivist özellikleri ile de bağlar kurarak ve kaynak elde ederek girişiminin başarısını artırmaktadır (Tiessen, 1997: 367-375). Bu bağlamda genel olarak kabul edilen aksine bireycilik ve kolektivizm iki zıt kutuplarda bulunması gereken özellikler olarak düşünülmemelidir. Özellikle büyüme, esneklik ve yenilik gibi hedefleri olan işletmelerde bireysel çıkarların sağlanması grup çıkarlarının sağlanmasına bağlıdır. Örneğin Japon kültürü işten ayrılmayı hoş görmez. Böylelikle daha etkili, yenilikçi ve varlıklı iş gücü sağlanmış olur. Ayrıca Amerikan bireyciliğinin de iş yerinde takım çalışması veya birlik oluşturmaya engel olmadığı görülmektedir (Tiessen, 1997: 371).

Araştırmacılar genellikle bireyciliğin daha fazla oranda işletme kurmaya neden olan yüksek başarı ve kişisel amaçların gerçekleştirilmesi ihtiyacını etkilediğini gösterse de, bireyci özellik mutlak olarak girişimciliği garantilememektedir. Örneğin Pinillos ve Reyes (2011)’ın Küresel Girişimcilik Gözlem Raporuna dayalı olarak gerçekleştirdiği çalışması yüksek düzeyde bireyciliğin yüksek oranda girişimcilik anlamına gelmediğini göstermektedir. Hatta ülkenin gelişmişlik düzeyinin düşük veya orta düzeyde olması durumunda ülkenin girişimcilik oranının bireycilik ile ters yönlü ilişki içinde olduğu anlaşılmaktadır. İlgili çalışmada geleneksel yaklaşımdan farklı olarak, dayanışmacı kültürün girişimcilik faaliyetlerinin fazla olması ile yakından ilişkili olduğu ileri sürülmekte ve desteklenmektedir (Pinillos ve Reyes, 2011: 23-24). Dolayısıyla gelişmekte olan ülkeler başta olmak üzere, girişimciliğin gelişmesinde ortak girişimciliği destekleyen bir kültürel özellik olarak dayanışmacı kültürel özelliğin girişimciliğin gelişmesinde etkili olabileceği anlaşılmaktadır.

Erkeksi kültürel özellik de girişimciliğin yaşam alanını etkiler. Hofstede (1980)’a göre girişken, saldırgan, kararlı özellikler gösteren erkeksi kültürel yapılarda para kazanmaya ve materyalizme önem verildiğinden girişimcilik daha kolay gelişmektedir. Diğer taraftan, uyumlu, içe dönük, şefkatli, nazik, merhametli nitelikleri gösteren dişil kültürel ortamlarda

girişimciliğin gelişmesi daha zor olabilmektedir (Hofstede, 1980: 42-63).

Tablolar tek sütuna sığacak şekilde ayarlanmalıdır. Tek sütuna sığmayacak genişlikteki tablolar sayfa kenar ölçülerinden taşmayacak şekilde ortalı olarak sayfaya yerleştirilebilirler. Tablolarda çerçeveleme kullanılmamalı, tablo numarası ve ismi üste, kaynak bilgisi ise alta yazılmalıdır.

4. KÜLTÜR İLE GİRİŞİMCİLİK NİYETİ VE ORTAKLIK KÜLTÜRÜ İLİŞKİLERİNİN İNCELENMESİ: KIRIKKALE İLİ ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİ ÖRNEĞİ

Girişimcilik ile kültürel özellikler arasındaki ilişkilerin teorik düzeyde incelendiği çalışmanın bu aşamasında, kültürel özellikler ile girişimcilik eğiliminin yanında ortaklaşa girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiler bir saha çalışması ile araştırılmaktadır.

4.1. Araştırmanın Amacı

Bu araştırma ile Kırıkkale İlinde üniversite öğrencileriyle gerçekleştirilen bir saha çalışmasıyla girişimcilik ve ortaklık konusundaki algı ve eğilimler ile kültürel özellikler arasındaki ilişkilerin aydınlatılması amaçlanmaktadır. Girişimcilik eğilimi ile birlikte kültürel öğeler olan “güç mesafesi”, “bireycilik”, “belirsizlikten kaçınma” ve “dişilik” incelenecektir. Böylece girişimcilik ve ortak girişimciliğin önündeki kültürel engellerin neler olabileceği ortaya çıkarılmaya çalışılmaktadır.

4.2. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma kapsamında yüzyüze anket yöntemi ile birincil veriler elde edilmiştir. Araştırmada henüz aktif olarak girişim faaliyetinde bulunmayan 600 Kırıkkale Üniversitesi öğrencisi ile kolayda örnekleme ile anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında uygulanan ölçekler öncelikle kültürün öğeleri olan güç mesafesi, belirsizlikten kaçınma, kolektivizm, uzun dönem odaklılık, erkeksilik ve güvenle ilgili iken, ortaklık kültürü ve girişimcilik eğilimi

değişkenleri alandaki çalışmalardan yararlanılarak ölçülmüştür.

Kültürel özelliklerin ölçülmesinde Hofstede’un kültürel bileşenlerinde uzun dönem odaklılığın da yer aldığı güncel olarak kullanılan Yoo, Donthu ve Lenartowicz (2011)’in çalışmasındaki ifadelerden yararlanılmıştır (6 soru) (Yoo vd., 2011). Toplumsal güveni ölçmek üzere Lau ve Rowlinson (2009) ve Usta (2012)’nin kişiler arası güveni ölçmek üzere kullandığı ifadelerden yararlanılmıştır (8 soru) (Lau ve Rowlinson, 2009: 539-554, Usta, 2012). Ortaklık kültürünün ölçülmesinde Cozzolino (2011)’in çalışmasından yararlanılmıştır (19 soru). Girişimcilik eğiliminin (niyetinin) ölçülmesinde ise Linan ve Chen (2009) ve Şeşen ve Basım (2012)’in çalışmalarında kullandığı girişimcilik eğilimi ile ilgili ifadelerden yararlanılmıştır (6 soru). Kullanılan bu ölçekler yazarlar tarafından güvenilirliği belirlenmiş ve araştırma kapsamında da geçerlilik ve güvenilirlikleri analiz edilmiştir.

Elde edilen verilerin normal dağıldığı tespit edilerek, değişkenlerle ilgili farklılık ve ilişkileri tespit etmek üzere parametrik testler gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında 600 geçerli anket elde edilmiştir.

4.3. Araştırma Bulguları

Araştırma sonuçlarına göre, ortaklık kültürüyle ilgili ifadelerle ilişkin faktör analizi aşağıda görülmektedir. Buna göre ortaklık kültürü öğrencilerde 4 alt faktör grubunda ortaya çıkmıştır. Ortaklık kültürüne ilişkin ölçek 23 sorudan oluşurken düşük faktör yükleri nedeniyle 4 ifade çıkarılmıştır. Bu alt faktör grupları ortaklık kültürünün %59 unu açıklamaktadır. Alt gruplar sırasıyla, “Sorumluluk”, “İletişim ve Profesyonellik”, “Uzmanlaşma ve Başarı”, “Amaç birliği” ve “Ortak karar ve Risk Paylaşımı”dır. Ölçek faktör analizine uygun çıkmıştır (KMO:0,861 ve $p<0,05$).

Tablo 1. Ortaklık Kültürü Değişkenine Ait Faktör Analizi Sonuçları

Değişkenler	Faktör Yükleri	Öz değer	Açıklanan Varyans %	Toplam Varyans %
Faktör 1: Sorumluluk, iletişim ve profesyonellik		7,037	37	37
Ortakların sorumluluk bilinci olmalıdır	,852			
Ortakların iletişimi sürekli olmalıdır	,752			
Ortaklar arası iletişim açık olmalıdır	,728			
Ortaklıkta yetkileri paylaşmak sorun olmamalıdır	,722			
Ortaklar arası sevgi ve saygı sürekli olmalıdır	,711			
Farklı bakış açıları girişimde yaratıcılığı artıran önemli bir faktördür	,694			
Ortaklıkta yetki ve sorumluluklar açık-net bir şekilde belirlenmelidir	,609			
Paylaşmak başarıyı artıran önemli bir faktördür	,569			
Ortaklıkla özel yaşam karıştırılmamalıdır	,549			
Ortaklıkta profesyonel bakış açısı gerektirir	,508			
Faktör 2: Uzmanlaşma ve başarı		1,871	9	46
Ortaklık şeklinde işletme kurmak daha başarılı sonuçlara neden olur	,759			
Diğer insanlarla bir işletme kurmak ve işletmek önemli bir fırsattır	,663			
Bir işletmeyi kuran ortaklar kendini girişimin gelişim ve sürekliliğe adanmalıdır	,645			
Ortaklık iş bölümü ve uzmanlaşmayı destekler	,621			
İnsanlar birlikte çalışarak çok daha başarılı işletmeler kurabilir	,564			
Faktör 3.Amaç birliği ve ortak karar		1,429	7	53
Ortaklıkta amaç birliği kişilik uyumundan daha önemlidir	,978			
Ortaklar kararları birlikte almalıdır	,959			
Faktör 4. Risk paylaşımı		1,169	6	59
Ortaklık riski azaltır	,745			
Ortaklar girişime sadakat göstermelidir	,637			
KMO=,				,861
Sig				,000

29

Araştırma sonuçlarına göre, girişimcilik eğilimi ölçeğine ilişkin faktör analizi aşağıda görülmektedir. Buna göre girişimcilik eğilimi

öğrencilerde girişimcilik eğiliminin %56'sını açıklayan tek faktörde toplanmaktadır (KMO:,.809 ve p<0,05).

Tablo 2. Girişimcilik Eğilimi Değişkenine Ait Faktör Analizi Sonuçları

Değişkenler	Faktör Yükleri	Öz değer	Açıklanan Varyans %	Toplam Varyans%
Faktör 1: Girişimcilik eğilimi		3,399	56,64	56,64
Ciddi anlamda kendi işimi kurmayı düşünüyorum	,887			

Gelecekte bir iş kurmak konusunda kararlıyım	,886			
Bir gün mutlaka kendi işimi kurma niyetim var	,838			
Kendi işimi kurmak ve sürdürmek için her türlü çabayı sarf edeceğim	,831			
Bir girişimci olmak için her şeyi yapmaya hazırım	,599			
Profesyonel olarak hedefim bir girişimci olmaktır	,271			
KMO=				,809
Sig				,000

Tablo 3. Korelasyon Analizi

	Ortaklık kültürü	Girişimcilik Eğilimi
Güç mesafesi	,018	,082
	Sig., 726	Sig., ,077
Belirsizlikten kaçınma	,222(**)	,180(**)
	Sig., ,000	Sig., ,000
Kolektivizm	,118(*)	,267(**)
	Sig., ,022	Sig., ,000
Uzun dönem odaklılık	,247(**)	,253(**)
	Sig., ,000	Sig., ,000
Erkeksilik	,000	,057
	Sig., ,999	Sig., ,200
Güven	,139(**)	,216(**)
	Sig., ,006	Sig., ,000
Pearson korelasyonu		

Ortaklık kültürü ve girişimcilik dışındaki değişkenlere de faktör analizi uygulanmış ancak bunlar tek boyutta çıktığı için (içsel tutarlılığı uygun) tablo şeklinde gösterilmemiştir.

Araştırma sonuçlarına göre, öğrencilerde güç mesafesi ile ortaklık kültürü ve girişimcilik arasında ilişki söz konusu değildir. Ancak belirsizlikten kaçınma eğilimi ile ortaklık kültürü ve girişimcilik eğilimi arasında olumlu yönlü ancak zayıf düzeyde bir ilişki söz konusudur. Bunun yanında kolektivizm ile girişimcilik eğilimi ve ortaklık kültürü arasında da pozitif yönlü bir ilişki söz konusudur. Uzun dönem odaklılık ile girişimcilik ve ortaklık kültürü de pozitif ilişki içerisindedir. Ayrıca güven eğilimi ile girişimcilik ve ortaklık kültürü pozitif ilişki içerisindedir. Buna göre belirsizlikten kaçınma, kolektivizm, uzun dönem düşünme eğilimi ve güven eğilimleri ortaklık kültürü ve girişimcilik eğilimi ile olumlu yönde ilişkilidir. Bu özellikler geliştirilebildiği takdirde girişimcilik eğilimi ve

ortaklık eğiliminin artması beklenmektedir. Burada önemli bir diğer nokta girişimcilik eğilimi ile ilişkili olan tüm değişkenler aynı zamanda ortaklık eğilimi ile de aynı yönde ilişkilidir.

SONUÇ

Araştırma sonuçlarına göre, öğrencilerde güç mesafesi ile ortaklık kültürü ve girişimcilik arasında ilişki söz konusu değildir. Ancak belirsizlikten kaçınma eğilimi ile ortaklık kültürü ve girişimcilik arasında pozitif düşük seviyede bir ilişki söz konusudur. Bunun yanında kolektivizm ile girişimcilik eğilimi arasında da pozitif yönlü bir ilişki söz konusudur. Uzun dönem odaklılık ile girişimcilik ve ortaklık kültürü de pozitif ilişki içerisindedir. Güven eğilimi yüksek olan kişilerde de girişimcilik ve ortaklık kültürüm eğilimi pozitif ilişki içerisindedir. Buna göre belirsizlikten kaçınma, kolektivizm, uzun dönem düşünme eğilimi ve güven eğilimleri ortaklık ve girişimcilik eğilimi ile ilişkilidir. Bu özellikler geliştirilebildiği takdirde girişimcilik

eğilimi ve ortaklık eğilimi artacaktır. Burada önemli bir diğer nokta girişimcilik eğilimi ile ilişkili olan tüm değişkenler aynı zamanda ortaklık eğilimi ile de aynı yönde ilişkilidir. Bu da bu iki değişkenin birbirleri ile istatistiksel açıdan anlamlı ilişki içerisinde olduğunu göstermektedir.

Fikir düzeyinde yüksek ortalamalara sahip gibi görülen girişimcilik ve ortaklık kültürü eğilimleri maalesef çok fazla uygulamaya yönelememektedir. Bu yönelmenin fiili yaşama dönüştürülememesinde şüphesiz kültürel ve sosyal değişkenler olduğu kadar, genel ekonomik koşulların da etkisi son derece yüksek olmaktadır. Tüm faktörlerin mümkün

olduğu ölçüde uygun hale getirilmesi ve girişimcilik konusundaki farkındalığın ve eğilimin erken yaşlarda başlatılması da ayrıca önemli görülmektedir. Ülkelerin güçlenmesi ve büyümesi ancak bilinçli, kararlı ve dürüst girişimcilik örnekleri ile mümkün olabilecektir. Bu konuda da eğitim stratejilerinin hem öğrenciler hem de mevcut girişimciler açısından tekrar ele alınması, bu ve benzeri araştırmalar kapsamında ortaya çıkarılmaya çalışılan verilerden de faydalanılarak stratejilerin belirlenmesi kısmen de olsa fayda sağlayabilecektir.

KAYNAKÇA

- Acs, Z.1992. *Small Business Economics: A Global Perspective*, Challenge 35(6), 38-44.
- Alpugan, O. 1996. *İşletme Bilimine Giriş*, Trabzon: Derya Kitabevi.
- Aytaç, Ö ve İlhan, S. 2007. Girişimcilik ve Girişimci Kültür: Sosyolojik Bir Perspektif, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18, 101-120.
- Bektaş, Çetin ve Köseoğlu, Mehmet A. 2007. Aile İşletmecilik Kültürünün Girişimcilik Eğilimine Etkileri ve Bir Alan Araştırması, *Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, 9(13).
- Berghoff, H. ve Möller, R. 1994. Tired Pioneers And Dynamic Newcomers? A Comparative Essay On English and German Entrepreneurial History, 1870–1914, *The Economic History Review*, 47(2), 262–287.
- Bozkurt, Ö. ve Alparşlan, Ali M. 2013. Girişimcilerde Bulunması Gereken Özellikler ile Girişimcilik Eğitimi: Girişimci ve Öğrenci Görüşleri, *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(1), 7-28.
- Burns, P. 2011. *Entrepreneurship and Small Business*, Palgrave Macmillan.
- Cozzolino, P. J. 2011. Trust, Cooperation, and Equality: A Psychological Analysis of the Information of Social Capital, *British Journal of Social Psychology*, 50, 302–320.
- Demirdöğen, O. 1996. *Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler (Problemleri ve Çözüm Önerileri)*, Erzurum Ticaret ve Sanayi Odası, Yayın No: 1996-1.
- Earley, P. C. ve Gibson, Cristina 1998. Taking Stock in Our Progress on Individualism–Collectivism: 100 Years Of Solidarity And Community, *Journal of Management*, 24(3), 265–304.
- George, G. ve Shaker A. Zahra 2002. Culture and Its Consequences for Entrepreneurship, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 26(1), 5-7.
- Gerosa, A. ve Alessandro Niccolo Tirapani 2013. The Culture of Entrepreneurship: Creating Your Own Job, *European View*, 12, 205-214.
- Grigore, A ve Andreea M. 2012. Romanian Culture and Its Attitude Towards Entrepreneurship, *Review of International Comparative Management*, 13(1), 149-157.
- Güney, S. ve Nurmakhmatuly, A. 2007. Kültürün Girişimciliğe Etkisi: Kazakistan ve Türkiye Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Kültürlerarası Araştırma, *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(1), 62-86.
- Halis, M., Şenkal, A. ve Türkay, O. 2009. Kültür, Ortaklık ve Rekabet: Türkiye'ye İlişkin Rakamlar, *Journal of Azerbaijani Studies*, 444- 460.
- Hamel, G. ve Prahalad, C.K. 1993. Strategy as Stretch and Leverage, *Harvard Business Review*, 71(2):75-84.
- Harrison, L. E. 1997. *The Pan-American Dream – Do latin America's Cultural Values Discourage. True Partnership with the United States and Canada*, Harpercollins.
- Hofstede, G 1980. *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. Beverly Hill, CA: Sage Publications.
- Hofstede, G. 1980. Motivation and Leadership, *Organizational Dynamics*, 42-63.
- Jack, S. , Anderson, Alistair R. 1999, Entrepreneurship Education within the Enterprise Culture: Producing Reflective Practitioners, *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 5(3), 110-125.
- Jarillo, J. 1989. Entrepreneurship And Growth: The Strategic Use Of External Resources, *Journal of Business Venturing*, 4, 133-147.
- Küçük, O. 2011. *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi*, Ankara: Seçkin, 5. Baskı.
- Lau, E. ve Steve Rowlinson 2009. Interpersonal Trust and Inter-Firm Trust in Construction Projects, *Construction Management and Economics*, 27, 539-554.

- Liñán, F. ve Chen, Yi- Wen 2009. Development and Cross-Cultural Application of a Specific Instrument to Measure Entrepreneurial Intentions, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(3), 119-144.
- Morita, A. 1989. *Bir Japon Mucizesi Sony*, E.P. Dutton, çev. Yakut Güneri, İlgı Yayıncılık.
- Morris, M., Avila, R. ve Allen, Jeffrey 1993. Individualism and The Modern Corporation: Implications for Innovation And Entrepreneurship, *Journal of Management*, 19, 595-612.
- Obe, T., Honjo, S., ve MacMillan, Ian 1990. Japanese Entrepreneurs And Corporate Managers: A Comparison, *Journal of Business Venturing*, 5, 163-176.
- Oyserman, D., Coon, H. M., ve Kimmelmeier, Markus 2002. Rethinking Individualism and Collectivism: Evaluation of Theoretical Assumptions and Meta-Analyses, *Psychological Bulletin*, 128(1), 3-72.
- Pinillos, M. ve Reyes, Luisa 2011. Relationship Between Individualis-Collektivist Culture and Entrepreneurial Activit: Evidence From Global Entrepreneurship Monitor Data, *Small Business Economics*, 37, 23-37.
- Pütz, R. 2003., Culture and Entrepreneurship- Remarks on Transculturality as Practice, *Tijdschrift voor Economicshe en Sociale Geografie*, 94(5), 554-563.
- Ray, D. ve Turpin, Dominique V. 1990. Factors Influencing Japanese Entrepreneurs in High Technology Ventures, *Journal of Business Venturing*, 5, 91-102.
- Sabuncuoğlu, Z. 1985. *İşletme Bilimine Giriş*, Bursa.
- Şeşen, H. ve Basım, Nejat H. 2012. Demografik Faktörler ve Kişiliğin Girişimcilik Niyetine Etkisi: Spor Bilimleri Alanında Öğrenim Gören Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, *Ege Akademik Bakış*, 12, 21-28.
- Taş, A. 2007. *Türk Yönetim Tarzı: Örgütlenme, Sahiplik İnsan Kaynakları Ve Stratejik Yönetim Boyutlarıyla*, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Doktora Tezi, Sakarya.
- Tekin, M. 2005. *Hayallerin Gerçeğe Dönüşümü Girişimcilik*, 4. baskı, Konya: Günay Ofset.
- Tiessen, J. H. 1997. Individualism, Collectivism, and Entrepreneurship: A Framework for International Comparative Research, *Journal of Business Venturing*, 12, 367-384.
- Titiz, T. 1994. *Girişimcilik*, İstanbul: İnkılap Yayınları.
- Uçkun, N. ve Girginer, Nuray 2012. Girişimciliği Etkileyen Faktörler: Eskişehir Organize Sanayi Bölgesindeki Metal Sektörü Girişimcilerine Yönelik Bir Uygulama, *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 1(1), 97-113.
- Usta, E. 2012. Virtual Environment Interpersonal Trust Scale Validity and Reliability Study, *TOJET: The Turkish Online Journal of Educational Technology*, 11(3), 393-402.
- Yeniçeri, Ö. ve İnce, Mehmet 2008. Otoriter Yönetimlerden Demokratik Yönetimlere Geçişte Karşılaşılan Sorunlar ve Girişimcilik, 2. *Uluslararası Girişimcilik Kongresi, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Yayınları*: 112, Kongreler Dizisi: 16.
- Yoo, B., Naveen D. ve Tozasz Lenartowicz 2011. Measuring Hofstede's Five Dimensions of Cultural Values at the Individual Level: Development and Validation of CVSCALE, *Journal of International Consumer Marketing*, 23, 193-210.