

71649

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

AKDENİZ ÜNİVERSİTESİ
MERKEZ KÜTÜPHANESİ

GÜLHAN AKŞİT

FARKLI KÜLTÜRLERDE GİRİŞİMCİLİK NİYETİ VE
ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNE YÖNELİK
KARŞILAŞTIRMALI BİR ARAŞTIRMA

71649/1-1

Danışman
Prof. Dr. Ferda ERDEM

İşletme Anabilim Dalı
Yüksek Lisans Tezi

ANTALYA-2003

Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü'ne,

Bu çalışma, jürimiz tarafından İşletme Anabilim Dalı'nda **YÜKSEK LİSANS** tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan :

Uye (Danışmanı) *Prof. Dr. Ferda Erdem*

Uye *Doc. Dr. Merel Sezar*

Uye :

Uye *Doç. Dr. Alun Aksoy*

Onay : Yukarıdaki imzaların, adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım

... / ... / 2003

[Signature]
Prof. Dr. Orhan KURUUZUM
Müdür

İÇİNDEKİLER

TABLolar	iii
ŞEKİLLER	iv
ÖZET	v
ABSTRACT	vi
ÖNSÖZ	vii
GİRİŞ	1
1. TEMEL KAVRAMLAR	4
1.1. Girişimci Kavramının Tanıtılması	4
1.1.1. Girişimcinin Özellikleri	5
1.2. Girişimcilik Kavramının Tanıtılması	7
1.2.1. Girişimcilik Çeşitleri	9
1.2.2. Girişimcilik Kültürü	10
1.3. Girişimcilik Niyeti ve Girişimcilik Niyetini Etkileyen Kişisel Özellikler	11
1.3.1. Başarı Motivasyonu	12
1.3.2. Risk alma eğilimi	14
1.3.3. Belirsizliğe Tolerans	16
1.3.4. Kişisel Yetkinlik ve İç Kontrol Odağı	18
1.3.5. Demografik Değişkenler	20
1.3.6. Zamana Bağlı Etkiler	20
1.3.7. Kişisel Farklılıklar	21
1.4. Girişimci Özelliklerine Yönelik Genel Değerlendirme	22
1.5. Girişimcilik Niyetinin Oluşmasında Kültürel İkna Modeli	24
1.5.1. Uygunluk	25
1.5.2. Tutarlılık	25
1.5.3. Etkililik	26
2. TÜRK VE AMERİKAN TOPLUMUNDA GİRİŞİMCİLİK	27
2.1. Türkiye'de Girişimciliğin Tarihine Kısa Bir Bakış	27
2.1.1. Cumhuriyet Öncesi Dönem	28
2.1.2. Cumhuriyet Sonrası Dönem	30

2.2. Türkiye’de Toplumsal Değerlerin Girişimcilik Niyeti Boyutlarına Etkisi.....	35
2.3. Amerika’da Girişimciliğin Tarihine Kısa Bir Bakış	38
2.4. Amerika’da Toplumsal Değerlerin Girişimcilik Niyeti Boyutlarına Etkisi	42
3. TÜRKİYE VE A.B.D ‘de GİRİŞİMCİLİK NİYETİNİN	
KARŞILAŞTIRILMASINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA	45
3.1. Araştırmanın Yöntemi	45
3.1.1. Araştırmanın Amacı ve Hipotezleri	45
3.1.2. Araştırmanın Evreni ve Veri Toplama Aracı	47
3.2. Bulgular	50
SONUÇ	58
KAYNAKÇA	60
EK 1 .Girişimcilik Niyetini Tanımlama Anket Formu	70
EK 2. Frekans Tabloları	75
ÖZGEÇMİŞ	84

TABLÖLAR

Tablo 1.1. Girişimci Özellikleri İlgili Araştırmalar	23
Tablo 3.1. Araştırmaya Katılanların Özellikleri.....	52
Tablo 3.2. Araştırmaya Katılan Grupların Girişimcilik Özelliklerine Yönelik Puanları	53
Tablo 3.3. Türk ve Amerikalı Deneklerin Karşılaştırmalı Analizi.....	54

ŞEKİLLER

Şekil 1.1. Girişimcilik Süreci Modeli	8
Şekil 3.1. Kültürün Girişimci Olma Niyetine Etkisi	52

ÖZET

Bu çalışma farklı kültürlerdeki girişimci olma niyetini ölçmek ve sosyo kültürel faktörlerin girişimci olma niyeti üzerindeki etkilerini araştırmak üzere hazırlanmıştır. Üç bölümden oluşan çalışmada, ilk bölümde girişimci kavramının literatürdeki farklı tanımlamalarına yer verilmiş, girişimcilik özellikleri üzerinde durulmuştur. girişimcilik kavramının hangi özelliklerinden etkilendiği açıklanarak, bireysel özelliklerin girişimci olma niyetini etkilediği kabul edilmiştir. Çalışmanın temelini oluşturan De Pillis' in (1998) " girişimci Olma Niyetini Tahmin Etme" çalışmasında olduğu gibi sosyokültürel değişkenlerle iş açma niyeti arasında ki ilişki araştırılmıştır. Ve bu çalışmadan yola çıkarak Amerikalı ve Türk öğrenciler arasındaki girişimcilik niyeti karşılaştırılmalı olarak ele alınmıştır. Sosyal mesajların kişiler üzerinde ikna edici bir unsur olduğu bilinen bir gerçektir. Literatürde ki ikna teorilerinden oluşturulmuş ACE modeli (Uygunluk, Tutarlılık, Etkinlik) bu çalışmada kullanılmıştır. İkinci bölümde Türk ve Amerikan toplumlarındaki girişimciliğin tarihsel süreçlerinden bahsedilmiştir. Ayrıca toplumsal değerlerin girişimci özelliklerine sahip bireyler yetiştirip yetiştirmediği irdelenerek, girişimcilik niyetini oluşturan değerlere sahip olunup olunmadığına dikkat çekilmiştir. Üçüncü ve son bölümde kültürel özelliklerin kişisel özellikleri destekleyebileceği varsayımından yola çıkarak kültürün girişimcilik niyetini oluşturan özellikleri hangi yönde etkilediğini araştırmak için De Pillis'in modeli yardımıyla hipotezler geliştirilmiştir.

Anket yöntemiyle yapılan bu araştırma Türkiye'de ve Amerika'da 100'er MBA öğrencisine ulaşmış ve elde edilen veriler değerlendirilmiştir, ortaya çıkan sonuçlar irdelenmiştir.

ABSTRACT

This study measures the entrepreneur intention in different cultures and examines the relationship of socio-cultural variables to the entrepreneurial intention. In the first section of the study which consists of three sections, the different definitions of entrepreneurship from literature were outlined and entrepreneur traits were mentioned. The influence of personality traits on the entrepreneurial intention was accepted by describing the types of traits of an entrepreneur. The relationship of socio-cultural variables to the intention of business venture was examined as in the study of De Pillis (1998) "Predicting Entrepreneurial Intention". The entrepreneurial intentions between Turkish and American students were investigated. It is very well known fact that social messages have persuasive impacts on people. The ACE model (Appropriateness, Consistency, Effectiveness), which is driven from persuasion theory in literature, was used in this study. In the second section, the historical development of entrepreneurship in Turkey and United States was reviewed. It was focused on whether the individuals have the values of entrepreneurial intention or not by examining whether cultural values raise individuals with entrepreneurial traits or not. In the third and the last section, as the cultural traits might have some kind of influence on the personality traits, hypothesis were developed to examine in which way the culture influences the characteristics of entrepreneurial traits by the help of the models developed by De Pillis (1998).

The survey developed for this study was distributed to 100 American and 100 Turkish respondents and the datum were evaluated and the results are examined.

ÖNSÖZ

Tez çalışmama başlarken, akademik bilgilerini esirgemeyerek sonsuz yardımlarda bulunan Emmeline DE PILLIS'e, göstermiş olduğu anlayış ve katkılarından dolayı tez danışmanım Prof. Dr. Ferda ERDEM'e, en zor dönemlerimde desteklerini esirgemeyen bölüm arkadaşlarım Emre İpekçi ÇETİN, Koray ÇETİN, Eren Durmuş ARICA'ya ve canım arkadaşım Rana DEMİNER'e, gösterdikleri sonsuz sabırları için anne ve babama, yanımda olmasalar bile sevgileriyle beni hep sarmalayan kardeşim Dr. Gökhan AKŞİT ve Kadriye KARAKAŞ'a, varlığı ile tüm gerginliğimi paylaşan eşim İlter ŞENER'e,

ve son olarak, tüm sıkıntılara rağmen annesini hiç üzmeyen henüz doğmamış oğluma yürek dolusu teşekkürler....

Gülhan Akşit
Antalya-2003

GİRİŞ

Kapitalizmin önemli aktörü olarak kabul edilen ve bu nedenle de önceleri daha çok iktisat biliminin ilgi alanında bulunan girişimciler, bugün birçok bilim disiplininin ilgisini çekmekte, bir yandan girişimcilik faaliyetlerini motive eden faktörler, diğer yandan bu faaliyetlerin ekonomik ve sosyal sonuçları birçok araştırmanın konusunu oluşturmaktadır. Bunun birçok nedeninden söz edilebilir. Küresel rekabetin küçük ve esnek işletmelerin pozisyonunu güçlendirmesi, piyasadaki kısıt ve teşvik unsurlarının sürekli değişmesi ve dolayısıyla sürekli olarak yeni nişlerin ortaya çıkması, iletişim olanakları ile birlikte iş yapma olanaklarında genişleme, küçülen işletmelerle birlikte istihdam olanaklarında daralma gibi birçok neden, girişimciliği bugün cazip bir kariyer konusu haline getirmiş, aynı zamanda yönetilmesi gereken bir süreç olarak kabul edilmesini kaçınılmaz kılmıştır.

Son yıllarda dünyada olduğu gibi Türkiye’de de girişimcilik giderek önem kazanmıştır. Türkiye’de girişimciliğin tarihi uzun ve renkli olmasa da, işgörme anlayışındaki değişimler, kamu sektöründe daralma, güncel ulusal ve uluslar arası ekonomik gelişmeler günümüzde girişimciliğe yönelik farklı bir bakış açısının doğmasına yol açmış, konunun araştırma ve uygulama boyutları tartışılmaya başlamıştır.

Bu çalışmanın amacı girişimcilik özelliklerinin ve girişimcilik niyetinin gelişmesinde kültürel özelliklerin muhtemel etkisini ele almaktır. Çalışmanın ilk bölümünde önce, girişimci ve girişimcilik kavramına ilişkin tanımlamalara ve sınıflamalara yer verilmiştir.

Girişimcilere yönelik yapılan tanımlarda en sık vurgulanan, bu kişilerin üretim faktörlerini bir araya getirerek kar ve zarar riskini üstlenmeleri ve bu riskli faaliyeti üstlenecek olanların da doğal olarak bazı özellikleri ile diğerlerinden farklılaşmasıdır. Bu konuda en sık sözü edilen girişimcilik özellikleri, başarıya ihtiyacının güçlü olması, belirsizliğe olan yüksek tolerans ve risk alma eğilimi, iç kontrol odağına sahip olma, yenilik, yaratıcılık, başarısızlığa direnç, bağımsız davranma gibi özelliklerdir. Yine birinci bölümde,

girişimcilere yönelik olduğu vurgulanan bazı özellikler ile girişimcilik niyeti arasında bir ilişki olduğu varsayılmış, bu özelliklerden başarıma ihtiyacı, risk alma eğilimi, belirsizliğe tolerans ve kontrol odağı özellikleri ayrıntılı olarak incelenmiştir. De Pillis (1998), girişimcileri sadece kişisel özellikleriyle ele alan araştırmaların her zaman tutarlı sonuçlar vermediğini, bu nedenle bireyin girişimcilik kararını incelerken, içinde bulunduğu sosyo-kültürel değişkenleri de dikkate almak gerektiğini vurgulamakta, bu özelliklerin, bazı kültürlerde daha kolay geliştiğini, bazı kültürlerde ise daha sınırlı kaldığını savunmaktadır. Bu nedenle birinci bölümde son olarak, girişimcilik niyetinin kültürel özelliklerle olan ilişkisi ele alınmıştır.

Ekonomik zenginliğin temelinde girişimciliğin olduğunu vurgulayan De Pillis, 1998 yılında İrlanda ve Amerika'da yaptığı çalışmada, girişimciliğin bir niyet haline gelmesinde kültürel özelliklerin etkisini incelemiştir. De Pillis'in araştırmasının en önemli bulgusu, İrlandalılarda girişimciliğin ulusal ve kişisel kimlikle aynı düzeyde tutarlı olmamasıdır. Oysa Amerikalılarda girişimcilik benzer düzeyde ulusal ve kişisel kimlikle tutarlı bulunmuştur.

Bu çalışmada da benzer bir bakış açısı ile Türk ve Amerikalı öğrenci gruplarının girişimcilik niyetinin özellikleri açısından karşılaştırmalı olarak incelenmesi amaçlanmaktadır. Bu doğrultuda çalışmanın ikinci bölümünde önce, Türk toplumunda girişimciliğin kısaca bir tarihçesi ve toplumsal özelliklerin girişimcilik niyetinin boyutlarına etkisi incelenmiş, daha sonra aynı sistematikte Amerikan toplumu kısaca ele alınmıştır. Bu bölüm, araştırma hipotezlerinin geliştirilmesi için bir alt yapı oluşturmaktadır.

Çalışmanın üçüncü ve son bölümünde ise Amerikalı ve Türk öğrencilerin girişimcilik niyetleri üzerinde yapılan karşılaştırmalı bir araştırmanın sonuçlarına yer verilmiştir. Amerika ve Türkiye'nin değişik üniversitelerinde İşletme Yüksek Lisans programına (MBA) devam eden 69 Amerikalı, 64 Türk öğrenciden oluşan potansiyel girişimcilerin girişimci olma niyetlerini etkileyen faktörleri belirlemek amacıyla De Pillis tarafından

geliştirilen ve Türkçe'ye çevrilen soru formu dağıtılıp toplanmıştır. Veriler istatistiksel analizlere tabi tutulmuştur. Bulgular muhtemel nedenleri ile tartışılmış ve ülkemizde girişimciliğin gelişmesi için bazı önerilere yer verilmiştir.

BÖLÜM 1: TEMEL KAVRAMLAR

1.1. Girişimci Kavramının Tanıtılması

Girişimcilik çalışmaları ilk olarak ekonomi alanında başlamıştır. İlk girişimci tanımları arasında en iyi bilineni, Rich Cantillon tarafından 18. yy da Fransa'da yaşayan bir İrlandalı iş adamı için kullanılan tanımdır (De Pillis, 1998). Bu tanıma göre girişimci, "henüz belirginleşmemiş bir bedelle satmak üzere üretim girdilerini ve hizmetlerini bugünden satın alan ve üreten kişi"dir (Çetin, 1996: 29). Ancak, ilgili literatürde ekonomistlerin tek bir girişimcilik tanımı üzerinde anlaşamadıkları görülmekte ve farklı tanımlarda, girişimcilerin farklı özelliklerden birine veya birden fazlasına sahip oldukları belirtilmektedir. Bu tanımlarda girişimci, belirsizlik karşısında risk alan, kapital sağlayan, buluşçu, karar verici, endüstri lideri, yönetici, şirket sahibi, üretimde çalışan kişi, taşeron, arabulucu, kaynakları alternatif kullanımlara dağıtan kişi olarak vurgulanmaktadır (Herbert ve Link, 1988).

Malta'lı düşünür De Bono'ya göre ise girişimciyi tanımlayan, bir şeyi gerçekleştirmek tutkusudur. Bu tutku bir yazar veya bir ressamın tutkusundan farklı değildir ve daha önce bulunmayan bir şeyi yaratmak onun en büyük amacıdır. Girişimcinin seçtiği ortam "(gerçekleştirdiği) eylemdir". Bunun sınanması ise çok kolaydır; zira, bir anda istediği kadar paraya kavuşan girişimci, acaba faaliyetlerini durdurup yeni işler peşinde mi koşar? yoksa işine devam mı eder?. Tarih, hep yeni faaliyetlerin seçildiğini göstermiştir. Girişimciler toplumda işlerin saat gibi yürümesini sağlayan işletmeci gruplara karşın, evrimsel değişimi getiren risk grubunu oluştururlar ve bir çok ülkede, bencil, aşırı hırslı olarak bilinir ve teşvik edilmezler (Bono,1989; 230). Bu tespitler ışığında girişimciyi, öz güvenleri yüksek, amaçlarını gerçekleştirmede güçlerine ve yeteneklerine güvenen,

başarısızlıklardan korkmadan, başarılması riskli ve güç olan işleri seçen, yeni bir şeyler yaratma ve yapma fırsatı ile ilgilenen kişi olarak tanımlamak mümkündür (Atik, 2000).

Günümüzde girişimcilere yönelik en fazla kabul gören açıklamalar, girişimcinin iktisadi bir faaliyeti gerçekleştirdiği ve bunu gerçekleştirirken aynı zamanda sosyal bir fayda yarattığı iddiasına dayanmaktadır. Daha açık bir deyişle girişimci (müteşebbis), piyasa ekonomisinde üretim faktörlerini bir araya getirerek üretime dönüştüren ve üretimi organize eden kimsedir. Ayrıca girişimci, bu iş için gerekli finansman kaynaklarını ve üretimin değerlendirileceği pazarları bulma yükümlülüğünü üstlenerek (Arslantaş, 2001: 17) güçlü bir iktisadi aktör rolünü oynar. Ancak, bu tespitler içinde yer alan en önemli unsur, girişimcilerin, toplum içindeki ihtiyaçların tesbit edilmesinde ve bu ihtiyaçların bir yatırım sonucu giderilerek toplum refahına dönüştürülmesindeki rolüdür (TUSIAD, 1987).

Girişimciliğin anlaşılması güç bir olgu olması, giderek hem bu alanda yapılan araştırmaların sayısında bir artış meydana getirmiş, hem de olgunun karmaşıklığı, farklı bilim disiplinlerinin konuya ilgisini artırmıştır. Günümüzde artık girişimcilik çalışmaları sadece ekonomi alanındaki araştırmalarla sınırlı değildir; iletişim, yönetim, psikoloji, idari bilimler ve sosyoloji disiplinlerinden yararlanan, çok disiplinli bir araştırma konusu niteliğindedir.

1.1.1. Girişimcilerin Özellikleri

Girişimcilik sürecinin anlaşılmasında, sürecin ana aktörü olan girişimcilerin özellikleri her zaman dikkat çekmiş, özellikle başarılı girişimci örnekleri incelenerek ortak özellikler saptanmaya çalışılmıştır. Kararlılık, sabır, güçlü başarıya motivasyonu, fırsatlara yönelim, yüksek inisiyatif ve sorumluluk, sorun çözme, hızlı öğrenme, güçlü iç kontrol, belirsizliğe tolerans, hesaplanmış risk alma, güvenilirlik, başarısızlığa direnç, yaratıcılık ve yenilikçilik, vizyona sahip olma, özgüven ve iyimserlik, bağımsız davranma, takım kurma gibi özellikler en sık belirtilen girişimci özellikleridir (Kuratko ve Hodgetts, 1998: 101).

Girişimci çoğu zaman, yenilik yapmayı, fikir üretmeyi, farklı düşünmeyi ve cesaretle yeni işler yapma isteğini çağrıştırmaktadır (Koçel, 1998: 17). Yeni bir şey yaratma demek olan yenilikçilik, çoğu zaman bir girişimcinin en zor işlerinden birisidir. Yenilikçilik, yaratma ve tasavvur etme yeteneğini gerektirmesinden öte, işi etkileyen çevresel koşulları kavrama yeteneğini de gerektirmektedir: Yeni bir mal, yeni bir dağıtım kanalı ya da yeni bir örgütsel yapı geliştirme gibi faaliyetlerden birisi olabilir (Hisrich ve Peters, 1998: 8). Bu nedenle de girişimcilerin, başkalarının baktığı ama göremediği fırsatları görüp, bunları birer iş fikrine dönüştürebilmeleri iddiası güçlüdür (Tekin, 1999: 2). Bu özellik, onların kendi iş fikirleri kadar, başkalarının da iş fikirleri ve görüşlerinden yararlanmalarını sağlamaktadır (s. 26).

Smilor ve Sexton'na göre de (1996: 7), başarılı girişimcinin üç temel özelliği, vizyoner olma, misyona sahip olma ve hırslı olmaktır. Onlara göre başarılı girişimciler, çok para kazananlar değil, önemli olduklarını bildikleri ve zevk aldıkları işleri yapan kişilerdir. Başarının anahtarı hoşlanılan işin yapılmasıdır. Girişimcilerin başarısı, risk üstlenmeleri, cesaretleri, inançları ve tutkuyla yaptıkları işe bağlanmalarından gelir. Başarılı girişimciler, başkalarının algılamayıp, kaçırdığı sinyalleri seçip algılama yeteneğine sahiptirler; ilgilendikleri alanlarda, üzerinde yoğunlaştıkları vizyonu geliştirmek için çaba harcarlar (Smilor ve Sexton, 1996: 9).

Girişimciler aynı zamanda özgüvenleri yüksek insanlardır. Amaçlarını gerçekleştirmede, güçlerine ve yeteneklerine güvenirlere. Yaşamlarında karşılaştıkları her şeyin kendi faaliyetlerinden kaynaklandığına inanırlar. Girişimcilerin içsellik özellikleri, dışsallık özelliklerinden daha baskın durumdadır. Yani başarısızlık ya da olumsuzluklarla karşılaştıkları zaman genellikle başkalarını suçlama yerine hatayı kendilerinde ararlar. Başarı ya da başarısızlık durumunda gevşemezler. Karşılaştıkları problemleri çözmek için inisiyatif kullanırlar ve liderlik rolü üstlenirler (Atik, 2000: 40). Bu özellikleri nedeniyle girişimciler, iç kontrol odağına sahip kişilere verilen en yaygın örneklerdir.

Diğer yandan girişimciler için en fazla vurgulanan özelliklerden biri de bağımsız davranma özelliğidir. Bu özellik girişimcinin yapacağı işleri kendi yöntemleriyle yapma ihtiyacı ve dolayısıyla her şeyi kontrol etme hissi ile ilişkilidir ve bu nedenle de sık sık bir başkası ile çalışmak girişimciye zor gelir (Atik, 2000: 42).

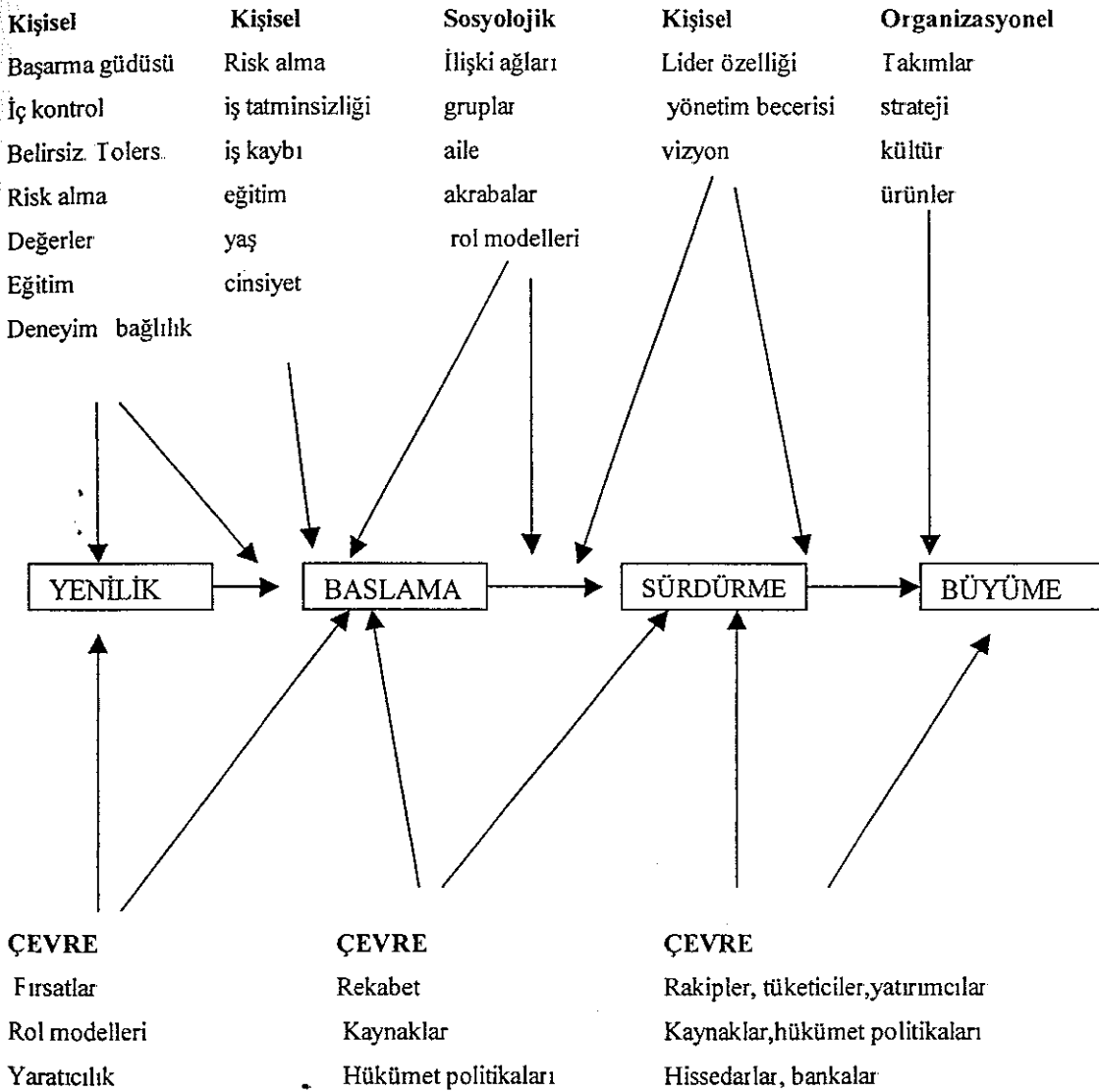
Sonuç olarak, girişimcilik literatüründe girişimci olarak kabul edilen kişilerin özellikleri ile diğer grupların özelliklerini karşılaştırmalı olarak incelemek, girişimcilik araştırmalarında en fazla ilgi çeken konulardan biridir. Kuşkusuz farklı girişimcilik tiplerinin, girişimciler için ortak bir kişilik tiplemesi yapmayı güçleştirdiği de önemle belirtilmelidir (Tekin, 1999: 27). Ancak, birçok çalışmada girişimcilerin, risk alma eğilimi, belirsizliğe ve başarısızlığa yüksek tolerans, başarıma ihtiyacı, iç kontrol odağı, yenilik ve yaratıcılık gibi özellikleri araştırma konusu olmuştur. Nitekim bu çalışmada da, girişimcilik niyetinin girişimcilik özellikleri ile olan ilişkisi özel olarak ele alınacak ve daha sonra belirsizliğe tolerans ve iç kontrol odağı özellikleri ile girişimcilik niyeti ilişkisi görgül bir araştırma ile ortaya konacaktır.

1.2. Girişimcilik Kavramının Tanıtılması

Müftüoğlu'na (1991: 74) göre girişimcilik, her ne pahasına olursa olsun para kazanmak demek değildir. Girişimcilik, çevresel faktörlerden doğan fırsatlardan yararlanma ya da yeni fırsatlar oluşturabilme amacıyla ekonomik mal ya da hizmet üretmek için üretim faktörlerine sahip olma, örgütlenme yeteneği ve risk alma faktörleri ile bağdaştırılmaktadır (Çetin, 1996: 29).

Long (1983: 219) girişimcilik tanımlarını karşılaştırarak, bu tanımların üç ortak yönünü tesbit etmiştir. Bunlar: Belirsizlik ve risk, bütünleşik yönetsel beceri ve yaratıcı fırsatçılıktır. Hisrich ve Peter ise (1998: 9), girişimcilik tanımlarının ortak noktasının girişimciliğin, inisiyatif kullanma, kaynakları pratiğe dönüştürme, sosyal ve ekonomik mekanizmaların organizasyonu, risk üstlenme ya da başarısızlığı göze almayı içermesi

olduğunu belirtmektedirler. Bu açıklamalar, girişimciliğin aslında son derece kapsamlı bir süreç olduğunu bireysel, örgütsel ve çevresel, dolayısıyla makro ve mikro özelliklerden etkilendiğini göstermekte ve bu süreç Bygrave 1989 tarafından girişimcilik paradigması olarak açıklanmaktadır (Şekil 1) (Hisrich ve Peter, 1998: 43; Ufuk ve Özgen, 2000: 2)



Şekil 1.1. Girişimcilik Süreci Modeli

Kaynak: Kuratko D. ve Hodgets R., 1998

Şekil 1'de yeni bir işletme yaratmanın birbirini izleyen “yenilik, başlangıç, sürdürme ve büyüme” aşamalarında farklı unsurların etkisi vurgulanmakta ve bu unsurların, hem girişimcinin bireysel özellikleriyle hem de sosyolojik ve örgütsel özelliklerle ilişkisi belirtilmektedir.

1.2.1. Girişimcilik Çeşitleri

Girişimcilik, değişik kriterlere göre sınıflandırılmaktadır. Girişimcilik sermayesinin sahipliğine göre yapılan sınıflamada üç grup söz konusudur: Özel girişimcilik (sermayesinin tamamı şahıslara ait), kamu girişimciliği (sermayenin tamamı kamuya ait) ve karma girişimcilik (sermayenin bir kısmı özel şahıslara, bir kısmı da kamuya ait girişimcilik) (Tekin, 1999: 3)

Diğer yandan üstlenilen riski ifade eden temkin derecesine göre de girişimcilik ayırımı mevcuttur. Bu ayırımda dinamik girişimcilik ve takipçi girişimcilik kategorileri kullanılmaktadır. Dinamik girişimcilikte, pazara tamamen yeni ürün ve süreçlerle giren ve bunları sürekli yenileyen girişimcilik kastedilirken; takipçi girişimcilikte ise rakiplerce yapılan yeniliklerin sonuçlarına bakarak yenilik yapmaya karar veren ve benzer yenilikler yapan girişimcilik anlatılmaktadır ([www.mylmz.net/yonetim/ isletmeyonetimi](http://www.mylmz.net/yonetim/isletmeyonetimi)).

Bir diğer sık kullanılan girişimcilik ayırımı ise fırsat girişimciliği ve yaratıcı girişimciliğdir (Tekin, 1999: 2). Fırsat girişimciliği, mevcut ve potansiyel pazardaki değişimin fırsatları görerek veya potansiyel fırsatları sezinleyerek mevcut veya hedef pazara mal satmak amacıyla yapılan girişimciliğdir. Fırsat girişimciliği, pazarda meydana gelen genişleme veya kriz ile birlikte pazara yeterince mal sunulmaması veya pazarın isteğine uygun fiyat ve kalitede mal sunulmaması nedeniyle ortaya çıkan fırsatları değerlendirmeyi öngörmektedir. Yaratıcı girişimcilik ise yeni fikir ve buluşu ya da mevcut bir mal veya hizmetin dizayn edilerek, fiyat, kalite gibi özelliklerin iyileştirilerek kar edebilecek şekilde pazara sunulmasıdır.

Günümüzde küresel işletmecilik olgusuyla birlikte girişimciliğin de sürekli bir değişim içinde yeni bir anlam ve önem kazandığı ve girişimcilikte coğrafi sınırların anlam ve önemini kaybettiği görülmektedir. Bu bağlamda, girişimciliğin başlangıcındaki faaliyetleri yerel girişimcilik, işletme sermayesinin ve iş hacmini artması ile birlikte büyüyen yerel girişimciliğe bölgesel girişimcilik ve bir veya daha fazla girişimcinin bir araya gelerek büyük sermaye ve iş hacmine ulaşarak gerçekleştirdikleri faaliyete de uluslararası girişimcilik demek mümkündür (Tekin, 1999: 3).

1.2.2. Girişimcilik Kültürü

Girişimciliğin gelişmesi ve yaygınlaşması, girişimcilik için gerekli faktörlerin yeterli düzeyde olmasına bağlıdır. Bu faktörlerden en önemlisi de, “girişimcilik kültürü”dür (Tekin, 1999: 29). Girişimcilik kültürü, girişimcilere yeni bir vizyon ve misyon kazandıran, başkalarının kendisine iş sağlamasını beklemek yerine atak ve dinamik bir şekilde davranarak başkalarına iş imkanı sağlayan, çalışmalarının ve harcamalarının karşılığını almayı hedefleyen insan tipinin yetişmesini sağlayan bir kültürdür (s. 30) ve girişimcilikte başarı ile doğrudan ilişkisi vardır. Girişimcilik kültürü, bir bölgedeki girişim ve işletme sayısının artmasıyla birlikte oluşur ve bu kültürün istenen yönde gelişebilmesi uygulanacak girişimcilik politikalarına ve stratejilerine bağlıdır (teşvik, kredi, eğitim gibi) (s. 32).

Girişimcilik kültürünün kazanılmasında diğer önemli bir faktör de aile kültürüdür. Girişimcilerin sosyo-demografik özelliklerine yönelik yapılan bazı araştırmalarda, girişimci çocuklarının girişimci olma eğilimlerinin daha güçlü olduğu vurgulanmaktadır (Pendelieu,1997). Özellikle girişimcilik güdüsüyle yakından ilişkili olan başarıya azminin pekişmesinde ailenin önemli bir unsur olduğu kabul edilmektedir (TUSIAD, 1987: 13-19).

Girişimcilik kültürünün temellerinden birisi, girişimcinin “küçük olsun benim olsun” mantığıdır. Ülkemizde ve diğer ülkelerde girişimcilik ruhunun en önemli unsurunun, bağımsız çalışmak ve kendi iş yerini kurma arzusu olduğunu ve bu nedenle

KOBI'lerin toplam işletme sayısı içinde yüksek oranlarda olduğuna dikkat çekilmektedir (Çelik ve Akgemci, 1998: 37). Ayrıca güçlü bir girişimcilik kültürünün olmadığı toplumlarda kurnazlık, köşe dönmeçilik gibi dejenere olmuş kültürel davranışlarının yaygınlaşması kaçınılmaz bir olgudur. Müftüoğlu (1989: 74) bu durumu Alman sosyolog Van Gotze'nin, Marjinal Moral Teorisi ile açıklamaktadır. Buna göre, toplumda geçerli olan ahlaki ve hukuki kurallar en alt ve en üst sınır olarak belirlenmiştir. Eğer, en alt sınırdaki oynayanlar kazançlı çıkarsa, uzun vadede bu alt sınırdaki oynayanların sayısı artmaktadır. Alt sınır bu ağırlığı taşıyamadığında ise hukuki ve ahlaki kurallar gevşetilerek sınır daha da aşağıya çekilebilmektedir.

1.3. Girişimcilik Niyeti ve Girişimcilik Niyetini Etkileyen Kişisel Özellikler

De Pillis 1998 yılında yaptığı "girişimcilik niyetini tahmin etme" çalışmasında (predicting entrepreneurial intention), bireyin girişimcilik kararını, onun tek başına yada bir veya birden fazla ortakla iş açma niyeti olarak nitelendirilmiş ve bu kararın bireyin içinde bulunduğu sosyo-kültürel değişkenlerle ilişkisini araştırmıştır. De Pillis'e (1998) göre, girişimcileri sadece kişisel özellikleriyle ele alan araştırmalar her zaman tutarlı sonuçlar vermemiştir; bu nedenle toplumsal değerlerin girişimci olma niyeti üzerindeki etkisi de dikkate alınmalıdır. Bu yüzden De Pillis (1998) çalışmasında toplum ve kültür faktörlerinin kişinin "iş açma niyetindeki" olumlu ve olumsuz etkilerini araştırmış, İrlanda ve Amerikan toplumunda farklı girişimcilik niyeti olduğunu belirlemiştir. Bugün bir çok farklı araştırmanın bulguları da kültürün girişimcilikle olan ilişkisini desteklemekte, kültürün girişimciliğin başlatılmasına yönelik bireysel tutumu belirlediğine dikkat çekilmektedir (Erdem, 2001).

Sonuç olarak girişimcilik niyetini, girişimcinin bazı bireysel özelliklerinden ve bu özellikleri de etkileyen sosyo-kültürel faktörlerden etkilenen bir olgu olarak görmek mümkündür. Bu nedenle aşağıda önce girişimcilik niyeti ile ilişkilendirilen bazı özellikler

ele alınacak, daha sonra da girişimcilik niyetinin oluşmasını etkileyen toplumsal değerler Türk ve Amerikan toplumu karşılaştırması ile ele alınacaktır.

Girişimcilere yönelik olduğu vurgulanan bazı özellikler ile girişimcilik niyeti arasında sıkı bir ilişki vardır. İlgili literatürde başarıma ihtiyacı, risk alma eğilimi, belirsizliğe tolerans ve kontrol odağı özellikleri girişimcilik niyeti ile ilişkilendirilen temel bireysel özelliklerdir.

1.3.1. Başarı Motivasyonu

Geleneksel tanımına göre başarıma ihtiyacı veya başarı motivasyonu, başarı ve mükemmeliğe ulaşmak için kişiyi mücadeleci olmaya iten güçtür (Sagie ve Elizur, 1999). Bu ihtiyaca sahip kişilerin, işe veya amaca yönelimleri güçlüdür, hatta işin başarılması bir takıntı halindedir (Erdem, 2001).

Henry Murray tarafından başlatılan “başarma motivasyonu” ile ilgili çalışmalar David McClelland ve arkadaşları tarafından daha ayrıntılı olarak incelenmiştir. Onlara göre başarıya olan ihtiyaç öğrenilebilir ve bu yüzden kültürel bir biyolojik değildir. Atik’e (2000: 43) göre, Mc Clelland’ın başarıma ihtiyacı konusundaki çalışması, girişimcilerin psikolojik özelliklerini tanımlamaktadır. Mc Clelland (1961), “başarma ihtiyacı” kuramında girişimcinin özellikleri olarak üç boyut belirlemiştir: (1) Problemlerin çözümünde, amaçların belirlenmesinde ve kendi çabalarıyla bu amaçlara ulaşmakta şahsi sorumluluk; (2) şans yerine, yeteneğin bir fonksiyonu olarak “hesaplı risk üstlenme” ve (3) bir kararın ya da iş başarısının “sonuçlarını bilme”. Mc Clelland, yüksek başarıma ihtiyacının bireyleri girişimcilikte meşgul olmaya götürdüğü sonucuna varmakta, araştırmaların bazıları bu yargıyı desteklerken, bazıları da desteklememektedir. Hisrich ve Peters (1998: 70), bu konuda, Mc Clelland’ın kullandığı kavramın değiştirilerek farklı bir ölçüm setiyle başarı ve girişimcilik arasında daha anlaşılır bir ilişkinin bulunabileceğini belirtmektedirler.

Soyşekerci'ye (2001: 35) göre, yüksek başarıma ihtiyacı seviyesine sahip olmak, girişimcilerde bulunması gereken özelliklerden birisidir. Bu özelliğe sahip insanlar, kendi çabalarıyla sonuç almayı, normale göre zor hedefler seçmeyi ve bu hedeflere ulaşmayı nasıl başardıklarını gösterecek sonuçları hemen almayı severler .

Diğer yandan içsellik, yüksek başarıma ihtiyacına sahip şahısların önemli bir özelliğidir ve başarısızlık durumunda, sorumluluğun kişinin kendisine ait olduğunu belirten bir kavramdır. Böyle bir durumda kişi, başarısızlıklarda hatayı başkalarında değil, kendisinde arar. Evans ve Leighton (1989: 519 -35), başarılı sonuçlar alınan işlerde, başarının kendi faaliyetlerine dayandığına inanan insanlar tarafından gerçekleştirildiğini belirtmektedirler. Sonuç olarak, içsellik özelliğine sahip, yüksek başarı ihtiyacı duyan kişiler, işletme kurmaya daha istekli girişimcilerdir

Johnson'a (1990) göre de girişimciliğin en belirgin faktörü, başarı motivasyonudur. Yüksek düzeyde başarıma motivasyonuna sahip olanların sorumluluk duygusu da yüksektir; hedefler koyup, ulaşmaya çalışır ve performanslarına yönelik geri bildirim alırlar. McClelland, yeni işlerin kurulmasında anahtar faktör olarak kabul ettiği yüksek başarı motivasyonunun, ekonomik gelişmede önemli olduğunu düşünmekte ve geliştirmekte olan ülkelere finansal yardım yerine başarı eğitiminin sağlanmasını savunmaktadır. Nitekim farklı ülkelerde yapılan araştırmalarda da, girişimcilerin başarı motivasyonu güçlü bulunmuştur. De Pillis (1998), Amerikan toplumunda en fazla desteklenen girişimcilik özelliğinin başarıma ihtiyacı olduğunu belirtmektedir. Hisrich'in (1986), İrlanda ve Amerika'da ki kadın girişimcileri kıyasladığı araştırmasında ise her iki grup için geçerli olduğu belirlenen özellikler arasında başarı motivasyonu yer almaktadır. Scott ve Shear'ın (1991) çalışmalarında olduğu gibi, Johnson da (1990), girişimcilikle başarı motivasyonu arasında olumlu yönde bir ilişki bulmuştur.

Bu bulgulara rağmen, başarı motivasyonu hakkında tartışmaların son bulduğunu söylemek güçtür. Bazı araştırmalar girişimcilerin girişimci olmayanlardan daha yüksek

düzye de başarı motivasyonuna ihtiyaçları olduğunu söylerken, başarı motivasyonunun yeni iş kurulmasında hiç bir etkisi olmadığını savunan çalışmalar da mevcuttur (De Pillis, 1998). Örneğin, İngiltere’de genç girişimciler üzerinde yapılmış bir araştırmanın sonuçlarına göre, girişimciler girişimci olmayanlara nazaran daha fazla iç kontrollüdür ve çok çalışmaya güçlü bir biçimde inanmaktadırlar. Ancak, başarı motivasyonu konusunda aynı sonuç alınamamıştır (Bonnett ve Furnham, 1991). Yine Low ve MacMillan’in 1988’de yaptığı araştırmada da başarı, girişimcileri girişimci olmayanlardan ayıran bir faktör olarak ortaya çıkmamaktadır.

Bu araştırma sonuçlarını değerlendirirken kuşkusuz kültürel faktörlerin, girişimcilik ile başarı motivasyonu arasındaki ilişkiyi değiştirebileceği de dikkate alınmalıdır. Araştırma bulgularındaki farklılıklar, girişimcilik değerinin farklı algılanmasıyla da ilgili olabilir. Örneğin, Amerika’da yapılmış girişimcilik araştırmalarında, girişimciliğin başarı motivasyonunun doğal bir sonucu olduğunu varsayılabilirken, İngiltere’deki bazı girişimcilik araştırmalarında ise iş kurmanın tam anlamıyla kişisel başarıya bağlı olmadığı düşünülebilir; çünkü girişimcilik, İngiltere’de Amerika’da olduğu gibi saygın karşılanmaz (O’Farrel, 1986). Katı sosyal sınıf sisteminin olduğu ülkelerde, bir üst sosyal sınıfa yükselmenin arzu ve takdir edilmemesi, zenginleşerek yükselmeye çalışanların şüphe ve aşağılanmaya maruz kalmasına yol açabilir. Bu nedenle güçlü başarıya motivasyonuna sahip kişiler, kendisini girişimciliğe vererek bu takdir edilmeyen değere enerjilerini harcamak istemezler (De Pillis, 1998)

1.3.2. Risk Alma Eğilimi

Birçok insanda bulunan para kazanma dürtüsünün kişilerde risk alma toleransını geliştirdiği ve bu toleransın girişimciyi girişimci olmayandan ayırt eden faktör olduğu söylenebilir. Ancak, yeni bir iş kurulurken girişimci sadece finansal durumunu riske atmaz, aynı zamanda birtakım sosyal risklere de maruz kalabilir. Eğer kurduğu iş başarılı olursa girişimci zengin olur, takdir görür, bağımsızlığını kazanır ve başarının hazzını tadar. Perry

de 1990'da risk alma özelliğinin, bir yaklaşım veya bir tepki değil, girişimcinin dünyayı algılama biçimi olduğunu ve girişimcilerin riskli durumları diğerlerine göre daha iyimser algıladıklarını belirtmiştir.

Geleneksel olarak girişimciliğin tanımı risk üstlenme eylemine dayalıdır. Chantillon'dan beri girişimciliğin risk alma yönüne hep dikkat çekilmiş ve yazında girişimci çoğu zaman bir risk üstlenici olarak tanımlanmıştır (Erdem, 2001). Ancak ekonomik riskler, girişimciler için sadece bir boyuttur; belirsiz bir çevrede kariyer riski, sosyal riskler, psikolojik ve fiziksel riskler çoğu zaman ekonomik risklerle bir aradadır (Pandelliau, 1998). Üstlenilen tüm bu risklerin sonucunda girişimcinin beklediği başarıdır veya başlangıçta hedeflediği sonuçlara ulaşmadır; ancak, başarısızlık da muhtemeldir.

Risk almanın bir girişimci karakteri olması konusunda bugüne kadar yapılmış araştırma bulguları da farklılıklar içermektedir. Low ve Mac Millan'a (1988) göre risk alma bir girişimci özelliği değildir. Genel bulgulara göre girişimcilerin herkes kadar risk alma eğilimleri vardır; yöneticilerden ve hatta diğer insanlardan daha fazla risk almak istemezler. Ancak, girişimcileri çok yetenekli risk yöneticileri olarak görmek daha mantıklıdır ve onları girişimci yapan, başkalarının çok tehlikeli zannettiği riskli işleri ele alış tarzlarıdır. Palich ve Bagby ise (1995) benzer bir şekilde, girişimcilerin girişimci olmayanlara göre risk alma eğilimlerinde fark olmadığını ancak, girişimcilerin iş durumlarını daha güçlü bir şekilde fırsat ve kazanç olarak yapılandıklarını savunurken; Thompson (1999), girişimcilerin çevredeki karışıklıklara ve belirsizliğe, kendileri için güçlü bir stratejik pozisyon yaratarak tepki verdiklerini ve yenilik getirme, katma değer yaratma, kaos ortamında fırsatları görme gibi proaktif eylemler ile aslında başkaları için belirsizlik yarattıklarını ve bu eylemlerin bir risk alma davranışı olduğunu belirtmektedir (Erdem, 2001).

Girişimcilerin risk alma eğilimlerinin, girişimci olmayanlara göre değişip değişmediği konusunda Solomon ve Winslov'un mülakatla yaptıkları araştırmada 61 girişimcinin

korkusuz ya da müthiş risk taşıyıcıları olmadığını söylemektedirler. Başka bir araştırma sonucu ise girişimcilerin girişimci olmayan yöneticilere göre riskten daha çok kaçındıkları belirtilmektedir (Bellu, 1987). Stewart ve Roth 'un 1992 'de yaptığı meta-analitik çalışmada da, girişimcinin risk eğilimine yönelik araştırmalarda kullanılan ölçekler ve sonuçları karşılaştırmalı olarak incelenmiş; bazı araştırmalarda girişimciler ile diğer gruplar (yöneticiler, işletme sahipleri) arasında risk alma eğiliminde fark bulunamamıştır (Erdem, 2001).

Araştırma bulgularındaki farklılıkların riskin özel tanımından kaynaklanmış olma ihtimali de göz ardı edilmemelidir. Çünkü, girişimcilerin algıladıkları risk ile girişimci olmayanların algıladıkları risk de aynı olmayabilir. Örneğin, yüksek teknoloji işleriyle uğraşan girişimciler üzerine yapılan bir araştırmada, üçte ikisinin yaptıkları işi tehlikeli bir iş olarak algılamadıkları belirlenmiştir (De Pillis , 1998).

Girişimcinin risk alma eğilimine yönelik bir genelleme yapılmasını engelleyen bu durum, konuya yönelik farklı etkenlerin tartışılmasına yol açmıştır. Örneğin bazı araştırmacılar, risk eğiliminin sadece girişimci ve girişimci olmayanlar arasında değil, girişimcilerin kendi içinde de değiştiğini; esnaf girişimcilerin kısa dönemli risk üstlenirken, fırsat kollayan girişimcilerin ise uzun dönemli riskler üstlendiğini belirtmektedirler. Diğer yandan, tek tip girişimci tipolojisine karşı çıkan ve girişimcileri kendi aralarında pragmatik ve karizmatik diye ayıran McCarthy ve Leavy (1999), ilk grubu daha planlı, rasyonel ve riski azaltma eğilimine sahip olarak nitelerken; karizmatik grubu, vizyoner, yüksek inisiyatif üstlenen ve yüksek risk alan grup olarak açıklamaktadırlar (Erdem, 2001).

1.3.3. Belirsizliğe Olan Tolerans

Belirsizliğe olan tolerans, risk almaya göre iş kurulmasında gerekli maceracılığı açıklamak için daha uygun bir özellik olabilir. Çünkü yeni bir iş açılırken var olan

durumun belirsiz ya da kuşkuolu olarak açıklanması, riskli olarak açıklanmasından büyük bir olasılıkla daha kolaydır; çünkü risk tanımını kişiden kişiye değişir.

Belirsiz bir durum, birey tarafından yeterli veri olmaması nedeniyle tam olarak yapılandırılmayan veya kategorize edilemeyen durumdur. Belirsizlik toleransı ise belirsiz durumlara olumlu tepki verebilme yeteneğidir. Birey, belirsiz bir çevrede aldığı karara daha fazla bilgi aramaya kalkışmaksızın halen güvenebiliyorsa, yüksek toleransa sahip demektir (Erdem, 2001).

Bazı çalışmalarda, yöneticilerle kıyaslandığında girişimciler, daha fazla belirsizliğe tolerans gösterme eğilimine sahip olduğu savunulmaktadır (Low ve MacMillan , 1988 ; Schere , 1982 ; Sexton ve Bowman , 1985). De Pillis (1998) 'e göre girişimci karakteri olarak "belirsizliğe olan tolerans" oldukça cazip bulunmuş ve bir girişimci karakteri olarak kabul edilmiştir.

Belirsizliğin kaygı yaratmasını, "belirsiz durumları tehlike kaynağı olarak algılama eğilimi" ile ilişkili bulan Budner'da 1992, belirsizliğe olan toleransı ise belirsiz olayları normal olarak algılama eğilimi olarak açıklamaktadır. Düşük belirsizliğe toleransı olan insanlar belirsiz ve daha önce tecrübe etmedikleri ve şaibeli durumlardan rahatsızlık duyabilir ve bu gibi durumlardan kaçmak isteyebilirler. Bhide (2000)'e göre de, kişilerin belirsizliğe karşı hissettikleri nefret, birçok potansiyel girişimcinin şevkini kırabilir. Bilindiği üzere girişimciler iş hayatlarının her aşamasında çeşitli bilinmezlerle maruz kalırlar ve girişimciler için belirsizlik sonradan öğrenilecek olan kayıp bir bilgidir. İş kurmak girişimcileri hiçbir şeyin kesin olarak bilinmediği durumlara iter.

1995 'de Hing tarafından Franchising işletmesi açan girişimciler için yapılan bir araştırmanın sonuçlarına göre, bu girişimciler için belirsizliğe yüksek tolerans, girişimciliğe motive edici unsurlar arasında değildir. Çünkü franchise işletmeciliğinde belirsizlik, franchising işletme deneyimi ve bilgisi sayesinde azalmaktadır.

Bhide (2000) ise yeterli miktarda sermaye, kendine güven ve belirsizliğe olan tolerans gibi faktörlerinin birleşimi girişimcileri iş kurmaya motive eder. Çünkü pek az girişimci iş planları yazıp onları küçük ve daha önce hiç denenmemiş marketlerde uygulamaya çalışırlar. Bu gibi marketlerde, sayılar ve ileriye yönelik tahminlerin tutmayacağı ortadadır. Girişimci belirsiz ortamlarda çok çabuk karar vermek zorundadır; kararsızlıktan dolayı vakit kaybedemez. Girişimcinin çoğu zaman ne pahalı fayda yarar analizleri ne de pazar araştırması yapma şansı vardır.

Singapur’lu girişimciler üzerinde yapılan bir araştırmada ise girişimcilerin yüksek seviyeli belirsizliğe olan tolerans ve risk eğilimi gözlenmiştir. Belirsizliğe olan tolerans ve risk taşıyabilme özelliklerinden kaynaklanan strese dayanıklı olma, girişimcilerinin daha yüksek performanslı olmalarına yol açmaktadır (Teoh ve Foo, 1997).

Bugüne kadar yapılmış bir çok araştırmada kullanılan belirsizliğe olan tolerans ölçekleri arasında en iyi bilinen ölçek Budner tarafından 1962’de geliştirilmiştir. Ancak, bu ölçeğin kullanıldığı araştırmalarda farklı sonuçlar elde edilmiştir. Örneğin, girişimcilerin girişimci olmayanlara göre çok daha fazla oranda belirsizliğe olan tolerans gösterdikleri daha yaygın bir görüş olsa da, Dollinger’in 1983’te yaptığı çalışmada girişimci olmayanların girişimci olanlara göre daha fazla oranda belirsizlik toleransı gösterdiklerine yönelik bulgular mevcuttur. Bu nedenle zaman zaman farklı ölçekler kullanılarak, belirsizliğe tolerans eğilimi ölçülmeye çalışılmıştır (örneğin De Pillis, (1998) araştırmasında Driver’in 1984 “Genel Adaptasyon Seviyesi” ölçeğini kullanmıştır).

1.3.4. Kişisel Yetkinlik ve İç Kontrol Odağı

Girişimcilik davranışı ile girişimcilik özellikleri arasındaki ilişkinin varlığı, konuya yönelik iyi bilinen varsayımlardan biridir. Yapılan araştırmalarda girişimci davranışlarıyla alakalı olduğu düşünülen sebatkarlık özelliğine, bir girişimci özelliği olan iç kontrol odağı kapsamında değinilmiştir ve De Pillis ‘e (1998) göre sebatkarlık hemen hemen her

araştırmada girişimcinin genel bir özelliği olarak ortaya çıkabilmektedir (De Pillis, 1998). Low ve MacMillan (1988) araştırmalarında, başarı motivasyonunu girişimcileri ayırt eden bir özellik olarak bulmasalar da, kişilerdeki dayanıklılık kapasitesinin girişimciyi girişimci olamayandan ayırt eden bir özellik olduğunu; Rissal (1988) ise girişimciye sebatkarlık olgusunun girişimcinin iş açma niyetini desteklediğini belirtmektedir.

Brain'a (1994: 4) göre kontrol odağı, kişinin yaşamındaki olayları kontrol edip edemeyeceğine yönelik genelleştirilmiş beklentileriyle ilgili bir kişilik değişkenidir ve iç veya dış odaklı olabilir ve (Kohn, 1994; Riipinen, 1994:557; Leone ve Burns, 2000) göre de iç kontrol odağına sahip olanlar, yaşadığı olayların kendi içsel faktörlerinin etkisiyle meydana geldiğini, dış kontrol odağına sahip olanlar ise yaşadığı olayların şans, kader ve diğer kontrol edilemeyen faktörlerden meydana geldiğini düşünürler (Erdem 2002). Ayrıca bu kişiler, kontrol edemeyeceklerine inandıkları için çevrelerini daha tehditkar ve stresli bulurlar. İç kontrol odağına sahip bireyler ise stresli durumlara daha yapıcı ve sorun çözücü tepkiler gösterirler (Erdem, 2002). Devereaux 1969'da, kontrol odağının ailenin çocuğu yetiştirme tarzıyla ilişkisini araştırmış ve çocuklarını destekleyen ailelerde iç kontrol odağının, aşırı koruyucu ailelerde ise dış kontrol odağının geliştiğini bulmuştur.

Girişimcilik araştırmalarında kontrol odağı, potansiyel başarılı girişimcilerin belirlenmesinde kullanılmaktadır. Gatewood, Shaver ve Gartner'a (1995) göre kontrol odağı, başarı ve girişimcilikle uyum sağlamaktadır. Eğer bir kişi kendisini ve çevresini değiştirecek yeteneği kendinde görmüyorsa, bu gibi durumlarda doğal olarak gerekli değişiklikleri de yapamayacaktır.

Yeni fırsatlar arayan ve yenilikçi tutumlar gösteren girişimcilerin, kendi yaşamlarındaki olayları kontrol etme yeteneğine, diğer ifade ile iç kontrol odağına sahip olması beklenmektedir. Konuya yönelik birçok araştırmada da bu beklenti doğrulanmıştır (Erdem 2001). İç kontrol odağına sahip kişiler, daha fazla başarılı olmak için uğraşırlar ve girişimci özellikleri ortaya çıkmaktadır (Sargut, 2001: 197). Bu belirlemelere rağmen, De

Pillis'e göre (1998), girişimcilerde iç kontrol odağının diğer gruplara göre daha güçlü olduğu çok açık değildir. Bunun için her şeyden önce, bir iş kurmanın tesadüf mü yoksa planlanmış bir olay mı olduğunun bilinmesi gereklidir.

Girişimciler ve diğer grupların kontrol odağını ölçmede en yaygın olarak kullanılan Rotter'in (1969) Kontrol Odağı Ölçeği ise tek boyutlu olması nedeniyle eleştirilmiştir ve alternatif ölçüm araçları geliştirilmiştir. Örneğin Furnham'ın geliştirdiği kontrol odağı ölçeği çok boyutludur; içsellik, şans ve dışsallık faktörlerini kapsamaktadır. Bu ölçümün, kontrol odağının bir çok yönünü ayırt edebilmesinden dolayı, girişimcileri girişimci olmayanlardan ayırmada daha iyi sonuçlar verdiği belirtilmektedir (Haworth ve Brearley, 1991).

1.3.5. Demografik Değişkenler

Girişimciler üzerine yapılan bir çok araştırma, demografik değişkenler ile girişimcilik arasında bir bağ olduğunu göstermiştir. Konuya yönelik yapılan bir meta analiz çalışmasında girişimcilerin, girişimci olmayanlardan daha çok eğitilmiş olduklarını, kendi işine sahip ailelerden geldiklerini, işlerini daha önce yaptıkları işlere uygun olarak seçtiklerini, yeni açacakları işlerini daha önce yaşadıkları ve çalıştıkları yerlerde başlatacakları belirlenmiştir (Low ve MacMillan, 1985). Ancak demografik özelliklerin, kişilerin girişimci olup olmayacağını tahmin etmeye yeterli olmadığı da belirtilmelidir (Brockhaus, 1982; Gasse, 1985; Van Praag, 1995; Van Ophem, 1995).

1.3.6. Zamana Bağlı Etkiler

İş sahibi kişiler yaşamlarının herhangi bir döneminde girişimciliğe soyunmuş olabilirler. Ancak, girişimcilerin zamanla ve tecrübeyle, yöneticilere benzedikleri de gözlemlenmiştir. Araştırmacıların bu yüzden girişimcilerin ne kadar süredir iş hayatında

olduklarını bilmeleri gerekmektedir. İş yaşamına otuz yaşından önce başlayan girişimcilerin girişimcilik özelliklerinin ortaya çıkmaması normaldir (De Pillis, 1988).

Bir işi geliştirmek veya büyütmek için gerekli beceriler, iş açmayı düşünmek veya iş açmak için gerekli becerilerden farklı olabilir. Girişimciler bir iş'te ne kadar uzun süre kalırlarsa o kadar yönetici/girişimci olmaya başlayacaklardır (Cromie ve Johnson, 1993).

1.3.7. Kişisel Farklılıklar

Girişimcilere yönelik bir çok araştırma benzerlikler ve örnekler üzerinde durmakta ve girişimcilerin farklılıkları gözden kaçırılmaktadır. Oysa, girişimcilerin tutucu olmadıkları zannedilmesine rağmen, hepsi de modern olmayabilir. Dolayısıyla girişimcilerin ortak karakterlerini bulmaya çalıştıkça, onların farklı özellikte olabilecekleri gerçeğini gözden kaçırmaya ihtimali artmaktadır (Gibb ve Ritchie, 1982). Ayrıca, kişisel özelliklere yönelik araştırmaların bulgularındaki çelişkilerin sebeplerinden biri de, girişimciler arasındaki olası farklılıkların ortak girişimci özelliklerini bulma çabalarını engellemesi olabilir.

Konuya yönelik yeni çalışmalarda, girişimciler arasındaki farklılıklar ortaya konmaya çalışılmaktadır. Örneğin, 60 Avustralya'lı kadın üzerinde yapılan bir araştırmanın sonuçlarına göre farklı girişimcilik tipleri mevcuttur. Yapılan Cluster analiziyle oldukça düşük başarı motivasyonlu, yüksek kontrol odaklı, "yönetici girişimciler" tipi bulunmuştur. Bir başka çalışmada ise "pragmatik girişimciler" olarak nitelendirilen grubun, orta düzeyde başarı motivasyonuna ve düşük iç kontrol odağına sahip olduğu ve "başarısızlığa ihtiyacına sahip girişimciler" olarak belirtilen diğer grubun ise yüksek başarı motivasyonuna sahip oldukları bulunmuştur (Langan – Fox ve Roth, 1995). Bill Gartner da (1996), ısrarla girişimcilikte bir ortalama değer olmadığını belirtmektedir.

1.4. Girişimci zelliklerine Yönelik Bir Genel Değerlendirme

Yapılan araştırmalarla, girişimci özellikleri konusunda arasındaki bulguların karmaşıklığı ve girişimciler arasındaki farklılıklara rağmen bazı özelliklerde ortak görüşlerden söz etmek mümkündür. Aşağıdaki tabloda başarma motivasyonu, risk alma eğilimi, belirsizliğe tolerans ve iç kontrol odağı özelliklerine yönelik bazı önemli araştırmaların sonuçları yer almaktadır. Bu sonuçlara dayanarak, belirtilen özelliklerin girişimcileri karakterize edip etmediğinin halen önemli bir araştırma sorusu olduğu ve farklı değişkenleri dikkate alan yeni araştırmalarla girişimcilik niyetini etkileyen bu özelliklerin incelenmeye devam edilmesi gerekliliği saptanmaktadır.

Tablo 1.1. Girişimci Özellikleri İlgili Araştırmalar

Özellik	Bulgular	Bilinen Araştırmalar
Başarı Motivasyonu	Başarı motivasyonu girişimcilğe değer veren toplumlarda bir girişimci özelliği olarak ortaya çıkmaktadır .	Low ve MacMillan,1988 McClelland , 1961 Shaver ve Scott, 1991 Wells, 1994
Risk	Riski nesnel olarak anlamak zordur. Girişimcilik eğilimini anlamak için iyi bir ölçüm değildir.	Chell, E Haworth ,1991 J.Bearly .S, 1991 Corman v.d, 1988 Hisrich , 1986 Jackson ve Rodkey,1994 Low ve MacMillan, 1988 Shaver ve Scott, 1991 Solomon ve Winslow,1988
Belirsizliğe olan tolerans	Girişimcilikle güçlü bir şekilde ilgilidir. Risk eğiliminden daha az öznel bir algılama eğilimi gösterir .	Low ve MacMillan,1988 Schere, 1982 Sexton ve Bowman,1985
Kişisel Yetkinlik ve Kontrol Odağı	Girişimciler daha yüksek kişisel yetkinliğe sahiptirler	Maier, 1980 . Paulhus,1990 Gatewood v.d,1995 Carlson ve Cacmar,1994 Brokhaus ve Horwitz,1986 Quinless ve Nelson,1988 Rotter , 1996 Sedek v.d,1993 Seligman ve Maier, 1967 Seligman, 1975 Shaver ve Scott,1991 Weiner v.d.,1978

Kaynak : De Pillis, 1998: 53-54

1.5. Girişimcilik Niyetinin Oluşmasında Kùltürel İkna Modeli

Bu bölümde, Türk ve Amerikalı öğrencilerin girişimcilik niyetini karşılaştırmalı olarak ele alacağımız araştırmamıza temel oluşturan kùltürel ikna modeli üzerinde durulacaktır. Bu model De Pillis tarafından, Reardon'un 1991 iletişim teorisinden uyarlanmıştır. Uygunluk (appropriateness), tutarlılık (consistency) ve etkililik (effectiveness) boyutlarından oluşan ve bu nedenle de kısaca ACE modeli olarak nitelendirilen modele göre toplum, bireylere sürekli olarak sosyal mesajlar gönderir ve bu mesajlar ilgili durum için ikna edici bir özelliğe sahiptir. Nitekim De Pillis (1998), ACE modeli yardımıyla hangi sosyal mesajların bireyleri, girişimciliğin bir kariyer olarak sečilmesine teşvik ettiğini bulmaya çalışmıştır.

Kişiler hayatları boyunca ya medyadan ya da kendi çevresiyle gerçekeştirdiği diyaloglardan girişimcilik üzerine uygunluk, tutarlılık ve etkililik mesajları alırlar. Bu mesajlar, kişinin girişimcilikle ilgili düşüncelerini şekillendirir; kişiler meslek seçme kararlarını verirlerken, girişimciliğin uygunluğu, tutarlılığı ve etkinliği konusunda bu mesajlar yardımıyla bir inanca sahip olurlar; bu inanç girişimci olma niyetlerini etkiler (De Pillis,1998). Örneğin, Amerika'da her dönem girişimcilik ve girişimciler oldukça kabul görmüştür. Bir çok girişimcinin resmi sürekli olarak dergi ve gazete sayfalarında yer alır ve onların başarılarından söz edilir. Bu tür sosyal mesajların girişimcilik niyetini geliştirmiş olma ihtimali kuvvetlidir (De Pillis, 1998). Türkiye'de ise başarılı girişimcilere yönelik mesajların çok güçlü olmaması girişimcilik niyetinin gelişmesinde olumsuz bir faktör olabilir. Diğer yandan, Dorfman ve Hovell'in de (1988) belirttiği gibi, bireyin kùltüründen etkilenme düzeyi, toplumun geleneksel ve modern değerlere sahip olup olmamasıyla da ilişkilidir. Geleneksel toplumlarda bireyler, kùltürel değerlere daha sıkı bağlı iken, modern değerlere sahip toplumlarda ise bireylerin toplumsal değerlere bağlılığı ve etkilenme düzeyi sınırlıdır (Erdem, 2001).

ACE modelinin daha iyi anlaşılabilmesi için modeli oluşturan boyutlar, De Pillis (1998) tarafından aşağıdaki gibi açıklanmaktadır.

1.5.1. Uygunluk

“Uygunluk” etkenine göre insanlar başkalarının fikirlerinden etkilenir. İkna olan kişi sadece kendisine neyin uygun olup olmadığını anlamaya çalışmakla kalmaz, çevresindeki kişilerin inandıklarından da etkilenir. Bu bağlamda ekonomik anlamda kişisel zenginlik ve prestij bulma çabasını içeren girişimcilik, bazı toplumlar için takdir edilecek bir çabadır. Örneğin, Amerikan toplumunda ticari ve finansal başarıların takdirle karşılanması, toplumda girişimciliğin uygunluğu ve sosyal kabulünü de artırmaktadır.

1.5.2. Tutarlılık

“Tutarlılık” etkenine göre, insanlar kendilerinin ve başkalarının düşünce ve davranışlarındaki tutarsızlıklardan rahatsızlık duyarlar ve tutarlılığını korumak için kişisel kimliğine uygun da olsa, ulusal kimliğine uymayan düşünce ve davranışlarda bulunmaktan kaçınırlar. Kuşkusuz bireyler bazen, toplumsal değerlerle tam olarak örtüşmeyen rolleri de üstlenebilirler. Bu nedenle, girişimcilik niyetini ölçerken sadece ulusal değerlerin etkisini anlamak yeterli olmayacak, kişisel özellikleri de dikkate almak gerekecektir.

Diğer yandan girişimcilik niyetinin güçlü olması, toplumsal ve kişisel değerlerin bu yönde birbirini tutarlı kılması ile mümkün olabilir. Örneğin, girişimciliğin sürekli olarak desteklendiği Amerika’da, bireylerin bunu bir meslek olarak benimsemesini toplumsal ve kişisel değerlerin ortak bir sonucu olarak görmek mümkündür.

1.5.3. Etkililik

“Etkililik” etkenine göre kişiler uzak ve yakın hedeflere ulaşmak için motive olmak durumundadırlar. Amaca ulaşma olasılığı arttıkça amacın etkililiği de artmaktadır. Girişimciliği etkili bir hedef olarak algılayamayan kişiler, onu bir meslek olarak da algılayamayacaklardır.

Örneğin Türkiye’de uzun yıllar süren ekonomik ve siyasi belirsizlikler ve buna bağlı oluşan güvensizlik ortamı, bireylerin uzun vadeli planlar yapamamasına yol açmış ve bu anlamda girişimcilik etkili bir kariyer hedefi olamamıştır. Dolayısıyla bireyler, girişimcilik kariyeri yerine daha düşük getiri, ancak daha fazla sosyal güvenceyi garanti eden meslek tercihlerine yönelmişlerdir. Amerika’da ise örnek girişimcilerin fazlalığı, olumlu sosyal mesajlar vererek girişimcilik hevesini yaratmıştır.

Bu üç unsurdan hangisinin girişimci niyetinin üzerinde daha çok göze çarpıcı etkisi olduğu hakkında yeterli bulgu yoktur. Ancak, girişimciliğin uygunluğunu, tutarlılığını ve etkililiğini birlikte araştırarak, girişimcilerin hangi koşullarda ikna olduklarını veya girişimci olmaya niyetlendiklerini ya da neden girişimci olma niyetinden uzak olduklarını açıklamak daha güçlü bir yöntem olabilir.

Sonuç olarak girişimcilik niyetinin oluşmasında, girişimciliğin bir meslek olarak görülmesinde ve tercih edilmesinde, toplum tarafından verilen çeşitli mesajların etkili olabileceği, dolayısıyla bu konuda farklı toplumların karşılaştırmalı olarak incelenebileceği görülmektedir. Bu anlamda Amerika ve Türkiye’deki girişimcilik niyetinin karşılaştırılması ilginç bir araştırma konusu olacaktır.

BÖLÜM 2: TÜRK VE AMERİKAN TOPLUMUNDA GİRİŞİMCİLİK

Ekonomik gelişmeyle desteklenmedikçe hukuksal ve siyasal düzenlemenin kendi başına toplumsal ve kültürel değişmeyi getirmediği açıktır. Diğer taraftan, başarılı bir ekonomik gelişme yalnızca devlet öncülüğünde sağlanamaz, kültürel yapının da bu gelişmeyi desteklemesi gerekir. Dolayısıyla sorun, girişimcilik niyetinin zayıf olduğu bir toplumda sosyal unsurların ve kültürel değerlerin nasıl oluşacağıdır. Zira bu sorunun kısa dönemde devlet politikalarıyla çözülebileceğini düşünmek sosyolojik anlamda açıklayıcı değildir (Hulur ve Kalender , 2003). Bu nedenle konuya yönelik farklı süreçleri yaşayan toplumları incelemek, girişimciliğin gelişme süreçlerini daha iyi anlamayı mümkün kılacaktır. Nitekim bu bölümde de, güçlü ve uzun bir girişimcilik tarihine sahip olmadığı düşünülen Türkiye ile girişimciliği ekonomik gelişmenin kalbine yerleştirebilmiş ve bu konuda uzun bir tarihi olan Amerika ele alınacak ve girişimcilik niyetinin gelişmesinde toplumsal farklılıkların rolü vurgulanmaya çalışılacaktır.

2.1. Türkiye’de Girişimciliğin Tarihine Kısa Bir Bakış

Batı Avrupa ülkelerinde, özellikle de İngiltere’de aristokrat tabaka 17. yüzyıldan beri iş hayatı ile yoğrulup burjuvalaşırken, Osmanlı’da ticaret yabancılara işi olarak görülmüş, diğer yandan devlet tarafından çekilen sıkı setler ve kontroller sonucunda girişimcilik doğmadan ölmüştür (Türkdoğan , 1981: 130). Hulur ve Kalender (2003), Türk toplumunun kökü çok eskilerde bulunan dünya görüşüne göre devlet ve hükümet gibi siyasetini yönlendirenler ile bu yönlendirilmeye talip olanlar arasında devletin toplum dahil herşey olduğu gerçeğine dikkat çekmektedir. Kuşkusuz bu görüş, bireysel inisiyatifleri oldukça sınırlamakta devlet ve vatandaşın birbirinden beklentisini artırmaktadır. Diğer yandan yönetim hatalarından ve ekonomik gelişmelerin belirsizliğinden oluşan korku, girişimcilik davranışının gelişmesinde olumsuz rol oynamaktadır. Türkiye’deki girişimciliğin gelişmesi, Cumhuriyet öncesi ve sonrası dönem olmak üzere iki döneme ayrılarak incelenebilir.

2.1.1. Cumhuriyet Öncesi Dönem

Cumhuriyet öncesi dönemde uygulanan siyasetler daha çok, ekonomik araçları devletin uluslararası mücadelelerde gücünü artırmak ve diplomasi ile savaş arasında gidip gelen ilişkilerdeki konumunu güçlendirmek üzere kullanılmıştır. Yine bu dönemde Osmanlı Padişahlarının uygulayacakları siyasetlerin, ülkenin sahip olduklarını korumak ve de başka ülkelerin sahip olduklarını alabilmek için ülkenin ekonomisini yeteri kadar çeşitlendirmiş ve geliştirmiş olmalarını gerektir ki, ancak böyle uygulanan siyasetlerle ihtiyaç duyulan ekonomik refah sağlanabilir. Heaton 1985'de Avrupanın ekonomik tarihi ve ekonomik gelişmeleri üzerine yaptığı araştırmada, Avrupa ülkelerinin gelişmiş bütün endüstrilerini koruduklarından, eksik noktalarını tamamlayacak yenilikleri getirdiklerinden ve bir ticaret filosu dış ticaretini oluşturarak tüccarlarını aldıklarından daha fazlasını satacak şekilde geliştirdiklerini belirtmiştir.

Ekonominin bugünkü yapısı ve sorunları, tarihsel gelişme süreci içinde açıklanabilir. Ekonomik gelişmeyi ve dolayısıyla yerel girişimciliği belirleyen iç ve dış etmenlerin saptanması ve bunların zaman içinde evrimini incelemek temel yöntem olarak benimsendiğinde, çözümlenmeye Osmanlı ekonomisiyle başlamak gerekmektedir (Hulur ve Kalender, 2003). Aslında Türk girişimciliği açısından tarih, Selçuklu Devleti dönemine kadar uzanmaktadır. Selçuklu Devleti zamanında Anadolu'da kurulan Ahilik teşkilatı, Türk girişimciliğinin önemli bir teşkilatı olup girişimciliğin gelişmesinde önemli bir görev üstlenmiştir (Tekin, 1999: 16).

Osmanlı İmparatorluğunun ilk dönemlerinde ise küçük sanayinin çok gelişmiş olduğu görülmektedir. Bu sanayinin kendine özgü, esnaf teşkilatı, lonca nizamları, gedik (hak, imtiyaz) ve inhisar (tekel) usulleri mevcuttur; İstanbul ve diğer vilayet merkezlerinde bu kuruluşların nizam ve usulleri birbirine benzer esaslara dayanmaktadır (Dirimtekin, 1987). Ancak, Osmanlı İmparatorluğu döneminde bugünkü anlamda girişimciye pek

rastlanmamaktadır. Nedeni ise o dönemde önemli büyük sanayileşme hareketinin görülmemesidir (TUSIAD, 1987: 2). Nitekim Kepenek de (1990), sanayileşme düzeyi ile ekonomik gelişme düzeyi arasındaki güçlü ilişki göz önüne alındığında, Osmanlı dönemindeki ekonomik gelişmenin yetersizliğini sanayileşme sürecinin yaşanmamış olmasıyla açıklamaktadır (Kepenek, 1990). Diğer yandan Kepenek (1990), Osmanlı sanayiinin tablolarda görünmeyen bir başka özelliğinin, sınai işletme mülkiyetinin hemen hemen hepsinin azınlıkların ve yabancıların elinde olduğunu vurgulamaktadır. Tanzimat'ın kuruluşu ile işyeri açma usulünde yapılan değişiklikler ve Sanayi ve Ticaret serbestisinin ilanı ile yabancı asıllılara teşebbüs serbestisi tanınmış (Dirimtekin, 1987: 53) ve girişimcilik faaliyetleri giderek azınlıklar veya bunların işbirliğine gittikleri dışarıdaki yabancılar tarafından yürütülmeye başlanmıştır. Kuşkusuz bu durum, Türk asıllı sanayicilerin sayısının oldukça az olmasına yol açmıştır. Örneğin, Alman İçişleri Bakanlığının 1913'deki kayıtlarına göre, sanayiciler arasında Türkler yer almamaktadır (Steinhaus, 1973).

Burada, kısa bir süre de olsa İttihat ve Terakki döneminde, Türk ve Müslüman girişimcilerin desteklenmiş olması, yabancı asıllı vatandaşlara karşı alternatif bir eylem olarak algılanabilir (TUSIAD, 1987: 7). Diğer bir uygulama ise yerli girişimcilerin, gelişen sanayi karşısında daha etkili olabilmeleri için 1873 yılında kabul edilen kanun ile fabrika kuracaklara, gümrük ve vergi muafiyetleri tanınmasıdır. 1888'de bu muafiyetler, fabrika inşasına gerekli iptidai maddelere yayılmış, 1897'de tesisler için on sene müddetle vergi muafiyetleri kabul edilmiştir (Dirimtekin, 1987: 54).

Osmanlı döneminde ülkemizde girişimcilik daha çok İstanbul, Bursa, Edirne gibi illerde yoğunlaşmıştır. Cumhuriyet döneminde ülkemizde girişimciliğin başlangıcında, Atatürk'ün önderliğinde İzmir'de toplanan I. İktisat kongresinde belirtilen, Türkiye'de ekonomik gelişme ve kalkınmanın girişimcilikle sağlanacağı ifadesi farklı bir döneme işaret etmektedir (Tekin, 1999: 20).

2.1.2. Cumhuriyet Sonrası Dönem

Bu dönemde devlet, savaş ve depresyon nedeniyle ekonomiyi içine düştüğü kaos ve iflastan kurtarmak gayretiyle, tarımı canlandırmaya çalışmakta, endüstri ve ticareti teşvik etmektedir (Kepenek, 1990).

Cumhuriyetin kuruluşundan başlayarak geçen ilk on yılda, genel ekonomi politikasının İktisat Kongresinde alınan kararlar ve Lozan'da belirlenen sınırlamalar çerçevesinde kaldığı söylenebilir (Kepenek, 1990: 36). Cumhuriyetin ilk on yılında sanayi alanında özendirme, sınırlı korumacılık ve kamu ortaklıkları gibi yöntemlerle özel sanayinin geliştirilmesine çalışılmışsa da bu alanda önemli bir gelişme sağlanamamıştır. Cumhuriyetin ilk yıllarında ülkemizde özel girişimcilikten ziyade kamu girişimciliğinin ağırlığı görüldüğünü belirten Kepenek (1990: 55), ekonominin bugünkü yapısını belirleyen başlıca gelişmelerden birinin, 1930'larda uygulanan devletçi ekonomi politikası olduğuna dikkat çekmektedir.

Savaş döneminde önemli bir gelişme de, ticaret ve sanayi alanında, Türklerin giderek azınlıkların yerini almasıdır. İstanbul Ticaret Nezaretinde görevli bir Macar memur, Türklerin, savaştan önce ticaret ve sanayiye katılma oranını yüzde 10'un altında tahmin etmiş; savaş sonrası ise milyonerlerin büyük bir yüzdesini Türklerin meydana getirdiğini, önceleri boş oturan bir çok kimsenin hükümet himayesi altında ticarete atılıp zengin olduklarını belirtmiştir. Savaş sonrasında, özellikle sivil-asker memurlarla bir kısım büyük toprak sahibi Türklerin, ticaret alanında azınlık ve yabancıların yerini almaları, ulusal ticaret sermayesinin gelişimini hızlandırmış ve milli tüccar örgütlerinin kurulmasına yol açmıştır (Kepenek, 1990: 30).

Cumhuriyet döneminde, bu dönemin kurucuları ekonomik bağımsızlıklarını kazanmak amacıyla ulusal girişimciler gurubu yaratma çabasına girmişlerdir. Nitekim, Cumhuriyetin ilanından 9 ay önce İzmir'de toplanan 1. İktisat Kongresinin temel ilkelerinden biri Türk

insanını girişimci yapmak olarak belirlenmiştir (Salı, 1998: 35). Ayrıca bu dönemde Kırım'dan, Makedonya'dan, Arap ülkelerinden ve Asya'nın diğer yörelerinden gelen göçmen Türk'ler, edindikleri üretim kültürünü Türkiye'ye taşımışlardır. Örneğin, tarım makinelerinin üretiminde, Tatar asıllı Türklerin, Kırım yöresinden getirdikleri pulluk ve ortak makinelerinin payı vardır (TUSIAD, 1987: 8). Ancak, 1929'da yaşanan dünya Ekonomik Kriziyle birlikte ekonomide bir daralma meydana gelmiş ve bu durum girişimciliği de olumsuz etkilemiştir.

1950'li yıllardan itibaren özel girişimciliğin desteklenmesi ve özel mülkiyetin yaygınlaşmasıyla birlikte girişimcilikte hızlı bir gelişme yaşanmıştır. Özel teşebbüse verilen imkan, pek çok başarılı yatırımı ortaya çıkarmıştır. KİT'lerde yetişmiş elemanlar ve birikmiş tecrübeler buralarda geniş ölçüde değerlendirilmiştir (TUSIAD, 1987: 2).

Cumhuriyet dönemiyle birlikte desteklenen girişimciliğin günümüze kadar aldığı yolu Kongar, Demokrat Parti (1950) döneminde başlayan "nurlu ufuklar", "küçük Amerika", "her mahallede milyoner" söylemleriyle devlet eliyle özel girişim yaratma politikalarının yozlaştırılarak "nüfuz" ticaretine dönüştüğünü söylese de, 1950 -1980 dönemleri daha çok, girişimciliğin desteklenmesi ve özel mülkiyetin tabana yaygınlaştırılmasında alt yapı oluşturulan bir dönem olmuştur (TUSIAD, 1987: 9). Günümüzde, Türkiye ekonomisine yön veren holdinglerin o dönemde kuruldukları görülmektedir. 1980 yılından sonra Türkiye'de serbest piyasa ekonomisine geçiş dönemiyle birlikte girişimcilikte önemli aşamalar kaydedildiği görülmektedir. Özellikle Türk toplumunun girişimcilğe bir meslek olarak bakışındaki soğuk yaklaşım, 1980'lerin başlarında Özal döneminin girişimciliği teşvik eden yaklaşımı ile yumuşamış, yeni ve başarılı girişimcilerin sayısı artmaya başlamıştır. Ancak, 1980'lerde Türkiye'de esen girişimcilik rüzgarlarının artan değerleri beraberinde getirmediği de söylenebilir. Yeni girişimcilerden bazıları bu dönemde, teşviklerden yararlanabilmek amacıyla yasal olmayan yollara başvurmuş ve hızlıca para kazanıp ortadan kaybolmuşlardır. Kuşkusuz bu örnekler, girişimcilğe yönelik başlayan olumlu atmosferi zedelemiştir.

1980 ve sonrasında 1990 'lı yıllarda ise girişimcilik konusunda oldukça iyimser gelişmeler kaydedilmiştir. 1980 sonrası uygulanan yoğun piyasa ekonomisi ve buna bağlı gelişen girişimcilik ortamında, Türk insanının girişimci olarak başarılı olabileceği fikri kabul görmeye başlamıştır. Özellikle Cumhuriyet tarihinin en önemli ekonomik krizlerinden biri olan 5 Nisan 1994 krizinin atlatılması, Anadolu'daki girişimci potansiyelini güçlendirmiştir (Salı, 1998: 35-37).

Le Monde gazetesinin (1997) tarihli sayısında “ Anadolu Kaplanları önemli bir endüstriyel başarı gösteriyorlar “ (www.byegm.gov.tr, dış basın yayınları) başlığına konu olan ve Anadolu Kaplanları olarak tabir edilen illerin başında Gaziantep , Kayseri, Denizli, Konya, Eskişehir, Çorum, Uşak gelmektedir. Yıllarca tarım ve hayvancılıkla en büyük geçim kaynağını sağlayan Anadolu insanının geleneksel üretimlerinin yanında bir dönem topraklarında pamuk eken ve tüccarlık yapan insanlar, bugün tekstil fabrikalarının başına geçmişlerdir . Anadolu insanı, Ankara'nın girişimcilere gösterdiği destek ile değil tamamen kendi öz kaynakları ile bu gelişmeyi yakalamıştır (Girişimci, 2003). Anadolu kaplanlarının başında gelen ve müteşebbis bir ruha sahip olan Uşak Türkiye'deki ilk sanayi kuruluşlarından Şeker fabrikasını kurmuş, yine 1923 yılında Sanayi ve Ticaret Odasını kurarak dağınık olan tacir ve sanayicileri bir çatı altında toplamayı başarmıştır (www.ucserkargo.com). Diğer bir örnek il olan Konya'da ise yeni nesil girişimcilerin “Anadolu kaplanlarının” sayesinde refah bir endüstri merkezi haline gelmiş ve artık İzmir, Ankara ya da İstanbul'la rekabet edebilen düzeydedirler (www.byegm.gov.tr). Ancak TMMOB'nin 1997 yılında Anadolu Kaplanları diye bilinen Gaziantep, Denizli, Konya ve Edirne illeri üzerine yapılmış araştırma sonuçlarına göre Anadolu Sanayisi aileler temelinde, örgütlenmiş bir sosyo-ekonomik sisteme sahiptir (www.tusiad.org.tr). Anadolu işletmeciliğinin ülkemizde ön plana çıkarak popülerleşmesi, dünya ekonomisinde yeni oluşumların meydana geldiği bir dönemle örtüşüyor. Küreselleşme sözcüğü ile özetlenen gelişme sonucunda, ulusal pazarlar temel referans noktaları olmaktan çıkmış; dünya pazarları için üretim yapmak işletme hedefleri açısından önemli bir yere ulaşmıştır. Bu

durumun Anadolu sanayii işletmeleri için geçerliliğine bakıldığında ortaya çıkan eğilim, beklenenin aksine köklü bir yapısal değişimin varlığına işaret etmemektedir (www.tusiad.org.tr). Milli Prodüktive Merkezi araştırma bölümünün bu araştırma sonuçlarına göre Anadolu Sanayii olarak bilinen bu gelişimin gerçekte söylendiği ölçüde büyük bir oluşuma denk düşmediği ortaya koymaktadır.

Uzak Doğu' da Dünyada özellikle 1998 yılında Asya'da başlayan ve Rusya'da devam eden ve dünyanın hemen hemen bütün bölgelerini etkileyen ekonomik kriz ve durgunluk Türk ekonomisini de önemli ölçüde etkilemiştir. Ekonomik durgunluk ve krizin ekonomi üzerindeki etkileri sektörden sektöre ve işletmeye farklılık gösterse de, kriz girişimciliği yakından etkilemiş, ülkemizde pek çok yatırımın yavaşladığı ve durduğu görülmüştür.

Son yıllarda Türkiye'de girişimcilik ile ilgili kuruluşların ve eğitim programlarının sayısının arttığı bilinen bir gerçektir. İşletmecilik eğitimi programlarına girişimcilik ile ilgili derslere daha fazla rastlanmaktadır (örneğin, Güneydoğu Anadolu Bölgesinde Harran Üniversitesi Birecik Yüksek Okulunda girişimcilik adı altında ders programları başlatılmıştır). Özel girişimcilik üzerine verilen eğitimlerin yanı sıra, bölgesel olarak Sanayii odalarının girişimcilik eğitimine verdiği önemin en güzel örneklerden birisi, Ege Bölgesi Sanayii Odası (EBSO) ve Avrupa Birliği İş Geliştirme Merkezi (ABIGEM) İzmir ve Ege Bölgesinde yeni girişimcileri iş yaşamına kazandırmak amacıyla "Girişimcilik Programı" başlatmıştır. Girişimciliğin gelişmesi ile ilgili en önemli kuruluş olan KOSGEB'de 1990 yılında kurulmuş, küçük ve orta ölçekli sanayii işletmelerinin teknolojik yeniliklere süratle uyumlarını sağlamak, rekabet güçlerini artırmak ve ekonomiye katkılarını ve etkinliklerini artırmak amacıyla, Sanayi ve Ticaret Bakanlığı ile ilgili olan bir kamu kuruluşudur (www.tekmer.gov.tr, ODTU- KOSGEB).

Çağımızın değişen koşullarına ve yeniliklerine hızla uyma yeteneğine sahip olan küçük ve orta ölçekli işletmelerde (KOBİ'ler) toplumun yaratıcı gücünü ortaya çıkarılmasında önemli bir rol üstlenmektedir. Küçük işletmelerin ekonomik hayat için taşıdıkları önem;

onların milli gelire, istihdama, verimliliğe, girişimci yetiştirmeye katkılarından ve rekabet taşıyıcı özelliklerinden gelmektedir (www.foreigntrade.gov.tr). Varcan (1988:191-192)'na göre de KOBİ'ler açısından önemli bir potansiyele sahip Türkiye'de bu potansiyelin değerlendirilmesi ve girişimciliğin gelişmesi için mevcut KOBİ sorunlarının çözümlenmesi gerekmektedir ki , özellikle gerek yurt içinde gerek yurt dışında çeşitli yasal ve bürokratik engellerle mücadele etme zorunlulukları girişimcilerin artmasını engellemektedir .

Son 15 yıl içerisinde girişimcilik faaliyetleri ve girişimcilere sağlanan destekler tüm dünyada ve ülkemizde daha büyük bir artış göstermektedir . Türkiye'nin 500 büyük şirketine bakıldığı zaman, üretim büyümekte ve iş hacmi devam etmektedir, istihdam ya aynı kalmaktadır ya da azalmaktadır. Diğer taraftan ülkemizde her yıl 150,000 kişi üniversitelerden mezun olurken yaklaşık 500,000 kişi de askerlik görevini tamamlamaktadır.

Sanayi kuruluşlarının gelişimine bakıldığı zaman tüm kuruluşların belli bir ticari fikir çerçevesinde faaliyete başladıkları, başarılı olmaları durumunda belli büyüklüğe erişmekte oldukları görülür. Başlatılmış olan fikir, ticari ömrünü doldurana kadar durağan bir yapıda faaliyetlerine devam eder, işte bu noktada çıkış yolu girişimcilikten geçmektedir. Türkiye Teknoloji Geliştirme Vakfı (TTGV) adıyla 1991'de Hazine Müsteşarlığı aracılığıyla dünya bankasından sağlanan kaynağın, Türk sanayisinde teknoloji geliştirme faaliyetlerini destekleme ve sanayi sektöründe ticari Ar-Ge bilincini artırmak üzere kullanılmak amacıyla kurulmuş bu vakıf; tekno-girişimciliği desteklemektedir. Tekno-girişimci; öngörü ve sezgi yeteneği ile pazar yaratma ve geliştirme becerisinin yanı sıra teknoloji geliştirebilme ve inovasyon (rekabet üstünlüğü) yapabilme konusunda beceri sahibi olan kişiye denilmektedir . Tekno-girişimcinin düşük teknolojiye yönelik girişimci ile farkı, faaliyette bulunmayı düşündüğü alanda çok daha uzmanlaşmış ve bu alanda iyi yetişmiş olması gerekliliğidir. Böylece diplomalı ve nitelikli çalışanlar ülke içinde kalabileceklerdir

ve beyin göçünün önüne çekilebilecek en iyi set ülke içi tekno-girişimciliği destekleyecek etkin mekanizmaların kurulmasıdır (www.ttgvy.org.tr).

2.2. Toplumsal Değerlerin Girişimcilik Niyeti Boyutlarına Etkisi

Türkiye’de yerel girişimci eksikliğinin birçok nedeni vardır. Özellikle bu konuda ele alınması gereken, toplumun girişimci özelliklerine sahip bireyler yetiştirip yetiştiremediği ve girişimcilik niyetini pekiştiren değerlere sahip olup olmadığıdır.

Türkiye'deki girişimcilik tarihine yönelik önceki bölümde de kısaca belirtildiği gibi Atatürk devrimleriyle başlayan özel teşebbüs yaratma politikaları, sermaye birikimi eksikliği, sosyo-kültürel olaylara ekonomik olaylardan öncelik verilmesi, tarihsel olarak azınlıkların ticari ilişkilerde daha baskın olmaları, güçlü devletçi anlayış gibi nedenlerle çok fazla başarıya ulaşamamıştır. Ayrıca, İslam dininden gelen anti-materyalist ve kadercilik anlayışının etkisi ve kültürel değerlerin toplulukçu anlayışa dayanması nedeniyle bireycilik ve iç kontrol odağı özellikleri zayıf kalmış, sonuçta tüm bunlar girişimcilik niyetinin gelişmesinde elverişsiz bir ortam oluşturduğu tartışılmaktadır.

Protestan değerlerinin Amerikan toplumundaki güçlü girişimcilik eğiliminin temeli olarak kabul edilmesi nedeniyle, farklı toplumlara yönelik yapılan analizlerde de, o toplumda hakim olan dini değerlerin girişimciliğe etkisi olup olmadığı anlaşılmaya çalışılmıştır. Ancak, İslam dininin girişimciliğe bakışını ele almak, kültürel özelliklerin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini irdelemeyi amaçlayan bu çalışmanın amacı değildir. Ayrıca, farklı disiplinlerin bakış açısına dayanmadan bu konuya yönelik yapılacak hızlı değerlendirmelerin de yetersiz olacağı düşünülmektedir. Bununla birlikte İslam’ın, ekonomik faaliyetlerde çerçeveyeleyen etkileri bulunduğu (borç, alacak) vb konularda farklı kaynaklarda vurgulanmaktadır. Diğer yandan, çalışarak kazanmanın, kendini ve ailesini gelindirecek kadar servete sahip olmasının önemi, fakirlere ve muhtaç kimselere yardım edilmesinin gerekliliği, güçlü ve şöhret sahibi olmak amacıyla servet edinmenin yanlışlığı

(Özgüven, 1984: 37); faizin, taraflardan birinin, öbüründen daha fazla çıkar sağlaması olarak görülmesi ve bu nedenle de yasaklanması şeklindeki düzenlemeler, ekonomik yaşama yönelik en sık belirtilen konulardır ve bu durumun ekonomik faaliyetleri sınırlayıcı etkisine dikkat çekilmektedir (Armağan, 1982: 30). Dolayısıyla, bireysel refaha odaklanmayı caydıran bu dinsel motiflerin, kapitalist sistemin kabul ettiği anlamdaki girişimciliğe heves uyandırması beklenmemelidir. Nitekim, “kefenin cebi yok”, “bir lokma, bir hırka” gibi zenginliği kovalamanın çok önemli olmadığını anlatan, hatta bunu küçümseyen atasözlerinin gönderdiği sosyal mesajlar da, girişimciliğe yönelik bakış açısı konusunda önemli fikirler vermektedir. Ancak, bir toplumdaki girişimcilik eğilimini sadece dini sisteminin düzenlemeleriyle açıklamak oldukça sınırlı bir bakış açısıdır. Bunun yerine, bir toplumun zihinsel programlanması olarak kabul edilen (Hofstede, 1991) ve daha kapsamlı analizlere imkan veren kültürel yapı üzerinde durmak gerekir.

Belirli bir ülkenin kültüründen söz edildiğinde, o ülkenin veya toplumun, hakim inançları, değerleri, hareket tarzları, yaptırım türleri, sosyal ilişkileri ve her türlü ortak paylaşılan davranış kalıpları kastedilmektedir. Toplumun genel kültürü, toplumdaki bütün davranış düzlemlerinde var olan kültürdür (Eroğlu, 1998: 109). Bu nedenle, çalışmamızın konusunu oluşturan girişimcilik niyeti olgusunun da, incelenen toplumun kültürel değerlerinden etkilenmesi doğaldır. Nitekim, Türkiye’de son dönemde yapılan bazı sosyal araştırmaların bulguları, girişimcilik niyetinin gelişmesindeki engelleri açıklamada önemli ipuçları içermektedir. Örneğin, risk alma, belirsizliğe tolerans, iç kontrol odağı gibi temel girişimcilik özellikleri olarak belirtilen özelliklerin, güçlü girişimcilik niyetine sahip olduğu vurgulanan ülkelerle karşılaştırıldığında toplumumuzda farklı olduğu saptanmakta ve bu durum girişimciliğin gelişmesinin aleyhine olmaktadır.

İlk olarak, girişimcilik niyeti boyutlarından olan iç kontrol odağı özelliğinin Türk toplumunda yüksek olmadığı belirtilmelidir. Karşılaştıkları sonuçları, kendi beceri ve çabalarıyla gerçekleştirdiği ve dolayısıyla kendi yazgılarını denetleyebileceklerini düşünen kişiler iç kontrol odağına sahip kişiler olarak tanımlanmakta ve bu kişilerde girişimci

nitelikleri ön plana çıkmaktadır (Sargut, 2001: 196). Dışsallar veya dış kontrol odağına sahip olanlar ise başarısızlıklarının sorumluluğunu başkalarında ve diğer çevresel faktörlerde ararlar; yazgı, talih, şans bu nedenle son derece önemlidir (s.196, 228). Sargut (2001), Türk toplumunda dışsallık eğilimin yüksek olduğunu ve Türk insanının dinsel belirlenimcilikten ve kendince güçlü saydığı çevresel faktörlerden çok etkilendiğini belirtmektedir (s.198). Kuşkusuz bu durum içsel kontrolle ilişkili olan girişimcilik motivasyonunu olumsuz etkilemektedir. Diğer yandan Türk toplumunda dışsallık eğiliminin yüksek olduğunu gösteren önemli belirti de belirsizliğe toleransın düşük olmasıdır (s. 197).

Belirsizliğe tolerans, belirsiz durumlara olumlu tepki verebilmeyi ifade eder. Kişi belirsiz bir çevrede aldığı karara, daha fazla bilgi aramaya kalkışmaksızın halen güvenebiliyorsa, yüksek toleransa sahip demektir. Düşük belirsizlik toleransına sahip toplumlarda ise belirsizlik stres ve kaygı yaratır (Erdem, 2001). Farklı kültürleri karşılaştırmalı inceleyen araştırmalarda Türk toplumu belirsizliğe düşük tolerans gösteren toplumlar arasında yer almaktadır (Hofstede 1991). Nitekim Türk araştırmacıların çalışmalarında da bu bulgu desteklenmektedir (Sargut, 1994; Wasti, 1995; Erdem, 1996). Kuşkusuz bu durum, risk ve belirsizlikle karakterize edilen girişimcilik faaliyetlerine kalkışmada bireyleri sınırlayan bir faktör olacaktır. Bir toplumda belirsizliğe tolerans düzeyi zayıf ise girişimcilik düşüncesinin gelişme ihtimali de zayıflayacaktır (Erdem, 2001).

Diğer yandan, girişimcilik özelliklerine yönelik bölümde de ele alındığı gibi iç kontrol odağı ile başarıma ihtiyacı arasında güçlü bir ilişki vardır. Yüksek başarıma ihtiyacına sahip olan kişilerde, iç kontrol odağı daha fazla geçerlidir. Çünkü, güçlü başarıma ihtiyacı, hedefler ve hedeflere ulaşma arzusu ile ilişkili iken, iç kontrol odağı bunları eyleme dönüştürmeyle ilişkili görülmektedir (Erdem, 2001). Bunun tersini de ifade etmek mümkündür; dışsal denetim algılaması güçlendikçe, başarısızlık daha fazla korkudur hale gelir. Örneğin, iş yaşamında meydana gelebilecek herhangi bir başarısızlık, hemen

duyulabilir ve bu durum, başarısız olmuş kişi için özellikle yakın çevresinde utanılacak bir durum olarak algılanabilir.

Kültürel özellikler açısından belirtilmesi gereken önemli bir konu da, özellikle küçük girişimlerin büyümesindeki engellerdir. Japonya ve Almanya gibi toplumlarda gelişmiş güven duygusunun ve sosyal sermayenin olduğu ülkelerde devlet desteği olmadan büyük ölçekli organizasyonlar oluşturulabilmektedir (Fukuyama, 1988: 30). Türkiye gibi düşük güvenli toplumlarda ise bu durum, ekonomik örgütlenmelerin büyüklüğünü ve sayısını sınırlamaktadır (Sargut, 2003: 121)

Sonuç olarak kültürel özelliklerin, girişimcilik niyetini oluşturan girişimcilik özellikleri üzerindeki etkisi dikkate alındığında, Türk toplumundaki kültürel değerlerin girişimcilik tarihi uzun toplumlarla kıyaslandığında, girişimciliği çok fazla özendirmediği söylenebilir. Kuşkusuz bu durumun sürekli olacağını öngörmek mümkün değildir. Küreselleşmenin etkisiyle tüm ülkelerde görülen kamu sektöründe daralma, esnek ve küçük, dolayısıyla az çalışanlı özel sektör işletmelerinin sayısındaki artış, iletişim imkanlarındaki inanılmaz gelişmeler, ulusal ve uluslar arası teşvikler gibi gelişmeler, son yıllarda girişimciliğin yıldızının yeniden ve daha güçlü bir biçimde parlamasına yol açmıştır. Bu gelişmelerin etkisi ülkemizde de hissedilmektedir. Dolayısıyla önümüzdeki dönemlerde girişimcilğe bakışın farklılaşması ve özellikle genç girişimci kuşağın farklı değerler üretebileceği umulmaktadır.

2.3. A.B.D'de Girişimciliğin Tarihine Kısa Bir Bakış

De Pillis (1998) yaptığı çalışmada, Amerikanın ticaret atılımlarının köklerinin Kolomb'un ticaretiyle başladığını ve bu atılımların göçmen akımlarıyla oluşmaya başladığını belirtmektedir. Günümüze kadar büyümeye devam eden ve bugün Amerikan kültürünün önemli bir parçası olan profesyonel iş anlayışının ve Amerikalıların girişimcilğe olan yatkınlıklarının "hacılıktan" geldiğini savunan araştırma sonuçlarına

göre, zenginliği bulmak için Amerika'ya giden hacılar, göçmenler ve kaşifler aynı zamanda Amerikan kültürünü de şekillendirmişlerdir.

Amerikanın ilk ekonomik modelinin "hacılık" olduğu (De Pillis, 1998) ve Hacıların Amerika'da ilk kurdukları işin Londralı tüccarlar tarafından hisse senedi olarak finanse edildiği; bu işin 7 sene devam ederek, elde edilen karların ortak bir fonda toplanıp göçmenlerin sadece acil ihtiyaçlarını karşılamak için kullanıldığı, daha sonra da karın yatırımcılar ve göçmenler arasında paylaştırıldığı belirtilmektedir (Briedlid, 1996).

Amerika'nın ilk ekonomik modelini anlatan tek örnek bu değildir. Yine Briedlid'e (1996) göre Amerika'daki bir çok koloni ticari teşviklerle kurulmuştur. Bir 19. yy araştırmacısının belirttiğine göre de, yaratıcılık ruhuna sahip Amerika'lılar devamlı olarak yeni ticaret yöntemleri geliştirme çabası içerisinde olmuşlardır. Eski ve denenmiş işlerle uğraşmak yerine, yeni işlere kredi açmışlar, sermayelerini riske atmışlardır (De Pillis, 1998).

Amerikalıların girişimciliğini şekillendiren diğer bir özelliği de göçmenliktir ve Amerika topraklarında bir araya gelen göçmenler ortak yaşamlarını kurarlarken bazı özel koşulları da beraberinde getirmişlerdir (De Pillis, 1998). Briedlid v.d. (1996), göçmenlerin kişisel belirginliklerini ve karakter özelliklerini değiştirerek Amerika'lı olduklarını ve 1840-1920 yılları arasında Amerika'ya 30 milyon kişinin göç ettiğini belirtmektedirler.

Amerika'da bir çok yerleşimin sebebi, kazanç beklentilerinden meydana gelmiş kapitalist atılımlar olmuştur (Hammond ve Morrison, 1996). Grund (1837), bu dönemdeki kapitalist atılımlarda, yeni Amerika'lı olan kişilerin göçmen kimliklerinin bir tarafının iş adamı veya iş kadını olmak zorunluluğundan bahsetmektedir. Amerika'ya girerken ilk görünen şeyin parıldayan harflerle yazılmış olan "Amerika büyük bir atölyedir ve buraya giriş iş haricinde yasaktır" yazısı olduğunu ve kim Amerika'ya yerleşmek için gelecekse kafasında ilk önce şunu çözmesi gerektiğini belirtmektedir: Çalışırken zevk almalı, zevk

alırken çalışmalı aksi halde düş kırıklığına uğranılabilir. Hatta bu karşılaşılacak düş kırıklığı kişide Avrupalının sosyal aylaklığına geri dönme hayalini oluşturacaktır (De Pillis, 1998).

Amerikanın göçmen politikasının ülkeyi girişimcilik açısından daha verimli kıldığı kabul edilirken, bu durumu De Pillis (1998), göçmenlik deneyimlerinin Amerikalılarda kadercilik anlayışının gelişmesine engel olduğunu ve fırsatlar ülkesi olarak kabul edilen bu ülkede, şansın bir faktör olarak kabul edilmediğini ve herhangi birinin ancak çok çalışmakla istediği yere gelebileceği anlayışıyla açıklamaktadır. Ayrıca Amerika'daki girişimciliği anlayabilmek için özellikle Amerika'ya göç eden kişilerin yarattığı heterojen yapıya dikkat çeken araştırmacılar, bu yapının toplumca tolere edildiğini savunmaktadırlar. De Pillis (1998), Amerika'da bulunduğu kabul edilen farklılıkları tolere edebilme özelliğinin giderek Amerikan kültürünün bir özelliği haline geldiğini belirtirken, Berger ise 1991'de, bu sürecin doğal olarak gelişmesinin, Amerikalıların bugünkü girişimciliklerini rutin hâle getirdiğini ve kurumsallaştırdığını vurgulamaktadır (s.32).

Amerika'da girişimciliğin tarihi incelendiğinde, kapitalist sistemin doğuşu ve güçlenmesiyle yakından ilişkili olan Püritan etiğın etkisinden sıkça söz edilir. Bilindiği gibi bugün çok kültürlü ve dinli yapısına rağmen Amerikan kültürünün kökleri Protestanlıktır. Protestanlar Kilisenin otoritesini reddeden ve kişisel vicdanlarının kendilerinin rehberi olmasını isteyen dinsel akımdır. Kul ile Allah arasındaki doğrudan ilişkiye dayanan Protestanlığın temel ilkeleri, kişinin bağımsızlığını ve bireyselliğini besler (De Pillis, 1998). Püriten değerler, Tanrı tarafından bir aziz olarak seçilen her bireye birbirinden bağımsız sorumluluklar yükler. Katolikler Tanrı'ya bir topluluk olarak yaklaşırken, Püritanları bir arada tutan yalnızca İncil ve beraberliklerinin amacıdır. (Hampden ve Tropmenaars, 1995: 43). Weber'e göre din, akılcı temelde gerekçelendirilemeyen yüce değerleri benimsemeyi gerektirir. Bu değerler bir kere benimsendikten sonra, akılcı araçlarla sürdürülebilir. 16. ve 17. yy. daki Avrupa'nın karakteristik çileci Protestan değerlerinin akılcı yollarla gerçekleştirilmeye çalışılması, insanları disiplinli çalışmaya itmiştir. Protestanlık bir nevi

dünya çilekeşliğidir Çalışmanın bir ödev şeklinde, disiplinli ve akılcı yollarla organize edilmesi ise modern kapitalizmin ruhudur (Marshall, 1999: 604).

Hacı göçmenlerle gelen ve Amerikan kültürüyle kaynaşan Protestanlık daha sonra gelen göçmenlerle de Amerikan inançlı iş hayatına ve prensiplerine iyice adapte olmuştur (Hammond ve Morrison, 1996). Prütan ahlak, yeni üretim formlarıyla birlikte çok çalışmayı, tutumluluğu, kişisel sorumluluğu, güvenilirliği, kişisel disiplini ve kişisel hırsı empoze etmiştir (Berger, 1991: 17). Yine Heaton'a (1985) göre Protestan ahlakçılar, iyi kişisel karakter ve davranışın esaslarını araştırırlarken, Orta Çağın manastır kurallarında yanlış hiçbir şey bulamamışlardır. Aksine her şey mükemmeldir. Bu düzende sıkı çalışma, ibadet ve dünya nimetlerinden vazgeçme vardır. Yanlışlık Kilisenin bu ilkelerden saparak, gevşeklik, tembellik ve lükse dalmasından kaynaklanmıştır. Prütan Ahlak bu yanlışlığı değiştirmiştir (De Pillis, 1998). Dini hiç bir zaman anti-kapitalist kabul etmeyen Amerikalılar, inançla refahın iç içe, birbiriyle uyum içinde olduğuna inanırlar. Refah onlar için Allah'ın bir ultimasıdır. Amerikalılar kendilerini dindar kabul ederler, fakat dine bakış açıları dünyadaki nimetlere ulaşmaya meyillidir (De Pillis, 1998). Diğer yandan, Katoliklikten Protestanlığa geçişi kimlerin tercih ettiği, bu yeni akımı kimlerin kabul edip etmediği veya değişikliği kendine uygun görenlerin yeni inanç sistemine dönüp dönmediğini tahmin etmek güçtür (Martin, 1991: 830). Ayrıca Protestan Ahlakın, Protestan ülkelerde ekonomik girişim ruhuna ne kadar ayırıcı bir nitelik verdiği de ölçülemez bir sorundur (De Pillis, 1998).

Amerika'da 1995'de yapılan bazı araştırmalarda çıkan sonuçlara göre de Katoliklerin bilinçaltında Protestan bir ülkede yaşamaktan duydukları rahatsızlıktan da bahsedilmektedir (De Pillis, 1998). Çağatay'a göre (1975) kapitalist sistem, Avrupa Ortaçağının kucağında doğarak beslenmiş ve olgunlaşmış, içinde doğup büyüdüğü rejimin bütün maddi ve mânevi değerlerinden de yararlanmıştır. Amerika'nın endüstrisinin kökleri de Avrupa'da yattığına göre Avrupa Protestanlığının kökleri de girişimciliği kapsamaktadır.

Günümüzde Amerika' da girişimci, modern çağın kovboyu olarak betimlenir (Zider, 1999). Gerçekten Amerikan kültürü dışında hiçbir kültür, bireyin düşlerini gerçekleştirmek için bu kadar çaba göstermez. Amerikalılar kişinin kendi kararını vermesine ve istediği gibi davranmasında özen gösterirler ve dış etkenlerden veya başkalarından fazla etkilenmekten kaçınırlar. Kişisel düşlerini bıkmadan kovalayan, kendisine güvenen bireyler girişimciliğin en önemli unsurudur. Dünyada kültürlerin hiçbiri girişimcilik konusunda bu kadar başarılı olamamıştır. Amerika, alınan yeni patentler, her yıl yaratılan yeni iş imkanları ve yeni işletmeler sıralamasında ilk sıradadır. Başarılı kimselere sağlanan sermaye de, dünyadaki en yüksek miktardır (Hampden ve Tropmenaars, 1995: 42). Grund'a (1837) göre iş, her zaman Amerikalının özü olmuştur. Amerikalılar işi, yalnızca para kazanmak veya ailesinin geçimini sağlamak için değil, insan yaratılışının kaynağı, kutsal topraklara yapılan bir sefer olarak görmüşlerdir (De Pillis, 1998).

2.4. Amerikan Toplumsal Değerlerinin Girişimcilik Niyeti Boyutlarına Etkisi

Girişimcilik niyetini oluşturan özellikler açısından, Amerikan kültürünün bazı avantajlar içerdiği belirtilmektedir. Bu konuda ilk vurgulanması gereken, Amerikan girişimcilik tarihinin kısaca ele alındığı bir önceki bölümde de belirtildiği gibi, bireycilik ve başarıma ihtiyacının bu toplumda güçlü olduğu vurgulanmaktadır. Benzer bir şekilde girişimcilikle yakından ilişkilendirilen belirsizliğe yüksek tolerans özelliği de, Amerikan kültürünün en belirgin özellikleri arasında gösterilmektedir. Bu durum kuşkusuz, girişimcilik niyetinin gelişmesinde avantajlı bir durum yaratmaktadır. Konuyu tarihsel bir perspektifle ele alan De Pillis (1998), Amerikan kültüründeki bu özelliklerin, Amerika topraklarına iş kurmak, para kazanmak ve zengin olmak için gelen göçmenlerin, ülkeleriyle bağlarını koparmaları ve bu durumun, bu alt kültür grubunun belirsiz sonuçlara katlanarak, yeni işler açma niyeti geliştirmesiyle ilişkilendirmektedir.

Amerikan ekonomisi ve toplumsal gelişmesi konusunda Adam Smith'in etkisi çok fazladır. *Yiyeceklerimizi edinmemiz kasabın ya da fırıncının iyi niyetinden değil, kendi çıkarları doğrultusunda davranmalarından dolayıdır* diyen A. Smith'in (1776), bireysel çıkarları vurguladığı bu ünlü sözü, o dönemde büyük servetlerin sahibi olan kişilerin bir bakıma halkın mutemetleri sayıldığı görüşünü doğurmuştur (Hampden ve Tropmenaars, 1995: 47). Amerikalıların girişimciliğe olan yatkınlıklarının ve bireyciliğin sebeplerini bulmaya yönelik yapılan araştırmalarda, Amerikalıların bağımsız girişimci portresi, sahip oldukları bireycilik aşkıyla izah edilmektedir. Amerikalı yalnızlığı tercih eden bir karaktere sahiptir, bireycidir; komşunun dumanını gördüğü an yeni yerlere taşınır. Kendi başına başarmayı sever ve sürekli yeni topraklara ulaşmak ister (Hammond ve Morrison, 1996). Hampden ve Tropmenaars da (1995), güçlü bir bireyci kültürü olan Amerika'da bireyciliğin aşırı desteklenmesinin en zararlı sonucunun, toplumsal programların başarısızlığa uğrama olasılığı olduğunu belirtmektedirler.

Diğer yandan Amerikan kültürünü Asya ve Latin kültürlerinden ayıran en belirgin özellik, çevrelerini kendi içlerinden gelen dürtüyle kontrol edebileceklerine inanmalarıdır. Bu görüşe göre herkes kendi kaderinden sorumludur. Kaderi ve kötü koşulları bahane etmek sürekli kaybeden zavallılar yaratır (56). Yapılan araştırmalar, Amerikalıların güçlü iç kontrol odağına sahip olduklarını desteklemektedir (Hampden ve Tropmenaars, 1995, Hofstede, 1991). İç odaklılığın en güçlü özelliği yaratıcılıktır ve bu durum girişim sermayelerinin bulunabilirliği ve girişimcilerin yaratıcı kapasitelerine güvenmeyi doğurmaktadır (Zider, 1999).

De Pillis (1998), Amerikalıların imkansız rüyaların peşinden gidebilme cesaretlerinin, belirsizliğe olan yüksek toleranslarından kaynaklandığını belirtmektedir. Yüksek düzeyde belirsizliğe toleransı olan kişilerin, cesur ve atak olacaklarını, hatta meslek seçimlerinde, şirket personeli olmak ya da bir yere ait olmak yerine kendi işlerini oluşturma niyetlerini cesaretlendirebileceğini belirtmektedir. Karar verme özgürlüğü sayesinde imkansız görünen füyalarına ulaşan Amerikalılar, ulaşmak istedikleri şeylerin ilk denemelerinde

başarısız olurlarsa yılmadan tekrar tekrar denerler ve sadece “yeni olan nedir?” sorusunu merak ederek her şeye sıfırdan başlarlar (Hammond ve Morrison, 1996). De Pillis (1998), bu kültürün en güçlü yönlerinin kararlılık, zamana karşı sabırsızlık, imkansız rüyaların peşinden gitme, büyük olana ve çoğunluğa olan saplantı, hataları kabulleniş, doğaçlama dürtüsü ve yeniliğe olan takıntı olduğunu belirtmektedir. Bu toplumda bir girişimci yaşamını, fikirlerini kara döndürmek için yaşar, kararlıdır ve Amerikalılar her zaman girişimcilerin bireysel tavırlarına ve karar vermedeki özgürlüklerine hayranlık duyarlar.

Zider (1999) de, pek çok Uzakdoğu ve Avrupa ülkelerinin kültürünün tersine, Amerikan kültüründe eski işini terk edip yeni bir girişimin peşinde koşan ve sonunda başarısız olanların çok daha az kötü damgası yediğini belirterek başarısızlığa direncin güçlü olduğunu vurgulamaktadır. Girişimciliğin ya da belirsiz sonuçlar içeren eylemlerin başarısızlık olasılığı içerdiğini, ilk başta kabul ederler ve Amerikalılara göre başlangıçta atılan geri adımlar gelecekteki nihai zaferi daha zevkli kılacaktır. Hataları bir öğrenme tecrübesi olarak değerlendiren Amerika’lılarda, yaptıkları hatalardan dolayı daha iyi bir insan olacakları inancı gelişmiştir (Hammond ve Morrison, 1996).

Girişimcilik niyetini oluşturan özellikler açısından ele alınan tüm bu saptamalar, Amerikan kültürünün diğer kültürlerle göre daha fazla girişimciliğe ikna edici bir nitelik taşıdığı sonucunu çıkarmamıza yardımcı olabilir. Modern girişimcileri, risk alan, belirsizliğe ve başarısızlığa dirençli, içsel denetimi güçlü, başarıya ihtiyacı yüksek bireyler olarak tanımladığımızda, bu özelliklerin Amerikan toplumunda daha yaygın olduğu iddia edilebilir. Ancak, bu tür karşılaştırmaların iyi ve kötü kültürel özellikler ayırımı hatasına düşürme riski de vurgulanmalıdır. Aşırı bireyci, yüksek başarıya hırslı, yüksek risk alma gibi özendirilen özelliklerin yol açtığı toplumsal buhranlar, kuşkusuz bu çalışmanın kapsamında değildir. Bu nedenle madalyonun diğer yüzü, kültürler arası değerlendirmeler yapılırken kolay genellemelere gitmenin riskler içerdiğini göstermektedir.

BÖLÜM 3: TÜRKİYE ve A.B.D'de GİRİŞİMCİLİK NİYETİNİN KARŞILAŞTIRILMASINA YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Toplumların kültürel özelliklerinin bireylerde belirli kişisel özellikleri destekleyebileceği varsayımı, kültürler arası karşılaştırmalı çalışmaların konularından birini oluşturmaktadır. Diğer yandan bireyin kültürden etkilenmesinin değişebileceği, geleneksel değerlere sahip toplumlarda bireylerin kültürel değerlere bağlılığının güçlü; modern değerlere sahip toplumlarda ise bireylerin toplumsal değerlere bağlılığının zayıf olabileceği belirtilmekte ve bireylerin etkilenme düzeyi sınırlandırılmaktadır (Erdem, 2001).

Girişimcilik üzerine yapılan bazı çalışmalarda da, kültürel özelliklerin bireylerde bazı girişimcilik özelliklerini destekleyip desteklemediği araştırılmaktadır. Bu çalışmada da, Türk ve Amerikalı öğrenci gruplarının farklı girişimcilik özelliklerine sahip olup olmadıkları ve kültürün bu özellikler üzerindeki etkisi ampirik bir araştırma ile ele alınmıştır.

3.1. Araştırmanın Yöntemi

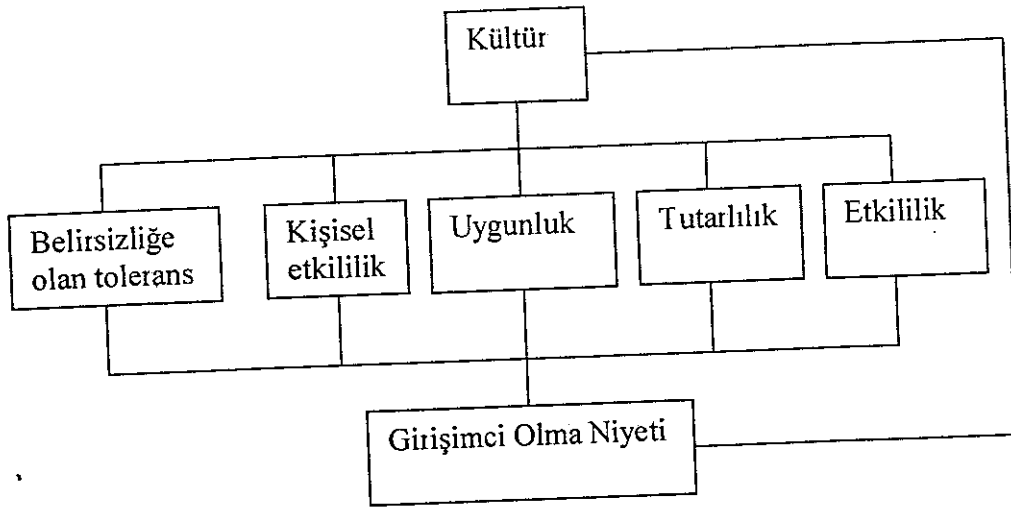
Bu bölümde araştırmanın amacı, hipotezleri, evreni ve çalışmada kullanılan ölçek açıklanacaktır.

3.1.1. Araştırmanın Amacı ve Hipotezleri

Girişimcilik konusuna artan ilgi, olgunun farklı açılardan ele alınmasını cazip kılmakta, konuya yönelik farklı bakış açıları ve araştırma yöntemleri, zengin bir tartışma alanı yaratmaktadır. **Bu çalışmanın amacı da, kültürün girişimcilik niyetini oluşturan özellikleri hangi yönde etkilediğini karşılaştırmalı bir araştırmayla ele almaktır.**

Bu amaca yönelik olarak geliştirilen araştırmanın hipotezleri, De Pillis (1998) tarafından geliştirilen bir modele dayanmaktadır (Şekil 2). Bu modele göre bir toplumun

kültürü, bireylerde belirsizliğe tolerans ve iç kontrol odağı özelliklerini geliştirdiğinde, diğer yandan girişimcilğe yönelik uygun, tutarlı ve etkili mesajlar yarattığında, kişilerdeki girişimcilik niyeti güçlenmektedir. Modelin, başarıma ihtiyacı ve risk alma eğilimi özelliklerini ihmal etmesi ise bir araştırma kısıtı olarak belirtilmelidir.



Şekil 3.1. Kültürün Girişimci Olma Niyetine Etkisi

Kaynak : De Pillis 1998 s. 63

Araştırmanın hipotezleri

Bölüm 2'de incelendiği gibi Türk toplumunda düşük belirsizliğe tolerans ve zayıf iç kontrol odağı özelliklerinin daha geçerli olduğu kabul edilmektedir. Amerikan toplumuna yönelik analizlerde ise bunun aksi savunulmakta; kültürel değerlerin iç kontrol odağı daha güçlü ve belirsizliğe toleransı daha yüksek bireysel eğilimler yarattığı ve bu nedenle iki toplumda girişimcilik niyetinin farklı olduğu vurgulanmaktadır. Diğer yandan girişimciliğin tarihi, bireylerin yetiştiriliş tarzı, uygulanan ekonomik ve sosyal politikalar dikkate

alındığında, Türk ve Amerikan toplumunun girişimciliği ikna etme özelliği açısından benzer olmadığı düşünülmektedir.

Bu tespitler ışığında araştırmaya katılan ve sınırlı sayıda denekten oluşan iki grup için aşağıdaki hipotezler belirlenmiştir:

H1: Türk deneklerin Amerika'lı deneklere göre belirsizliğe tolerans eğilimi farklıdır.

H2: Türk denekler ile Amerika'lı deneklerin kontrol odağı farklıdır.

H3: Türk denekler ile Amerika'lı deneklerin, girişimciliği uygun bir kariyer hedefi olarak görme düşünceleri farklıdır.

H4 a: Türk denekler ile Amerika'lı deneklerin girişimciliği ulusal kimlikle tutarlı bulma ve dolayısıyla girişimciliği bir amaç olarak benimseme düzeyleri farklıdır.

H4b: Türk denekler ile Amerika'lı deneklerin girişimciliği kişisel kimlikle tutarlı bulma düzeyleri farklıdır.

H5: Türk denekler ile Amerikalı denekler farklı düzeyde girişimcilik niyetine sahiptirler.

3.1.2. Araştırmanın Evreni ve Veri Toplama Aracı

Araştırmanın belirli bir süre içinde tamamlanma zorunluluğu, farklı üniversitelerdeki öğrencilere ulaşma güçlüğü, Amerikalı denekleri oluşturan grupta yer alan deneklerden bazılarının soru formunu doldurmak için yüksek ücret talebinde bulunması ve bu durumun proje desteği olmayan çalışma için bütçe kısıtı yaratması gibi nedenlerle araştırmanın evrenini, Türkiye'de ve Amerika'da çeşitli üniversitelerde İşletme yüksek lisans eğitimine

devam eden 200 (100 Türk, 100 Amerikalı) öğrenci oluşturmuştur. Farklı disiplinlerde lisans eğitimi alan ve MBA yapan bu öğrencilerin, bu eğitimi alma nedenlerinden birinin, kendi işini kurma hedefi olduğu ve dolayısıyla potansiyel girişimci adayları olabilecekleri varsayılmıştır. Nitekim, bu araştırmanın temel referansı olan De Pillis'in araştırmasında da (1998) örneklem, 165 öğrenciden oluşmaktadır.

Araştırmanın verileri De Pillis'in araştırmasında kullandığı ve bu araştırmada kullanılmak üzere izin verdiği soru formu (Ek 1) yardımıyla toplanmıştır. Formun, Amerika'daki öğrenciler için İngilizce versiyonu, Türk öğrenciler için ise Türkçe'ye çevrilmiş versiyonu kullanılmıştır. Soru formlarının dağıtılıp toplanmasında, yüksek lisans programlarını yürüten fakültelerin idari personeli ve araştırma görevlilerinden yardım alınmış, formların bazıları ise dolduranın isteği doğrultusunda e-mail aracılığıyla geri dönmüştür.

Girişimcilik niyetinin tahmini modelini kuran De Pillis (1998) tarafından geliştirilen soru formunun ilk bölümünde araştırmaya katılanların sosyo-demografik özelliklerine ve iş deneyimlerine yönelik sorular yer almaktadır.

Soru formunun ikinci bölümü ise beşli Likert ölçeği şeklinde hazırlanan bu ölçekte, kültürel ikna modelinin temel boyutları olan uygunluk, tutarlılık ve etkililik boyutlarına yönelik 17 ifade (4 ifade uygunluk, 6 ifade kişisel tutarlılık, 5 ifade ulusal tutarlılık ve 2 ifade etkililik) yer almaktadır. Ayrıca, ölçekte belirsizlik toleransına yönelik olarak, Driver'ın (1984), Genel Uyum Düzeyi ölçeğinin kısaltılmış şekli bulunmaktadır. İç kontrol odağı ölçümü için ise Paulhus'un (1990), kişisel kontrol yarı ölçüm versiyonu kullanılmıştır (Ölçek için bkz: Ek 1)

NOTLAR

Hipotez 1 için Genel Uyuşmayan Adaptasyon Seviyesi Ölçeği kullanılmış ve bu hipotez 16 soru ile ölçülmektedir (34, 39, 62, 17, 6, 16, 37, 30, 46, 24, 12, 19, 47, 51, 36, 2).

Hipotez 2 için Poulhus'un Kontrol Ölçeğinin bir parçası olan Küresel Kontrol Yarı Ölçeği kullanılmıştır. Poulhus'un orijinal kontrol ölçeği, kişisel kontrol ölçeği, kişilerarası kontrol ölçeği ve Sosyo-politik kontrol ölçeği olmak üzere 3 bölümden oluşmaktadır. Tezde kullanılan kişisel kontrol ölçeği 10 sorudan oluşmaktadır (55, 9, 56, 57, 58, 59, 60, 61, 7, 8).

Hipotez 3, Hipotez 4a, Hipotez 4b ve Hipotez 5 bu çalışma için geliştirilen ACE denetimi ile ölçülmüştür. ACE denetimi uygunluk, tutarlılık ve etkinliği ölçmek için dizayn edilmiştir.

- ACE'nin 1.yarı ölçümü ABD'lilerin Türklere oranla girişimsel niyete daha fazla uygunluk gösterdiklerini bulmaya çalışan (H3) de şu sorular sorulmuştur (22, 26, 21).
- ACE'nin 2.yarı ölçümü ABD'lilerin Türklere oranla girişimsel niyete daha fazla milli kimlik bakımından daha fazla tutarlılık gösterdiklerini bulmaya yönelik (H4a) şu sorular sorulmuştur (28, 33, 23, 39, 40).
- ACE'nin 3.yarı ölçümü ABD'lilerin Türklere oranla girişimsel niyete kişisel kimlik bakımından daha fazla tutarlılık gösterdiklerini bulmaya yönelik (H4b) şu sorular sorulmuştur (35, 31, 14, 11, 32, 29).
- ACE'nin 4.yarı ölçümü ABD'lilerin Türklere oranla girişimsel niyete daha fazla etkinlik gösterdiklerini bulmaya yönelik (H5) şu sorular sorulmuştur (28, 33, 23, 39, 40).
- H6 ise ABD'lilerin Türklerden daha fazla oranda girişimsel niyete sahip olduklarıdır. Bu hipotezde 68 ve 69. sorular ile 1 yıl ve 5 yıl içinde ABD'lilerle Türklerin iş açmaya niyetli olup olmadığı kıyaslanacaktır. Soru 70 ile tekrar tekrar hangi milletin daha girişimsel niyet gösterdiği bulunmaya çalışılacaktır.

Ayrıca

Hipotez 1'de (2, 12, 17, 24, 36, 46, 47)

Hipotez 2'de (7, 55, 56, 58, 59)

Hipotez 4a'da (23, 40)

Hipotez 4b'de (29, 31, 32)

sorular ters skordur.

3.2. Bulgular

Araştırmanın evreni 100 Amerikalı, 100 Türk öğrenci olarak belirlenmiş olmasına rağmen, geriye dönen soru formlarının bazılarında tespit edilen eksiklikler nedeniyle (demografik bölümde sorulan sorulara yanıt verilmemesi veya ikinci bölümde yer alan ölçekteki bazı ifadelerin boş bırakılması gibi), tamamı değerlendirmeye alınamamıştır. Sonuç olarak, 69 Amerikalı öğrenci (Rice, Houston, Virginia Techn., Miami Üniversiteleri) ve 64 Türk öğrenci (Çukurova, Anadolu, Yıldız teknik, Selçuk, İTÜ, Fırat, ODTÜ, Çankaya, Akdeniz, Ege, Marmara, Mimar Sinan, Gazi, Uludağ, Muğla, Dokuz Eylül, Bilkent, Sakarya Üniversiteleri) tarafından sağlıklı bir biçimde doldurulan soru formları araştırmaya dahil edilmiştir. Diğer yandan, araştırmanın Amerika'daki bölümüne katılan denekler arasında 12 Türk öğrencisi tespit edilmiş, ancak bu grup, araştırmanın başında öngörülen denek gruplara uygun olmadığı için üçüncü grup denek olarak ayrı bir kategoride değerlendirilmiş ve Türk ve Amerikalı deneklerin karşılaştırılmasına dayanan hipotezlerin test edildiği analizlere dahil edilmemiştir.

Verilerin analizinde SPSS 10.0 paket programı yardımıyla frekans analizi, güvenilirlik analizi ve iki grubun belirlenmiş karşılaştırılmasına ait araştırma hipotezlerinin testi için t testi kullanılmıştır.

Analizin ilk aşamasında, ölçeği oluşturan 79 ifadeye verilen yanıtların güvenilirliği incelenmiş ve bu testin sonucunda Cronbach Alfa değeri 0,8316 olarak bulunmuştur. Oldukça yüksek sayılabilen bu değer, ölçekte yer alan ifadelere yönelik yanıtların güvenilir olduğunu göstermektedir.

İkinci aşamada ise demografik veriler, frekans analizi yardımıyla incelenmiştir. Buna göre, araştırmaya katılan tüm denekler birlikte değerlendirildiğinde, demografik olarak şu özelliklere sahip oldukları görülmektedir:

Deneklerin %41,4 ü bayan (60 kişi), % 58,6'sı erkektir (85 kişi) (Orijini Türk olan 12 kişi de dahildir.). Medeni durumları ise %38,6'sı evli (56 kişi); %56,6'sı bekar (82 kişi) ve %4,8'si (7 kişi) eşinden ayrılmıştır. Deneklerin yaşları incelendiğinde Türk deneklerin %68,1'i (47 kişi) 30 yaş ve altında, %27,6'sı (19 kişi) 30 yaş üstünde iken 3 kişi yaşını belirtmemiştir. Amerikalı deneklerin %75'i (48 kişi) 30 yaş ve altında iken %25'i (16 kişi) 30 yaşın altındadır.

Diğer yandan katılımcıların %58,6 (85 kişi) ailenin ilk çocuğudur. %15,2'si ise evin tek çocuğudur (22 kişi) ve %35,9'u (52 kişi), kendisi de dahil 2 kardeşli bir aileden gelmektedir. 3 kardeş olanlar araştırmaya katılanların, %21,4'ünü, 4 kardeş olanlar %13,8, 5 ve daha fazla kardeş olanlar ise % 13,9'unu oluşturmaktadır.

Öğrencilerin ebeveynlerinin meslekleri incelendiğinde ise babaların % 35,9'unun (52 kişi) ücretli çalışan, %48,3'ünün kendi işini yapan (70 kişi) ve %15,9'unun emekli olduğu (23 kişi) görülmektedir. Annelerin %29,7'si ücretli çalışan (43 kişi), %7,6'sı kendi işini yapan (11 kişi), % 4,8'i ise emeklidir (7 kişi) ve en büyük oranı 84 kişi ile (%57,9) ile ev kadınları oluşturmaktadır.

Ebeveynlerin eğitim durumlarına bakıldığında ise babaların %59,3'sinin (86 kişi) ve annelerin %41,4'ünün (60 kişi) üniversite eğitimi aldığı tespit edilmiştir.

Dini eğilimleri ve inanışları sorularına ise pek sağlıklı yanıtlar alınmadığından frekanslar ve yüzdelik değerleri burada belirtilmemiştir.

İrk ve etnik yapıları ile ilgili sorular, Türk katılımcılara (64 kişi) sorulmamıştır; Amerikalı grubun etnik kökenine yönelik bilgiler ise şu şekildedir: Beyazlar %43.4 (63 kişi), Asyalılar %6.2 (9 kişi), Siyahlar %0.7 (1 kişi) ve Hispanikler (Latin kökenliler) %4.1 (6 kişi).

Bu genel sonuçlara ilaveten demografik bilgilerin her iki grup için ayrıntıları Tablo 2'de görülebilir. Ayrıntılı sonuçlar Ek'2 de belirtilmiştir.

Tablo 3.1. Araştırmaya Katılanların Özellikleri

Gruplar	Cinsiyet (kişi)		Medeni Durum (kişi)			Ebeveyn mesleği (kişi)							Ebeveyn eğitim düzeyi (kişi)			
	Baya n	Erke k	Evli	Beka r	Ayrı	Baba*			Anne *				Baba		Anne	
						Ü	SÇ	E	Ü	SÇ	E	EK	Ünv	Ort	Ünv	Ort.
Türk (64)	26	38	25	39	-	20	29	15	11	4	7	42	33	31	21	43
Amerikalı (69)	31	38	28	35	6	26	38	5	29	5		35	44	25	32	37

*Ü: Ücretli; SÇ: Serbest çalışan; E: Emekli; EK: Ev kadını

Araştırmanın üçüncü aşamada ise girişimcilik özellikleri ve niyetinin ölçümüne yönelik veriler değerlendirilmiştir. Bu ölçekte yer alan ifadeler iki alt bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde yer alan ifadeler, belirsizlik toleransı, kontrol odağı, uygunluk, tutarlılık, etkililik alt değişkenlerinin ölçümüne ilişkin ifadelerdir. Bu aşamada her bir alt değişken için Türk ve Amerikalı deneklerin ortalama puanları bulunmuştur. Tablo 3'de Türk ve Amerikalı deneklerin aldıkları ortalama puanlar toplu olarak görülmektedir.

Tablo 3.2. Araştırmaya Katılan Grupların Girişimcilik Özelliklerine Yönelik Puanları

Alt Değişkenler	Türk Denekler (N=64)		Amerikalı Denekler (N=69)		Amerika'da yaşayan denekler (N=12)	
	Ort.	St.Sap.	Ort.	St.Sap.	Ort.	St.Sap.
Belirsizlik Toleransı	3.13	.33	3.06	.35	3.11	.36
Kontrol odağı	2.14	.46	2.33	.44	2.58	.43
Uygunluk	3.96	.80	3.88	.74	3.69	.85
Tutarlılık (Ulusal kimlikle)	3.03	.52	3.50	.74	3.48	.70
Tutarlılık (Kişisel kimlikle)	3.65	.80	3.46	.71	3.80	.81
Girişimcilik Niyeti	3.10	.85	3.00	1.06	3.30	1.15

Ortalama puanlara yönelik bulgulara göre ilk dikkat çekici unsur, iki denek grup arasında ciddi farkların bulunmamasıdır. Diğer bir deyişle alt değişkenler olarak kabul ettiğimiz girişimcilik özellikleri ve niyetine yönelik Türk ve Amerikalı gruplar birbirlerine yakın puanlar almışlardır. Belirsizliğe tolerans puanları konusunda iki grup da ortalamanın biraz üzerinde, yüksek toleransa doğru eğilimli bir durum sergilemektedir. Kontrol odağına yönelik sonuçlarda da iki grup iç kontrol odağına daha eğilimliken, Türk grup, bu anlamda küçük farkla da olsa daha iç kontrol eğilimli bulunmuştur. Kuşkusuz bu sonuç beklenin tam aksi yöndedir. Benzer bir şekilde girişimcilik kariyerinin uygunluğu konusundaki puanlarda da Türk grup, küçük bir farkla daha yüksek uygunluk durumundadır.

Diğer yandan girişimciliği Amerikalı denekler Türk gruba göre girişimciliği daha fazla ulusal kimlikle ilişkili bulunurken, Türk grup ise girişimciliği daha fazla kişisel kimlikle ilişkili bulmaktadır. Son olarak, önümüzdeki 1 -5 yıl içinde girişimcilik faaliyetlerine başlama olasılığına, dolayısıyla girişimcilik niyetine yönelik bulgularda ise Türk denekler nispeten daha niyetli görülmektedirler. Ancak, sadece ortalama değerler arasındaki bu tespit

edilen küçük farkların, istatistiksel açıdan anlamlı farklar olup olmadığı önemli bir sorudur ve bu konudaki yanıtlar araştırmanın hipotezlerinin test edilmesini sağlayacaktır.

Girişimcilik özellikleri ve niyeti konusunda ortalama değerler açısından belirlenen farkların istatistiksel olarak anlamlı farklar olup olmadığını araştırmak için yapılan t testi sonuçlarına göre iki denek grubun puanları arasındaki fark, sadece kontrol odağı ve girişimliliğin ulusal kimlikle tutarlılığı durumlarında anlamlı bulunmuştur. Bu nedenle, araştırma hipotezlerinden sadece H2 ($p < .012$) ve H4a ($p < .000$) kabul edilmiş ancak, H1, H3, H4b, H5 kabul edilmemiştir. T testi sonuçlarını gösteren tüm değerler, Tablo 4'de görülebilir.

Tablo 3.3. Türk Ve Amerikalı Deneklerin Karşılaştırmalı Analizi

HİPOTEZLER	t	P < .05
H1 : (Belirsizlik toleransı)	- 1.240	.218
H2: (Kontrol odağı)	2.530	.012*
H3: (Uygunluk)	- .595	.552
H4a: (Ulusal kim. tutarlı)	4.609	.000*
H4b: (Kişisel kim.tutarlı)	- 1.431	.153
H5: (Girişimcilik niyeti)	- 5.96	.556

Hipotezlerin dışında farklı demografik özelliklerin girişimcilik özellikleri ve niyeti açısından fark yaratıp yaratmadığı da analiz edilmiş, tüm denekler toplu olarak ele alındığında bayan ve erkeklerin sadece belirsizlik toleransında farklı oldukları bulunmuştur (Kadın ort = 3.02 ve Erkek ort = 3.15; $p < .019$). Diğer bir ifadeyle erkeklerin belirsizliğe daha toleranslı oldukları saptanmaktadır. Demografik özellikler arasında yer alan diğer konular açısından da gruplar arasında istatistiki anlamda fark bulunamamıştır. Örneğin girişimliliğin aile kültürü ile olan ilişkisi de araştırılmış ve babaların meslekleri gruplanarak analiz yapılmıştır (52 ücretli çalışan, 70 kendi işini yapan). Ancak, farklı mesleklere sahip

babaların çocukları girişimcilik özellikleri açısından farklı bulunmamıştır. Bu durum aile kültürünün çocukların girişimciliği üzerinde bir etkisi olmadığını göstermektedir.

Araştırmaya katılan üçüncü grup olan Amerika'da eğitim alan Türk öğrencilerin bulguları ortalama değerler açısından incelendiğinde Türk deneklere nazaran daha dış kontrol odaklı oldukları, Amerikalı deneklere göre ise aralarında anlamlı bir fark olmadığını görülmektedir.

Bulgular genel olarak değerlendirildiğinde, öncelikle aralarında farklılıklar beklenen Türk ve Amerikalı denekler arasında, girişimcilik özellikleri ve niyeti açısından çok büyük farklılıkların olmadığını görülmektedir. Diğer bir deyişle fark olduğuna yönelik oluşturulan araştırma hipotezleri oldukça sınırlı düzeyde kabul edilmiştir. Bu sonucun farklı nedenleri olabileceği düşünülmektedir: Öncelikle Amerikalı grubun heterojen olması, Amerika'da yaşayan ve Amerikan vatandaşı olan bu deneklerin, etnik köken açısından çeşitli gruplara ait olmaları ve muhtemelen Amerika'da yaşayan ikinci kuşak temsilcileri olmaları, beklenen farklılıkların bulunamamasına yol açmış olabilir. Amerikan toplumunun çok kültürlü yapısı, homojen gruplara ulaşmada en önemli engeli oluşturmaktadır. Amerika'ya daha önce göç eden kişilerin ait oldukları toplumların kültürel değerlerinin etkisinde olduklarını ve aile kültürünün etkilerini taşıma ihtimali göz önünde bulundurulmalıdır. Aslında bu durum, Amerikan kültürüyle dolaylı veya direkt ilişkili araştırmalar için de ciddi yöntem güçlüklerine yol açmaktadır.

Ayrıca, belirsizliğe tolerans konusunda Amerikalı grubun Türk deneklerden beklenen düzeyde yüksek olmaması, konjonktürel gelişmelerle ilişkili olabilir. Son dönemde yaşanan terör saldırıları ve devamı yönündeki beklentiler, taze savaş deneyimi gibi durumlar, toplumsal düzeni ve güvenliği garanti altına aldığından emin olan bir toplumda, ciddi şüphelere yol açmış ve birçok Amerikalı çok alışık olmadığı tehditkar bir belirsizlikle karşı karşıya kalmıştır. Bu durumun algılamalarda değişiklik yaratabileceği dikkate alınmalıdır. Nitekim böyle bir durumda dış kontrol eğilimi de beklenenden fazla olacaktır.

Girişimciliğin ulusal kimlik/kişisel kimlik tutarlılığı konusunda ise Amerikalı denekler, Türk gruba göre daha tutarlıdır. Daha açık bir deyişle Amerikalı'lar, girişimciliği ulusal kimlikleriyle daha tutarlı bulmaktadırlar. Bu sonuç, De Pillis'in araştırmasında (1998) elde edilen bulguyu desteklemektedir. Türk grubun ise yine De Pillis'in araştırmasındaki İrlandalı grup gibi kişisel kimlik ile ulusal kimlik tutarlılığı arasında farklılık vardır. De Pillis bu durumu, İrlanda 'daki yeni sosyal gelişmeler, girişimciliğin bazı önlemlerle teşvik edilmesi ve dinsel motiflerin etkisinin azalması gibi nedenlerle ilişkili bulmaktadır.

Diğer yandan, Türk deneklerin beklenen düzeyde belirsizliğe toleransız, dış kontrol odaklı bulunmaması, Amerikalı' lardan daha güçlü oranda girişimciliği, kişisel kimliklerine uygun bulması iki açıdan ele alınabilir: Öncelikle araştırmaya katılan grubun, işletme yüksek lisans programına katılma amacı sadece daha iyi bir yöneticilik kariyeri değildir; yeni bir iş kurma niyeti de kuvvetli olasılıktır. Dolayısıyla bu grubun, bazı girişimcilik özelliklerinin toplumdaki herhangi bir gruba göre daha güçlü olması şaşırtıcı olmayacaktır. Ayrıca Türk toplumun dinamik olması, modernleşme sürecini yaşaması, genç nüfusun yoğunluğu, kriz ve diğer makro koşullar nedeniyle istikrarlı istihdam ve iş koşullarının garanti olmaktan çıkması ve bu durumun yeni bir girişim kurma riskiyle benzer olması, son dönemde başarılı girişimci öykülerine kamuoyunda daha sık rastlanması, kitle iletişim araçlarıyla konuya yönelik topluma sosyal mesajların gönderilmesi gibi nedenler, girişimciliği denenebilir bir kariyer hedefi haline getirmiş olabilir. Diğer yandan yüksek ve sürekli belirsizlik koşulu paradoksal olarak risk alma eğilimini de artırmış olabilir (Erdem, 2001).

İkinci olarak bu bölümün başında da belirtildiği gibi, geleneksellikten modernleşmeye doğru değişim gösteren toplumlarda, bireylerin toplumsal değerlerden etkilenme düzeyi sınırlanmaktadır. Türk toplumu için de bu tür gelişmelerin yaşanması beklenebilir. Daha açık bir deyişle, modernleşme sürecinde Türk toplumundaki bireyler, giderek kültürel özelliklerden daha bağımsız davranacaklardır. Özellikle de, eğitilmiş gençlerin bu grupta yer alacağı tahmin edilmektedir. Kaldı ki girişimcilik özelliklerine sahip kişilerin, buldukları

toplumdaki diğer gruplara göre de farklı oldukları düşünülecek olursa araştırmaya katılan Türk grubun, toplumsal değerlerin karakteristiklerini neden beklenen düzeyde temsil etmediği ve girişimciliği daha çok neden kişisel kimlikleriyle tutarlı buldukları anlaşılır olacaktır.

SONUÇ

Dünyada ve Türkiye’de giderek önemi artan ve farklı boyutları ile birçok araştırmanın konusunu oluşturan girişimcilik üzerine yapılan bu çalışma, özellikle toplumun kültürel özelliklerinin bireyleri girişimciliğe ikna etmedeki rolü üzerinde odaklanmaktadır.

Girişimcilik olgusunu kültürel bakış açısı ile alan çalışmalarda, bazı kültürel özelliklerin girişimciliği teşvik ettiği vurgulanırken, girişimcilik ruhunun gelişmesinde Amerikan kültürü en etkili kültür olarak ele alınmaktadır. Bu toplumda bireylerin iç kontrol odaklı başarı odaklı, belirsizliğe yüksek toleranslı bireyler olarak yetiştirildiği, diğer yandan kitle iletişim araçları yardımıyla sürekli olarak topluma girişimciliği teşvik eden sosyal mesajlar gönderildiği belirtilmektedir. Bu nedenle bir Amerikalı için girişimcilik, kişisel ve ulusal kimlikle tutarlı bir olgu haline gelmektedir. Bu iddianın geçerliliğini araştıran bazı karşılaştırmalı çalışmalarda da, farklı kültürlerde girişimcilik olgusunun ne yönde ve ne düzeyde teşvik edildiği incelenmektedir. Bu konuda son dönemde yapılan ve en iyi bilinen araştırmalardan biri, De Pillis (1998) tarafından gerçekleştirilmiş; İrlanda ve Amerikan toplumunda girişimcilik niyetinin oluşmasındaki benzerlik ve farklılıklar ele alınmıştır.

Bu çalışmada da, De Pillis tarafından geliştirilen ve girişimcilik niyetinin ölçülmesinde kullanılan araştırma ölçeğinden yararlanılarak, Türk ve Amerikalı öğrencilerde girişimcilik niyetinin farklılaşıp farklılaşmadığı anlaşılmaya çalışılmıştır. Ancak, iki grup denek arasında beklenen düzeyde farklılık bulunamamıştır. Bu durumun iki grup açısından farklı nedenleri olabilir: Öncelikle, Amerika’nın çok-kültürlü yapısı ve Amerika’yı Amerika yapan göçmenlerin (White-American) yetiştirmiş olduğu kuşağa ulaşma güçlükleri belirtilmelidir. Bu grubu oluşturan öğrencilerin önemli bir kısmı Amerika’da doğup büyümesine rağmen, kültürel kökenleri farklı ülkelere aittir. Bu durum beklenen farklılıkların bulunamamasına yol açmış olabilir. Ayrıca, yine bu toplumda son yıllarda yaşanan bazı ekonomik, sosyal, güvenlik sorunlarının, bireylerde belirsizliğe tolerans ve risk eğiliminin azalmasına yol açmış olabileceği de düşünülebilir.

Diğer yandan, Türk deneklerde girişimciliğin, ulusal ve kişisel kimlikle aynı düzeyde tutarlı olmadığı görülmektedir. Bu durum, kültürel değerlerin Amerikan toplumunda olduğu kadar güçlü bir biçimde girişimciliği ikna edici olmadığı yönünde yorumlanabilir.

Türk deneklerin girişimciliği kişisel kimlikle daha tutarlı bulması da, Türk toplumundaki modernleşme ile birlikte, bireyler üzerinde geleneksel kültürün ve bazı dini değerlerin etkisinin azalması, büyük kent üniversitelerinde eğitim alanların, eğitim ve kent yaşamı ile birlikte değişime açık olma potansiyelini daha kolay yakalayabilmeleriyle ilişkili görülebilir. Ayrıca girişimcilik, giderek hem kitle iletişim araçları ile daha güçlü vurgulanmaktadır, hem de farklı kurumlarca yürütülen bir eğitim konusu haline gelmiştir. Dolayısıyla bu etkiler, girişimcilik niyeti geliştirme açısından yararlar sağlamaktadır. Ayrıca, ücretli çalışma olanaklarının azalması, iş kurma ve iş bulma sorununun benzer nitelikte olması veya ücret v.d. koşulların tatmin edici olmaması, girişimcilğe niyetlenmeyi güçlendirecektir. Ancak, girişimciliğin toplumca desteklenmesi için alınabilecek daha birçok önlem olmalıdır: Öncelikle girişimciliğin teşviki yönündeki her türlü desteğin kurumsallaşması ve günün ihtiyaçlarına göre gözden geçirilmesi, girişimciliğin önündeki bürokratik engellerin kaldırılması, girişimciliğin bir süreç olarak yönetilmesine odaklanan eğitim programlarının sayısının artırılması ve hedef kitlesinin genişletilmesi, girişimci örgütlenmelerinin artması ve diğer sivil toplum örgütleriyle ilişkilerinin güçlendirilmesi ve bunların dışında özellikle eğitim sisteminde toplum için başarı odaklı, iç kontrol özelliğine sahip, yaratıcı bireyler yetiştirecek zihniyet ve politika değişikliklerine gidilmesi önemli görülmelidir.

KAYNAKÇA

- Armağan, Servet, (1982), İslam Hukukunda Faiz, *Para Dergisi*, Haziran.
- Arslantaş (2001), <http://www.kho.edu.tr/yayinlar/bilimdergisi> (03-07-2003)
- Atik, Selahattin, (2000), Kültürün Girişimciliğe Etkileri .J.Og .Alb ., KHO Dekanlığı
- Sis.Ynt. Bil. Bol , internet üzerinden
- Bellu, R., (1987), Towards a Theory Of Entrepreneurial Behavior Dissertation. The Union for Experimenting Colleges and Universities. 298 pp. DAI- B 48/07, p. 2128, Jan 1988
- Berger, B., (1991), The Culture of Modern Entrepreneurship. In B. Berger, Ed. The Culture of Entrepreneurship. San Francisco : ICS Press
- Bhide, Amar V, (2000), The Origin and Evolution of new Business, NewYork.
- Bonnett, C., Furnham, A., (1991), Who wants to be an Entrepreneur? A Study of Adolescents Interested in a Young Enterprise Scheme. *Journal of Economic Psychology*, Sep Vol 12 (3) 465-478.
- Bono, Edward de, (1989), *Başarı Taktikleri*, Çev. Nesrin Yalçın, İlgi Yayıncılık, İstanbul.
- Briedlid, A., Brogger, F.C., Gulliksen, O.T., Sirevag, T., (1996), American Culture: An Anthology of Civilization Texts Routledge, New York.
- Brockhaus, R.H., (1982), The Psychology of the Entrepreneur. In C.A. Kent, D.L. Sexton, and K.H. vesper (Eds.) *Encyclopedia of Entrepreneurship* (pp.39 -56) Englewood Cliffs, NJ: Prentice -Hall
- Brockhaus, R.H., Horwits, P.S., (1986), The Psychology of the Entrepreneur. In D.L. Sexton and R.W. Smilor, eds. *The Art and Science of Entrepreneurship*. Cambridge, MA: Ballinger, pp.25-48.
- Cromie, S., Johnson, S.,-(1993), Irish entrepreneurs: Some personal characteristics. *Journal of Occupational Behavior*, Oct Vol 4 (4) 317-324.
- Çağatay, Tahir, (1975), Kapitalist İctimai ve Bugünkü Durumu: 162 s
- Çelik, Adnan ve Diğerleri, (1997), Yeni Stratejiler Karşısında KOBİ'ler, Ticaret ve Sanayi Odası Yayını , No 1997 / 3 , Kahramanmaraş.

- Çetin, Canan, (1996), Yeniden Yapılanma, Girişimcilik, Küçük ve Orta Boy İşletmeler ve Bunların Özendirilmesi. Der Yayınları, İstanbul.
- Devereaux, E.C., (1969), Child rearing in England and the United States : a cross sectional comparison. Journal of Marriage and Family: 34-57 ..
- Dirimtekin, Halil, (1987), Türkiye Ekonomisi. Bilim Teknik Yayınevi, Eskişehir.
- Dorfman, P.W. & Howell, J.P. (1997). Managerial leadership in the United States and Mexico: Distant neighbors or close cousins? In C.S. Granrose & S. Oskamp (Eds.) Cross cultural work groups. Thousand Oaks, CA: Sage
- Eggers, H., Raymond W.S, (1996), "Leadership Skills of Entrepreneurs : Resolving the Paradoxes and Enchancing The Practices of Entrepreneurial Growth " , (Smilor, W Raymond ve Donald I.Sexton , Leadership and Entrepreneurship : Personal and Organizational Development in Entrepreneurial Ventures Kitabında sh .15-38, Qourum Books , London ..
- Erdem, Ferda, (2001), Girişimcilerde Risk Alma Eğilimi Ve Belirsizliğe Tolerans İlişisine Kültürel Yaklaşım IIBF Dergisi .Cilt .1 : Sayı ,2 ; Kasım
- Erdem, Ferda, (2002), Akdeniz Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiri Kitabı, Mayıs –Antalya.
- Eroğlu, F, (1998), Davranış Bilimleri, Beta Yayınları, İstanbul.
- Evans, D.S., Leighton, L.S., (1989), Some Empirical Aspects of Entrepreneurship, American Economic Review , 79 (3) ss.519 -535
- Fukuyama, Francis, (1998), *Güven, Sosyal Erdemler ve Refahın Yaratılması*, Türkiye İş Bankası Yayınları: Ankara.
- Gartner, W.B., (1996), Aspects of Organizational Emergence .In I.Bull, H.Thomas and G.Willard (Eds.) Entrepreneurship : Perspective on Theory Building .Tarrytown , NY: Elsevier Science , Inc .67- 86 ..
- Gatewood , E.J .Shaver ,K.G .Gartner ,W.B.1995 .A longitudinal study of cognitive factors influencing behaviors and success and venture creation .Journal of Business Venturing 10 , 371 -391

- Gibbb, A.A., Ritchie, J., (1982), Understanding the process of starting small business International Small Business Journal , 1, 26 – 46 .
- Girişimci Dergisi, (2003), 2. Sayısı
- Grund, F., (1837), “To Americans , Business is Everything” in The Americans .New York and London : Augustus M. Kelley , reprinted 1971 .Reprinted in Briedlid , A .Brogger , F.C.Gulliksen , O.t .Sirevag ,I.(Eds.). 1996. American Culture :An antohology of civilization texts .New York : Routledge .190-192.
- Hampden C. ve Tropmenaars T.A. (1995), Kapitalizmin Yedi Kùltürü, Çev: F. Doruker, Sabah Yayınları.
- Haworth, J., Brearley, S., (1991), The entrepreneurial personality : concepts, cases , and categories Impr / Ed : London ; New York : Routledge .
-
- Heaton, Herbert (1985), Avrupa İktisat Tarihi: Cilt I, Toeri Yayınları ,212- 219 s, Ankara .
- Hebert, R.F., Link, A.N., (1988), The Entrepreneur – Mainstream Views and Radical Critiques , 2 nd ed .New York :Praeger .
- Hisrich R.D ve Peters, M.P(1998), Entrehreneurship, Irwin Mc Graw Hill, USA.
- Hofstede, Geert H., (1980), Culture’s consequences , international differences in work-related values Beverly Hills
- Hofstede, Geert, H., (1991), Vivre Dans Une Monde Multiculturel, Les Editions D”Organisation , Paris.
- Hùlür ve Kalender, (2003), Sosyo-Politik Tutumlar ve Din, Konya Araştırması
- Johnson , Bradley R .1990 .Toward a multidimensional model of entrepreneurship :the case of achievement motivation and the entrepreneur . Entrepreneurship : Theory and Practice , v 14 , n3 (Spring 1990) : p 39 (16)
- Kepenek, Yakup, (1990), Tùrkiye Ekonomisi: Verso Yayıncılık.
- Kocel , Tamer, (1998), İşletme Yöneticiliği : Yönetici Geliştirme, Organizasyon ve Davranışı .3.b. İstanbul : Beta Yayınevi .

- Kongar, Emre, (1999), "Teknoloji kongresi" Yıldız Üniversitesi , internet üzerinden <http://www.kongar.com> (10-06-2003)
- Kongar , Emre, (2001), " Islama Laikligi Turkler Getirdi " internet üzerinden, ODTU, Ankara. <http://www.kongar.com> (10-06-2003)
- Kongar, Emre, (2001), "Kültürel Acidan Avrupa Birligine Yaklasim Sempozyumu "Internet üzerinden 24 Kasim , İstanbul. <http://www.kongar.com> (10-06-2003)
- Kuratko ve Hodgetts, (1998), Entrepreneurship : A Contemporary Approach , Dryden Press , Orlando .
- Langan-Fox, J, Roth, S., (1995), Achievement motivation and female entrepreneurs. Journal of Occupational and Organizational Psychology v.68 (3) p.209, September .
- Long, W, (1983) The Meaning of Entrepreneurship, American journal of small Business fall, vol VIII, s 219-227.
- Low, Murray B., Mac Millan, Ian C., (1988), Entrepreneurship : Past Research and Future Challenges Journal of Management v .14 n. 2pp .139-161.
- Martin, D., (1991), The economic fruits of the spirit .In B .Berger ,Ed .The Culture of Entrepreneurship. San Francisco: ICS Press .73 – 84 .
- McCarthy, B. ve Leavy, B., (1999), The Entrepreneur , Risk Perception and Change Over Time : A Typology Approach , Irish Business and Administrative Resarch , 19 / 20(1).
- Müftüoğlu, Tamer, (1989), İşletme İktisadi :Ankara : Olgac Matbaası .
- Muftuoglu, Tamer, (1991), Türkiye’de Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeler: Sorunlar ve Öneriler, Ankara :Sevinç Matbaası .
- O’Farrell, P.N., (1986), Entrepreneurs and Industrial Change .Dublin :IMI
- Özguven, Ali, (1984), İktisadi Dusunceler – Doktrinler ve Teoriler ; İstanbul universitesi , İktisat Fakültesi , Filiz Kitabevi.
- Palich L .E. ve Bağby , D.R., (1995), Using Cognitive Theory to Explain Entrepreneurial Risk – Taking : Challenging Conventional Wisdom , Journal of Business Venturing , 16(1) .

- Paulhus, D.L., Christie, R., (1981), Spheres of control : An interactions approach to assessment of perceived control .In Lefcourt , H.M . (E d .) Research with the locus of control construct .(v.1) Assessment methods (161 – 188) .New York : Academia Press .
- Paulhus, D.L., Van Selst, M., (1990), The Spheres of Control Scale : 10 yr of research .Personality and individual Differences 11 (10) 1029 – 1036 .
- Pendeliau, G., (1997), Le Profil du Createur d'Entreprise ,L'Harmattan, Paris.
- Pillis, de Emmeline, (1998), University of Southern California, Los Angeles , California :Doktora Tezi.
- Perry, C. (1990), After further sightings of the heffalump. Journal of Managerial Psychology, 5, 22-31.
- Reardon ,K.K., (1991), Persuasion in Practice.
- Reardon ,K.K. de Pillis ,E.G., (1996), Multichannel leadership :Revisiting the false dichotomy .In M .Salwen , Ed .Integrating Theory and Research in Communication .Hillsdale , NJ :Lawrence Erlbaum Associates .
- Reardon, K.K., Rogers, E.M., (1998), Interpersonal versus Mass Media Communication: A False Dichotomy. Human Communication Research 15 : 2 (284-303)
- Rissal, Romeo, (1992), A study of the characteristics of entrepreneurs in Indonesia .Dissertation George Washington University EDD .1988 DAI-A 49 /06 p .1516 Dec.1988 .
- Sagie ve Elizur, (1999), Achievement motive and entrepreneurial orientation : a structural analysis , journal of organizational behaviour , 20.
- Sali, Ali, (1998), “Rekabet Krulu Ikinci Baskani ProfDr .Tamer Muftuoglu ile Girisimcilik Uzerine “ , Cerceve Dergisi . 32-42 s
- Sargut S , 2001 , Kulturlerarasi Farklilasma ve Yonetim , Imge Kitabevi , Ankara
- Schere ,J .1982 .Tolerance of ambiguity as discriminating variable between entrepreneurs and managers .Proceeding (pp .404 -406) New York : Academy of Management .

- Shaver, K G ve Scott, L.R, (1991), Person, Process, Choice: The Psychology of New Venture Creation, Entrepreneurship Theory and Practice, 16 (2).
- Smilor ,W,R , Sexton ,D ,I ,Leadership and Entreprenneurship : Personal and Organizational Development in Entrepreneurial Ventures , Qorum Books , London , 1996
- Soysekerci ,S , 2001 ; Orgutlerde Dahili Ic Girişimcilik Kulturu Tasarimi , Yayinlanmamis Yuksek Lisans Tezi , Mayıs , Afyon
- Steinhaus ,Kurt . 1973 .Ataturk Devrimi Sosyolojisi : cev: M. Aktas , Istanbul 15-65 s
- Stewart ,W ve Roth .P .1992 .Risk Propensity Differences Between Entrepreneurs and Managers : A Meta –Analytic Review , Working Paper (A . M .Spiro Center for Entrepreneurial Leadership) , no : 99-101 , internet uzerinden .
- Tekin , Mahmut, (1999), “ Girişimcilik “ Kendi Isini Kurma Isletme , Konya
- Teoh , H .Y ve Foo , S .L (1997) : Moderating Effects of Tolerans for Ambiguity and Risk- Taking Propensity on The Role Conflict – Perceived Performance Relationship : Evidence From Singaporean Entrepreneurs , Journal of Business Venturing , 12(1).
- Thompson , J .L (1999) : A Strategic Perspective of Entrepreneurship , International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research , 5 (6) .
- TUSIAD – T / (1987) .10.103 : Turkiye’de Girişimcilik ile Ilgili Sorunlar ve Cozumler
- Turkdogan , O , (1981) :Sanayi Sosyolojisi ve Turkiyenin Sanayilesmesi , 130 s
- Ufuk H. ve Özgen Ö. (2000) Kadın Girişimcilerin Sosyo-Kültürel ve Ekonomik Profili. Ankara Örneği., KOSGEB Ankara.
- Van Praag , C .Van Ophem , H .1995 .Determinants of willingness and opportunity to starts as an entrepreneur .Kykkos : internationale Zeitschrift fuer Sozialwissenschaften .v.48 n.4 513- 540
- Varcan, (1998), <http://www.kobinet.org.tr/bilgibankasi> (11/10/2003)
- Wasti, A, (1995), Kültürlerarası Farklılaşmanın Örgütsel Yapı ve Davranışa Etkileri: Karşılaştırmalı bir inceleme, ODIÜ Gelişme Dergisi (22) 4
- Weber , M .1930 .The protestant ethic and the spirit of capitalism .New York : Scribner’s .

- Zider, J. (1999) Power Özel Ek, (Harward Business Review)
- [http://www.mylmz.net/yönetim/işletme yönetimi](http://www.mylmz.net/yönetim/işletme_yönetimi)
- [http://byegm.gov.tr/dış basın yayınları](http://byegm.gov.tr/dış_basın_yayınlari) (7/8/2003)
- <http://www.ucserkargo.com> (7/8/2003)
- <http://www.tekmer.gov.tr>, ODTÜ – KOSGEB (3/8/2003)
- <http://www.tusiad.org.tr> , (22/9/2003)
- <http://foreigntrade.gov.tr> , (10/10/2003)
- <http://www.ttg.gov.tr> , (7/08/2003)

EK 1. Girişimcilik Davranışı Anket Formu

Sayın Öğrenci

Tamamen bilimsel amaçla hazırlanmış bu anketimizde girişimci olma niyetini etkileyen çeşitli uygulamalarla ilgili ifadeler sıralanmıştır. Bir girişimci adayı olarak kendi dūřüncelerinizin bu ifadelere ne ölçüde uyduğunu ölçek üzerinde uygun şıkkı işaretlemek suretiyle belirtiniz .

Kişisel Bilgiler

- 1)Cinsiyetiniz bay () bayan ()
- 2)Yaşınız
- 3)Mezun olduğunuz Üniversite
- 4)Medeni durumunuz Evli () bekar()
- 5)Babanızın mesleği nedir /neydi
- 6)Annenizin mesleği nedir / neydi... Ev Hanımı.....
- 7)Babanız üniversite mezunu mu evet () hayır ()
- 8)Anneniz üniversite mezunu mu evet () hayır ()
- 9)Kaç kardeşiniz var
- 10)Kardeşler arasındaki büyüklük durumunuz nedir.....
- 11)Ailenizde hiç kendi isine sahip olan var mı / var mıydı
açıklayınız).....
- 12)Su an da herhangi bir ücretli is yapıyor usunuz?(belirtiniz).....
- 13)Su anki isinizde ne kadar süredir çalışıyorsunuz
- 14)Su an yaptığınız isten önce ne işle
uğraşıyordunuz.....
- 15)Hiç iş kurdunuz mu evet() hayır()
- 16)İşinizi kaç yılında kurdunuz

17)İşiniz ne üzerineydi ?

18)Bu iş sizin ana gelir kaynağınız mıdır evet() hayır ()

19)Bu işle hala ilgileniyor musunuzevet() hayır ()

Bölüm 2

Aşağıdaki soruları önem derecesine göre (5=kesinlikle katılıyorum,1=kesinlikle katılmıyorum) göre belirtiniz .

	Tamamen katılıyorum	katılıyorum	Kararsızım	katılmıyorum	Tamamen katılmıyorum
1) Kendimi büyük hedeflere ulaşma konusunda azimli buluyorum.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
2)Küçük sorunlarla karşılaştığımda motivasyonum bozular.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
3)Başarılı oldukça kendime olan saygım artıyor.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
4)Kendime hep gerçekleşmesi zor hedefler beklerim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
5)Herhangi bir şeyi başardıktan sonra büyük keyif alırım.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
6)Genellikle başarısızlıklarım beni çok fazla endişelendirmez.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
7)Eğer gerçekten istersem her şeyin üstesinden geleceğime inanırım.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
8)Yaptığım işlerle ilgili karşılaştığım her türlü gelişme kontrolüm dışındadır.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
9)Zor olan işlerle uğraşmaktan kaçınırım .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
10)İşimde hayal kurmak yerine tüm gücümle çalışmayı tercih ederim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
11)Kendimi risk alabilen biri olarak görüyorum.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
12)Eğer şans oyunlarında seçme şansım olsa % 100 kazanma olasılığı olan oyunları seçerim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
13)Çıkarlarım söz konusu olduğunda başkalarına karşı sorumluluklarımı dikkate almam.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
14) “ girişimci “ kelimesi beni tanımlar	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
15)Hayatimin her döneminde rekabetçi bir yapıya sahip olmuşumdur .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
16)Bir kaç ipucunun dışında gelecekle ilgili her şeyi bilmek istemem .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
17)Çevremdeki kişiler söylediklerimin tutarsız olduğunu belirtirlerse bunu dikkate alırım	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

18)Her 4 yılda bir isimle ilgili bir değişikliğin ideal olduğunu düşünüyorum.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
19)Gelecekte ne olacağını kesinlikle bilmek isterim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
20)Hayatta hiç bir şey büyük başarıların yerini tutamaz.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
21)İnsanlar girişimcilerden etkilenirler.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
22)Oğlumun girişimci olmasına çok memnun olurum.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
23)Ülkemde girişimcilerin olması beni her zaman şaşırtır .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
24)Bir tartışma ortamında fikir ayrılığına düştüğüm kişi arkadaşım ya da yakınım değil ise düşmanca hisler beslerim	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
25)Bence ideal olan tek bir alanında çalışmaktır .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
26)Girişimciler genelde toplumda olumlu iz bırakırlar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
27)Her on yılda bir yeni is değişikliği idealdir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
28)Türkiye’de bireyler diğer ülkelere göre daha fazla girişimci olarak Kabul edilmektedirler.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
29) girişimci olmak bana uymaz.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
30)Bir tartışma ortamında insanlarla fikir ayrılığına düşersem tartışma konusuna olan ilgim artar .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
31)Kendimi bana ait bir is kurup yönetirken düşünemiyorum	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
32)Girişimci olmanın bazı özellikleri hayata bakış açımıla bağdaşmayabilir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
33)Türkiye’de ki insanların karakter yapıları girişimci özelliklerine benzer.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
34)Ne zaman ne olacağını bilmediğim olaylardan çabuk keyif alırım.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
35)Kendimi yeni bir is kurarken bulmak şaşırtıcı olacaktır veya kendimi yeni bir is kurarken hayal edebiliyorum.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
36)Son yıllarda günlük işlerimdeki rutinliği çok az değiştirebildim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
37)Eğer oyunlarda seçme şansım olsa %40 kazanma olasılığı olan oyunları seçerdim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
38)Kişinin başarılı olmasının yollarından biri ,kendi isini kurması ve yürütmesidir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
39)girişimci olmak Türkiye’de ki ise bakış açısıyla bağdaşmaktadır .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
40)Eğer başka bir ülkenin vatandaşı olsaydım girişimci olmak bana daha çekici gelirdi.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
41)İşimle ilgili yeni alanlara girmek benim için idealdir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
42)çok sık aralıklarla is değiştirmek benim için idealdir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
43)Eğer girişimci olarak bir kere başarısız olunmuşsa gelecekte de büyük bir ihtimalle yine başarısız olunacak	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

demektir.					
44)İzlediğim filmlerde girişimciler olumlu tanımlanmaktadır .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
45)İzlediğim filmlerde girişimciler olumlu tanımlanmaktadır.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
46)İşimde uzmanlaşmayı ideal bulurum.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
47)Ne zaman ne olacağını bilememek beni huzursuz eder .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
48)Herhangi biri söylediklerimin tutarsız olduğunu ifade ederse utanırım.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
49)TV programlarında girişimciler olumlu imaj sergilemektedirler	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
50)günlük işlerimle ilgili bazı faaliyetleri çok sık değiştiririm.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
51)Kitaplarda ve gazetelerde girişimciler olumlu imaj sergilemektedirler .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
52)Bugüne kadar hedeflerimi gerçekleştirmede şanslı olmasam da denemeye devam edeceğim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
53)Eğer kızım girişimci olursa çok memnun olurum.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
54)Sorumluluklarımın sonuçlarından tatmin oluncaya kadar aralıksız çalışırım.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
55)Çalışmak benim için oyun oynamak kadar zevklidir .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
56)Genellikle çok çalıştığım konularda başarılı olurum.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
57)Kendime hedef koyduğumda mutlaka başarılı olurum.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
58)Yetenek gerektiren oyunlar yerine şans oyunlarını tercih ederim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
59)Kafama koyduğum her şeyi öğrenebilirim.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
60)büyük başarılar elde etmem kabiliyetim ve çalışmam sayesinde gerçekleşmektedir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
61)Gerçekleştiremeyeceğim büyük hedefler koymayı tercih etmiyorum.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
62)Hedeflerime ulaşmada en büyük etken şansımın olmamasıdır.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
63)Çevremdeki insanlar girişimcileri olumlu tanımlamaktadırlar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
64)Başarıya ulaşmanın en iyi yolu kendi kendinin patronu olmaktır.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
65)Ailemde girişimcilik desteklenmektedir.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
66)Arkadaşlarımın arasında girişimcilik desteklenmektedir .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
67)Türk toplumunda girişimcilik desteklenmektedir .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
68)Hedefe ulaşmak için başkasının işinde çalışmak yerine kendi işinde çalışmak en doğrusudur.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

69)Su anda yeni bir iş kurmak imkansız görünmektedir .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
70)Kendi iş yerini kurmak para kazanmanın etkili bir yoludur.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
71)Genelde kendi işini kuran kişiler başkasının yanında çalışan kişilere göre daha fazla para kazanmaktadırlar.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
72)Kendi işinde çalışmak para kazanmanın etkili bir yoludur.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
73)Kendi işinde çalışmak başkasının yanında çalışmaktan daha keyiflidir .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
74)Yakınlarım beni "girişimci "bir tip olarak görmektedirler.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
75)Yakınlarım beni "girişimci "kelimesini kullanarak tarif etmektedirler .	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
76)İşadamı / işkadını gibi görünürüm.	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

Bölüm III Planlarınız

	çok Yüksek Olasılık	Yüksek Olasılık	Ortalama Olasılık	Düşük Olasılık	çok Düşük Olasılık
77) Mezun olduktan sonra ki bir sene içinde iş kurma olasılığınız ne kadardır?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
78) Mezun olduktan sonra ki beş sene içinde iş kurma olasılığınız ne kadardır?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
79) Eğer işiniz başarılı olursa, yeni işler kurma olasılığınız ne kadardır?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>
80) Mezun olduktan sonra ki bir yıl içinde yeni bir ülkeye taşınma ihtimaliniz ne kadardır?	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>

EK 2. Frekans Tabloları

grup

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Amerikan	69	47,6	47,6	47,6
	Türk	64	44,1	44,1	91,7
	Türk-Orijinli	12	8,3	8,3	100,0
	Total	145	100,0	100,0	

Şu anki işiniz

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Bilinmiyor	34	23,4	23,4	23,4
	Öğrenci	40	27,6	27,6	51,0
	ITÇalışanı	32	22,1	22,1	73,1
	Finans	11	7,6	7,6	80,7
	Satış Personeli	4	2,8	2,8	83,4
	Serbest meslek	14	9,7	9,7	93,1
	Memur-Sekreteryaya	6	4,1	4,1	97,2
	İşçi	1	,7	,7	97,9
	Teknik Eleman	3	2,1	2,1	100,0
	Total	145	100,0	100,0	

Ne zamandır bu iştesiniz(yıl)

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	27	18,6	18,6	18,6
	2	22	15,2	15,2	33,8
	3	24	16,6	16,6	50,3
	4	11	7,6	7,6	57,9
	5	8	5,5	5,5	63,4
	6	9	6,2	6,2	69,7
	7	3	2,1	2,1	71,7
	8	1	,7	,7	72,4
	9	2	1,4	1,4	73,8
	10	1	,7	,7	74,5
	11	1	,7	,7	75,2
	12	3	2,1	2,1	77,2
	14	1	,7	,7	77,9
	15	1	,7	,7	78,6
	16	2	1,4	1,4	80,0
	20	2	1,4	1,4	81,4
	Bilinmiyor	27	18,6	18,6	100,0
	Total	145	100,0	100,0	

Daha önce ne işle uğraşıyordunuz

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Öğrenci	53	36,6	36,6	36,6
ITÇalışanı	6	4,1	4,1	40,7
Finans	5	3,4	3,4	44,1
Satış Personeli	22	15,2	15,2	59,3
Serbest meslek	10	6,9	6,9	66,2
Esnaf	19	13,1	13,1	79,3
Memur-Sekreteryaya	6	4,1	4,1	83,4
İşçi	3	2,1	2,1	85,5
Teknik Eleman	21	14,5	14,5	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Hiç iş kurdunuz mu

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Evet	25	17,2	17,2	17,2
Hayır	120	82,8	82,8	100,0
Total	145	100,0	100,0	

İşinizi kaç yılında kurdunuz

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1980	1	,7	,7	,7
1987	1	,7	,7	1,4
1990	1	,7	,7	2,1
1991	2	1,4	1,4	3,4
1993	1	,7	,7	4,1
1997	3	2,1	2,1	6,2
1998	1	,7	,7	6,9
1999	2	1,4	1,4	8,3
2000	1	,7	,7	9,0
2001	6	4,1	4,1	13,1
2002	1	,7	,7	13,8
2003	5	3,4	3,4	17,2
Bilinmiyor	120	82,8	82,8	100,0
Total	145	100,0	100,0	

İşiniz ne üzerineydi

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid IT	10	6,9	6,9	6,9
İmalat	6	4,1	4,1	11,0
Danışmanlık	6	4,1	4,1	15,2
İthalat-İhracat	2	1,4	1,4	16,6
Bakıcılık	1	,7	,7	17,2
Bilinmiyor	120	82,8	82,8	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Bu iş sizin ana gelir kaynağınız mıydı

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Evet	11	7,6	7,6	7,6
Hayır	14	9,7	9,7	17,2
Bilinmiyor	120	82,8	82,8	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Bu işle hala bağlantınız varmı

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Evet	13	9,0	9,0	9,0
Hayır	12	8,3	8,3	17,2
Bilinmiyor	120	82,8	82,8	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Yaşınız

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 19	1	,7	,7	,7
20	2	1,4	1,4	2,1
21	3	2,1	2,1	4,1
22	6	4,1	4,1	8,3
23	9	6,2	6,2	14,5
24	9	6,2	6,2	20,7
25	12	8,3	8,3	29,0
26	12	8,3	8,3	37,2
27	13	9,0	9,0	46,2
28	21	14,5	14,5	60,7
29	3	2,1	2,1	62,8
30	12	8,3	8,3	71,0
31	5	3,4	3,4	74,5
32	9	6,2	6,2	80,7
33	3	2,1	2,1	82,8
34	2	1,4	1,4	84,1
35	1	,7	,7	84,8
36	3	2,1	2,1	86,9
37	2	1,4	1,4	88,3
38	2	1,4	1,4	89,7
39	1	,7	,7	90,3
40	1	,7	,7	91,0
41	1	,7	,7	91,7
42	1	,7	,7	92,4
46	2	1,4	1,4	93,8
48	1	,7	,7	94,5
50	1	,7	,7	95,2
55	1	,7	,7	95,9
57	1	,7	,7	96,6
61	1	,7	,7	97,2
Bilinmiyor	4	2,8	2,8	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Cinsiyetiniz

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Erkek	85	58,6	58,6	58,6
Bayan	60	41,4	41,4	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Irk-Etnik yapı

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Ortadoğu	5	3,4	6,2	6,2
Kafkas	16	11,0	19,8	25,9
Beyaz	38	26,2	46,9	72,8
Avrupalı	2	1,4	2,5	75,3
Asyalı	9	6,2	11,1	86,4
Pakistan	1	,7	1,2	87,7
Hispanik(latin)	6	4,1	7,4	95,1
Melez	1	,7	1,2	96,3
Siyah	1	,7	1,2	97,5
Bilinmiyor	2	1,4	2,5	100,0
Total	81	55,9	100,0	
Missing				
System	64	44,1		
Total	145	100,0		

Medeni durumunuz

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
Evlü	56	38,6	38,6	38,6
Bekar	82	56,6	56,6	95,2
Ayrılmış	7	4,8	4,8	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Bakımınız altında olan çocuk sayısı

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid				
0	63	43,4	77,8	77,8
1	12	8,3	14,8	92,6
2	4	2,8	4,9	97,5
3	2	1,4	2,5	100,0
Total	81	55,9	100,0	
Missing				
System	64	44,1		
Total	145	100,0		

Yetiştiginiz ülke

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ortadoğu	1	,7	1,2	1,2
	Amerika	52	35,9	64,2	65,4
	Avrupa	1	,7	1,2	66,7
	Asya	6	4,1	7,4	74,1
	LatinAmerika	6	4,1	7,4	81,5
	Türkiye	11	7,6	13,6	95,1
	Bulgaristan	2	1,4	2,5	97,5
	Bilinmiyor	2	1,4	2,5	100,0
	Total	81	55,9	100,0	
Missing	System	64	44,1		
Total		145	100,0		

Kendi vatanınız olarak gördüğünüz ülke

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Ortadoğu	1	,7	1,2	1,2
	Amerika	62	42,8	76,5	77,8
	Avrupa	1	,7	1,2	79,0
	Asya	4	2,8	4,9	84,0
	Latin Amerika	4	2,8	4,9	88,9
	Türkiye	7	4,8	8,6	97,5
	Bilinmiyor	2	1,4	2,5	100,0
	Total	81	55,9	100,0	
	Missing	System	64	44,1	
Total		145	100,0		

Doğum Sırası

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	1	85	58,6	58,6	58,6
	2	42	29,0	29,0	87,6
	3	9	6,2	6,2	93,8
	4	6	4,1	4,1	97,9
	5	1	,7	,7	98,6
	6	2	1,4	1,4	100,0
	Total		145	100,0	

Siz Dahil Kardeş Sayısı

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid 1	22	15,2	15,2	15,2
2	52	35,9	35,9	51,0
3	31	21,4	21,4	72,4
4	20	13,8	13,8	86,2
5	12	8,3	8,3	94,5
6	3	2,1	2,1	96,6
7	1	,7	,7	97,2
8	1	,7	,7	97,9
9	3	2,1	2,1	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Baba Mesleği

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ücretli çalışan	52	35,9	35,9	35,9
Kendi İşini Yapan	70	48,3	48,3	84,1
Emekli	23	15,9	15,9	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Anne Mesleği

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Ücretli çalışan	43	29,7	29,7	29,7
Kendi işini Yapan	11	7,6	7,6	37,2
Emekli	7	4,8	4,8	42,1
Ev Kadını	84	57,9	57,9	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Lisans Eğitiminiz

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Bilinmiyor	11	7,6	13,6	13,6
Kimya	3	2,1	3,7	17,3
İşletme-İktisat	25	17,2	30,9	48,1
Ziraat	6	4,1	7,4	55,6
Siyasal Bilimler	5	3,4	6,2	61,7
Muhasebe	5	3,4	6,2	67,9
İç Mimari	1	,7	1,2	69,1
Uluslararası İşletme	3	2,1	3,7	72,8
Mühendislik	12	8,3	14,8	87,7
İletişim	10	6,9	12,3	100,0
Total	81	55,9	100,0	
Missing System	64	44,1		
Total	145	100,0		

Babanız üniversite mezunumu

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Evet	86	59,3	59,3	59,3
Hayır	59	40,7	40,7	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Anneniz üniversite mezunumu

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Evet	60	41,4	41,4	41,4
Hayır	85	58,6	58,6	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Büyüme Evrenizde ailenizden birileri iş kurdumu

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Evet	53	36,6	36,6	36,6
Hayır	92	63,4	63,4	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Ne tür bir iş kurdular

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Çiftçi	2	1,4	1,4	1,4
Serbets Meslek	25	17,2	17,2	18,6
Esnaf	23	15,9	15,9	34,5
Bilinmiyor	95	65,5	65,5	100,0
Total	145	100,0	100,0	

Çocukluğunuzdaki dininiz

	Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid Hristiyan	2	1,4	2,5	2,5
Budist	2	1,4	2,5	4,9
İslam	11	7,6	13,6	18,5
Katolik	9	6,2	11,1	29,6
Baptist	1	,7	1,2	30,9
Ateist	2	1,4	2,5	33,3
Bilinmiyor	54	37,2	66,7	100,0
Total	81	55,9	100,0	
Missing System	64	44,1		
Total	145	100,0		

Şimdiki dininiz

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Hristiyan	3	2,1	3,7	3,7
	Budist	2	1,4	2,5	6,2
	İslam	9	6,2	11,1	17,3
	Katolik	5	3,4	6,2	23,5
	Baptist	1	,7	1,2	24,7
	Ateist	7	4,8	8,6	33,3
	Bilinmiyor	54	37,2	66,7	100,0
	Total	81	55,9	100,0	
Missing	System	64	44,1		
Total		145	100,0		

Dininizi uyguluyormusunuz

		Frequency	Percent	Valid Percent	Cumulative Percent
Valid	Sadece Dini günlerde	7	4,8	8,6	8,6
	Her zaman	10	6,9	12,3	21,0
	Hiç bir zaman	9	6,2	11,1	32,1
	Bilinmiyor	55	37,9	67,9	100,0
	Total	81	55,9	100,0	
Missing	System	64	44,1		
Total		145	100,0		

ÖZGEÇMİŞ

Adı Soyadı : Gülhan Akşit
Doğum Tarihi ve Yeri : 10.11.1967 – Burdur
Medeni Durumu : Evli

Eğitim Durumu

Mezun Olduğu Lise : Şehit Ali İhsan Kalmaz Lisesi / Isparta
Lisans Diploması : Anadolu Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler
Fakültesi İktisat Bölümü
Yüksek Lisans Diploması :
Tez Konusu : Farklı Kültürlerde Girişimcilik Niyeti ve Üniversite
Öğrencilerine Yönelik Karşılaştırmalı Bir Araştırma
Yabancı Dil : İngilizce

İş Deneyimi

Çalıştığı Kurumlar : Opel Ltd. Şti. 1990-1993
Çelikhan Ltd. Şti. (Kurucu Üyesi) 1993-1998