

GİRİŞİMCİLİK VE KÜLTÜR



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

ÖZET

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

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, kültür, girişimci kültür.

ABSTRACT

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

Key Words: Entrepreneurship, culture, entrepreneurial culture.

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

** Hacettepe Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü Doktora Öğrencisi

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

GİRİŞ

Sosyal bilimlerde 1980'li yıllardan itibaren toplumların başarılı olma koşulları ile ilgili yapılan araştırmalarda sıklıkla karşılaşılan ve önem verilmeye başlayan konulardan birisi de girişimciliktir. Girişimcilik mevcut statükonun devam ettirilmesinden ziyade yenilikçilik, yaratıcılık gibi mevcut durumun dışına çıkmayı gerektiren ve toplumların ve örgütlerin değişimi başarılı gerçekleştirmelerini sağlamalarına yardımcı olan bir süreçtir. Bu süreçte bazı toplumların başarılı olduğu görülürken bazı toplumların ise yeterli düzeyde başarılı olmadıkları görülmektedir. Bu çalışmada, girişimcilik değerlerini betimleme ve açıklama amaçlarına kültürel bir yaklaşım izlenerek ulaşılmaya çalışılacaktır. Bu yaklaşımın kullanılmasında amaç, girişimcilik davranışlarının kendisi değil, genellikle girişimcileri bu davranışlara yönlendiren değer, inanç ve varsayımların ele alınmasıdır. Bu yaklaşımda, girişimciliğin ortaya çıkması, girişimcilerin içinde bulunduğu sosyal yapıyla etkileşerek ortak anlamlar kazanması ve bu anlamdan etkilenen kültürel bir varlık olarak ele alınmasıdır. Girişimcilik davranışının arkasındaki bu ortak anlamlar ise, girişimciyi çevreleyen toplumsal kültür bağlamında açılanmaktadır.

KÜLTÜR

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

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

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

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

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

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

Güç Mesafesi Boyutu

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

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

Belirsizlikten Kaçınma Boyutu

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

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

Erillik-Dişilik Boyutu

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

Bireycilik-Kolektivizm (Toplumculuk) Boyutu

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

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

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

GİRİŞİMCİ KÜLTÜR

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

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

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

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

Ancak, kültürdeki değişimler genellikle insanların belli eski yöntemlerin artık işe yaramadığını farketmeleriyle olur. Joynt ve Warner (1996), insanların toplumun hayatta kalmasının önemini farkına vardıklarında kültürü değiştirmenin hiç de zor olmadığını savunmaktadırlar. Aynı şekilde girişimciliğin, hizmet ettiği ve kaynaklarını kullandığı toplumlar üzerinde geniş bir etkisi vardır. Girişimcilik, fiziksel çevreyi ve değerleri etkiler. Eğer bir kültürün girişimciliği destekleyen değerleri varsa, bu durumda kültür girişimciliğin lokomotifi olur (Johannisson, 1987a).

GİRİŞİMCİLİK VE ULUSAL KÜLTÜR

Kültürün girişimciliğe etkisi son otuz yıldır akademik alanda ilgi odağı olan konulardan birisidir. Ulusal kültürün girişimcilik faaliyetinin seviyeleriyle nasıl bir ilişkisi vardır? Bu soru ekonomistlerin, sosyologların ve psikologların girişimci faaliyetin seviyelerinin ülkeden ülkeye değişeceği yönündeki gözlemlerinden doğmuştur (Hayton ve diğerleri, 2002).

Girişimci faaliyetler teknolojik yeniliğin ve ekonomik gelişmenin önemli bir kaynağı olarak görülmüştür (Schumpeter, 1934; Birley, 1987). Bu nedenle, ulusal kültürün girişimcilik üzerindeki etkisi hem teoride hem de uygulamada önemli bir değere sahiptir. Araştırmacılar ulusal, bölgesel ve örgütsel kültürlerin yeni işletmeler kurma, yenilikçilik ve risk alma yoluyla zenginlik yaratılması üzerindeki etkilerini araştırmışlardır. Birçok ülkeden toplanan verileri ve çeşitli araştırma yöntemlerini kullanarak kültürel değişkenler ve girişimci davranışı arasında ilişki olduğunu bulmuşlardır. Kültürel değerler bir toplumun risk alma ve bağımsız düşünme gibi girişimci davranışlarda bulunulmasını ne kadar istediklerinin göstergesidir. Bu türden davranışları ödüllendiren ve bunlara değer veren kültürler radikal yeniliklerin geliştirilmesine katkıda bulunurken; tekdüzeni, grup çıkarlarını ve gelecek

ùzerinde kontrol sağlama gibi değerleri öne çikaran kùltürlerde risk alma ve girişimci davranışlar görmek mümkün olmayacaktır (Hofstede, 1980a).

Girişimcilik köklerini kùltürden alan bir olgudur (Lee ve Tsung, 2001). Sosyo-kùltürel boyutlar yeni iş kurma isteğini etkilemektedir (Swierczek ve Quang, 2004). Bu sosyo-ekonomik boyutlar, yenilikçiliğe, risk almaya, bağımsızlığa, sosyal statü ve kaybetme kaygısına çok önem verilmesidir (Wennekers, 2001). Baskısı en fazla olan sosyo-ekonomik konu toplumun girişimciliğe karşı tavrı ve girişimciliği desteklemesidir. Bu durum girişimci faaliyetlerin en büyük itici gücü ya da engelleyicisidir (Reynolds, 2001).

Değerleri girişimciliği desteklemeyen bir ÷lkede, girişimci yaklaşımlar çok az takdir görecektir (Reynolds, 2001). Risk almayı ödüllendiren bir kùltürün, daha yüksek seviyede girişimci faaliyeti olacağı açıktır.

Hofstede (1994)'ye göre, bireylerin, örgütlerde girişimciliği ilerletme rolleri de kùltüre bağımlıdır. Tablo 1'de Hofstede'ye göre girişimciliğin belirleyicileri yer almaktadır:

Tablo 1:Hofstede'ye Göre Girişimcilik

Yüksek Bireycilik	Herkes sadece kendisine bakmak için doğar. Görev ilişkilerden üstündür. Bireysel çıkarlar kolektif çıkarlardan önce gelir. Kendini gerçeğe en temel hedeftir.
Yüksek Erillik	Baskın değerler maddi başarı ve ilerlemedir. Erkeklerin hırslı, sert ve iddialı olmaları beklenir. Rekabet ve performans önemlidir.
Düşük Güç Mesafesi	Ayrıcalıklar ve statü sembolleri önemsizdir. Yetenekler, zenginlik, güç ve statü harcanan çabaya bağlıdır.
Düşük Belirsizlikten Kaçınma	Belirsizlik normaldir ve kabul edilir. Şüpheli durumlar ve bilinmeyen riskler olağandır. Gereğinden fazla kurala ihtiyaç yoktur. Sağduyuya olan inanç önemlidir.

Kaynak: Swierczek ve Quang, 2004

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

Tablo 2, girişimcilik ile ilgili Asya kültürel yaklaşımlarını vermektedir. Örneğin, Hindistan gibi bazı ülkeler girişimciliğin örgüt tarafından yönlendirildiğini söylerken, Tayvan gibi diğerleri ise girişimciliğin girişimci tarafından yönlendirildiğini söylemektedirler (Swierczek ve Quang, 2004).

Tablo 2: Girişimcilikle İlgili Asya Kültürlerinin Değerleri

Hindistan	Girişimci örgütler, risk alabilen güçlü liderler tarafından yönlendirilirler. Bu liderler yaratıcıya önem verirler. Sosyal ve kültürel normlar istikrarı ve güvenliği destekler. Risk alma cesaretlendirilmez
Japonya	Japonlar ülkelerini girişimci olarak görmezler. Japon dilinde girişimci kelimesinin tam karşılığı dahi yoktur. Japon kültürleri girişimciliği desteklemez.
Kore	Korelilerin algıları da Japonlarınkine benzerlik gösterir, ancak Koreliler girişimciliğin öneminin farkındadırlar. Koreliler de riskten kaçarlar. Koreli birçok girişimci girişimcilik faaliyetinin daha çok gerisinde olduklarını düşünürler.
Singapur	Singapurlu yöneticilerin sadece yarısı kendilerini tam anlamıyla girişimci olarak görmektedirler.
Tayvan	Tayvanlıların girişimciliğe karşı tavırları çok destekleyicidir. En az riskten kaçanlar Tayvanlılardır.

Kaynak: Swierczek ve Quang, 2004

Kültürel etmenlerin, Doğu Asya'daki girişimcilik üzerinde önemli bir etkisi vardır (Stiglitz, 1996). Girişimcilik ile ilişkili kültürel değerler yüksek güç mesafesi, yüksek bireycilik, düşük belirsizlikten kaçınma ve yüksek erilliktir (McGrath ve diğerleri, 1992).

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

- Ulusal kültür ve girişimciliğin ölçütleri arasındaki ilişkiyi,
- Ulusal kültür ve bireysel özellikler arasındaki ilişkiyi,
- Ulusal kültür ve kurumsal girişimcilik arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmalar.

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

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

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

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

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

Tablo3: Ulusal Kültür ve Ulusal Düzeyde Girişimcilik Üzerine Yapılan Çalışmalar

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

Kaynak: Hayton ve diğerleri, 2002

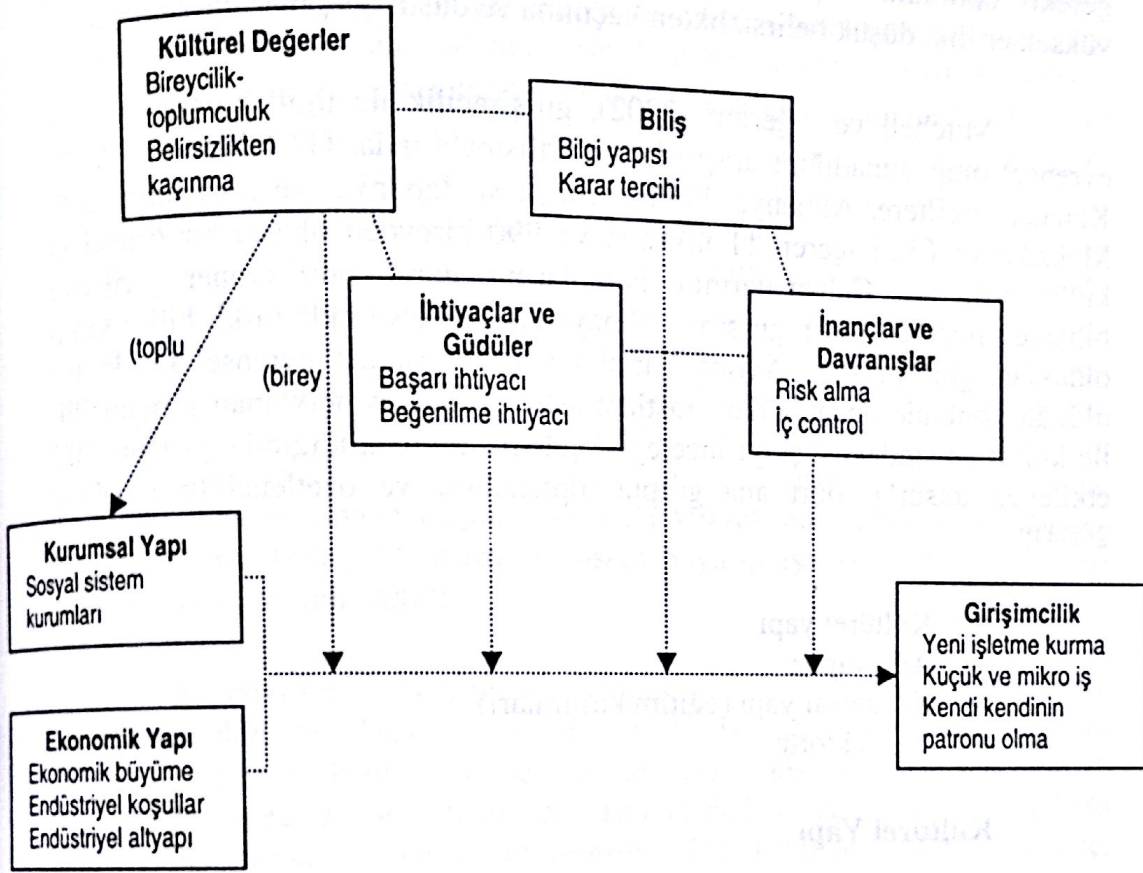
Tablo 4: Ulusal Kültür ve Girişimcilerin Özellikleri Üzerine Yapılan Çalışmalar

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

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

Kaynak: Hayton ve diğerleri, 2002

Şekil 1: Kùltürün Girişimcilik ile İlişkisi (Model)



Kaynak: Hayton ve diğeri, 2002

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

Sosyal kurumların da kültürel değerleri yansıttığına ve bu değerler konusunda ısrarcı olduğuna inanılmaktadır. Kültürel değerlerin, o kültürdeki kurumları şekillendirmesi ve modeldeki oluşumsal etmenleri birbirlerine bağlaması beklenir (Hayton ve diğeri, 2002).

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

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

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

Kültürel Yapı

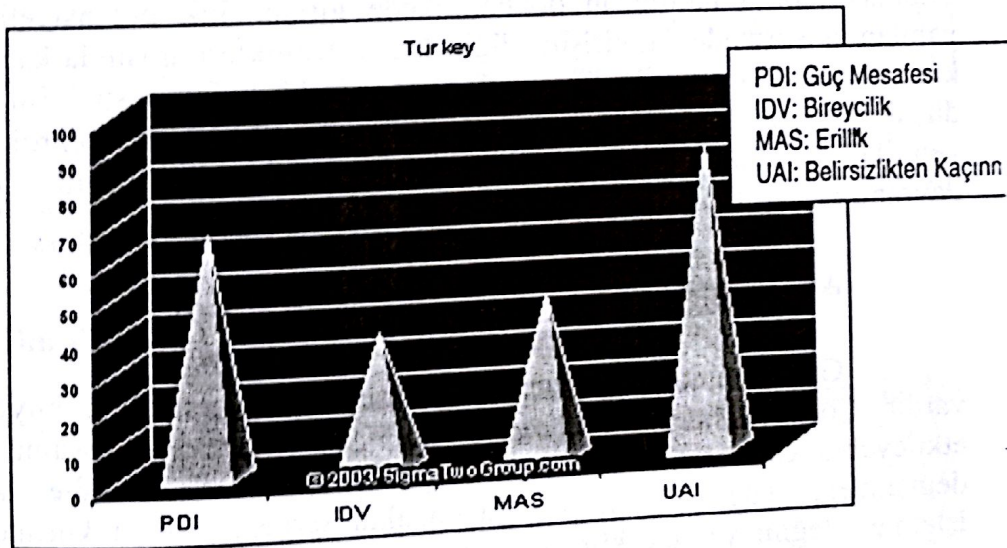
Kültürün, ait olduğu toplumun kurallarına, kurumlarına, süreçlerine, ilişkilerine ve yapılarına şekil vererek; üyelerinin çalışma derecesini, biçimini ve yöntemini güçlü bir şekilde yönlendirdiği genel olarak kabul edilmektedir. Girişimcilik ruhunun oluşumunda da kültürel yapının çok önemli bir yeri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

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

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

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

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



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

Girişimcilik ile kültürel özgünlük arasında anlamlı bir ilişki olduğunu, çünkü kültürün girişimciliğin başlatılmasına yönelik bireysel tutumu belirlediğini savunan Morrison (2000), açık toplumlarda başarısızlığın büyütülmediğine ve hataya tolerans anlamındaki bu anlayışın bireyleri yenilikleri denemeye teşvik ettiğine; dolayısıyla girişimciliğin toplumca desteklendiğine dikkat çekmektedir (Erdem, 2001). Konuya yönelik sınırlı çalışmalardan biri de, Busenitz ve Lau (1997) tarafından gerçekleştirilmiştir. Bazı kültürlerin neden diğerlerine göre daha fazla girişimci yarattıklarını tartışan yazarlar, işletme kurmayı bilişsel bir model yardımıyla açıklamaktadırlar. Bu modele göre bireycilik, belirsizlikten kaçınma, güç mesafesi ve zaman yönelimi değerlerinden oluşan kültürel değerler, sosyal hareketlilik, ekolojik niş ve pazar koşullarından oluşan sosyal bağlam, risk alma, kontrol odağı ve başarıya ihtiyacından oluşan bilişsel değişkenler birlikte bir kavrayış oluşturarak işletmenin kurulmasını sağlamaktadırlar. Yine bu çalışmada, kültürel değerlerin kavrayış üzerindeki etkisine belirsizlikten kaçınma eğilimi örnek verilmiş, toplumda bu eğilim yüksek ise bireylerin daha düşük bir olasılıkla girişimcilik düşüncesini geliştireceği; düşük seviyede belirsizlikten kaçınanların ise, pazar boşluğunu daha hızlı bir şekilde bir iş fırsatı olarak göreceğini vurgulamışlardır. Bu durum, yüksek belirsizlikten kaçınma ile girişimcilik eğilimi arasındaki negatif yönde bir ilişkinin varlığını göstermektedir (Busenitz ve Lau, 1997). Risk ve belirsizlikten kaçınma özelliklerini inceleyen eski araştırmalardan biri Carment ve Alcock (1976) tarafından Hintli ve Kanadalı öğrencilere yönelik olarak yapılmıştır. Bulgulara göre, Hintli öğrenciler Kanadalı öğrencilere göre daha fazla belirsizlikten kaçınma, daha fazla otoriteye eğilim göstermektedirler. Bununla beraber, Terstra ve diğerleri (1993) tarafından yapılan bir diğer araştırma ise, ABD'de Hong Konglu yöneticiler arasında belirsizlikten kaçınma yönünde bir fark olmadığını göstermiştir. Muller ve Thomas (2001) tarafından dokuz ülkede girişimcilik potansiyeli üzerine yapılan araştırmada da, girişimciliğin temel özellikleri arasında kabul edilen kontrol odağı ve yenilikçilik, ülkelere göre farklı bulunmuştur. Bu farklılık, düşük düzeyde belirsizlikten kaçınan bireyci kültürlerde iç kontrol odağı ve yenilikçi özelliklerin yüksek düzeyde belirsizlikten kaçınan ortaklaşa davranışa sahip toplumlara göre daha güçlü olduğu yönündedir.

Aile Yapısı

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

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

Kurumsal Yapı

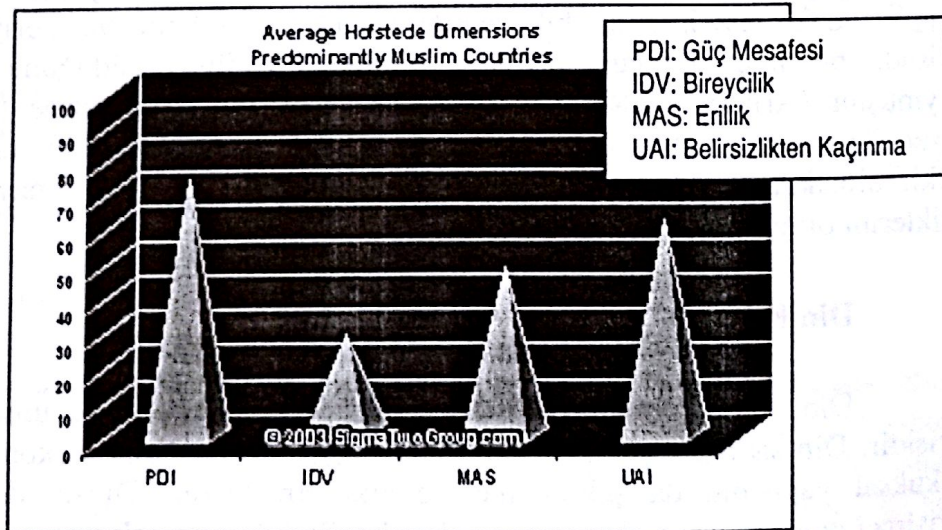
Toplumdaki kurumsal yapının da, bireylerin girişimcilik davranışlarında bulunmalarını destekleyici ya da engelleyici özelliği vardır. Özellikle eğitim kurumları girişimcilik özelliğinin gelişmesinde en az aile yapısı kadar önemlidir. Çalışmalar, eğitim sürecinde sürekli değişen ve geçerliliğini kısa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

Din Faktörü

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

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

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



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

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

TÜRKİYE'DE GİRİŞİMCİLİK

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

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

Sosyo-Kültürel Yapıdan Kaynaklanan Nedenler

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

Ekonomik Yapıdan Kaynaklanan Nedenler

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

İdari ve Siyasi Yapıdan Kaynaklanan Nedenler

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

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

SONUÇ

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

KAYNAKÇA

- AÇIKGÖZ, R; (1990), **Müteşebbisliğin Oluşumunda Sosyo-Kùltürel Faktörler**, DPT Sosyal Planlama Başkanlığı, Ankara.
- AKTOPRAK, D; “Girişimcilik Nedir? Türkiye’nin Girişimcilik Performansı”, www.vicebusiness.com/makale4php
- ARIKAN, S; (2004), **Girişimcilik: Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular**, 2. Baskı, Siyasal Kitabevi.
- BIRLEY, S; (1987), “New Ventures and Employment Growth”, **Journal of Business Venturing**, 2.
- BRUTON, G. ve AHLSTROM, D; (2002), “An Institutional View of China’s Venture Capital Industry: Explaining the Differences Between China and the West”, **Journal of Business Venturing**.
- BUSENITZ, L.W ve LAU, C; (1996), “A Cross-Cultural Cognitive Model For New Venture Creation”, **Entrepreneurship Theory and Practice**, 20 (4).
- CORNER, J. ve HARVEY, S; (1991), **Enterprise and Heritage**, Routledge, London.
- ERDEM, F; (2002), “Giriřimcilerde Risk Alma Eğilimi ve Belirsizliğe Karşı Tolerans İlişisine Kùltürel Bir Bakış”, **Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi**, 2.
- GEORGE, G. ve PRABHU, G.; (2000), “Developmental Financial Institutions as Catalysts of Entrepreneurship in Emerging Economies”, **Academy of Management Review**, 25.
- HAYTON, J.C., GEORGE, G. ve ZAHRA, S.A; (2002), “National Culture and Entrepreneurship: A Riview of Behavioral Research”, **Entrepreneurship Theory and Practice**, Summer.
- HERBIG, P; (1994), **The Innovation Matrix: Culture and Structure Prerequisites to Innovation**, Westport, CT: Quorum.
- HOFSTEDE, G; (1984), **Culture’s Consequences: International Differences in Work Related Values**, (Abridged Edition), Newbury Park, Sage Publications.
- HOFSTEDE, G; (1980), “Motivation and Leadership”, **Organizational Dynamics**.
- HOFSTEDE, G. ve BOND, M; (1988), “The Confucius Connection: From Cultural Roots to Economic Growth”, **Organizational Dynamics**, 16 (4).
- HOFSTEDE, G.; (1994), **Cultures and Organizations**, London: Harper Collins.

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

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

GİRİŐİMÇİLİK VE KÜLTÜR