

**T.C.**  
**AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**İŞLETME ANABİLİM DALI**  
**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**ULUSAL KÜLTÜRÜN GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİNE ETKİSİ: AFYON  
KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ İİBF ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR  
ARAŞTIRMA**

**Hazırlayan**

**İklim Merve KELEŞOĞLU**

**Danışman**

**Prof. Dr. Hatice ÖZUTKU**

**AFYONKARAHİSAR 2018**

## YEMİN METNİ

Yüksek Lisans Tezi olarak sunduğum "Ulusal Kültürün Girişimcilik Eğilimine Etkisi: Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma" adlı çalışmanın, tarafımdan bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığına ve yararlandığım eserlerin Kaynakça'da gösterilen eserlerden oluştuğunu, bunlara atıf yaparak yararlanmış olduğumun belirtir ve bunu onurumla doğrularım.

17/12/2018

İklim Merve KELEŞOĞLU

## TEZ JÜRİSİ KARARI VE ENSTİTÜ ONAYI

### JÜRİ ÜYELERİ

Tez Danışmanı : Prof. Dr. Hatice ÖZUTKU  
Jüri Üyeleri : Prof. Dr. Belkis ÖZKARA  
: Doç. Dr. Duygu KIZILDAĞ

İmza



İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı Tezli Yüksek Lisans Programı öğrencisi İklim Merve KELEŞOĞLU' nun "**Ulusal Kültürün Girişimcilik Eğilimine Etkisi: Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma**" başlıklı tezi 14.12.2018 günü saat 13.30' da Afyon Kocatepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Sınav Yönetmeliği' nin ilgili maddeleri uyarınca yukarıda isim ve imzaları bulunan jüri üyeleri tarafından değerlendirilerek kabul edilmiştir.

Prof. Dr. Celal DEMİR  
MÜDÜR

**ÖZ**

**ULUSAL KÜLTÜRÜN GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİNE ETKİSİ: AFYON  
KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ İİBF ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR  
ARAŞTIRMA**

**İklım Merve KELEŞOĞLU**

**AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER  
ENSTİTÜSÜ İŞLETME ANABİLİM DALI**

**Kasım 2018**

**Danışman: Prof. Dr. Hatice ÖZUTKU**

Girişimcilik, toplumsal ve bireysel düzeyde refahların artmasını ve yaşam standartlarının yükselmesini sağlamaktadır. Bu bağlamda girişimcilik, teknolojinin hızla ilerlemesi ve bilgiye ulaşmanın kolaylaşmasıyla ülkelerin ekonomik gelişmelerinde etkin rol oynayan önemli bir faktör haline gelmiştir. Tüm bu gelişmeler beraberinde uluslararası kültürel boyutta ilişkilerinde artmasını, dolayısıyla ortaya kültürel farklılıkları da çıkarmıştır. Kültür, bireylerin davranışlarına ve kişiliklerine doğrudan etki edebilen bir sistemdir. Bu bağlamda gelişen dünyaya adapte olabilmek için kültürel değerler ile girişimcilik eğilimini bir arada inceleyen araştırmalar büyük önem taşımaktadır.

Bu çalışmanın amacı ulusal kültürün girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisini incelemektir. Bu kapsamda, Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde girişimcilik dersi almış öğrenciler üzerine bir araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırmada Hofstede'nin ulusal kültür modeli esas alınmıştır. Çalışmada 204 öğrenciye anket uygulanmış, elde edilen veriler SPSS istatistik paket programı ile analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular Ulusal kültür boyutlarından güç

mesafesi, belirsizlikten kaçınma, bireysellik- toplumculuk ve uzun- kısa dönem yönelimlilik boyutlarının girişimcilik eğilimi üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğunu, erillik- dişilik boyutunun ise girişimcilik eğilimi üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını ortaya koymuştur.

**Anahtar Kelimeler:** Kùltür, Ulusal Kùltür Boyutları, Girişimcilik, Girişimcilik Eğilimi.



## **ABSTRACT**

# **THE EFFECT OF NATIONAL CULTURE ON ENTREPRENEURSHIP TENDENCY A STUDY ON AFYON KOCATEPE UNIVERSITY STUDENTS**

**İklim Merve KELEŞOĞLU**

**AFYON KOCATEPE UNIVERSTY THE INSTITUTE OF SOCIAL  
SCIENCES DEPARTMENT OF BUSINESS ADMINISTRATION**

**November 2018**

**Advisor: Prof. PhD. Hatice ÖZUTKU**

Entrepreneurship increases the social and individual welfare and increases the standard of living. In this context, entrepreneurship has become an important factor that plays an active role in the economic development of countries with the rapid progress of technology and the access to information. All these developments together with the increase in their relations in the international cultural dimension, therefore, have also revealed cultural differences. Culture is a system that can directly affect the behavior and personalities of individuals. In this context, in order to adapt to the developing world, researches which examine the cultural values and entrepreneurship tendency are of great importance.

The aim of this study is to examine the effect of national culture on entrepreneurship tendency. In this context, a research has been conducted on students who have taken entrepreneurship courses at Afyon Kocatepe University Faculty of Economics and Administrative Sciences. The research was based on the national culture model of Hofstede. The questionnaire was applied to 204 students and the

data were analyzed with SPSS statistical package program. The findings revealed that power distance from national cultural dimensions, uncertainty avoidance, individuality-socialism and long-term orientation dimensions had a significant effect on entrepreneurship tendency, and masculinity-femininity did not have a significant effect on entrepreneurship trend.

**Key Words:** Culture, National Cultural Dimensions, Entrepreneurship, Entrepreneurship Tendency.



## ÖNSÖZ

Tez çalışmamın planlanmasında, araştırılmasında, yürütülmesinde ve oluşumunda ilgi ve desteğiyle; bilgi ve tecrübelerinden yararlandığım, yönlendirme ve bilgilendirmeleriyle çalışmamı bilimsel temeller ışığında şekillendiren sayın hocam Prof. Dr. Hatice ÖZUTKU' ya sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

İklım Merve Keleşoğlu

## İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	ii
ABSTRACT.....	iii
ÖNSÖZ.....	iv
İÇİNDEKİLER.....	v
TABLolar LİSTESİ.....	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xi
GİRİŞ.....	1

## BİRİNCİ BÖLÜM

### ULUSAL KÜLTÜR VE BOYUTLARI

1. KÜLTÜR KAVRAMI VE TANIMI.....	3
2. KÜLTÜRÜN ÖZELLİKLERİ.....	5
3. KÜLTÜRÜN BİLEŞENLERİ.....	8
4. ULUSAL KÜLTÜR BOYUTLARI.....	11
4.1. HOFSTEDE KÜLTÜREL BOYUTLARI.....	12
4.1.1. Güç Mesafesi.....	13
4.1.2. Belirsizlikten Kaçınma.....	14
4.1.3. Erillik ve Dişilik.....	16
4.1.4. Bireysellik ve Toplulukçuluk.....	18
4.1.5. Uzun ve Kısa Dönem Yönelimi.....	19

4.1.6. Denetim Noktası.....	20
<b>4.2. KLUCHOHN VE STRODTBECK KÜLTÜR BOYUTLARI.....</b>	<b>21</b>
<b>4.3. SCHWARTZ KÜLTÜR BOYUTLARI.....</b>	<b>23</b>
<b>4.4. HALL KÜLTÜR BOYUTLARI.....</b>	<b>25</b>
<b>4.5. GLOBE PROJESİ KÜLTÜR BOYUTLARI.....</b>	<b>26</b>

## İKİNCİ BÖLÜM

### GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI VE GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ

<b>1. GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI.....</b>	<b>28</b>
<b>2. GİRİŞİMCİ KAVRAMI.....</b>	<b>31</b>
<b>3. GİRİŞİMCİLİK ÖZELLİKLERİ.....</b>	<b>35</b>
<b>3.1. GİRİŞİMCİLİK ÖZELLİKLERİ İLE İLGİLİ LİTERATÜRDEKİ ÇEŞİTLİ GÖRÜŞLER.....</b>	<b>35</b>
<b>3.2. GİRİŞİMCİLERİN SAHİP OLMASI GEREKEN ORTAK ÖZELLİKLER.....</b>	<b>41</b>
3.2.1. Kontrol Odağı.....	41
3.2.2. Risk Alma Eğilimi.....	42
3.2.3. Başarı İhtiyacı.....	43
3.2.4. Belirsizliğe Karşı Gösterilen Tolerans.....	44
3.2.5. Yenilikçi Olma.....	45
3.2.6. Kendine Güven Duyma.....	46

<b>4. GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ.....</b>	<b>46</b>
<b>5. ULUSAL KÜLTÜR BOYUTLARININ GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ ÜZERİNE ETKİSİ.....</b>	<b>48</b>

### **ÜÇÜNCÜ BÖLÜM**

#### **AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ İİBF ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA**

<b>1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ.....</b>	<b>56</b>
<b>2. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI.....</b>	<b>57</b>
<b>3. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ.....</b>	<b>57</b>
<b>3.1. ARAŞTIRMANIN ANA KÜTLESİ VE ÖRNEKLEM.....</b>	<b>57</b>
<b>3.2. ARAŞTIRMANIN DEĞİŞKENLERİ VE KULLANILAN ÖLÇEKLER.....</b>	<b>57</b>
<b>3.3. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ.....</b>	<b>58</b>
<b>3.4. ARAŞTIRMANIN VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ VE ARACI.....</b>	<b>58</b>
<b>3.5. ARAŞTIRMADA KULLANILAN ÖLÇEKLERİN GÜVENİRLİLİK ANALİZİ.....</b>	<b>59</b>
<b>4. VERİ ANALİZİ VE BULGULARI.....</b>	<b>61</b>
<b>4.1. VERİ ANALİZİNDE KULLANILAN YÖNTEMLER.....</b>	<b>61</b>
<b>4.2. BULGULAR VE BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ.....</b>	<b>61</b>
<b>4.2.1. Tanımlayıcı İstatistikler.....</b>	<b>61</b>

4.2.2. Farklılıklar İle İlgili Testler.....	64
4.2.2.1. T Testi.....	64
4.2.2.2. ANOVA Testi.....	65
4.2.3. Hipotez Testleri.....	67
4.2.3.1. Pearson Korelasyon Analizi.....	67
4.2.3.2. Regresyon Analizi.....	70
<b>SONUÇ</b> .....	73
<b>KAYNAKÇA</b> .....	77
<b>EKLER</b> .....	95

## TABLULAR LİSTESİ

	Sayfa
<b>Tablo 1.</b> Girişimci ve Girişimcilik Arasındaki Farklar .....	35
<b>Tablo 2.</b> Girişimcilerde Bulunması Gereken Temel Özellikler.....	40
<b>Tablo 3.</b> Girişimcilik Eğilimi Olan ve Olmayan Bireylerin Nitelikleri.....	47
<b>Tablo 4.</b> Güvenirlilik Analizi: Cronbach Alpha Testi Sonuçları.....	60
<b>Tablo 5.</b> Ulusal Kültür Boyutları Ölçeğinin Tanımlayıcı İstatistik Sonuçları.....	62
<b>Tablo 6.</b> Girişimcilik Eğilimi Ölçeğinin Tanımlayıcı İstatistik Sonuçları.....	63
<b>Tablo 7.</b> Girişimcilik Puanları ve Değerlendirmeleri.....	63
<b>Tablo 8.</b> Öğrencilerin Cinsiyetlerine Göre Girişimcilik Eğilimi Düzeylerindeki Farklılıklar .....	64
<b>Tablo 9.</b> Öğrencilerin Aile Bireylerinde Girişimci/ Girişimciler Olup Olmamasına Göre Girişimcilik Eğilimi Düzeylerindeki Farklılıklar .....	65
<b>Tablo 10.</b> Öğrencilerin Öğrenim Gördükleri Bölümler İle Girişimcilik Eğilimi Düzeyleri Arasındaki Farklılıklar .....	65
<b>Tablo 11.</b> Öğrencilerin Yaşadıkları Bölgeler İle Girişimcilik Eğilimi Düzeyleri Arasındaki Farklılıklar .....	66
<b>Tablo 12.</b> Ulusal Kültür Boyutları İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişki.....	68
<b>Tablo 13.</b> Ulusal Kültürün Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimleri Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Regresyon Analizi İstatistikleri.....	70

## ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Soğan Diyagramı.....	9
Şekil 2. Girişimcilik Eğiliminin Bireyde Oluşumu.....	48



## GİRİŞ

Geçmişten günümüze girişimcilik ekonomik ve sosyal gelişmenin temel etkenlerinden olmaktadır. Bu bağlamda günümüzde girişimcilik; ülkelerin gelişim göstermesinde, toplumların refah düzeylerinin ve yaşam standartlarının yükselmesinde önemli bir göreve sahiptir.

20. yüzyılda ortaya atılan girişimcilik teorisine göre girişimci; fırsatları takip eden ve o fırsatları yakaladığında da tüm riski üstlenerek girişimsel faaliyetlerde bulunan kişi olarak belirtilmiştir. Zamanla sanayi toplumundan bilgi toplumuna yönelmeyle, girişimcilik tüm ulusal ve uluslararası bazda, özellikle gelişmiş ve gelişme sürecinde olan ülkelerde daha da önemli bir hale gelmiştir.

Zaman içerisinde rekabetin daha da yoğunlaşması ile 2000’li yıllarda; girişimciliğin önemi önceki dönemlere göre daha fazla artış göstermiş ve ilerleyen yıllarda girişimciliğe yönelimin daha da artacağı öngörülmektedir.

Sürekli farklı anlamların yüklendiği, karmaşık bir kavram olan kültür ise yazarlar tarafından farklı biçimlerde tanımlanmaktadır. Yazarların ifadelerinde tam olarak bir ortak tanıma varılamama güçlüğü, kültürün içerisinde çok farklı yönleri barındırdığını ve karmaşık bir kavram olduğunu belirtmektedir. Bu tanımlamalardaki farklılıkların, kültürün birçok disiplin tarafından incelenmesinden kaynakladığı ve bu bağlamda her disiplinin kendi penceresinden yorumladığı ifade edilmektedir.

Bu çalışma, toplumu oluşturan kişilerin ulusal kültür boyutlarının girişimcilik eğilimleri üzerinde etkisinin olup olmadığını, eğer etkisi var ise ne yönde bir etki oluşturduğunu tespit etmek amacıyla gerçekleştirilmiştir.

Literatürde ulusal kültürün girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisinin az sayıda çalışmada incelenmiş olması ve Hofstede’ nin modeline sonradan eklenen ulusal kültür boyutlarının tamamını bir arada ele alan araştırmaların yetersizliğinden dolayı bu çalışmanın ilgili literatürdeki bilgi birikimine katkı sağlaması beklenmektedir.

Çalışma, üç bölümden meydana gelmektedir. Çalışmanın birinci bölümünde kültür, kültürün özellikleri, bileşenleri ve ulusal kültür boyutları konuları ele alınmıştır. Bu kapsamda ulusal kültürün başlangıcı olarak kültür kavramının tanımı ve sonrasında sırayla özellikleri, bileşenleri ve ulusal kültürün boyutları incelenmiş

ve ulusal kültürün farklı araştırmacılar tarafından incelenen boyutları ayrı ayrı ele alınmıştır.

Çalışmanın ikinci bölümünde girişimcilik kavramı ele alınmıştır. Bu baēlamda girişimcilik, girişimci, girişimcilik özellikleri ve girişimcilik eēilimi kavramları üzerinde durulmuştur. Ayrıca ulusal kültür ve girişimcilik eēilimi arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar incelenmiştir.

Çalışmanın son bölümünde ise ulusal kültürün girişimcilik eēilimi üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Bu kapsamda Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde girişimcilik dersi almış ērenciler üzerine bir araştırma yapılmıştır. Bu araştırmada veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Son olarak sonuç bölümünde ise araştırmanın genel bir deēerlendirmesi yapılarak, sonraki çalışmalara yönelik öneriler verilmiştir.

# BİRİNCİ BÖLÜM

## ULUSAL KÜLTÜR VE BOYUTLARI

### 1. KÜLTÜR KAVRAMI VE TANIMI

Kültür kelimesi, Latince'deki "Cultura" veya "Cole-re" fiilinden gelmektedir (Usal ve Kuşluvan, 2002: 106; Tutar, 2013: 350). Latince kökeninden türetilmiş olan "Cultura" sözcüğünün karşılığı "ekin" (ürün) anlamına gelmektedir (Doğan, 2007: 10).

Kültür kavramının kökenleri antropoloji ve sosyolojiden gelmektedir. Kültür bu kökenden hareketle günümüzde birçok farklı sosyal bilim dalının temelinde yer almaktadır (Kroeber ve Kluckhohn, 1952: 3). Antropologlar yaptıkları çalışmalar sonucunda kültür kavramına ilişkin 164 farklı tanıma varmışlardır (Kroeber ve Kluckhohn, 1952: 291; akt: Allaire ve Firsirotu, 1984: 194). Kültür sözcüğü ne anlama gelir ve nasıl tanımlanabilir? Bu konuda verilecek yanıt, günümüzde kültür konusunu araştıran herkesi tatmin edecek tek bir tanımın olmadığıdır (Koçel, 2003: 30).

Triandis'e (1986) göre kültür gözle göremediğimiz, belirsiz ve tanımlanması güç bir yapıdan oluşmaktadır (Ralston, vd, 1997: 179). Bu bağlamda kültür, sınırlarının çizilmesinde bazı güçlüklerin ortaya çıktığı bir kavramdır (Can, vd., 2006: 413).

Türk Dil Kurumu sözlüğüne göre, kültür (ekin) kavramının tanımı şu şekilde belirtilmiştir: " Tarihsel, toplumsal gelişme süreci içinde yaratılan bütün maddi ve manevi değerler ile bunları yaratmada, sonraki nesillere iletmede kullanılan, insanın doğal ve toplumsal çevresine egemenliğinin ölçüsünü gösteren araçların bütünüdür " (TDK, 2017).

Kültürün en klasik tanımı Amerikalı Tylor tarafından, “toplumun bir üyesi olarak insanoglunun kazandığı gelenek, inanç, bilgi, sanat, ahlak ve yasa oluşumunu inceleyen ve içeren bir yapı” olarak yapılmıştır (Altıntaş, 2004: 5).

Disiplinler arası çalışmalar yapan Kluchohn’un (1951) tanımına göre ise, kültür, insan gruplarının özgün yapısı, duygu ve davranış şekilleridir; kültürün temel yapı taşlarını geleneksel bakış açıları ve onlara atfedilen değerler oluşturmaktadır (Aycan ve Kanungo, 2000: 28).

Hofstede, kültürü “belirli bir gruba ait olan insanları diğerlerinden ayıran insan düşünce sisteminin toplu bir programlaması” olarak tanımlamıştır (Hofstede, 2001: 9). Hofstede’a göre, kültür, temelde insan aklının derinliklerinde yer alır (Hofstede, 1984c: 82) ve daima kolektif bir yapıdır (Hofstede, 1980b: 25).

Kültür, bir toplumda bireyler arasında paylaşılan yaşamı sürdürmeye yönelik olarak oluşan değerler ve normlar sistemi şeklinde ifade edilmektedir (Hill, 2002: 79). Weber ise kültürü şöyle tanımlamıştır: "Kültür, dünyadaki sonsuzcasına anlamsız olayların sınırlı bir parçasının insanların görüşleri açısından anlam ve önemle donatılmasıdır" (Schroeder, 1996: 35).

Herskovits kültürü, doğanın insan yapımı olan bölümü şeklinde ifade ederken, Geertz ise bir toplumun üye konumundaki kişileri tarafından paylaşılan anlamların bütünü olarak ifade etmektedir (Cüceloğlu, 1997: 344).

Türkiye’de kültür kavramını sistemli şekilde ilk tanımlayan Ziya Gökalp, kültürü, bir topluma özgün sanat, din, gelenekler ve adetler olarak belirtmiştir (Şimşek, Akgemici ve Çelik, 2001: 27-28).

Koçel ise kültürü; bireylerin yaşam hedefleri, dünyaya bakış açıları, dil ve konuşma biçimleri, iyi-kötü olarak algıladıkları değerleri, tutumları, davranış kalıpları, inançları, birbirleriyle iletişimleri, işi yerine getirme ve amaçlara ulaşma tarzları, otorite ve sorumluluk anlayışları, zaman yönelimleri, giyim- kuşam gibi konularda paylaştıkları değer, anlayış, simge ve sembollerin oluşturduğu her şey olarak ifade etmektedir. Koçel, bu paylaşımın ne kadar fazla ve sık şekilde olursa,

bireylerin üyesi konumunda olduğu toplumunda o derece güçlü ve sağlam bir kültüre sahip olacağını belirtmiştir (Koçel, 2007: 30).

Trompenaars ve Hampden-Turner (1997) kültür kavramını, bir toplumun yıllar içerisinde karşılaştıkları sorunları çözmek için geliştirdikleri bir dizi kurallar ve yöntemler bütünü olarak tanımlamışlardır (Akt: Yeşil, 2009a: 102-103).

Linton'a göre ise kültür, kazanılmış davranış kalıpları ile belirli bir grubun üyelerinin birbirleriyle etkileşimleri ile aktarılan davranışların sonucudur (Erdoğan, 1994: 119-120).

Bir başka tanımlamada, Bozkurt tarafından kültürün dört farklı anlamda kullanıldığı öne sürülmektedir (Bozkurt, 1999: 98).

- Bilim alanındaki kültür; uygarlığı ifade eder.
- Beşeri alandaki kültür, eğitim sürecinin ürünüdür.
- Estetik alandaki kültür, güzel sanatları ifade eder. Son olarak maddi (teknolojik) ve biyolojik alandaki kültür; üretme, tarım, ekin, çoğaltma ve yerleştirmeyi ifade eder.

Sargut'a (1994: 7) göre ise, kültür bir toplumun tüm maddi ve manevi değerlerinden oluşmakta, toplum içindeki bütün bilgiyi, ilgileri, alışkanlıkları, kıymet ölçülerini, davranış biçimlerini içine almaktadır. Bu nedenle de toplumdaki ekonomik sistemle ve üretim yöntemleriyle yakından ilgilidir (Köse, 2003: 9).

Tanımlarda görüldüğü üzere, kültürün en iyi nasıl tanımlanabileceği ve bu tanım içerisinde hangi yönlerinin vurgulanması gerektiği konusunda farklı görüşler ortaya konulmuştur. Tüm bu tanımların ortak olarak birleştiği nokta kültürün "her şeyi kapsayan" geniş çaplı yapısıdır (Kağıtçıbaşı, 2000: 36-37).

## **2. KÜLTÜRÜN ÖZELLİKLERİ**

Araştırmacılar tarafından farklı zamanlarda ve şekillerde tanımlanmış olsa da tüm kültür tanımlarında; kültürün belirli yönlerine yer verilmektedir. Buradan

hareketle kültür yapısını ve işleyişini kavrayabilmek için kültürün sahip olduğu özelliklerin de incelenmesi gerekmektedir.

Hoecklin'e (1995: 24-25) göre kültürün dört temel özelliği bulunmaktadır. Bu özellikler şu şekilde sıralanmaktadır;

- Kültür paylaşılan değerler ve anlamlardan oluşan bir sistemdir: Kültür insan topluluklarının önceliklerini belirler. Belli bir grubun üyesi olarak kişiler, yaşamdaki farklı durumlar ile karşılaştıklarında benzer tepkiler ve davranışlar göstermelerini sağlayan inanç ve değerleri paylaşmaktadır. Verimli, istikrarlı ve etkili bir bağ için insanların, ortak şekilde etkileşim halinde paylaştıkları bir anlamlar sistemi olmalıdır. Olayların ve davranışların anlamları üzerinde, sosyal gruplar içinde ne biçimde davranacakları konusunda ortak görüşler olmalıdır.
- Kültür görecelidir: Farklı kültürlere sahip insanlar çevrelerinde olup bitenleri birbirlerinden farklı şekilde anlamlandırır ve farklı davranış kalıplarına sahiptirler. Toplumun üyesi konumundaki kişi, kültüründeki, kendine özgü yapısıyla hareket eder.
- Kültür kazanılmıştır: Kültür, kalıtım yoluyla aktarılan bir kavram değil, insanların sosyal çevresiyle öğrendiği bir kavramdır.
- Kültür insan topluluklarıyla ilgilidir: Kültür bireylerin, ortak değerlere ve anlamlara sahip olmasını sağlayan, paylaşılan olguların bütünü kapsayan bir yapıdır. Bu paylaşımın olabilmesi için ise bir topluluğun olması gerekmektedir.

Kültür kavramının özellikleri Uzunçarşılı (2001: 9) ve Taşar (2007: 85) tarafından da aşağıdaki şekilde sıralanmıştır;

- Her toplumun kültürü kendine özgün bir yapıdadır. Kültür bir toplumu diğerlerinden ayıran, milli bir niteliğe sahiptir.
- Kültür kazanılmış davranışlardır; kişi sosyal çevresi ile etkileşimi sayesinde ait olduğu toplumun kültürünü benimser.
- Kültür süreklidir. Gelenek, görenek ve adetler yolu ile nesilden nesile aktarılır.

- Kültürel sistemin öğretileri zamanla toplumsal davranış kalıplarını oluşturur.
- Kültür toplum üyesi konumundaki kişilerin davranış ve algılarını şekillendirir, bir takım konularda varılacak sonuçlara etki eder.
- Bir toplumun üyesi konumundaki kişiler tarafından paylaşılan alışkanlıklar, davranışlar, değerler ve tutumlar o toplumun kültürüdür. Toplum üyelerince paylaşılan bu değer ve inançlar nesilden nesile aktarılarak kültür yaşatılır. Kültür sadece sabit bir zaman diliminde değil, geçmişte paylaşılmış ve gelecekte de paylaşılacak olan değerler olarak geniş çaptadır. Toplumun tüm üyelerine ait olan kültür; nesiller arasında etkileşim sağlayan ve zamanla çoğalan bir birikimdir.
- Kültür, ideal kurallar sisteminin bütünüdür. İdeal olan; toplumun tümü tarafından kabul edilmiş olandır, ancak tüm üyelerin bu kurallara tam anlamıyla uygun davranış şekilleri göstermesi güçtür.
- Kültür, toplumdaki üyelerin kişisel ve ortak ihtiyaçlarını karşılar. Bundan hareketle bir kültürün devam edebilmesi ve sürekliliği, toplumun ihtiyaçlarını karşılayabilmesine bağlıdır.
- Kültür, toplum üyelerinin birbirleriyle dayanışmasının oluşmasını sağlar. Toplumsal kültürün öğeleri üyelerin bir arada kalmasını sağlar.
- Kültürün yaptırımcı bir yönü vardır. Toplum tarafından kabul gören değer ve davranış normlarına uyulması gerektiğini hissettirir.
- Zamanla ortaya çıkan yeni ihtiyaçlar doğrultusunda, kültürde zamanla değişim gösterebilir. Kuşaktan kuşağa aktarılan bir miras olmasına rağmen, mevcut kültüre bazı unsurların dâhil olması ve çıkarılması ile değişiklik gösterir.
- Kültür, bir toplumun kültürel öğelerini birbirleriyle uyumlu ve sistematik bir bütünlük haline getirir. Bir kültür unsurundaki oluşan değişiklik diğer kültür unsurlarını da etkisi altına alır.
- Kültür bir toplumdaki sosyal yapının yansıması halindedir.
- Kültür soyut bir sistem hali olmakla birlikte sahip olduğu öğeler sayesinde gözlemlenebilme imkânına sahiptir.

Güvenç ise kültürün belirgin özelliklerini, antropolog Murdock'tan esinlenerek aşağıdaki biçimde belirtmiştir (Güvenç, 1996: 101-104);

- Kültür öğrenilir.
- Kültür tarihi bir niteliği olan ve sürekliliği olan bir yapıdır.
- Kültür toplumsal bir nitelik taşır.
- Kültür ideal ya da idealleştirilmiş kurallar sisteminden oluşmaktadır.
- Kültür bireylerin ihtiyaçlarına cevap vermektedir.
- Kültür değişen bir yapıdan oluşmaktadır.
- Kültür bütünleştirici özelliğe sahiptir.
- Kültür bir soyutlamadır.

Aynı zamanda kültürün simgeleyici özelliği vardır, her unsur simgesel ya da sembolik olarak anlam kazanabilmektedir (Ekin, 2006: 265).

Yine kültür ulusal bir yöne sahip iken kültürün sahip olduğu unsurlar evrensel bir nitelik taşımaktadır (Eric, 2007: 268). Kültür, insanlara yapmak zorunda oldukları şeylerin neler olduğu ve nasıl davranmaları gerektiği konusunda duygu ve sezgi kazandırır (Üzün, 2000: 118).

Tüm bu özellikleriyle kültür, belirli bir sistematığı olan, bireylerin ihtiyaç ve beklentilerine cevap verebilen, toplumun genelince kabul görülebilme özelliğinden yaptırımları olan, insanları birleştirebilen, ortak davranış kalıplarından oluşan ve böylece toplumlara özgün hareketlerle toplumların şekillenmesini sağlayabilen, zamanla değişebilen ancak nesilden nesile devamlılığını yitirmeyen bir kavramdır.

### **3. KÜLTÜRÜN BİLEŞENLERİ**

Kültürün tek bir tanımının olmaması, kültürün çok ögeli bir yapıdan oluşmasından kaynaklanmaktadır. Literatür incelendiğinde, kültür bileşenlerini birçok araştırmacının kendi bakış açılarıyla, farklı şekillerde ifade ettiği görülmektedir.

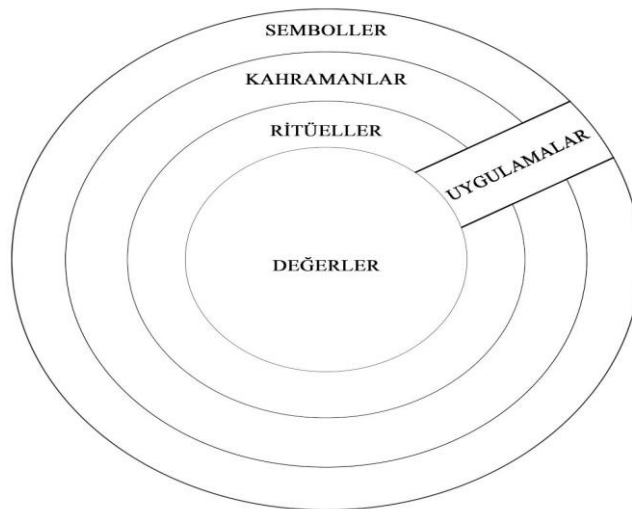
Schein kültürün öğelerini artifaktlar, değerler ve varsayımlar olmak üzere üç boyutta ifade etmektedir (Gizir, 2003: 379):

- Artifaktlar, kültürün gözle görülebilen, bireylerce gerçekleştirilen sanatmitler, semboller, öyküler, efsaneler ve davranış modelleridir (Şişman, 2002: 84).
- Değerler, olması gerekenin nasıl yapılması gerektiğine dair paylaşılan ortak sonuçlardır (Hill, 2002: 79).
- Varsayımlar, kişi ya da grupların davranış kalıplarını, düşünme ve hissetme şekillerini referans aldıkları çevrelerini oluşturan bilinçdışı düzeye aktarılmış ve doğruluğu sorgulanmadan kabullenilen var olma ilkelerine belirtmektedir (Bozkurt, 2000: 92).

Turner ve Trompenaars, Schein'in tanımlamasına yakın bir yaklaşımla kültürün katmanlarını üç grupta toparlayan bir yapı şeklinde ifade ederek bunu bir soğanın katmanlarına benzetmişlerdir. Yüzeyinde yeni kabukların ve zarların olduğu bu oluşum içeriden dışarıya doğru; temel varsayımlar, normlar ile değerler ve eserler ile ürünlerden oluşmaktadır (Trompenaars ve Turner, 1998: 34).

Hofstede (2001: 11) tarafından kültür bileşenleri; değerler, ritüeller, kahramanlar, semboller ve uygulamalar şeklinde ifade edilmiştir. Bu kültür bileşenleri Şekil 1'de görülen 'Soğan Diyagramı'nda, görülemeyen ve görülebilen özelliğine göre yer almaktadır.

**Şekil 1. Soğan Diyagramı**



Kaynak: Hofstede, G., Cultures Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations, 2nd ed., 2001:11.

Kültür bileşeninden değerler, davranış kalıplarında belirginleşinceye dek görülemeyen bir yapıya sahiptirler. Kültürün görülebilir bileşenleri olarak yer alan ritüeller, kahramanlar ve sembollerdir. Buna göre soğanın katmanları gibi şekillendirilen diyagramda, semboller kültürün en yüzeysel, değerler ise en derin bileşeni konumundadır (Hofstede, 2001: 10).

Soğan diyagramı kültür çekirdeğinin değerlerden oluşması, değerlerin temel bir unsur olduğunu ifade etmektedir (Hofstede, 2001: 10). Değerler, bireylerin kendileri ve diğerleri ile ilgili davranışlarını, karşılaştırmalarını, değerlendirmelerini ve yargılamalarını sağlayan standartlardır (Bigoness ve Blakely, 1996: 742). Yine değerler, genel bir ifadeyle, bireyin sahip olduğu düşünce, inanç ve ilkeler olarak belirtilmektedir (Gutman, 1982: 60).

Standartlaşmış ve tekrar edilen sembolik davranış kalıpları olan ritüeller, bireysellikten öte bir grup farkındalığını ve birlikteliğini ifade eden duygusal bir bağ, yeni bilgi ve deneyimler için bir yol gösterici olarak geçmişi günümüze, günümüzü de geleceğe bağlayan bir kanaldır (Schuyt ve Schuijt, 1998: 400).

Bir başka kültür bileşeni semboller, bir kültürün görünür düzeyi olmanın ötesinde, toplumun paylaştığı anlamlardan oluştuğundan dolayı öğrenme sürecinin ilk basamağını oluşturur (Doğan, 2007: 59). Sembollerin ifade ettiği manalar ancak aynı kültüre sahip bireyler için aynı anlama gelmektedir (Köse ve Ünal, 2003: 7-8).

Kahramanlar, canlı ya da ölü, gerçek ya da hayali, bir kültürde oldukça değer verilen ve dolayısıyla davranış modelleri olarak kabul edilen kişilerdir (Hofstede, 2001: 11).

Şekil 1’de görüldüğü üzere; semboller, kahramanlar ile ritüeller, uygulamalar unsuru kapsamında toplanır. Bu şekilde ifade edilmesinin sebebi, bahsedilen üç kavramın, dışarıdan bir gözlemci tarafından görülebilir, fakat kültürel manaları ile görülemez olmaları ve yalnızca bu uygulamaların aynı kültüre sahip kişiler tarafından yorumlanabilir olduğunu belirtmektedir (Hofstede, 2010: 11- 12).

Craig ile Douglas kültür bileşenlerini üç unsur altında bir araya getirmişlerdir. Bunlar,

- Dil ve iletişim sistemleri,
- Maddi kültür ve eserler
- Değerler ve inanç sistemleri

Söz konusu üç unsur arasında iyi bir ilişki mevcut olması ile bu unsurlar bir toplumun temellerini vurgulamakta, günlük yaşantılara ve bireysel etkileşimlere de etki göstermektedirler (Craig ve Douglas, 2006: 24).

#### 4. ULUSAL KÜLTÜR BOYUTLARI

Kültürel boyutlar, belli bir kültürün üyesi konumundaki bireyler de, diğer kültürlere sahip olan bireylere göre farklılıklar göstermektedirler (Schermerhorn, 1999: 102). Söz konusu farklılıklar, geçmişten geleceğe aktarılırken gelişerek günümüze de ulaşmıştır (Hofstede, 1994a: 5).

Hofstede, toplumların nesilden nesile aktarılan kültürel farklılıkların kendilerini birçok farklı şekilde belirttiklerini ifade etmektedir (Hofstede, 1991: 7). Bu bağlamda kültür, semboller, kahramanlar, ritüeller ve değerler olarak farklı kategorilerde konumlandırılarak çok sayıda unsurun bir araya gelmesiyle oluşturulmuştur (Hofstede, 1994b: 12).

Yine kültürel boyutlar; diğer önemli kültürel özellikleri öngörmeyi sağlama, farklı kültürel yapılar arasında daha güvenilir değerlendirmelerde bulunma ve diğer başka kültürler üzerinde genellemeler yapılmasını sağladığı için teorik açıdan önemli bir konuma sahiptir (Abdalla, vd., 1995: 555).

Bu tez çalışmasında Ulusal Kültür Boyutları çerçevesinde; Hofstede Kültürel Boyutlar, Kluchohn ve Strodbeck, Schwartz, Hall tarafından yapılan çalışmalar ve Globe Projesi incelenmiştir.

Tez araştırma metodolojisi bölümünde ise Hofstede Kültürel Boyutları olan güç mesafesi, belirsizlikten kaçınma, erillik- dişilik, bireysellik- toplulukçuluk ve uzun- kısa dönem yönelimlilik değişkenleri dikkate alınarak hipotezler oluşturulmuş ve veriler analizleri edilmiştir.

#### 4.1. HOFSTEDE KÜLTÜREL BOYUTLARI

Hofstede' nin, birçok kültürü içine alacak şekilde sistematik bir veri toplama yöntemiyle (Hofstede, 1983a: 77), 1967 ile 1973 yılları arasında gerçekleştirdiği araştırma çalışması, IBM firmasının farklı ülkelerde varlığını sürdüren yan firmalarını kapsamı içine almaktadır. Geniş bir zaman dilimine ve içeriğe yayılan araştırmadan elde edilen veriler, 66 ülkeden toplanmış ve çalışmada toplam 117.000 anket formundan veriler sağlanmıştır (Hofstede, 1983b: 46).

Farklı toplumlardan sağlanan veriler doğrultusunda, toplumların karşı karşıya kaldıkları temel sorunlarla yakından etkileşimde olan dört tane öz kültür boyutunun ortaya çıkmasını sağlamıştır. Ulusların mevcut sorunları çözüme kavuşturma şekli; güç mesafesi, belirsizlikten kaçınma, dişilik- erillik ve bireyselcilik- toplulukçuluk olarak ifade edilen söz konusu kültür boyutları ile de yakından bir ilişkiye sahiptir (Hofstede, 1983b: 46).

Farklı toplumlar arasındaki değer farklılıklarının özünü oluşturan bahsedilen bu dört boyut aynı zamanda, bireylerin ve örgütlerin toplum ortamı içerisinde karşı karşıya kaldıkları farklı sorunları, kişilerin farklı motive olma tarzlarının ve örgütlerin yapılanma şekillerinin ifade edilmesinde fayda sağlaması bakımından da önemli görülmektedir (Hofstede, 1983b: 46).

Hofstede' nin 1991 yılında, IBM için Asya'da gerçekleştirmiş olduğu çalışmanın sonuçlarına dayanarak ulusal kültürel boyutların içerisine, uzun ve kısa dönem yönelimlilik boyutu da ilave edilmiştir (Erbatu, 2008: 42). Sonrasında yapılan araştırmalarla denetim noktası da ulusal kültür boyutlarına eklenmiştir.

Hofstede'nin yürütmüş olduğu bu araştırmaların neticesinde toplum kültürlerinin birbirinden farklılaşan yaklaşım şekillerini ve bir kültürden diğer kültüre farklılıklar gösteren özelliklerin daha anlaşılması kolay hale gelmesini, oluşturduğu ulusal kültürel boyutlarla sağlamıştır (Taşar Ünalp. 2007: 101). Bu kültür boyutları akademik alanda yapılan araştırmalarda ve işletmelerin kendilerinin yaptığı araştırmalarda yaygın şekilde kullanılmaktadır (De Mooij, 2005: 56).

#### 4.1.1. Güç Mesafesi

Güç mesafesi boyutu, toplum içerisinde daha az güce sahip olan kişilerin gücün eşitsiz şekilde dağılımını kabul etmeleri ve bunu arzulama düzeyleri şeklinde tanımlanmaktadır (Hofstede, 1980a: 45). Toplumların eşitsizliğe karşı gösterdiği toleransları farklılıklar gösterir (Çarıkçı ve Koyuncu, 2010: 5). Buradaki temel nokta, bir toplum içerisinde, eşitsizliğe hangi seviyede tolerans gösterileceği durumudur. Birbirlerinden farklı kültürlerde bu soruya verilen farklı cevaplar, kültürün güç mesafesi boyutunu ifade etmektedir (Hofstede, 1984b: 390). Söz konusu eşitsizlikler şu alanlarda ortaya çıkmaktadır (Hofstede, 1980a: 67); insanların sahip olduğu temel fiziksel ve düşünsel özellikleri, sosyal statü ve itibar, refah, güç, yasalar, haklar, düzenlemeler ve bunların karşısında ayrıcalıklı bir konuma sahip olmaktır.

Düşük güç mesafesi olan toplumlarda; bireysel bağımsızlık söz konusudur. Toplumlarda eşitsizlik düşük seviyelerde görülmektedir. Hiyerarşi kavramı, rollerin eşitsizliği anlamında belirtilmektedir. Toleranslar ve statü unvanları ön plana çıkarılmaz. Toplumun üyesi konumundaki herkes eşit şekilde haklara sahiptirler. Toplumun diğer üyelerine karşın daha az güce sahip olan bireyler arasında bir işbirliği sağlanmaktadır. Ailelerde, çocuklara bir birey gibi davranılır. Özgürlük kavramı eşitlikten daha ön planda tutulmaktadır (Hofstede, 2001: 107-108).

Düşük güç mesafesinin egemen olduğu toplumlarda, üst düzey yönetici konumunda kişiler, genç yaşlarda görülmektedir. Örgütlerde merkeziyetçilikten uzak bir karar mekanizması bulunmaktadır. Otoriter bir yapıya eğilim düşük orandadır. Örgütsel yapı basık şekildedir. Denetim yapan çalışan sayısı, az sayıda görülmektedir. Hiyerarşide astların üstleri hakkında sahip oldukları görüşler ve düşünceler dikkate alınmaktadır. Üstlerle iletişim kurma ve onlara ulaşma imkanı kolay sağlanmaktadır. Yöneticiler kişisel deneyimlerine ve çalışanlarına güven duymaktadırlar. Üstler deneyimleri ve uzmanlıkları doğrultusunda belirli konularda astlara fikir danışabilmektedir. Toplum içindeki gelir seviyesi farkı düşük oranda seyir etmektedir (Hofstede, 2001: 107-108).

Yüksek güç mesafesi olan toplumlarda; toplumun diğer bireyelerine göre düşük güce sahip olan bireyeler güçlü bireyelerle bağımlı durumundadırlar. Böyle toplumlarda yüksek güce sahip olan kişiler, ayrıcalıklara sahiptirler. Yine bu toplumlarda hiyerarşi kavramının karşılığı eşitsizlik anlamına gelmektedir. Güçlü bireyelerin sahip olduğu ayrıcalıklar ve statü unvanları sürekli olarak belirtilmektedir (Hofstede, 2001: 107-108).

Güç mesafesinin yüksek olduğu toplumlarda optimal yönetici, babacan otoriter yapıya sahip olan yöneticilerdir. Toplumun az güce sahip olan bireyleri arasında düşük düzeyde işbirliği vardır. Ailelerde, çocuklara öğretiler itaatler şeklinde yapılmaktadır. Eşitlik kavramı, özgürlük kavramından daha ön plandadır. Üst düzey yönetici kadroları yaşlı bireyelerden oluşmaktadır. Örgütlerde merkeziyetçi bir karar yapısı hâkimdir. Otoriteye eğilim yüksek orandadır. Örgütsel yapılar, dikey şekilde genişleme göstermektedirler. Denetim faaliyetlerini gerçekleştiren çalışanların sayısı fazladır. Üstlerin astlar hakkındaki görüş ve düşünceleri önemlidir. Astların üstlerle iletişim kurma ve ulaşma güçlüğü söz konusudur. Yönetici konumundaki bireyeler, formal kuralları dikkate alırlar. Hiyerarşide, üstler astlara talimatlar verirler. Böyle toplumlarda gelir seviyesi farkı yüksektir (Hofstede, 2001: 107-108).

Hofstede'nin güç mesafesi boyutunu, ulusal kültür alanında incelediğimizde, araştırmasında değerlendirilen ülkeler açısından örneklenecek olursa, Avusturya, İsrail, Danimarka, İngiltere, Almanya, ABD gibi ülkeler güç mesafesinin düşük düzeyde olduğu ülkeler arasında yer alırken; Filipinler, Meksika, Hindistan, Brezilya, Hong Kong, Fransa, Türkiye gibi ülkeler ise yüksek güç mesafesi seviyesine sahip olan grupta yer almaktadırlar (Tüz, 2004: 4).

#### **4.1.2. Belirsizlikten Kaçınma**

Hofstede, kültürel boyutlarından ikincisi olan belirsizlikten kaçınma boyutunu, toplumun üyesi konumundaki bireyelerin belirsizlikle karşılaştıklarında, kişilerin kendilerini huzursuz ve tehdit altında hissetmelerinin ve bu durumlardan kaçınmalarının ölçüsü olarak ifade etmektedir (Hofstede, 1991: 113).

Saffu tarafından ise bu boyut belirsizlik toleransı olarak isimlendirilerek, toplumdaki bireylerin değişim ve yeniliğe açık olma seviyesi şeklinde belirtmektedir (Saffu, 2003: 60). Bir başka ifadeyle belirsizlikten kaçınma, bir toplumun üyesi konumundaki bireylerin tam olarak yapılandırılmamış, kapalı ve varsayılamayan durumları endişe olarak algılamaları sebebiyle mutlak doğruları benimseyerek, esnek olmayan davranış şekillerinden kaçınmaya yönelik bir çaba gösteren davranış kalıplarında bulunmaları şeklinde ifade edilmiştir (Lim, 2001: 211).

Belirsiz olan ortamların hem avantajı hem de dezavantajı olabileceği gibi, dolayısıyla bazı toplumlar muğlak ortam içerisinde yaşamayı kabullenirken bazı toplumlar ise bu muğlak durumdan kaçınma eğilimi göstermektedirler (Çarıkcı ve Koyuncu, 2010: 5).

Belirsizlikten kaçınma derecesi boyutu kısacası, bir toplumun üyesi konumundaki bireylerin geleceğe yönelik endişelerinin ölçüsüdür; teknoloji, hukuk ve din yoluyla toplumu koruma ve belirsizlikleri yok etme ihtiyacı ile ilgilenmektedir (Hofstede 1983a: 83). Teknoloji insanın oluşturduğu maddi unsurları, hukuk sosyal davranış kalıplarına rehberlik eden formal ve formal olmayan kuralları, din ise bilinmeyenin bilgisini göstermektedir (Terzi, 2000: 72).

Farklı toplumların belirsizlikten kaçınma dereceleri de, aynı seviyede olmamaktadır. Bu sebeple toplumlar birbirlerinden farklı kültürel özelliklere sahiptirler (Doğan, 2007: 64). Belirsizlikten kaçınma derecesinin düşük olduğu toplumlarda, belirsizlik unsuru yaşamın özü olarak kabul edilmiştir. Böylelikle endişelerin düşük seviyede seyrettiği ve bireylerin kendilerini daha huzurlu hissettikleri görülmektedir. Bu toplumlarda agresif davranışlar hoş karşılanmamaktadır. Toplumun bireyleri için olabildiğince az sayıda kurallar vardır. Görecelik üzerinde durulmaktadır. Zaman özgürlüğü söz konusudur (Hofstede, 1980a: 47).

Belirsizlikten kaçınma derecesinin düşük olduğu toplumlar yeniliklere daha açık ve daha kolay risk alabilen toplumlardır. Bireylerin amaçlarının dışına çıkması tehlikeli gözükmez. Çünkü bireylerde belirsizliğe karşı toleranslar mevcuttur. Farklı düşünceler kabul edilmektedir. Yine böyle toplumlarda genç yaştaki bireylere karşı

olumlu yaklaşımlar vardır. Toplumda sağduyu hâkimiyet söz konusudur. Yetkisi olan makamlar daima topluma hizmet görevindedirler (Hofstede, 1980a: 47).

Belirsizlikten kaçınma derecesinin yüksek olduğu toplumlarda, yaşamın doğasında olan belirsizlik, toplumun bireyleri tarafından tehdit unsuru olarak algılanmaktadır. Bireylerde yüksek seviyede endişe ve stres görülmektedir. Bireylerinde çok çalışmaya yönelik içsel bir güdü vardır. Toplumda vakit nakit olarak görülmektedir, zaman özgürlüğü söz konusu değildir. Amaçtan uzaklaşan fikirlerin, bireyler tarafından toleransı yoktur. Amaca ulaşılmasını sağlayan fikirler dikkate alınır. Ortak noktalarda bir araya gelmek, güçlü bir gereklilik olarak görülmektedir. Genç bireylere güven duyulmamaktadır. Toplumun üyesi konumundaki bireylerde güçlü bir güvenlik eğilimi söz konusudur. Değişim göstermeyen, katı kurallar arayışı hâkimdir (Hofstede, 1980a: 47). Böyle toplumlarda yazılı kurallara dolayısıyla standardizasyon sağlamaya ihtiyaç vardır. Teknik çözümlere ve onlar için alanında uzmanlara güven duyulmaktadır. Her vatandaş yetkililerle karşılaştırılacak yeterlilikte görülmemektedir (Hofstede, 1980a: 47).

Belirsizliğe karşı toleransın en düşük olduğu ülkeler olarak Yunanistan, Portekiz, Guatemala, Uruguay ve El Salvador, en yüksek olduğu ülkeler grubunda ise Singapur, Danimarka, Hong Kong, İngiltere ve İrlanda yer almaktadır. Türkiye belirsizlikten kaçınmanın yüksek seviyede olduğu ülkeler grubunda yer almaktadır (Tüz, 2004: 9).

#### **4.1.3. Erillik ve Dişillik**

Tüm canlıların var oluşsal özelliği olan “dişilik” ve “erillik” ikiliği, toplum içerisinde cinsiyetler arasındaki duygusal ve sosyal rollerin ayrımının önemli olduğunu göstermesi ve bu ikiliğin değerlere yansımalarıdır (Öztürk, 2006: 17). Kadınlar ve erkekler arasındaki biyolojik farklılıkların evrensel olduğu var olan bir gerçekliktir. Fakat bu iki cinsiyet için sosyal roller arasındaki farklılıkların da toplumdan topluma değişiklikler gösterdiği ifade edilmiştir (Hofstede, 1998c: 11).

Erillik, sosyal cinsiyet rollerin açık şekilde ön planda olduğu toplumlarda kendisini belirginleştirmektedir. Bu toplumlarda, erkekler atılgan, dayanıklı, sert ve

metaryel değerlere konsantre olmak durumunda iken; kadınlar ise daha mütevazı ve şefkatli bir tutum göstermekte ve yaşamın kalitesine yönelik endişelere kapılmaktadırlar (Hofstede, 2001: 297). Eril toplumlarda, bireyler tarafından maddi unsurlar ön planda tutulur. Çalışmak için yaşanılmalı gerektiği felsefesi benimsenmiştir. Bu toplumlarda cinsiyetler arasında duygusal ve sosyal rol ayrımı yüksek düzeydedir. Erkekler sert bir yapıda olmalı ve performansı dikkate almalı, kadınlar ise şefkatli ve alçakgönüllü olmalıdır (Hofstede, 2001: 299). Yine böyle toplumlarda erkekler, iddialı ve atılgan bir yapıya sahip olmalıdır. Bu toplumlarda güçlü bireye sempati duyulmaktadır. Toplumun genelinde büyük ve hızlı olan güzel anlayışı kabul edilmiştir. Eril toplumlarda ego yönelimi görülmektedir (Hofstede, 2001: 299).

Sosyal cinsiyet rollerinin birbiri ile denkleştigi, dişillik boyutunda ise toplumun üyesi konumundaki her birey mütevazı ve şefkatli olmakta ve yaşamın kalitesi ile ilgilenmektedir (Hofstede, 2001: 297). Toplumdaki cinsiyet rolleri de bu farklılıklar çerçevesinde şekillenmekte ve cinsiyet rolleri sistemi de kültürel yapımızın tam merkez noktasında konumlanmaktadır (Chetwynd ve Hartnett, 1978; akt: Hofstede, 2001: 280). Dişil toplumlarda, refah düzeyi ve insanlar ön planda tutulur. Yaşamak için çalışılmalı mantığı benimsenmiştir. Kadınlar ve erkekler arasında düşük seviyede duygusal ve sosyal rol ayrımı görülmektedir (Hofstede, 2001: 299). Dişil toplumlarda, toplumun üyesi konumundaki her birey performansa ve bireyler arasında ilişkiye önem vermektedir. Kadınlar da erkekler de, alçakgönüllü bir yapıda olmalıdır. Yine böyle toplumlarda güçsüz bireye sempati duyulmaktadır. Küçük ve yavaş olan güzel anlayışı toplumda kabul görmüştür. Dişil toplumlarda, ilişkiler yönelimli bir yapı hâkimdir (Hofstede, 2001: 299).

Hofstede'nin bu boyutunu dünyadan örneklerle ifade edecek olursak, öncelikle Japonya olmak üzere, ABD, Almanya, Avusturya ve İsviçre gibi ülkeler eril toplum yapıları özellikleri görülmektedir. Hollanda, Şili, Türkiye, Portekiz ve Fransa gibi ülkelerde ise dişil toplum yapılarının özellikleri benimsenmiştir (Aydıntan, 2005: 164).

#### 4.1.4. Bireyselcilik ve Toplulukçuluk

Hofstede'nin bireyselcilik ve toplulukçuluk boyutu, kişinin kendisinin toplum ile arasındaki etkileşimi nasıl ifade ettiği ile ilgilenmektedir (Barutçugil, 2011: 84). Triandis, bireyselcilik-toplulukçuluk boyutunun kültürel değişkenler arasında en mühim olan boyut olduğunu belirtmektedir (Triandis, 1994: 90).

Bireyselcilik ve toplulukçuluk, belli bir toplumda bireysel değerlerin mi yoksa toplulukçu değerlerin mi daha baskın olduğunu tanımlamayı sağlayan bir değişkendir. Bireysel değerlerin hakim olduğu kültürlerde ben olgusu, toplumcu değerlerin hakim olduğu kültürlerde ise biz olgusu ön planda tutulmaktadır (Taşar Ünalp, 2007: 98). Bu bağlamda, birey çevreye yöneldiğinde, benliğine veya gruba öncelik vermesi durumunda oluşan bu boyut, algılama şekillerinde ve davranış kalıplarında farklılık meydana getirmektedir (Azevedo, vd., 2002: 21).

Bireyselciliğin baskın geldiği toplumlarda, toplumun üyeleri arasındaki ilişkilerin zayıf olduğu; toplumun üyesi konumundaki bireylerin sadece kendi benliği ve yakın çevresi ile ilgileneceği düşüncesinin varlığı söz konusudur (Hofstede, 2001: 225). Toplulukçuluğun egemen olduğu toplumlarda ise bireyin dünyaya geldiği saniye itibariyle yaşam sürdüğü her an sorgusuz bir sadakat ile sıkı bağların olduğu ve birbirine güçlü şekilde bağlı alt gruplarla tamamlandığı görülmektedir (Hofstede, 2001: 225).

Toplulukçuluk kültürün olduğu toplumlarda bireyler, kurumlara ya da örgütlere duygusal olarak bağımlı şekildedirler. Dolayısıyla böyle toplumlarda, kurumlarla manevi ilişkilerin varlığı söz konusudur. Toplulukçu kültürde bireylerin, örgütlere aidiyet duygusu yüksektir (Hofstede, 1980a: 48). Bu toplumlarda kimliğin temeli, sosyal sistemler ile şekil almaktadır. Temelde var olan değerler, grup içinde ve dışında farklılıklar göstermektedir (Hofstede, 2001: 227).

Bireyselcilik kültürünün olduğu toplumlarda ise bireyler ile örgüt ya da kurumlar arasında duygusal bir bağımlılık söz konusu değildir. Toplumun her üyesi, kendi ve yakın aile çevresinin yaşamıyla ilgilenmektedir. Bu toplumlarda, kişisel inisiyatif ve başarı kazanma öncelik olarak görülmektedir (Hofstede, 1980a: 48). Yine

bireyselcilik anlayışına sahip toplumlarda kimlik, bireye dayanmaktadır. Temel değerler, toplumdaki her bireye uygulanmalıdır (Hofstede, 2001: 227).

Bireyselci toplumlarda ilk olarak sadakat, ben kavramına, kendi değerlerine, özgürlüğüne, zevkine ve uygulanmasına yönelik iken, toplulukçu kültürlerin varlığını sürdürdüğü toplumlarda, ben kavramını aşan biz kavramının bilincinde olarak, topluma karşı gösterilen sadakat ve bağlılık öncelikli olarak görülmektedir (Kağıtçıbaşı, 2000: 24).

Hofstede'nin araştırmasında yer alan ülkeleri bireyselcilik ve toplulukçuluk boyutunda örneklendirecek olursak, ABD, Avustralya, İngiltere, Kanada, Hollanda gibi ülkeler bireyselcilik eğilimine yüksek düzeyde sahipken; Venezuela, Kolombiya, Pakistan, Peru, Tayland, Singapur, Hong-Kong gibi ülkeler toplulukçu anlayışın daha çok egemen olduğu ülkeler olarak yer almaktadır (Hofstede, 2001: 41). Türkiye' de ise toplulukçu bir yapının egemen olduğu görülmektedir (Terzi, 2004: 69).

#### **4.1.5. Uzun Ve Kısa Dönem Yönelimi**

Hofstede dört kültürel boyuttan sonraki yaptığı çalışmalarla, araştırmasının kapsamını genişleterek, literatüre beşinci boyut olan, uzun ve kısa dönem yönelimi boyutunu ilave etmiştir (Hofstede ve Hofstede, 2005: 125). Bu boyut, toplumların, zaman kavramına olan bakış açılarını ifade etmeye çalışmaktadır.

Kısa dönem yönelimli toplumlarda, kişilerin görüş açıları geçmiş ve şimdiki zaman ile sınırlı olmaktadır (Taşar Ünalp, 2007: 101). Böyle toplumlarda statik bir düşünüş biçimi hakimdir (Hofstede ve Bond, 1988: 16). Kısa dönem yönelimli toplumlarda örf, adet ve gelenek yapıları değişim gösteremez. Bu toplum yapılarında, oluşan ihtiyaçların hemen giderilmesi beklenmektedir. Analitik bir düşünme yapısı egemendir (Hofstede, 2001: 367).

Uzun dönem yönelimli toplumlarda, kişilerin dinamik şekilde ve gelecek zamana yönelik daha kapsamlı bir görüş açısına sahip oldukları belirtilmektedir (Taşar Ünalp, 2007: 101). Bu toplumlarda, örf adet ve gelenek yapıları, zamana ve

değişen şartlara adapte olmuş şekilde varlığını sürdürmektedir. Yine uzun dönem yönelimli toplum yapılarında, doğan ihtiyaçların ertelenmiş tatmini kabul edilmektedir. Bu toplumlarda sentezci bir düşünme yapısı hâkimiyet göstermektedir (Hofstede, 2001: 367).

Kısa dönem yönelimli görüş açısına sahip bireyler, zaman ile değişim göstermeyen düşünüş biçimine, geleneklere ve göreneklere bağlı bir yapıda iken, uzun dönem yönelimli görüş açısında olan kişiler, daha tasarruflu, hırslı ve sebatlı bir yapıda görülmektedirler (De Mooij, 2005: 68).

Araştırmalar sonucunda uzun dönem yönelimli toplumlar olarak, en yüksek seviyede olan ülkeler, Çin, Hong Kong, Tayvan ve Japonya olarak yer almaktadır. Kısa dönem yönelimli toplumlarda ise Kanada, Almanya ve Norveç gibi ülkeler belirtilmektedir (Hofstede, 1993: 82).

#### **4.1.6. Denetim Noktası**

Denetim noktası, bulunan yere göre değişime gösterilen tepkiyi belirlemektedir. Denetim noktası, belirsizlikten kaçınma kültürel boyutu gibi, belirsizlikle ilgilenmektedir. Denetim noktası doğrultusunda kişiler, içseller ve dışsallar olarak iki ayrı sınıfa bölünmektedirler. İçsel bireyler, kendi yaşamlarını kontrol edebileceklerine inanmaktadırlar. Elde edecekleri başarı veya başarısızlıklarının kendi ellerinde olduğunun düşüncesine sahiptirler. Bu bağlamda, dışsal bireyler ise, karşılaşılan olayların ve durumların kendi hareketlerinin dışında gelişim gösterdiğine inanmaktadırlar. Bütün toplumlarda ve kültürlerde içsel ve dışsal kişiler yer almaktadır. Yalnız bazı kültürlerin içsellige, bazı toplumların da dışsallığa yönlendirebileceği belirtilmektedir. Dolayısıyla belirsizlikten kaçınmanın yüksek olduğu toplumlarda, daha çok dışsal hareket şekilleri ve yapısı gözlenmektedir. Çünkü belirsizliğe karşı gösterilecek tolerans ile içsellik arasında doğrusal yönde bir ilişki hâkimiyet göstermektedir (Sargut, 2001: 196). Hofstede'nin denetim noktası boyutu, bu yüksek lisans tez çalışmasının araştırma metodolojisinde bir değişken olarak yer almamaktadır.

## 4.2. KLUCHOHN VE STRODTBECK KÜLTÜR BOYUTLARI

İki antropolog, Kluchohn ve Strodtbeck, 1961 yılında bir kültürün değer yönelimlerinin ifade edilmesini açıklayan 6 boyutta toplanan bir model ortaya çıkarmışlardır. Bu model, bir kültürün problemlerle nasıl mücadele ettiğini ifade etmeye çalışmaktadır. Bir başka tanımla, değer yönelimleri modeli, genel insani sorunların çözümleri ile ilgili olmasıyla birlikte aynı zamanda, insan düşünce yapısına ve hareketlerine yön veren, belirsiz, fakat kesin olarak model haline getirilmiş ilkelerdir ( Kluchohn ve Strodtbeck, 1961: 4).

Bu boyutlar, insan doğası, doğa ile ilişkiler, diğer insanlar ile olan ilişkiler (sorumluluk yönelimi), bireyin çalışma biçimi, zamana ilişkin yönelim ve alana ilişkin yönelim olmak üzere altı değişkenden oluşmaktadır.

Değer yönelimi modeli, üç temel varsayıma dayanmaktadır (Kluchohn ve Strodtbeck, 1961: 10);

- Tüm zamanlarda, insanlığın çözüm bulması gereken ortak genel sorunlar sınırlı sayıdadır.
- Bu söz konusu sorunlar, getirilen çözümlerde farklılıklar varken bu farklılıkların belirli ve sınırlı yapıları vardır. Çözüm şekilleri, bu farklılıklar sınırları içerisinde şekillenmektedir.
- Tüm çözümlerin, bütün alternatifleri, her zaman, bütün toplumlarda vardır. Fakat tercih edilme şekilleri ve sıralamaları farklıdır, bir başka ifadeyle, toplumların değer yönelimleri seçme sıralamaları farklılıklar göstermektedir.

Kluchohn ve Strodtbeck 'in Değer Yönelimleri adlı çalışmasında incelediği altı değer yönelimi şu şekilde ifade edilmektedir (Kluchohn ve Strodtbeck, 1961; Akt: Hüseyinlioğlu, 2010: 37-40):

- **İnsanın Doğası:** Değer yönelimleri araştırmasında, insan doğası “iyi”, “kötü” ya da “iyi ve kötünün karışımı” olarak ifade edilmektedir. Bu bağlamda,

insanların doğasını “iyi” olarak belirten toplumlar, insanlara önemli derecede güven duymaktadırlar. Diğer yandan, insan doğasını “kötü” olarak ifade eden toplumlar ise, insana güvensizlik ve kuşku içinde yaşamaktadırlar.

- **Doğayla İlişkiler:** İnsan-doğa ilişkisi ifade edildiğinde, kültürel boyutta üç farklı eğilimi meydana getirmektedir. Bunlar, “teslimiyet”, “egemen olma” ve “uyum” şeklinde belirtilmektedir. Toplumların sahip olduğu kültürler bu üç farklı yönelime göre farklılıklar göstermektedirler.
- **Diğer İnsanlarla Olan İlişkiler/ Sorumluluk Yönelimi:** Bu boyutta, belirtmek istenilen temel amaç diğer bireylere faydalı olabilecek şekilde, sorumluluk sahibi olmaktır. Örneğin, Amerika’da kişinin kendi menfaati, grup düşüncesinin önünde yer almaktadır. Çünkü ABD bireyci bir toplum yapısına sahiptir. Amerikalılar kendilerini kişisel başarılarıyla tanıtmaktadırlar.
- **Bireyin Çalışma Biçimi:** Değer yönelimleri modelinde, kültürel boyut olarak önceliğin çalışmaya verilmesi, “denetim”, “eylem” ve “var olma” ile kültürel yönelişler ifade etmektedir. Yine Amerikalılar örneğinde, bireyler eylemden ve uygulamadan oluşan kültürel değer ve davranışları önde tutmaktadırlar. Çok çalıştıkları için bunun karşılığında atama, maaş artışı veya diğer farklı şekillerle motive edilmek isterler.
- **Zamana İlişkin Yönelim:** Zamana ilişkin yönelim boyutu, gelecek, şuan ve geçmiş şeklinde belirtilmektedir. Örneğin, Batı kültürlerinde genellikle “vakit nakittir” anlayışı ve zamanın etkin bir şekilde değerlendirilmesi çok önemli bir konudur. Bu bağlamda; örneğin, İtalya için zaman yönelimi geçmişe yönelik şekildedir; çoğu İtalyan geçmiş tarihlerinden gelen gelenek ve göreneklere bağlı şekilde yaşamlarını sürdürmektedirler.

- **Alana İlişkin Yönelim:** Alanın kullanımını boyutu, kamusal, özel ve ikisinin karışımı olarak gerçekleşmektedir. Yine Amerikalılar fiziksel alanın değerlendirilmesinde bireye özel bir yaklaşım tercihleri olmaktadır. Bu bağlamda, Amerikan şirketleri de kültürel değerlerini bu yöntemle yansıtır, ofislerini ve özel çalışma mekânlarını statü derecelerinin bir göstergesi olarak kullanmaktadırlar.

### 4.3. SCHWARTZ KÜLTÜR BOYUTLARI

Kluchohn'un 1951'de gerçekleştirdiği çalışmaların yoğun şekilde etkisi altında kalan Schwartz' a göre değerler, birbirlerinde farklı sosyal durumlara yön veren hareketlerin amaçları belirlemesi konusunda oluşan görüş standartlarıdır (Adamopoulos, 1999: 74). Schwartz (1994)'a göre değer tercihlerindeki öncelikler bir toplumun merkezi konumunda, başka bir ifadeyle o toplumdaki kültürün en temel noktasını oluşturmaktadır. Değerler, kişilerin hareketlerinin her durumunu açıklayan temel hedeflerini belirtmektedir (Akt: Candan ve Yüksel, 2008: 622).

Schwartz'e göre değerler insanın biyolojik ve toplumsal bir varlık oluşundan ve dolayısıyla grubun sürekliliğine önem vermesinden kaynaklanmaktadır (Schwartz ve Bilsky, 1994: 167). Başka bir şekilde ifadeyle, tüm toplumlarda kişilerin bu bağlamda toplumların karşı karşıya olduğu problemler, yukarıda belirtilen üç ayrı alanda oluşan ihtiyaçların giderilmesi ile ilgilenmektedir. Kültürün oluşmasını sağlayan değerler sistemi, bu ihtiyaçların karşılanması temel amaç olacak şekilde oluşturulmuştur (Doğan, 2007: 27-28).

Schwartz, 1994 ile 1999 yılları arasında 63 ülkeyi çalışma kapsamı içerisine alan, ilkokul öğrencileri ve öğretmenleri olmak üzere iki farklı örneklem grubundan oluşan çalışmada, grupların değer tercihlerini incelemiştir. Dolayısıyla Schwartz'ın değerler ölçeği, birçok toplumda uygulanabilir ve toplumların tutum ve davranışlarını değerlendirmede tercih edilebilir duruma gelmiştir (Roccas, vd., 2002: 790). Sonrasında elde ettiği verileri hem bireysel bazda hem de ülkeler bazında analiz yöntemleri ile incelemelerin ardından (Kuşdil ve Kağıtçıbaşı, 2000: 60), ülkeler düzeyinde 7 farklı değer yönelimi, bir başka ifade ile analizleri sonucunda

yedi farklı kültürel boyut tanımlamıştır. Bu yedi değişken aşağıda tanımlanmaktadır (Smith, vd., 2002: 193);

- **Tutuculuk:** Mevcut yapının varlığının korunmasını, yapının uygunluğunu ve bireylerin içinde yaşadığı toplumun ortak geleneksel düzenine ve işleyişine engel olabilecek davranışlardan ve yönelimlerden uzak durmayı ifade etmektedir.
- **Duygusal Otonomi:** Kişilerin, duygusal yönden pozitif tecrübeler edinmelerini arzu etme derecelerini belirtmektedir.
- **Düşünsel Otonomi:** Kişilerin, kendilerine has düşüncelerinin ve bağımsız zihinsel yönelimlerinin olmasını isteme düzeylerini ifade etmektedir.
- **Hiyerarşi:** Toplumsal rollerin, var olan kaynakların ve gücün eşit olmayarak dağılımının meşruluk düzeyi göstermektedir.
- **Eşitlikçilik:** Bencil kişisel çıkarlardan, başkaları için de refah yaratılması adına gönüllü olarak vazgeçilmesini belirtir.
- **Üstünlük:** Bireyin olaylar sırasında, kendisini iddialı ve ön planda ortaya çıkaracak şekilde sergilemesidir.
- **Uyumluluk:** Kişilerin çevre ile uyum içinde yaşamalarını ve bu oluşan uyuma uygun şekilde davranış sergilemeleri şeklinde tanımlanmaktadır.

Schwartz oluşturduğu değer yönelimlerini, ülkeler bazında oluşturulan bu yedi değer türünü üç farklı boyut biçiminde ele almaktadır. Bu boyutlar; muhafazakârlık - otonomi boyutu, hiyerarşi - eşitlikçilik boyutu ve üstünlük - uyumluluk boyutlarıdır (Smith, vd., 2002: 193).

Yukarıda belirtilen değerler ölçeğinde yer alan ülkeler düzeyindeki değer yönelimleri, bir toplumda ne derece görüldüğü, hangilerinin baskın ve hangilerinin etkisinin düşük düzeyde olması o toplumun kültürel yapısının temelini oluşturmaktadır. Bu bağlamda toplum farklılıklarının ifade edilmesini de sağlamaktadır.

#### 4.4. HALL KÜLTÜR BOYUTLARI

Sosyal bilimler üzerine araştırmalar yapan Edward T. Hall 1960 yılında ortaya koyduğu daha sonra Mildred Reed Hall ile birlikte 1976 ve 1990 yıllarında içeriği oldukça genişletilen kültür sınıflandırması, kültürler arası iletişim biçimlerini ifade etmek amacıyla oluşturulmuştur (Kobinah, Mizerski ve Mizerski, 2003: 41).

Hall, ülkeler seviyesinde kültürü iletişim sistemlerinde egemen olduğu düzeye göre, yüksek bağlam ve düşük bağlam olmak üzere iki ayrı grup içerisinde incelemiştir. Hall' a göre yüksek bağlamlı kültürler içerisinde olan bireyler edinecekleri bilginin kaynağına, kişisel bilgi ağlarından ulaşmaktadırlar (Hall ve Hall, 1990: 6). Bu bağlamın kültür kaynakları; okumak, televizyon radyo gibi medya kolları, yoğun ve açık çalışma ortamları, dedikodu, eğitmenler, takım arkadaşları, aile, arkadaşlar ve yakın çevre şeklinde örneklendirilebilir (Uzunçarşılı, 2001: 78).

Yüksek bağlamlı kültürlerden gelen bireyler, bir olay ya da durumda kararlarını belirtmeden veya bir program yapmadan öncelikle yüz yüze geldikleri olayla ya da durumla ilgili veri toplamak isterler (Hall ve Hall, 1990: 6). Yaşanabilecek tartışma durumlarında sakin ve olabilesi kabul olan bir durum olarak görülerek sürdürülmekte ve sonrasında güven ile sonlandırılmaktadır (Çavuşgil vd., 2012: 135). Çünkü yüksek bağlamlı kültürler güven ve değer kavramları üzerine kurulmaktadırlar (Keegan ve Green, 2013: 136).

Düşük bağlamlı kültürler içerisinde olan bireyler, karar verilmeden öncelikle araştırma yapma sürecine girerler ve bu süreci ihtiyaç olarak görmektedirler. Dolayısıyla meslek arkadaşları veya yakın çevre dinlenilmekte fakat buradan sağlanan veriler konu ya da durum hakkında okunanları, raporları veya veri kaynaklarını doğrulamak amacı ile kullanılmaktadır (Hall ve Hall, 1990: 6).

Düşük kapsamlı kültürler içerisinde olan bireylerin veri sağladığı kaynaklar ise; aile, arkadaşlar, televizyon ve radyo gibi medya kolları, sessiz ve kapalı çalışma ortamları, okumak, yakın derecede olan takım arkadaşları, içsel ve dışsal sağlanan raporlar ve bilgi tabanları olarak örneklendirilebilir (Uzunçarşılı, 2001: 78). Bu kültürlerde iletişim, doğrudan sağlanır, böylelikle anlam kayıpları olmaz (Çavuşgil vd., 2012: 134).

Düşük bağlamlı kültürlerin görüldüğü, Amerika, Almanya, İsviçre gibi ülkelerde yazılı anlaşmalar temel olup, kişilik, tecrübe ve sahip olunan değerler gibi unsurlarla ilgili bilgi sağlama durumu çok az sayıda görülmektedir. Sözcükler ve rakamlar bu kültürlerde önemli düzeyde anlam içermektedirler (Keegan ve Green, 2013: 136). Özellikle Batı ülkelerinde düşük bağlamlı kültür yapılarının hâkim olduğu görülmektedir (De Mooij, 2005: 56).

Hall'un yaptığı sınıflandırmaya göre, yüksek bağlamlı kültürlerin zirvesinde Japonya, sonrasında Çin yer almaktadır. Yüksek bağlamlı kültürlerden düşük bağlama sahip kültürlere doğru örneklendirilerek gidilecek olursa, bu iki ülkeyi, İspanya, Latin Amerika, Arap ülkeleri, Afrika, İtalya ve diğer Akdeniz ülkeleri, Hindistan, Kore, Merkezi Avrupa, Slavlar, Diğer Amerika kültürleri, İngiltere ve Finler takip etmektedirler. Düşük bağlamlı kültüre yaklaştığımızda Güney Amerika, Yeni Zelanda ülkeleri ve en uçta ise Almanya ve İsviçre yer almaktadırlar (Morden, 1999: 23; Korkmaz, 2006: 158).

#### **4.5. GLOBE PROJESİ KÜLTÜR BOYUTLARI**

House ve arkadaşları tarafından yapılan GLOBE Projesi toplumsal kültür, örgütsel kültür ve liderlik yapısı değişkenleri arasındaki bağlantıyı araştırmak amacıyla gerçekleştirilmiştir (Bodur ve Kabasakal, 2002: 8).

160 araştırmacı ile 62 farklı kültür üzerinde gerçekleştirilen çözümleme, Hofstede'nin araştırmasının, ülkeler arasındaki farklı kültürel yapıları anlama açısından tam olarak yeterli olmadığını belirtmektedir. Bu bağlamda GLOBE Projesi'nin temelinde Hofstede'nin çalışmasının iyi bir adım olduğu düşünülmekte onu daha da öteye geliştirilmesi yer almaktadır (Javidan vd., 2006: 899).

House ve arkadaşları Globe Projesi'nde dokuz boyut ortaya koymaktadır. Bu değişkenler, Hofstede'nin boyutunda yer alan güç aralığı ve belirsizlikten kaçınma olarak aynı kalırken, kolektivizm boyutu kurumsal (sosyal) ve grup-içi, erillik-dişillik boyutu ise mücadelecilik ve cinsiyet eşitliği olarak iki ayrı şekilde ifade edilmektedir. Uzun döneme yönelim boyutu, geleceğe yönelim olarak belirtilmektedir. Diğer kalan iki boyut ise, insan odaklılık ve performans odaklılık

olarak araştırmalar gerçekleştirilmiştir. Globe Projesi boyutları aşağı ifade edilmektedir (House vd., 2002: 3-10);

- **Belirsizlikten kaçınma:** Belirsizlikten kaçınma boyutu, bir örgütün, geleceğin belirsizliklerini az seviyeye indirme amacı ile o toplumdaki sosyal normlara, kaidelere ya da bürokrasiye önem verme düzeyini belirtmektedir.
- **Güç mesafesi:** Bu boyut, bir örgütün yesi konumundaki bireylerinin gücün eşit olmayan bir şekilde dağıtılmasını ne derecede kabul ettiklerini ifade etmektedir.
- **Kolektivizm I (Sosyal kolektivizm):** rgtsel hareketlerin, var olan kaynakların eşit dağılımını, kolektif eylemlere yönlendirmelerini ve ödüllendirme derecelerini tanımlamaktadır.
- **Kolektivizm II (Grup-içi kolektivizm):** Kişilerin rgtleri ile aralarındaki sadakat, gurur ve gösterdikleri uyum seviyelerini ifade etmektedir.
- **Cinsiyet eşitliği:** Cinsiyet eşitliği değişkeni, bir örgütün, yeleri arasındaki cinsiyet farklılıklarını ve cinsiyet ayrımcılığını ne derece minimum seviyede tuttuğunu belirtmektedir.
- **Mcadelecilik:** Bu boyut, bir örgütteki kişilerin sosyal ilişkilerdeki mücadelecilik, saldırganlık ve iddiacılık seviyesini göstermektedir.
- **Gelecek yönelimlilik:** Bir örgütün yesi konumundaki kişilerin, planlama, geleceğe yatırım yapma ve mutlulukları erteleme gibi gelecek yönelimli hareketler gösterme eğilimlerini ifade etmektedir.
- **Performans odaklılık:** Performans odaklılık, bir örgütün, takım üyelerinin başarı düzeylerini yükseltmelerini ve mükemmelliği ödüllendirme derecelerini belirtmektedir.
- **İnsan odaklılık:** Bir rgtteki bireylerin, adaletli davranış sergileme, diğer takım üyelerine karşı düşünceli olma, arkadaş, cömert, kibar ve diğer bireylere karşı ilgili davranmalarının zendirilme derecelerini tanımlamaktadır.

## İKİNCİ BÖLÜM

### GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI VE GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ

#### 1. GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI

Girişimcilik, sanayi toplumu yapılarından bilgi toplumu yapılarına dönüşüm ile ulusal ve aynı zamanda uluslararası bazda, gelişmiş ve gelişmekte olan ülkeler için daha da önem arz etmektedir. Bu bağlamda girişimcilik, bilgi toplumu yapısının etkin bir unsuru kabul edilmektedir (Mueller, 2000: 52).

Bilgi, ekonomiden siyasete temel bilimlerden uygulamalı bilimlere kadar bütün bilim dallarında önem derecesini arttırmaktadır. Temel bilimler; matematik, fizik, kimya biyoloji, psikoloji ve sosyoloji olarak yer alırken, mühendislik, tıp, iktisat, işletme gibi uygulamalı bilimlere girişimcilik de ilave edilmektedir (Cansız, 2007: 6- 18).

Yapılan araştırmalar doğrultusunda, girişimcilik, küresel çapta ülke ekonomisini de etkilemektedir. Örneğin, Amerika'da girişimciliğe verilen önem; yenilik sağlayarak teknoloji alanında gelişmeye, yeni iş olanaklarına yol açmasıyla kişisel ve toplumsal boyutta fayda sağladığı belirtilmektedir. Bu bağlamda girişimciliğin, farklı iş alanlarının oluşmasını sağlamasıyla yerel ve toplumsal ekonomik refah sağladığı da ifade edilmektedir (Robbins ve Coulter, 2002: 143-144).

Temel bir ifadeyle girişimcilik, yeni bir işe başlama, bir iş sahibi olma, o işi geliştirme ve devamlılığını sürdürmeyi kapsamaktadır (Bridge vd., 1998: 35). Yine başka bir tanımla, girişimcilik, fırsatları görmeyi içeren, planlı hareketler ile fikirlerin tümüdür (Krueger, 2000: 411).

Diğer bir girişimcilik çalışmasında girişimcilik, pazar sürecinin bir unsuru olarak belirtilmektedir. Çalışma, yeni bir gelecek zihniyetinin oluşturulması ve toplumun diğer bireylerinin beklentilerinin yönünün değiştirilmesini kapsamaktadır (Kirzner, 1985: 27).

Girişimcilik, bireyleri, işletmeleri, toplumları ya da kültürleri güçlendiren, yönlendiren, nitelik kazandıran kabiliyetlerin ve özelliklerin tümüdür. Bireyler, işletmeler, toplumlar ya da kültürler söz konusu kabiliyetler ve özellikler vasıtasıyla, ekonomik ve sosyal yapılarda, bir farklılıkla karşı karşıya kaldıklarında daha yaratıcı, uyum gösteren ve esnek bir şekilde cevap verebilen bir yapı kazanırlar (Bridge vd., 1998: 22- 23). Dolayısıyla, pazarlarda oluşan yeni fırsatların değer kazanmasında, planlı hareketlerin ve fikirlerin tamamıyla, bireylerin yaşam sürdürdükleri, sosyal, kültürel, politik ve ekonomik çevrelerinin etkileriyle işlevsel bir dönüşüm sağlayan etkinliklerin hepsi, girişimcilik olarak tanımlanmaktadır (Hardy, 2000: 411).

Girişimcilik, çevresel etkenlerden dolayı ortaya çıkan fırsatları değerlendirme veya yeni fırsatlar oluşturabilme amacıyla, ekonomik mal ya da hizmet sağlamak için üretim faktörlerini bir araya getirme, organize edebilme yeteneği ve risk üstlenme kabiliyeti olarak tanımlanmaktadır (Çetin, 1996: 29).

Girişimcilik, girişimin gerçekleşmesinin sonrasında kişisel bağımsızlık, doyum, haz gibi psikolojik; para, kazanç, kâr gibi ekonomik kazanımları; saygınlık, statü, güç gibi toplumsal ödülleri sağlayan aynı zamanda stresli, riskli ve dikkatli bir çaba isteyen, bir değer oluşturma süreci olarak ifade edilmektedir (Halloran, 1992: 15).

Girişimcilik sürecinde, girişimi gerçekleştiren kişinin, yeniliğin oluşmasına engel olabilecek etkilerin üstesinden gelmeyi sağlayacak fırsatları bulma, fark edebilme ve gelişimini sağlama faaliyetleri yer almaktadır. Hisrich ve Peters' e göre tanımlamalarla süreci incelediğimizde, süreç, dört aşamadan oluşmaktadır (Hisrich ve Peters, 1989: 30- 33):

- Birinci aşama; fırsatları anlama ve değerlendirme,
- İkinci aşama; belirlenen fırsattan fayda sağlama amacıyla bir iş planı hazırlama,
- Üçüncü aşama; olması gereken kaynakların belirleme,
- Dördüncü aşama; oluşturulan girişimin yönetilmesinden oluşmaktadır.

Fırsatları anlama ve değerlendirme aşaması, girişimcilik sürecinin en önemli noktası olarak belirtilmektedir (Hisrich ve Peters, 1989: 31). İkinci aşama, planlama süreçleri, iş planı için olması gereken verilerin bir araya getirilip, bilgiye dönüşümünden itibaren iş planının tamamlanmasına kadar geçen aşamaları kapsamaktadır (Küçük, 2007: 119).

Üçüncü aşama olan gerekli kaynakların belirlenmesinde, kaynak türleri olarak aşağıdaki kaynaklar dikkate alınmıştır (Dollinger, 1999: 37);

- Fiziksel kaynaklar; bir işletmenin kullandığı maddi mallar,
- Saygınlık kaynakları; işletmenin çevresinde oluşturduğu algı,
- Örgütsel kaynaklar; işletmenin yapısı, standartlar işleri ve sistemleri,
- Mali kaynaklar; işletmenin para varlığı,
- Entelektüel kaynaklar ve insan kaynakları; işletmenin üyesi konumundaki kişiler ve yöneticilerin bilgileri, eğitimleri ve tecrübeleri,
- Teknolojik kaynaklar; süreçler, sistemler ve fiziksel dönüşümlerden oluşmaktadır.

Son aşama ise girişim gerçekleştirdikten sonra bunun en iyi şekilde yönetiminin sağlanmasıyla devam etmektedir. Bir başka ifadeyle girişimcilik, girişimleri gerçekleştiren kişilerin, riski üstlenme, çevrelerindeki fırsatları değerlendirme, planları gerçekleştirme ve yenilikleri hayata geçirme süreçlerinin bütünü şeklinde belirtilmektedir (TÜSİAD, 2002: 34).

Girişimcilik kavramı, fırsatların fark edilmesini aynı zamanda da bu fırsatlardan yararlanmayı içinde barındırmaktadır (Romero Martı'nez vd., 2010: 3). Bu bağlamda girişimcilik, fırsatları anlama veya tanımlama ve ardında söz konusu

fırsatlardan fayda görme sürecidir (Morris vd., 2009: 431). Daha öz bir ifadeyle girişimcilik, yeni örgütler ortaya çıkarmaktır (Gartner, 1989: 62).

Shane tarafından, girişimcilik, öncesinde keşfedilmemiş örgüt olma yöntemleriyle, yeni mal ve hizmetler, organize sağlama yöntemleri, pazarlar, süreçler ve hammaddeler ortaya çıkarmada fırsatların farkındalığında olma, bunları değerlendirme ve bu fırsatlardan fayda görme etkinlikleri şeklinde tanımlanmaktadır (Gregorio, 2005: 211).

Girişimcilik süreci, fırsatları anlamak, kıymetlendirmek, doğru noktada karar kılmak ve sonrasında en verimli derecede ticarileştirilmesini kapsayan stratejik yollarla işletmelere ekonomik kazanç sağlamayı içermektedir (Williams ve Lee, 2009: 1377). Girişimcilik birçok tanımla ifade edilmeye çalışılmıştır, bir başka tanımla girişimcilik faaliyetini sürdüren bir örgütün ya da yeni faaliyete başlayacak olan bir örgütün değer oluşturma amacıyla alternatif fırsatları ortaya çıkarma ve geliştirme süreçlerinin tümüdür (Brenkert, 2009: 450).

Kapu'nun girişimcilik çalışmasında, girişimcilik süreci ikiye ayrılmaktadır. İlki bireysel gereksinimlerin giderilmesini sağlayan ürün ve hizmetlerin üretim faaliyetlerindeki yenilik getiren süreçler; diğeri de örgüt kurmak, organize etmek ve geliştirmekle ilgili faaliyetleri, üstlenilmesi gereken riskleri belirten süreçlerdir (Kapu, 2001: 126- 127).

Günümüz modern işletmecilik anlayışıyla, girişimcilik, yenilik, esnek bir yapı, dinamizm, risk üstlenme, yaratıcı olma, gelişim yönlü olma gibi ifadelerle belirtilmektedir (Arıkan, 2002: 31) Bu bağlamda girişimcilik, kişisel ya da örgütsel boyutta davranışsal bir durum veya (Antoncic vd., 2004: 175) yenilikleri ortaya çıkarmasıyla bir süreç sistemini belirtmektedir (Ireland ve Webb, 2009: 471).

## **2. GİRİŞİMCİ KAVRAMI**

Girişimci kavramı, Fransızca kökenli “entreprendre” kelimesinden türemiştir. Bu sözcük üstlenmek, yüklenmek, taahhüt etmek, teşebbüste bulunmak ve girişim yapmak manaları ile ifade edilmektedir (Wickham, 2004: 5). Türk Dil

Kurumu, girişimciyi, üretim amacıyla bir işe kalkışan veya ticaret, sanayi vb. alanlarda sermaye sağlayarak bir sektöre girişimde bulunan birey olarak ifade etmektedir (TDK, 1992: 551).

Tarihte girişimci kavramı ilk Richard Cantillon ile tanımlanmış ve bu tanımda, tam anlamıyla netleştirilmemiş bir değerle satılmak üzere üretim aşamasında kullanılan girdileri ve yapılan hizmetleri karşılayan ve sağlayan birey olarak belirtilmektedir (TÜGİAD, 1993: 3). Cantillon tarafından yapılan tanımın sonrasında daha öz bir ifadeyle, Fransız İktisatçı Jean Baptise Say, girişimci olan kişide, riskleri göze alma özelliği ile yönetici olma özelliklerinin hepsinin bir arada olma durumu esasına dayandığı belirtilmektedir (Binks ve Vale, 1990: 119).

Schumpeter ise girişimciyi, yeni teknik ve olanaklar çerçevesinde; yeni bir mamul ortaya çıkarılmasını, eski bir mamulün yeni bir üretim tekniğiyle üretilmesini, yeni bir hammaddenin fark edilip kullanılmasını ve son olarak bir endüstri alanında yeniden düzenleme çalışmalarının gerçekleştirilmesini sağlayan birey olarak ifade etmektedir (Schumpeter, 1950: 132).

Drucker tarafından girişimci, karmaşık ve gelişim içerisinde olan dünyada düzen sağlanmasını, yeni bir yaşam kalitesi oluşturabilecek kaynakların bir araya gelmesini ve bunların düzenlenmesini sağlayan bireydir (Drucker, 1986: 2). Farklı bir tanımda girişimci, fırsatları fark edebilen ve bu fırsatları değerlendirebilmek amacıyla gerekli organizasyonu sağlayan kişi şeklinde belirtilmektedir (Bygrave ve Hofer, 1991: 14).

Girişimci, bir işletmeyi yönetirken aynı zamanda piyasadaki rakipleriyle yarışabilmek ve kendini üst seviyelere taşıyabilmek için daima esnek şekilde yeni fırsatların arayışında olmak durumundadır. Dolayısıyla (Şenocak, 1992: 181) girişimcinin özelliklerini aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Ticari ve üretim oluşumlarında hesaplı hareket etme,
- Yeni organize olma yöntemleri ve yeni teknolojileri öğrenme,
- Yeni ürünleri oluşturma ve pazara sunma,
- Yeni piyasalara yaklaşma,
- Daha büyük çaptaki sermayeleri kullanma gibi görev ve sorumlulukları taşıyabilen bireydir.

Farklı bir tanımla, çevresindeki fırsatları ve bu fırsatlar ile ihtiyaçların karşılanabileceğini görebilen, bu doğrultuda bir iş planı yapabilen, işi gerçekleştirebilmek için olması gereken kaynakları bir araya toparlayabilen, risk üstlenebilen, hayal gücü yüksek, esnek bir yapıya sahip olan birey girişimci olarak ifade edilmektedir (Titiz, 1994: 187). Bu bağlamda, girişimci olan kişinin, üzerinde çaba sarf ettiği temel noktaları yenilik ve farklılık oluşturabilmektir (Dinçer, 1998: 79).

Girişimci, emek, hammadde ve diğer gerekli unsurları bir araya, daha yüksek değer sağlamak amacıyla getiren birey olarak belirtilmektedir (Hisrich ve Peters, 2001: 9). Bir başka ifadeyle, girişimci, hedef sahibi olan, yaratıcılık yönü yüksek ve liderlik özelliklerine sahip olan kişi olarak tanımlanmaktadır (Harper, 2008: 615).

Girişimci, kaynakların bir araya gelmesini sağlayan, girişimde bulunulacak iş için gerekli tüm bilgi ve düzenlemeleri gerçekleştiren, bu bağlamda başarı imkânlarının oluşması için çaba sarf eden kişi olarak belirtilmektedir (Kuratko ve Hodgets, 2001: 29). Yine girişimci, kâr sağlamak ve büyümek vizyonuyla karmaşık ve risk içeren süreçleri kabul ederek, yeni bir girişimde bulunan bireydir (Zimmerer vd., 2008: 5).

Fidan tarafından yapılan tanım doğrultusunda ise girişimci, küçük ve büyük fark etmeksizin tüm durumları fırsatlara dönüştürebilen, hedefleri olan ve hevesli olan kişi olarak ifade edilmektedir (Fidan, 2002: 2). Bir başka tanımla, sürekli piyasaları takip edebilen, fırsat boşluklarını değerlendirebilen, yeni ihtiyaçlar oluşmasını sağlayabilen, ihtiyaçlardaki dönüşümleri görebilen ve esnek bir yapıyla değişen koşullara uyum sağlayabilen, gerekli kaynakları bir araya getirerek bunları yatırıma dönüştürebilen, rekabet durumlarına istekli, işin sorumluluğunu ve riskini alabilen, enerjik ve girişken bireye girişimci denmektedir (Börü, 2006: 1).

Girişimci, mal ya da hizmet üretimi ve pazarlaması için üretim unsurlarının bir araya toparlanmasını sağlayan ve organize eden, kar ve kazanç amacı olan, riskleri üstlenen birey olarak ifade edilmektedir (Başar, 2013: 5). Girişimci, fırsat gören ve bu fırsattan fayda sağlamak amacıyla kaynakları sağlayan ve yöneten bunlar

ile yenilikler sađlayan, yeni deđerler oluřturan ve risk alan kiři řeklinde belirtilmektedir (Kaygın ve Gůven, 2013: 7).

Amaç haline gelen bir faaliyetin oluşmasını sağlayan ve bu doğrultuda inisiyatif kullanabilen kişi girişimci olarak tanımlanmaktadır (Sarason vd., 2006: 287). Bu bağlamla girişimci (Yang, 2006: 3):

- İnsiyatif kullanmaktadır,
- Yeniliklere duyarlı olmaktadır,
- Riskleri kabul etmektedir.

Můftůođlu ve Durukan, girişimci kişiyi, anlam kazandırma tarafına vurgu yaparak, yalnızca bir ۆretimi sağlayan olmamakla beraber yeni bir anlam kazandırdığı için, oluşan yeni anlamların diğer bireyleri memnun edecek ve bireylerin hayatlarını kolaylaştıracak olması yۆnۆyle de ifade etmektedirler (Můftůođlu ve Durukan, 2004: 1). Kolay ulaşılamayan hedefleri olan ve bunlar için mۆcadele eden, istekli, azimli, oluşabilecek hatalara ve başarısızlıklara karşı toleransları olan, her koşulda amaçlarını başarıya ulaştırmak için konsantre olan kişiler olarak, girişimciler tanımlanmaktadır (Demirel ve Tikici, 2004: 52).

Girişimci olan kişi, daha ۆnceden gۆrۆlmemiř ya da farkına varılmamış durumları değerlendirerek yenilik sağlamakta ve onlara değer kazandırmaktadır (Akpınar, 2011: 14). Aynı zamanda yine girişimci birey, kar sağlama temel hedefiyle ilerlemekte ve tۆm oluşabilecek zarar tehlikesini gۆze almaktadır (Mucuk, 2011: 6).

Girişimci ile ilgili yapılan tanımlarda temel olan unsurların, fırsatları fark edebilmek, bu fırsatları değerlendirerek bir iş fikrine dۆnۆřmۆnۆ sağlayabilmek ve riskleri ۆstlenmek olduğu gۆrۆlmektedir (Durukan, 2006: 29).

**Tablo 1. Girişimci ve Girişimcilik Arasındaki Farklar**

<b>GİRİŞİMCİLİK</b>	<b>GİRİŞİMCİ</b>
1) Girişimcilik bir süreçtir.	1) Girişimci bireydir.
2) Girişimcilik girişim faaliyetlerinin koordinasyonunu sağlamaktır.	2) Girişimci faaliyetlerin koordinatörüdür.
3) Girişimcilik riski üstlenilen faaliyettir.	3) Girişimci riski üstlenen bireydir.
4) Girişimcilik yenilikler sürecidir.	4) Girişimci birey, yenilikçi kişidir.
5) Girişimcilik, başarıya ulaşmada performans planıdır.	5) Girişimci en uygun planlamalar yapan bireydir.
6) Girişimcilik liderliğin önemli bir noktasıdır.	6) Girişimci, liderlik özelliği olan kişidir.
7) Girişimcilik karar verme etkinliğidir.	7) Girişimci, karar alan bireydir.
8) Girişimcilik, hedeftir.	8) Girişimci, vizyonerdir.
9) Girişimcilik bir yönetim işidir.	9) Girişimci aynı zamanda bir yöneticidir.
10) Girişimcilik, girişim faaliyetlerine adım atmaktır.	10) Girişimci, girişim faaliyetlerine öncülük eden bireydir.

Kaynak: Sangram Keshari Mohanty, Fundamentals Of Entrepreneurship, PHI, 2005: 20.

Özetle, girişimcilik ve girişimci kavramlarını incelediğimizde, girişimcilik bir süreç olarak belirtilirken bu bağlamda girişimci ise bu süreçteki faaliyetleri gerçekleştiren birey ya da kişi olarak tanımlanabilmektedir.

### **3. GİRİŞİMCİLİK ÖZELLİKLERİ**

#### **3.1. GİRİŞİMCİLİK ÖZELLİKLERİ İLE İLGİLİ LİTERATÜRDEKİ ÇEŞİTLİ GÖRÜŞLER**

Jean Baptise Say, girişimciliğin gerçekleştirilebilmesi için, girişimcinin, üretim yapılması amacıyla gerekli kaynakları hesap edebilme, yöneticilik özelliğiyle koordinesini ve muhasebesini yapabilme, organize içerisinde olacak ekibi bir araya getirebilme, müşteriye sunabilme ve maliyet tasarrufuna dikkat edebilme gibi birçok farklı niteliğinin olması gerektiğini ifade etmektedir (Say, 1836: 176- 177).

Girişimcilik özellikleri, başarılı olan girişimci bireyleri diğer bireylerden ayıran özelliklerin dikkat çekmesiyle, araştırmacılar başarılı olan girişimci bireylerin ortak noktalarını ortaya çıkarma amacıyla çok sayıda çalışma yapmışlardır (Döm, 2006: 26). Araştırmalar doğrultusunda, girişimcilikte bulunurken girişimcilerin sahip

oldukları özelliklerle, gerçekleştirdikleri eylemler arasında yakın bir ilişki var olduğu belirtilmektedir (Hardy, 1999: 52).

Girişimci birey, girişim faaliyetinin hedeflere ulaşabilmesi için, gerekli beceri ve doğruluk özelliklerine sahip olmalı, aynı zamanda girişim faaliyetleri için olması gereken üretim faktörlerini sağlamak amacıyla, üretim faktörlerinin sahiplerini ikna edebilme özelliği de olmalıdır. Bu bağlamda girişimci, söz konusu ikna edebilme özelliği, girişimci bireyin deneyimlerinde sağladığı başarılarla, bir başka deyişle, tecrübelerinin sonucu kazandığı objektif ve somut başarı göstergelerinden, sözlü ve yazılı iletişim becerilerine, güven sağlayan ve uyumlu bir kişiliğe ve en önemlisi beşeri ilişkileri yürütmede kabiliyetli olma gibi bireysel özelliklere dayanmaktadır (Tosun, 1990: 381- 382).

Girişimci kişilerde, kendine güven, riski üstlenme, esnek bir yapı, bu özelliklerle birlikte, başarı ve bağımsızlık ihtiyaçları da yüksek oranda olduğu belirtilmektedir (Eyüboğlu, 2003: 12). Yine bu özelliklere yaratıcı olabilme, takım çalışmasına uyum gösterebilme, esnek bir yapıya sahip olabilme, dürüst ve güvenilir bir birey olabilme, güçlü ikna kabiliyeti ve yönetici olabilme niteliklerini de ilave edilmektedir (Kaya, 2004: 93).

Meredith, Nelson ve Neck yazarları tarafından girişimcilerde bulunan özellikler aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Lowe ve Morriott, 2006: 40):

- Kendine güven duyma,
- Başarıya olan ihtiyacı,
- Bağımsızlık isteği,
- Riskleri üstlenme yatkınlığı,
- Esneklik.

Bir başka yazar tarafından, başarı gösteren girişimci kişilerin sahip olması gereken özellikleri aşağıdaki şekilde ifade edilmektedir (Tekin, 2004: 4-16):

- Yaratıcı olabilme ve analitik düşünebilme becerisi,
- Yüksek seviyede çalışma isteği,
- Atılgan şekilde, tutkulu, kararlı ve dirayetli olabilme becerisi,

- Bireylerle etkin bir şekilde iletişim kurabilme becerisi,
- Bireyin kendisini sözlü ve yazılı bir şekilde izah edebilme becerisi,
- Yaptığı işi severek yapabilmesi ve gönüllü olması niteliği,
- Hayal kurabilme becerisi,
- Takım çalışmasına yatkın olabilme yeteneği,
- Bireysel olarak misyona ve vizyona sahip olabilme,
- Değişime açık, istekli ve esnek olabilme,
- Tolerans gösterebilme gücü,
- İçten, güvenilir, sempatik ve esprili kişiliğe sahip olabilme,
- Bireyleri ikna edebilme becerisi,
- Yönetim kabiliyeti ve liderlik becerisi,
- Heyecanlı ve azimli olabilme,
- Girişimci ruh ve çevredeki fırsatları değerlendirebilme kabiliyeti.

Cross ve Travaglione ise çalışmalarında girişimci bireylerin, liderlik becerilerini ifade eden belirli özelliklere sahip oldukları belirtilmektedir. Söz konusu özellikler, zor durumları görebilme, riskleri üstlenebilme, sürdürülebilirlik sağlama, dayanaklılık gösterme ve hayal gücü gibi özelliklerle belirtilmekte ve aynı zamanda girişimcilerin özelliklerinin, bu özelliklerle sınırlı olmadığı da ifade edilmektedir (Hakala, 2007: 20-38).

Yapılan araştırmalar ile başka bir yazar tarafından ise, girişimci bireylere başarı sağlayan temel özellikler aşağıda belirtilmektedir (Bozkurt, 2011: 17);

- Kararlı ve azimli olmalı,
- Gelişim gösterebilmek için güçlü bir motiveye sahip olmalı,
- Fırsatları hedeflere dönüştürebilmeli,
- Kişisel sorumluluk alabilmeli,

- Problemlere çözümler üretebilmeli,
- Doğruluk,
- Diğer deneyimli bireylere fikir danışmalı ve uygulamalı,
- İçsel kontrol odağı olmalı,
- Makul düzeyde risk üstlenebilmeli,
- Dürüst olmalı,
- Güvenilir olmalıdır.

Lambing ve Kuehl'a göre girişimci bireylerde olması gereken nitelikler maddeler halinde belirtilmektedir (Lambing ve Kuehl, 2000: 15-18):

- İş kurmaya heyecan duymak,
- Vazgeçmemek,
- İnanmak,
- Kararlı olmak,
- Riski analiz etmek,
- Yaratıcı olmak,
- Değişimleri fırsata dönüştürmek,
- Karmaşıklıklara tahammüllü olmak,
- Liderlik beceresi ve başarılı olma ihtiyacı,
- Detaylara karşı dikkatli olmak,
- Mükemmeliyetçi olmaktır.

Johnson ise girişimcilerin sahip olması gereken becerilerini aşağıdaki şekilde sıralamaktadır (Johnson, 2001: 137):

- Üstün rekabet ve hedefleri sağlamak için kendini motive edebilme,

- Benimseme ve sorumluluk alabilme,
- Bağımsızlık ihtiyacı ve kararlı olabilme,
- Yenilikçi olabilme,
- Belirsizliğe tahammül gösterebilme,
- Esnek ve yaratıcı olma fikrine sahip olabilme,
- Sorunları çözme yeteneği,
- Fırsatları değerlendirebilme,
- Tercih ve kararlarının neticesinin bilincinde olabilme,
- Yönetebilme özelliğinin olabilmesi ve risklerin fırsatlara dönüştürülebilmesi,
- Engellerde ve problemlerde çözümcü ve azimli olabilme,
- Fikirlerine konsantre olabilmedir.

Girişimde bulunan kişilerin sahip oldukları özelliklerin ifade edilmesi hususunda birçok yazarın oluşturduğu makalelerde, aşağıda yer alan özellikler ifade edilmektedir (Kuratko, 1995: 40-41);

**Tablo 2. Girişimcilerde Bulunması Gereken Temel Özellikler**

<b>Tarih</b>	<b>Yazar</b>	<b>Özellikler</b>
1848	Mill	Riski Üstlenebilme
1917	Weber	Biçimsel Otoritenin Kaynağı Olabilme
1934	Schumpeter	Yaratıcı Olabilme ve Teşvik Edebilme
1954	Sutton	Sorumluluk Arzusu
1959	Hartman	Biçimsel Otorite Kaynağı Olabilme
1961	McClelland	Risk Üstlenebilme ve Başarı İhtiyacı Duyma
1963	Dauids	Azimli Olabilme, Bağımsız Olma Arzusu, Sorumluluk, Kendine Güven Duyma
1964	Pickle	Beşeri İlişkiler Kurabilme, İletişim Kabiliyeti, Teknik Yeterlilik
1965	Litzinger	Riski İsteme, Bağımsızlık İsteği, Liderlik, Tanınma
1965	Schrage	Güç Motivasyonu, Stresli Olmanın Performansı olumsuz etkilediğinin farkındalığı, Doğru Algılama
1971	Palmer	Riski Ölçebilme
1971	Hornadey ve Abound	Güç, Tanınma, Özerklik, Başarılı Olma İhtiyacı, Saldırganlık
1973	Winter	Güçlü Olma İhtiyacı
1974	Borland	İçsel Güç Odağı
1974	Liles	Başarılı Olma İhtiyacı
1977	Gasse	Bireysel Değerlere Dönük Olma
1978	Timmons	Amaca Dönük Olma, Güdü, Kendine Güven Duyma, Orta Seviyede Risk Alabilme, Yaratıcı ve Yenilikçi Olabilme
1980	Brockhaus	Riskleri Alabilme Yatkınlığı
1980	Sexton	Olumlu Terslikler, Enerjik ve Azimli Olma
1981	Mescon ve Montanari	Kontrol ve Başarı İhtiyacı, Hakimiyet Kurma, Özerklik, Dayanıklılık
1981	Welsh ve White	Sorumluluk Arzusu, Kontrol İhtiyacı, Güdü, Kendine Güven Duyma, Mücadele Duygusu, Orta Düzeyde Riski Üstlenebilme
1982	Dunkelberg ve Cooper	Büyüme Odaklılık, Bağımsız Olma İsteği, Zanaatkarlığa Yönelik Olma
1983	Welsh ve Young	Yenilikçi Olabilme, Kendine Güven Duyma, Kontrol İhtiyacı

Kaynak: Kuratko F. D. , Hodgetts M. R., Entrepreneurship, Third Edition, The Dryden Pres, 1995: 40-41.

Tabloda da görüldüğü üzere, yazarlar tarafından ifade edilen girişimci bireylerin özelliklerinin ortak noktaları; riski üstlenmeleri, yaratıcı olmaları, başarıya olan ihtiyaçları ve kontrol ihtiyaçları şeklinde belirtilmektedir.

## **3.2. GİRİŞİMCİLERİN SAHİP OLMASI GEREKEN ORTAK ÖZELLİKLER**

Literatürdeki araştırmalarda esas alınan özellikleri; yaptığı çalışmalarla Koh ortak noktaları bir araya getirerek, girişimcilerin sahip olması gereken ortak özellikleri aşağıdaki gibi sıralamıştır (Koh, 1996: 13):

- Kontrol odağı,
- Risk alma eğilimi,
- Başarı ihtiyacı,
- Belirsizliğe karşı gösterilen tolerans,
- Yenilikçi olma,
- Kendine güven duyma şeklinde belirtmektedir.

### **3.2.1. Kontrol Odağı**

Bireyin yaşamındaki durumları kontrol edip edemeyeceğine ilişkin yönelimi belirtmektedir (Kaygın ve Güven, 2013: 13-14). Bir başka ifadeyle kontrol odağı, bireyin hayatıyla ilgili düşüncelerini ve olaylarını kontrol edebilip edemeyeceğiyle ilgili inancı kapsamaktadır (Bozkurt ve Erdurur, 2013: 60).

Hisrich ve Peters'e göre ise kontrol odağı, bireylerin hayatları boyunca karşı karşıya kalabilecekleri durumlar karşısında, benimsedikleri kontrol duyguları şeklinde ifade edilmektedir (Hisrich ve Peters, 2002: 66).

Kontrol odağı, iç kontrol ve dış kontrol olarak ikiye ayrılmaktadır. İç kontrol odağına yönelimli kişiler, yaşamlarındaki durumların kontrol edilebileceğini düşünürken, dış kontrol odağına yönelimli kişiler yaşamlarında gerçekleşen durumların tesadüfi, kader veya şans şeklinde dış etkenlerle ilişkili olduğuna inanmaktadır (Koh, 1996: 14).

Girişimci olan bireyler, gelişen her olayı şansa bırakmayarak, kendi çaba ve uğraşlarıyla hayatlarındaki sosyo-ekonomik çevreye etki etmektedirler. Bu bağlamda

girişimci kişiler, kendi kaderlerini biçimlendirebileceklerine kuvvetli şekilde inanmaktadırlar (Mohanty, 2005: 4).

### 3.2.2. Risk Alma Eğilimi

Fırsatların değerlendirilmesi ve bu fırsatların gerçekleştirilmesine yönelik eylemler, riskler taşımaktadır (Alvarez ve Urbano, 2012: 147). Bu bağlamda fırsatların tanımlanması ve değerlendirilmesi, girişimci yönünden kazanç getireceği mal veya hizmetin oluşabilmesi için gerekli kaynağın sağlanıp sağlanamayacağının ortaya çıkmasını kapsamından ötürü sürecin en önemli kısmıdır (Gürol, 2000: 36).

Girişimsel hareketlerin ve girişimcinin ana parçası risk üstlenebilmektir. Bu bağlamda risk alma eğilimi, girişim odaklı karar alabilmesini ve girişimin performansını kapsayan kararlı olabilme yönüyle de ayrı bir özellik gösteren etkidir (Zhang ve Arvey, 2009: 438). Risk üstlenebilme, sonucun ne göstereceği belli olmadan, bilinmeyen bir olay veya bilinmeyen durumlarda karar alabilmeyi ifade etmektedir (Bozkurt ve Erdurur, 2013: 60-61).

Alvarez ve Urbano risk üstlenmenin, yeni düşüncelerin, aşamaların, mal ve hizmetlerin ortaya çıkmasında değerli olan bir özellik olduğunu ve bu bağlamda girişime yönelik hareketlere pozitif yönde etkisi olduğunu ifade etmektedirler (Alvarez ve Urbano, 2012: 154).

Osborne, yüksek performans gösteren girişimcileri, risk seviyesi ile sağlayacağı kazancı iyi şekilde konumlandırabilen ve belirsizliklerle yönetimi sağlayabilen kişiler olarak belirtmektedir (Brindley, 2005: 145). Diğer bir ifadeyle, girişimciler, risk üstlenebilme ve bu riskleri avantaja dönüştürerek fayda sağlayabilme özelliklerine sahiptirler (Korkmaz, 2012: 213).

Risk üstlenebilen kişilerin nitelikleri aşağıda yer almaktadır (Keleş, 2013: 31):

- Kararlı bir yapıya sahip olabilmek,
- Bireyin kendi niteliklerini tanımlayabilmesinin ve değerlendirebilmesinin farkındalığı,

- Analitik düşünebilmeyi gerçekleştirebilmek,
- Faaliyetlerin olumlu ya da olumsuz değerlendirmelerini sağlayabilmek,
- Amaca yönelik olabilmek,
- Zorlayan ancak imkanı amaçlar oluşturabilmektir.

### 3.2.3. Başarı İhtiyacı

McClelland'a göre, her iş ve meslek alanında değişmeksizin, kişileri daha fazla başarı göstermeye sevk eden bir kişilik özelliği şeklinde belirtilmektedir (McClelland, 1961: 57). McClelland başarı ihtiyacı yüksek olan kişilerde, girişimsel yönelim diğer kişilere göre daha yüksek düzeyde görüldüğünü belirtmektedir (McClelland, 1962: 104).

Yüksek başarı ihtiyacına odaklı olan kişilerin görevleri; kararları doğrultusunda bireysel sorumluluklar alabilmek, hedefler belirleyebilmek ve çaba gösterme yoluyla söz konusu hedefleri başarabilmek, geri bildirim isteğine sahip olabilmek biçiminde tanımlanmaktadır (Low ve MacMillan, 2007: 139).

Girişimci bireyler, amaçlarına ulaşabilmek ve düşüncelerini gerçekleştirebilmek için yüksek başarı ihtiyacı ile faaliyetlerini yapmaktadır. Dolayısıyla bu da girişimcilerin başarılı olmalarını sağlayan en mühim etkenlerdendir (Mohanty, 2005: 4). Yüksek başarı ihtiyacına sahip olan bireyler, özgüvenleri sağlam, görev alabilmek için istekli ve enerjik bir yapıya sahiptirler. Bu bağlamda hedeflerine engel kabul etmezler (Demirel, 2003: 57).

Yüksek başarı ihtiyacına sahip olan kişiler, aşağıda belirtilen özelliklere sahiptirler (Keleş, 2013: 31):

- Geleceğe yönelik olma,
- Kendi niteliklerine güvenen,
- İyimser odaklı bir bakış açısına sahip olma,
- Güçlü bir şekilde göreve konsantre olma,
- Etkin şekilde zaman yönetimi sağlayabilme,
- Herkese karşı sonuç odaklı davranış sergileme,

- İstekli ve enerjik bir yapıya sahip olma,
- Düşüncelerini ifade ederken kararlılık gösterme,
- Engeller karşısında amaçlarına varabilmede kararlı davranma,
- Sebatsız ve sorumlu şekilde hareket etme,
- Çalışmaya gönüllü yaklaşma.

#### **3.2.4. Belirsizliğe Karşı Gösterilen Tolerans**

Hofstede belirsizliği, herhangi bir kesinliği olmadan, bir şeyin olabilme durumuna karşı bir beklenti içerisinde olunması şeklinde tanımlanmakta ve bu beklentiye endişe oluşturmaktadır (İşcan ve Kaygın, 2011: 447). Bir başka ifadeyle belirsizlik, bir düzen içerisinde olmayan çevreye yönelik karmaşıklık düzeyi olarak belirtilmekte ve tahmin edilebilmesinin de imkanı görülmediği değişim durumlarını kapsamaktadır (Dimitratos vd., 2004: 24).

Girişimde bulunan bireylerin yaşamlarının belirsizlikler etrafında şekillenmesinden ve bu bağlamda, ekonomik, hava durumları, müşteri ihtiyaç ve taleplerinin farklılıklar göstermesi durumlarından, girişimcilerde esnek ve tedirgin olmayan bir yapıyla, oluşan olaylara karşı tolerans gösterebilme özelliklerinin yüksek seviyede görüldüğü belirtilmektedir (Koh, 1996: 12-25).

Yüksek düzeyde belirsizliğe karşı tolerans gösterebilen bireyler, karmaşık durumların sonuç kazanmasını sağlayabilmekte ve bu sonuçlar için etkin şekilde karar alabilmektedirler (İrmiş vd., 2010: 24). Girişimci bireyler, yalnızca yaşamın belirsizliklerinden dolayı karmaşanın içinde olmamakta, nitekim karmaşık durumlarda yer almaya istekli bir şekilde eğilim göstermektedirler (Kaya, 2001: 544-545).

Özetle, belirsizliğe karşı gösterilen tolerans, bireyin belirli olmayan koşullara yönelik pozitif şekilde yanıt verebilmesi niteliğinden kaynaklanmaktadır (Keleş vd., 2012: 109). Başarı gösteren girişimci kişiler, söz konusu karmaşık koşullara karşı endişesiz bir tutum sergilemektedirler (Bayrak ve Terzi, 2004: 8).

### 3.2.5. Yenilikçi Olma

Çevredeki sorunların ve fırsatların çözüme kavuşması ve değerlendirilmesi doğrultusunda yaratıcı yöntemlerin faaliyetlerini gerçekleştirme niteliğidir (Döm, 2006: 10). Girişimsel hareketler içerisinde, yenilikçilik girişim başlangıcı için temel motive edici kaynak olmakta ve bu bağlamda sürdürülebilirlik sağlama için ana etken olarak belirtilmektedir (Top, 2006: 284).

Yenilik, yeni bir mal veya hizmet ortaya konulması, yeni bir üretim yöntemi oluşturulması, yeni bir piyasa sağlanması, yeni bir temel madde kaynağının fark edilmesi ve sanayi alanında yeni bir oluşum var olması biçiminde ifade edilmektedir (Tüsiad, 2003: 1). Bu bağlamda, bir düşüncenin yenilik oluşturabilmesi için gerçekleştirilmesi başka bir ifadeyle uygulamaya konulması veya ekonomik bir değer kazandırılması gerekmektedir (Oke vd., 2009: 67).

Bir başka tanımda, yenilikçilik, bir düşünceyi, ticari hale getirilebilir yeni ya da yeniden yapılandırılmış bir ürün ya da mal ve hizmete çevirme şeklinde belirtilmektedir (Çavuş ve Akgemici, 2008: 234). Yenilikçi olma niteliği, girişimci bireyleri diğer bireylerden ayrılmasını sağlayan içsel bir güçtür (Demirel ve Akbıyık, 2009: 34).

Yenilik için bireyin, bilgili, yetenekli ve yaratıcı olabilmesi gerekmektedir (Arslantaş, 2001: 20). Torrance tarafından yaratıcılık, problemlere, düzensizliklere, veri eksikliğine, karmaşıklık karşısında tahammül gösterebilmeye, sorunları anlayabilmeye, çözüm sağlayabilmeye, eksiklikleri veya olasılıkları görebilmeye yönelik uygulamalar geliştirmek ve yeniden düzenlemeleri gerçekleştirebilmektir (Sungur, 1992: 47). Bir başka ifadeyle yeniliğin başlangıcını ve kaynağını sağlayan yaratıcılık, bireylere faydalı ve yenilikler ortaya çıkarmak hedefine yönelik gösterilen çabalar şeklinde belirtilmektedir (Bedük vd., 2003: 289).

Girişimci bireylerin, belirgin şekilde ortaya çıkmış niteliği yenilikçiliktir (Arslantaş, 2001: 20). Girişimci birey, yenilikler yaparak değişen durumları tanımlamakta, farkındalık sağlamakta ve bu bağlamda başarılı sonuçları elde etmektedir (Solmaz vd., 2014: 43).

### 3.2.6. Kendine Güven Duyma

Girişimci bireylerin yeni bir girişim içerisinde olduklarında ve bu girişimin altından kalkabilmelerine yönelik gereken niteliklerin kendilerinde var olduğuna dair inanç ve düşünceleri şeklinde ifade edilmektedir (Bozkurt ve Erdurur, 2013: 61). Girişimci kişilerin kendilerine güven duymaları, girişimsel hareketlerine yönelik bağlılık ve becerilerinin artması ile doğru orantılıdır (Korkmaz, 2012: 213).

Başka bir tanımla, bu nitelik, bir girişimi başarılı bir şekilde gerçekleştirmeye yönelik bireyin kaynakları, becerileri ve özellikleri verimli bir biçimde idare edilmesine dair düşüncesi olarak belirtilmektedir (Radipere, 2012: 27). Bu fikirle girişime başlangıç yapılmakta ve kazandıkları iyi sonuçlarla girişimcilerin kendilerine olan güven hissiyatları kuvvetlenmektedir (Mohanty, 2005: 4).

Kendilerine güvenen kişiler, gelişen durumların, kendi yetenekleri ve bireysel etkinlikleri neticesinde oluştuğuna inandıklarından ötürü bu bağlamda girişimsel faaliyetlere daha çok yönelmektedirler (İşcan ve Kaygın, 2011: 447).

## 4. GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ

Girişimcilik eğilimi; kişinin örgüte karşı benimsediği duygusal bağ ve kendisini istihdama yöneltme konumu şeklinde ifade edilmektedir (Souitaris vd., 2007: 570). Aynı zamanda girişimcilik eğilimi, organizasyonların yönelimleri olduğu girişimcilik etkinliklerinde yöntem ve model oluşturma süreci biçiminde belirtilmektedir (Bektaş vd., 2007: 303).

Girişimcilik eğilimi, girişimcilik hareketinin bir unsuru olmakta ve yenilikçilik, özerklik, riski üstlenme, rekabetçi olma ve proaktif olma gibi yapısal temel akışların tümü olarak ele alınmaktadır (Bozkurt, 2011: 25). Bu bağlamda söz konusu davranışlar girişimcilik eğiliminin izlediği yolu da ifade etmektedir (Bektaş ve Köseoğlu, 2007: 303).

Gartner, girişimciliğin uzun bir süreçte gerçekleşmesi sebebiyle, girişimcilik eğilimini, uzun dönemli süreçte ve gelişmelerde başlangıç olarak belirtmektedir

(Yüzüak, 2010: 25). Girişimcilik eğilimi, girişimciliği yapabilme kabiliyetinin bir parçası şeklinde görülmektedir (Salik ve Kaygın, 2016: 147).

Parnell, Crandall ve Menefee girişimcilik eğiliminin birbirleriyle ilişki içerisinde olan üç unsurla oluşan bir fonksiyon olarak belirtilmektedir. Bu bağlamda bahsedilen faktörler (Parnell vd., 1995: 42):

- Bilgi seviyesi ve yeni riskler üstlenebilmesine yönelik becerisi,
- Kişinin girişimcilik eğitimi,
- Kişinin var olan fırsatları değerlendirebileceği konusunda kendine olan özgüveni,
- Kişinin ekonomik yöndeki girişimcilik fırsatlarına yönelik düşünceleridir.

Girişimcilik eğilimlerinin ifade edilmeye çalışıldığı araştırmalarda, girişimcilik eğilimi olan ya da olmayan kişilerin nitelikleri incelenmektedir. Bu bağlamda söz konusu nitelikler aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Güney ve Nurmakhmatuly, 2007: 67):

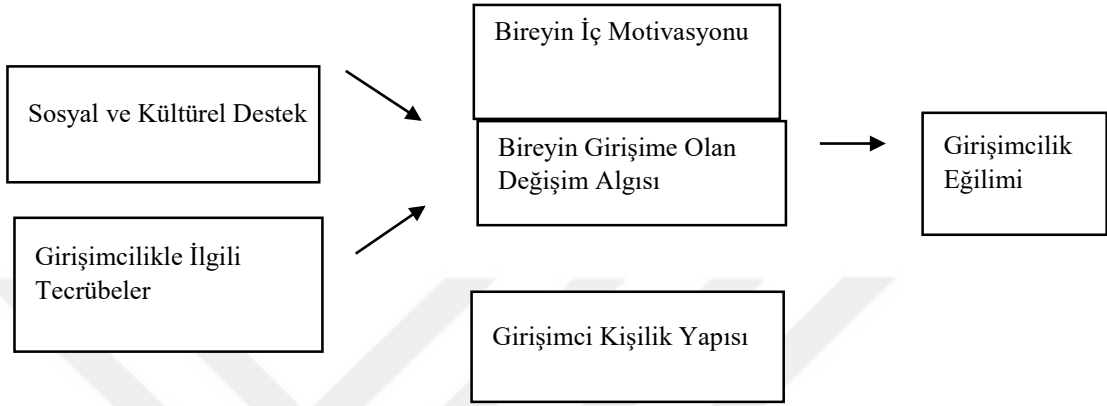
**Tablo 3. Girişimcilik Eğilimi Olan Ve Olmayan Bireylerin Nitelikleri**

<b>Girişimci Olan Bireyler</b>	<b>Girişimci Olmayanlar Bireyler</b>
Fırsat ararlar.	Fırsatları değerlendiremezler.
Yenilikçi olan bireylerdir.	Yenilikçi bir yapıda değildirler.
Şanslarına güvenleri vardır.	Şanslarının olduğuna inanmazlar.
Bağımsız bireylerdir.	Bağımlıdırlar.
Risk almak isterler.	Risk üstlenmekten kaçınırlar.
Refah ve zengin içinde yaşamayı arzularlar.	Sahip oldukları ile yaşamlarını sürdürmek isterler.
Sezgilerine inanırlar.	Analitik bir düşünce yapısına sahiptirler.

Kaynak: Güney, S. ve Nurmakhmatuly, A., “Kültürün Girişimciliğe Etkisi: Kazakistan ve Türkiye Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesine Yönelik Kültürlerarası Araştırma”, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 10, 2007: 62–86.

Girişimcilik eğilimi, bütünsel bir yaklaşımla Şekil 2’de belirtilmektedir (Avşar, 2007: 26):

**Şekil 2. Girişimcilik Eğiliminin Bireyde Oluşumu**



Kaynak: Avşar, Mustafa. “Yüksek Öğretimde Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Araştırılması, Çukurova Üniversitesinde Bir Uygulama”. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2007: 26.

Özetle, bireylerde girişimcilik eğiliminin oluşumunda etkili olan bazı faktörler vardır. Bu faktörler (Güreşçi, 2014: 27-28):

- Ülkenin genel ekonomik, sosyal ve siyasi yapısı,
- Kişilik özellikleri,
- Bölgesel ve çevresel faktörler,
- Genel ve mesleki eğitim düzeyi şeklinde ifade edilmektedir.

## **5. ULUSAL KÜLTÜR BOYUTLARININ GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİNE ETKİSİ**

Bütüncül bir bakışla kültür, kişinin, yaşam boyunca meydana gelen ve değişim gösteren, doğaya karşılık olarak oluşturulmuş hareket biçimleri ifadesi ile tanımlanmaktadır (Mejuyev, 1998: 126).

İnsanlar içerisinde buldukları sosyal çevrenin etkisi altında kalarak, bu bağlamda bir faktörden etkilenilmesi sonucunda bir işletme kurma kararı alırlar ve çevrelerini oluşturan diğer bireylerin bilgi ve tecrübelerinden fayda görmek isterler (Aldrich ve Cliff, 2003: 577).

Kültür, toplumun sahip olduğu bütün bağ ve iletişim aşamalarına, organizasyonel atmosferlerine işleyerek, organizasyonun üyesi konumundaki bireylerin tüm davranış kalıplarına, üretim yöntemlerine ve çalışma şekillerine, örgütlenme ve yönetim biçimlerine yüksek düzeyde etki etmektedir (Tosun, 1990: 145). Bu bağlamda onay verdiklerimiz ve yöneldiklerimiz çoğunlukla, var olduğumuz kültürel yapının bir sonucudur (Aytaç, 2006: 153).

McClelland (1962), girişimsel hareketlere yönlendiren kültürel yapılarda temelde üç davranış kalıbının gözlemlendiğini ve bu bağlamda bu davranış kalıplarının da;

- Yüksek düzeyde sorumluluk alabilme,
- Makul şekilde riski üstlenme,
- Başarıya yönelik geribildirim isteme olarak belirtmektedir (Aytaç, 2006: 154).

Girişimci bireylere kültürel yönlü değişimlerin hızlı etki göstermesinden dolayı, sürdürülebilirlik sağlayabilmek için gelişen durumları sürekli yakalayabilmeleri önem taşımaktadır (Güney ve Nurmakhmatuly, 2007: 69). Girişimci bireylerin, yalnızca ekonomik yapılarda olmayarak, buna ilaveten siyasi ve toplumsal yapılarda da belirleyici olan, topluma yön veren ve toplumsal yapılardaki değişkenlerde etkili olan bir konumda yer aldığı ifade edilmektedir (Aytaç ve İlhan, 2007: 102).

Bir toplumun kültüründe sevgi ve saygı içerisinde, eleştirilebilen, çözümcü yaklaşabilen, farkındalık oluşturabilen, yenilikçilik ve yaratıcılık yönü kuvvetli olan, makul riski üstlenebilen, özellikle de kendi iş fikrini gerçekleştirmeyi arzulayan kişilerin siyasi, ekonomik, kültürel ve sosyal çevreler bazında da cesaretlendirilmesi,

girişimsel faaliyetlerin söz konusu kültürel yapıda var olduğunun temel simgesi olarak görülmektedir (Güney ve Nurmakhamatuly, 2007: 69).

Cocran'a göre, toplumun yapı taşı olan ailenin hayat şekli, gösterdiği eğitim, toplum yapısında hakim olan çocuk büyüme stili, davranış kalıpları, kişiliği, performans gösterme arzusu, bu bağlamda girişimsel süreçlere istekliliğini yüksek seviyede ortaya çıkartmaktadır (Ertübey, 1992: 233).

Baskın bir yapıya sahip olan kültürlerde, aile bireyleri bağımsızlığa değer gösteriyorlarsa çocuklar da güçlü ölçüde girişimci nitelikleri görülmektedir (Hisrich ve Peters, 2002: 54). Aynı zamanda girişimsel faaliyetlere önem gösteren ve eğitimlerine konu eden, bireyleri uygulamalı şekilde öğrenmeye sev eden sistemlerde, eğitim gören bireylerin girişimcilik eğilimleri artmaktadır (Tikici vd., 2007: 104).

Bir topluma has değerlerin özü olan kültür, bireyin niteliklerinin gelişimine şekil vermekte ve aynı zamanda kişilerin diğer toplumlardaki başka kişilere göre davranış kalıpları farklılaşmakta olduğu gözlemlenmektedir (Mueller ve Thomas, 2000: 58).

Ulusal kültür boyutları olarak incelediğimizde, Hofstede, işlere ilişkin davranışların farklılıklar göstermesini en iyi ifade eden boyutlar, işin tanımı, yapıldığı yeri, kişinin yaş aralığı veya cinsiyetine ilişkin bilgiler değil, ulusal kültür ile ilgilini olduğunu ifade etmektedir (Ergin, 2002: 187).

Bu bağlamda ulusal kültür boyutları olan (Çağlar, 2001: 125; Hofstede ve Hofstede, 2005: 125);

- Güç Mesafesi,
- Belirsizlikten Kaçınma,
- Erillik - Dişilik,
- Bireysellik – Toplumculuk,
- Uzun ve Kısa Dönem Yönelimlilik olarak yer almaktadır.

Bu sınıflandırmaya zamanla denetim noktası boyutu da ilave edilmektedir. Çalışmamızın araştırma metodolojisi kısmında ilk beş boyutu inceleyeceğimizden, bu bağlamda aşağıda ulusal kültürel boyutların sırasıyla girişimciliğe etkisine ilişkin bilgilere yer verilecektir.

Güç mesafesi boyutu, yüksek güç mesafesine sahip olan toplumların kültürlerinde bir iş kurmak, toplumun üyesi konumundaki kişilerin arasında bir güç değişikliğine sebebiyet oluşturacağı düşünülmektedir, kişiler girişimsel hareketlere teşvik edilmemektedirler. Bu bağlamda, böyle toplumlarda girişimcilik seviyeleri düşük görülmektedir (Günay ve Göktan, 2012: 42).

Düşük güç mesafesinin hakim olduğu toplumların kültürlerinde yönetici konumundaki bireyler daha bağımsız ve özerk şekilde hareket ettiklerinden dolayı, hiyerarşide de daha az kişiyle yönetim söz konusu olduğundan, bu bağlamda yüksek güç mesafesine sahip olan toplumların kültürlerindeki bireylere karşın daha yüksek oranda girişimcilik özelliklerinden olan risk üstlenmeye yönelik davranış kalıpları sergiledikleri gözlemlenmektedir (Özgen, 2012: 74).

Belirsizlikten kaçınma boyutu, araştırmalarda belirsizlikten kaçınmanın yüksek görüldüğü toplumların yapılarında bireyler, belirgin olmayan ve risk taşıyan olaylardan mümkün olduğunca uzak durmaya çalıştıkları ve buna yönelik hareketlerde bulunmanın daha fazla görüldüğü, bu bağlamda iş tercih şekilleri incelendiğinde böyle toplumlarda yaşam boyu süren istihdama imkan sağlayan ve dolayısıyla riskin en düşük seviyede olduğu işleri seçtikleri gözlemlenmektedir (Arıkan, 2004: 252).

Erillik- dişilik boyutu, araştırmalarda, erillik özelliği taşıyan toplumlarda, yeni bir iş kurma olasılığı yüksek görülmekte ve bu bağlamda eril yapılı toplumların, yeni bir iş kurma fikrine etkisi söz konusu olduğu belirtilmektedir (Günay ve Göktan, 2012: 41).

Bireysellik ve toplumculuk boyutu, Hofstede bu değişkenle ilgili, toplumculuk özelliğinin hakim olduğu toplumlarda girişimsel faaliyetlere yönelik desteğin az görüldüğünü buna karşın bireyselliğe sahip olan toplum yapılarında ise girişimsel faaliyetlere önem verildiğini ve girişimsel hareketlere yönlendirildiğini ifade etmektedir (Hofstede, 1994: 67-73). Tiessen' de, bireysellik özelliği görülen

toplumlarda yeniliklere, yeni yapılara ve girişimlere yönelik davranışların gözlemlendiğini belirtmektedir (Tiessen, 1997: 368).

Uzun ve kısa dönem yönelimlilik boyutu, kısa dönem yönelimli kültüre sahip bireyler, zaman ile değişim göstermeyen bir düşünüş yapısına sahip, geleneklere ve göreneklere sıkı şekilde bağlı bir yapıda iken, uzun dönem yönelimli kültüre sahip olan bireyler, daha tasarruflu, hırslı ve sebatlı bir yapıda oldukları ifade edilmektedir (De Mooij, 2005: 68). Bu bağlamda, uzun dönem yönelimli kültürel değerleri taşıyan bireylerin girişimsel faaliyetler sergileyebileceği belirtilebilmektedir.

Busenitz ve Lau, bazı toplumsal kültürlerde diğer kültürlerin bireyelerine göre neden daha fazla girişimciliğe yönelimlerinin olduğunu tespit etmeye çalışırken, bu farklılıklar için o toplumların kültürel özlerinin araştırılması gerektiğini belirtmektedirler. Yazarlar, bu kültürlerde bireycilik, belirsizlikten kaçınma, güç mesafesi ve zaman yönelimi değerlerinin, makul sosyal ortamlarda (sosyal hareketlilik, ekolojik niş ve pazar koşulları) ve risk alma, başarma isteği, kontrol odağı olan bireysel değişkenlerle, birlikte yeni bir oluşuma, yeni girişimlere ve iş kurma faaliyetlerine teşvik etmektedirler (Busenitz ve Lau, 1997: 31). Bu bağlamda, Bygrave ve Minniti'ninde ifade ettiği gibi, sosyo- kültürel ortamın, girişimci bireylerin davranışlarına doğrudan etki gösterdiği gözlemlenmektedir (Bygrave ve Minniti, 2000: 25).

Erbatu (2008) çalışmasında Kültürel Boyutları İçerisinde Girişimcilik Eğilimi adlı çalışmasında; G. Hofstede'nin kültürel boyutları olan, güç mesafesi, bireycilik ve toplumculuk, belirsizlikten kaçınma, eril ve dişil Yaklaşım ile girişimcilik ve girişimcilik eğilimi ele alınmıştır. Çalışma 3 temel bölüm içerisinde ele alınmış olup, birinci bölümde girişimcilikle ilgili kavramlar, girişimciliği belirleyen ve etkileyen faktörler, girişimcilerde bulunması gereken nitelikler ve girişimcilik eğilimi üzerinde durulmuştur. İkinci bölümde ise; kültürün tanımı, fonksiyonları, özellikleri, çeşitleri, unsurları, modelleri ve kültürel değerleri oluşturan boyutlar üzerinde durulmuş, Hofstede'nin kültürel boyut analizi anlatılmıştır. Çalışmanın son bölümünde ise; Marmara Üniversitesi'nin 200 öğrencisine anket uygulanmış ve sonuçları bulunmuştur. Yapılan analizlerin sonucunda, kültürel değişkenlerden yalnızca erillik ve dişilik boyutunda anlamlı bir farklılığın olduğu görülmüştür. Bu farklılıkta dişil

özellikleri ağır basan öğrencilerle dişil ve eril özellikleri arasında fark olmayan öğrenciler arasında olduğu tespit edilmiştir.

şahin (2015) çalışmasında, girişimciliği ortaya çıkaran faktörleri belirlemeyi ve bu faktörler arasındaki ilişkiyi ifade etmeyi amaçlamıştır. Araştırmasında, kültür boyutlarını girişimcilikte temel itici unsur olarak incelemiş ve bununla birlikte kültür ve girişimcilik niyeti arasındaki ilişkiyi öncüllerin aracı etkisi ile değerlendirmiştir. Bu boyutlar arasındaki ilişkiyi iki farklı kurumsal yapıya ve kültürel değerlere sahip ülke bazında değerlendirmeye almıştır. Araştırmanın evreni, Bulgaristan'daki Türkler ile Bulgaristan'dan Türkiye'ye 1989'da göç eden bireyleri kapsamaktadır. Çalışmanın örneklemini ise, Bulgaristan'da yaşayan 384 Türk ve Türkiye'ye göç eden 385 göçmen olmak üzere toplamda 769 kişiden oluşmaktadır.

Hipotezler, nicel yöntemler kullanılarak analiz edilmiştir. Veri analizi kısmında basit tanımlayıcı istatistikler, frekans ve yüzde dağılımları ve farklılık hipotezlerini sınamak için t-testi ve ANOVA testi gibi analiz yöntemlerinden yararlanılmıştır. İlaveten, boyutlar arasındaki ilişkinin saptanmasına yönelik çoklu regresyon analizi uygulanmıştır. Nicel analiz teknikleriyle, ilk etapta algılanan ulusal kültür boyutları olan belirsizlikten kaçınma, güç mesafesi, grup içi kolektivizm, kurumsal kolektivizm, gelecek yönelimlilik, performans yönelimlilik, girişkenlik, cinsiyet eşitliği ve insan yönelimlilik belirtilmiş, ikinci etapta ise belirlenen öncüllerden olan algılanan davranışsal kontrol, davranışa yönelik tutum, öznel norm ve davranışa yönelik algılanan faydanın girişimcilik niyetine yönelik aracı etkileri incelenmiştir.

Yapılan çalışmadan sağlanan sonuçlar şu şekilde ifade edilmektedir; üç kültür boyutu olan güç mesafesi, cinsiyet eşitliği ve insan yönelimlilik ile girişimcilik niyeti arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmektedir. Regresyon analizi sonuçlarına göre kültür boyutu olan güç mesafesinin, girişimcilik niyeti üzerindeki etkisi negatif iken diğer iki boyutun (cinsiyet eşitliği ve insan yönelimlilik) etkisi pozitif olduğu belirtilmektedir. Özetle, Bulgaristan'daki Türkler ile Türkiye'deki Bulgaristan göçmenleri arasında girişimcilik niyeti bakımından anlamlı bir fark olduğu ifade edilmektedir.

Akşit (2003), çalışmasında, farklı kültürlerdeki girişimci olma niyetini tespit etmek ve sosyo kültürel faktörlerin girişimci olma niyeti üzerindeki etkilerini incelemiştir. Araştırmada De Pillis'in modeliyle hipotezler oluşturulmuştur. Bu çalışmada Amerikalı ve Türk öğrenciler arasındaki girişimcilik niyeti karşılaştırılmalı olarak incelenmiştir. İkna teorilerinden oluşturulmuş ACE modeli ( Uygunluk, Tutarlılık, Etkinlik) bu çalışmada kullanılmıştır. Araştırmanın örneklemini, Türkiye’de ve Amerika’da 100’er MBA öğrencisinden oluşmaktadır. Veri toplama yöntemi olarak anket uygulanmıştır. Yapılan araştırmanın sonucunda, farklılıklar beklenen Türk ve Amerikan bireyler arasında, girişimcilik özellikleri ve niyet açısından büyük ölçüde farklılıkların olmadığı tespit edilmiştir.

Emre (2013), kadın girişimcilerin kültür boyutları ile kadın olmaktan kaynaklanan zorlukları aşabileceklerine ilişkin inançları arasındaki ilişki incelenmiştir. Araştırmada, kadın girişimci bireylerin, belirsizlikten kaçınma derecelerinden, güç mesafesi, toplumsalcılık- bireycilik ve erillik- dişilik değerlerinden oluşan kültür boyutları ile çalışma yaşamında karşılaştıkları cinsiyetten kaynaklanan engelleri aşabileceklerine ilişkin inanç seviyeleri arasındaki ilişki tespit etmeye çalışılmıştır. TRB I VE TRC I bölgelerindeki kadın girişimciler üzerinde yapılan çalışmada, basit tesadüfi örneklem yöntemiyle seçilen 137 kadın girişimciye anket uygulanmış ve tümü değerlendirilmenin kapsamı içerisinde yer almıştır. Toplanan veriler SPSS 18 programıyla analiz edilmiştir.

Yapılan analizlerin sonucunda, kadın girişimci bireylerin cinsiyet kaynaklı zorlukları aşabileceklerine ilişkin inanç düzeyleri ile kültür boyutları arasında önemli ölçüde ilişki olduğu belirlenmiştir. Bu sonuçlar, araştırma hipotezlerini destekleyici konumdadırlar.

Çarıkçı ve Koyuncu (2010) çalışmasında, kişilerin kültürel özellikleri ile girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişkinin kültürün bireycilik ve toplumculuk değişkeni açısından incelenmesi hedeflenmiştir. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi, Bucak Zeliha Tolunay Uygulamalı Teknoloji ve İşletmecilik Yüksekokulu ve Bucak Hikmet Tolunay Meslek Yüksekokulu’nda öğrenim gören öğrencilerin, bireycilik ve toplumculuk değişkeni açısından kültürel özelliklerinin ifade edilmesi ve girişimcilik eğilimlerinin belirlenmesine yönelik anket uygulanmıştır. Faktör analizi, korelasyon

analizi, regresyon analizi, bağımsız gruplar T testi ve ANOVA testi yöntemleri ile analizler gerçekleştirilmiştir. Ulaşılan sonuçta, bireyciliğin ve toplumculuk boyutunun girişimciliğin farklı boyutları ile anlamlı bir ilişkili içerisinde olduğu tespit edilmiştir.



## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### AFYON KOCATEPE ÜNİVERSİTESİ İİBF ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

#### 1. ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Günümüzde girişimcilik kavramının; ülkelerin gelişmesinde ve toplumların yaşam kalitelerinin yükselmesinde önemli bir rolü bulunmaktadır. Bu bağlamda toplumu oluşturan kişilerin, girişimcilik eğilimleri üzerinde ulusal kültür boyutlarının etkisinin araştırılması ve tespit edilmesi, girişimcilik potansiyelleri hakkında bilgi sağlayabilir. Aynı zamanda bu çalışma, sonrasındaki çalışmalara da yol gösterebilir.

Literatür taramasında ulusal kültürel boyutlar ve girişimcilik eğilimi ayrı ayrı olmak üzere birçok çalışmada incelenmiş olmasına karşın, ulusal kültür boyutlarının girişimcilik eğilimine etkisinin incelendiği bir çalışma bulunmadığından dolayı bu araştırmanın literatürdeki ilgili boşluğu doldurması ve literatüre katkı sağlaması bakımından önem taşımaktadır.

Bu araştırmanın amacı, Hofstede'nin ulusal kültür modeli çerçevesinde ulusal kültür boyutları olan "güç mesafesi", "belirsizlikten kaçınma", "erillik ve dişillik", "bireysellik ve toplumculuk" ve "uzun ve kısa dönem yönelimlilik" boyutlarının girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisinin, Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde girişimcilik dersi almış olan öğrenciler üzerinde incelenmesidir.

## **2. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI**

Araştırma, Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde öğrenim gören öğrenciler ile sınırlıdır. Zaman ve bütçe kısıtından dolayı diğer üniversitelerin araştırmaya dahil edilememesi çalışmanın ilk kısıtını oluşturmaktadır. Aynı zamanda araştırma kapsamında yalnızca, Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde girişimcilik dersi almış öğrencilerin yer alması araştırmanın ikinci kısıtını oluşturmaktadır.

## **3. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ**

### **3.1. ARAŞTIRMANIN ANA KÜTLESİ VE ÖRNEKLEM**

Araştırmanın sınırlılıklarından hareketle, çalışmanın evrenini; Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde öğrenim gören, girişimcilik dersi almış, İktisat bölümü 3. ve 4. sınıflar, Uluslararası Ticaret ve Finansman bölümü 3. ve 4. sınıflar ile İşletme bölümü 4.sınıflar olmak üzere 831 öğrenci oluşturmaktadır. Bu kapsamda, ana kütlelerin hepsine ulaşılmak istendiğinden tüm öğrencilere anket formu elden dağıtılmıştır. Toplam 204 kişi anket formunu cevaplamayı kabul etmiştir. Bu bağlamda, cevaplanan geçerli anket sayısı 204 olmaktadır.

### **3.2. ARAŞTIRMANIN DEĞİŞKENLERİ VE KULLANILAN ÖLÇEKLER**

Araştırmanın bağımsız değişkenlerini Hofstede'nin modelindeki ulusal kültür boyutları oluşturmaktadır. Araştırmanın bağımlı değişkeni ise girişimcilik eğilimidir.

Araştırmada katılımcıların ulusal kültür boyutlarını ölçmek amacıyla Hofstede kültürel boyutları belirlemeye yönelik olarak kullandığı ölçeğin, Wu (2006) tarafından geçerlilik ve güvenilirliği test edilen versiyonu olan 23 maddeden oluşan Ulusal Kültür Boyutları Ölçeği (Wu, 2006) kullanılmıştır. Ölçekte ulusal kültürün

“güç mesafesi”, “belirsizlikten kaçınma”, “erillik ve dişilik”, “bireysellik ve toplumculuk” ve “uzun ve kısa dönem yönelimlilik” boyutlarını ölçen sorular bulunmaktadır.

Katılımcıların girişimcilik eğilimlerini ölçmek amacıyla Yılmaz ve Sünbül’ün geliştirdiği 36 maddeden oluşan Girişimcilik Eğilimi Ölçeği (Yılmaz ve Sünbül, 2009) kullanılmıştır.

### **3.3. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ**

Araştırmanın bağımsız değişkenlerinin bağımlı değişken üzerindeki etkisini test etmeye yönelik beş hipotez geliştirilmiştir. Bunlar şu şekilde sıralanmaktadır:

**H1:** Güç mesafesi boyutunun girişimcilik eğilimi üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

**H2:** Belirsizlikten kaçınma boyutunun girişimcilik eğilimi üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

**H3:** Erillik ve dişilik boyutunun girişimcilik eğilimi üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

**H4:** Bireysellik ve toplumculuk boyutunun girişimcilik eğilimi üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

**H5:** Uzun ve kısa dönem yönelimlilik boyutunun girişimcilik eğilimi üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

### **3.4. ARAŞTIRMANIN VERİ TOPLAMA YÖNTEMİ VE ARACI**

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Anket formu toplam 66 madde ve üç bölümden oluşmaktadır. Anket formunun birinci bölümünde ulusal kültür ile ilgili 23 madde, ikinci bölümünde girişimcilik ile ilgili 36 madde, üçüncü bölümde ise demografik bilgilerle ilgili 7 soru bulunmaktadır.

Anket formunda birinci bölüm sorularının cevap şıkları için (1) Kesinlikle katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Kararsızım, (4) Katılıyorum, (5) Kesinlikle katılıyorum ifadelerinin yer aldığı 5'li Likert ölçeği, ikinci bölüm sorularının cevap şıkları için ise (1) Hiçbir zaman, (2) Nadiren, (3) Bazen, (4) Sık Sık, (5) Çok Sık ifadelerinin yer aldığı 5'li Likert ölçeği kullanılmıştır.

Anketin üçüncü bölümünü oluşturan demografik sorular, araştırmacı tarafından hazırlanmış olup, cinsiyet, lisans öğrenimi görülen bölüm, annenin eğitim durumu, babanın eğitim durumu, öğrencilerin ailelerinin yaşadığı bölge, aile bireyleri arasında girişimciler olup olmaması ve ailenin aylık geliri şeklinde olmak üzere 7 sorudan oluşmaktadır.

Hazırlanan anket formları gerekli izinler alındıktan sonra İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'ndeki öğrencilere elden dağıtılmış ve elden toplanmıştır. Veri toplama işlemi öğrencilerin okulda bulunma saatlerine bağlı olarak farklı zamanlarda gerçekleştirilmiştir.

Verilerin analizi ve hipotez testi için sosyal bilimlerde kullanılan istatistik programı (SPSS) kullanılmıştır.

### **3.5. ARAŞTIRMADA KULLANILAN ÖLÇEKLERİN GÜVENİLİRLİK ANALİZİ**

Bir ölçeğin ölçmek istediği şeyi tutarlı ve istikrarlı bir şekilde ölçme derecesi 'güvenirlilik' olarak ifade edilmektedir. Bu bağlamda, bir araştırmada kullanılan ölçeklerin anlamlı sonuçlar verebilmesi için güvenilirlik düzeylerinin araştırılması gerekmektedir. Ölçeklerin güvenilirliğini test etmek için çeşitli istatistiki yöntemler kullanılabilir. Bu yöntemlerden en yaygın kullanılanı, Cronbach tarafından geliştirilen ve ölçeğin iç tutarlılığını değerlendiren Cronbach  $\alpha$  katsayısı yöntemidir. Bu katsayı, çok sorulu bir ölçekteki sorular arasındaki uyumun derecesini göstermektedir. Bu bağlamda, bu katsayı 0 ile 1 arasında değerler alabilir. Cronbach  $\alpha$  katsayısı 1'e yaklaştıkça, sorular arasındaki içsel uyumun daha yüksek olduğu

belirtilmektedir (İslamoğlu ve Alnaçık, 2014: 283). Kabul edilebilir bir değerin en az 0.7 olması gerektiği ifade edilmektedir (Altunışık, vd., 2012: 126).

Bu araştırmada yer alan ‘ulusal kültür’ ve ‘girişimcilik eğilimi’ ölçeklerinin güvenilirlik analizleri aşağıda belirtilmektedir.

Ulusal kültür ölçeği, toplam 23 ifadeden oluşmakta olup; “güç mesafesi” boyutu 6, 7, 8, 9, 10; “belirsizlikten kaçınma” boyutu 11, 12, 13, 14, 15; “erillik ve dişilik” boyutu 1, 2, 3, 4, 5; “bireysellik ve toplumculuk” boyutu, 16, 17, 18, 19; “uzun ve kısa dönem yönelimlilik” boyutu ise, 20, 21, 22, 23 numaralı ifadelerle ölçülmektedir. Ulusal kültür ölçeğinin güvenilirlik analizi sonucu alfa değeri 0,838 bulunmuştur. Toplamda 36 maddeden oluşan girişimcilik eğilimi ölçeğinin güvenilirlik analizi sonucunda ise alfa değeri 0,948 bulunmuştur. Analiz sonuçlarına göre, güvenilirlik değerleri 0,838 ile 0,948 sayıları arasında değişmektedir.

**Tablo 4. Güvenilirlik Analizi: Cronbach Alpha Testi Sonuçları**

Ölçüm Aracı	Cronbach's Alpha
Ulusal Kültür	0,838
Girişimcilik Eğilimi	0,948

Alfa katsayısına bağlı olarak ölçeğin güvenilirlik seviyesi aşağıda yer alan aralıklara göre değerlendirilmektedir (Kalaycı, 2006: 405):

$0,00 \leq \alpha \leq 0,40$  aralığında ölçek güvenilir değildir,

$0,40 \leq \alpha \leq 0,60$  aralığında ölçeğin güvenilirlik seviyesi düşük,

$0,60 \leq \alpha \leq 0,80$  aralığında ölçek oldukça güvenilir düzeyde,

$0,80 \leq \alpha \leq 1,00$  aralığında ise ölçek yüksek seviyede güvenilir şeklindedir.

Bu bağlamda çalışmamıza ilişkin oluşturulan anket formunun istatistiksel olarak yüksek seviyede güvenilir olduğu görülmektedir.

## **4. VERİ ANALİZİ VE BULGULAR**

### **4.1. VERİ ANALİZİNDE KULLANILAN YÖNTEMLER**

Araştırmada elde edilen verilerin normal dağılım gösterip göstermediklerini belirlemek amacıyla, çarpıklık ve basıklık değerleri incelenmiştir. Verilerin analizinde parametrik analiz teknikleri uygulanmıştır. Bu kapsamda tanımlayıcı istatistikler yapıldıktan sonra farklılıkları tespit etmek amacıyla T testi ve ANOVA testleri kullanılmıştır. Araştırmanın değişkenleri arasındaki ilişkileri ortaya koymak için Korelasyon analizinden ve bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkisini test etmek için Regresyon analizinden faydalanılmıştır.

### **4.2. BULGULAR VE BULGULARIN DEĞERLENDİRİLMESİ**

#### **4.2.1. Tanımlayıcı İstatistikler**

Ulusal kültür ve girişimcilik eğilimi ölçeklerinin her ikisinde de, maddelerin çoğunluğunda basıklık ve çarpıklık değerleri '-1' ile '+1' arasında yer almaktadır. Bu bilgiler ışığında alt boyutların tümünün normal dağıldığı ifade edilebilir.

Bu kapsamda araştırmanın değişkenleri olan ulusal kültür ve girişimcilik eğilimi ile ilgili elde edilen verilerin tanımlayıcı istatistik değerleri (aritmetik ortalamaları ve standart sapmaları) hesaplanmıştır. Ulusal kültür boyutları ve girişimcilik eğilimi ölçeklerinin tanımlayıcı istatistik sonuçları aşağıda yer almaktadır.

*Tablo 5. Ulusal Kültür Boyutları Ölçeğinin Tanımlayıcı İstatistik Sonuçları*

Ulusal Kültür Değişkeni Boyutları	N	Ort.	SS
Güç Mesafesi	204	2,80	,72
Belirsizlikten Kaçınma	204	3,89	,76
Erillik ve Dişilik	204	2,37	,96
Bireysellik ve Toplumculuk	204	3,75	,79
Uzun ve Kısa Dönem Yönelimlilik	204	3,91	,75

Ulusal kültür boyutlarına ilişkin tanımlayıcı istatistiklerin yer aldığı Tablo 5’de ilk boyut olan güç mesafesinde, yüksek değerler olması güç mesafesi algısının yüksek; düşük değerler ise, güç mesafesi algısının düşük olduğunu belirtmektedir. Bu araştırma verilerine göre, güç mesafesi boyutu incelendiğinde, ortalama değer 3’ün altında 2,80 olması anket katılımcılarında nispeten düşük seviyede güç mesafesi algısı olduğunu göstermektedir.

Belirsizlikten kaçınma boyutunda, yüksek değerler belirsizlikten kaçınma seviyesinin yüksek; düşük değerler belirsizlikten kaçınma seviyesinin düşük olduğunu göstermektedir. İkinci boyut olan belirsizlikten kaçınma incelendiğinde, ortalama değer 3’ün üzerinde 3,89 olması nedeniyle anket katılımcılarının nispeten daha yüksek bir seviyede belirsizlikten kaçınma eğiliminde oldukları ifade edilebilir.

Erillik ve dişilik boyutunda, yüksek değerler eril kültürün; düşük değerler dişil kültürün baskın olduğunu ifade etmektedir. Üçüncü boyut olan erillik ve dişilik incelendiğinde, ortalama değer 3’ün altında 2,37 olması anket katılımcılarında dişil kültür değerlerinin daha baskın olduğunu göstermektedir.

Bireycilik ve toplumculuk boyutunda, yüksek değerler bireyci kültürün hakim; düşük değerler çoğulcu kültürün hakim olduğunu ifade etmektedir. Araştırmanın dördüncü boyutu olan bireysellik ve toplumculuk incelendiğinde, ortalama değer 3’ün üzerinde 3,75 olması anket katılımcılarında nispeten bireyci kültürün daha hakim olduğunu göstermektedir.

Uzun ve kısa dönem yönelimlilik boyutunda, yüksek değerler uzun zamana odaklı kültür yapısının; düşük değerler ise kısa zamana odaklı kültür yapısının baskın olduğunu göstermektedir. Beşinci boyut olan uzun ve kısa dönem yönelimlilik incelendiğinde, ortalama değer 3’ün üzerinde 3,91 olması anket katılımcılarında daha uzun zamana yönelimli kültürün baskın olduğunu ifade etmektedir.

Ulusal kültür boyutlarına genel anlamda baktığımızda, araştırmaya katılan öğrencilerin en fazla ( $X=3,91$ ) uzun ve kısa dönem yönelimlilik boyutuna katılım gösterdikleri görülmektedir. Bu boyutta oranın ortalamanın üzerinde olması, öğrencilerde uzun zamana yönelimli kültür yapılarının daha hakim olduğu yukarıda belirtilmiştir. Bu bağlamda anket katılımcılarında, değişen zamana ve koşullara dinamik bir şekilde adapte olarak gelecek zamana yönelimlerinin olduğu anlaşılmaktadır.

**Tablo 6. Girişimcilik Eğilimi Ölçeğinin Tanımlayıcı İstatistik Sonuçları**

Değişken	N	Ort.	SS
Girişimcilik Eğilimi	204	3,83	,58

Girişimcilik eğilimi boyutuna ilişkin tanımlayıcı istatistiklerin yer aldığı Tablo 6' ya baktığımızda, boyutun ortalama değer olan 3'ün üzerinde, 3,83 değerinde olması araştırmaya katılım sağlayan öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin yüksek olduğunu ifade etmektedir.

**Tablo 7. Girişimcilik Puanları ve Değerlendirmeleri**

Çok Düşük Girişimcilik	36- 64
Düşük Girişimcilik	65- 92
Orta Seviyede Girişimcilik	93- 123
Yüksek Girişimcilik	124- 151
Çok Yüksek Girişimcilik	152- 180

Kaynak: Yılmaz E. Ve Sünbül A., Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeğinin Geliştirilmesi, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 21, 2009: 198.

Ölçeğin geliştirilmesi esnasında girişimcilik puanları yorumlamaları Tablo 7' de bulunan kıstas aralıkları ile değerlendirmeleri yapılmıştır. Bu araştırmaya, katılım sağlayan öğrencilerin girişimcilik puanları yapılan değerlendirmeler sonucunda '124-151' aralığında bulunan 137 değerine ulaşılmıştır. Bu bağlamda, Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde girişimcilik dersi almış olan öğrencilerin, yüksek girişimcilik potansiyelleri olduğunu belirtebiliriz.

## 4.2.2. Farklılıklar İle İlgili Testler

Araştırmaya katılan öğrencilerin ulusal kültür ve girişimcilik eğilimi düzeylerinin, öğrencilerin demografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek amacıyla parametrik veri analiz tekniklerinden yararlanılmıştır. Bu bağlamda T- testi ve ANOVA testi uygulanmıştır. T testi, iki bağımsız grup arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını test etmek amacıyla kullanılmaktadır (Altunışık, vd., 2012: 182). ANOVA testi ise, ikiden fazla örnek ortalaması arasındaki farkın anlamlı olup olmadığını test etmek için kullanılmaktadır (Altunışık, vd., 2012: 199).

### 4.2.2.1. T Testi

Öğrencilerin girişimcilik eğilimleri düzeylerinin yine öğrencilerin cinsiyetleri ile aile bireylerinin arasında girişimci ya da girişimcilerin olup olmamasına göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek amacıyla yapılan T testi sonuçları aşağıda yer almaktadır.

**Tablo 8. Öğrencilerin Cinsiyetlerine Göre Girişimcilik Eğilimi Düzeylerindeki Farklılıklar**

Girişimcilik Eğilimi	N	Ort.	SS	T İstatistik	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Derecesi	Ortalama Fark
Erkek	77	139,25	21,70	,699	202	,485	2,133
Kadın	127	137,12	20,78	,692	155,058	,490	2,133

Bağımsız iki grup arası T- testi sonuçlarını değerlendirme şu şekilde yapılmaktadır; anlamlılık derecesi değeri  $p > 0,05$  ise gruplar arasında anlamlı bir farklılık yoktur. Yine anlamlılık derecesi değeri  $p < 0,05$  ise gruplar arasında anlamlı bir farklılık vardır. Bu bağlamda anlamlılık seviyesinin 0,05' den yüksek bir değer bulunması, 'öğrencilerin cinsiyetlerine göre girişimcilik eğilimleri arasında anlamlı bir farklılık yoktur' olarak yorumlanmaktadır.

**Tablo 9. Öğrencilerin Aile Bireylerinde Girişimci/ Girişimciler Olup Olmamasına Göre Girişimcilik Eğilimi Düzeylerindeki Farklılıklar**

Girişimcilik Eğilimi	N	Ort.	SS	T İstatistik	Serbestlik Derecesi	Anlamlılık Derecesi	Ortalama Fark
<b>Evet</b>	81	139,25	23,64	,878	202	,381	2,652
<b>Hayır</b>	123	136,87	19,28	,842	146,975	,401	2,652

Tablo 9’da anket katılımcılarının aile bireyleri içerisinde girişimci ya da girişimcilerin var olup olmamasına göre girişimcilik eğilimleri arasındaki farklılıklar incelendiğinde, anlamlılık seviyesinin 0,05’ den yüksek bir değer çıkması, ‘öğrencilerin aile bireyleri arasında girişimci veya girişimciler olup olmamasına göre girişimcilik eğilimleri arasında anlamlı bir farklılık yoktur’ şeklinde ifade edilmektedir.

#### 4.2.2.2. ANOVA Testi

Öğrencilerin girişimcilik eğilimleri düzeylerinin yine öğrencilerin öğrenim gördükleri bölümler ve yaşadıkları bölgelere göre farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek amacıyla yapılan ANOVA testi sonuçları aşağıda gösterilmektedir.

**Tablo 10. Öğrencilerin Öğrenim Gördükleri Bölümler İle Girişimcilik Eğilimi Düzeyleri Arasındaki Farklılıklar**

	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kare Ortalaması	F	Anlamlılık Düzeyi
<b>Gruplar Arası</b>	2470,91	2	1235,45	2,823	,062
<b>Gruplar İçi</b>	87962,1	201	437,623		
<b>Toplam</b>	90433,0	203			

ANOVA testi sonuçları sonuçlarını değerlerken anlamlılık derecesi değeri  $p > 0,05$  ise gruplar arasında anlamlı bir farklılık yoktur; anlamlılık derecesi değeri  $p < 0,05$  ise değişkenler arasında anlamlı bir farklılık vardır biçiminde yorumlanmaktadır. Bu araştırmada öğrencilerin girişimcilik eğilimleri düzeylerinin öğrenim gördükleri bölümlere göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan ANOVA testi sonucunda  $p=0,062$  değerine ulaşılmıştır. Bu bağlamda bu değer  $p=0,05$ ' den yüksek olması, 'öğrencilerin girişimcilik eğilimleri ile öğrenim gördükleri bölümleri arasında anlamlı bir farklılık yoktur.' şeklinde açıklanmaktadır.

**Tablo 11. Öğrencilerin Yaşadıkları Bölgeler İle Girişimcilik Eğilimi Düzeyleri Arasındaki Farklılıklar**

	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Kare Ortalaması	F	Anlamlılık Düzeyi
<b>Gruplar Arası</b>	1729,46	6	288,244	,640	,698
<b>Gruplar İçi</b>	88703,5	197	450,272		
<b>Toplam</b>	90433,0	203			

Öğrencilerin girişimcilik eğilimleri düzeylerinin yaşadıkları bölgelere göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini belirlemek amacıyla yapılan ANOVA testi sonucunda  $p=0,698$  değerine ulaşılmıştır. Bu bağlamda bu değer  $p=0,05$ ' den yüksek olması, 'öğrencilerin girişimcilik eğilimleri ile yaşadıkları bölgeler arasında anlamlı bir farklılık yoktur.' şeklinde yorumlanabilir.

Demografik değişkenleri genel olarak incelediğimizde; Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde girişimcilik dersi almış öğrencilerin, girişimcilik eğilimleri ile cinsiyet, öğrenim gördükleri bölüm, yaşadıkları bölge ve aile bireylerinin arasında girişimci/ girişimciler olup olmaması arasında anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

### 4.2.3. Hipotez Testleri

Hipotezleri test etmek amacıyla Korelasyon ve Regresyon analizlerinden yararlanılmıştır. Korelasyon iki değişken arasındaki ilişkinin derecesini belirlemeye yönelik bir analiz yöntemidir (Altunışık, vd., 2012: 228). Çeşitli tür korelasyon hesaplamaları vardır. Araştırmamızda, yaygın olarak kullanılan Pearson Korelasyon parametrik testi kullanılmıştır.

Regresyon analizi, bir bağımlı değişkenle ya da daha fazla sayıda bağımsız değişken arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla kullanılan istatistiksel bir tekniktir (Altunışık, vd., 2012: 233).

#### 4.2.3.1. Pearson Korelasyon Analizi

Pearson korelasyonu analizi sonucunda bir korelasyon katsayısı bulunur. Hesaplanan korelasyon katsayısı 'r' ile gösterilmektedir. Bu hesaplanan katsayı, -1 ile +1 değerleri arasından bir değer alabilir. Bulunan katsayının işareti negatif yönlü ise, iki değişken arasında ters yönlü bir ilişki söz konusu olduğu belirtilmektedir. Bu da araştırmadaki bir değişkenin değeri artarken diğerinin de azaldığını ifade etmektedir. Katsayının işareti pozitif yönlü bir değer ise, iki değişken arasında aynı yönlü bir ilişki olduğunu ifade etmektedir. Yani böylelikle, birinin değeri artarken, diğerinin de değeri artış göstermektedir.

Genel olarak düzeyler aşağıdaki şekilde tanımlanmaktadır (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2014: 347).

- 0,1 ile 0,3 değerleri arasındaki korelasyon kat sayısının zayıf düzeyde ilişkide,
- 0,3 ile 0,5 arasındaki korelasyon kat sayısının orta düzeyde ilişkide,
- 0,5 ile 0,8 arasındaki korelasyon kat sayısının güçlü düzeyde ilişkide,
- 0,8'den daha büyük bir korelasyon kat sayısının ise çok güçlü düzeyde ilişkide olduğu ifade edilmektedir.

Ulusal kültür boyutlarının girişimcilik eğilimi ile ilişkisini ortaya koyan analizlere ilişkin tablolar aşağıda yer almaktadır.

**Tablo 12. Ulusal Kültür Boyutları ile Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişki**

	<b>Erillik ve Dişilik</b>	<b>Güç Mesafesi</b>	<b>Belirsizlikten Kaçınma</b>	<b>Bireysellik ve Toplumculuk</b>	<b>Uzun ve Kısa Dönem Yönelimlilik</b>	<b>Girişimcilik Eğilimi</b>
<b>Erillik ve Dişilik</b>	1,000	0,465**	0,032	0,145*	0,184**	0,068
<b>Güç Mesafesi</b>	0,465**	1,000	0,119	0,232**	0,223**	0,180**
<b>Belirsizlikten Kaçınma</b>	0,032	0,119	1,000	0,505**	0,482**	0,322**
<b>Bireysellik ve Toplumculuk</b>	0,145*	0,232**	0,505**	1,000	0,551**	0,328**
<b>Uzun ve Kısa Dönem Yönelimlilik</b>	0,184**	0,223**	0,482**	0,551**	1,000	0,275**
<b>Girişimcilik Eğilimi</b>	0,068	0,180**	0,322**	0,328**	0,275**	1,000**

**\*\* Correlation is significant at the 0.01 level (2- tailed).**

**\* Corelation is significant at the 0.05 level (2- tailed).**

Tablo 12’yi incelediğimizde, ulusal kültür ile girişimcilik eğilimi arasında genel itibariyle anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Boyutlar açısından incelediğimizde ise,

Korelasyon analizi sonucu girişimcilik eğilimi ile erillik ve dişilik boyutları arasında; girişimcilik eğilimi ile ulusal kültür boyutlarından erillik ve dişilik boyutları arasında anlamlı bir ilişki olmadığı görülmektedir.

Korelasyon analizine göre, girişimcilik eğilimi ile güç mesafesi değişkenleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir ( $p=0.01$ ). Girişimcilik eğilimi ile güç mesafesi boyutunda korelasyon katsayısının 0,180 olarak hesaplanması; girişimcilik eğilimi ile ulusal kültür boyutlarından güç mesafesi algısı arasında istatistiksel olarak zayıf düzeyde bir ilişki olduğunu belirtmektedir.

Tablo 12’yi incelediğimizde, girişimcilik eğilimi ile belirsizlikten kaçınma değişkenleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir ( $p=0.01$ ). Girişimcilik eğilimi ile belirsizlikten kaçınma boyutunda korelasyon katsayısının 0,322 olarak bulunması; girişimcilik eğilimi ile ulusal kültür boyutlarından belirsizlikten kaçınma arasında orta derecede bir ilişki olduğunu ifade etmektedir.

Korelasyon analizini incelediğimizde, girişimcilik eğilimi ile bireysellik ve toplumsallık değişkenleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir ( $p=0.01$ ). Girişimcilik eğilimi ile bireysellik ve toplumsallık boyutları arasında korelasyon katsayısının 0,328 olarak sonuçlanması; girişimcilik eğilimi ile ulusal kültür boyutlarından olan bireysellik ve toplumsallık arasında istatistiksel olarak orta düzeyde bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır.

Korelasyon analizini değerlendirdiğimizde, girişimcilik eğilimi ile uzun- kısa dönem yönelimlilik değişkenleri arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir ( $p=0.01$ ). Girişimcilik eğilimi ile uzun ve kısa dönem yönelimlilik boyutunda korelasyon kat sayısının 0,275 olarak çıkması; girişimcilik eğilimi ile ulusal kültür

boyutlarından uzun ve kısa dönem yönelimlilik arasında zayıf derecede bir ilişkinin var olduğunu göstermektedir.

Yapılan Pearson Korelasyonu analizi sonucunda, ulusal kültür boyutları olan güç mesafesi, belirsizlikten kaçınma, bireysellik ile toplumculuk ve uzun- kısa dönem yönelimlilik ile girişimcilik eğilimi arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır.

#### 4.2.3.2. Regresyon Analizi

Ulusal kültür boyutlarının, girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisini belirleyebilmek için çok değişkenli regresyon analizinden yararlanılmıştır. Çok değişkenli regresyon analizinde bir bağımlı değişken ve birden fazla bağımsız değişken bulunmaktadır. Araştırmanın bağımlı değişkeni girişimcilik eğilimi, bağımsız değişkenleri ise ulusal kültür boyutları olmaktadır. Regresyon analizi sonucu elde edilen tablolar aşağıda yer almaktadır.

*Tablo 13. Ulusal Kültürün Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimleri Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Regresyon Analizi İstatistikleri*

	Standardize Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar	T	Anlamlılık Düzeyi
	B	Standart Hata	Beta		
<b>Sabit</b>	84,851	9,320		9,104	,000
<b>Erillik ve Dişilik</b>	-,650	1,628	-,030	-,399	,690
<b>Güç Mesafesi</b>	3,401	2,196	,117	1,549	,123
<b>Belirsizlikten Kaçınma</b>	5,260	2,200	,190	2,391	,018
<b>Bireysellik ve Toplumculuk</b>	4,558	2,226	,171	2,047	,042

Uzun ve Kısa Dönem Yönelimlilik	1,920	2,317	,068	,829	,408
---------------------------------------	-------	-------	------	------	------

Not:  $R= 0,394$ ;  $R^2= 0,155$ ;  $F (7,265)$ ;  $p< 0,001$

Gerçekleştirilen regresyon analizi sonucunda  $R^2$  değerinin '0,155' olduğu tespit edilmiştir. Regresyon analizinde bulunan bu değer, ulusal kültür boyutlarının diğer değişken olan girişimcilik eğilim üzerinde '0,155' oranında bir etkisinin olduğunu göstermektedir.

Tablo 13'e göre güç mesafesi boyutunda anlamlılık değeri  $p>0.05$  olduğu için girişimcilik eğilimi üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Böylece, güç mesafesi değişkeninin girişimcilik eğilimi üzerinde etkisi olduğuna dair oluşturulan **H1** hipotezi kabul edilmemiştir.

Tablo 13'e göre belirsizlikten kaçınma değişkeninin de anlamlılık değeri  $p<0.05$  olduğu için girişimcilik eğilimi üzerinde anlamlı bir etkisi vardır. Bu bağlamda incelenen regresyon analizinde, belirsizlikten kaçınma boyutunun girişimcilik eğilimi üzerinde %19 oranında etkisi olduğuna ulaşılmaktadır. Böylece, belirsizlikten kaçınma boyutunun girişimcilik eğilimi üzerinde etkisi olduğuna dair oluşturulan **H2** hipotezi kabul edilmektedir.

Regresyon analizini incelediğimizde, erillik ve dişillik boyutunda anlamlılık değeri  $p>0.05$  olduğu için girişimcilik eğilimi üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Böylece, erillik ve dişillik boyutunun girişimcilik eğilimi üzerinde etkisi olduğuna dair oluşturulan **H3** hipotezi kabul edilmemiştir.

Tablo 13'e göre bireysellik ve toplumculuk boyutunda anlamlılık değeri  $p<0.05$  olduğu için girişimcilik eğilimi üzerinde anlamlı bir etkisi vardır. Bu bağlamda incelenen regresyon analizinde, bireysellik ve toplumculuk değişkeninin girişimcilik eğilimi üzerinde %17 oranında etkisi olduğu gözlemlenmektedir. Dolayısıyla, bireysellik ve toplumculuk boyutunun girişimcilik eğilimi üzerinde etkisi olduğuna dair oluşturulan **H4** hipotezi kabul edilmektedir.

Regresyon analizini incelediğimizde, uzun ve kısa dönem yönelimlilik boyutunda anlamlılık değeri  $p>0.05$  olduğu için girişimcilik eğilimi üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı gözlemlenmektedir. Böylece, uzun ve kısa dönem yönelimlilik değişkeninin girişimcilik eğilimi üzerinde etkisi olduğuna dair oluşturulan **H5** hipotezi kabul edilmemiştir.

Yapılan regresyon analizi sonucunda, **H2** ve **H4** hipotezleri kabul edilmektedir. Buna göre ulusal kültür boyutları olan belirsizlikten kaçınma ve bireysellik- toplumculuk boyutlarının girişimcilik eğilimi üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır.



## SONUÇ

Kültürel boyutlar, belli bir kültürün üyesi konumundaki bireylerde, diğer kültürlerle sahip olan bireylere göre farklılıklar göstermektedirler (Schermerhorn, 1999: 102). Bu bağlamda kültür bir toplumun maddi ve manevi değer yapılarının bütününden oluşmakta, toplum içindeki tüm bilgiyi, ilgi yönelimlerini, rutinleri, kıymet ölçülerini, davranış kalıplarını kapsamaktadır (Sargut, 1994: 7).

Geert Hofstede'nin kültür üzerine yaptığı çalışmalar ile ulaştığı; güç mesafesi, belirsizlikten kaçınma, erilik- dişilik, bireysellik- toplumculuk ve uzun-kısa dönem yönelimlilik değişkenleri ulusal kültürün boyutlarını oluşturmaktadır (Naytiyok, 2004: 17- 18).

Girişimcilik eğilimi ise, girişimcilik davranışının bir parçası olmakta ve yenilikçilik, bağımsızlık, risk alabilme, rekabetçi olabilme ve proaktif olabilme gibi yapısal temel süreçlerin bütünü olarak ifade edilmektedir (Bozkurt, 2011: 25).

Bu araştırmada, öğrencilerin demografik özelliklerine göre girişimcilik eğilimleri değerlendirilmiş ve ulusal kültürel boyutların girişimcilik eğilimi üzerindeki etkileri analiz edilmiştir.

Ulusal kültür boyutların girişimcilik eğilimine etkisi olup olmadığını belirlemek amacıyla Afyon il merkezinde yer alan Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde girişimcilik dersi almış öğrenciler üzerinde yapılan anket çalışması sonucunda çeşitli analizler yapılmıştır.

Öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin, öğrencilerin demografik özelliklerine göre anlamlı bir farklılık gösterip göstermediğini tespit etmek amacıyla yapılan analizler sonucunda, girişimcilik eğilimleri ile cinsiyet, öğrenim gördükleri bölüm, yaşadıkları bölge ve katılımcıların ailelerinde girişimci/ girişimciler olup olmaması arasında anlamlı bir farklılık olmadığı görülmüştür.

Anket çalışmasına katılım sağlayan öğrencileri ulusal kültürel değişkenler açısından incelediğimizde; katılımcılarda, dişil kültürün özelliklerinin daha baskın olduğunu, zayıf düzeyde güç mesafe algılarının olduğunu, bireysel özelliklerin daha

hakim olduğunu, orta kuvvette belirsizlikten kaçınma değişkeninin baskın olduğunu ve son olarak ise uzun zaman odaklı yönelimlerinin var olduğu gözlemlenmektedir.

Düşük güç mesafesi algısının hakim olduğu toplumdaki bireylerin girişimcilik özelliklerinden olan risk alabilmeye yönelik davranışlar sergiledikleri belirtilmektedir (Özgen, 2012: 74). Belirsizlikten kaçınmanın yüksek görüldüğü toplumların yapılarında ise bireyler, belirgin olmayan ve risk taşıyan olaylardan uzak olmayı tercih etmekte ve buna yönelik davranışlar sergilemektedirler (Arıkan, 2004: 252).

Dişillik özelliklerin baskın olduğu kültürlere göre, erillik özelliği taşıyan kültürlerde, yeni bir iş kurma olasılığı daha yüksek görülmektedir (Günay ve Göktaş, 2012: 41). Bireyselci özelliklerin görüldüğü olduğu toplumların yapılarında ise; yeniliklere ve girişimlere yönelik davranışların olduğu gözlemlenmektedir (Tiessen, 1997: 368). Son boyutta ise, uzun dönem yönelimli kültüre sahip olan kişilerin, daha tasarruflu, hırslı ve azimli şekilde hareket ettikleri ifade edilmektedir (De Mooij, 2005: 68).

Araştırmada ulusal kültür boyutları ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkileri incelediğimizde, erillik- dişilik ile girişimcilik eğilimi arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı görülmüştür. Ulusal kültür boyutlarından güç mesafesi, belirsizlikten kaçınma, bireysellik-toplumculuk ve uzun-kısa dönem yönelimlilik ile girişimcilik eğilimi aralarında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır.

Araştırmanın amacı olan ulusal kültür boyutlarının girişimcilik eğilimine etkisine ilişkin yapılan analizler sonucunda; güç mesafesi, erillik- dişillik ve uzun-kısa dönem yönelimlilik kültür boyutlarının girişimcilik eğilimi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı etkilerinin olmadığı, diğer belirsizlikten kaçınma ve bireyselcilik-toplumculuk boyutlarının girişimcilik eğilimi üzerinde anlamlı etkilerinin var olduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda, çalışmada **H2** ve **H4** hipotezleri kabul edilmiştir.

H2 hipotezinin kabul edilmesi, belirsizlikten kaçınma boyutunun girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif yönde etkisi olması; anket katılımcılarının girişimcilik dersi almış olmaları girişimcilik hakkında bilgi ve farkındalıkların oluşmasını sağlaması, belirsizlikten kaçınmanın girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisini azaltmaktadır. Aynı zamanda anket katılımcılarının Y kuşağı olması kültürel değerlerin zaman içerisinde

değiştirdiğini göstermektedir. H4 hipotezinin kabul edilmesi, bireysellik- toplumculuk boyutunun girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif yönde etkisi olması; Y kuşağında bireysellik özelliklerinin daha hakim gözlenmesi dolayısıyla bireyselliğin artması girişimsel davranışların da artması biçiminde değerlendirilebilir.

Literatürdeki çalışmaları incelediğimizde; Erbatu (2008) Kültürel Boyutları İçerisinde Girişimcilik Eğilimi adlı çalışmasında kültürel değişkenlerden yalnızca erillik ve dişilik boyutunda anlamlı bir farklılığın var olduğunu tespit etmiştir. Bu bağlamda, Erbatu (2008) tarafından yapılan çalışmanın sonuçları ile çalışmamızın sonuçları uyum göstermemektedir.

Şahin (2015) tarafından yapılan araştırma sonuçlarına göre, kültür boyutlarından olan güç mesafesinin girişimcilik niyeti üzerinde negatif bir etkisi bulunurken, diğer iki boyutun (cinsiyet eşitliği ve insan yönelimlilik) pozitif etkilerinin var olduğu belirtilmektedir.

Bir başka Emre (2013) tarafından yapılan çalışmanın analizleri sonucunda, kadın girişimci bireylerin cinsiyet kaynaklı zorlukları aşabileceklerine ilişkin inanç düzeyleri ile kültür boyutları arasında önemli ölçüde ilişki olduğu tespit edilmiştir.

Çarıkçı ve Koyuncu (2010) yaptıkları çalışmada, kültür boyutlarından bireysellik- toplumculuk değişkeninin girişimciliğin farklı boyutları ile anlamlı bir ilişkili içerisinde olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Literatürde ulusal kültürün girişimcilik eğilimi ile olan ilişkisi az sayıda çalışmada incelenmiş olmakla birlikte ulusal kültür boyutlarının beşinin de bir arada ele alındığı bir araştırma bulunmadığından dolayı bu çalışmanın ilgili literatüre katkı sağlaması beklenmektedir.

Hofstede araştırmasının değerlendirmesine göre Türkiye'deki bireylerin sahip oldukları kültürel yapıda; yüksek güç mesafesi algısı olduğu (Tüz, 2004: 4), yüksek düzeyde belirsizlikten kaçınmanın olduğu (Tüz, 2004: 9), toplumcu değerlerin (Terzi, 2004: 69) ve dişil özelliklerin baskın olduğu (Aydıntan, 2005: 164) belirtilmektedir.

Bu çalışmada yapılan analiz ve değerlendirmelerin sonucunda; öğrencilerde dişil kültürel özelliklerin baskın olması dışındaki diğer tüm boyutların nispeten daha

farklı sonuçlar verdiğine ulaşılmıştır. Bu farklılıkların sebepleri; bireylerin zaman içerisinde özelliklerinin değişime uğraması, toplumun gün geçtikçe daha bireyci özellikler sergilemesi ve çalışmanın yapıldığı alanın farklı olması gösterilebilir.

Bu çalışmanın örneklemi, Afyon Kocatepe Üniversitesi'ndeki İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde girişimcilik dersi almış öğrenciler ile sınırlı olduğu için bundan sonra yapılacak olan çalışmalarda sonuçların genellenebilirliği açısından farklı illerdeki üniversitelerde öğrenim gören öğrencilerin de dahil olduğu çalışmaların yapılması önerilebilir.



## KAYNAKÇA

Abdalla, Hagen F.; Maghrabi, Ahmed S.; Raggad, Bel G. (1995). “Assesing The Perceptions Of Human Resource Managers Towards Nepotism: A Cross-Cultural Study”, International Journal Of Manpower, Vol: 19, No: 8, ss. 555.

Adamopoulos, J. (1999). ‘The Emergence Of Cultural Patterns Of Interpersonel Behavior’, Social Psychology And Cultural Context, Edt. John Adampoulos – Yoshihisa Kashima, Sage Publications.

Akpınar, S. (2011). *Girişimciliğin Temel Bilgileri*. Kocaeli: Umuttepe Yayınları.

Akşit, Gülhan. ‘Farklı Kültürlerde Girişimcilik Niyeti Ve Üniversite Öğrencilerine Yönelik Karşılaştırmalı Bir Araştırma’, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2003.

Aldrich, Howard E. & Cliff, Jennifer E. (2003). ‘The Pervasive Effects Of Family Onentreprenurship: Toward A Family Embeddedness Perspective’, Journal Of Business Venturing, 18, ss. 573- 598.

Allaire, Y. Ve Firsirotu, M. E. “Theories Of Organizational Culture”, Organization Studies, 1984, 5, ss. 193-226.

Altıntaş, Füsün, Kültürler Arası Yönetim Açısından Yönetici Değerlerinin Karşılaştırılması, Doktora Tezi, Uludağ Üniversitesi S.B.E., 2004.

Altunışık, R., Coşkun R., Bayraktaroğlu S. Ve Yıldırım E. (2012). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık.

Alvarez, Claudia & Urbano, David (2012). “Cultural-Cognitive Dimension And Entrepreneurial Activity: A Cross-Country Study”, Revista De Estudios Sociales, 44, ss. 146- 157.

Antonic, B., Cardon, M. S., Hisrich, R. D. (2004). “Internationalizing Corporate Entrepreneurship: The Impact On Global Hr Management”. Ed: J. A. Katz, D. A. Shepherd. Corporate Entrepreneurship: Advances In Entrepreneurship, Firm Emergence And Growth, Netherlands: Elsevier, ss.173- 197.

Arıkan, S. (2002). *Girişimcilik – Temel Kavramlar Ve Bazı Güncel Sorunlar*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Arıkan, Semra (2004). *Girişimcilik: Temel Kavramlar Ve Bazı Güncel Konular*. 2. Baskı, Ankara: Siyasal Kitabevi.

Arslandaş, Cem Cüneyt. (2001). “*Girişimcilikte Yaratıcılık Ve Yenilik*”, İ.Ü. İşletme Fakültesi İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi. 12:38, ss. 17- 23.

Avşar, Mustafa. “Yüksek Öğretimde Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Araştırılması, Çukurova Üniversitesinde Bir Uygulama”. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, 2007.

Aycan, Zeynep Ve Kanungo, Rabindra N. (2000). “*İnsan Kaynakları Uygulamaları Ve Kültür*”, Z. Aycan (Der.), "Akademisyenler Ve Profesyoneller Gözüyle Türkiye'de Yönetim, Liderlik Ve İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamaları", (25-54), Türk Psikologlar Derneği Yayınları, No:21, Ankara.

Aydıntan, Belgin. (2005). ”*Çokuluslu İşletmelerde Kültürel Çeşitlilik Ve Etkileri*”, Seymen, Oya Aytemiz; Bolat, Tamer (Der.), "Küreselleşme Ve Çokuluslu İşletmecilik", Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Aytaç, Ö. (2006). “*Girişimcilik: Sosyo-Kültürel Bir Perspektif*”, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 15, ss. 139-160.

Aytaç, Ö.Ve İlhan, S. (2007). ‘*Girişimcilik Ve Girişimci Kültür: Sosyolojik Bir Perspektif*’, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı: 18, ss. 101-120.

Azevedo, A. Drost E. A., Mullen M. R. (2002). “*Individualism And Collectivism: Toward A Strategy For Testing Measurement Equivalence Across Culturally Diverse Groups*”, Cross Cultural Management, Vol. 9, No. 1, ss.19-29.

Barutçugil, İ. (2011). *Kültürler Arası Farklılıkların Yönetimi*. İstanbul: Kariyer Yayıncılık.

Başar, M., Ürper, Y., Tosunoğlu, B.T., Müftüoğlu, T. (2013). “*Girişimcilik*”, T.C. Anadolu Üniversitesi Açık Öğretim Fakültesi Yayını, No: 3002 Aü, Aöf Yayını No:1955, ss. 5-44..

- Bayrak, C. Ve Terzi, Ç. (2004). “Okul Yöneticilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Okullara Yansımaları”, XI. Ulusal Eğitim Bilimleri Kurultayı, İnönü Üniversitesi, Eğitim Fakültesi, Malatya.
- Bedük, A., Alodalı, M.F.B., Ve Güneş, İ. (2003) ‘Yenilikçilik, Yaratıcılık Ve Bilgi Yönetimi’, Kalder Forum, Yıl: 3, Sayı: 12, ss. 27- 30.
- Bektaş, Ç. Ve Köseoğlu, M. A. (2007). “Aile İşletmecilik Kültürünün Girişimcilik Eğilimine Etkileri Ve Bir Alan Araştırması”. Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Karaman İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Yıl: 9, Sayı: 13, ss. 297- 317.
- Bıgones, William J.; Blakely, Gerald L. (1996) ”A Cross-National Study Of Managerial Values”, Journal Of International Business Studies, Vol: 27, No: 4, ss. 739-752.
- Binks, Martin & Vale, Philip (1990). *Entrepreneurship And Economic Change*. McGraw-Hill Book Company.
- Bodur, M. Ve Kabasakal, H. (2002) ‘Türkiye-Arap Kümesinde Kurumsal Kültür: Globe Araştırması’, Yönetim Araştırmaları Dergisi, 2(1), ss. 5-22.
- Bozkurt, G. (1999). *İnsan Ve Kültür* (8. Basım). İstanbul: Remzi Kitabevi.
- Bozkurt, Ö. Ve Erdurur, K. (2013). “Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimindeki Etkisi: Potansiyel Girişimciler Üzerinde Bir Araştırma”, Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi, (8:2), ss. 57- 78.
- Bozkurt, Özlem Ç. (2011). *Dünyada Ve Türkiye’de Girişimcilik Eğitimi: Başarılı Girişimciler Ve Öğretim Üyelerinden Öneriler*. Detay Yayıncılık: Ankara.
- Bozkurt, T. (2000). *İşletme Kültürü, Endüstri Ve Örgüt Psikolojisi* (2. Basım). İstanbul: Türk Psikologlar Derneği- Kalder Kalite Derneği Yayınları.
- Börü, Deniz. (2006). ‘Girişimcilik Eğilimi Marmara Üniversitesi İşletme Bölümü Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma’, Marmara Üniversitesi, Yayın No.733.
- Brenkert, G. G. (2009). “Innovation, Rule Breaking And The Ethics Of Entrepreneurship”. Journal Of Business Venturing, 24, ss. 448– 464.
- Bridge, S. Vd. (1998). *Understanding Enterprise, Entrepreneurship And Small Business*. London: Macmillan Business.

Brindley, C. (2005). ‘*Barriers To Women Achieving Their Entrepreneurial Potential: Women And Risk*’, International Journal Of Entrepreneurial Behaviour & Research, Vol.11, No:2, ss.144-161.

Busenitz, L.W. & Lau, C. (1997). “*A Cross-Cultural Cognitive Model Of New Venture Creation*”, Entrepreneurship Theory And Practice, 20 (4).

Bygrave, W. & Minniti, M. (2000). “*The Social Dynamics Of Entrepreneurship*” Entrepreneurship Theory And Practice, 24 (3).

Bygrave, William B. & Charles W. H. (1991). “*Theorizing About Entrepreneurship*”, Entrepreneurship: Theory And Practice, Cilt: 16, Sayı: 2, ss. 13- 22.

Can, H., Aşan, Ö. Ve Aydın, M. E. (2006). *Örgütsel Davranış*. İstanbul: Arıkan Basım Yayım Dağıtım.

Candan, Burcu Ve Yüksel Cenk Arsun. “*Tüketicilerin Kurumsal Sosyal Sorumlulukla İlgili Tutumları İle Kişisel Değerleri Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma*”. 13. Ulusal Pazarlama Kongresi. Sürdürülebilirlik Ve Pazarlama. 30 Ekim-1 Kasım 2008. Adana. 620-635.

Cansız, Emine. *Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesi: Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma*. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. 2007.

Craig, C. S. Ve Douglas, S. P. (2006). *Beyond National Culture: Implications Of Cultural Dynamics For Consumer Research*, International Marketing Review, 23 (3), ss. 322-342.

Cüceloğlu, D. (1997). *Yeniden İnsan İnsana*. İstanbul: Remzi Kitabevi.

Çağlar, İ. (2001). “*Yönetim – Kültür Bağlamında Türk Yönetim Modelinin Saptanmasına Yönelik Kavramsal Bir Çalışma*”, G.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi, Sayı: 3, ss. 123- 140.

Çarıkçı, İ. H. Ve Koyuncu, O. (2010). ‘*Bireyci-Toplumcu Kültür Ve Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma*’, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı: 3, ss. 1- 18.

Çavuş, Mustafa F. Ve Akgemci T. (2008). “İşletmelerde Personel Güçlendirmenin Örgüsel Yaratıcılık Ve Yenilikçiliğe Etkisi: İmalat Sanayinde Bir Araştırma”, Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 20, ss. 234.

Çavuşgil, T. S., Knight G., Riesenberger R. J. (2012). *International Business, The New Realities* (Second Ediction), Pearson, International Edition.

Çetin, C. (1996). *Yeniden Yapılanma-Girişimcilik Ve Küçük İşletmeler Ve Bunların Özendirilmesi*. İstanbul: Der Yayınları.

De Mooij M. (2005). *Global Marketing And Advertising: Understanding Culturel Paradoxes*, Sage Publications (Second Ediction).

Demirel, E. T. Ve Tikici, M. (2004). “Kültürün Girişimciliğe Etkileri”, Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları, ss.49- 58.

Demirel, Erkan T. Ve Akbıyık Nihat. (2009). *Girişimcilik Kavramı Ve Ortaya Çıkışı, Girişimcilik Ve Küçük İşletmeler*. Ed. Mehmet Tikici Ve Ali Aksoy, 1.Basım, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Demirel, Erkan Turan. “*Girişimcilik Kültürü*”, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2003.

Dimitratos, P., Lioukas, S., Carter, S. (2004). “*The Relationship Between Entrepreneurship And International Performance: The Importance Of Domestic Environment*”. *International Business Review*, 13, ss. 19- 41.

Dinçer, Ö. (1998). *Stratejik Yönetim Ve İşletme Politikası*. B:5. İstanbul: Beta Yayınları.

Doğan, B. (2007). “*Örgüt Kültürü*”. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.

Dollinger, M. J. (1999). *Entrepreneurship: Strategies And Resources*. New Jersey: Prentice Hall.

Döm, S. (2006). *Girişimcilik Ve Küçük İşletme Yöneticiliği*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Drucker, Peter F. (1986). *The Frantiers Of Management: Where Tomoirow's Decisions Are Being Shajoed Today*. Ny: Harper & Row.

- Durukan, Tülin. (2006). “*Dünden Bugüne Girişimcilik Ve 21. Yüzyılda Girişimciliğin Önemi*”, Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi, ss. 25-37.
- Ekin K. P. & Terri A. S. (2006). “*Leader–Member Exchange (Lmx), Paternalism, And Delegation In The Turkish Business Culture: An Empirical Investigation*”, Journal Of International Business Studies, Vol.37, ss. 265.
- Emre, Saliha. “Kadın Girişimcilerin Kültür Ve Cinsiyet Kaynaklı Zorlukları Aşabileceklerine İlişkin İnançları Ve Bir Araştırma” İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2013.
- Erbatu, Göknıl. ‘Kültürel Boyutları İçerisinde Girişimcilik Eğilimi’ Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2008.
- Erdoğan, İ. (1994). *İşletmelerde Davranış*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Ergin, C. (2002). *İnsan Kaynakları Yönetimi (Psikolojik Bir Yaklaşım)*, İş Ve Yönetim. Serisi- 11. 2. Baskı. Ankara: Academy Plus Yayınevi.
- Eric C. (2007). Thompson, Chulanee Thianthai And Irwan Hidayana, “*Culture And International Imagination In Southeast Asia*”, Political Geography, Vol. 26, ss. 268.
- Ertübey, N.Ö. (L992). “*Ege Bölgesi Girişimci Profili Ön Çalışması (Modernleşmeci Ölçütlerle Girişimci Kavramı)*” Ege Üniversitesi Sosyoloji Dergisi, Sayı 2.
- Eyüboğlu, D. (2003). *Girişimciliğin Geliştirilmesi*, Ss. 12, Ankara: Mpm Yayınları.
- Fidan, Yahya. (2002). *Girişimcilik Ve Girişimci Özellikleri (Sivas Örneği)*, İstanbul: Beta Yayım.
- Gartner, W. B. (1989). *Who Is An Entrepreneur? Is The Wrong Question. Entrepreneurship Theory And Practice*. ss. 47-67.
- Gizir, Sıdıka. (2003), ‘*Örgüt Kültürünün Çalışmalarında Yöntemsel Yaklaşımlar*’, Kuram Ve Uygulamalarda Eğitim Yönetimi Dergisi, Yıl:9, Sayı:35, ss. 374-397.
- Gregorio, D. D. (2005). “*Re-Thinking Country Risk: Insights From Entrepreneurship Theory*”. International Business Review, 14, ss. 209– 226.
- Gutman, J. (1982). “*A Means-End Chain Model Based On Consumer Categorization Processes*”. Journal Of Marketing, Vol:56, Spring, ss. 60-72.

Günay, Gonca. Ve Gökten, Banu. (2012). ‘*Girişimci Bilişi Ve Ulusal Kültür İlişkisi: Türkiye Ve Amerika’da Yapılmış Karşılaştırmalı Bir Çalışma*’, Ankara Sanayi Odası Yayın Organı, ss. 36-44.

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, 10, ss. 62– 86.

Güreşçi, E. (2014). “*Girişimcilik Eğilimi Üzerine Bir Araştırma: İspir Hamza Polat Myo Örneği*”, Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi, (9:1), ss. 23- 38.

Gürol, A. (2000). ‘*Türkiye’de Kadın Girişimci Ve Küçük İşletmesi*’, Ankara: Atılım Üniversitesi Yayını, No:2, ss. 36.

Güvenç, B. (1996). *İnsan Ve Kültür* (7. Basım). İstanbul: Remzi Kitabevi.

Hakala, S. (2007). *Women Entrepreneurs: Challenges and Successes in Non-Traditional Industries. The School of Advanced Studies, University of Phoenix.*

Hall E. T. & Hall M. R. (1990). *Understanding Cultural Differences*, New York: Intercultural Press.

Halloran, J. W. (1992). *The Entrepreneur’s Guide To Starting A Successful Business*, New York: Mcgraw- Hill Inc.

Hardy, K. (1999). ‘*What Do Entrepreneurs Contribute?*’, Ivy Business Journal, (64) 2, November, ss. 48- 65.

Hardy, K. (2000). ‘*What Do Entrepreneurs Contribute?*’, Ivy Business Journal, Vol 64, Issue 2, ss. 52; Norris F. Krueger, Et All, Competing Models Of Entrepreneurial Intentions, Journal Of Business Venturing, Vol.15 Is.5-6, ss. 411.

Harper, D. A. (2008). “*Towards A Theory Of Entrepreneurial Teams*”, Journal Of Business Venturing, 23, ss. 613- 626.

Hill, C. W. L. (2002). “*International Business: Competing In The Global Marketplace*”, 3rd Edition, Mcgraw-Hill, New York.

Hisrich D.R. & Peters, M.P. (2002). *Entrepreneurship*, Fifth Edition, Usa: Mcgraw-Hill Higher Education.

- Hisrich, R. D. & Peters, M. (2001). *Entrepreneurship*. 5th Edition, Mcgrawhill Higher.
- Hisrich, R. D., & Peters, M. P. (1989). *Entrepreneurship: Starting, Developing And Managing A New Enterprise*. Homewood. Il: Bp1 Irwin.
- Hoecklin, L. A. (1995). "Managing Cultural Differences: Strategies For Competitive Advantage", Addison-Wesley Pub, Wokingham.
- Hofstede, G. (1994a). "Management Scientists Are Human", Management Science, Vol. 40, No.1, ss. 4-13.
- Hofstede, G. & Arrindell, W. A. (1998c). *Masculinity And Femininity: The Taboo Dimensions Of National Cultures*, Sage Publications, London.
- Hofstede, G. & Bond, M. H. (1988) 'The Confuciusconnection: From Cultural Roots To Economic Growth. *Organizational Dynamics*', 16, ss. 4– 21.
- Hofstede, G. & Hofstede, G. J. (2005). *Cultures And Organizations: Software Of The Mind*, Revised And Expanded 2nd Edition, Mc Graw-Hill, New York.
- Hofstede, G. (1980a). "Culture's Consequences". London: Sage Publication.
- Hofstede, G. (1980a). "Motivation, Leadership, And Organization: Do American Theories Apply Abroad?" *Organizational Dynamics*, Vol.9 Issue 1, ss. 42-63.
- Hofstede, G. (1980b). *Culture's Consequences, International Differences In Workrelated Values*, London: Sage Publication.
- Hofstede, G. (1983a). "The Cultural Relativity Of Organizational Practices And Theories", *Journal Of International Business Studies*, 14, 2, ss. 75-89.
- Hofstede, G. (1983b). "National Cultures In Four Dimensions: A Research Based Theory Of Cultural Differences Among Nations", *Int. Studies Of Man. & Org.*, Vol.XIII, No.1-2, ss. 46-74.
- Hofstede, G. (1984b). "The Cultural Relativity Of The Quality Of Life Concept", *Academy Of Management Review*, Vol. 9, No.3, ss. 389-398.
- Hofstede, G. (1984c). "Cultural Dimensions In Management And Planning", *Asia Pacific Journal Of Management*, ss. 81-99.

- Hofstede, G. (1991). *Cultures And Organizations: Software Of The Mind*, Mcgraw Hill, London.
- Hofstede, G. (1993) “*Cultural Constraints In Management Theories*”, The Executive, Vol. 7, No. 1, ss. 81-94.
- Hofstede, G. (1994b). “*Business Cultures*”, Unesco Courier, Vol.47, Issue.4, ss. 12-16.
- Hofstede, G. (2001). *Culture’s Consequences; Comparing Values, Behaviors, Institutions And Organizations Across Nations*. 2. Bs. Sage Publications.
- Hofstede, G. (1994). *Culture And Organizations*. London: Harpercollins.
- Hofstede, G. J. & Minkov, M. (2010). *Cultures And Organizations: Software Of The Mind*, Revised And Expanded Third Edition, Mc. Graw Hill.
- House, R., Javidan, M., Hanges, P., Dorfman, P. (2002) ‘*Understanding Cultures And Implicit Leadership Theories Across The Globe: An Introduction To Project Globe*’, Vol. 37, No. 8, ss. 3- 10.
- Hüseyinklioğlu, Buket. Bireysel Değerler Ve Örgütsel Bağlılık Düzeyi İlişkisi: Asker Hastanesi Çalışanları Üzerine Bir İnceleme, Çukurova Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, 2010, Adana.
- Ireland, R. D. & Webb, J. W. (2009). “*Crossing The Great Divide Of Strategic Entrepreneurship: Transitioning Between Exploration And Exploitation*”. Business Horizons, 52, ss. 469- 479.
- İrmiş, A., Durak, İ, Ve Özdemir, L. (2010). *Girişimcilik Kültürü, Anadolu Girişimciliğinden Örnekler*. Bursa: Ekin Basım Yayın Dağıtım.
- İslamoğlu, A. H. Ve Alnıaçık, Ü. (2014). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. İstanbul: Beta Basım Yayın Dağıtım.
- İşcan, Ö. F. Ve Kaygın, E. (2011). ‘*Potansiyel Girişimciler Olarak Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma*’, Organizasyon Ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 3 (2), ss. 275- 286.

İşcan, Ö.F. Ve Kaygın, E. (2011). “Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, (2), ss. 443- 462.

Javidan, M., House, R. J., Dorfman, P. W., Hanges, P. J. Ve Luque M. S. (2006) "Conceptualizing And Measuring Cultures And Their Consequences: A Comparative Review Of Globe's And Hofstede's Approaches", Journal Of International Business Studies, Vol. 37, Pp. 899.

Johnson, David. (2001). “What Is Innovation And Entrepreneurship? Lessons For Larger Organisations”, Industrial And Commercial Training, Vol. 33, No. 4, ss. 135-140.

Kağıtçıbaşı, Ç. (2000). *Kültürel Psikoloji: Kültür Bağlamında İnsan Ve Aile*. İstanbul: Evrim Yayınevi.

Kalaycı, Ş. (2006). *Spss Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayın Dağıtım.

Kapu, Hüsnü. “Orta Ve Güneydoğu Anadolu’da Yaşayan Girişimci/ Yöneticilerin Yaşam Ve Girişimcilik Değerleri”, Marmara Üniversitesi Sosyal Bil. Ens. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul, 2001.

Kaya, A. (2004). *Bilişim Ve İletişim Işığında Girişimcilik Ve Kobi Yönetimi*. Konya: Eğitim Kitabevi.

Kaya, N. (2001). “İşletmelerde Girişimcilik Özelliği Yüksek Çalışanların GÜdülenmesi”, 9.Ulusal Yönetim Organizasyon Kongresi Bildiriler, 24-26 Mayıs, ss. 541- 551.

Kaygın, E. Ve Güven, B. (2013). *Güçlü Kadınlar: Türkiye’de Kadının Girişimciliği*. İstanbul: Çatı Akademi.

Keegan, W. J. & Green M. J. (2013). *Global Marketing* (Seven Edt.), Pearson.

Keleş, H. N. (2013). “Girişimcilik Eğiliminin Kuşak Farkına Göre İncelenmesi”, Selçuk Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, ( 26), ss. 23- 43.

- Keleş, H. N., Kırıl Özkan, T., Doğaner, M. Ve Altunoğlu, A. E. (2012). “Ön Lisans Öğrencilerinin Girişimcilik Düzeylerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”, Uluslararası İktisadi Ve İdari İncelemeler Dergisi, (9), ss. 107- 118.
- Kirzner, I. (1985). *Discovery And The Capitalist Process*, University Of Chicago Pres.
- Kluchohn, F. R. & Strodtbeck F. L. (1961). *Variations In Value Orientations*, Evanston, Illinois: Row, Peterson.
- Kobinah T., Mizerski D., Mizerski K. (2003). “*The Effect Of Cultural Allegiance And Values On The Perception Of Spokespersons Denying Commercial Rumours*”, Asia Pacific Journal Of Marketing And Logistics, Vol. 15, No. 2, ss.41.
- Koçel, T. (2003). “*İşletme Yöneticiliği*” (9.Basım). İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Koçel, T. (2007). *İşletme Yöneticiliği* (11. Basım). İstanbul: Arıkan Basım Yayın Dağıtım.
- Koh, H. C. (1996). ‘*Testing Hypotheses Of Entrepreneurial Characteristics A Study Of Hong Kong Mba Students*’, Journal Of Managerial Psychology, 11 (3), ss. 12- 25.
- Korkmaz, O. (2012). “*Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Bülent Ecevit Üniversitesi Örneği*”, Afyon Kocatepe Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 6(2), ss. 209- 226.
- Köse, S. Ve Ünal, A. (2003). “*Farklı Toplumsal Kültürler, Örgüt Yapıları, Liderlik Davranışları*”. İzmir: Güven Kitabevi.
- Kroeber, A.L. & Kluckhohn, C. (1952). *Culture: A Critical Review Of Concepts And Definitions*, New York: Vintage Books.
- Krueger, Norris F., (2000). Et All, ‘*Competing Models Of Entrepreneurial Intentions*’, Journal Of Business Venturing, Vol.15 I, ss.5- 6.
- Kuratko, F. & Hodgetts, R. M. (2001). *Entrepreneurship: A Contemporary Approach*, Mason. Oh: South-Western Publishers.

Kuratko, F. D. & Hodgetts M. R. (1995). *Entrepreneurship*. Third Edition. New Jersey: The Dryden Pres.

Kuşdil, M. E. Ve Kağıtçıbaşı, Ç. (2000). *Türk Öğretmenlerin Değer Yönelimleri Ve Schwartz Değer Kuramı*. Türk Psikoloji Dergisi, 15(45), ss. 59-76.

Küçük, O. (2007). *Girişimcilik Ve Küçük İşletme Yönetimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Lambing, Peggy R. & Kuehl, Chars R. (2000). *Entrepreneurship*. Second Edition, Prentice Hall.

Lım, L. (2001). ‘*Work Related Values Of Malays And Chinese Malaysians*’, International Journal Of Cross Cultural Management, Vol. 1 (2).

Low, M. B. & Macmillan, I. C. (2007). “*Entrepreneurship: Past Research And Future Challenges*”, Ed.: A. Cuervo, D. Ribeiro, S. Roig. *Entrepreneurship: Cocepts, Theory And Perspective*, ss. 131-154, Verlag Berlin Heidelberg: Springer.

Lowe, R. & Marriott, S. (2006). *Enterprise: Entrepreneurship And Innovation Concepts, Contexts And Commercialization*. Usa: Elsevier Linacre House.

Mcclelland, D. C. (1962). “*Business Drive And National Achievement*”, Harvard Business Review, Cilt: 40, Sayı: 4, ss. 104.

Mcclelland, David C. (1961). *The Achieving Society*, Abd: D. Van Nostrand Company, ss. 57.

Mejuyev, Vadim. (1998). *Kültür Ve Tarih*. (Çev.: Suat H. Yokova). İstanbul: Toplumsal Dönüşüm Yayınları.

Mohanty, K. S. (2005). *Fundamentals Of Entrepreneurship*. New Delhi: Phı.

Morden, T. (1999). “*Models Of National Culture-A Management Review*”, Cross Cultural Management, Vol. 6, No. 1, ss. 19-44.

Morden, T. (1999). ss. 23; Korkmaz Mustafa, *Cross-Cultural Research On Organizational Commitment: A Research On An International Organization Located İn Turkey*, Marmara University Ssı, 2006, (Unpublished Graduate Thesis), ss. 158.

Morris, M. H., Vuuren, J. V., Cornwall, J.R., Scheepers, R. (2009). “*Properties Of Balance: A Pendulum Effect In Corporate Entrepreneurship*”, Business Horizons, 52, ss. 429- 440.

Mucuk, İ. (2011). *Modern İşletmecilik*. İstanbul: Türkmen Yayınevi.

Mueller, Stephen L. & Thomas, Anisya S.. (2000). ‘*Culture And Entrepreneurial Potential: A Nine Country Study Of Locus Control And Innovativeness*’, Journal Of Business Venturing, Vol.16, ss. 51– 75.

Müftüoğlu, T. ve Durukan, T. (2004). “*Girişimcilik Ve Kobi’ler*” , Gazi Kitabevi, ss. 1-5-14.

Naktiyok, A. ‘*İç Girişimcilik*’. İstanbul: Beta Basım, 2004.

Oke, A., Munshi, N., Walumbwa, F. O. (2009). “*The Influence Of Leadership On Innovation Processes And Activities*”, Organizational Dynamics, 38 (1), ss. 64- 72.

Özgen, E. (2012). ‘*The Effect Of The National Culture On Female Entrepreneurial Activities İn Emerging Countries: An Application Of The Globe Project Cultural Dimensions*’, International Journal Of Entrepreneurship, 16, Special Issue, ss. 69-92.

Öztürk, Engin Bağış. “*Turkish & German Work Mentalities: An Intercultural Approach*”. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2006.

Parnell, A. J., Crandall, W. Ve Menefee, M. (1995). “*Examining The Impact Of Culture On Entrepreneurial Propensity: An Empirical Study Of Prospective American And Egyptian Entrepreneurs*”, Academy Of Entrepreneurship Journal, 1 (1), ss. 39- 53.

Radipere, Nkoana S. “*An Analysis Of Local And Immigrant Entrepreneurship İn The South African Small Enterprise Sector (Gauteng Province)*”, University Of South Africa Doctorate Thesis, 2012.

Ralston, David A.; Holt, David H.; Terpstra, Robert H.; Cheng, Yu Kai. (1997). “*The Impact Of National Culture And Economic Ideology On Managerial Work Values: A Study Of The United States, Russia, Japan And China*”, Journal Of International Business Studies, Vol: 28, No: 1, ss. 177-207.

- Robbins, S. & Coulter, M. (2002). *Management*. 7th Ed. Usa: Prentice Hall Inc.
- Roccas, S., Sagiv, L., Schwartz S. H., Knafo A. (2002). “*The Big Five Personality Factors And Personal Values*”. *Personality And Social Psychology Bulletin*, 28, ss. 789–801.
- Romero-Martínez, A. M., Fernández-Rodríguez, Z., Vaquero-Inchausti, E. (2010). “*Exploring Corporate Entrepreneurship In Privatized Firms*”. *Journal Of World Business*, 45, ss. 2- 8.
- Saffu, K. (2003). “*The Role And Impact Of Culture On South Pacific Island Entrepreneurs*” , *International Journal Of Entrepreneurial Behaviour & Research*, Vol. 9, No. 2, ss. 55-73.
- Salik, N. Ve Kaygın, E. (2016). “*Demografik Değişkenler Açısından Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesi: Kafkas Üniversitesi Örneği*”, *Ksü Sosyal Bilimler Dergisi*, Cilt: 13, Sayı: 1, ss. 147.
- Sarason, Y., Dean, T., Dillard, J. F. (2006). “*Entrepreneurship As The Nexus Of Individual And Opportunity: A Structuration View*”. *Journal Of Business Venturing*, 21, ss. 286- 305.
- Sargut, S. (2001). *Kültürler Arası Farklılaşma Ve Yönetim*, Ankara: İmge Kitabevi.
- Sargut, S. A. (1994). *Kültürlerarası Farklılaşma Ve Yönetim*. Ankara: Verso Yayınları.
- Say, Jean B. (1836). *A Treatise On Political Economy; Or The Production, Distribution, And Consumption Of Wealth*. Kanada: Batoche Books.
- Schermerhorn, J. R. Jr. (1999). “*Management*”, John Wiley & Sons Inc, New York.
- Schroeder, R. (1996). *Max Weber Ve Kültür Sosyolojisi*, Çeviri (Mehmet Küçük). Ankara: Bilim Ve Sanat Yayınları.
- Schumpeter, Joseph A. (1950). *Capitalizm, Socializm And Democracy*, Third Edition, New York: Harper Torchbooks.
- Schuyt N. M T. & Schuijt J. J. M. (1998). “*Rituals And Rules: About Magic In Consultancy*”, *Journal Of Organizational Change Management*, Vol. 11, No.5, ss. 400.

Schwartz H. S. & Bilsky W. (1994). “*Values And Personality*”, European Journal Of Personality, Vol 8, Ss.167.

Smith, P. B., Peterson, M. F., Schwartz, S. H. (2002). “*Cultural Values, Sources Of Guidance, And Their Relevance To Managerial Behavior: A 47-Nation Study*”, Journal Of Cross-Cultural Psychology, Vol: 33, ss. 188-208.

Solmaz, S. A., Aksoy, Ö., Şengül, S., Sarıışık, M. (2014). “*Üniversite Öğrencilerinin Girişimci Kişilik Özelliklerinin Belirlenmesi: Turizm Lisans Ve Ön Lisans Öğrencileri Üzerine Bir Alan Araştırması*”, Kahramanoğlu Mehmetbey Üniversitesi Sosyal Ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 16(26), ss. 41- 55.

Souitaris, V., Zerbinati, S., Al-Laham, A. (2007). “*Do Entrepreneurship Programmes Raise Entrepreneurial Intention Of Science And Students? The Effect Of Learning, Inspiration And Resources*”, Journal Of Business Venturing, Cilt: 22, Sayı: 4, ss. 570.

Sungur N. (1992). *Yaratıcı Düşünce, Herkes Yaratıcı Olabilir Mi? Yaratıcılık Ölçülebilir Mi? Yaratıcılık Öğrenilebilir Mi?*. İstanbul: Öğür Yayın Dağıtım.

Şahin, Tezcan. “*Kültürün Girişimcilik Niyeti Üzerine Etkileri: Bulgaristan Türkleri Ve Türkiye’deki Bulgaristan Göçmenleri Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma*” Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2015.

Şenocak, B. (1992). “*2000’li Yılların Girişimcilik Modeli*”, 3. İzmir İktisat Kongresi, ss. 181-186.

Şimşek, M. Ş., Akgemici, T. Ve Çelik, A. (2001). *Davranış Bilimlerine Giriş Ve Örgütlerde Davranış*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Şişman, M. (2002). *Örgütler Ve Kültürler*. Ankara: Pegem A Yayıncılık.

Taşar Ünalp, Ayça. “*Küresel İşletmeler Ve Küresel İşletmelerde Farklılıkların Yönetiminde Kültürel Farklılıkların Önemi*”. Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2007.

Tekin, M. (2004). *Girişimcilik Ve Küçük İşletme Yöneticiliği*. Konya: Selçuk Üniversitesi Yayınları.

Terzi, A. R. (2000). *Örgüt Kültürü*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Terzi, A. R. (2004). “Üniversite Öğrencilerinin Güç Mesafesi Ve Belirsizlikten Kaçınma Algıları Üzerine Bir Araştırma”, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Cilt 6, Sayı 2, ss. 65- 76.

Tiessen, James H. (1997). ‘*Individualism, Collectivism, And Entrepreneurship: A Framework For International Comparative Research*’, Journal Of Business Venturing, 12(5), ss. 367- 385.

Tikici, M. Türk, M., Akbıyık, N, Demirel, E., (2007). *Kültürün Girişimciliğe Etkileri: Malatya Örneği*, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Titiz, Tınaz. (1994). *Girişimcilik*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.

Top, S. (2006). *Girişimcilik Keşif Süreci*. İstanbul: Beta Yayınları.

Tosun, K. (1990). *İşletme Yönetimi*. Yayın No: 226. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları.

Tosun, K. (1990). *Yönetim Ve İşletme Politikası*. Cilt 1. İstanbul: İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayınları.

Triandis, H. C. (1994). “*Culture And Social Behavior*”. McGraw & Hill, New York.

Trompenaars, F. Ve Turner, C. H., (1998). *Küresel İş Yönetimi Ve Kültürel Çeşitlilik*. İstanbul: Anadolu Grubu Yayınları.

Tutar, H. (2013), *Davranış Bilimleri Kavramlar Ve Kuramlar* (1. Basım). Ankara, Ocak.

Tügiad. (1993). *Girişimciliğin Önemi Ve Değişen Girişimci Nitelikleri*. İstanbul: Tügiad Yayını.

Türk Dil Kurumu. (1992). *Türkçe Sözlük*. Ankara: Atatürk Kültür, Dil Ve Tarih Kurumu Yayınları.

Türk Dil Kurumu. (2017). Büyük Türkçe Sözlük, [Http://Www.Tdk.Gov.Tr/Index.Php?Option=Com\\_Gts&Arama=Gts&Guid=Tdk.Gts.5a15a0c266fbd1.09772082](http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=tdk.gts.5a15a0c266fbd1.09772082).

Tüsiad. (2002). *Türkiye’de Girişimcilik*. Ankara: Tüsiad Yayınları.

- Tüsiad. (2003). *Türkiye’de Girişimcilik*. Yayın No: Tüsiad– Ts/Bas/03–018, Ankara: Tüsiad Yayınları.
- Tüz, M. (2004). *”İşletmelerde Yönetim Modelleri”*. Bursa: Alfa Akademi Basım Yayım Dağıtım.
- Usal, A. Ve Kuşluvan, Z. (2002). *Davranış Bilimleri (Sosyal Psikoloji)*. Meta Basım.
- Uzunçarşılı, Soydaş, Ayda. “Çokuluslu İşletmelerde Kurum Kültürü Ve Halkla İlişkiler Uygulamaları”. Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2001.
- Üzün, C. (2000). *Stratejik Yönetim Ve Halkla İlişkiler*. İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Yayınları.
- Wickham, P. A. (2004). *Strategic Entrepreneurship*. 3rd Edition. London: Pearson Education Limited.
- Williams, C. & Lee, S. H. (2009). “*Resource Allocations, Knowledge Network Characteristics And Entrepreneurial Orientation Of Multinational Corporations*”. *Research Policy*, 38, ss. 1376-1387.
- Wu, Ming-Yi (2006). *Intercultural Communication Studies Xv: Hofstede’s Cultural Dimensions 30 Years Later: A Study Of Taiwan And The United States*, *Intercultural Communication Studies XV*: 1.
- Yang, C. W. ‘*The Effect Of Leadership And Entrepreneurial Orientation Of Small And Medium Enterprises On Business Performance In Taiwan*’, Unpublished Phd Dissertation, University Of Incarnate Word, 2006.
- Yeşil, S. (2009a). “*Yenilikçiliğin Temel Dinamiklerinden Kültür Ve Kültürel Farklılıklar*”, *Ksu, Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(2), ss. 101-149.
- Yılmaz Ercan Ve Sünbül Ali Murat. (2009) ‘*Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeğinin Geliştirilmesi*’, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21.
- Yüzüak, Elif. “*Üniversitelerde Öğrenim Gören Kız Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerini Etkileyen Faktörler: Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi Biga İ.İ.B.F. Örneği*”, *Çanakkale On Sekiz Mart Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, 2010.

Zhang, Z. & Arvey, R. D. (2009). “*Rule Breaking In Adolescence And Entrepreneurial Status: An Empirical Investigation*”, *Journal Of Business Venturing*, 24, Ss. 436- 447.

Zimmerer, Thomas W., Scarborough, Norman M., Wilson, D. (2008). *Essentials Of Entrepreneurship And Small Business Management*. Baskı 5. New Jersey: Pearson International Edition.



## EKLER

### ANKET FORMU

Bu anket formu Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalında yürütülmekte olan “Ulusal Kültürün Girişimcilik Eğilimi Üzerindeki Etkisi: Afyon Kocatepe Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma” konulu araştırmada kullanılmak üzere hazırlanmıştır. Katılımcılara ait bilgiler ve verdikleri cevaplar hiçbir şahıs ve kurumla paylaşılmayacaktır. Anketin verimli olması için tüm soruları cevaplandırmanızı rica ediyor, değerli zamanınızı ayırdığınız için de çok teşekkür ediyoruz.

Tez Danışmanı  
Prof. Dr. HATİCE ÖZUTKU  
İ.İ.B.F. İşletme Bölümü  
hozutku@aku.edu.tr

İKLİM MERVE KELEŞOĞLU  
S.B.E. Yüksek Lisans  
Öğrencisi  
iklimervekelesoglu@gmail.com

<b>ULUSAL KÜLTÜR İLE İLGİLİ SORULAR</b> Aşağıdaki ifadelerden sizin için en uygun olan sayıyı işaretleyiniz.		<b>Kesinlikle Katılmıyorum</b>	<b>Katılmıyorum</b>	<b>Kararsızım</b>	<b>Katılıyorum</b>	<b>Kesinlikle Katılıyorum</b>
1	Yüksek bir pozisyonda, bir kadın yerine, bir erkeğin yönetici olmasını tercih ederim.	1	2	3	4	5
2	Bana göre erkeklerin mesleki bir kariyere sahip olması, kadınların mesleki bir kariyere sahip olmasından daha önemlidir.	1	2	3	4	5
3	Bana göre kadınlar örgütsel bir sorunla karşılaştıklarında genellikle duygularının etkisi altında kalırken, erkekler soruna genellikle soğukkanlılıkla yaklaşır.	1	2	3	4	5
4	Bana göre örgütsel sorunları çözmeye, erkekler doğaları gereği, kadınlara göre daha başarılıdır.	1	2	3	4	5
5	Bana göre evli çiftlerde, erkeğin kadından kariyer olarak daha üstte olması önemlidir.	1	2	3	4	5
6	Bana göre yöneticiler çoğu kararı astlarına danışmadan almalıdırlar.	1	2	3	4	5
7	Bana göre bir yöneticinin, astlarıyla uğraşırken otorite ve güç kullanması çoğu zaman gereklidir.	1	2	3	4	5
8	Bana göre yöneticiler çalışanlarının görüşlerini nadiren sormalıdırlar.	1	2	3	4	5
9	Bana göre çalışanlar yönetimin verdiği kararlara uymamazlık etmemelidirler.	1	2	3	4	5
10	Bana göre yöneticiler, çalışanlarına önemli görevleri havale etmemelidirler.	1	2	3	4	5
11	Bana göre iş gereksinimlerinin ve ayrıntılı açıklanmış talimatların olması önemlidir. Böylece çalışanlar kendilerinden nelerin beklendiğini her zaman bilebilirler.	1	2	3	4	5
12	Bana göre yöneticiler, çalışanlarından talimat ve prosedürleri yakından takip etmelerini beklemelidirler.	1	2	3	4	5
13	Bana göre kurallar ve düzenlemeler önemlidir. Çünkü bunlar örgütün	1	2	3	4	5

	çalışanlardan neleri beklediğini gösterir.					
14	Bence standart işletme prosedürleri işi yapan çalışanlara yardımcıdır.	1	2	3	4	5
15	Bence, çalışanlar için işleyiş ile ilgili talimatlar önemlidir.	1	2	3	4	5
16	Bence, çalışan grubun mutluluğu bireysel mutluluktan daha ön planda tutulmalıdır.	1	2	3	4	5
17	Bence, çalışılan grubun başarısı bireysel başarıdan daha önemli olmalıdır.	1	2	3	4	5
18	Benim için çalıştığım grubun bir üyesi olarak kabul edilmiş olmak çok önemlidir.	1	2	3	4	5
19	Bence, çalışanlar grubun mutluluğunu göz önüne aldıktan sonra kendi hedeflerinin peşinde koşmalıdırlar.	1	2	3	4	5
20	Bana göre iş yerlerinde statüye göre ilişkileri düzenlemek ve bu düzenlemelere riayet etmek önemlidir.	1	2	3	4	5
21	Bana göre iş yerlerinde çalışanların tutumlu olması önemlidir.	1	2	3	4	5
22	Bana göre iş yerlerinde çalışanların sebatkâr olmaları önemlidir.	1	2	3	4	5
23	Bence, iş yerinde çalışanların doğru ve yanlış duyarlılığına sahip olmaları önemlidir.	1	2	3	4	5

<b>GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ İLE İLGİLİ SORULAR</b> Aşağıdaki ifadelerden sizin için en uygun olan seçeneği işaretleyiniz. <b>1.Hiçbir Zaman, 2.Nadiren, 3.Bazen, 4.Sık Sık, 5.Çok Sık</b>		Hiçbir Zaman	Nadiren	Bazen	Sık Sık	Çok Sık
1	İşimde geçmiş performansımdan daha iyi olabilmek için daha çok çaba harcamaya çalışırım.	1	2	3	4	5
2	Görevimin son derece zor olduğu zamanlarda elimden gelenin en iyisini yaparım.	1	2	3	4	5
3	İstediğim şeyi elde ettiğim zaman bunun sebebini genellikle kendi yeteneklerim olduğu düşünürüm.	1	2	3	4	5
4	İşlerimde kendi kararlarım etkilidir.	1	2	3	4	5
5	Kendi işimi kurabilirim.	1	2	3	4	5
6	İşten zorunlu olarak ayrılısam işle ilgili kendime seçenekler oluşturabilirim.	1	2	3	4	5
7	Zor durumlarda seçenekler oluşturabilirim.	1	2	3	4	5
8	Farklı insanlarla dostluklar kurabilirim.	1	2	3	4	5
9	Denemediklerimi denemekten çekinmem.	1	2	3	4	5
10	Kendimde farklı işler yapabilecek enerjiyi hissederim.	1	2	3	4	5
11	Arkadaşlarıma değişik iş projelerden söz ederim.	1	2	3	4	5
12	Yeteneklerimi uygulayabilecek alanlar oluştururum.	1	2	3	4	5
13	Arkadaşlarımdan gelen bazı projelere katılmaktan çekinmem.	1	2	3	4	5
14	Hayatımı dış etkenlere bırakmam.	1	2	3	4	5
15	Kararlarımla hayatımı şekillendirebileceğimi düşünüyorum.	1	2	3	4	5
16	Risk almaktan çekinmem.	1	2	3	4	5
17	Geleceği görerek ona dönük hazırlıklar yapabilirim.	1	2	3	4	5
18	Yeni bir şeyleri denememe imkân veren projeler üzerinde çalışmayı severim.	1	2	3	4	5
19	Eski fikirlere ve uygulamalara meydan okumayı ve daha iyilerini araştırmayı severim.	1	2	3	4	5

20	Yeni bir perspektiften bakmama imkân sağlayan proje ve işlerle uğraşırım.	1	2	3	4	5
21	Geçmişte başkaları tarafından kullanılmamış yeni yöntemlerle çalışmayı denerim.	1	2	3	4	5
22	Yeterli çabayla, her türlü sorunu ortadan kaldırebiliriz.	1	2	3	4	5
23	Yaptığım planları yürütebileceğimden çoğunlukla eminimdir.	1	2	3	4	5
24	Yeni bir durum ve uygulamaya adapte olmakta sorun yaşamam.	1	2	3	4	5
25	Üzerinde çalıştığım bir konuda hata yapmaktan çekinmem.	1	2	3	4	5
26	Her işin bir riski vardır. İşimde her türlü riski göze alabilirim.	1	2	3	4	5
27	Başarılıyı sağlayacak uygun yöntem ve tekniklerin arayışı içerisindeyimdir.	1	2	3	4	5
28	Karşıma çıkan fırsatları değerlendirebilirim.	1	2	3	4	5
29	Elimdeki kaynakları bir araya getirerek verimliliğe dönüştürebilirim.	1	2	3	4	5
30	İşimde ve çalışmalarımdaya ortaya çıkan değişimlere açıgımdır.	1	2	3	4	5
31	İşimi severek ve azimle yaparım.	1	2	3	4	5
32	İşimde yaratıcılık yönüm güçlüdür.	1	2	3	4	5
33	İşimi gerçekleştirirken, herhangi bir ekip ya da kişiyle çalışabilirim.	1	2	3	4	5
34	Bir işte ya da uygulamada liderliği ele almaktan çekinmem.	1	2	3	4	5
35	İş konusunda gelecekle ilgili etkili kararlar alabilirim.	1	2	3	4	5
36	Farklı işlere yönelik motivasyonum ve eğilimlerim güçlüdür.	1	2	3	4	5

### DEMOGRAFİK DEĞİŞKENLER

Bu bölümdeki sorular kişisel bilgilerinize yöneliktir.

0. Girişimcilik dersi aldınız mı? ( ) Hayır ( ) Evet

1. Cinsiyetiniz: ( ) Erkek ( ) Kadın

2. Öğrenim Gördüğünüz Üniversite ve Fakülte

3. Öğrenim Gördüğünüz Bölüm

4. Annenizin eğitim durumu: ( ) İlköğretim ( ) Lise ( ) Ön Lisans ( ) Lisans ( ) Lisans Üstü

5. Babanızın eğitim durumu: ( ) İlköğretim ( ) Lise ( ) Ön Lisans ( ) Lisans ( ) Lisans Üstü

6. Ailenizin yaşadığı bölge: ( ) Marmara ( ) Ege ( ) Akdeniz ( ) Karadeniz ( ) İç Anadolu

( ) Doğu Anadolu ( ) Güneydoğu Anadolu

7. Ailenizde girişimci/ girişimciler var mı? ( ) Evet ( ) Hayır

8. Ailenizin aylık geliri nedir? \_\_\_\_\_

**KATILIMINIZ İÇİN TEŞEKKÜRLER**