

**T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**

**ÖĞRENCİLERİN GİRİŞİMCİLİK ÖZELLİKLERİ VE
İŞ DEĞERLERİ: KIRGIZİSTAN, ÖZBEKİSTAN,
AZERBAYCAN VE TÜRKİYE KARŞILAŞTIRILMASI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Feruzahon ABDULLAEVA

**Enstitü Anabilim Dalı : İşletme
Enstitü Bilim Dalı : Yönetim ve Organizasyon**

Tez Danışmanı : Doç.Dr. Recai COŞKUN

MART – 2007

T.C.
SAKARYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**ÖĞRENCİLERİN GİRİŞİMCİLİK ÖZELLİKLERİ VE
İŞ DEĞERLERİ: KIRGIZİSTAN, ÖZBEKİSTAN,
AZERBAJYCAN VE TÜRKİYE KARŞILAŞTIRMASI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

Feruzahon ABDULLAEVA

Enstitü Anabilim Dalı : İşletme
Enstitü Bilim Dalı : Yönetim ve Organizasyon

Bu tez 19.03.2007 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Oybirliği ile kabul edilmiştir.

Doç.Dr. Recai COŞKUN

Doç.Dr. Serkan BAYRAKTAROĞLU

Doç.Dr. Muhsin HALİS

Jüri Başkanı

Jüri Üyesi

Jüri Üyesi

BEYAN

Bu tezin yazılmasında bilimsel ahlak kurallarına uyulduğunu, başkaların bilimsel eserlerinden yararlanılması durumunda bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunulduğunu, kullanılan verilerde herhangi bir tahrifat yapılmadığını, tezin herhangi bir kısmının bu üniversite veya başka bir üniversitedeki başka bir tez çalınması olarak sunulmadığını beyan ederim.

Feruzahon ABDULLAEVA

19.03.2007

ÖNSÖZ

İnsanları girişimci olmaya yönlendiren ve bu konuda başarılı kılan en önemli etken kişinin “*girişimcilik kapasitesi*”dir. Bu kapasite bizzat kişiyle ilgilidir ve başka bir işletme için hiçbir değeri yoktur. İnsanlar sahip oldukları bu girişimcilik kapasitesinden yararlanarak bağımsız çalışma hayallerini gerçekleştirmek veya yeteneklerini kanıtlamak ya da yaratıcılıklarını ortaya koymak amacıyla iş hayatına atılmaya karar verirler. Girişimci olmak ve başarıyla bir işletmeyi yönetebilmek için girişimcinin belli karakteristiklerinin olması gerekir. Bununla birlikte insanların hayatında en önemli kısmını kaplayan, iş hayatında aradıkları iş değerleri de büyük önem kazanmaktadır. Çalıştıkları yerde hangi kriterlere önem verilmekte olduğu veya verilmesini istedikleri ölçülmeye çalışılmıştır. Özellikle farklı ülkelerdeki potansiyel girişimcilerin bu konudaki algılarını ölçerek karşılaştırıldı. Bu sonuçlara ulaşmakta elden anketler dağıtarak veriler elde edilmiştir.

Bu çalışmanın hazırlanmasında danışman hocam Doç. Dr. Recai COŞKUN’a teşekkürlerimi sunmaya bir borç bilirim. Ayrıca, bu günlere ulaşmamda emeklerini hiçbir zaman ödeyemeyeceğim aileme ve her zaman yanımda olan arkadaşlarıma da şükranlarımı sunarım. Yetişmemde katkıları olan tüm hocalarıma da minnettar olduğumu ifade etmek isterim.

Feruzahon ABDULLAEVA

19.03.2007

İÇİNDEKİLER

KISALTMALAR.....	iii
TABLO LİSTESİ.....	iv
ÖZET.....	v
SUMMARY.....	vi
GİRİŞ.....	1
BÖLÜM 1: GİRİŞİMCİLİK: KAVRAMLAR VE ÖNEM.....	4
1.1. GİRİŞİMCİNİN TANIMI VE KAPSAMI.....	5
1.2. GİRİŞİMCİLİĞİN TARİHSEL GELİŞİMİ VE TÜRKİYE’DE GİRİŞİMCİLİK	7
1.2.1. İmparatorluk Dönemi Girişimcileri.....	9
1.2.2. Cumhuriyet Dönemi Girişimcileri.....	10
1.2.3. Bugünün Girişimcilik Sorunları.....	11
1.3. TÜRK CUMHURİYETLERİNDE GİRİŞİMCİLİK	12
1.3.1. Kırgızistan’da Girişimcilik	15
1.3.2. Azerbaycan’da Girişimcilik	16
1.3.3. Özbekistan’da Girişimcilik	17
1.4. GİRİŞİMCİLİĞİN İŞLEVLERİ.....	19
1.5. GİRİŞİMCİLERİN TEMEL ÖZELLİKLERİ	20
1.6. GİRİŞİMCİLİĞİN TÜRLERİ	23
1.6.1. Genel Bir Sınıflama	23
1.6.2. Girişimcilik Tipleri	24
1.7. GİRİŞİMCİLİĞİ ETKİ EDEN FAKTÖRLER.....	26
1.7.1. Aile	26
1.7.2. Teknoloji.....	27
1.7.3. Çevre.....	27
1.7.4. Eğitim	28
1.7.5. Yaş.....	28
1.7.6. İş Tecrübesi	28
1.7.7. Kültür.....	29
1.7.8. Cinsiyet	31
1.8. GİRİŞİMCİLİĞİN AVANTAJ VE DEZAVANTAJLARI	31
1.8.1. Girişimciliğin Avantajları	32
1.8.2. Girişimciliğin Dezavantajları	32
1.9. GİRİŞİMCİNİN TOPLUM İÇİN ÖNEMİ VE TOPLUMSAL MİSYONU.....	34
1.10. GİRİŞİMCİLİKTE BAŞARI FAKTÖRLERİ VE BAŞARISIZLIK NEDENLERİ.....	34
1.10.1. Girişimcilikte Başarı Faktörleri.....	34
1.10.2. Girişimcilikte Başarısızlık Nedenleri	36
BÖLÜM 2: KÜLTÜREL BİR BİLEŞEN OLARAK İŞ DEĞERLERİ.....	39
2.1. DEĞERLER	39

2.1.1. Değerin Tanımları	40
2.1.2. Değerlerin Özellikleri	43
2.1.3. Değerlerin İşlevleri	44
2.1.4. Değerlerin Sınıflandırılması.....	45
2.2. DEĞERLER VE TOPLUMSAL ROLLER.....	47
2.3. DEĞERLER VE DİĞER KAVRAMLAR.....	47
2.3.1. Değerler ve İnançlar	47
2.3.2. Değerler ve İdeolojiler	48
2.4. İŞ DEĞERLERİ	48
2.4.1. İşin İşlevsel Değerleri	49
2.4.2. İşin Kültürel Değerleri	49

BÖLÜM 3: GİRİŞİMCİLİK VE İŞ DEĞERLERİNE İLİŞKİN ÜLKELER-ARASI BİR KARŞILAŞTIRMA

3.1. ARAŞTIRMANIN AMACI, ÖNEMİ VE HİPOTEZLER	51
3.2. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI	52
3.3. VERİ TOPLAMA SÜRECİ	53
3.4. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI.....	54
3.5. ARAŞTIRMANIN TEMEL BULGULARI	54
3.5.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri	54
3.5.2. Katılımcıların Girişimcilik Arkaplanları	57
3.5.3. Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimleri	62
3.5.4. Öğrencilerin İş Değerleri	70

SONUÇ..... 77

KAYNAKÇA..... 79

EKLER..... 83

ÖZGEÇMİŞ..... 95

KISALTMALAR

ASK:	Azerbaycan Sahibkarlar Konfederasyonu
BDT :	Birleşik Devletler Topluluğu
SSCB:	Sovyet Sosyalist Cumhuriyet Birliği

TABLO LİSTESİ

TABLO 1: GİRİŞİMCİ VE İÇ GİRİŞİMCİ KARŞILAŞTIRMASI	25
TABLO 2: KATILIMCILARIN CİNSİYETLERİ.....	55
TABLO 3: KATILIMCILARIN UYRUKLARI	55
TABLO 4: KATILIMCILARIN BÖLÜMLERİ	56
TABLO 5: KATILIMCILARIN SINIFI.....	57
TABLO 6: KATILIMCILARIN ÜLKELER BAZINDA GİRİŞİMCİLİK ARKAPLANLARI	58
TABLO 7: GİRİŞİMCİLİK ÖLÇEK ORTALAMASI	63
TABLO 8: ÖĞRENCİLERİN GİRİŞİMCİLİKLE İLİŞKİN 4 ÜLKE KARŞILAŞTIRMASI	65
TABLO 9: TÜRKİYE İLE DİĞER TÜRK CUMHURİYETLERİ ÖĞRENCİLERİNİN GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI (T-TESTİ)	67
TABLO 10: TÜRKİYE'DEKİ TC VATANDAŞI ÖĞRENCİLER İLE DİĞER TÜRK CUMHURİYETLERİNDEKİ TC VATANDAŞI ÖĞRENCİLERİN GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI (T-TESTİ)	68
TABLO 11: TÜRK CUMHURİYETLERİ (KIRGIZİSTAN, ÖZBEKİSTAN, AZERBAYCAN) ÖĞRENCİLERİNİN GİRİŞİMCİLİK ALGILARININ KARŞILAŞTIRILMASI.....	69
TABLO 12: İŞ DEĞERLERİ ÖLÇEK ORTALAMASI.....	71
TABLO 13: ÖĞRENCİLERİN İŞ DEĞERLERİNE İLİŞKİN 4 ÜLKE KARŞILAŞTIRMASI	72
TABLO 14: TÜRKİYE İLE DİĞER TÜRK CUMHURİYETLERİ ÖĞRENCİLERİNİN İŞ DEĞERLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI (T-TESTİ)	73
TABLO 15: TÜRKİYE'DEKİ TC VATANDAŞI ÖĞRENCİLER İLE DİĞER TÜRK CUMHURİYETLERİNDEKİ TC VATANDAŞI ÖĞRENCİLERİN İŞ DEĞERLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI (T-TESTİ)	74
TABLO 16: TÜRK CUMHURİYETLERİ (KIRGIZİSTAN, AZERBAYCAN, ÖZBEKİSTAN) ÖĞRENCİLERİNİN İŞ DEĞERLERİNİN KARŞILAŞTIRILMASI	75

Tezin Başlığı: Öğrencilerin Girişimcilik Özellikleri ve İş Değerleri: Kırgızistan, Özbekistan, Azerbaycan ve Türkiye Karşılaştırması

Tezin Yazarı: Feruzahon ABDULLAEVA **Danışman:** Doç.Dr. Recai COŞKUN

Kabul Tarihi: 19.03.2007

Sayfa Sayısı: VI (ön kısım)+82 (tez)+13 (ekler)

Anabilim dalı: İşletme

Bilim dalı: Yönetim ve Organizasyon

Bu tez, potansiyel girişimciler olan ve farklı ülkelerde eğitim alan üniversite öğrencilerinin girişimcilik ve iş değerlerine ilişkin düşünce ve algılarını ölçmeyi amaçlamaktadır. Buradan da değişik Türk Topuluklarının “girişimcilik” konusunda geldiği nokta, genç nesil öğrencilerin girişimciliği algılamasıyla ilişkilendirerek açıklanmaya çalışılacaktır. Bunun yanında, farklı ülkelerde işe atfedilen önem ve iş değerleri ortaya konulmaktadır.

Tezin giriş bölümünde tezin amacı, önemi, kapsamı, metodolojisi ve karşılaşılan sorunlara yer verilmiştir. Tez üç ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümünde, literatür taramasıyla yapılmış; girişimcilikle ilgili kavramlar, girişimciliğin tarihsel gelişimi, girişimciliği etkileyen faktörler, girişimcilikte başarı nedenleri ve girişimciliğe etki eden sosyo-kültürel özellikler incelenmiştir.

İkinci bölümde, değerler ve değerlerin tanımları ele alınarak, değerlerin özellikleri, değerlerin işlevleri, sınıflandırılması, değerleri inanç ve ideolojilerle karşılaştırılması, iş değerleri ve işin işlevsel ve kültürel değerleri incelenmiştir.

Üçüncü bölümde ise, Sakarya Üniversitesinin İktisat ve İdari Bilimler Fakültesinin değişik bölümlerinde okuyan öğrencileri ile, Kırgızistan, Özbekistan ve Azerbaycan'da İktisadi ve İdari Bilimler okuyan öğrencilerin girişimcilik ve iş değerlerine ilişkin algılamalarını ölçen araştırmanın sonuçlarına yer verilmiştir. Buna göre, her ne kadar aynı kökenden gelseler de bu ülkeler arasında öğrencilerin girişimcilik özellikleri ve iş değerlerine ilişkin farklılıklara rastlanmaktadır. Bunu başlıca sebebi, ülkelerin yaşadıkları modernleşme süreçlerindeki farklılık ile farklı siyasal ve ekonomik tecrübelerdir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, İş Değerleri, Türk Cumhuriyetleri, Öğrenciler

Title of the Thesis: Entrepreneurship Characteristics and Work Values of Students: A Comparison of Kyrgyzstan, Uzbekistan, Azerbaijan and Turkey

Author: Feruzahon ABDULLAEVA **Supervisor:** Assoc. Prof. Recai COSKUN

Date: 19.03.2007

Nu.Of Page: VI (pre text)+82 (main body)+13 (appendices)

Department: Business

Subfield: Management Organization

This thesis aims to measure thoughts and perceptions of university students from different countries about entrepreneurship and work values as they are the potential entrepreneurs. From here, the point that different Turkish communities reached in terms of entrepreneurship will be explained by relating it to the young generation students' perception of entrepreneurship. Additionally, the importance attributed to the work and work values in different countries is displayed.

In the introductory chapter of this thesis, the aim, importance, scope and the method and the limits of the thesis take place. This thesis consists of three main chapters. In the first chapter, after making a literature review terms related to entrepreneurship, historical development of entrepreneurship, factors affecting entrepreneurship, reasons for success in entrepreneurship and social and cultural characteristics that affects entrepreneurship are examined.

In the second chapter, values and definition of values, characteristics of values, functions and classification of values, comparison of values to beliefs and ideologies, work values are investigated.

In the third chapter, the results of the research that measures the perception about the entrepreneurship and work values of the students from different departments of Sakarya University, Faculty of Economic and Administrative Sciences and from different faculties in Azerbaijan, Kyrgyzstan, and Uzbekistan are displayed. According to this, although they are of the same origin, there are differences in terms of entrepreneurial characteristics and work values of the students from different countries. The major reason for this is the difference between the processes of modernization of this countries as well as differences in their political and economic experiences.

Keywords: Entrepreneurship, Work Values, Turkish Republic, Students

GİRİŞ

Türkiye ile Türk Cumhuriyetleri arasında giderek artan oranda siyasi, sosyal ve ekonomik ilişkiler yaşanmaktadır. Aynı tarihi kökenlere sahip bu ülkelerin kültürel ortak noktaları da doğal olarak çoktur. Ancak, Türkiye ile Türk Cumhuriyetleri'nin modernleşme süreçleri farklılık göstermektedir. Bu nedenle bu ülkeler ile Türkiye arasında benimsedikleri siyasi rejimlerin de ayrı olması sebebiyle bir çok farklılıklar ortaya çıkmıştır. Ülkeler arasında işbirliğinin geliştirilmesi, bu farklılıkların anlaşılması ve yönetilmesine bağlıdır. Bu tez, girişimcilik ve iş değerleri bakımından öğrencilerin algılarını ölçmeye ve belli karşılaştırmalar yapmaya yönelik olarak tasarlanmıştır. Bu nedenle, Türk Devletleri arasında anlayışın ve işbirliğinin gelişmesine katkı yapmayı hedeflemektedir.

Çalışmanın Amacı

İfade edildiği gibi, tezin öncelikli amacı Türk Devletleri arasında işbirliğini geliştirecek bir zeminin oluşmasına katkı yapmaktır. Girişimcilik ve girişimci, günümüzde yaşam kalitesini yükseltmeye yönelik her alanda önümüze çıkmaktadır. Ülkeler, girişimci potansiyellerini belirlemek ve geliştirmek için yoğun bir yarış içerisindeyler. Girişimcilik bir bakımdan hem bireysel hem de ulusal refah manasına gelmektedir. Tezin amaçlarından birisi, Türk Cumhuriyetlerinden Kırgızistan, Azerbaycan, Özbekistan ve Türkiye'de en büyük potansiyel girişimci kesimini oluşturan öğrencilerin girişimciliğe ilişkin algılarını ölçmek ve karşılaştırmaktır. İkinci olarak, ülkeler arasında ortaya çıkan farklılıkların boyutlarını belirlemek ve nedenlerini sorgulamaktır.

Tezin ele aldığı bir diğer konu ise iş değerleridir. Bireyler ve milletler arasında hem işten beklentiler, hem de işe yüklenen anlam bakımından farklılıklar görülmektedir. Bu oldukça doğaldır. Çünkü, bireylerin işe yükledikleri anlam ve işten beklentileri kültürel bir olgudur. Kültürel farklılaşma, iş değerlerinde de farklılaşmaya neden olmaktadır.

İnsanların iş değerlerinin ölçülmesi ve anlaşılması, onların işe bağlılıklarını ve performanslarını artırmak için önemlidir. Eğer, sözü edilen ülkeler arasında daha sıkı ekonomik işbirliği yapılırsa, yatırımcılar bu ülkelerde iş yapacak ve yerel halktan insanları çalıştıracaksa, onların kültürlerini ve daha da önemlisi iş değerlerini anlamak

ve yönetmek zorundadırlar. Çalışmanın bir diğer amacı da, iş değerlerine ilişkin anlayışa katkı yapmaktır.

Çalışmanın Önemi

Çalışma, Türk Devletlerinin birbirlerini daha iyi tanıma ve anlamalarına katkı yapmayı amaçlamaktadır. Türk Devletlerinin daha etkin bir işbirliği oluşturmaları, bu tür çalışmaların çoğalmasıyla mümkün olacaktır. Adı geçen ülkeler arasında duygusal girişimler yerine, bilimsel bulgulara dayalı olarak geliştirilen işbirliği politikaları daha kalıcı ve verimli olacaktır.

Çalışma, ayrıca sözü edilen ülkeleri, oradaki sosyal ve siyasi ortamı yakından tanıyan “yerel bir araştırmacı” tarafından yapıldığı için, bazı ayrıntıların daha iyi anlaşılabilmesine de katkı yapacaktır.

Çalışmanın Yöntemi ve Kapsamı

Çalışma, öğrencilerin girişimcilik ve iş değerlerini ölçmeye yönelik hazırlanmıştır. Hazırlanan bir anket, Kırgızistan, Azerbaycan, Özbekistan ve Türkiye’de öğrenim gören çoğunluğu işletme bölümünden olmak üzere, İİBF öğrencilerine uygulanmıştır. Ek 1’de verilen anket formundan da görüleceği üzere, öncelikle öğrencilerin demografik özelliklerine ilişkin sorulara yer verilmiştir. Daha sonra, öğrencilerin girişimcilik arkaplanlarını anlamaya yönelik sorular ortaya konmuştur. Anketin üçüncü bölümünde ise 28 ifadeden oluşan “girişimcilik ölçeği” yer almaktadır. Son kısmında ise 16 ifadeden oluşan “iş değerleri ölçeği” yer almaktadır. Anket, bir anketçi nezaretinde, sınıf ortamında o anda sınıfta bulunan bütün öğrencilere uygulanmıştır. Ankete ve araştırmanın yürütülmesine ilişkin bilgilere tezin üçüncü bölümünde ayrıntılı olarak yer verilecektir.

Üniversite öğrencilerin girişimcilik ve iş değerlerinin özelliklerini algılamaları üzerinde hazırlanan bu çalışmanın birinci bölümünde, girişimcilikle ilgili kavramlar, girişimciliğin tarihsel gelişimi, girişimciliği etkileyen faktörler, girişimcilikte başarı nedenleri ve girişimciliğe etki eden sosyo-kültürel özellikler üzerinde durulmuştur. Ayrıca, araştırmanın yürütüldüğü dört ülkenin girişimcilik arkaplanlarına ilişkin kısa bilgilere yer verilmiştir.

İkinci bölümde ise, değerler ve değerlerin tanımları ele alınarak, değerlerin özellikleri, değerlerin işlevleri, sınıflandırılması, değerleri inanç ve ideolojilerle karşılaştırılması, iş değerleri ve işin işlevsel ve kültürel değerleri incelenmiştir.

Üçüncü bölümde, Sakarya Üniversitesinin İktisat ve İdari Bölümler Fakültesinin değişik bölümlerinde okuyan öğrencileri ile, akraba toplulukları olan Kırgızistan, Özbekistan ve Azerbaycan'da İktisadi ve İdari Bölümler Fakültesinde okuyan öğrencilerin girişimcilik ve iş değerlerinin özelliklerini algılamalarına yönelik yapılan araştırmaya ve bu araştırmanın sonuçlarına yer verilmiştir. Çalışma, bulguların tartışılması ve genel bir değerlendirme ile sona ermektedir.

BÖLÜM 1: GİRİŞİMCİLİK: KAVRAMLAR VE ÖNEM

Girişimcilik, uzun zamandan beri ekonomik büyümenin lokomotifi olarak değerlendirilmekte ve özellikle Schumpeter ve Weber gibi önemli düşünürlerin katkısıyla (Çitçi, 2006) akademisyenlerin de ilgisini çekmiştir. Tüm dünyada ulusların, ekonomilerin, toplumların geçmişinde olduğu gibi geleceğinde de her türlü girişimcilik faaliyetleri önemli bir yer tutmaktadır. Çağdaş uygarlığın gelişmesinde girişimcilik unsuru hemen her dönemin işlevine ve yerine sahip olmuştur. Son yıllarda ise bu unsur daha da önem kazanmış ve ekonomik kalkınma, istihdam yaratma ve sosyal gelişmenin temel faktörü olarak değerlendirilmeye başlamıştır (Arslan; 2002:1-11).

Girişimciliğin üstlendiği bu toplumsal ve ekonomik işlev nedeniyle, bu alanda yapılan çalışmalarda son yıllarda önemli artış meydana gelmiştir. Bu araştırmalar arasında özellikle kültürler-arası çalışmalar öne çıkmaktadır. Bunun temel nedeni ise, ülkeler arasındaki ekonomik gelişmişlik farkını açıklama ihtiyacıdır. Russel'e (1997) göre, bireysel girişimcinin faaliyetleri yeni girişimlerin doğmasında anahtar görevi üstlenir. Ancak, her girişimcinin faaliyeti belli bir sosyal ve kültürel sistem içerisinde yer alır. Bu sosyal ve kültürel sistemler girişimciliği destekleyebileceği gibi engelleyebilmektedir de. Sosyal değerler, inançlar ve normlar yeni girişimlerin doğması için başlangıç şartlarını oluştururlar. İnsanların girişimciliğe ilişkin algıları bu çevrede oluşur. Bu yüzden sosyal ve kültürel çevre girişimcilik uygulamalarını doğrudan etkilerler. Bu fark, aynı zamanda uluslar arasında girişimciliğe ilişkin algı ve uygulama farkını da açıklamaktadır.

Genel bir tanımıyla girişimci, çevresine bakmasını ve ihtiyaçları görmesini, iş yapmak için gerekli kaynakları bir araya getirebilme becerisine sahip, risk alabilen, yenilikçi düşünen ve yeniliklere açık olan kişi olarak tanımlanabilir. Girişimci, mevcut ya da potansiyel iş gücü, sermaye ve diğer girdileri üretim sürecine sokarak, gerçekleştirdiği mal ve hizmet üretimiyle toplumsal refahı artıran kişi olarak karşımıza çıkmaktadır.

Burada, girişimcilikle ilgili kavramlar, girişimciliğin tarihsel gelişimi, girişimciliğin temel fonksiyonları, girişimciliği etki eden faktörler, girişimciliğin avantaj ve dezavantajları, girişimciliğin özellikleri üzerinde durulmuştur.

1.1. Girişimcinin Tanımı ve Kapsamı

Girişimciliğe ilişkin değişik teoriler, girişimciliği farklı şekilde tanımlamaktadırlar. Geleneksel iktisat tanımında girişimci “üretim faktörlerini bir araya getiren kişi” olarak ifade edilmektedir. Ancak, son zamanlarda girişimciyi herhangi bir bağımsız iş sahibinden ayırt etmeye yönelik çabalara rastlanmaktadır. Burada özellikle girişimcinin bireysel özelliklerine vurgu yapılmaktadır. Örneğin risk alma, boşlukları görebilme, fark yaratabilme, aşırı çalışmadan yılmama, kendini gösterme gibi hem kişilik hem de iş yapma özelliklerini öne çıkaran tanımlara sıkça rastlanmaktadır. Bir örnek verecek olursak:

“Girişimcilik; yaşadığımız çevrenin yarattığı fırsatları sezme, o sezgilerden düşler üretme, düşleri projelere dönüştürme, projeleri yaşama taşıma ve zenginlik üreterek insan yaşamını kolaylaştırma becerisine sahip olmaktır. (www.ytukvk.org.tr, 22 Ocak 2007).

Bir ekonomist açısından girişimci, kaynakları, işgücünü, makine-teçhizatı ve diğer varlıkları bir araya getiren ve önceki değerlerinden daha fazla bir değer yaratmalarını sağlayan bir kişiyi ifade ederken, bir psikolog için girişimci bir şey elde etmek veya bir şeye ulaşmak, denemeler yapmak, başarmak ve diğerlerinin elindeki otoriteyi almak ihtiyacında olan ve bu tür güdülerle güdülenen insanlar anlamına gelir. Bir iş adamı için girişimci ise bir tehdit unsuru ve saldırgan bir rakip anlamına gelebileceği gibi bir müşteri, bir müttefik veya diğerlerinin refahı ve mutluluğu için çalışan bir kişi olarak da ifade edilebilir (Hisrich, Peters, 2002; akt., Arıkan, 2002).

Girişimci, “toplumun gereksinim duyduğu, dolayısıyla talep edilebilir bir mal veya hizmeti bulup, üretmeye girişen ve yaratıcılığı ile buna ayak olan kişi”dir. Bu haliyle girişimci, karlı gördüğü bir iş için sermayesini ve emeğini riske ederek pazara girme cesaretini gösteren kişidir (Tutar ve Küçük, 2003:162).

Girişimci halk arasında işadamı, işbilen, yönetici, patron, kendi işini kurmaya çalışan becerikli kişi ya da daima yeni ve riskli fikirleri gerçekleştirmeye çalışan öncü ve atılgan kişi gibi farklı isimlerle anılabilmektedir. Girişimci ile ilgili tanımların ortak noktası, girişimcinin başkalarının baktığı ama göremediği fırsatları görüp, onları birer iş fikrine dönüştürebilmesi ve bir de risk almaya yatkınlığıdır (Akat, ve diğ., 1999).

Bütün bu tanımlamalardan hareketle, girişimcilik tanımlarını üç başlık altında değerlendirmek mümkündür:

- a- Değere Dayalı Tanım;
- b- Kişisel Özelliklere Dayalı Tanım;
- c- Davranışa Dayalı Tanım (Coşkun, 2006).

Değere Dayalı Tanımlarda girişimci “*girişimi sayesinde değer (refah, istihdam) yaratan kişidir*”. Özellikle ekonomi eksenli tanımlarda bu boyuta vurgu yapılmaktadır.

Kişisel Özelliklere Dayalı Tanımlarda ise girişimci “*kendine özgü bireysel beceri, özellik istidat ve tecrübeler sayesinde başarılı, yaratıcı ve buluşçu iş lideri olabilen kişidir*”. Burada girişimcinin hızlı karar alabilen, liderlik yapabilen, sorumluluk üstlenebilen, sıkı çalışabilen, başarıma arzusu yüksek bir kişilik sergilediği ifade edilmektedir.

Davranışa Dayalı Tanımlarda girişimci, “çevredeki boşlukları ve fırsatları görerek gerekli kaynakları bir araya getirebilen, risk alabilen, yenilik yapabilen ve bir girişimi harekete geçiren kişidir. Bu tanımda ise girişimciliğin özellikle fırsatları değerlendirebilme ve risk alabilme boyutlarına vurgu yapılmaktadır.

Bu noktada girişimciliğin kişisel özelliklerle çok yakında ilgili olduğu, kişilerin belli bir girişimcilik kapasitesine sahip oldukları düşüncesi öne çıkmaktadır. Örneğin Alpugan’ın (1998; akt. Bozkurt, 2005) belirttiğine göre insanları girişimci olmaya yönlendiren ve bu konuda başarılı kılan en önemli etken kişinin “*girişimcilik kapasitesi*”dir. Bu kapasite bizzat kişiyle ilgilidir ve başka bir işletme için hiçbir değeri yoktur. İnsanlar sahip oldukları bu girişim kapasitesinden yararlanarak bağımsız çalışma hayallerini gerçekleştirmek veya yeteneklerini kanıtlamak ya da yaratıcılıklarını ortaya koymak amacıyla iş hayatına atılmaya karar verirler. Girişimci olmak ve başarıyla bir işletmeyi yönetebilmek için girişimcinin belli karakteristiklerinin olması gerekir. Bu konuda yapılan araştırmalar da, başarılı girişimcilerin belli ortak karakteristiklerinin olduğu ortaya koymuştur (Alpugan, 1998; akt., Bozkurt, 2005).

Şüphesiz girişimcilik bireysel özelliklerle çok yakından ilgili bir olgudur. Ancak burada şu tür sorular sorulabilir?

- Niçin bazı bireylerin (toplumların) başarıma güduları diğerlerinden daha yüksektir?

- Niçin bazı bireylerin (toplumların) risk alma eğilimleri diğerlerinden daha yüksektir?
- Niçin bazı toplumlarda güven duygusu yüksek, diğerlerinde daha düşüktür?
- Niçin bazı toplumlar başarısızlığı çok hoş görebilirken diğerleri hazmedemez?

Bu ve benzeri sorular, girişimciliğin bireysel olduğu kadar toplumsal bir yanının da olduğunu göstermektedir. Zaten değişik girişimcilik modellerinde bu boyutlara da yer verilmektedir (Coşkun, 2006).

1.2. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi ve Türkiye’de Girişimcilik

Girişimciliği kapitalizmle özdeşleşmiş bir kavram olarak düşündüğümüzde, doğal olarak girişimcilik tarihini de Batı’nın sunduğu kronolojik çerçevede ele almak gerekecektir. Batıda girişimcilik alanında yaşanan gelişmeler ifade edilirken ne yazık ki aynı dönemlerde veya daha önceki bir zaman sürecinde Doğuda, sözcüğü Çin’de, İran’da hatta Rusya’da neler yaşandığı konusunda fazla bir bilgiye sahip değiliz. Türkiye açısından bakıldığında, girişimciliğin tarihini Ahi Teşkilatı ve Loncalar ile bağlantılandırmak yaygın bir uygulamadır. Ama şu sorulara henüz bilimsel bulgularla cevap verebilecek durumda değiliz. Örneğin, İpek Yolu’nun tacirleri kimlerdi? Bunlar, onca yolu geçerken hangi dilleri konuşurlar, ne tür para ve değerli madenler kullanırlar, kendilerini nereye ait hissederlerdi? O dönemde bu kadar uzun bir yolu ve tehlikeyi göze alabilen bu insanların temel güdüleri neydi? Nasıl bir aile yaşantıları vardı? Bu insanlar geçtikleri ülkelerin iş yapma kültürlerinin birbiriyle etkileşimine ne tür katkılar yaptılar? Nereden hangi ürünleri satın alıp, nereye hangi ürünleri satmaları gerektiğine nasıl karar veriyorlardı? Satın aldıkları ürünlere ne tür katma değer katıyorlardı? Bir ülkede gördükleri yeni bir ürünü başka bir ülkeye götürdüklerinde nasıl bir pazarlama yöntemine başvuruyorlardı? Başarılı olanlarla olmayanlar arasında ne tür davranışsal farklar vardı? Bu insanlar arasında bilgi ve tecrübelerini kaleme alıp kendinden sonraki nesillere aktaranlar olmuş muydu? Bütün bu ve benzeri sorulara cevap verebilecek bilgiye sahip değiliz. Bu ve benzeri sorulara cevap verilemediği sürece, bir çok olgu gibi girişimciliği de Batıya özgü olarak varsaymaktan başka bir yol kalmıyor (Coşkun, 2006).

İnanmak güç ama, bu alanda Batıda yapılan çalışmaların da sanıldığı kadar yaygın olmadığı ve girişimciliği Cantillon, Weber, Schumpeter çizgisiyle özdeşleştiren bir yazının oldukça yaygın olduğu görülmektedir. Matlay'ın (2005: 669-9) aktardığına göre girişimciliğin sanayi devriminde ve buna bağlı olarak değişik ülkelerde gerçekleşen sosyo-ekonomik dönüşümde çok büyük bir rol oynadığına ilişkin ortak bir kanaat vardır. Bu denli önemli olguya ilişkin araştırmalar ise oldukça sınırlıdır. Schumpeter'in de yakındığı gibi, girişimciliği gibi sanayi devriminin altyapısının olduğu 17. ve 18. yüzyıllarda girişimciliğin tarihsel etkisi ve bireysel girişimcilerin gelişmiş ve gelişmekte olan ülkelere ne tür etkilerde bulduklarına dair oldukça azdır. Belki bunun bir uzantısı olarak, klasik ekonomik teorinin uzun dönemli etkisine karşın, bu teoride ekonomik faaliyetlerin ana öğeleri olarak toprak, emek ve sermaye görülmüştür. Girişimci, daha sonraları be denkleme eklenmiş ve görece daha düşük etkili bir değişken olarak varsayılmıştır.

Girişimciliğin geç-feodalizm ve sanayi kapitalizminin doğuş dönemlerindeki etkilerine ilişkin çalışmalar ancak son zamanlarda yapılmaya başlanmıştır. 1960'lerden başlayarak bazı ekonomistler girişimcinin ekonomik faaliyetler içindeki role ve konumunu gözden geçirme gereği duymuşlar ve girişimcilerin milletlerin rekabet avantajı elde etmelerinde ne denli önemli oldukları takdir edilmeye başlanmıştır. Bunun doğal sonucu olarak artık girişimci, diğer ekonomik faktörlerin yanında dördüncü ve güçlü bir faktör olarak yer alabilmiştir. Girişimciliğe ilişkin araştırmalar da bu dönemde artmaya başlamıştır. Ancak, girişimcilikle ilgili Batıdaki literatür hem girişimciliğe ilişkin kavramlar hem de bu kavrama atfedilen ekonomik işlevler bakımından çelişkilerle doludur. Girişimciliğin kökeni, tanımı, ve etkilerine ilişkin çok çelişkili iddialar vardır. Dahası, girişimciliğin akademik anlamda kurucusu olduğu ifade edilen ve girişimci ve girişimcilik kavramlarını ilk kullanan kişi olarak varsayılan Richard Cantillon (1680-1734) hakkındaki bilgiler dahi çok net değildir (Matlay, 2005: 668-9).

Modern zamanların başlangıcında girişimcilik, kişilerin kendi kişisel sermayeleri ile iş kurması olarak algılanıyordu. Adam Smith gibi erken dönem İngiliz Klasik İktisatçıları, girişimciye tüm ekonomik aktivitelerde oldukça önemsiz bir rol vermişlerdir. Klasik İktisatçılar girişimciyi: "kapital sağlayan bir kişi" olarak görebilmişlerdir. Bunlara göre, bir kişi veya grup, sistem kapsamında önemliydi. Bunu yanısıra, arz fonksiyonu

ekonominin lokomotifini olarak görülüyor; “ne üretirsem satarım” ilkesi içinde talebin ön plana çıktığı bir girişimcilik türü oluşturulamıyordu (Matlay, 2005).

Sanayileşme süreci ile girişimci insan tipi bambaşka nitelikler kazanmaya başladı. Girişimciliğin niteliklerindeki bu değişim aynı zamanda girişimcinin ekonomik değerini ve dolayısıyla toplumdaki önemini artırmıştır. Nitekim, bu gelişmenin sonucu olarak genel iktisatta da girişimcilik bir üretim faktörü olarak kabul edilmeye başlamıştır (Müftüoğlu, 1989:72).

Yüzyılın birinci yarısında, ilk kez limited (sınırlı sorumlu) şirketlere sık sık başvurulması ticaret örgütünün bir yöntemi idi. 19. yüzyılın ikinci yarısı için şirket sahipliğinin ve yönetimin git gide bir birinden ayrılması karakteristiktir. Bu durum, girişimci pozisyonunun yeniden değerlendirilmesine ve ticarete daha büyük bir önemle yer almasına neden olmuştur. Çıkan literatür çoğunlukla girişimciyle (kurucu ve hedefe ulaşan kişi) idareci arasındaki farklılıklar üzerinde yoğunlaşmıştır (Matlay, 2005).

Türkiye’de girişimciliğin tarihsel gelişimine ilişkin bazı genellemeler yapmak mümkündür.

1.2.1. İmparatorluk Dönemi Girişimcileri

Türk girişimciliği açısından, Cumhuriyet öncesi dönem kapsamında, Osmanlı İmparatorluğu ve daha da geriye gidilirse Selçuklu Devleti söz konusu edilebilir. O dönemlerde önemli bir yeri olan Ahilik Teşkilatına dayalı Türk girişimciliği, Sanayi Devrimi ve sonrasında hızla artış gösteren kitle üretimi ve sosyo-ekonomik gelişmelere ayak uydurmakta güçlük çekmiştir. Ayrıca, Osmanlı İmparatorluğu dönemindeki girişimcilerin çoğunluğu, özellikle sanayi devriminden sonra batıyla sıkı ilişki içine giren yabancı asıllı Türk vatandaşları idi.

Bu dönemdeki girişimcilik faaliyetlerinin, imparatorluk içindeki azınlıklar veya bunların işbirliğine gittikleri dışarıdaki yabancılar tarafından yürütülmesi Türk asıllı sanayicilerin sayısının oldukça az olmasına yol açmıştır. Burada, kısa bir sürede olsa İttihat ve Terakki döneminde, Türk ve Müslüman girişimcilerin desteklenmesi, yabancı asıllı imparatorluk vatandaşlarına karşı alternatif bir eylem olarak algılanmalıdır (TÜSİAD, 1987: 7).

1.2.2. Cumhuriyet Dönemi Girişimcileri

Cumhuriyet döneminde ise, bu dönemin kurucuları ekonomik bağımsızlıklarını kazanmak amacıyla ulusal girişimciler grubu yaratma çabasına girmişlerdir. Cumhuriyetin ilanından 9 ay önce İzmir’de toplanan 1. İktisat Kongresi’nin temel ilkelerinden biri Türkiye’de girişimci bir kesimin oluşmasının altyapısını sağlamak olmuştur (Buğra, 2005).

Ayrıca bu dönemde Kırım’dan, Makedonya’dan, Arap ülkelerinden ve Asya’nın diğer yörelerinden gelen göçmen Türkler, edindikleri üretim kültürünü Türkiye’ye taşımışlardır. Örneğin, tarım makinelerinin üretiminde, Tatar asıllı Türklerin, Kırım yöresinden getirdikleri pulluk ve orak makinelerinin payı vardır (TÜSİAD, 1987: 8).

1950’ler Menderes hükümetlerinin görece ekonomik serbesti sağlayarak yeni bir girişimci sınıfı oluşturma çabalarının yoğunlaştığı bir dönemdir. Türkiye’nin dışa kapalı bir sistemden ihracat ve ithalat yapmayı amaçlayan, uluslar arası ekonomiyle birleşmeye çalışan bir noktaya geçişi bu dönemde başlar. Ancak zamanla ihracatın ithalatı karşılamamasıyla birlikte daha önce kazanan ekonomik başarılarına da gölgeler düşürmüştür. Her şeye rağmen bu dönemde Türkiye az olsa da bir kalkınma göstermiştir. Bu dönemde artık Türkiye’de bir özel sektörün doğduğunu görebiliyoruz (Coşkun, 2006:63).

1950’li yıllarda girişimciliğin desteklenmesi ve özel mülkiyetin yaygınlaşması ile birlikte girişimcilikte hızlı bir gelişme yaşamıştır. Bütün bunlara, kamu yetkililerinin sağladıkları geniş teşvikler de eklenince, 1970’li yıllarda sayıları hızla çoğalan girişimciler ortaya çıkmış, ancak bugün bunların bir bölümü kriz işletmeciliği yapmak zorunda kalmışlardır. Bu girişimciler, bugünkü sorunların kökeninde yatan şu noktaları daha önce hiç düşünmemişlerdir:

- Sağlıklı ortaklık yapıları kurarak ana sermayenin kompozisyonunu hanehalkı tasarrufuyla beslemek,
- Gerçek anlamda fizibiliteler yaparak, yatırımın pazar, teknoloji ve diğer sorunlarını önceden planlamak.

- Profesyonel yönetim ilkeleri saptayarak, gerekli kurumsal yapıları oluşturmak (Arıkan, 2002:15).

1.2.3. Bugünün Girişimcilik Sorunları

1980 ve sonrasında 1990'lı yıllarda, yurdumuzdaki bu tür çalışmalarda oldukça iyimser gelişmeler kaydedilmiştir. 1980 sonrası uygulanan yoğun piyasa ekonomisi ve buna bağlı gelişen girişimcilik ortamlarında, Türk insanının çok başarılı olabileceği fikri kabul görmeye başlamıştır. Özellikle, Cumhuriyet tarihinin en önemli ekonomik krizlerinden biri olan 5 Nisan 1994 krizinin yokmuş gibi atlatılması, Anadolu'daki girişimci potansiyelinin, "kuvveden fiile çıkmış" olduğunu ortaya koymuştur (Buğra, 2005).

Gençler arasında da girişimcilik ve işadamlığı bir meslek olarak tercih sırasında en üstte yer almaya başlamıştır. Toplumumuzda meydana gelen bu gelişmenin dejenere olmaması için, girişimciliğin her ne pahasına olursa olsun para kazanmak değil, ekonomik değerler yaratarak para kazanmak olduğunun vurgulanması gerekmektedir.

Türkiye'de bir çok vatandaşın, girişimcilik niteliğine sahip olduğu halde yeterli finansman bulamadığı ve yeterli olanaklara sahip olmadığı için bu alana inememekte, sahip olduğu yetenekleri kullanamamaktadır. Ancak hem finansman imkanı olan hem de girişimcilik niteliklerine sahip olan insanlarımız başarılı birer girişimci olarak faaliyet göstermektedirler. Fakat hem finansman konusunda yeterli olmak, hem de gerekli niteliklere sahip olmak nadir rastlanan bir tesadüftür gelişmiş ülkeler bu tesadüfü beklemek yerine finansal imkanlara sahip olanlardan girişimcilik niteliklerine sahip olanlara fon aktarımı yapmaktadırlar. Böylece girişimcilik olgusunun geniş tabanlara yayarak ekonomik kalkınmaya yardımcı olabilmektedirler.

1998 yılında Asya'da başlayan ve Rusya'da devam eden ve hemen hemen Dünyadaki bütün ülkeleri etkileyen ekonomik kriz ve durgunluk Türk ekonomisini de önemli ölçüde etkilemiştir. Ülkemizde birçok yatırımın yavaşladığı ve durduğu görülmüştür. Türkiye'de girişimcilik sürekli olarak gelişimini sürdürmektedir. Yüzlerce yıl ticari hayatın dışında kalmış olan Türk insanının sahip olduğu cesaret, hırs, yeniliğe karşı uyum gibi girişimcilik açısından çok önemli olan nitelikler eğitim ve bilgi açığının da kapatılmasıyla, Türk toplumu çok büyük bir atılım gösterebilecekti (Müftüoğlu, 2003).

1.3. Türk Cumhuriyetlerinde Girişimcilik

Türk Cumhuriyetlerinde girişimcilik arka planından söz etmeden önce, Sovyetlerden söz etmek gerekmektedir. Çünkü bu ülkeler, bugünkü ekonomik ve sosyal kurumlarını Sovyetlerden devralmışlardır. Sovyetler Birliği Çin, Macaristan, Yugoslavya gibi diğer sosyalist ekonomilerle karşılaştırıldığında çok daha merkezi ve planlamaya dayalı bir görüntü sergilemekteydi (Hisrich ve Grachev, 1995). Özel sektörün gelişebilmesi için önşart olan özel sektörün oluşması ve özel teşebbüsün desteklenmesidir. Bu uzun dönem isteyen bir zihniyet dönüşümü anlamına da gelmektedir.

Günümüzde, bu ülkelerde girişimciliğin gelişebilmesi için söz konusu ülkelerin özel teşebbüs ve girişimcilik önündeki engelleri kaldırmak yönünde daha kökten adımlar atmaları gerekmektedir. Özellikle girişimcilik alanındaki eğitim açığının acilen giderilmesi ve bu alanda çalışmaların ve araştırmaların çoğalmasına ihtiyaç vardır. Rusya ve diğer eski Sovyet ülkelerinde muhasebe, finansman, pazarlama, insan kaynakları, yönetim, girişimcilik ve uluslar arası işletmecilik alanlarında büyük bir yazın ve eğitim eksikliği göze çarpmaktadır. Özellikle 1990-95 yılları arasında özel işletme sayısının sıfırdan yarım milyona çıktığı dikkate alınırsa işletmecilik ve girişimcilik eğitimi almış kişilere duyulan ihtiyacın büyüklüğü daha da anlaşılabilir (Hisrich ve Grachev, 1995).

1991 yılında tamamen bağımsızlığına kavuşan Türk Cumhuriyetleri'nin Türkistan Bölgesi yaklaşık 250 yıl, ağır Rus nüfusunun altında kalmıştır. Türk ülkeleri 1917 yılından sonraki dönemde, 70 yıl kadar merkezîyetçi ve bürokratik yönetim yapısı içinde, devlet kontrolü altında yönetilmiştir (Budak, 1999:61; akt., Erkan, 2006).

Sovyet rejimi döneminde, piyasa talebi, kar, vergilendirme, serbest piyasa unsurlarına işlev tanımayan Komünist rejim, bölgenin ekonomik ve sosyal yapısını demokratik ülkelere göre farklı bir biçimde şekillendirmişti. Eski Sovyetlerde her bölgede ayrı ürün yetiştirilmesi, yetiştirilen ürünün işlenmesi ve pazarlanmasının da farklı bölgelerde gerçekleştirilmesinin yanı sıra, üretilen ürünler çok düşük fiyattan Türk Cumhuriyetlerinden Moskova'ya devredilmekteydi. Moskova hükümeti bu ürünleri kendi belirlediği yüksek dünya fiyatlarıyla dış pazarlarına satmaktaydı, aradaki fark da Moskova'nın bilançosuna eklenmekteydi. Ya da tam tersi dış pazarlarında düşük fiyatla

alınan ürünler Moskova'da işlenip yüksek fiyatlarla Türk Cumhuriyet'lerine satılmaktaydı (Uludağ, 1992:129; akt., Erkan).

Günümüzde nüfusun %50'si kırsal kesimde yaşadığı Türk Cumhuriyet'lerinde, Sovyet döneminde halkın önemli bir kısmı tarım ve hayvancılıkla uğraşmaktaydı. Tüm toprakların Devlet mülkü olarak kabul edildiği Sovyet sisteminde, tarımsal üretim, kolhoz ve sovhoz olarak bilinen toplu çiftliklerde yapılmaktaydı. Tarım sektöründe üretilen ürün genelde son ürün olarak üretilmeyip, yarı mamul olarak ve hammadde olarak Moskova hükümetine teslim edilmekteydi (Babagüray, 1999:1, akt., Erkan). Ev tipi sanayi ve el sanatlarını hala önemini koruduğu Türk ülkelerinde, Sovyet döneminde üretilen emek yoğun malların, sadece devlet malların satışına izin verildiğinden ticari dükkânlarda satmak mümkün değildi (Uludağ, 1999:258; akt., Erkan).

Dünyanın diğer ülkelerinden ve bölgelerinden demir perdelerle saklanan topluluklar bağımsızlıklarına kavuşmalarıyla beraber kapılarını dünyanın diğer bölge ve topluluklarına açmışlardır. Eski sistemden fazla tanımadıkları yeni sisteme geçme şaşkınlıklarıyla yeni bağımsız ülkeler serbest piyasa ekonomisinin diline göre emek gücü, hammadde, yer altı kaynağı, sermaye vb. pek çok bakış açısından yatırım ve pazar alanları oluşmuştur. Çok kısa sürede yabancı yatırımcıların akın ettiği, ucuz emek gücü, ucuz hammadde, ucuz yer altı kaynakları, ama bir o kadar da ürünlerini sunacakları pazar alanları olarak görülen BDT ülkeleri fayda-maliyet analizleri bakımından elverişli bölgeler olarak görülmektedir (İrmiş, 2003:136).

Böylesi bir ortamdan “piyasa ekonomisine” geçiş, doğal olarak sancılı olmuştur. Artan işsizlik, azalan sosyal yardımlar ve istikrarsızlaşan kamu düzeni, büyük yatırım fırsatları sunan bu ülkelerin bekledikleri düzeyde bir sıçrama yapmalarını geciktirmiştir. Bu ülkelerde ekonomik gelişmenin öncüleri olarak yabancı yatırımcılar görülmüştür. Ancak, aradan geçen 15 yılı aşkın sürede artık yavaş yavaş yerel bir girişimciler tabakasının oluşması arzu edilmektedir.

Yerel girişimcilerin sayılarının artmasının önünde değişik engeller vardır. Örneğin Teal ve Toxanova (1999) tarafından Kazakistan ile ilgili yapılan bir çalışmada genelde eski Sovyet ülkelerinde, özelde ise Kazakistan'da girişimciliğin önünde başlıca üç engel olduğu ifade edilmektedir. Bunlardan birincisi, girişimsel faaliyetlere karşı kültürel direnmedir. Özellikle eğitimini Sovyet döneminde almış orta-yaşlı ve yaşlı yetişkinler

özel girişimciliğe karşı direnmelerinin yanında, böylesi bir ortamın oluşmasını engelleyici durumları bilinçli olarak yaratmaktadırlar. Zira bu nesil, merkezi hükümetin emir ve direktifleri altında yaşamaya alışmış özel girişimciliği bir yaşam biçimi olarak düşünmemişlerdir. Günümüzde bu direnç giderek kırılmakla birlikte, insanların kendilerini oluşan bu yeni ekonomik ortama uyarlamalarında sorunlar yaşanmaktadır.

Eski Sovyet ülkelerinde, özellikle de Türk Cumhuriyetlerinde girişimciliğe karşı direncin bir diğer nedeni ise ekonomik faaliyetlerdeki değişimdir. Sovyet döneminde çok büyük fabrikalar ve ağır sanayinin hakim olduğu bir ekonomik yapı söz konusuydu. Hizmet sektörü ise en az gelişmiş alandı. Günümüz ekonomilerinde ise hizmet sektörünün ve doğal olarak küçük girişimcinin önemi giderek artmaktadır. Perakendecilik ve hafif sanayi ürünleri giderek daha öne çıkmaktadır. Küçük işletme ve işyerlerinin sayısının hızla artması, “rekabet” olgusunu güçlendirmektedir. Sözü edilen nesiller, ekonomideki ve iş dünyasındaki bu dönüşümü anlamakta zorlanmaktadırlar. Kültürel değişimin oldukça zaman alıcı bir süreç olması, bu ülkelerde girişimciliğe yönelik direncin bir süre daha devam edeceği varsayımını güçlendirmektedir. Genç girişimcilerin en önemli sorunu ise tecrübe ve eğitim eksikliğidir.

Girişimciliğin önündeki ikinci engel ise, finansal destek edinmede yaşanmaktadır. Potansiyel girişimcilerin alabilecekleri finansal destekler oldukça kıttır ve uzun bir bürokratik süreci gerektirmektedir. Ruhsat almak için uzun süre beklemek ve görece yüksek bir tutar ödemek gerekmektedir. İşyerini açmadan ortaya çıkan bu engellerin yanında kamunun sağladığı finansal kaynakların da sınırlı olması, girişimciliğin önündeki bir diğer engeldir.

Üçüncü engel ise girişimcilik ve ekonomik faaliyetlere ilişkin oluşturulan hukuki düzenlemelerin henüz tam olarak oturmamış olmasıdır. Türk Cumhuriyetlerinde henüz kamu düzeni tam olarak sağlanamamış, ekonomik kurumlar tam oturmamıştır. Yasal düzenlemelerin yetersizliği de ayrıca hem yabancı hem de yerli yatırımcıların önünde engel oluşturmaktadır (Teal ve Toxanova, 1999).

Aşağıda, araştırmanın yapıldığı ülkelerde girişimcilik faaliyetlerine ilişkin kısa açıklamalar yapılacaktır.

1.3.1. Kırgızistan'da Girişimcilik

Kırgız ekonomisi daha çok tarım ve hayvancılık ve orman ürünlerine dayalıdır. Ülke, bağımsızlığını kazandıktan sonra piyasa ekonomisine geçmek için oldukça çaba göstermesine rağmen, ekonomik ve siyasi istikrarsızlıklar nedeniyle beklenen atılımı sağlayamamıştır. Bu istikrarsızlık nedeniyle Kırgızistan beklenen düzeyde yabancı yatırımı çekememiş ve yerel girişimcilerin yeterince gelişmesini de sağlayamamıştır (DEİK, 2002).

Kırgızistan da bugün Amerika, Almanya, Fransa, Türkiye, Kore, Çin vb. ülkeler için önemli bir yatırım alanı ve pazar yeridir.

1991 yılında Cumhuriyet olan Kırgızistan, Sovyet Sosyalist Cumhuriyet Birliğinin (SSCB) dağılmasıyla yeni ve bağımsız bir sisteme sahip olmuş ve kapitalist piyasa şartlarının içerisine girmiştir.

Kırgızistan yeni bir sisteme geçişin sancılarını da beraberinde yaşamaktadır. Kırgızistan SSCB dönemlerinde Planlı ekonomide olduğu ve planlı sistem içinde olduğu ihmal edilmemelidir. SSCB'e üye ülkeleri ele alındığında her üye ülkenin bir birlerine her yönden bağlı olarak bir şekilde sanayileşmelerini yürüttüğü bilinmektedir. Sovyetlerin dağılmasının ardından, bütün bu İttifak ülkelerdeki sektörlerin gücünü kaybetmesi ve hatta fabrikaları kapanmasıyla yüz yüze kalmışlardır. Aynı durum Kırgızistan için de söz konusu olmuştur. Bu durum Kırgızistan'da 1987 yılından itibaren hissedilmeye başlamıştı (Kırgızskaya SSR, 1989; akt., Normatov, 2003:5).

Elbette ki kapitalist sistemin ve serbest piyasa şartlarının en belirgin özelliklerinden biri de girişimciliktir. Girişimcilik en basit tanımıyla iş ve işletme kurmak olarak ifade edilir. Modern anlamda ise girişimci mutlaka sermaye sahibi, yatırımcı ve işveren değil, risk alan ve yaptığı işi farklı yapan kişidir. Kilit kavramları yenilik yapmak ve farklılaşmak olan girişimciler toplumsal kaynakları düşük verimlilik alanlarından yüksek verimlilik alanlarına yönelen kişilerdir (Dinçer, 1998:79).

Ama Kırgızistan için modern anlamda girişimcilik kavramı ve tanımı henüz anlam bulmamıştır. Dolayısıyla girişimcilik sermaye sahibi olma, iş kurma ve risk üstlenme şeklinde algılanmamaktadır. Bununla beraber eski kapalı sistemden yeni, açık ve rekabet gerektiren sisteme geçen Kırgızistan'da klasik anlamın ağırlıklı olduğu

girişimcilik olgusu eskiye göre farklı olanı ve yeni olanı yaratma açısından da önem arz etmektedir (Cüceloğlu, 2001:228; akt., İrmiş, 2003:141).

Kırgızistan geçmişinde demir perdelere bürünmüş geniiş bir coğrafyanın ve otoriter gücün bir parçası iken, bugün bağımsız ve kendi ayaklarına durması gereken ve varlığını sürdürme mücadelesini tek başına verecek bir ülkedir. Kırgız halkının başarısı girişim eğilimlerine ve bu eğilimleri eyleme dönüştürme becerisine bağlıdır. Yapılan gözlemlere göre Kırgızistan dana geçiş dönemini tamamlamadığı görülmektedir. Alıştıkları eski sitemin kalıntıları ve yeni tanıdıkları ama alışamadıkları kapitalist sitemin değerleri arasında ne olması gerektiği konusunda net bilgilere sahip olmamışlardır (İrmiş, 2003:149).

1.3.2. Azerbaycan'da Girişimcilik

Azerbaycan, diğer bölge ülkeleriyle karşılaştırıldığında ekonomik reformlar ve uluslar arası ekonomiye bütünleşme konusunda en hızlı adımları atan ülkelerin başında gelmektedir. Özellikle petrol kaynakları nedeniyle yabancı yatırımcıların ilgisini çekmiştir. Petrol alanında yapılan düzenlemeler, diğer ekonomik alanları da etkilemiştir (Bayülgen, 2003).

Sovyet Birliği'nin dağılmasından sonra Kafkas ve Orta Asya'da kurulan Türk Cumhuriyetleri arasında Azerbaycan'ın ayrı yeri ve önemi vardır, aynı anda Azerbaycan en çok Türk işletmelerin yatırım yapma özelliğini de taşımaktadır ve Azerbaycan'ın iş hayatı açısından dinamik bir yapıya sahiptir. Azerbaycan'da bağımsızlığı kazandıktan sonra, ekonomisini dünya ekonomisiyle bütünleşme konusunda önemli adımlar atmıştır. Demokrasi ve piyasa ekonomisine geçiş bakımından dikkatimizi çeken değerler kaydedilmiştir.

Sovyetler döneminde özel sektörün bulunmadığını ve girişimciliğin yasak bir faaliyet olduğunu, her Şeyin hükümetin dikte ettiği ve işçi sendikaları ile yakın ilişki içinde olduğunu söyleyebiliriz. 1991 yılında Azerbaycan bağımsızlığını kazandıktan sonra, önceleri işveren kesiminin rgtlenmediğini, yabancı yatırımların ülkeye girmesi ve yasaların modernleştirilmesine paralel olarak özel sektörlerde yavaş yavaş işveren birliklerin olduğunu ve bu birliklerin 1999 yılında birleşmesi sonucunda Azerbaycan Sahibkarlar Konfederasyonu'n (ASK) kurulduğunu görebiliyoruz.

Bağımsızlık sonrasında iç karışıklıklar ve Ermenistan ile yaşanan Karabağ sorunu nedeniyle ekonomide beklenen düzeyde atılım gerçekleşmemiştir. Ancak daha sonraları alınan önlemler neticesinde GSMH'nin reel seviyesi 1996 yılında; 1988 yılından beri ilk defa (%1.3) artmıştır. 1996 –2002 yılları arasında GSMH'deki artış %56.4 (Yıllık Ortalama %8.1) olmuştur (Doğru, 2004).

Ekonomik kalkınma ve sosyal gelişimi için, girişimciliğin desteklenmesi ve önündeki engellerin kaldırılması, günümüzün kalkınma anlayışında her ülke ve ulus için vazgeçilmezdir. Azerbaycan da hem girişimcilik kültürünün ve serbest ekonomisinin gelişimi, hem de sosyal diyalog mekanizmasının güçlendirilmesi bakımından büyük ümitler vaat etmektedir.

Azerbaycan'da işveren kuruluşlarının devletten ve siyasi yapıdan bağımsız hareket edebilmesi önem taşımaktadır. Ancak geçiş döneminde bulunan ülkelerde demokratik açıdan bazı eksiklikler bulunduğunu, kuruluşların devlet bünyesinde olup, bütçelerinin de devlete ait olduğunu ve bu durumun işveren teşkilatına yansıdığını, farklı sosyal kesimlerin temsiline imkân tanımadığını, anlamlı bir sosyal diyalog için işveren teşkilatının bağımsız olmasının büyük ölçüde önem taşıdığı görülmektedir (TİSK, 2006).

1.3.3. Özbekistan'da Girişimcilik

Orta Asya'nın en büyük tüketici pazarına sahip olan Özbekistan'ın ekonomisi tarım, sanayi ve enerji sektörlerine dayanmaktadır. GSMH'nin yüzde 35'inin yaratıldığı tarım sektöründe, çalışan nüfusun yüzde 40,8'i istihdam edilmekte ve döviz girdilerinin yüzde 75'i bu sektörden sağlanmaktadır. Ayrıca toplam ihracatın yüzde 50'sini tarımsal ürünler teşkil etmektedir. Tarım sektöründe pamuk üretimi ağırlıklı olarak yer almaktadır (DEİK, 2000).

Diğer komşu ülkelerle karşılaştırıldığında Özbekistan'ın piyasa ekonomisine geçmede daha yavaş davrandığı söylenebilir. Yeterince özelleştirme yapılmaması yabancı ve yerli girişimcileri olumsuz etkilemektedir. Ayrıca, bürokrasinin çok oluşu da bir diğer faktör olarak gösterilebilir (Pomfret ve Anderson, 1997).

Özbekistan, birkaç küçük ticaret işletmesi ve konut özelleştirmesi dışında, büyük ölçekli işletmeleri özelleştirmemiştir. Başarılı devlet işletmelerinin başında Özbek Havayolları

gelmektedir. Özelleştirmeye karşı mesafeli duruşu, kolektivizmi benimseyişi ve devlet kontrolünü önemseyişi ile Özbekistan komşu ülkelerden farklı bir kalkınma stratejisi geliştirmiştir ve buna “İpek Yolu” kavramına atfen “Özbek-Yolu” adını koymuştur (Spechler, 2000).

Özbekistan’ın bağımsızlığa kavuşmasıyla birlikte, uygulanmaya konulan hükümet politikaların temel amacı, pazar ekonomisine geçişi sağlayacak bir yeniden yapılanma sürecinin başlatılması ve bu süreçte ortak yatırım imkanlarının yaratılması ile ülke ekonomisinin yabancı sermaye açısından cazip kılınması çalışılmıştır. Bu çerçevede Özbekistan Cumhuriyetinde Devlet Vergi Komitesi, Değerli Metal, Bilim ve Teknoloji Komiteleri, Dış İktisadi İlişkiler ve Milli Bankası kurulmuştur. Uygulamaya konulan politikalar kısa sürede olumlu sonuçlar vermeye başladı ve ülkede yabancı dört banka faaliyete geçmiştir.

“Uzdaewoo” isimli yabancı ortaklı otomobil fabrikasının üretime başlamasıyla, Özbekistan araba üretici ülkeler arasında 28. sıraya girdiği de belirleniyor (Gamextreme, 2006). Dünyanın önemli beşinci pamuk üreticisi ve dünyanın önemli ikinci pamuk ihracatçısı olan Özbekistan ekonomisi için pamuk en önemli üründür. Pamuktan sonra ikinci en önemli grup tahıllardır. Birinci sırada buğday, sonra da pirinç ve mısır yer almaktadır. Buğday üretimi nüfusun gereksinimlerini yeterince karşılamadığı için buğday üretimini arttırmak amaçla yeni projeler düzenlenmektedir.

Özbekistan’da “goszakaz” olarak adlandırılan Sovyet döneminden kalan zorunlu satın alma sistemi hala devam etmektedir. 1997 yılı pamuk üretiminde bu sistemin payı %25’e düşmüştür (Mekanim, 2006). Pamuk ihracatı kamuya ait ihracat firmaları aracılığı ile yapılmaktadır. 50 000 tonun üzerindeki ihracatı Cumhurbaşkanı tarafından onaylanması zorunludur. Devlet tarafından resmi olarak yürütülen aracılık işlemleri oldukça yaygındır. Sonuç olarak sektörde gerçek piyasa fiyatları oluşmamaktadır.

Özbekistan Cumhuriyetinde sanayi sektörü, diğer Orta Asya Cumhuriyetlerine nazaran daha gelişmiştir. Burada kurulu sanayi dalları; ağır sanayi, hafif sanayi ve gıda sanayisinden oluşmaktadır.

Özbekistan’da bağımsızlıktan sonra özellikle sanayi alanında benimsenen ithal ikameci anlayış sonucunda, kısa sürede gıda ve enerji sektöründe bağımsız, kendi kendine

yetebilen bir yapıya kavuşmuştur. Bu olumlu gelişmelerin yanında, Özbekistan'ın dış dünyaya açılması ve dış ticaret piyasalarında önemli bir yer edinebilmesi için ihracata yönelik kısa vadedeki öncelikli sektörleri belirlenmiş ve bu sektördeki üretimini arttırılmasına teşvik edecek bir dizi önlem alınarak bu alandaki yatırımcılara bir takım kolaylıklar sağlanmıştır (Mekanim, 2006).

1.4. Girişimciliğin İşlevleri

Girişimciliğin bireysel bazı sonuçları vardır. Ancak bireysel bu getirilerin ötesinde bir çok toplumsal ve ekonomik sonuçları da vardır. Yenilikçi düşünceler, fırsatların görülmesi ve değerlendirilmesi, yeni alanların keşfedilmesi, istihdamın ülkenin değişik bölgelerine yayılması, yaratılan katma değer in ülkenin ve toplumun refahını artırması, yeni işletmelerin kurulması gibi bir dizi işlev, girişimciliği günümüzde bütün ülkeler açısından önemli bir noktaya getirmektedir.

Girişimci, her alandaki yeniliği başlatan kişi olduğu gibi yeniliklerin sürdürülmesi ve geliştirilmesi de onun karar ve uygulamaları sonucunda gerçekleşebilecektir. Bu karar ve uygulamaları yönlendiren girişimci kültür ve zihniyetinin oluşumunda, bu kişilerin işadami olmadan önceki uğraşları, eğitim düzeyleri gibi toplumsal ve ekonomik nitelikleri ile bireysel özellik ve davranış boyutları etkili olacaktır (Arıkan, 2000).

Toplumda girişimci rolünü oynayan kimselerin yüklendikleri işlerin bütünü müteşebbisin fonksiyonları olarak adlandırılır. Bu işler, sadece yeni bir iş fikri geliştirmek ile sınırlı değildir. Bunun ötesinde, var olan mal ve hizmetlerin kalitesinin artırılması, ürün çeşitlendirilmesi, yeni pazarların keşfedilmesi gibi bir dizi “inovasyon” niteliğindeki işler girişimciler tarafından gerçekleştirilir. Bunlara ek olarak yeni iş yapma biçimleri, süreç tasarımı, örgütlenme biçimleri de girişimciliğin önemli işlevleri arasındadır. Günümüzde bir girişimcinin yerine getirmesi beklenen fonksiyonlar şöyle sıralanabilir (TÜSİAD, 2003):

- **Yeni Mal ve Hizmet Üretmek veya Bilinen Mal ve Hizmetlerin Niteliklerini Geliştirmek:** Girişimci, pazardaki boşlukları ve fırsatları görerek yeni mal ve hizmetlerin üretilmesi için gerekli kaynakları bir araya getirir. Var olan malların ve hizmetlerin niteliklerini geliştirir.

- **Yeni Üretim Yöntemleri Geliştirmek ve Uygulayabilmek:** girişimcilerin bir diğer özelliği de var olan iş yapma biçimlerini değiştirmek ve uygulayabilmek konusundaki becerileridir. Bu sayede rakiplerinden “farklı” bir iş yapma biçimi oluşturabilirler.
- **Yeni Örgütlenme Biçimleri Geliştirmek:** Örgüt yapıları, örgüt çevresinden kaçınılmaz olarak etkilenmektedir. Çevrede meydana gelen bu değişikliklere bağlı olarak yeni örgütlenme biçimlerine gerek duyulur. Girişimciler, bu noktada bazen diğer girişimcilerle birlikte yeni örgüt yapıları da oluşturabilirler. Son zamanlarda yaygınlaşan şebeke örgütlenmeler buna bir örnektir.
- **Yeni Pazarlar Keşfetmek:** Girişimciler, sadece var olan pazardan daha yüksek pay elde etmekle yetinmezler. Girişimciler ülke içinde ve dışında yeni pazarlar bularak mal ve hizmet satışlarını artırabilirler. Günümüzde pazar paylarını genişletmek için dolaylı bazı yollar bulunmuştur. Tüketicilerin satın alma güçlerini yükseltici çabalara girişmek, ekonomik kalkınmayı sağlamak ve gelir dağılımını daha dengeli hale getirmek için mevcut engelleri kaldırmak bu yollardan bazılarıdır.
- **Yeni Hammadde ve Girdi Kaynakları Bulmak:** Girişimciler ülke içinde veya dışında üretim koşullarını değiştirecek hammadde kaynakları bulup denetimleri altında toplarlar. Petrol ve petrol ürünlerini, demir ve çelik madenlerini ele geçirme mücadeleleri bunların belli başlı örneklerini oluşturur. Bu çeşit kaynakları denetimi altına şirket veya girişimciler rakiplerine oranla daha büyük karlar sağlarlar (Çelik ve Akgemci, 1998:18-19).

Görüldüğü gibi, girişimcilik sadece yeni iş fikirleri ile sınırlı işlevler üstlenmezler. Aynı zamanda bir dizi yeni mal ve hizmet üretmek, var olanları geliştirmek, yeni pazarlar keşfetmek, yeni örgütlenmelere gitmek ve yeni tedarik kaynakları bulmak gibi farklı yenilikleri de iş dünyasına aktarırlar. Bu sayede hem bireylerin, hem işletmelerin, hem endüstrilerin hem de ülkenin refah yaratma beceri ve kapasitesini geliştirirler.

1.5. Girişimcilerin Temel Özellikleri

Son zamanlarda girişimcilerin özelliklerine ilişkin bir çok akademik çalışmanın yanında çok sayıda “popüler” nitelikte yazıya da rastlanmaktadır. Bu yazılarda girişimciler adeta diğer insanlardan her yönüyle farklı insanlar olarak gösterilmektedirler. Girişimcilerin kendilerine özgü görünüşleri, konuşmaları, ses tonları, davranış biçimleri ve düşünme tarzları, kişisel özelliklerinin olduğu iddia edilmektedir. Ancak, bu iddiaların bilimselliği sorgulanabilir niteliktedir. Daha çok Amerikan popüler kültürünün yansıması niteliğindeki bu tanımlamalar, Türkiye ve diğer ülke gerçeklerini yansıtmaktan uzaktır (Coşkun, 2006).

Başarılı bir girişimcinin şu bireysel temel özelliklere sahip olması gerektiği söylenebilir: Çalışkanlık, organizasyon kabiliyeti, denetim yeteneği, bilgi, çevresi ile barışık olma, azim, basiret, akılcılık, risk üstlenme, kararlılık, kendine güven ve sürekli kendini yenileme. Bu nitelikleri önemleri itibariyle en aza indirgersek, bu kişinin girişimci olabilmesi için; risk ve sorumluluk üstlenebilme, dinamik bir kişilik, yeniliklere açık olma, büyüme tutkusu gibi belirli niteliklere sahip olması gerektiğini söyleyebiliriz.

“Potansiyel girişimci ruhu taşıyan kişiler” (Top, 2006: 5) kullanıldığına göre, girişimcinin belli özelliklerinin olacağı da açıktır. Bu ruha sahip kişiler çıkarlarını kovalarken, riski, getiri, başarı, mücadele, bağımsızlık, ve kendini geliştirme gibi gerekçelerin peşinden koşarak bazen planlayarak bazen da kendiliğinden girişimci olurlar. Bu kişiler, girişimci olmayanlara göre beceri, yetenek, kapasite, deneyim ve bilişsel algılama ve fırsat kovalama yönünden motive olma bakımından, değer yaratıcı amaçlar belirlemek bakımından, fırsatları görebilme ve kaynak yetersizliğini bahane etmeden değerlendirmeye odaklanmak bakımından, riski görme ve doğru değerlendirme, iyimser olma yönünden, belirsizliğe karşı dayanıklı olma bakımından diğer insanlardan farklıdır (Top, 2006: 5). Bu tanımlamalardan ortaya çıkan sonuç, girişimcinin gerçekten emsalsiz bir kahraman olduğudur. Şüphesiz ki bütün bu özelliklerin bir kişide bulunması imkansız gibidir. Ancak, girişimcilik yazınında son zamanlarda böylesi bir “kahramanlaştırma” eğilimi göze çarpmaktadır.

Girişimcilik yazınına göre, yukarıda sayılan niteliklere sahip olmayan kişi, işletmenin mülkiyetine sahip kimse sıfatıyla işletme sahibi de olsa, girişimci veya müteşebbis değildir. Buna karşılık, girişimcilik niteliklerine sahip bir kimse yeterli sermayeye sahip

olmadığı veya yeterli sermayeyi bir araya getirmediği için, henüz fiili bir girişimci olmayabilir; fakat bu kişi potansiyel bir girişimcidir. Kendisine ait fonları biriktirmesi veya başkalarının fonlarını kendisine aktarabilmesi durumunda fiili girişimci konumuna geçecektir.

Ayrıca başarılı girişimcilerin özelliklerini açıklamaya çalışan çeşitli yazarlar mevcuttur. Örneğin Baron, başarılı girişimciliği bilişsel ve sosyal faktörlere bağlar ve başarılı girişimcilerin, çeşitli özellikleri itibarıyla daha farklı olduklarını ifade eder. Baron'a göre başarılı girişimciler kendi yargılarına fazlasıyla güvenen, diğer insanlarla başarılı bir biçimde etkileşimde bulunan, sosyal algıları yüksek ve yeni durumlara daha hızlı uyum sağlayan insanlardır (Baron; aktaran Arıkan, 2000:15).

Meredith'e göre girişimcide bulunması gereken özellikler ise şöyle sıralanabilir:

- İş fırsatlarını görüp değerlendirebilme,
- Kaynakları bir fayda yaratmak üzere biraraya getirebilme,
- Başarıyı sağlayacak uygun eylemde başlatabilme (Chell, Haworth ve Brearley, 1991: 4; akt. Arıkan).

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; akt. Akşit, 2003).

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; akt. Akşit, 2003).

Bütün bu tanımlar ve girişimcilere atfedilen özelliklerden hareketle girişimcilerin artık bir tür "kahraman" oldukları gibi bir sonuç çıkmaktadır. Basında, değişik başarı

öyküleri biraz da abartılarak sunulmakta ve insanlar bu yönde teşvik edilmektedir. Ancak, her girişimcinin yukarıda ifade edilen bireysel özelliklere sahip olduğunu söylemek de oldukça zordur. Girişimciliğin bilişsel bir süreç olduğuna ilişkin yayınlar olmakla birlikte bunun nasıl gerçekleştiğini, niçin aynı sosyo-kültürel çevrede bazı insanların diğerlerine göre çok daha yüksek bir girişimcilik ruhuna sahip oldukları tam olarak açıklığa kavuşmuş değildir (Coşkun, 2006).

1.6. Girişimciliğin Türleri

Girişimcilik türlerinin sınıflandırılması konusunda da değişik ölçütler kullanılmaktadır. Bu konuda da bir belirsizlik yaşanmaktadır. Aşağıda bazı girişimci türlerine ilişkin kısa bilgi verilmektedir.

1.6.1. Genel Bir Sınıflama

Girişimcilik, çevresel faktörlerden doğan fırsatlardan yararlanma ya da yeni fırsatlar oluşturabilme amacıyla ekonomik mal ya da hizmet üretmek için üretmek faktörlerine sahip olma, örgütlenme yeteneği ve risk alma faktörleri ile bağdaştırılmaktadır (Çetin, 1996:29). Zaman içinde ekonomide meydana gelen değişimler, girişimcilik kavramında da bazı değişikliklere yol açmıştır.

Girişimciler her şeyden önce iki kategoriye ayrılabilir; Kamu girişimcileri ve piyasa ekonomisi içinde yer alan girişimciler.

Kamu girişimcileri, genellikle katı bütçe kısıtlamaları ile ve siyasi otoritenin kararlarına bağlı olarak çalışırlar. Yani kimi zaman ekonomik kısıtlamaların ağırlık kazandığı alanlarda; genellikle dışarıdan gelen dürtülerle karar veren, kendi yarattığı kaynakları değil, hazır ya da kamunun ürettiği kaynakları kullanan kişidir (TÜSİAD, 1987:2).

Gelişen ekonomilerde, kamu girişimciliği gittikçe kısıtlanır bir görünüm almaktadır. Diğer bir girişimci türü olan ve **piyasa ekonomisi içinde yer alan girişimci** türü ise, dinamik girişimci ve olağan girişimci olarak ikiye ayrılabilir (TÜSİAD, 1987:2).

Klasik İktisatta üretim faktörleri; emek, sermaye ve doğal kaynaklar olarak sınırlanır. Girişimciliğin temel özelliği olan fikri yetenek ve vizyon da dördüncü üretim faktörü

olarak kabul edilir. Schumpeter tarafından tanımlanan bu girişimci tipi dinamik girişimci tipi olarak literatüre geçmiştir (Müftüoğlu, 1989: 73).

Bu tür girişimciler olanla yetinmeyip, devamlı yenilik meydana getiren, yeni sistemler ortaya koyarak yeni uygulamalar getiren kişilerdir. Schumpeter'e göre, dinamik girişimciler, yeni pazarlar, yeni tedarik ve finans kaynakları kullanarak, yeni üretim teknikleri ve organizasyon şekilleri geliştirerek ekonomik gelişmenin öncüllüğünü üstlenirler (Çetin, 1996:29).

Girişimci kavramının diğeri bir türü olan olağan girişimcilik ise, dinamik girişimciliğin tersine, yeni bir şeyler ortaya koymak yerine, olanla yetinen ve dinamik girişimcinin açtığı yolda ilerlemeyi tercih eden girişimcilerdir. Bu tür girişimciler, yeni fikirler ortaya koyup ekonomiyi geliştirmek yerine dinamik girişimcilerin faaliyetleri sonucunda gelişen ekonomiye sadece bir boyut kazandırabilirler (Çelik ve Akgemci, 1998: 25).

1.6.2. Girişimcilik Tipleri

Fırsat Girişimciliği

Temelde, pazardaki mevcut fırsatları görecekle ya da potansiyel fırsatları sezinleyerek mevcut olan bir mal veya hizmeti pazara sunmaktadır. Bu fırsat mevcut bir mal veya hizmetin pazara yeterince sunulmaması veya pazarda hiç olmaması ya da mevcut işletmelerin istenilen kalitede hizmeti pazara sunamamalarından kaynaklanır (Bozkurt, 2005).

Yaratıcı Girişimcilik

Yeni bir fikir veya buluşun ya da mevcut olan bir mal veya hizmetin dizayn, fiyat, kalite gibi yönlerden iyileştirilerek pazara sunulmasıdır. Gelecekteki girişimciliğin ağırlıklı olarak yaratıcı girişimcilik olacağı gerçeği açıktır. Bu tür girişimciler olanla yetinmeyip her zaman yenilikler meydana getirerek ekonomik gelişmenin öncüllüğünü üstlenirler (Bozkurt, 2005).

Elit Bağımsız Girişimciler

Büyük bir holding altında kendi işletmelerine sahip olan ve onları büyük ortaklıklara çevirebilen kişilerdir. Bunların elinde işletmeyi kontrol altında tutabilecek kadar payları vardır (Kaya, 2001;akt. Bozkurt, 2005).

İç Girişimcilik

İç girişimcilik, örgütsel kapsamda kişisel bir özellik olmaktan farklı bir anlam taşımaktadır. Örgütte iç girişimcilik birimsel bir özellik kazanmaktadır. İç girişimcilik, büyük örgütlerde, örgütsel kaynaklarla kendine özgü ürün/hizmet üreten özerk birimlerin geliştirilmesidir. Yöneticilere inisiyatif kullanabilme ve yeni düşünceleri uygulama olanağı tanımaktadır. Buna göre iç girişimcilikte var olan bir örgüt içerisindeki girişimcilikten bahsedilmektedir (Öktem vd.,2003;akt. Bozkurt, 2005).

Tablo 1: Girişimci ve İç Girişimci Karşılaştırması

	Girişimci	İç girişimci
Girişimciğin ardındaki motifler	Özgürlük, özgüven, amaca yönelik olma	Kaynaklara erişim, özgürlük, öz güdümlü olma
Zaman boyutu	5-10 yıllık vizyon ve artan başarıların aranması	3-15 yıllık vizyon ve işleri zamanında yetiştirme önceliği
Beceriler ve deneyim	İşini iyi bilen ve kaynak toplayan	Girişimciye benzer hiyerarşide çalışabilen kişi
Çevre	Makro ve mikro çevreye odaklanma	Makro ve mikro çevreye odaklanma
Kaynak	Kaynakları dışarıdan toplar	Kaynakları iç fazlalıklardan çıkarır
Başarısızlık ve hatalar	Açık bir şekilde hatalardan ders alma	Cezalandırıcı örgüt kültüründe hataları gizleme
Karar süreci	Azimlidir kararından vazgeçmez	Karar sürecinde uzlaşma arar
Risk tercihi	Para ve saygınlık kazanmaya yönelik	Kariyer ve işe yönelik

Kaynak: (Öktem ve diğerleri, 2003:175; akt. Bozkurt, 2005).

Yukarıda belirtilen sınıflandırmalar karşılık, Örneğin Top (2006:8-18) çok daha değişik bir sınıflandırma oluşturmaktadır:

- Orjinal Girişimcilik(Entrepreneurship): Bir girişimi bağımsız şekilde ilk defa oluşturan kişi;
- İç Girişimcilik: Bir kurum veya örgütsel ağ içerisinde girişimcilik yeteneğine sahip bireylerin bu becerilerini kurum içerisinde geliştirdikleri girişimcilik türüdür.

- Kurumsal Girişimcilik: Büyük veya küçük şletmelerin, kendi aralarında küçük girişimcileri örgütledikleri ve onlar ile kurumsal bir ilişki kurdukları girişimcilik biçimidir. Özellikle 1929 dünya ekonomik krizinden sonra uygulamaya geçirilmiştir.
- Profesyonel (Yönetici) Girişimcilik: Kurucu girişimciden sonra (emeklilik, vefat gibi) o girişimin yaşaması için şletme içinden veya dışından ehil bir kişiye devredilmesidir.
- Teknik Girişimcilik: özellikle ar-ge faaliyetlerine odaklanmış, teknoloji geliştirmeyi amaçlayan girişimcilik türüdür.
- Çevreci Girişimcilik (Ecopreneuring): Çevresel sorunlara odaklanan ve bunlardan hareketle fırsatları keşfeden girişimcilik türüdür.

Görüldüğü gibi, girişimcilik dinamik bir olgudur ve bu nedenle bazı yeni alanlara doğru kaymakta, yeni girişimci türleri ortaya çıkmaktadır.

1.7. Girişimciliği Etki Eden Faktörler

Bazı insanlara baktığımızda diğerlerine göre çok daha fazla girişimci özelliğini taşıdığını görürüz. Girişimcilik olgusunu etkileyen önemli faktörler vardır. Bu faktörler aile, teknoloji, yaş, eğitim, kültür, çevre ve devletin değer yargılarından oluşur.

Girişimciliği etkileyen faktörler çocukluktan başlayarak yetişkinlik döneminin sonuna kadar kişinin gelişimi üzerinde etkili olmaktadır.

1.7.1. Aile

Aile, çocuğun geleceğini sağlamaya ve yaşamına yön vermeye çalışır. Çocuğun aile içinde almış olduğu eğitim, görgü, ailesinin içinde bulunduğu ekonomik ve toplumsal sınıf ile değerler onun yaşamı boyunca onu doğrudan etkiler. Çocuğun üretken alanlarda faaliyet göstermesi için teşvik edilmesi, girişimci olabilmesi açısından olumlu bir etki yaratacaktır. Aynı şekilde ailenin çocukları eleştirilmesi ve cezalandırılması çocuklarda suçluluk duygusunu geliştirerek başarısızlık korkusuna yol açmaktadır (Güvenç, 1984:322; akt., Güney ve Çetin, 2003:189-210).

Az gelişmiş toplumlarda, ataerkil aile yapısının görüldüğü tarımla uğraşan kırsal kesimde; ailenin etkisi, ana-babanın sıkı denetimi ve itaatin belirginleştiği bir ortamda gerçekleşir. Yiyecek, giyecek gibi temel maddeler evde üretilir, tarımsal faaliyet yapılır, kapalı ekonomik yaşam söz konusudur (Kongar, 1985; akt., Güney ve Çetin, 2003:189-210). Bu tür aile yapısında yeniliklere açık, bireysel başarıyı hedefleyen, dinamik, üretken, risk alabilen girişimci tipinin oluşması daha zordur. Çünkü tüm kararlar baba tarafından ve diğerlerine danışılmadan alınmakta ve bu durum çocuklarda başarı arzusunu yok etmektedir. Ancak aile yaşadığı toplumun bir parçası olarak, değişimlerden etkilenir.

1.7.2. Teknoloji

Bu değişimde en önemli etkenlerden birisi teknolojik gelişmelerdir. Teknolojik gelişim temelde insan gereksinimlerini gidermek, yaşam şartlarını kolaylaştırmak gibi işlevleri yerine getiren yöntemler olmakla birlikte, aile yapısındaki değişime ivme kazandıran bir etkisi de vardır. Teknolojik gelişme çalışma koşullarını değiştirirken beraberinde bireylerin içinde çalıştıkları fiziksel ve ekonomik koşulları etkiler, iş süreçleri yaratır ve bu kaynakları bir araya getirir. Bireyleri doğrudan etkileyen bu süreç değer yargıları ve düşüncelerde de değişime neden olur. Doğal olarak bu etki kısmen ya da aynen çocuğa yansır. Aile, çevre, teknolojik ortam çocuğun girişimcilik kavramına karşı anlayış ve değerlendirmesinde önemli rol oynar. Eğer aile içinde girişim ve girişimcilik destekleniyorsa yeterli eğitim ve maddi olanaklarla birleştiğinde “girişimcilik kültürü” daha da yerleşecektir (Top, 2006).

1.7.3. Çevre

Toplumsal çevre girişimciliğin gelişmesinde önemli bir etkidir. Ancak, girişimciyi soyut bir kavram olarak algılamamak gerekir. Genellikle girişimciliğin yaygın olduğu batı toplumlarında görülen; aile içinde ve eğitim aşamasında bireyciliğin ön plana çıktığı bir “insan modeli” ni öbür toplumlara yaygınlaştırmak yoluyla ekonomik ve teknolojik gelişmenin gerçekleştirebileceği düşüncesi çok da doğru değildir.

Örneğin bireyci-insan modeline dayalı girişim rekabetçi başarı güdüsü oluşturularak ekonomik gelişmenin hızlandırılması çalışmaları, ortaklaşa davranış kültürünün egemen olduğu Hindistan’da başarı sağlayamamıştır.

Yine Japonya ve “Dört Kaplan” (Kore, Tayvan, Hong Kong, Singapur) gibi ortaklaşa davranış kültürünün egemen olduğu Doğu Asya toplumlarında yüksek ekonomik- teknolojik gelişmenin başarılması ortaklaşa davranışının gelişmesiyle zıt olduğu ve endüstrileşmenin bireyci bir insan modeline dayandığı varsayımına uymamaktadır

Bu örnekler bize gelişmenin farklı yollardan olabileceğini, toplumda geçerli olan kültürün özelliklerini de göz önünde tutulması gerektiğini, ancak bir senteze varılarak ilerlemenin daha doğal bir süreç olduğunu göstermesi bakımından önemlidir.

1.7.4. Eğitim

Girişimcilerin eğitim seviyeleri hakkında önemli araştırmalar yapılmıştır. Aile ve eğitim kurumlarında gerçekleşen eğitim süreçleri bireylerin girişimciliğin ve yaratıcılığın gelişmesinde etkili olabilmektedir. Çalışmalar eğitim sürecinde, sürekli değişen ve geçerliliğini kısa sürede kaybeden önemsiz bilgileri öğretmek yerine, bilinmeyenlerin keşfedilmesine önem veren eğitim kurumlarında yetişen çocukların daha yaratıcı ve girişimci oldukları ortaya çıkmaktadır (Bilgiseven, 1977; Saeki vd., 2001; akt., Güney ve Çetin, 2003). Bazıları girişimcilerin genel nüfustan daha az eğitilmiş olduğunu düşünür. Yapılan çalışmaların bulguları bunun böyle olmadığını göstermiştir. Girişime başlamakta karşılaşılan problemlerin üstesinden gelmekte eğitim çok önemlidir. Resmi eğitim gerekli olmamasına rağmen işte başarı için gerekli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Hem kadın hem de erkek girişimcilerin, finans, stratejik planlama, pazarlama, yönetim alanlarında eğitime ihtiyaçları vardır. Ayrıca girişimcilikte iletişimdeki yazma ve konuşma becerisine sahip olmakta çok önemlidir (Hisrich, 1995:55; akt. Bozkurt, 2005).

1.7.5. Yaş

Yaşın dönemleri ile girişimcilik eğilimi arasında önemli bir ilişki bulunduğu yapılan çalışmalara başarılı bir şekilde ortaya konmuştur. Çoğunlukla 22-25 yaş arası girişimcilik kariyerine başlama dönemi olarak ortaya konmuştur. Bu yaşlar dışında da kariyere başlamak mümkün olmasına rağmen girişimcilikte başarı için yüksek enerji ve finansal destek çok 35-45 yaş arasında erkeklerin ise 25-35 yaş arasında ilk önemli atılımlarını yaptıkları gözlenmektedir (Hisrich, 1995:55; akt. Bozkurt, 2005).

1.7.6. İş Tecrübesi

Yeni bir işe başlamada motivasyon ve mücadele gücü çok önemlidir. Kişilerin mevcut işlerinden ayrılmalarının çeşitli sebepleri vardır. Bunlar; tatminsizlik, terfi imkanının olmaması, işte sıkılma, işten beklediğini bulamama, ücretin yetersizliği şeklinde sıralanabilir. Bazı alanlarda uzmanlığa sahip olmak çok önemlidir. Finans (özellikle risk sermayesi), dağıtım kanallarının geliştirilmesi, üstün ürün ya da hizmet geliştirme, pazar planı hazırlama gibi alanlarda kişinin tecrübesi ve iş hüneri onun yeni bir işe başlamasında önemli bir kolaylaştırıcı unsurdur. Bir çok girişimcinin başarılı ve önemli girişimleri onların ilk girişimleri değildir. Girişimcilerin kariyerinde diğer kariyer yollarından farklı bir çok koridor vardır (Hisrich, 1995:55; akt. Bozkurt, 2005).

1.7.7. Kültür

Kültür, bilgiyi, inancı, sanatı, hukuku, örf ve adetleri ve toplumun bir üyesi olarak kişiler tarafından kazanılmış diğer yetenek ve alışkanlıkları içine alan karmaşık bir bütün olduğu ifade edilmektedir (Güney ve Çetin, 2003:191; akt. Bozkurt,2005).

Kültürle ilgili yapılan tanımlarda dikkati çeken önemli bir nokta, kültürün daha çok öğrenilen an davranış kalıplarıyla ilgili olduğu ve bu davranış kalıplarının bir toplumu diğerinden ayırdığıdır.

Hofstede, ulusal kültürleri

- Yüksek-Düşük Güç Mesafesi;
- Belirsizlikten Kaçınma;
- Bireycilik- Kollektivizm
- Erillik-Dışılık

boyutlarıyla sınıflandırmaktadır. Bu alanda yapılan çalışmalar, milli kültürle bir ülkede iş yapma kültürü, girişimcilik, kapitalizm gibi olgular arasındaki ilişkileri sorgulamaktadır (Russel, 1995'ten akt. Coşkun, 2006).

Genel olarak, yüksek güç mesafesinin olduğu ülkelerde toplumsal eşitsizlikler, sosyal katmanlar arasında yüksek bir mesafe oluşturur. Bu eşitsizlikler, iyi eğitimin ve ekonomik kaynakların toplumun seçkin bir kesiminin elinde olmasına neden olabilir.

Dahası, düşük katmanlardan insanların üst kademe yönetici veya girişimci olarak toplumda kabul görmeleri zor olabilir. Yukarıda açıklandığı gibi, örneğin, Sovyet döneminde resmi ideoloji, özellikle bazı Doğu Avrupa ülkelerinde oluşan sınırlı sayıdaki girişimciyi “burjuvazi” olarak nitelendirerek bir tür “aşağılama” yöntemini belirlemiştir. Buna karşılık, düşük güç mesafesinin olduğu kültürlerde ekonomik kaynaklara ulaşmak bakımından toplumun farklı katmanları arasında fazla bir fark yoktur. Dahası, sınıflar arasında geçişkenlik ve kabul görme de daha kolaydır. Bu nedenle, girişimcilik için uygun bir ortam oluşabilir (Russel, 1995’ten akt. Coşkun, 2006).

Belirsizlikten kaçınma, yine kültürün girişimcilikle ilgili önemli boyutlarından bir tanesidir. Özellikle Schumpeter’in girişimciliğe yüklediği “ekonomiye yenilikçi (innovative) değişiklikleri aktaran ve böylece statik ekonomilere “yaratıcı yıkıcılıklar” katan kişiler” (Çitçi, 2006) anlamıyla girişimcilik doğrudan yüksek düzeyde belirsizlikle ilgili hale gelmektedir. Örgütlerin yenilikçiliği hazmedebilmeleri için belirsizliğe ve risk almaya oldukça yatkın olmaları gerekmektedir. Bu da kültürün belirsizlikten kaçınma boyutunun bir işlevidir. Belirsizlikten kaçınma eğilimi yüksek kültürlerde ise risk almak ve belirsizliği üstlenmek isteyen bireylerin kabullenilmeleri zor olacaktır. Bu durumda girişimcilerin ortaya çıkma ihtimalleri az olacaktır.

Hofstede göre belirsizlikten kaçınma eğiliminin yüksek olduğu kültürlerde örgütler değişime direnme eğilimindedirler ve bu nedenle oldukça yüksek derecede biçimseldirler. Bu tür örgütler, yenilikçi düşüncelerin ve girişimci eğilimlerin doğduğu yerler olamazlar. Buna ek olarak, bu tür örgütlerde bağlılığın yüksekliği ve uzun dönemli istihdam garantisi isteği, işten ayrılarak girişimci olma şansını da azaltmaktadır (Russel, 1995’ten akt. Coşkun, 2006).

Kültürün bir diğer boyutu olan bireycilik özellikle Batı kültürünün en önemli özelliklerindedir. Girişimciler genellikle bireysel özelliklerini öne çıkararak, alışlageldik yaklaşımların dışına çıkabilen, kendilerine özgü görüşlerini savunmak adına gelebilecek bütün karşı saldırıları göğüslemeye hazır kişiler olarak betimlenmektedir.

Bu tanımdan hareketle, bireyci kültürlerde girişimciliğin daha fazla gelişeceği söylenebilir. Bireyci kültürler, bireysel inisiyatifleri ve bağımsızlığı ödüllendirir. Bireylerin inanç ve değerleri, grup inanç ve değerlerinden öne çıkar. Örgüte bağlılık

görece düşüktür çalışanlar uzun dönemli istihdam garantisini, kollektivist kültürlerde olduğu kadar aramazlar. Bu nedenlerden ötürü, bireysel girişimler toplum tarafından daha kolay kabul görür (Russel, 1995'ten akt. Coşkun, 2006).

Son olarak, kültürün eril veya dişil olması da girişimciliği etkilemektedir. Eril kültürün kendini öne çıkarma ve yüksek düzeyde başarıma duygusu, girişimci olması için bir zemin hazırlamaktadır. Gerçekten de bireylerin “başarma ihtiyaçları” ile girişimcilik faaliyetlerine katılmaları arasında doğrusal bir ilişki olduğu açıktır. Eril toplumlarda, başarılı girişimcilik sonucunda elde edilen materyal başarı önemsenir ve bu başarıyı elde eden kişiler özgüven kazanırlar. Görece dişil kültürlerde ise tersine, en azından materyal anlamında başarı motivasyonu görece zayıftır. Bu kültürlerde başarı, daha çok kurulabilen hoş insan ilişkileri ile ölçülür. Bu nedenle, eril kültürlerde materyal başarı elde etmek isteğinin yüksekliğine bağlı olarak girişimciliğin daha güçlü olacağı varsayılabilir (Russel, 1995'ten akt. Coşkun, 2006).

1.7.8. Cinsiyet

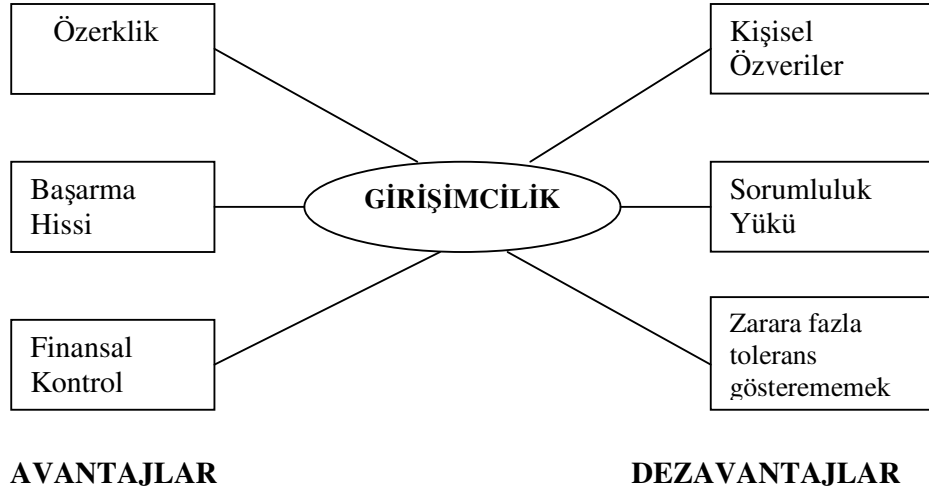
Son dönemlerde girişimcilikle ilgili öne çıkan konulardan bir tanesi de girişimcilikte “cinsiyet” boyutudur. Kadın girişimcilik, artık özel bir ilgi alanı olarak görülmektedir ve bu konuda önemli bir yazın oluşmaya başlamıştır. Bu araştırmalarda öne çıkan konu, kadınların farklı bireysel özelliklerine bağlı olarak farklı girişimcilik uygulamaları sergiledikleridir.

Örneğin Özen Kutanis ve Hancı' ya (2005:458) göre girişimcilikte cinsiyet faktörü önemli bir belirleyicidir. Çünkü toplumların cinsiyete ilişkin önyargı ve algıları, onların cinsiyete yüklediği anlamları da belirlemektedir.

1.8. Girişimciliğin Avantaj ve Dezavantajları

Kişinin kendi işini kurmasının ya da yönetmesinin avantaj ve dezavantajları vardır ve girişimci işe başlamadan önce bu avantaj ve dezavantajların farkında olmalıdır. Lambing ve Kuehl'e (akt. Arıkan, 2002) göre girişimciliğin avantaj ve dezavantajları aşağıdaki şekil ile açıklanabilir.

Şekil 1. Girişimciliğin Avantaj ve Dezavantajları



1.8.1. Girişimciliğin Avantajları

Özerklik: Bağımsızlık ihtiyacı ve karar verme özgürlüğü girişimcilerin en temel amaçlarındandır. Kişinin kendi kendisinin patronu olması pek çok girişimci için tatmin edici bir duygudur.

Başarma Hissi: Girişimcilerin pek çoğu için yeni bir başlangıç oldukça anlamlıdır. Bir şey oluşturma fikrini karlılığa dönüştürmek başarılı hissi verir ve girişimciler fikrin başarıya dönüşmesinin tek sorumlusunun kendileri olduğunun bilincindedir.

Finansal Kontrol: Girişimcilerin finansal anlamda bağımsızlıklarının olması genelde çok varlıklı oldukları hissini doğursa da girişimcilerin çoğu aslında büyük bir servetin peşinde koşmazlar. Onların asıl istediği, finansal kararlar üzerinde kontrol sahibi olmaktır. Kontrol boyutunun bir başka yönü ise girişimcinin çalışma saatleri üzerinde kontrol uygulayabilmesidir. Örneğin daha az ya da daha fazla saat çalışmak gibi. Girişimcinin yeni bir iş kurarak elde edeceği bir diğer avantaj ise toplumda saygı

görmek ve aile, arkadaşlar ve sosyal çevre tarafından takdir edilmek şeklinde ifade edilebilir (Arıkan, 2002:47-49).

1.8.2. Girişimciliğin Dezavantajları

Kişisel Özveriler: Özellikle işletmenin ilk kurulduğu yıllarda girişimci, haftada 6 hatta 7 gün boyunca yüksek bir tempoda çalışır. Uzun süren bu çalışma saatleri nedeniyle girişimciler, aileleri, kişisel uğraşları ve hobileri için fazla zaman bulamaz hale gelirler. Bu anlamda, yeni kurulan işletme, girişimcinin özel yaşamından kişisel özverilerde bulunmasına neden olur. Bunun sonucunda aile ilişkilerinde gerilimler ve yüksek düzeyde stres ortaya çıkar (Arıkan, 2002:47-49).

Sorumluluk Yükü: Şirket çalışanlarının aksine girişimcinin sorumlulukları vardır. Şirketlerde işgörenler kendileri ile aynı pozisyonda olan ve aynı işi yapan kişilerle birlikte dir. Öğle yemeğinde ya da işten sonra kendi aralarında bazı bilgiler paylaşırlar ve arkadaşlık duygusuna sahiptirler. Girişimciler ise “tepedeki yalnız” kişilerdir. Şirkette girişimciden başka birikimlerini harcayan, evi şirketin borçlarına teminat olarak gösterilen ve aybaşında ödenecek paraları bulmak zorunda olan başka birisi yoktur. Bunun yanı sıra, şirket çalışanları pazarlama, finansman ya da personel gibi spesifik bir alanda uzmanlaşırken girişimciler, tüm fonksiyonları yönetmek zorundadır (Arıkan, 2002:47-49).

Zarara Fazla Tolerans Gösterememek: Büyük şirketlerin bazı kararları, kar elde etmeyi olumsuz etkiler. Örneğin fazla kabul görmeyen ürünler üretir ya da kar marjı çok düşük olacak yerleşim alanlarında işyeri açarlar. Örneğin Fransa’da Walt Disney şirketi tarafından açılan ve büyük karlar sağlayacağı öngörülen Euro Disney kuruluşunun ilk birkaç yılında büyük zararlara uğramıştır. Disney gibi şirketlerin genelde uzun bir süre yaşamasının nedeni zararlarını karşılayacak yeterli finansal kaynaklara sahip olmasıdır. Bununla birlikte küçük işletmelerde finansal kaynağa sahip tek kişi girişimci olduğundan her an finansal sorunlarla karşı karşıya kalabilirler. Uzun yıllar başarılı bir biçimde yaşayan işletmeler yanlış bir karar ya da yönetimdeki bir zafiyet nedeni ile kapanmak zorunda kalırlar.

Yeni bir iş açmanın dezavantajlarından bir diğeri ise, yeni bir iş yeri açmak için girişimcinin bir çok kuruma belge sunmak zorunda olmasıdır. Bürokratik zorluklar hem

zaman hem de enerji kaybına neden olur. Son bir dezavantaj ise özellikle küçük girişimcilerin, büyük reklam harcamaları yapabilen ve geniş dağıtım ağına sahip bir çok büyük firmanın yanında ürünleri için talep yaratamama sorunu ile karşılaşmasıdır (Arıkan, 2002:47-49).

1.9. Girişimcinin Toplum İçin Önemi ve Toplumsal Misyonu

Girişimcilerin buldukları topluma karşı çok önemli misyonları vardır. Bunları kısaca sıralayabiliriz:

1. Az gelişmiş ülkelerde en önemli sorunu işsizliktir. İşsizlik de ürün/hizmetin üretimi için gerekli yatırımların yapılmaması nedeniyle ortaya çıkar. İşsizlikten kurtulmanın en etkin yolu da girişimcilerin çoğalmasındır. Kendi işlerini kurmaktır. Girişimci sayısı ne kadar artarsa, istihdam oranı da artar.
2. Girişimci sayısını artması ile ülkenin refahının artması, insanların yaşam standartlarını artması demektir. Girişimcilikte para kazanmak her ne kadar ön planda olsa bile, toplumsal yaşam kalitesini artırmak da girişimciliğin asıl amacı olarak sayılabilir.
3. Girişimciler hem bilim, hem teknolojiyi kullanarak, hem de bunlara kaynak aktararak, bilim ve teknoloji gelişmesinde önderlik yapıyorlar.
4. Girişimciler yurtdışında, kendi ülkelerini tanıtarak reklamlarını yaparlar.
5. Girişimciler kullanılmayan potansiyelleri kullanarak, onları atıl olmayı önlerler. Mesela, turistik yerlerdeki evlerini pansiyon olarak kullanmak (www.ytukvk.org.tr 22 Ocak, 2007).

1.10. Girişimcilikte Başarı Faktörleri ve Başarısızlık Nedenleri

1.10.1. Girişimcilikte Başarı Faktörleri

Büyük işletmeler açısından girişimciliği önemi tartışılmaz büyüktür. Özellikle küçük işletmelerde girişimci aynı zamanda yönetici ve ya bazı bölümlerin bizzat işini yapan, işyerinde bizzat çalışan kişi olarak ayrı bir öneme sahiptir. Küçük işletmelerin çoğunlukla emek- yoğun olan yapılarını da dikkate alırsak, girişimcinin önemi daha da artmaktadır.

İşletmenin başarıya ulaşmasında temel görevi doğal olarak girişimciye aittir. Bir işe başlarken göz önünde bulundurması gereken başarı faktörleri vardır (Tutar ve Küçük, 2003:177-184).

İş Olanasının Bulunması

İş olanağının bulunmasından kasıt, ihtiyaç duyulan alanda yatırımın bulunmayışı olabileceği gibi, mevcut yatırımların müşteri ihtiyaçlarını yeterince tatmin edememesi de olabilir. Fırsat girişimciliği ve yaratıcı girişimcilik şeklin de iki kısımda incelediğimiz girişimciler, ya piyasada oluşabilecek fırsatları kollayarak ya da müşterilerin olabilecek muhtemel ihtiyaçlarını önceden tespit ederek, ilgili alanlara yatırım yapmak suretiyle girişimci vasfını kazanırlar.

Girişimciler yapılacak araştırmalar ile müşterilerin mevcut ihtiyaçlarını ve bu ihtiyaçlarını var olan yatırım ya da ürünlerle yeterince karşılanıp karşılanmadığını tespit etmeli. Yine yapılacak araştırmalar sonucunda kendi zekalarını da kullanarak, müşterilerin ihtiyaç duyduğu fakat piyasada olmadığı ürünleri belirleyerek ve bu ürünleri üretilip piyasaya sunarak başarılarını kazanabilirler. Burada dikkat edilmesi gereken husus da, potansiyel rakiplerinin rekabet güçleridir. Rakiplerin rekabet güçlerini ve kendi kaynaklarını kullanarak pazarın tümünü veya belli bir bölümünü kendine hedef pazarı olarak belirlemeli (Tutar ve Küçük, 2003:177-184).

İşe Başlamak İçin Uygun Zamanın Seçilmesi

İşe başlarken uygun zamanın seçilmesi, en önemli başarı faktörlerinden biridir. Burada önemli olan, yatırım yapılacak alanda en uygun dönemin seçilmesidir. Bazen kriz dönemlerinde bazı ürünlerin satışları artabilirken, bazen de bazı ürünlerin yaşanan rekabet yüzünden işletmelerin pazardan çekilmek durumunda kalırken, işte o işe atılmak için en uygun dönem olarak değerlendirilebilir.

Ekonomiye iyi derken, her sektörde işlerin iyi yürüdüğünü söylemek doğru değildir. Ekonominin göstergeleri iyi gösterirken, sektörel bazda bazı olumsuz durumların yaşanması olabileceği gibi, aynı sektörde piyasanın kaldıramayacağı kadar çok sayıda firmaların piyasaya girmesi mümkündür. Bu da şiddetli rekabeti ve bazı firmaların piyasadan çekilmesine neden olabilir (Tutar ve Küçük, 2003:177-184).

Yönetim Yeteneği ve Tecrübesi

Yönetim, sadece beşeri faktörlerin değil, işyerindeki bütün kaynakların planlanmasını, yönlendirilmesini ve koordine edilmesini kapsayan, geniş kapsamlı bir kavramdır. Yönetimin sanat mı yoksa bir bilim mi olduğuna dair tartışmalar bir yana, girişimcinin taşınması gereken en önemli niteliklerden birisi yönetim yeteneğidir.

Tecrübe, bir süreç boyunca insanların karşılaştıkları olay ve durumlar sonucunda elde etmiş oldukları, çoğu öğrenilerek elde edilemeyecek olan kazanımlardır. Yönetim yeteneği tecrübe ile birleştirildiğinde, girişimci sorunların üstesinden rahatlıkla gelebilecek, yeni durumlara kendisini ve işletmesini uyarlayabilecektir (Tutar ve Küçük, 2003:177-184).

Öz Sermaye ve Kredi Olanakları

Yapılacak her işin bir bedeli vardır, ancak bu bedel ödendikten sonra, yatırımlardan bir getiri elde edilebilir. Bir işe başlamadan önce, bu işe gerekli olan sermaye tutarının hesaplanması gerekir. Girişimci bu kaynağın tamamına sahip olmayabilir. Yetmediği kısmına krediler veya çeşitli borçlanma yollarıyla gerekli sermayesine ulaşabilir. Yatırımın geri dönüş oranı ve borçlanma miktarını gözden geçirerek gerekli tercihi yapar (Tutar ve Küçük, 2003:177-184).

Riske Karşı Sigorta

Literatürde işletmelerin çevre şartlarından birisi olarak çevresel belirsizlik ifade edilmektedir. Çevreye uyumun son derece önem arz ettiği, açık ve sosyal sistemler olan işletmelerin, dış çevreyi kendi amaçları doğrultusunda uyarlayabilmeleri gerekmektedir. Çoğunlukla kendi kaynakları üzerinde tasarruf edebilen işletmelerin bazen siyasi ve politik çevre şartlarını da etkileyebildikleri görülmektedir. Başarı faktörü olarak tehlikelere karşı sigorta, gelişmelere hazırlıklı olma ve değişikliklere uyum sağlamayı ifade eder. Bunlar doğacak fırsatların değerlendirilmesi şeklinde olabileceği gibi, beklenmeyen durumlarda işletmenin düşebileceği sıkıntılar dikkate alınarak, işletme faaliyet ve kaynaklarının sigorta kapsamına alınması şeklinde de olabilir (Tutar ve Küçük, 2003:177-184).

1.10.2. Girişimcilikte Başarırsızlık Nedenleri

Yapılan araştırmalara göre, kck işletmelerde başarırsızlık oranı büyük işletmelere göre daha büyüktür. Başarırsızlıkta en önemli nedenleri finansal sorunlardır. KOBİ’lerde en fazla sorunlar ilk 5 yıl içinde yaşanıyor, bunun için de KOBİ’ler için ilk 5 sene çok önemlidir.

KOBİ’lerin belli başlı başarırsızlık nedenleri şunlardır:

Kuruluş Yerinin İyi Seçilmemiş Olması

Kuruluş yerlerinin bazen bilgisizlik, bazen de farklı yaklaşımlardan dolayı rasyonel bir şekilde seçilmediğini görüyoruz. İşletmenin kuruluş yeri en önemli ve detaylı inceleme ve araştırma yapılmasını gerektiren bir unsurdur. Pazara yakınlık, hammaddeye yakınlık, yan sanayine, iş gücüne yakınlık, ulaşım için kolaylık açısından değerlendirilmeli (Tutar ve Kck, 2003:177-184).

Rekabet Faktörlerinin Gz nne Alınmaması

İşletmeler pazarda, izleyici, lider, meydan okuyucu olarak belli bir pozisyonda ve konumlarda olduğu gibi, piyasa da monopol ve tam rekabet piyasası gibi farklılıklar göstermektedir. Pazara yeni giren girişimciler, kendi kaynaklarıyla birlikte rakipleri ve piyasa yapısını göz önünde bulundurarak kendine bir hedef belirliyorlar.

Girişimci gerekli beşeri ve fiziksel unsurlara sahip ise, yıkıcı özelliği olan pazarlara girmeli. Aksi halde o pazara girmemeli ya da pazarı blmlendirerek rakiplerine o pazar bölümünde üstünlük sağlamayı düşünmelidir (Tutar ve Kck, 2003:177-184).

Sermaye Yetersizliği

Girişimcilerin en önemli başarırsızlık nedenlerinden birisi de sermaye yetersizliğidir. Günümüzde özellikle sermaye yetersizliği nedeniyle işletilmeyen, atıl bir durumda bekletilen bir sürü kuruluşlara rastlayabiliriz. Girişimcilerin fizibilite araştırmalarını bir külfet olarak görüp, yapmakta ihmal ediyorlar. Bunun yüzünden bir çok işletmelerin yatırımlarını başlarken kullandığı sermayeleri yatırım sona ermeden bitebilirler. Yüksek fiyatlı kredilerini ödemekte zorlanarak altında ezilmektedirler. İşletme sermaye

yetersizliği ve eksik kapasitede çalışarak rekabet gücünü de düşürmektedirler (Tutar ve Küçük, 2003:177-184).

Ticaret Bilgisinin Yetersizliği

Her girişimci aynı düzeyde ticaret bilgisine sahip olmamaktadır. Kimi girişimciler aileden gelen bilgiye sahip olurken, kimisi bu konuda eğitim alarak bilgiye sahip olabiliyorlar. Ama bunun dışında ne eğitim alarak ne de alt yapısı olarak yatırım yapan girişimciler vardır. Fakat bunların başarı oranları çok düşük olmaktadır, çünkü yoğun rekabet ortamında belli birikimin olması gerekmektedir.

KOBİ girişimcilerin çoğu teknik kökenlidir. Ancak bir girişimcinin bir alandaki birikimi yeterli olmamaktadır. Çünkü işletmeler çok karışık bir yapıya dönüşüyor ve bu fonksiyonları yerine getirebilmesi için ayrı ayrı uzmanları gerektirmektedir (Tutar ve Küçük, 2003:177-184).

Yetersiz Zaman

Özellikle dinamik piyasalarda tüketicisi istekleri çok çabuk değişmektedir. Bunun için girişimcinin düşünmek için vakti yoktur. Zamanı geniş tutulduğunda fırsatları elden çıkarabilir, ama bunun yanında hızlı alınan kararlarda da başarısızlık riski yükselebilir.

Kk işletmelerde genelde girişimciler hem yönetici hem de bazı bölümlerin sorumlusu olduğunu biliyoruz. Bundan dolayı da bütün bu görevleri yerine getirmesinde zaman darlığı yaşanabilir (Tutar ve Küçük, 2003:177-184).

Girişimcilikle ilgili bu kavramsal ereve oluşturulduktan sonra, yine girişimcilik ve kültürle akından ilgili olan “iş değerleri” konusu bir sonraki bölümde ele alınacaktır.

BÖLÜM 2: KÜLTÜREL BİR BİLEŞEN OLARAK İŞ DEĞERLERİ

Bu bölümde, insanların bir işe yaklaşımlarını belirlemeye yönelik olarak “iş değerleri” konusu ele alınacaktır. Değerler konusu, bir kültürde işe yüklenen anlam, maddeye ve maddi olmayan öğelere atfedilen önemi belirlemek açısından çok önemli olmasına karşın işletmecilikte fazla ele alınan bir konu değildir. Bu konuda yapılmış çalışmalar oldukça sınırlıdır. Genel olarak değerler konusunda bazı çalışmalara rastlanmaktadır. Ancak, iş değerlerine ilişkin Türkçe araştırmalar yok denilecek kadar azdır. Bu çalışma, bu anlamıyla da bir katkı yapmayı amaçlamaktadır.

Değerlerin araştırılmasını gerektiren bir diğer konu da uluslararası yatırımların ve ticaretin giderek yoğunlaşması karşısında, iş yapılan ülkenin sahip olduğu iş değerlerinin öğrenilmesinin işletme başarısı üzerindeki etkisinin fark edilmesidir. İnsanların işe ve maddeye yükledikleri anlam, verdikleri değer kültürler arasında farklılık göstermektedir. Bu farklılıkları anlayamadan, bir işte başarılı olma şansı azalmaktadır.

2.1. Değerler

Toplumsal yaşamın var olduğu dönemlerden bu yana filozoflar, din adamları ve günümüzde farklı disiplinlerde çalışmakta olan araştırmacı ve yazarlar değer konusunda fikir yürütmüşler, değerlerin birey ve toplum yaşamındaki önemine vurgu yaparak doğruluğuna inandıkları erdemleri tanımlamaya ve bu erdemlerin toplumca benimsenmesine çalışmışlar. Örneğin eski Mısır’da (M.Ö.14.yy.) kimseyi öldürmemek, kötülük etmemek, gücünün üstünde çalıştırmamak, yalan söylememek, yiyecekleri pahalı satmamak, terazi ile tartarken hiçbir zaman hile yapmamak gibi ahlaki öğretiler yani değer yargıları öğütlenmektedir (Hançerlioğlu, 2002; akt.,Atay, 2003:87–88). Yine Türk kültüründe “eline, diline, beline; özüne, gözüne sözüne” sahip olmak şeklinde özetlenen değerler bütünü, aynı zamanda hayata ilişkin duruşu da sergilemektedir.

Değerlere ilişkin pek çok tanım bulunan ilgili yazında, yaygın olarak kabul gören beş ayrı özelliğe vurgu yapılmaktadır. Değerler;

- bir inanç durumudur,
- ait olmak istenilen veya kabul gören bir haldir,

- belirli durumları aşmaya yöneliktir,
- olayların ve insanların davranışının seçimine veya gelişimine rehberlik eder ve önceki değerlerin oluşturduğu bir sistemin, diğer değerlerde oluşturduğu öneme bağlı olarak düzenlenirler (Schwartz, 1994:3; akt., Atay, 2003:88).

Değerler pozitivist anlayışın etkisinde uzun yıllar salt bireysel gerçekliği ifade ettiği ve öznel bir karaktere sahip olduğu gerekçesi ile sosyolojik incelemelerin kapsamı dışında tutulmuştur. Fakat son yıllarda “değer” konusu sosyolojinin temel inceleme alanı içine girmiştir. Bilindiği gibi toplumsal yapıyı oluşturan temel toplumsal kurumların tümü kendine ait değerler içermektedir. Bir toplumdaki bireyler çeşitli ideallere, inançlara sahip olmasalardı o toplumda çeşitli normların oluşması da mümkün olamayacaktı. Bunun yanında değerler, hiçbir zaman kendi başlarına bir bilişsel kategori oluşturmazlar ve bunlar başka alanlardaki değerlerle ilişkilidirler (Özensel, 2003:217).

Yönetim ve örgüt bağlamında da son dönemlerde yapılan değişik çalışmalara rastlanmaktadır. Connor ve Becker (1975) değerlerin örgütteki ödül yapısı, terfi, hedefleri benimseme gibi konularla ne derece bağlı olduğunu sorgulamaktadır. Nicholson ve Stepina (1998) ise, işle ilgili kültürel değerleri, dört farklı ülkeden dört bin civarında yönetici, profesyonel, ve işletme öğrencilerine uyguladıkları bir anketle incelemişlerdir. Ülkeler arasındaki iş değeri farklarının açıklanmasında ise Hofstede’in kültür boyutlarından yararlanmışlardır.

2.1.1. Değerin Tanımları

Değerler, araştırmacıların bağlı oldukları disiplinlere göre farklı şekilde tanımlanmaktadır. Bu alanda ilk yapılan bir çalışmada Allport ve diğ. (1931; akt. Nicholson ve Stepina, 1998) değerleri teorik, ekonomik, estetik, toplumsal, siyasal ve dini kategorilere ayırmışlardır. Ro keach (1979; akt. Nicholson ve Stepina, 1998) değerleri, “farklı durumlarda eylemleri ve muhakemeleri yönlendiren inançlar şeklinde tanımlamıştır”. Bu bakımdan değerler, “bir kültür içinde yaşamaktan doğan öğrenilmiş zihinsel programlamalardır” (akt. Nicholson ve Stepina, 1998: 34). Değerler, insanların veya toplumların davranışlarını oluştururken başvurdukları referanslar şeklinde tanımlanabilir. İş değerleri de insanların veya grupların iş ortamındaki davranışlarının arkasındaki zihinsel programlama olarak tanımlanabilir.

Görüldüğü gibi, değerlerin ele alınıp incelenmesinde kesin mantıksal tanımlar yerine, sıklıkla betimsel tanımlamalara gidildiği görülmektedir. Betimsel olarak tanımlandığında kişiye ve gruba yararlı, kişi ve grup için istenir veya kişi ve grup tarafından beğenilen her şeyin “değer” e sahip olduğu ileri sürülebilir (Özensel, 2003:219).

Değerler, genelde inanılan, arzu edilen ve davranışlar için bir ölçek olarak kullanılan olgulardır. Sosyolojik açıdan, kişiye ve gruba yararlı, istenilen ve beğenilen şey olarak tanımlanabilir. Buna göre değer, olgunun kendinden çok, ona transfer edilen önemliliklidir. Böylece mesela eğitimin, bir değer taşıdığı kadar kendisinin de bir değer olduğu söylenebilir (Fichter, 1990:131; akt., Aydın, 2003:123).

Değerler sosyolojide, bireylere, gruplara, hedeflere ve sosyo-kültürel nesnelere verilen önem üzerindeki değerlendirmelere dayanan ölçütlere göre tanımlanabilmektedirler. Özel eylemleri ve amaçları yargılamalarda temel bir standart sağlayan ve bir grubun üyelerinin güçlü duygusal bağlılıklarıyla oluşmuş soyut genelleştirilmiş davranış prensipleridir (Theodorson&Theodorson, 1979:455; akt., Özensel, 2003:225).

Gökçe (1994), Hilmann’ın değer tanımını “toplumsal nitelikli, kültürel olarak reaktif, sosyal yapı ve bireyler itibarıyla farklı şekiller alan ve toplumlara göre farklılık arz eden oryantasyon (uyum) standartları” şeklinde aktarır (Gökçe, 1994:133-134, akt., Özensel, 2003:226).

Değerler, toplumca en iyi, en doğru, en faydalı ve en yararlı olduğu kabul edilen şeylerdir. Bunlar, insanların kişisel istekleri ya da beğenileri olmayıp, grupların ya da toplumların kabul ettikleri, herkes için en iyi, herkes için arzulanır olma özelliğine sahip ve toplumlar arası da geçerliliği olan özelliklerdir (Silah, 2001:13).

Değerlerin kaynaklarından birisi, toplumdur. Klasik sosyolojideki bir anlayışa göre değerler genellikle bir etkileşim ortamında ihtiyaç ve eylemden kurumsallaşmalara uzanan sürecin sonunda ortaya çıkar (Köseihal, 1955:259; akt., Aydın, 2003:123). Ancak toplum üstü bir kaynak daha vardır. Bu da dini değerleri açıklar. Klasik sosyoloji her ne kadar değer, norm, kurum ve benzeri konularda toplumun yansıması olmayan bir olgu düzeyini kabul etmeye istekli değilse de tüm bu olgu alanlarında toplumun açığa çıkarıp geliştirdiği, ama ona indirgenemeyen bir yön vardır.

Gerçekten de bu çerçevede üzerinde durulması gerekli önemli noktalardan birisi din-değer ilişkisidir. Teorik açıdan bakıldığında değer, bilme ve inanma gibi iki yönünün olduğu görülür (Ülken, 1965; akt., Aydın, 2003:123). İnanma eksenini değerleri dine bağlar. Bu çerçevede denilebilir ki, din değer ilişkisi karşılıklıdır; değerler dinin dokusunu oluşturduğu gibi, din de yerine göre hem değer oluşturur, hem de ortamını inşa eder. Değerler, özellikle beşeri dinin oluşmasında başlı başına bir etkiye bulunduğu gibi din de değerlerin bizzat ortaya çıkmasında, varlığını sürdürmesinde ve bir hiyerarşi dahilinde insan hayatına yön vermesinde etkili olur (Günay, 1998; akt., Aydın, 2003:123).

Yine iş ve örgüt değerleri açısından konuya yaklaşıldığında, değerler, başarı için önemli olduğuna inanılan performans standartları, müşteri ve işgörelere nasıl davranıldığı şeklindeki uygulamalar konusunda örgütlerin sahip oldukları inançlar, örgütte neyin istenir, neyin istenmez olduğunu belirleyen işgörelere benimsenmiş ölçütlerdir (Erdem, 2003:55).

Değerin tanımına ilişkin ortaya konan farklı görüşlere karşın araştırmacılar değerlerin “bireylerin tutum ve eylemlerine rehberlik eden ölçüt standartları” olduğu konusunda yaygın görüşleri vardır (Mellahi, 2001: 45). Bu standartlar, bir örgütteki liderlik biçimini, karar alma yöntemini, ve benzeri faaliyetleri etkilemektedir.

Değerlerin kavramlaştırılması ve ölçülmesine ilişkin değişik yaklaşımlar benimsenmiştir. En fazla atıf alan ve en erken geliştirilen değer araçlarından birisi Rokeach (1973; akt. Mellahi, 2001) tarafından geliştirilen otuz altı ifadelili bir değer ölçeğidir. Bu ölçek, insan değerlerinin genel görünüşünü ve bu değerlerin bir bireyin tutum ve eylemlerini tahmin etmede kullanılabilirliğini ölçmeyi amaçlamaktadır. Aynı çalışma daha sonraları Weber (1990; akt. Mellahi, 2001) tarafından yapılmıştır. Weber’in bulgularına göre insanları iş yaparken başarı ve gerçekleştirmek duygusunu tatmak istemektedirler ancak aynı zamanda bireyler, davranışlarını ve tutumlarını belirlerken moral değerleri de önemsemektedirler. Her örgüt içerisinde, çalışanların ve yöneticilerin bu tür değerleri önemsedikleri ve salt örgütsel amaçları gerçekleştirmek adına hareket etmedikleri ifade edilmektedir (Mellahi, 2001).

Birinci bölümde ele alınan Hofstede’in kültür boyutlarından özellikle bireycilik ve kolektivizmin de değerlerle ilgili olduğuna ilişkin bulgulara rastlanmaktadır. Bireyci

kültürlerde bireylerin hedefleri ve amaçları sosyal ve grup amaçlarından önce gelir. Bu nedenle bireylerin hırs, yetkinlik, bağımsızlık gibi değerlere sahip olması ve bu sayede bireysel beklentilerini yerine getirebilmeleri düşünülür. Buna karşılık kolektivist kültürlerde bireysel toplumsal faydayı önemsediklerinden daha çok ahlaki değerleri öne çıkarırlar. Bu sayede topluma ve gruba karşı bağlılıklarını, özverilerini, ödevlerini yerine getirme isteğini ortaya koyarlar. İşbirliği, uyum, güler yüzlülük, affetme, yardımseverlik, sevecenlik, efendilik ve nezaket gibi unsurlar böylesi kültürlerde daha fazla önemsenir (Mellahi, 2001: 46).

2.1.2. Değerlerin Özellikleri

Yukarıda söz edildiği gibi, toplumsal yapıyı oluşturan ekonomi, siyaset, aile, hukuk, eğitim, estetik, din gibi temel kurumların hepsi kendisine ait değerleri de içerir. Ancak nasıl bu kurumların işleyişini birbirinden bağımsız düşünemiyorsak, değerleri de birbirinden bağımsız düşünmek mümkün değildir. Değerler, kişileri bilişsel kurgulamalarının başlıca unsurlarıdır. Değerler arasında üst düzeyde, bir ahengin oluşumu, kişinin çevreye uyumunun zorunlu şartlarından biridir. Bu yüzden bireylerin toplumsal uyumları ve davranışları arasında bir tutarlılık söz konusu olabilmektedir. Aksi takdirde bireyler aynı konuda sürekli farklı tutum geliştirip farklı davranışlar sergileyebilirlerdir (Özensel, 2003:228).

Değerlerin toplumsal yaşam içinde önemli özellikleri ve bu özelliklere bağlı olarak yerine getirdiği çeşitli işlevleri vardır. Değerlerin genel özelliklerini Gökçe (1994; akt. Özensel, 2003) şu şekilde sistematize eder:

Sosyal değerler, temel seçici, oryantasyonun standardıdır. Yani bu bağlamda değerler bilinçli ve amaçlı davranışın genel ölçütüdür. Bu bakımdan değer, sosyal eylemde bulunan bir kişinin sosyal olarak kabullenebilen olgu ve istekleri için temel atıf noktası görevini görmektedir.

Değerler, kültürel olarak şekillendirilmiştir ve aynı zamanda kültür üzerinde de yönlendirici olarak etki etmektedir. Bu bakımdan değerler, belli bir kültürün gelişme süreci içinde şekil almaktadır. Bu da genel olarak sembol, moral ve estetik normlar, davranış şekilleri olarak belirginleşir. Bu açıdan değerler kültürün esasını oluşturmaktadır.

Değerler, insanlarla özdeşleşmiştir. Yani sosyalleşme sürecinde değerler kişiler tarafından öğrenilmekte ve üstlenilmektedir. Bunun doğal bir sonucu olarak değerler kişinin şahsiyetinin bir parçası olarak görülmektedir.

Değerler, sosyal bir boyuta sahiptirler. Yani değerler hem zihinsel hem de hissi-duygusal yönü belirten ifadelerdir (Özensel, 2003:230-231).

Değerlerin en önemli özelliklerinden birisi de her şey gibi değişir olmalarıdır. Gerçi değerleri salt biçimleriyle değışmediklerini söyleyebiliriz. Felsefi bir ifadeyle değerlerin değışimi, reel bir varlık olan insan ile ilişkileri bakımındandır. Değerler, dışlaşma düzeyine bağlı olarak az veya çok bir değışime uğrarlar. Bir başka değışle dini olsun ya da olmasın değerler tabiatları itibariyle “özcü” olmak durumundadırlar (İnam, 1997; akt., Aydın, 2003:126). Ancak vakalara denk düşen yönü neseldir ve değışkendir. Değerlerin sosyolojinin konusu olmasının sebebi de bu bağlamdaki değışkenliktir. Esasen değer araştırmaları değerlerin nerede, ne düzeyde, nasıl bir sosyal olguyla irtibatlı olarak, hangi eksenlerde değıştiği ve buradan olumlu veya olumsuz ne tür sonuçların doğduğu temel esprisine dayanır (Aydın, 2003:126).

2.1.3. Değerlerin İşlevleri

Sosyal değerler belli sosyal sonuçlara yol açar. Bu sonuçlar literatürde sosyal değerlerin işlevleri olarak adlandırılmaktadır. Bu işlevleri şu şekilde sıralayabiliriz:

Değerler, kişilerin ve birlikteliklerin sosyal değerinin yargılanmasında hazır birer araç olarak kullanılır. Bireyin çevresindekilerin gözünde nerede durduğunu bilmesine yardım eder.

Değerler, kişilerin sosyal rollerini seçmesinde ve gerçekteşmesinde rehberlik ederler. İlgi yaratırlar, cesaret verirler. Böylelikle de kişilerde çeşitli rollerin gerekliliklerinin ve beklentilerinin bir takım değerli hedefler doğrultusunda işlemekte olduğunu kavramış olurlar.

Değerler, sosyal kontrol ve baskının araçlarıdır. Kişileri törelere uymaya yöneltir, doğru şeyleri yapmaya yüreklendirir. Değerler ayrıca onaylanmayan davranışları engeller, yasaklanmış örüntülerin neler olduğuna işaret eder ve sosyal ihlallerden kaynaklanan utanma ve suçluluk duygularının kolayca anlaşılabilmesini sağlar.

Değerler, dayanışma araçları olarak da işlevde bulunurlar. Sosyal bilimlerin aksiyomlarından biri de, grupların yüksek düzeyde bazı değerlerin paylaşılması amacıyla buluştuğudur. Kişiler aynı değeri güden kişilere doğru çekimlenirler. Ortak değerler sosyal dayanışmayı yaratan ve sürekli kılan en önemli faktörlerden biridir (Fichter, 1990; akt., Özensel, 2003:231-232).

2.1.4. Değerlerin Sınıflandırılması

Sosyal değerler, toplumun tabakalaşma sistemine olduğu kadar davranış örüntülerine, sosyal rollere ve sosyal süreçlere de yakından bağlıdır. Değerler bu bağlamda üç bakış açısından sınıflandırılabilirler:

- Değerler zorlayıcılık değerlerine göre sınıflandırılabilirler. Böylece değerler sosyal kişileri etkileme derecelerine göre düzenlenmiş olurlar.
- Sosyal değerler süreklilik gösteren ortaklaşa işlevler temelinde de düzenlenebilirler.
- Değerlerin en anlamlı sınıflandırılması, değerlerin kurumsal işlevlerine göre sınıflandırılmasıdır (Fichter, 1990:148; akt., Özensel, 2003: 229).

Değerler, ayrıca grup ölçekli değerler ve bireysel değerler olarak da tasnif edilebilir (Kilby, 1993; akt., Özensel, 2003:230). Buna göre grup ölçekli değerler grup yapısının bir parçasıdır. Grup içerisindeki kurallar ve normlar grubun değerlerini teşkil eder. Genel olarak paylaşılan değerler grup dinamiğinin özünü oluşturur ve grubun içsel bağlılığını kuvvetlendirir.

Ayrıca grup ve kültür ölçekli değer ve inançlar bize neyin önemli, neyin önemsiz olduğunu göstererek motivasyonel davranışlarımız için gerekli motivasyonları üretirler. Grup değerleri ayrıca sürekliliğin ve güneşliğin de kaynağıdır.

Değerler toplumsal hayat için bir tatmin ölçütü sunarlar. “ Bu açıdan değerler bireye toplumsal hayata katılımında bir güvenlik, anlamlılık, amaçlılık ve geleceğe yönelimlilik hissiyatı kazandırır” (Kilby, 1993: 59; akt., Özensel, 2003: 230).

Genel sosyal değerlerin *modern* ve *geleneksel* olmak üzere iki tipinden söz edilmektedir. Modern değerler, aşkınlıktan uzak, akılcı, dış görünülüğü ön plana

çıkaran değerlerdir. Yeniliğe açık, geçmişten çok bugüne ve geleceğe yönelik planlama ve örgütlenmeyi önemseyen, bu planı gerçekleştirmek için çevreye uyum yerine onları kendine uydurmayı düşünen, sahibiyile kaim olmaktan çok dağıtıcı adalete inanan bir mantık olma özelliklerini de ekler.

Geleneksel değerler ise bunun aksine, aşkın, soyut, sezgisel, ahlaki ve mahremiyetli bir karaktere sahiptir. Doyurucu bir açıklaması bulunmamakta. Çoğu kere “modern dışılığı” anlatmak üzere yapı düzleminde kullanılmaktadır. Geleneksel değerler bir değişim geçirerek moderne dönüşmektedir (Aydın, 2003:124).

Dini değerler de kurumsal ve eylemsel olarak iki kategoriye ayrılmıştır. Kurumsallaşmış değerler daha çok dışlanmış ve sosyal hayatta kendine özgü biçimlerde gerçekleşen değerlerdir. Buna karşılık eylemsel değerler ise daha soyutturlar ve eylemlerin nihai hedeflerini oluşturan değerlerdir.

Değerler ile insanlar arasındaki ilişki karşılıklıdır; değerler insanları, insanlar değerleri yaşatır. Ancak değerler genç-yaşlı, kadın-erkek, okumuş-okumamış, zengin-fakir gibi sosyal kategorilere göre farklı düzeylerde algılanmaktadır. Gerçekten de değerlerle insan davranışları arasındaki ilişki tek yönlü ve bire bir değildir, değerlerin sosyal hayatta gerçekleşmesi karmaşık bir süreçtir. Sürecin bu komplike verisine “tutum” denmektedir (Aydın, 2003:125).

Tutum, genel olarak, yaşanan tecrübe sonucu oluşan, ilgili olduğu durumlara karşı ferдин davranışlarını yönlendirme etkisine sahip ruhsal bir hazırlık durumudur. Bir başka ifadeyle tutum, davranışsal eğilimler içeren bilgiler, inançlar ve kanaatler bütünüdür. Ancak sıradan kanaatlerden sürekli dir. Tutum araştırmalarıyla tanınan M. Şerif’e göre, değer tutum içeriğidir. Ancak bir tutumda tek değer etkili olmaz, arka planda bir değerler kombinasyonu yer alır. Yani tutum bütün bunların bileşkesinde ortaya çıkar. Değer-davranış arasında sıkça gördüğümüz çelişkiler de çoğu kere tutumun bu bileşikliğ in bir sonucudur (Aydın, 2003:125).

Değerlerin toplumsallık ve pratikle ilişkisi bazı ahlakla bağlantısına götürmektedir. Çünkü ahlak bir şeyin iyi ya da kötü oluşuna dair bir yargıda kendini gösterir (Güngör, 1998; akt., Aydın, 2003:125). Belki ahlak salt bir değer değil, yargılaşmış bir değerdir,

bu ise tutumsallıkla yakından ilgilidir. Hatta onun değişkenliği bu pratiklere bağlıdır (Aydın, 2003:125).

2.2. Değerler ve Toplumsal Roller

Bir toplumda değerlerin ifade edildiği ve simgelendiği temel mekanizmalar ise kişinin üstlendiği toplumsal rollerdir. Kişiler rolü oluşturan davranış örüntülerini en çok önemli olandan en az önemli olana doğru bir süreklilik üzerinde değerlendirirler. Örneğin, bir lise öğrencisinin, öğrenci rolü içindeki davranışlarına ilişkin beklentilerinin hepsi aynı düzeyde olamaz. Onun için derslere devam edip sınıfını geçme, bir sosyal aktiviteye katılmaktan çok daha değerlidir (Özensel, 2003:228).

Ayrıca, kişinin toplumdaki çoğul toplumsal rolleri de, değer açısından farklılık gösterir. Bu kültürdeki başat kuruma ve ikinci derecede de bireyin yaş, cinsiyet ve benzeri özelliklerine bağlıdır. Örneğin, bir din adamının dini rolünü, ekonomik, siyasal ve diğer rollerden daha yüksekte tutması beklenir. Başka bir değişle toplum, rolleri sosyal değer dereceleri ile çepeçevre kuşatır. Bireyler de davranış örüntülerini bu değerlere göre saptamalıdır (Fichter, 1990; akt.,Özensel, 2003:228).

Değerler bizim yaşamımızı derinden etkiler. Onlar, her gün tecrübe ettiğimiz gerçekliğin önemli bir parçasıdır. Hayatımıza bir yapı ve bir yön verirler. Onlar, bazı motivasyonları oluşturmada, nesnelere kavramada ve düşünmede bize yardımcı olurlar. Onlar hayatımızın her kademesinde ve eş, arkadaşı, meslek ve grup tercihlerimizde iş başındadırlar (Özensel, 2003:229).

2.3. Değerler ve Diğer Kavramlar

Değerlerin insan duygu, düşünce ve davranışlarıyla yakından ilişkisi bilinmektedir. Hatta pek çok sosyal bilimci değerlerin insan davranışlarını açıklamada temel bir öneme sahip olduğunu düşünmektedir (Kuşdil ve Kağıtçıbaşı, 2000; akt., Atay, 2003:89).

2.3.1. Değerler ve İnançlar

İnançlar hemen her toplumlarda, sosyal bilimcilerin en çok üzerinde durdukları ve pek çok tanım geliştirdikleri kavramdır. İnançlar sürekli organizasyonlardır. Bir inanç bir şeyin ifade ettiği manaların toplamı, bireyin eşya hakkındaki bilgisinin tamamıdır (Crutchfield, 1970:159; akt., Atay; 2003:89). Örgüt psikolojisi açısından bakıldığında

ise inançlar, bilgi, kanaat ve imanı kapsayan bir psikolojik olaydır (Eren, 2001:173; akt., Atay, 2003:89).

İnançları tanımlarken, değerleri de bir tür inanç sayan yaklaşımından söz etmek gerekli olacaktır. Üç tip inanç vardır. Bunlardan birincisi; tanımlayıcı ya da var oluşçu inançlardır. Bu inançlar doğrulanabilirler ya da bunların yanlışlıkları ortaya çıkartılabilir. İkinci tip inançlar; değerlendirici inanç tipleridir, takdire bağlıdır ve bireyler nesnelere ya da olayları iyi veya kötü şeklinde tanımlamakta bu inanca dayanırlar. Üçüncü inanç türü ise örf ve adetlerimizle yaşamımıza yerleşmiş inançlardır. Bu tür inançlar, davranışların ya da amaçların arzu edilir ya da edilmez olduğuna karar verilmesinde etkilidir (Rokeach, 1973; akt., Atay, 2003:89). Değerler de bir çeşit inançtır ve üçüncü tip inançlardan sayılmaktadır (Atay, 2003:89).

2.3.2. Değerler ve İdeolojiler

İdeoloji terimi, bugün nesnel olmayan bir fikir ürünü çağırışımı yapıyorsa da, kavram Batı Avrupa'nın fikir tarihinde bunun tam tersi bir anlamda ortaya çıkmıştır. Başlangıçta doğru düşünme bilimine verilen isimdir (Mardin, 1982; akt., Atay, 2003:89).

Toplumun, grubun ya da bireyin sahip olduğu değerler sistemi aynı zamanda onların ideolojisini de belirler. Bu yaklaşımı öngören Rokeach (1973) bunu ispatlamaya yönelik bir deney yapmıştır. Eşitlik ve hürriyet değerlerini ele almış ve farklı ideolojilere mensup insanların bu kavramların ideolojilerine göre nasıl farklı sıralarda tercih ettiklerini göstermiştir; elde edilen sonuçlar, öngörüsünün ispatı niteliğindedir (Atay, 2003:89).

2.4. İş Değerleri

Günümüzde değerler üzerine çalışan, ölçek geliştiren araştırmacılar, yaşam değerlerinin içinde yer alan, onlarla ilişkili fakat işin ve işyerinin amaçlarına uygun olarak öne çıkan, bireylere ya da gruplara özgü değerlerin olduğunu öne sürmekte ve bunları *iş değerleri* olarak tanımlamaktadırlar (Ros ve Schwartz, 1999; akt., Atay, 2003:88).

Çalışma hayatının kişiye ekonomik bağımsızlığına kavuşturma, onu sosyalleştirme, toplumsal gücünü ve yaratıcılık yeteneğini geliştirme, onun kişiliğine güven ve

saygısını arttırma gibi işlevleri vardır. İşin ekonomik, maddesel ve güvenlik değerleri yanında, toplumsal, estetik, yaratıcılık, prestij ve sağlık değerleri vardır. Genel olarak iş değerleri işlevsel ve kültürel açıdan incelenebilir (Silah, 2001: 12).

2.4.1. İşin İşlevsel Değerleri

Bir işin kendi değeri vardır. Buna işin iç değeri denir. İşgörenin, işi yapmaktan aldığı haz ve başarıma duygusu bu değeri ifade etmektedir.

Bir işin dış değeri vardır. Bunların sağladığı ekonomik, parasal gelir ve prestij gibi toplumsal değerlerdir.

İş çevresindeki koşulların ifade ettiği değer. Bunlar iş arkadaşları, üstler gibi beşeri ögenin yarattığı toplumsal, tinsel çevre koşulları ile işin maddesel-fiziksel çevresine ilişkin koşullar diye iki guruba ayrılabilir. Bir işte maddesel ve tinsel yorgunluk bezginlik ve acı verebilir (Silah, 2001:12).

2.4.2. İşin Kültürel Değerleri

Toplumsal kültür değerleriyle de işin işlevselliği ve anlamı ilişkilendirmektedir. Kültürel açıdan değer kavramı, kişisel tutumları ve bilişsel süreçleri etkilediği, kültür örüntüleri olarak iş ve uğraşları yansıttığı kabul edilmektedir.

Rokeach'a (akt. Nicholson ve Stepnia, 1998) göre değer, kalıcı bir inançtır. Bu inanç, davranış moduna veya var olmanın son durumuna zıt ya da karşıt kişisel veya sosyal olarak tercih edilebilen bir davranış modu veya son durumdur.

Değerler, bireyin çalışma yaşamında işiyle ilgili süre gelen eylemlerine yol gösteren standartlar olarak işlev görürler. Değer sistemleri ise, çalışma yaşamında, çatışmaları çözmekte ve karar vermede uygulanan genel planlar olmaktadır. Çalışma yaşamında bireyin kültür değerlerinin;

- İş standardı olarak,
- Karar verme ve çatışmaları çözüme planları olarak,
- Motivasyon aracı olarak,
- Davranış yaptırımları olarak,

işlev yaptıkları kabul edilir.

Kültürler açısından çalışma yaşamında farklı iş değerleri yaşanmaktadır. Örneğin toplumumuzda her iş kutsal ve değerlidir, alın teriyle yapılan her iş onurludur ve yapan için bir utanç kaynağı olamaz. Toplumsal kültürümüzde bazı işler kadına özgü değerler içerirken, evrensel kültür açısından iyi bir ev kadını olmak değeri, iyi bir iş kadını olmaya dönüşmüştür.

Günümüz çalışma yaşamı işletmeciyi düşük maliyetle, kaliteli üretim yapabilme ilkesini benimsemiştir. Bu amaçla çalışanlarda iş ahlakı, kalite, verimlilik, girişimcilik ve rekabet gibi iş değerleri aranmaktadır (Silah, 2001:14).

Çalışma sisteminde, firmaların elektronik iş ve elektronik ticaret (E-Ticaret) kavramlarını benimsemeleriyle iş piyasası yeni değerler kazanmıştır. E-ticaret belirli bir internet sitesinde yaratılan sayfaya belirli bir ürünün reklamı konularak pazarlaması yapılmaktadır. Elektronik işte ise, bu sitede müşterilerin isteklerine dikkat edilerek, karşılıklı şirket ve müşteri etkileşimini esas alan, gerçek ekonomik rekabeti kullanan, bir iş yapma ortamı yaratılmaktadır. Bu ilişkiler sisteminde kazanılan yeni iş değeri de, firmaların “müşteriyi patron olarak görme” eğilimidir. Bilim adamları, müşteriyi patron olarak değerlendiren (iş değerine sahip) şirketlerin, çağımızda her zaman kazanacağı görüşündedirler (Silah, 2001:15).

Genel olarak dünyanın işletmelerinin benimsediği iş değerleri; yaratıcılık, hayal gücü, vizyon sahibi olmak, girişimcilik, iş ahlakı, sosyal sorumluluk, insan haklarına saygı, toplam kalite ve eğitim, sürekli kendini geliştirme çalışmalarında önem kazanan değerlerdir (Silah, 2001:16).

Görüldüğü gibi, değerler kültürün en önemli bileşenleri olarak çok değişik boyutlardan ele alınabilmektedirler. İş değerleri, toplumsal, estetik, siyasi değerler gibi kültürün kendi özelinde oluşur ve kültürden kültüre farklılık gösterir. Bu nedenle, özellikle kültürler-arası iş ilişkilerinin giderek yoğunlaşmasına bağlı olarak, iş değerlerinin “karşılaştırmalı” bir bakış açısıyla ele alınması ve incelenmesi gerekmektedir.

BÖLÜM 3: GİRİŞİMCİLİK VE İŞ DEĞERLERİNE İLİŞKİN

ÜLKELER-ARASI BİR KARŞILAŞTIRMA

3.1. Araştırmanın Amacı, Önemi ve Hipotezler

Bu çalışmada farklı ülkelerin Üniversite öğrencilerinin girişimcilik ve iş değerleri eğilimlerini incelenmeye çalışılmıştır. Öğrencilerin sahip oldukları karakteristik özelliklerinin onların girişimci olmalarının veya olmamalarının üzerindeki etkisi belirlenmeye çalışılmıştır.

Konunun teorik kısmıyla bağlantılı olarak bir anket hazırlanmıştır. Anket çalışmasından sonra elde edilen bulguların sonuçları yorum ve değerlendirilip öğrencilerin girişimcilik ve iş değerleri eğiliminin ne derecede olduğunu ölçmeye çalışılmıştır.

Birinci ve ikinci bölümlerde girişimciliğin ve iş değerlerinin farklı kültürel ortamlarda farklı şekilde ortaya çıktıkları ve geliştikleri ifade edilmiştir. Bu nedenle, köken olarak aynı olmakla birlikte, farklı coğrafyalarda, farklı siyasi, toplumsal ve ekonomik şartlar altında hayatlarını sürdüren Türkiye ve Türk Cumhuriyetleri öğrencileri arasında “girişimcilik eğilimleri” ve “iş değerleri” bakımından bazı farkların ortaya çıkması kaçınılmazdır. Bu saptamadan hareketle, girişimcilik eğilimi ve iş değeri ile ilgili birinci hipotezler, Türkiye ile diğer Türk Cumhuriyeti vatandaşı öğrenciler arasında anlamlı bir farkı olduğu şeklinde tasarlanmıştır.

İkinci hipotezler ise, Kırgızistan, Özbekistan ve Azerbaycan arasında girişimcilik eğilimi ve iş değerleri bakımından fark olduğu ifadesine bağlı olarak oluşturulmuştur. Bunun arkasındaki mantık ise, bu ülkelerin ekonomik yapılarının, sahip oldukları kaynakların ve geleneksel olarak geliştirdikleri ticaret ilişkilerinin birbirinden farklılık göstermesidir. Özbekler, geleneksel olarak ticareti seven bir Türk topluluğu olarak bilinmektedir. Buna karşılık Kırgızlar, daha çok göçebe yaşama ve hayvancılığa dayalı bir ekonomik arkaplana sahiptirler. Azerbaycan ise özellikle doğal kaynakları nedeniyle Sovyetler öncesinde bile yabancı yatırımcıların ve girişimcilerin ilgisini çekmiştir. Bu bakımdan ekonomik tecrübeleri ve iş kültürü diğer ülkelerden farklılıklar gösterebilir.

Üçüncü hipotezler ise “eğitimin” bir kültür inşa etme süreci olarak girişimcilik eğilimi ve iş değerleri üzerindeki etkisini sorgulamak amacıyla oluşturulmuştur. Burada,

Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı öğrencilerden Türkiye’de eğitim alanlar ile Azerbaycan ve Kırgızistan’da eğitim alanların yaşadıkları mekan değişikliği ve eğitim kurumu değişikliğine bağlı olarak bir farklılık gösterip göstermedikleri sorgulanmaktadır.

Konuyla ilgili geliştirilen hipotezler şu şekildedir:

Girişimcilik

H1: Dönüşüm ekonomilerindeki (Kırgızistan, Özbekistan, Azerbaycan) öğrencilerin girişimcilik algılamalarıyla piyasa ekonomilerindeki (Türkiye) girişimcilik algılamaları arasında anlamlı fark vardır.

H2: Türkiye’de okuyan T.C. uyruklular ile Türk Cumhuriyetlerinde okuyan T.C. uyrukluların girişimcilik algıları arasında anlamlı fark vardır.

H3: Türk Cumhuriyetleri (Kırgızistan, Özbekistan, Azerbaycan) öğrencilerinin girişimcilik algılamaları arasında anlamlı fark vardır.

İş Değerleri

H1: Dönüşüm ekonomilerindeki (Kırgızistan, Özbekistan, Azerbaycan) öğrencilerin iş değerleri ile piyasa ekonomilerindeki (Türkiye) girişimcilik algılamaları arasında anlamlı fark vardır.

H2: Türkiye’de okuyan T.C. uyruklular ile Türk Cumhuriyetlerinde okuyan T.C. uyrukluların iş değerleri arasında anlamlı fark vardır.

H3: Türk Cumhuriyetleri (Kırgızistan, Özbekistan, Azerbaycan) öğrencilerinin iş değerleri arasında anlamlı fark vardır.

3.2. Veri Toplama Araçları

Araştırma için iki temel veri toplama ölçeğinden yararlanılmıştır. Birincisinde, öğrencilerin girişimcilikle ilgili algılamaları; ikincisinde ise öğrencilerin iş değerlerine ilişkin algılamalarının ölçülmesi amaçlanmaktadır.

Girişimciliğe ilişkin algıların ölçüldüğü 28 ifadeli ölçek, bir çok farklı uluslar arası çalışmada kullanılmıştır. Örneğin Biscaccianti ve diğ. (2004) ABD, İngiltere ve Fransa’da toplam 928 öğrenci üzerinde yaptıkları çalışmada bu ölçeği kullanmışlardır.

İş değerlerinde belirtilen ifadeler değişik çalışmalardan uyarlanarak oluşturulmuştur. Bu ifadeler, araştırmalarda yaygın olarak kullanılmaktadır. Örneğin Daehlen (2004) değişik birimlerdeki öğrencilerin, eğitimleri süresince iş değerlerinde bir değişiklik olup olmadığını sorgulamakta; aynı yazar bir diğer çalışmasında (2005), Norveç'te okuldan sonra iş hayatına atılan hemşirelerin kullanılan sekiz değer ifadesine göre iş değerlerinde yaşanan dönüşümü incelemektedir. Yine değerler konusunda "The Rokeach Value Scale (Rokeach, 1979, aktaran Ahmed, 1995) literatürde yaygın olarak kullanılmaktadır. Yine Ahmed ve Rojas (1988) tarafından 18 ifadelik bir değerler ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçeklerdeki ifadelerden birbirine benzer nitelikte olanlar çıkarılmış ve EK 1'de gösterilen anketteki 16 iş değerleri ifadeleri oluşturulmuştur.

3.3. Veri Toplama Süreci

Verileri toplamak amacıyla anket uygulanmıştır. Toplam 1201 tane anket elden dağıtılmıştır, bunlardan 352 tanesi Kırgızistan, 178 tanesi Özbekistan, 332 tanesi Azerbaycan ve 339 tanesi Türkiye'de uygulanmıştır. Kırgızistan'da Manas Üniversitesi ve Komersiyalılık Enstitüsü, Türk Dünyası Celalabad İşletme Fakültesi, Azerbaycan'da Azerbaycan Devlet İktisat Üniversitesi, Türk Dünyası İşletme Fakültesi, Türkiye'de Sakarya Üniversitesi, İİBF ve Özbekistan'da Andijan Devlet Mühendislik ve İktisat Enstitüsü, anketin uygulanmasını kabul etmişlerdir. Özbekistan dışındaki fakülteler Türkiye'de YÖK tarafından tanındıkları ve ÖSYM sistemi içerisinde yer aldıkları için buralarda aynı zamanda T.C. uyruklu öğrenciler de bulunmaktadır.

Anketler sınıf ortamında uygulayıcının gözetimi altında doldurulduğu için, geri dönüş oranı tam olmuştur. Anketler dört bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular sorulmuştur. İkinci bölümde girişimciliğinin arka planını belirlemek amacıyla 11 sorudan hazırlanan ölçekler sorulmuştur. Üçüncü bölümde girişimciliği, dördüncü bölümünde ise iş değerleri özelliklerini ölçmeye yönelik sorular sorulmuştur. İki bölümde de 5'li ölçek kullanılarak 28 soruluk girişimci ve 16 soruluk iş değerleri ile ilgili sorular hazırlanmıştır. Ayrıca üçüncü bölümün sonunda, cevaplayıcının düşüncelerini kendi kelime ve cümleleriyle ifade etmesi için açık uçlu soru da kullanılmıştır.

3.4. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmanın değişik sınırlılıkları vardır. Bunlardan birincisi, her ülkede sadece sınırlı sayıda üniversitede uygulanabilmesidir. Hem uygulanan üniversite, hem de öğrenci sayısının artmasıyla bulguların genelleştirilebilirliği de artabilirdi. Bir diğer sınırlılık ise, Kırgızistan ve Azerbaycan'da uygulama yapılan fakülteler YÖK tarafından tanınan ve Türkiye Cumhuriyeti ile bağı olan, Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı öğrencilerin de öğrenim gördükleri kurumlar olmasına karşın, Özbekistan'daki fakülte sadece Özbeklerin okuduğu bir kurumdur. Bu durum, yapılan karşılaştırmaları zayıflatıcı bir etmen olabilir. Örneğin Kırgızistan ve Azerbaycan'daki fakülte öğrencilerinin Türkiye Türkçesine hakim olma, Türkiye hakkında bilgi sahibi olma gibi konularda Özbekistan'daki öğrencilerden farklı tutum sergilemeleri olasıdır.

Bir diğer sınırlılık ise anketin çeviri problemidir. Anket Türkiye, Kırgızistan ve Azerbaycan'da Türkiye Türkçesi ile uygulanmıştır. Ancak, Özbekistan'da Özbekçe olarak uygulanmıştır ve çeviri nedeniyle bazı anlam kayıplarının olması kaçınılmazdır. Son olarak, Kırgızistan, Azerbaycan ve Özbekistan'da girişimcilik ve öğrencilerin girişimciliğe ilişkin algıları hakkında yeterli kaynak olmaması nedeniyle etkin bir literatür incelemesi yapılamamıştır.

3.5. Araştırmanın Temel Bulguları

Bu bölümde öncelikle araştırmaya katılanların demografik özelliklerine ilişkin bulgulara yer verilecektir. Daha sonra girişimcilikle ilgili, en son olarak ise iş değerleri ile ilgili bulgu ve istatistiksel çözümlemelere yer verilecektir.

3.5.1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

Burada, öncelikle katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin verilere yer verilecektir.

Tablo 2: Katılımcıların Cinsiyetleri

	Bayan		Erkek		Toplam
	n	%	n	%	n
Kırgızistan	170	48,3	182	51,7	352
Özbekistan	36	20,2	142	79,8	178
Azerbaycan	43	13,0	289	87,0	332
Türkiye	159	46,9	180	53,1	339
Toplam	408		793		1201

Tabloda görüldüğü gibi, ankete katılan kız ve erkek öğrencilerin sayısı ülkelere göre değişiklik göstermektedir. Türkiye ve Kırgızistan’da bayan-bay dağılımı görece dengeli iken, Azerbaycan ve Özbekistan’da erkeklerin çok daha yüksek oranlarda temsil edildikleri ortaya çıkmıştır. Anket, söz konusu bölümlerin hemen bütününe uygulandığı için, bu dağılım aynı zamanda o kurumdaki bay-bayan oranını da göstermektedir. Buradan, Kırgızistan ve Türkiye’de bayanların “işletmecilik-girişimcilik” alanında yüksek öğrenim görme eğilimlerinin diğer ülkelere oranla daha yüksek olduğu gibi bir sonuç çıkarılabilir. Ancak, Özbekistan’ın sosyal yapısı, bayanların yüksek öğrenim görmelerini engellemekte, aileler bu konuya sıcak bakmamaktadır. Bu nedenle, sadece işletme-girişimcilik alanında değil, diğer alanlarda da bayanların oranının erkeklere göre daha düşük olduğu söylenilebilir.

Öğrencilerin yaşları doğal olarak 17-24 arasında yoğunlaşmakta, buna karşın, 38 yaşına kadar az sayıda da öğrenciye rastlanmaktadır.

Tablo 3: Katılımcıların Uyrukları

	Kırgız		Özbek		Azeri		T.C.		Diğer		Toplam
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n
Kırgızistan	237	67,3	13	3,7	2	0,6	68	19,3	32	6,2	352
Özbekistan	0	0	176	98,9	0	0	0	0	2	1,1	178
Azerbaycan	1	0,3	0	0	153	46,1	178	53,6	0	0	332
Türkiye	0	0	0	0	0	0	338	99,7	1	0,3	339
Toplam	238		189		155		584		35		1201

Öğrencilerin uyuşuna göre dağılımında ise Kırgızistan’da eğitim alan öğrenciler farklı uyuşta mensup olmalarıyla ön plana çıkmaktadır. % 67,3’lü kısmı yerli, % 3,7’li Özbek, % 0,6’lı Azeri, % 19,3’lü T.C. ve % 6,2’li kısmı da diğer uyuştan öğrenciler yer almaktadırlar. Azerbaycan’da % 46,1’ine Azeri, % 53,6’sına T.C. ve % 0,3’üne Kırgız uyuşlu öğrenciler sahiptir. Özbekistan ve Türkiye’deki öğrenciler için ise aynı şeyi söylenemez, bu ülkelerde sadece yerli öğrenciler eğitim almaktadır. Burada, Özbekistan’ın Türk Cumhuriyetleri ile etkin bir eğitim işbirliğine gitmediği görülmektedir.

Tablo 4: Katılımcıların Bölümleri

	İşletme		İktisat		UAI		Maliye		Diğer		Toplam n
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	
Kırgızistan	143	40,6	75	21,3	37	10,5	79	22,4	18	5,1	352
Özbekistan	35	19,7	0	0	0	0	122	68,5	21	11,8	178
Azerbaycan	182	54,8	0	0	149	44,9	0	0	1	0,3	332
Türkiye	305	90,0	0	0	0	0	0	0	34	10,0	339
Toplam	665		75		186		201		74		1201

Katılımcıların bölümlerine göre dağılımı Tablo 3.3’te gösterilmektedir. Görüldüğü gibi, katılımcıların en büyük kesimini işletme bölümü öğrencileri oluşturmaktadır. Uygulamanın yapıldığı her ülkede işletme öğrencileri ankete katılmışlardır. Bu özellikle istenen bir durumdur. Çünkü, girişimcilik ve iş değerlerinin doğrudan ilgili olduğu bölüm İşletmedir. Ancak, fakültelerin ve bölümlerin oluşumu ülkeden ülkeye farklılık göstermektedir. Bu nedenle, girişimcilikle bağlantılı olabileceği düşünülen İktisat, Maliye ve Uluslararası İlişkiler gibi bölümler de araştırmaya dahil edilmiştir. Türkiye’de ise sadece işletme bölümü öğrencileri araştırmaya dahil edilmiştir. Ayrıca Kırgızistan’da da tabloda sıraladığımız 4 bölümde de katılımcıların bulunduğu görülmektedir.

Tablo 5: Katılımcıların Sınıfı

	1.sınıf		2.sınıf		3.sınıf		4.sınıf		Toplam
	n	%	n	%	n	%	n	%	n
Kırgızistan	87	24,7	100	28,4	56	15,9	109	31,0	352
Özbekistan	4	2,2	34	19,1	136	76,4	4	2,2	178
Azerbaycan	126	38,0	78	23,5	102	30,7	26	7,8	332
Türkiye	72	21,2	142	41,9	46	13,6	79	23,3,	339
Toplam	289		354		340		218		1201

Sınıf dağılımı ise toplam itibarıyla 1.sınıfları 4.sınıfa kadar olan sayıda katılımcılar arasında fazla bir fark olmadığı görülmektedir. Sadece Özbekistan için en çok 3.sınıf öğrencilerine anket uygulaması yapılmıştır, diğer sınıflara nazaran % 76,4'ünü oluşturmaktadır. Diğer sınıflardaki öğrenci sayısının az olmasının değişik nedenleri olabilir. Özellikle, anketlerin uygulandığı gün bu sınıflardaki öğrencilerin derslerinin az olması nedeniyle katılımları az olmuştur. Okul yönetiminden bir başka gün için izin alınamamıştır.

3.5.2. Katılımcıların Girişimcilik Arkaplanları

Aşağıda, katılımcıların ülkelerine göre girişimcilik arkaplanları hakkında bilgi verilmektedir. Bu bağlamda kişinin kendisine örnek alabileceği bir yakınının varlığı, girişimciliğe ilişkin eğitim alma, kitap ve dergi okuma, devletin girişimcilere sunduğu imkanlar hakkında bilgi sahibi olma gibi konularda, katılımcıların verdikleri cevapların dağılımı aşağıdaki tabloda gösterilmektedir.

Tablo 6: Katılımcıların Ülkeler Bazında Girişimcilik Arkaplanları

	KIRGIZİSTAN				ÖZBEKİSTAN				AZERBAYCAN				TÜRKİYE				TOPLAM													
	evet		hayır		evet		hayır		evet		hayır		evet		hayır		evet		hayır											
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%										
Aile/akrabada girişimci ?	168	49,3	173	50,7	123	70,7	51	29,3	220	68,7	100	31,3	227	68,0	107	32,0	738	63,1	431	36,9										
Girişimcilikle ilgili ders?	210	60,0	140	40,0	107	60,8	69	39,2	137	42,4	186	57,6	97	28,8	240	71,2	551	46,5	635	53,5										
Girişimcilikle ilgili kitap okuma?	102	45,7	121	54,3	64	71,9	25	28,1	77	38,3	124	61,7	47	24,7	143	75,3	290	41,3	413	58,7										
Girişimcilikle ilgili dergileri okuma?	183	53,0	162	47,0	104	59,1	72	40,9	138	42,5	187	57,5	104	31,1	230	68,9	529	44,8	651	55,2										
Devletin girişimcilere tanıdığı imkanlar hakkında bilgi?	112	32,8	229	67,2	133	78,2	37	21,8	177	54,3	149	45,7	96	28,7	239	71,3	518	44,2	654	55,8										
Girişimciliği destekleyen özel/kamu kuruluşlarını biliyor musunuz?	87	26,7	239	73,3	76	45,5	91	54,5	101	31,7	218	68,3	61	18,4	271	81,6	325	28,4	819	71,6										
Kendinize örnek aldığınız bir girişimci var mı?	156	68,1	73	31,9	70	72,9	26	27,1	164	68,3	76	31,7	115	60,5	75	39,5	505	66,9	250	33,1										
Mezun olduğunuzda öncelikle nasıl bir işte çalışmak istersiniz?	Kamu		Özel		Kendi işimde		Kamu		Özel		Kendi işimde		Kamu		Özel		Kendi işimde		Kamu		Özel		Kendi işimde							
	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%	n	%						
	96	27,5	163	46,7	90	25,8	107	62,9	33	19,4	30	17,6	69	21,2	171	52,5	86	26,4	50	14,8	188	55,8	99	29,4	322	27,2	555	47	305	25,8

Ayrıca, bir öğrencinin girişimcilik eğilimi taşıyıp taşımadığının en önemli göstergelerinden bir tanesi de gelecekte basıl bir iş ve iş hayatı tasarladığıdır. Varsayım olarak kamu sektöründe kendilerine bir gelecek arayanların girişimcilik eğilimlerinin düşük olduğu söylenebilir. Özel sektörde ise risk görece yüksektir ama yükselme ve kendi becerilerini ortaya koyma imkanı da daha fazladır. Girişimcilik eğilimi en yüksek kesimi ise, öğrencilikten sonra kendi işini kurmayı hayal edenler oluşturmaktadırlar. Bu konuya ilişkin ülkeler bazında verilen cevaplar da aşağıda değerlendirilmektedir.

Aile veya yakın akrabalarından girişimcilerin olması durumunda, girişimci adayının söz konusu kişiyi kendisine model alma ihtimali artacaktır. Böylece, girişimcilik eğilimi de artacaktır. Yukarıdaki Tablodan görüldüğü gibi, ülkeler arasında kişilerin yakınları arasında girişimci olması bakımından fazla bir fark görülmemektedir. En düşük oran Kırgızistan'da (katılımcıların sadece % 49'u ailesinde veya yakın akrabaları arasında bir girişimcinin olduğunu ifade etmektedir) görülürken, en yüksek oran Özbekistan'da (% 70'i aşkın bir oran) görülmektedir. Özbeklerin geleneksel olarak ticareti iyi bildiklerine ilişkin yaygın kanı da bu şekilde bir bakıma doğrulanmış olmaktadır. Türkiye ile Azerbaycan'da bu oranlar birbirine oldukça yakındır (% 68).

Kırgızistan ve Özbekistan'da öğrencilerin yaklaşık % 60'ı girişimcilikle ilgili bir ders aldığını ifade etmektedir. Bu oran, Azerbaycan'da % 42; Türkiye'de ise % 29 civarındadır. Bu ilginç bir durumdur. Sakarya Üniversitesi İşletme Bölümünde girişimcilik seçimsel bir derstir. Doğrudan girişimcilikle ilintilendirilebilecek yegane ders de budur. Bu nedenle Türkiye ortalaması diğer ülkelere göre daha düşük çıkmıştır. Ancak, Türkiye yükseköğretim kurumlarında girişimcilik henüz yeni yeni önem kazanmaya başlamıştır.

Girişimcilikle ilgili kitap ve dergi okuma konularında da benzeri bir durum ortaya çıkmaktadır. Bu konuda en yüksek "evet" oranı Özbekistan'da sonra Kırgızistan'da görülmektedir. Bu ülkeleri Azerbaycan takip ederken, girişimcilikle ilgili kitap ve dergi okuma konusunda en düşük oran Türkiye'de görülmektedir. Bu durum Sakarya Üniversitesi, İşletme Bölümü öğrencilerine özgü müdür, yoksa genel olarak Türkiye'de okuma alışkanlığının düşük olmasının bir sonucu mudur, ayrıca araştırılmaya değer bir konudur.

Son yıllarda bir çok ülke girişimciliği geliştirmek adına değişik doğrudan ve dolaylı teşvik programları uygulamaktadır. Yeniliklerin (inovasyon) ödüllendirilmesi, yeni iş fikirlerinin desteklenmesi, KOBİ'lere finansman ve eğitim gibi alanlarda destek verilmesi, girişimcilik ödülleri, eğitim kurumlarında insanların yenilikçi düşüncelerini teşvik edecek uygulamaların önemsenmesi ve kulüp çalışmaları bunların başında gelmektedir. Bu bakımdan potansiyel girişimci olan üniversite öğrencilerinin devletin ve diğer kuruluşların girişimcilere sağladığı imkanlar hakkında bilgi sahibi olması, gelecekte girişimci olmalarını etkileyen önemli bir etmendir.

Devletin girişimcilere sunduğu imkanlardan haberdar olmak bakımından yine Özbekistan'daki öğrenciler öne çıkmaktadır. Özbek öğrencilerin % 78'i bu tür imkanlardan haberdardır. Azeri öğrencilerin de % 54'ü devletin sunduğu bu imkanlardan haberdar olduklarını ifade etmektedirler. Bu oran Kırgızistan'da yaklaşık % 32'ye Türkiye'de ise % 29'un altına düşmektedir. Türkiye'de öğrencilerin girişimcilikle ilgili konularda okuma, haberleri ve gündemi takip etme konusunda çok gerilerde kalmaları doğal olarak böyle bir sonuç doğurmaktadır. Ayrıca, yine KOBİ'lere yönelik yapılan değişik çalışmalarda da, KOBİ yöneticilerinin de bu tür imkanlar hakkında yeterince bilgi sahibi olmadıkları görülmektedir (SESAM, 2005).

Girişimciliği destekleyen özel ve kamu kuruluşları hakkında bilgi sahibi olma konusunda bütün ülkelerde öğrencilerin diğer sorulara göre daha düşük oranda "evet" dedikleri görülmektedir. Burada Özbekistan'daki öğrencilerin % 45'i, Azerbaycan'daki öğrencilerin % 31, Kırgızistan'da % 26'si ve Türkiye'de ise sadece % 18'i evet demektedirler. Evet diyenler arasında "hangi kuruluşları biliyorsunuz?" şeklinde sorulan açık uçlu soruya cevap verenlerin oranının çok daha düşük olduğu, verilen bazı cevapların da doğru olmadığı konusu ayrıca dikkate alınması gerekir.

Örneğin, Kırgızistan'da öğrencilerin 238 tanesi (yaklaşık % 67) bu soruya doğrudan bilmiyorum derken, biliyorum diyenlerin çoğu "bankalar", fabrikalar, işadamları gibi genel cevaplar vermişlerdir. Ayrıca bu ülkede okuyan T.C. uyruklu öğrencilerden 4 tanesi bu soruya "KOSGEB" şeklinde cevap vermişlerdir. Özbekistan'da ise bu soruya 97 öğrenci (yaklaşık % 52) bilmiyorum diye cevap vermiştir. Biliyorum diyenlerin çoğunluğu "İş Adamları Derneği" derken, diğerleri bankalar ve değişik devlet kuruluşlarını belirtmişlerdir. Azerbaycan'da 215 kişi (yaklaşık % 65) bilmiyorum

derken, biliyorum diyenlerin çoğunluğu bankalar ve ticaret odaları gibi kuruluşları dile getirmişlerdir. Türkiye’de 271 kişi bu soruya bilmiyorum diye cevap vermiştir. Bildiğini ifade edenlerin çoğunluğu KOSGEB ve Sanayi ve Ticaret Odalarını ifade etmişlerdir. Bu veriler ışığında, öğrenciler arasında genel olarak bir bilgi eksikliği olduğunu söylemek mümkündür.

Girişimciliğin gelişmesinde önemli etmenlerden bir tanesi, insanların kendine model olarak alabilecekleri girişimcilerin varlığıdır. Bu modeller arttıkça, girişimci olma eğiliminin de artacağı düşünülebilir. İletişimin kolaylaşması nedeniyle, modellerin sadece yerel değil, ulusal ve uluslar arası olması da düşünülebilir. Ancak, öğrencilerin daha çok yerel, özellikle aileden ve akrabadan yakınları model alma eğiliminde oldukları, araştırmanın yapıldığı dört ülke için de geçerli bir sonuç olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun yanında Bill Gates (bazı ülkelerde ise Soros) en fazla ifade edilen uluslar arası girişimci modelidir. Her ülkede ulusal girişimcilerden söz edilmektedir. Türkiye’de doğal olarak Sabancı ve Koç gibi bilinen kişiler örnek alınmaktadır.

Türk Cumhuriyetlerinin ulusal bir model bulmakta zorlanmaları anlaşılabilir bir durumdur. Bu ülkelerde yeni yeni bir “işadamları grubu” oluşmaktadır. Örneğin Kırgızistan’da “Egemberdiyev” öne çıkan girişimcidir ve katılımcılardan sadece 10 kişi tarafından örnek alınmıştır Buna karşılık Bill Gates 17 kişi tarafından örnek alınmıştır. Özbekistan’da ise daha çok yerel ve ulusal modellere rastlanmakta ancak herkes farklı isimleri model aldığını söylemektedir. En fazla bilinen girişimci olarak “Usmonhaci” yedi kişi tarafından akla gelen girişimci olarak bildirilmiştir. Özbekistan’da uluslar arası girişimcilere pek dikkat edilmemektedir. Bill Gates sadece iki kişi tarafından akla gelen girişimci olarak belirtilmiştir. Azerbaycan’da ulusal girişimci olarak “Mübariz Mansimov” (11 kişi), uluslar arası model olarak ise Bill Gates (10 kişi) öne çıkmaktadır. Bu arada, Azerbaycan’da okuyan Türkiye Cumhuriyeti uyrukluların Sabancı ve diğer bir çok Türkiyeli girişimciyi örnek aldıkları görülmektedir. Burada bir diğer konu ise örnek alınan ve öne çıkan bir Rus girişimci olmamasıdır. Abramoviç kısmen dile getirilen girişimci modelidir.

Yukarıda belirtildiği üzere, mezun olduktan sonra öğrencinin kamu, özel sektör arasında tercih yapması ile kendi işini kurma isteği, onun girişimcilik eğilimini gösteren bir ölçüttür. Bu ölçüt dikkate alındığında ilk bakışta bazı çelişkili veriler göze

çarpmaktadır. Tablodan da görüleceği gibi kamu kesiminde çalışmayı düşünenlerin oranı en yüksek Özbekistan'da çıkmıştır (% 63). Oysa bu oran Kırgızistan'da yaklaşık % 28, Azerbaycan'da % 21 ve Türkiye'de ise sadece % 15'tir. Buna karşılı, özel sektörde çalışmayı düşünenlerin oranı Özbekistan da yaklaşık % 19, Kırgızistan'da % 47, Azerbaycan'da % 53 ve Türkiye'de % 56'dır. Girişimcilik eğilimi bakımından en önemli gösterge ise kendi işini kurmayı düşünenlerin oranıdır. Burada da Özbekistan en düşük oran ile göze çarpmaktadır (% 17.6). Bu oran Kırgızistan'da ve Azerbaycan'da % 26, Türkiye'de ise % 29 civarındadır.

Yukarıdaki Tablo, akrabaları ve ailesinde girişimci olanların oranı, girişimcilikle ilgili ders alma, kitap ve dergi okuma, girişimcilere sağlanan destekler hakkında bilgi sahibi olma gibi göstergelerde Özbekistan'daki öğrencilerin diğer ülkelerdeki öğrencilere göre daha iyi durumda olduğunu göstermektedir. Buna rağmen Özbekistan'daki öğrencilerin, girişimcilik imkanları bakımından en düşük düzeyde olan kamu kesiminde çalışmayı düşünmeleri nasıl açıklanabilir? Bunun tersi ise Türkiye için geçerlidir. Alınan ders, okunan kitap ve dergi gibi değişkenler itibariyle en düşük düzeyde olan Türkiyeli öğrencilerin kendi işlerini kurma isteği bakımından en öne çıkmaları nasıl açıklanabilir?

Akla gelen ilk cevap, bu iki ülke arasındaki ekonomik yapının farklılığıdır. Bu yapı, insanların girişimci olma veya olmama kararlarını belirlemede en önemli etmen olarak ortaya çıkmaktadır. Özbekistan'da devletin ekonomiye hakimiyeti, devletçi geleneğin güçlü olmaları, öğrencileri kamuda görev almaya iten bir neden olabilir. Buna karşılık, Türkiye'de devletin giderek ekonomiden çekilmesi, özel sektörün daha geniş imkanlar tanınması ve yatırım fırsatlarının daha fazla olması nedeniyle öğrencilerin özel sektörde çalışma ve kendi işlerini kurma istekleri daha yüksek olabilir.

3.5.3. Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimleri

Geliştirilen ölçek ile öğrencilerin girişimcilik eğilimleri ülkeler bazında ölçülmüştür. Daha sonra, yapılan ANOVA testi ile ülkeler arasında hangi ifadeler itibariyle farklılık olduğu ortaya konmaya çalışılmıştır.

Tablo 7: Girişimcilik Ölçek Ortalaması*

	Kırg		Özb		Azer		Tür	
	N	Ort	N	Ort	N	Ort	N	Ort
1-Girişimci olmanın iyi bir yaşam düzeyi sağladığına inanıyorum	348	4,03	176	3,93	330	3,91	339	3,85
2- Girişimci olmanın kolay olduğuna inanıyorum	351	2,23	177	2,29	329	2,16	339	2,18
3- Girişimci olmayı arzu ediyorum	348	4,08	177	4,14	332	4,11	338	4,06
4- Genelde girişimciler hakkında iyi şeyler duydum	352	3,54	177	3,90	329	3,40	338	3,59
5- Kendi işimi rahatlıkla yürütebileceğimi düşünüyorum	349	3,86	176	3,34	330	4,06	338	4,02
6- Kendi işini kuran bir kişinin başarılı olduğuna inanıyorum	347	3,61	176	3,89	330	3,47	339	3,41
7- Kendi işini kurup yürütmenin oldukça riskli olduğuna inanıyorum	348	3,89	177	3,45	331	3,46	339	3,68
8- Bir girişimcinin her zaman bir yenilikçi olması gerektiğine inanıyorum	348	4,11	178	4,30	330	4,48	338	4,50
9- Bir girişimcinin başarılı olmadan önce bir çok başarısızlık yaşaması gerektiğine inanıyorum	350	3,30	178	4,22	330	2,89	339	2,89
10- Bir girişimcinin başarılı olmasının şansa bağlı olduğuna inanıyorum	351	2,85	177	4,00	330	2,28	338	2,45
11- Girişimciliğin sadece iş kurmak için iyi bir paraya sahip olmak anlamına geldiğine inanıyorum	351	2,74	178	3,51	328	2,34	336	2,39
12- Bir girişimci olarak başarılı olmamın çok zor olduğuna inanıyorum	348	3,26	178	3,36	327	2,79	337	2,72
13- Kendimin de uygun olduğumu düşündüğüm standart bir girişimci profili olduğuna inanıyorum	343	3,44	177	3,95	326	3,55	336	3,37
14- Girişimcilik özelliklerinin (örn., inisiyatif, risk alma, yenilikçilik) doğuştan geldiğini ve bu yüzden öğretilmeyeceğine inanıyorum	352	2,54	177	3,99	328	2,77	339	2,96
15- Girişimci olmamın emekliliğimde daha iyi bir yaşam biçimine sahip olmamı sağlayacağına inanıyorum	350	3,81	178	3,99	327	3,45	336	3,54
16- Başarılı bir girişimci olmamın refahımı artıracığına inanıyorum	351	4,09	178	4,16	330	4,24	339	4,10
17- Girişimci olmamın şu anki hayat biçimime olumlu etki edeceğine inanıyorum	349	3,97	178	4,02	327	3,95	336	3,89
18- Girişimci olmanın ülkenin refah düzeyine olumlu etkisi olacağına inanıyorum	348	4,24	178	4,16	326	4,25	336	4,09
19- Girişimci olmam konusunda bana yol gösterecek-yardım edecek kimseyi tanımıyorum	344	2,81	177	2,76	324	2,55	333	2,65
20- Üniversite içinde bana girişimci olmam konusunda eğitim-öğretim verecek bir birimin varlığından haberdar değilim	345	2,90	175	2,98	325	3,12	334	3,34
21- Bir iş kurmam için gerekli parayı nasıl bulacağımı bilmiyorum	348	3,10	178	2,76	327	2,71	334	3,11
22- Birisinin girişimci olabilmesi için benim sahip olduğum eğitimden daha fazla eğitim alması gerektiğine inanıyorum	345	3,42	177	4,15	325	2,82	333	3,14
23- Bir kişinin başarılı bir girişimci olabilmesi için özel bir eğitim alması gerektiğine inanıyorum	346	3,31	176	3,90	326	2,79	333	3,02
24- Bir iş kurmaya çalışırken başarısız olan birinin girişimci olmadığına inanıyorum	344	2,52	178	2,43	327	2,19	333	2,36
25- Bir girişimci olmak için gerekli zamanı harcamaya seve seve göze alırım	342	3,92	178	3,78	324	4,10	333	3,86
26- Emekli olduğumda hükümete çok bağımlı olmamam gerektiğine inanıyorum	341	3,51	175	4,01	322	3,53	331	3,48
27- Emekli olmadan önce bir çok kez iş ve meslek değiştirmem gerekeceğini tahmin ediyorum	342	3,07	178	3,17	326	2,69	332	2,90
28- Yeni firmalarda çalışmaktansa köklü firmalarda çalışmayı tercih ederim	345	3,32	178	3,71	326	3,29	332	3,44

*= Ölçeğin güvenilirlik testi yapılmış ve alpha değeri 0,7048 olarak belirlenmiştir. Bu oran, geçerli kabul edilen sınırnın üzerindedir.

Üstteki tabloda, öğrencilerin girişimcilikle ilgili ifadelerine verdikleri cevapların ülkelere göre ortalamaları yer almaktadır. Görüldüğü gibi, Özbekistanlı öğrencilerin ifadelerine katılma eğilimleri, ortalamalara bakıldığında diğer ülkelerden yüksektir. Toplam 28 ifadeden 17'sinde en yüksek katılma oranı Özbekistanlı öğrencilere aittir. Buna karşılık Kırgızistanlı ve Azerbaycanlı öğrenciler 4'er ifadeye; Türkiyeli öğrenciler ise sadece 3 ifadeye en yüksek katılım eğilimini göstermişlerdir. Ayrıca, genel olarak Türkiyeli öğrencilerin ifadelerine katılım düzeyleri, diğer ülke öğrencilerine göre daha düşüktür.

Girişimcilik Ölçek Ortalaması Tablosunda, girişimcilikle ilgili verilen değişkenlerde en yüksek derecede önem verilenleri ele alırsak. Bu dört ülke itibarıyla de bir girişimcinin her zaman yenilikçi olması gerektiğine inandığını savunuyorlar. Bunun yanında da girişimci olma ülkenin ve kendisinin refahını artıracığına ve girişimciliğin iyi bir yaşam düzeyi sağlayacağına ilişkin sorularına cevaplayarak yüksek derecede yanıtlar alındığını gösteriyor. Bu soruların dışında, “birisinin girişimci olabilmesi için benim sahip olduğum eğitimden daha fazla eğitim alması gerektiğine inanıyorum” sorusuna Özbekistan'daki öğrencilerin dışında diğer ülkelerde önem derecesi yüksek değil. Buradan şöyle bir sonuç çıkarılabilir. Özbekistan gençlerin girişimciliğin diğer gençler gibi de önemli bir yere sahip olduğunu savunmaktadır, fakat bunun için gerekli eğitimin de olması gerektiğini öne çıkarmaktadır.

Bunların aksine de “bir iş kurmam için gerekli parayı nasıl bulacağımı bilmiyorum”, “bir girişimcinin başarılı olmasının şansa bağlı olduğuna inanıyorum”, “girişimciliğin sadece iş kurmak için iyi bir paraya sahip olmak anlamına geldiğine inanıyorum” ve “girişimci olmanın kolay olduğuna inanıyorum” gibi soruların en az önemlilik kazanmakta olduğunu her dört ülke için de söyleyebiliriz.

Ülkeler arasında, öğrencilerin girişimcilik eğilimlerini karşılaştırmak amacıyla yapılan ANOVA testinin sonuçları aşağıda verilmiştir. Bu sonuçlara göre, girişimciliğin “refah” etkisi olarak adlandırılacak alanda (16, 17, 18 nolu ifadeler) anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir. Bunun yanında girişimcilikten bireysel getiri olarak

nitelendirilebilecek 1, 2 ve 3 nolu ifadeler itibarıyla da anlamlı fark gözükmemektedir. Diğer bütün ifadelerde istatistiksel olarak anlamlı fark gözükmemektedir.

Tablo 8: Öğrencilerin Girişimcilikle İlişkin 4 Ülke Karşılaştırması

	Girişimcilik İfadeler	F değ	Anlamlılık
1	Girişimci olmanın iyi bir yaşam düzeyi sağladığına inanıyorum	2,148	,092
2	Girişimci olmanın kolay olduğuna inanıyorum	,804	,491
3	Girişimci olmayı arzu ediyorum	,342	,795
4	Genelde girişimciler hakkında iyi şeyler duydum	11,609	,000*
5	Kendi işimi rahatlıkla yürütebileceğimi düşünüyorum	13,974	,000*
6	Kendi işini kuran bir kişinin başarılı olduğuna inanıyorum	9,705	,000*
7	Kendi işini kurup yürütmenin oldukça riskli olduğuna inanıyorum	10,318	,000*
8	Bir girişimcinin her zaman yenilikçi olması gerektiğine inanıyorum	14,598	,000*
9	Bir girişimcinin başarılı olmadan önce bir çok başarısızlık yaşaması gerektiğine inanıyorum	64,167	,000*
10	Bir girişimcinin başarılı olmasının şansa bağlı olduğuna inanıyorum	106,51	,000*
11	Girişimciliğe sadece iş kurmak için iyi bir paraya sahip olmak anlamına geldiğine inanıyorum	42,583	,000*
12	Bir girişimci olarak başarılı olmamın çok zor olduğuna inanıyorum	21,089	,000*
13	Kendimin de uygun olduğumu düşündüğüm standart bir girişimci profili olduğuna inanıyorum	16,320	,000*
14	Girişimcilik özelliklerinin (örneğin inisiyatif, risk alma, yenilikçilik) doğuştan geldiğini ve bu yüzden öğretilmeyeceğine inanıyorum	57,363	,000*
15	Girişimci olmamın emekliliğimde daha iyi bir yaşam biçimine sahip olmamı sağlayacağına inanıyorum	15,184	,000*
16	Başarılı bir girişimci olmamın refahımı artıracığına inanıyorum	2,087	,100
17	Girişimci olmamın şu anki hayat biçimime olumlu etki edeceğine inanıyorum	,978	,402
18	Girişimci olmanın ülkenin refah düzeyine olumlu etkisi olacağına inanıyorum	2,471	,060
19	Girişimci olmam konusunda bana yol gösterecek-yardım edecek kimseyi tanımıyorum	2,628	,049**
20	Üniversite içinde bana girişimci olmam konusunda eğitim-öğretim verecek bir birimin varlığından haberdar değilim	6,591	,000*
21	Bir iş kurmam için gerekli parayı nasıl bulacağımı bilmiyorum	9,500	,000*
22	Birisinin girişimci olabilmesi için benim sahip olduğum eğitimden daha fazla eğitim alması gerektiğine inanıyorum	42,371	,000*
23	Bir kişinin başarılı bir girişimci olabilmesi için özel bir eğitim alması gerektiğine inanıyorum	33,600	,000*
24	Bir iş kurmaya çalışırken başarısız olan birinin girişimci olmadığına inanıyorum	4,705	,003*
25	Bir girişimci olmak için gerekli zamanı harcamayı seve seve göze alırım	4,820	,002*
26	Emekli olduğumda hükümete çok bağımlı olmamam gerektiğine inanıyorum	10,691	,000*
27	Emekli olmadan önce bir çok kez iş ve meslek değiştirmem gerekeceğini tahmin ediyorum	9,540	,000*
28	Yeni firmalarda çalışmaktansa köklü firmalarda çalışmayı tercih ederim	5,494	,000*

* %1 düzeyinde anlamlı fark var

** % 5 düzeyinde anlamlı fark var

Tablodan görüldüğü gibi 28 ifadeden sadece 6 tanesinde anlamlı bir fark gözükmemektedir. Karşılaştırma yapılan dört ülke öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri arasında anlamlı bir fark olduğunu söylemek mümkündür. Ancak bizim test ettiğimiz hipotez “Türkiye ile Türk Cumhuriyetleri’nin” karşılaştırılmasına yöneliktir. Bu nedenle, aşağıda bu konuya ilişkin bir analiz yapılmıştır.

Söz konusu hipotezin sınanması bakımından Türkiye ile Türk Cumhuriyetleri (Kırgızistan, Özbekistan, Azerbaycan) öğrencilerin girişimcilik algılarını karşılaştırma üzere T-Test analizi yapmak gerekmektedir.

Alttaki Tablodan görüldüğü gibi 28 ifadeden 11’inde Türkiye ile Türk Cumhuriyetlerinde yaşayan öğrenciler arasında % 1; 3 tanesinde de % 5 anlamlılık düzeyinde fark görülmüştür, diğer 14 ifadede ise anlamlı fark tespit edilememiştir. Tablo adeta ikiye bölünmüştür. Bu nedenle, ölçeğin bütünü için sağlıklı bir değerlendirme yapmak ve hipotezi test etmek mümkün gözükmemektedir. Bunun yerine, alt boyutlara göre değerlendirmek daha mantıklı olacaktır.

Özellikle, girişimci ve başarı ile ilgili konularda anlamlı bir farklılık gözükmemektedir (Bakınız 8-12. ifadeler). Yine girişimcilik ve eğitim konusunda da anlamlı farklılık gözükmemektedir (20. ifade).

Buna karşılıklı girişimci olmayı istemek ve girişimciler hakkında düşünceler konusunda (bakınız 1-4. ifadeler) anlamlı fark gözükmemektedir. Yine, önemli bir bulgu olarak girişimcilik özelliklerinin doğuştan geldiğine ve bu yüzden öğretilemeyeceğine inanıyorum (14. ifade) konusunda bir fark olmadığı gözükmemektedir.

Tablo 9: Türkiye İle Diğer Türk Cumhuriyetleri Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Karşılaştırılması (t-testi)

	Türkiye		Tür.Cumh		t	Sig
	N	Ort	N	Ort		
1-Girişimci olmanın iyi bir yaşam düzeyi sağladığına inanıyorum	339	3,85	854	3,96	1,828	,068
2-Girişimci olmanın kolay olduğuna inanıyorum	339	2,18	857	2,21	,503	,615
3-Girişimci olmayı arzu ediyorum	338	4,06	857	4,10	,727	,467
4-Genelde girişimciler hakkında iyi şeyler duydum	338	3,59	858	3,56	-,435	,664
5-Kendi işimi rahatlıkla yürütebileceğimi düşünüyorum	338	4,02	855	3,83	-2,289	,022**
6-Kendi işini kuran bir kişinin başarılı olduğuna inanıyorum	339	3,41	853	3,61	3,115	,002*
7-Kendi işini kurup yürütmenin oldukça riskli olduğuna inanıyorum	339	3,68	856	3,63	-,651	,515
8-Bir girişimcinin her zaman bir yenilikçi olması gerektiğine inanıyorum	338	4,50	856	4,29	-3,576	,000*
9-Bir girişimcinin başarılı olmadan önce bir çok başarısızlık yaşaması gerektiğine inanıyorum	339	2,89	858	3,33	5,662	,000*
10-Bir girişimcinin başarılı olmasının şansa bağlı olduğuna inanıyorum	338	2,45	858	2,87	5,418	,000*
11-Girişimciliğin sadece iş kurmak için iyi bir paraya sahip olmak anlamına geldiğine inanıyorum	336	2,39	857	2,74	4,358	,000*
12-Bir girişimci olarak başarılı olmamın çok zor olduğuna inanıyorum	337	2,72	853	3,10	4,916	,000*
13-Kendimin de uygun olduğumu düşündüğüm standart bir girişimci profili olduğuna inanıyorum	336	3,37	846	3,59	3,579	,000*
14-Girişimcilik özelliklerinin (örn.,inisiyatif,risk alma, yenilikçilik) doğuştan geldiğini ve bu yüzden öğretilmeyeceğine inanıyorum	339	2,96	857	2,93	-,430	,668
15-Girişimci olmamın emekliliğimde daha iyi bir yaşam biçimine sahip olmamı sağlayacağına inanıyorum	336	3,54	855	3,71	2,490	,013*
16-Başarılı bir girişimci olmamın refahımı artıracığına inanıyorum	339	4,10	859	4,16	1,085	,278
17-Girişimci olmamın şu anki hayat biçimime olumlu etki edeceğine inanıyorum	336	3,89	854	3,97	1,501	,133
18-Girişimci olmamın ülkenin refah düzeyine olumlu etkisi olacağına inanıyorum	336	4,09	852	4,23	2,430	,015*
19-Girişimci olmam konusunda bana yol gösterecek-yardım edecek kimseyi tanımıyorum	333	2,65	845	2,70	,515	,606
20-Üniversite içinde bana girişimci olmam konusunda eğitim-öğretim verecek bir birimin varlığından haberdar değilim	334	3,34	845	3,00	-3,889	,000*
21-Bir iş kurmam için gerekli parayı nasıl bulacağımı bilmiyorum	334	3,11	853	2,88	-2,882	,004*
22-Birisinin girişimci olabilmesi için benim sahip olduğum eğitimden daha fazla eğitim alması gerektiğine inanıyorum	333	3,14	847	3,34	2,321	,020**
23-Bir kişinin başarılı bir girişimci olabilmesi için özel bir eğitim alması gerektiğine inanıyorum	333	3,02	848	3,23	2,523	,012*
24-Bir iş kurmaya çalışırken başarısız olan birinin girişimci olmadığına inanıyorum	333	2,36	849	2,37	,151	,880
25-Bir girişimci olmak için gerekli zamanı harcamaya seve seve göze alırım	333	3,86	844	3,96	1,470	,142
26-Emekli olduğumda hükümete çok bağımlı olmamam gerektiğine inanıyorum	331	3,48	838	3,62	2,031	,043**
27-Emekli olmadan önce bir çok kez iş ve meslek değiştirmem gerekeceğini tahmin ediyorum	332	2,90	846	2,94	,550	,582
28-Yeni firmalarda çalışmaktansa köklü firmalarda çalışmayı tercih ederim	332	3,44	849	3,39	-,605	,545

* % 1 düzeyinde anlamlılık

** % 5 düzeyinde anlamlılık

Bu bakımdan, Türkiye ile Türk Cumhuriyetleri öğrencilerinin girişimcilik algıları arasında belli girişimcilik boyutları bakımından fark vardır şeklinde bir hipotezin kabul edilebilir olduğu söylenebilir.

Girişimcilikle ilgili olarak yapılan ikinci analizde, yurtiçinde ve yurtdışında yaşayan Türkiye Cumhuriyeti vatandaşların girişimcilik eğilimleri arasında anlamlı bir fark olup olmadığı araştırılmış ve sadece şu ifadelerde anlamlı farklılık görülmüştür:

Tablo 10: Türkiye’deki TC Vatandaşı Öğrenciler ile Diğer Türk Cumhuriyetlerindeki TC Vatandaşı Öğrencilerin Girişimcilik Eğilimlerinin Karşılaştırılması (t-testi)

	İfade	t değeri	Anlamlılık
13	Kendimin de uygun olduğumu düşündüğüm standart bir girişimci profili olduğuna inanıyorum	6,368	,012
8	Bir girişimcinin her zaman yenilikçi olması gerektiğine inanıyorum	9,582	,002

Toplam 28 ifadeden sadece ikisinde anlamlı bir fark görülmektedir. Bu ifadeler de girişimcinin niteliğine ilişkindir. Buradan hareketle:

Ho: Türkiye’de Okuyan Türkiye Cumhuriyeti uyruklu öğrencilerin girişimcilik eğilimleri ile, yurtdışında okuyanların eğilimleri arasında anlamlı fark yoktur

şeklindeki istatistiksel hipotez kabul edilmiştir. Bunun anlamı, öğrencilerin yetiştikleri sosyal çevre, ulusal kültür, böyle bir farkın oluşmasını önlemiştir. Yaşanılan çevrenin geçici bir süre için değişmiş olması, öğrencilerin girişimcilik algılarını değiştirmemiştir.

Üçüncü hipotez ise, farklı ticari ve ekonomik geçmişleri, ekonomik altyapıları ve kaynakları ile farklı coğrafi koşulları nedeniyle Türk Cumhuriyetleri arasında girişimcilik eğilimleri bakımından fark olduğu şeklinde tasarlanmıştır. Bu analizin sonuçlarına göre ortaya şöyle bir tablo çıkmaktadır:

Altta Tablo’dan görüldüğü gibi üç Türk Cumhuriyeti’nden öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin karşılaştırılmasında 28 ifadeden 21 tanesinde anlamlı derecede fark görülmüştür. Anlamlılık düzeyi 21 ifadeden sadece bir tanesinde % 2, diğerlerinde % 1’dir. Buradaki fark, Türkiye ile Türk Cumhuriyetleri arasında olduğundan daha belirgindir. Bu ilginç bir bulgudur.

Tablo 11: Türk Cumhuriyetleri (Kırgızistan, Özbekistan, Azerbaycan) Öğrencilerinin Girişimcilik Algılarının Karşılaştırılması (ANOVA)

İfade	F	Anlamlılık
1-Girişimci olmanın iyi bir yaşam düzeyi sağladığına inanıyorum	1,6	,197
2- Girişimci olmanın kolay olduğuna inanıyorum	1,1	,326
3- Girişimci olmayı arzu ediyorum	,2	,779
4- Genelde girişimciler hakkında iyi şeyler duydum	17,7	,000*
5- Kendi işimi rahatlıkla yürütebileceğimi düşünüyorum	15,4	,000*
6- Kendi işini kuran bir kişinin başarılı olduğuna inanıyorum	9,7	,000*
7- Kendi işini kurup yürütmenin oldukça riskli olduğuna inanıyorum	15,4	,000*
8- Bir girişimcinin her zaman bir yenilikçi olması gerektiğine inanıyorum	14,7	,000*
9- Bir girişimcinin başarılı olmadan önce bir çok başarısızlık yaşamaması gerektiğine inanıyorum	80,7	,000*
10- Bir girişimcinin başarılı olmasının şansa bağlı olduğuna inanıyorum	140,3	,000*
11- Girişimciliğin sadece iş kurmak için iyi bir paraya sahip olmak anlamına geldiğine inanıyorum	52,8	,000*
12- Bir girişimci olarak başarılı olmamın çok zor olduğuna inanıyorum	19,3	,000*
13- Kendimin de uygun olduğumu düşündüğüm standart bir girişimci profili olduğuna inanıyorum	19,3	,000*
14- Girişimcilik özelliklerinin (örn.,inisiyatif,risk alma,yenilikçilik) doğuştan geldiğini ve bu yüzden öğretilmeyeceğine inanıyorum	89,8	,000*
15- Girişimci olmamın emekliliğimde daha iyi bir yaşam biçimine sahip olmamı sağlayacağına inanıyorum	20,6	,000*
16- Başarılı bir girişimci olmamın refahımı artıracığına inanıyorum	2,5	,079
17- Girişimci olmamın şu anki hayat biçimime olumlu etki edeceğine inanıyorum	,3	,695
18- Girişimci olmanın ülkenin refah düzeyine olumlu etkisi olacağına inanıyorum	,77	,462
19- Girişimci olmam konusunda bana yol gösterecek-yardım edecek kimseyi tanımıyorum	3,81	,022**
20- Üniversite içinde bana girişimci olmam konusunda eğitim- öğretim verecek bir birimin varlığından haberdar değilim	2,23	,108
21- Bir iş kurmam için gerekli parayı nasıl bulacağımı bilmiyorum	10,1	,000*
22- Birisinin girişimci olabilmesi için benim sahip olduğum eğitimden daha fazla eğitim alması gerektiğine inanıyorum	62,5	,000*
23- Bir kişinin başarılı bir girişimci olabilmesi için özel bir eğitim alması gerektiğine inanıyorum	46,6	,000*
24- Bir iş kurmaya çalışırken başarısız olan birinin girişimci olmadığına inanıyorum	7,1	,001*
25- Bir girişimci olmak için gerekli zamanı harcamaya seve seve göze alırım	6,4	,002*
26- Emekli olduğumda hükümete çok bağımlı olmamam gerektiğine inanıyorum	14,5	,000*
27- Emekli olmadan önce bir çok kez iş ve meslek değiştirmem gerekeceğini tahmin ediyorum	14,0	,000*
28- Yeni firmalarda çalışmaktansa köklü firmalarda çalışmayı tercih ederim	8,3	,000*

Kırgızistan, Özbekistan ve Azerbaycan arasında öğrencilerin girişimcilik eğilimleri açısından ortaya çıkan bu anlamlı farkı nasıl değerlendirmek gerekir? Zira, bu üç ülkenin de geçmiş siyasi ve ekonomik tecrübeleri birbirine benzemektedir. Ancak,

Özbekistan'ın tarihi ipek yolunda önemli bir merkez olması ve Özbeklerin bilinen ticaret yetenekleri, yaşanan Sosyalist tecrübeye rağmen ülke kültüründe hala önemli bir etkiye sahip gözükmektedir. Kırgızistan ise tam bir “iç ülke” görünümünde olmasının yanında, geleneksel olarak da güçlü bir ekonomik arkaplana sahip değildir. Buna karşılık Azerbaycan, ama özellikle Bakü ise daha kozmopolit bir geçmişe sahip ve yabancı yatırımcılarla daha iç içedir. Aynı zamanda, zengin petrol ve doğal gaz yatakları ile farklı bir ekonomik görüntü sergilemektedir. Ülkeler arasındaki bu girişimcilik eğilimi farkını bu tarihi geçmişe bağlamak kadar, bugünkü gelişmişlik farkı ile de kısmen açıklamak mümkün gözükmektedir.

3.5.4. Öğrencilerin İş Değerleri

Aşağıda, öğrencilerin iş değerlerine ilişkin bulgular ülkelere göre verilmektedir. Yapılan ANOVA testi ile, ülkeler arasında anlamlı bir fark olup olmadığı test edilmektedir.

İş değerleri ölçeğinde bulunan ifadeler, işin değişik boyutlarına ilişkin öğrencilerin düşüncelerini ölçmeyi amaçlamaktadır. Bunlar arasında ülkeye ve topluma katkıda bulunması, kişisel beklentileri karşılaması, yönetimin tutum ve davranışları gibi boyutlar yer almaktadır.

Tablo 12: İş Değerleri Ölçek Ortalaması*

		Kırg		Özb		Azer		Tür	
		N	Ort	N	Ort	N	Ort	N	Ort
1	Diğer insanlara yardım edebileceğim bir iş olmalı	345	4,19	175	4,18	325	4,26	324	3,97
2	Toplum için faydalı bir iş olması	348	4,44	175	4,33	325	4,43	323	4,22
3	Çalışma saatlerinin esnek olması	341	3,65	170	3,34	320	3,34	319	3,72
4	Eğlenmek için çok zamanımın olması	345	2,47	173	3,45	323	2,64	324	3,11
5	Yüksek ücret ödenmesi	345	4,08	173	4,33	321	4,04	322	4,05
6	Terfi etmeme fırsat vermesi	316	3,88	173	4,22	310	4,21	321	4,42
7	İlginç olması	344	4,32	173	4,27	320	3,61	321	3,54
8	Kendimi ait hissedebileceğim bir işyeri olması	347	4,33	174	4,42	323	4,41	320	4,44
9	İşsizliğe karşı güvence vermesi	343	4,10	174	4,20	323	4,25	322	4,25
10	Bağımsız olarak çalışmama imkan vermesi	344	3,95	169	4,27	320	4,09	321	3,98
11	Ülkemin kalkınmasına katkıda bulunması	345	4,32	174	4,37	322	4,50	322	4,23
12	Görüşlerimin alındığı bir iş olması	346	4,13	174	4,32	323	4,42	322	4,47
13	Ahlaklı ve dürüst bir yönetimin olması	345	4,61	173	4,46	323	4,70	322	4,60
14	Başkalarının bana saygı duyacağı bir iş olması	346	4,18	174	4,27	323	4,43	321	4,45
15	İlginç insanlarla tanışmama fırsat vermesi	347	4,09	174	4,01	322	3,87	321	3,78
16	Yeteneklerimi ve bilgimi kullanabileceğim bir iş olması	339	4,62	173	4,51	323	4,63	322	4,58

*= Ölçek için yapılan güvenilirlik testinde alpha değeri 0,7756 olarak belirlenmiştir. Bu oran kabul edilebilir sınırnın üzerindedir.

Tablodan da görüldüğü gibi, ölçekte her ülkede en üstte yer alan iki ifade 13 ve 16 numaralı ifadelerdir. Burada, yetenek ve bilginin kullanılması ile ahlaklı bir yönetim bütün ülkelerde öne çıkmaktadır. En az önemsenen boyuta ilişkin de, ortalamalar bakımından bir benzerlik gözükmemektedir. 4 numaralı ifade, eğlenmek için zamanımın olması bütün öğrenciler tarafından en önemsiz iş değeri olarak ifade edilmektedir. Esnek çalışma saatleri de önemsenmeyen bir diğer iş özelliğidir.

Ülkeler bazında bir dağılım yapıldığında Azerbaycan'ın Türkiye'nin beşer ifadeye; Kırgızistan ve Özbekistan'ın da üçer ifadeye en yüksek derecede katıldıkları görülmektedir. Türk öğrencilerin daha çok "bireyselliğin" öne çıktığı konuları önemsendiği görülmektedir. Esnek çalışma, kendini ait hissedebileceği bir iş ortamı, terfi imkanı, görüşlerinin alındığı bir iş gibi. Buna karşılık Azeri öğrencilerin özellikle

toplumsal boyutu öne çıkardıkları görülmektedir. Diğer insanlara yardım, ülkenin kalkınmasına katkı gibi. Kırgız öğrenciler için ilginçlik, Özbek öğrencileri için ise eğlenmek ve yüksek ücret daha fazla önemsenmektedir.

Tablo 13: Öğrencilerin İş Değerlerine İlişkin 4 Ülke Karşılaştırması

	İş Değerler İfadeler	F değ	Anlamlılık
1	Diğer insanlara yardım edebileceğim bir iş olması	6,997	,000*
2	Toplum için faydalı bir iş olması	6,124	,000*
3	Çalışma saatlerin esnek olması	10,179	,000*
4	Eğlenmek için çok zamanımın olması	39,026	,000*
5	Yüksek ücret ödenmesi	5,207	,001*
6	Terfi etmeme fırsat vermesi	20,227	,000*
7	İlginç olması	48,021	,000*
8	Kendimi ait hissedeceğim bir işyeri olması	1,277	,281
9	İşsizliğe karşı güvence vermesi	1,979	,115
10	Bağımsız olarak çalışmama imkan vermesi	4,739	,003*
11	Ülkemin kalkınmasında katkıda bulunması	5,458	,001*
12	Görüşlerimin alındığı bir iş olması	12,277	,000*
13	Ahlaki ve dürüst bir yönetimin olması	4,76	,003*
14	Başkalarının bana saygı duyacağı bir iş olması	7,078	,000*
15	İlginç insanlarla tanışmama fırsat vermesi	5,228	,001*
16	Yeteneklerimi ve bilgimi kullanabileceğim bir iş olması	1,377	,248

Bütün ülkelerin dahil edildiği ANOVA testi sonuçları üstteki tabloda verilmektedir. Buna göre 16 değer ifadesinden 13 tanesinde anlamlı düzeyde farklılık gözlenmektedir. Kısaca, araştırmamın yapıldığı dört ülkede öğrencilerin iş değerleri arasında istatistiksel olarak anlamlı fark gözlenmiştir.

Bu genel değerlendirmelerden sonra hipotezlerin test edilmesi gerekmektedir. Yukarıda ifade edildiği gibi, iş değerleriyle ilgili olarak tasarlanan birinci hipotez, Türkiye ile diğer Türk Cumhuriyetlerinden öğrencilerin iş değerleri arasında fark olduğu şeklindeydi. Yapılan t-testinin sonuçları alttaki tabloda verilmektedir:

Tablo 14: Türkiye ile Diğer Türk Cumhuriyetleri Öğrencilerinin İş Değerlerinin Karşılaştırılması (t-testi)

	Türkiye		Türk.Cumh		t	Sig
	N	Ort	N	Ort		
1-Diğer insanlara yardım edebileceğim bir iş olması	324	3,97	845	4,22	4,389	,000*
2-Toplum için faydalı bir iş olması	323	4,22	848	4,41	3,949	,000*
3-Çalışma saatlerinin esnek olması	319	3,72	831	3,47	-3,610	,000*
4-Eğlenmek için çok zamanımın olması	324	3,11	841	2,74	-4,898	,000*
5-Yüksek ücret ödenmesi	322	4,05	839	4,12	1,181	,238
6-Terfi etmeme fırsat vermesi	321	4,42	799	4,08	-5,722	,000*
7-İlginç olması	321	3,54	837	4,03	7,106	,000*
8-Kendimi ait hissedeceğim bir işyeri olması	320	4,44	844	4,38	-1,166	,244
9-İşsizliğe karşı güvence vermesi	322	4,25	840	4,18	-1,175	,240
10-Bağımsız olarak çalışmama imkan vermesi	321	3,98	833	4,07	1,279	,201
11-Ülkemin kalkınmasına katkıda bulunması	322	4,23	841	4,40	2,979	,003*
12-Görüşlerimin alındığı bir iş olması	322	4,47	843	4,28	-3,549	,000*
13-Ahlaklı ve dürüst bir yönetimin olması	322	4,60	841	4,61	,251	,802
14-Başkalarının bana saygı duyacağı bir iş olması	321	4,45	843	4,29	-2,746	,006*
15-İlginç insanlarla tanışmama fırsat vermesi	321	3,78	843	3,99	2,992	,003*
16-Yeteneklerimi ve bilgimi kullanabileceğim bir iş olması	322	4,58	835	4,60	,385	,700

Toplam 16 değer ifadesinden 10 tanesinde Türkiye ile diğer Türk Cumhuriyeti öğrencileri arasında anlamlı fark gözlenmiştir. Buna dayalı olarak

“Türkiye ile Türk Cumhuriyeti öğrencilerinin iş değerleri arasında anlamlı fark vardır”

hipotezinin kabul edildiği söylenebilir. Kendini ait hissedeceği bir iş olması, işsizliğe karşı güvence vermesi, bağımsız çalışmaya imkan vermesi, ahlaklı ve dürüst bir yönetim olması, yetenek ve bilgimi kullanabileceğim bir iş olması gibi, birbirinden oldukça bağımsız olan ifadeler konusunda öğrenciler arasında bir fark görülmemiştir. Buna karşılık, toplumsallığın ve bireyselliğin öne çıktığı ifadelerde ise bu farkın oluştuğu söylenebilir. Türkiye'nin görece “bireyci”; diğer Türk Cumhuriyetlerinin ise toplumcu olması ise anlaşılabilir bir durumdur.

İkinci hipotez ise

Türkiye'deki TC vatandaşı öğrenciler ile diğer Türk Cumhuriyetlerindeki TC vatandaşı öğrencilerin iş değerleri arasında anlamlı bir fark vardır

şeklinde tasarlanmıştır. Bu hipotezi test etmek için yapılan t-testi analizinin sonuçları şöyledir:

Tablo 15: Türkiye’deki TC Vatandaşı Öğrenciler ile Diğer Türk Cumhuriyetlerindeki TC Vatandaşı Öğrencilerin İş Değerlerinin Karşılaştırılması (t-testi)

	t	Anlamlılık
1-Diğer insanlara yardım edebileceğim bir iş olmalı	-2,985	,003*
2-Toplum için faydalı bir iş olması	-3,628	,000*
3-Çalışma saatlerinin esnek olması	3,150	,002*
4-Eğlenmek için çok zamanımın olması	4,840	,000*
5-Yüksek ücret ödenmesi	1,160	,247
6-Terfi etmeme fırsat vermesi	-,413	,680
7-İlginç olması	-1,335	,182
8-Kendimi ait hissedeceğim bir işyeri olması	-,538	,591
9-İşsizliğe karşı güvence vermesi	-,691	,490
10-Bağımsız olarak çalışmama imkan vermesi	-1,193	,233
11-Ülkemin kalkınmasına katkıda bulunması	-5,418	,000*
12-Görüşlerimin alındığı bir iş olması	-1,681	,093
13-Ahlaklı ve dürüst bir yönetimin olması	-2,192	,029**
14-Başkalarının bana saygı duyacağı bir iş olması	,429	,668
15-İlginç insanlarla tanışmama fırsat vermesi	-2,864	,004*
16-Yeteneklerimi ve bilgimi kullanabileceğim bir iş olması	-2,481	,013*

Yurtiçinde ve yurtdışında yaşayan Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı öğrencilerin değerleri arasında anlamlı bir fark olup olmadığını üstteki tablo’dan söylemek zor gözüküyor. Zira 16 ifadeden 8 tanesinde anlamlı fark gözükürken diğer 8 tanesinde de gözükmemektedir. Burada ilginç olan, toplumsallık konusunda fark gözlemlenirken “bireysellik” olarak nitelendirilebilecek alanlarda anlamlı bir fark gözlemlenmemektedir. Yurtdışına giden öğrencilerin, ülke özlemi ile toplumcu duygularının kabardığı ve buna bağlı olarak bu yönde bir değer değişmesine uğradıkları söylenebilir.

Üçüncü hipotez ise

Türk Cumhuriyetlerinde yaşayan öğrencilerin iş değerleri arasında anlamlı bir fark vardır

şeklinde ifade edilmişti. Bu ifadeden hareketle yapılan ANOVA testi sonuçları alttaki tabloda verilmiştir:

Tablo 16: Türk Cumhuriyetleri (Kırgızistan, Azerbaycan, Özbekistan) Öğrencilerinin İş Değerlerinin Karşılaştırılması (ANOVA)

	F	Anlamlılık
1-Diğer insanlara yardım edebileceğim bir iş olmalı	,950	,387
2-Toplum için faydalı bir iş olması	1,453	,235
3-Çalışma saatlerinin esnek olması	8,682	,000*
4-Eğlenmek için çok zamanımın olması	47,653	,000*
5-Yüksek ücret ödenmesi	6,998	,001*
6-Terfi etmeme fırsat vermesi	12,507	,000*
7-İlginç olması	49,307	,000*
8-Kendimi ait hissedeceğim bir işyeri olması	1,231	,292
9-İşsizliğe karşı güvence vermesi	2,252	,106
10-Bağımsız olarak çalışmama imkan vermesi	6,432	,002*
11-Ülkemin kalkınmasına katkıda bulunması	3,853	,022**
12-Görüşlerimin alındığı bir iş olması	12,008	,000*
13-Ahlaklı ve dürüst bir yönetimin olması	7,630	,001*
14-Başkalarının bana saygı duyacağı bir iş olması	6,546	,002*
15-İlginç insanlarla tanışmama fırsat vermesi	3,541	,029**
16-Yeteneklerimi ve bilgimi kullanabileceğim bir iş olması	2,105	,122

Üstteki tablodan da görüleceği üzere, Türk Cumhuriyetleri öğrencilerinin iş değerleri bakımından toplam 16 iş değeri ifadesinden 11 tanesinde fark gözlenmiştir. Özellikle toplumsal fayda konusundaki ifadeler ile, işsizlik ve yetenek kullanımı ifadelerinde anlamlı fark gözükmemektedir. Buna karşılık bireysel beklentiler konusunda anlamlı farklar gözlenmektedir.

Sovyet geçmişlerine ve ortak bir tarihi kökenden gelmelerine karşın bu ülkeler arasında öğrencilerin iş değerlerine ilişkin algılarındaki bu farkı açıklamak kolay değildir. Bunun ortaya konması için hem örneklemin daha geniş tutulduğu hem de farklı boyutların dikkate alındığı çalışmalara gerek duyulmaktadır.

Hipotezlere dayalı genel bir değerlendirme yapacak olursak şunları söylemek mümkündür:

- 1- Araştırmanın sonuçlarına göre anketin uygulandığı dört ülkenin karşılaştırılmasının yapıldığı ANOVA testinde ülkeler arasında hem girişimcilik

algılaması hem de iş değerleri bakımından anlamlı farklılıklar görülmektedir. Bu durum, ülkelerin siyasi ve ekonomik gelişim süreçleri dikkate alındığında anlaşılabilir bir durumdur.

- 2- Türkiye ile Türk Cumhuriyetleri'nin girişimcilik ve iş değeri algılarının karşılaştırılmasında ortaya net bir sonuç çıkmamıştır. Ancak, biraz genelleme ile Türkiye'deki öğrencilerin daha bireyci, diğer ülkelerdeki öğrencilerin ise daha "toplumcu" bir davranış sergiledikleri söylenebilir.
- 3- Türkiye'de okuyan TC vatandaşı öğrenciler ile diğer ülkelerde (Kırgızistan, Azerbaycan) okuyan TC vatandaşı öğrencilerin özellikle girişimcilik algılarında anlamlı bir farklılık görülmemiştir. Ancak, iş değerlerinde görece daha anlamlı farklar belirlenmiştir. Bunun temel gerekçesi, ülkeden uzak olmanın toplumsalcı duyguları yoğunlaştırdığı şeklinde ifade edilebilir.
- 4- Son hipotez olan Türk Cumhuriyetleri (Kırgızistan, Özbekistan ve Azerbaycan) arasında hem girişimcilik hem de iş değerleri bakımından anlamlı farklılıklar görülmesi, araştırmanın önemli bulgularından bir tanesidir.

SONUÇ

Bu çalışmada, karşılaştırmalı bir mantıkla, değişik Türk devletlerinden öğrencilerin girişimcilik ve iş değerleri ele alınmıştır. Görülmektedir ki ülkeler arasında bir çok bakımdan farklılıklar gözlenmektedir. Bu farklılığın temel nedeni ise, ülkelerin farklı siyasi ve ekonomik geçmişe sahip olmalarıdır. Bunun da ötesinde, bu ülkeler günümüzde farklı gelişmişlik düzeyine ve yönetim anlayışına sahiptirler. Bu farklılık, doğal olarak öğrencilerin girişimcilik ve iş değerleri algılarına da yansımaktadır.

Girişimcilik açısından ülkeler arasında anlamlı farklar ortaya çıkmıştır. Ülkelerin şu an içinde buldukları siyasi ve ekonomik koşullar da bunu etkilemiştir. Ayrıca, öğrencilerin girişimcilik arkaplanlarının da oldukça farklılık gösterdiği görülmüştür. Burada önce çıkan bir nokta vardır. Türkiye girişimcilik eğitimi bakımından geride kalırken, öğrencilerin girişimcilik isteği bakımından önce çıkmaktadır. Öğreniminden sonra kendi işini kurmak isteyen öğrencilerin oranı bu ülkeler arasında en yüksek Türkiye'dedir (%29). Bu bulgu, girişimciliğin sadece eğitimle ilgili olmadığına ilişkin iddiaları da doğrulamaktadır. Öğrenciler, çevrelerinden, girişimcilik modellerinden, ekonomik şartlardan, iş imkanlarından etkilenecek girişimcilik kararlarını vermektedirler. Ayrıca, kişisel özellikler de bu kararlarda etkili olmaktadır.

Türkiye'de öğrenim gören Türk öğrenciler ile Kırgızistan ve Azerbaycan'da öğrenim gören Türkiye Cumhuriyeti vatandaşı Türk öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinde de bazı farklılıklar görülmektedir. Bunun nedenlerinin ortaya konması için daha fazla bulguya ihtiyaç vardır. Ancak, öğrencilerin orada içinde buldukları koşullar, bu farklılığı ortaya çıkaran bir gerekçe olabilir.

İş değerleri açısından da hem Türkiye ile Türk Cumhuriyetleri arasında, hem de Türk Cumhuriyetlerinin kendi aralarında önemli farklar olduğu gözlenmektedir. Kaba bir genelleme ile, Türkiye'de öğrencilerin daha bireyci oldukları ve bireysel beklentilerini öne çıkardıkları söylenebilir. Buna karşılık, Türk Cumhuriyetlerinde toplumsalcılığın öne çıktığı ifadeler daha fazla vurgu yapılmıştır. Bu farkın yorumunda bu ülkelerdeki Sosyalist geleneğin hala etkili olduğu iddiası kullanılabilir.

Araştırmanın bulgularının daha net bir şekilde yorumlanabilmesi için benzeri nitelikte çalışmaların daha yaygınlaştırılması gerekmektedir. Özellikle Kırgızistan ve Azerbaycan'da araştırmanın yapıldığı fakültelerin Türkiye Cumhuriyeti ile organik bağlarının olması ve YÖK tarafından tanınıyor olması, burada Türkiye'den giden bazı öğretim üyelerinin ders veriyor olması ve Türkiye'den giden öğrencilerle yerli öğrencilerin aynı sınıflarda ders görüyor olması, araştırmadaki "karşılaştırmalı" yaklaşımı zayıflatıcı etki yapabilir. Bu nedenle, hem Kırgızistan'da hem de Azerbaycan'da tamamen yerli öğrencilerin katılımıyla gerçekleştirilecek yeni çalışmalara gerek vardır. Ayrıca, bu çalışmanın Kazakistan ve Türkmenistan gibi diğer ülkelerde de yürütülmesi ve farklı fakültelerin araştırmaya dahil edilmesi daha sağlıklı değerlendirmeler yapma imkanı sunacaktır. Yine Türkiye'de sadece Sakarya Üniversitesi değil, başka üniversitelerden öğrencilerin katılımlarının da sağlanması gerekecektir.

KAYNAKÇA

- AKAT, İ., G. Budak ve G. Budak (1999), **İşletme Yönetimi**, Barış Yayınları Fakülteler Kitabevi, İzmir.
- AKŞİT, Gülhan (2003), **Farklı Kültürlerde Girişimcilik Niyeti Ve Üniversite Öğrencilerine Yönelik Karşılaştırmalı Bir Araştırma**, Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- AHMED, Sadrudin A. (1995), A Comparative Study of Job Values Of Business Students in Bolivia and English Canada Working Paper, 95-23.
- AHMED, S. A. ve J. Rojas (1988) A Comparative Study Of Job Values Of North and South American Business Students, (<http://www.sbaer.uca.edu/research/1998/SRIBR/98sri230.txt>)
- ARIKAN, Semra (2002), **Girişimcilik**, Siyasal Kitabevi, Ankara.
- ARSLAN, Kahraman (2002), **Üniversiteli Gençlerde Mesleki Tercihler ve Girişimcilik Eğilimleri**, Doğu Üniversitesi Dergisi, Sayı 6, s.1-11.
- ATAY, Salim (2003), **Türk Yönetici Adaylarının, Siyasal ve Dini Tercihleri ile Yaşam Değerleri Arasındaki İlişki**, Değerler Eğitimi Dergisi, Sayı 1 (3), s.87-120.
- AYDIN, Mustafa (2003), **Gençliğin Değer Algısı: Konya Örneği**, Değerler Eğitimi Dergisi, Sayı 1 (3), s.121-144. (Selçuk Üniversitesi Fen Edeb.Fak.).
- BAYULGEN, O. (2003), **Facing the Dilemma of Global Capitalism: The Case of Azerbaijan, Central Asian Survey**, 22 (2/3), s. 209-220.
- BISCACCIANTI, A., T. Neil, B. Martz ve R. Williams (2004), **Multi Culture Perception of Entrepreneurial Lifestyle**, EDINEB, Maastricht, Netherlands.
- BOZKURT, Öznur (2005), **Girişimci Kişilik Özellikleri ve Sakarya Üniversitesi Örneği**, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- BUĞRA, Ayşe (2005), **Devlet ve İşadamları**, İletişim Yayınları, İstanbul.
- CONNOR, P.E. ve B.W. Becker (1975), **Values and the Organizations: Suggestions for Research**, The Academy of Management Journal, Vol. 18, No. 3, 550-561.
- COŞKUN, Recai (2006), **İşletmeye Giriş**, Sakarya Yayıncılık, Adapazarı.

- COŞKUN, Recai (2006), **Girişimcilik: Türkiye Uygulamaları**, Basılmamış Ders Notları, Sakarya Üniversitesi.
- ÇELİK Adnan, Tahir Akgemci (1998), **Girişimcilik Kültürü ve KOBİ'ler**, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- ÇETİN, Canan (1996), **Yeniden Yapılanma Girişimcilik, Küçük ve Ortaboy İşletmeler ve Bunların Özendirilmesi**, Der Yayınları, İstanbul.
- ÇİTÇİ, Umut S. (2006), **Girişimsel Başarı Üzerine Sosyal Ağların Etkisi: Weber, Schumpeter, ve Knightin Görüşlerine Dair Bir Araştırma**. Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- DAEHLEN, Marianne (2004), Change in job values during education, Paper to the CSP Conference, Oslo, June 17-19.
- DAEHLEN, Marianne (2005), Nurses' Job Values in the Transition from School to Work, Senter for profesjonsstudier ~ Centre for the Study of Professions, Høgskolen i Oslo ~ Oslo University College Working paper no. 11/2005, www.hio.no/sps.
- DEİK (2000), **Özbekistan Ekonomisi ve Türk-Özbek Ekonomik İlişkileri** (Ülke Raporu).
- DEİK (2002), **Kırgızistan Ekonomisi ve Türkiye İle İlişkileri** (Ülke Raporu).
- DİNÇER, Ömer (1998), **Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası**, 5. Baskı, Beta, İstanbul.
- DOĞRU, A. (2004), **Türk Firmalarının Yabancı Yatırım Kararlarını Etkileyen Faktörler:Azerbaycan Örneği**, Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ERKAN (2006a) (<http://www.dtm.gov.tr/ead/DTDERGI/ocakozel2002/bagimsiz.htm>)
- ERKAN (2006b) (<http://www.dtm.gov.tr/ead/DTDERGI/ocakozel2002/bagimsiz.htm>)
- ERDEM, Ali Rıza (2003), **Üniversite Kültüründe Önemli Unsur: Değerler**, Değerler Eğitimi Dergisi, Sayı 1 (4), s.55-72.
- GAMEXTREM (2006) <http://www.gamextreme.org/gia/gor.php?a=%C3%B6zbekistan>

- GÜNEY, Semra ve Aysun Çetin (2003), **Kültürün Girişimciliğe Etkisi ve Türkiye’de Girişimcilik Kültürü**, Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Cilt21, Sayı 1, s.189-210, Ankara.
- HISRICH, R. D. ve M. V.Grachev (1995), **The Russian entrepreneur: characteristics prescriptions success**, Journal of Managerial Psychology, Volume 10 · Number 2, 1995, s. 3-9.
- İRMİŞ, Ayşe (2003), **Kırgızistan Bişkek’teki Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Yapılan Bir Çalışma**, Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, Sayı 5, Bişkek.
- MATLAY, H. (2005), Researching Entrepreneurship and Education: What is Entrepreneurship and Does it Matter Education & Training Vol. 47 No. 8/9, 2005 s. 665-677.
- MEKANIM (2006) <http://www.mekanim.de/Forums-file-viewtopic-t-964.html>
- MELLAHI, K (2001), **Differences and Similarities in Future Managerial Values: A Five Cultures Comparative Study**, Cross Cultural Management, Vol. 8, No.1.
- MÜFTÜOĞLU, Tamer, Tülin Durukan (2004), **Girişimcilik ve KOBİ’ler**, Gazi Kitabevi, Ankara.
- NICHOLSON, J. D. ve L. P. Stepina (1998), **Cultural Values: A Crosss-National Study**, Cross Cultural Management, Vol. 5, No. 1.
- NORMATOV, Haivat (2003), **Türk Girişimcilerin Kırgızistan’da Karşılaştıkları Sorunlar**, Yüksek Lisans Tezi, Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- ÖZEN KUTANİS, Rana ve A Hancı (2004), **Kadın Girişimcilerin Kişisel Özgürlük Algılamaları**, 3. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, 25-26 Kasım, Osmangazi Üniversitesi, İİBF, Eskişehir.
- ÖZENSEL, Ertan (2003), **Sosyolojik Bir Olgu Olarak Değer**, Değerler Eğitimi Dergisi, Sayı 1 (3), s.217-239. (Selçuk Üniversitesi Fen Edeb.Fak.)
- POMFRET, R. ve K. H. Anderson (1997), **Uzbekistan: Welfare Impact Of Slow Transition**, *CIES Seminar Paper 97-15*, and United Nations University (UNU)

World Institute For Development Economics Research (WIDER) Working Paper
No. 135, June.

RUSSEL, R. D. (1997), **The Impact of National Culture on the Emergence of Entrepreneurship**, Paper presented at USASBE Conferance.

SARGUT, A. Selami (2001), **Kültürler Arası Farklılaşma ve Yönetim**, İMGE Kitabevi, Ankara.

SESAM (2005), Sakarya'nın **Rekabet Gücünün Belirlenmesi ve Geliştirilmesi Projesi Raporu**, Sakarya Üniversitesi, (www.sesam.sakarya.edu.tr).

SİLAH, Mehmet (2001), **Çalışma Psikolojisi**, Ankara.

SPECHLER, M. (2000), Uzbekistan: The Silk Road to Nowhere, Contemporary Economic Policy, Vol. 18, No. 3, s. 295-303.

TEAL, E. J. ve A. N. Toxanova (1999), **Entrepreneurial Challenges and Opportunities in the Republic of Kazakhstan**, Paper presented at USASBE Conferance.

TİSK, (2006), http://www.tisk.org.tr/isveren_sayfa.asp?yazi_id=408&id=24

TOP, Seyfi (2006), **Girişimcilik: Keşif Süreci**, BETA.

TUTAR, Hasan ve Orhan Küçük (2003), **Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi**, Seçkin, Ankara.

TÜSİAD, (2003), **Türkiye'de Girişimcilik**, www.tusiad.org.tr

TÜSİAD, (1987), **Türkiye'de Girişimcilik İle İlgili Sorunlar ve Çözümler**, İstanbul.

YILDIZ, B (2006), <http://www.ytukvk.org.tr/arsiv/makaletop.php?makale=barisyildiz1>

EKLER

EK 1: Anket Formu

ÖĞRENCİLERİN GİRİŞİMCİLİK ÖZELLİKLERİ VE İŞ DEĞERLERİ

Sayın ilgili, bu anket Yüksek Lisans Tezi için hazırlanmıştır. Tezde kişi veya kurum adlarına kesinlikle yer verilmeyecek ve anket sonuçları tez dışında başka bir amaçla kullanılmayacaktır. Zaman ayırdığınız için teşekkür ederim.

DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER

Doğum Tarihi: _____ Cinsiyet: Bayan Erkek
Bölümü: _____ Uyuşu: _____ Sınıfı: _____

GİRİŞİMCİLİK ARKAPLANI

1. Ailenizde veya yakın akrabalarınız arasında "girişimci" olan kimse var mı? Evet: Hayır:
2. Mezun olduğunuzda öncelikle nasıl bir işte çalışma istersiniz? Kamu: Özel: Kendi İşimde:
3. Girişimcilik konusunda herhangi bir ders aldınız mı? Evet: Hayır:
4. Girişimcilik konusunda okuduğunuz bir kitap var mı, ne?
.....
5. Girişimcilikle ilgili dergileri okuyor musunuz? Evet: Hayır:
6. Devletin girişimcilere tanıdığı imkanlardan haberdar mısınız? Evet: Hayır:
7. (Evet diyorsanız)
Neler?.....
8. Girişimciliği destekleyen özel veya kamu kuruluşlarını biliyor musunuz? Evet: Hayır:
9. (Evet diyorsanız)
Neler?.....
10. Kendinize örnek aldığınız bir girişimci var mı, kim?
.....
11. Girişimcilik denince aklınıza gelen ilk üç ülke hangileridir?
a: b: c:

Lütfen aşağıdaki ifadelere katılıp katılmadığınızı uygun rakamın altına X koyarak belirtiniz.

1= Kesinlikle Katılmıyorum
2= Katılmıyorum
3= Kararsızım
4= Katılıyorum
5= Kesinlikle Katılıyorum

İFADE

1 2 3 4 5

1. Girişimci olmanın iyi bir yaşam düzeyi sağladığına inanıyorum					
2. Girişimci olmanın kolay olduğuna inanıyorum					
3. Girişimci olmayı arzu ediyorum					
4. Genelde girişimciler hakkında iyi şeyler duydum					
5. Kendi işimi rahatlıkla yürütebileceğimi düşünüyorum					
6. Kendi işini kuran bir kişinin başarılı olduğuna inanıyorum					
7. Kendi işini kurup yürütmenin oldukça riskli olduğuna inanıyorum					
8. Bir girişimcinin her zaman bir yenilikçi olması gerektiğine inanıyorum					
9. Bir girişimcinin başarılı olmadan önce bir çok başarısızlık yaşaması gerektiğine inanıyorum					
10. Bir girişimcinin başarılı olmasının şansa bağlı olduğuna inanıyorum					
11. Girişimciliğin sadece iş kurmak için iyi bir paraya sahip olmak anlamına geldiğine inanıyorum					
12. Bir girişimci olarak başarılı olmamın çok zor olduğuna inanıyorum					
13. Kendimin de uygun olduğumu düşündüğüm standart bir girişimci profili olduğuna inanıyorum					
14. Girişimcilik özelliklerinin (örneğin inisiyatif, risk alma, yenilikçilik) doğuştan geldiğini ve bu yüzden öğretilemeyeceğine inanıyorum					
15. Girişimci olmamın emekliliğimde daha iyi bir yaşam biçimine sahip olmamı sağlayacağına inanıyorum					
16. Başarılı bir girişimci olmamın refahımı artıracığına inanıyorum					
17. Girişimci olmamın şu anki hayat biçimime olumlu etki edeceğine inanıyorum					
18. Girişimci olmanın ülkenin refah düzeyine olumlu etkisi olacağına inanıyorum					
19. Girişimci olmam konusunda bana yol gösterecek-yardım edecek kimseyi tanımıyorum					
20. Üniversite içinde bana girişimci olmam konusunda eğitim-öğretim verecek bir birimin varlığından haberdar değilim					
21. Bir iş kurmam için gerekli parayı nasıl bulacağımı bilmiyorum					
22. Birisinin girişimci olabilmesi için benim sahip olduğum eğitimden daha fazla eğitim alması gerektiğine inanıyorum					
23. Bir kişinin başarılı bir girişimci olabilmesi için özel bir eğitim alması gerektiğine inanıyorum					
24. Bir iş kurmaya çalışırken başarısız olan birinin girişimci olmadığına inanıyorum					
25. Bir girişimci olmak için gerekli zamanı harcamayı seve seve göze alırım.					
26. Emekli olduğumda hükümete çok bağımlı olmamam gerektiğine inanıyorum					
27. Emekli olmadan önce bir çok kez iş ve meslek değiştirmem gerekeceğini tahmin ediyorum					

28.Yeni firmalarda çalışmaktansa köklü firmalarda çalışmayı tercih ederim

Lütfen sizce girişimciliği ne anlama geldiğini kısaca açıklayınız:

Lütfen aşağıdaki iş değerleri ifadelerinin sizce önem düzeyini uygun rakamın altına X koyarak belirtiniz.

- 1= Hiç önemli değil
2= Önemli değil
3= Kararsızım
4= Önemli
5= Çok önemli

İFADE	1	2	3	4	5
1. Diğer insanlara yardım edebileceğim bir iş olması					
2. Toplum için faydalı bir iş olması					
3. Çalışma saatlerinin esnek olması					
4. Eğlenmek için çok zamanımın olması					
5. Yüksek ücret ödenmesi					
6. Terfi etmeme fırsat vermesi					
7. İlginç olması					
8. Kendimi ait hissedeceğim bir işyeri olması					
9. İşsizliğe karşı güvence vermesi					
10. Bağımsız olarak çalışmama imkan vermesi					
11. Ülkemin kalkınmasına katkıda bulunması					
12. Görüşlerimin alındığı bir iş olması					
13. Ahlaklı ve dürüst bir yönetimin olması					
14. Başkalarının bana saygı duyacağı bir iş olması					
15. İlginç insanlarla tanışmama fırsat vermesi					
16. Yeteneklerimi ve bilgimi kullanabileceğim bir iş olması					

ТАЛАБАЛАРГА ТАДБИРКОРЛИКНИНГ ВА ИШ ЭТИБОРИ ВА КАДИРИ

Хурматли укувчи бу анкета диссертация ёклаш учун тайорланган. Анкетада берилган жавобларингиз диссертациядан бошка максадларда фойдаланилмайди. Ажратган вактингиз учун ташаккур.

.....
 Тугилган йили _____ Жинси: Аёл Эркак
 Булими: _____ Миллати: _____
 Синфи: _____

-
12. Оила ва якин кариндошлар орасида «тадбиркорлар» борми? Ха:
 Йук:
13. Укишни битиргандан сунг кайси ишда ишламоқчисиз?
 . Давлат корхонасида: Хусусий к-да: Уз
 ишингиз:
14. Тадбиркорлик бойича дарс олганмисиз? Ха:
 Йук:
15. Тадбиркорлик тугрисида китоб укиганмисиз? Ха болса(китобнинг номи).....
16. Тадбиркорлик тугрисида журналлар укийсизми? Ха:
 Йук:
17. Давлат томонидан тадбиркорларга яратилган имкониятлардан хабардормисиз? Ха:
 Йук:
18. (Ха десангиз)
 Кайси?.....
19. Тадбиркорларни куллаб кувватлайдиган давлат ёки хусусий корхоналарни биласизми? Ха:
 Йук:
20. (Ха десангиз)
 Кайси?.....
21. сиз учун урнак буладиган тадбиркор
 борми?Ким?.....
22. Тадбиркорлик деганда кайси уч мамлакатни хаёлингизга келтирасиз?
 а: б: с:

Куйдаги ибораларга кошилиб, кошилмаганлигизни ракамлар тагига «Х» белгисини койинг.

- 1= Бутунлай Кошилмайман
 2= Кошилмайман
 3= Бетараф
 4= Кошиламан
 5= Бутунлай Кошиламан

ИБОРАЛАР	1	2	3	4	5
29.Тадбиркорлар яхши хаёт кечиршига ишонаман					
30.Тадбиркор булиш осонлигига ишонаман					
31.Тадбиркор булишни орзу киламан					

32. Хусусан тадбиркорлар ҳақида яхши нарсалар эшитганман					
33. Уз ишимни енгил бажараман деб уйлайман					
34. Уз ишини қурган одамнинг уддабуронлигига ишонаман					
35. Уз ишини юритиш, бу ишнинг калтислигига ишонаман					
36. Тадбиркорнинг уз ишига доимо янгилик киритиш кераклигига ишонаман					
37. Тадбиркорликта муаффақиятларга эришиши учун муаффақиятсизликларга ҳам учрашига ишонаман					
38. Тадбиркорликта муаффақиятга эришиш учун омадга ишонаман					
39. Тадбиркорликта янги иш учун фақат катта маблаг кераклигига ишонаман					
40. Тадбиркорликта юқори муаффақиятларга эришиш жуда қийин					
41. Менда ҳам тадбиркорлик қобилиятлари борлигига ишонаман					
42. Тадбиркорларда тугма хислатлар (масалан: янгиликлар киритиш, уддабуронлик, ишбилармонлик) борлигига ишонаман					
43. Тадбиркорлигим қарилик чоғимда ҳам яхши ҳаёт кечиришимга имконият беришига ишонаман					
44. Муаффақиятли тадбиркорлик раванқимни ва бойлигимни оширишига ишонаман					
45. Тадбиркорлигим ҳозирги ҳаётимга ижобий таъсир қуратишига ишонаман					
46. Тадбиркорлик ватаним раванқига ижобий таъсир қуратишига ишонаман					
47. Тадбиркор бўлишимга менга йул қуратадиган, ёрдам берадиган қимсанни танитайман					
48. Университетга мени тадбиркор бўлишимга йуналтирувчи укув иншооти йук					
49. Янги иш бошлаш учун керакли маблағни қаердан олишни билмайман					
50. Тадбиркор бўлиш учун мен олган билимдан ҳам ортиқроқ билим олиши кераклигига ишонаман					
51. Муаффақиятли тадбиркор бўлиши учун алоҳида қошимча билим олиши кераклигига ишонаман					
52. Бошлаган иши муаффақиятсиз чиққан тадбирқорни, тадбирқор деб ҳисоламайман					
53. Тадбирқор бўлиш учун қанча вақт қерақ бўлса шунча вақт сарифлайман					
54. Нафақага чиққанимдан сунг нафақадан ташқари қошимча даромат қилишим кераклигига ишонаман					
55. Нафақага чиққанумча қадар бир неча маротаба иш ва ҳунар узғартиришим кераклигини таҳмин қиламан					
56. Янги фирмаларда ишлашдан қура, яхши фаолият қуратаётган фирмаларда ишлашни афзал қураман					

Тадбирқорлик деб нимани тушунақиз? Қисқача ифодаланг:

Куйдаги ибораларни канчалик эътиборга эга эканлигини ракамлар тагига «X» белгисини куйиб белгиланг.

1= Бутунлай Эътиборсиз

2= Эътиборсиз

3= Бетараф

4= Эътиборли

5= Бутунлай Эътиборли

ИБОРА	1	2	3	4	5
17. Бошка одамлар учун ёрдам тегадиган иш булиши					
18. Халк учун фойдали бир иш булиши					
19. Иш соатларининг узгарувчан будиши					
20. Дам олиш вақтимнинг купрок булиши					
21. Иш хаккимнинг юкори булиши					
22. Лавозимининг кутарилишига имконият булиши					
23. Кизикарли булиши					
24. Шу ишга ярокли булишим					
25. Ишсиз колмасликка кафолат бериши					
26. Мустакил ишлашимга имконият бериши					
27. Улкамизнинг ривожланишига хисса кушишлиги					
28. Менинг фикрларимни эътиборга оладиган бир иш булиши					
29. Хакикатгой ва маданиятли бошкарувнинг булиши					
30. Бошкаларнинг менга хурмат билан карашт					
31. Таникли инсонлар билан мулокатта булишимга имконият булиши					
32. Кобилият ва билимимни ишлата оладиган ишнинг булиши					

EK 2: Girişimcilik ve İş Değerlerine İlişkin Ülke Bazında Değerler

Tablo1: Girişimcilik Ölçek Ortalamaları Kırgızistan

	N	Ort
1-Girişimci olmanın ülkenin refah düzeyine olumlu etkisi olacağına inanıyorum	348	4,24
2-Bir girişimcinin her zaman bir yenilikçi olması gerektiğine inanıyorum	348	4,11
3-Başarılı bir girişimci olmamın refahımı artıracığına inanıyorum	351	4,09
4-Girişimci olmayı arzu ediyorum	348	4,08
5-Girişimci olmanın iyi bir yaşam düzeyi sağladığına inanıyorum	348	4,03
6-Girişimci olmamın şu anki hayat biçimime olumlu etki edeceğine inanıyorum	349	3,97
7-Bir girişimci olmak için gerekli zamanı harcamaya seve seve göze alırım	342	3,92
8-Kendi işini kurup yürütmenin oldukça riskli olduğuna inanıyorum	348	3,89
9-Kendi işimi rahatlıkla yürütebileceğimi düşünüyorum	349	3,86
10-Girişimci olmamın emekliliğimde daha iyi bir yaşam biçimine sahip olmamı sağlayacağına inanıyorum	350	3,81
11-Kendi işini kuran bir kişinin başarılı olduğuna inanıyorum	347	3,61
12-Genelde girişimciler hakkında iyi şeyler duydum	352	3,54
13-Emekli olduğumda hükümete çok bağımlı olmamam gerektiğine inanıyorum	341	3,51
14-Kendimin de uygun olduğumu düşündüğüm standart bir girişimci profili olduğuna inanıyorum	343	3,44
15-Birisinin girişimci olabilmesi için benim sahip olduğum eğitimden daha fazla eğitim alması gerektiğine inanıyorum	345	3,42
16-Yeni firmalarda çalışmaktansa köklü firmalarda çalışmayı tercih ederim	345	3,32
17-Bir kişinin başarılı bir girişimci olabilmesi için özel bir eğitim alması gerektiğine inanıyorum	346	3,31
18-Bir girişimcinin başarılı olmadan önce bir çok başarısızlık yaşaması gerektiğine inanıyorum	350	3,30
19-Bir girişimci olarak başarılı olmamın çok zor olduğuna inanıyorum	348	3,26
20-Bir iş kurmam için gerekli parayı nasıl bulacağımı bilmiyorum	348	3,10
21-Emekli olmadan önce bir çok kez iş ve meslek değiştirmem gerekeceğini tahmin ediyorum	342	3,07
22-Üniversite içinde bana girişimci olmam konusunda eğitim-öğretim verecek bir birimin varlığından haberdar değilim	345	2,90
23-Bir girişimcinin başarılı olmasının şansa bağlı olduğuna inanıyorum	351	2,85
24-Girişimci olmam konusunda bana yol gösterecek-yardım edecek kimseyi tanımıyorum	344	2,81
25-Girişimciliğin sadece iş kurmak için iyi bir paraya sahip olmak anlamına geldiğine inanıyorum	351	2,74
26-Girişimcilik özelliklerinin (örn.,inisiyatif,risk alma,yenilikçilik)doğuştan geldiğini ve bu yüzden öğretilmeyeceğine inanıyorum	352	2,54
27-Bir iş kurmaya çalışırken başarısız olan birinin girişimci olmadığına inanıyorum	344	2,52
28-Girişimci olmanın kolay olduğuna inanıyorum	351	2,23

Tablo2: Girişimcilik Ölçek Ortalamaları Özbekistan

	N	Ort
1-Bir girişimcinin her zaman bir yenilikçi olması gerektiğine inanıyorum	178	4,30
2-Bir girişimcinin başarılı olmadan önce bir çok başarısızlık yaşaması gerektiğine inanıyorum	178	4,22
3-Başarılı bir girişimci olmamın refahımı artıracığına inanıyorum	178	4,16
4-Girişimci olmanın ülkenin refah düzeyine olumlu etkisi olacağına inanıyorum	178	4,16
5-Birisinin girişimci olabilmesi için benim sahip olduğum eğitimden daha fazla eğitim alması gerektiğine inanıyorum	177	4,15
6-Girişimci olmayı arzu ediyorum	177	4,14
7-Girişimci olmamın şu anki hayat biçimime olumlu etki edeceğine inanıyorum	178	4,02
8-Emekli olduğumda hükümete çok bağımlı olmamam gerektiğine inanıyorum	175	4,01
9-Bir girişimcinin başarılı olmasının şansa bağlı olduğuna inanıyorum	177	4,00
10-Girişimcilik özelliklerinin (örn.,inisiyatif,risk alma,yenilikçilik)doğuştan geldiğini ve bu yüzden öğretilmeyeceğine inanıyorum	177	3,99
11-Girişimci olmamın emekliliğimde daha iyi bir yaşam biçimine sahip olmamı sağlayacağına inanıyorum	178	3,99
12-Kendimin de uygun olduğumu düşündüğüm standart bir girişimci profili olduğuna inanıyorum	177	3,95
13-Girişimci olmanın iyi bir yaşam düzeyi sağladığına inanıyorum	176	3,93
14-Genelde girişimciler hakkında iyi şeyler duydum	177	3,90
15-Bir kişinin başarılı bir girişimci olabilmesi için özel bir eğitim alması gerektiğine inanıyorum	176	3,90
16-Kendi işini kuran bir kişinin başarılı olduğuna inanıyorum	176	3,89
17-Bir girişimci olmak için gerekli zamanı harcamaya seve seve göze alırım	178	3,78
18-Yeni firmalarda çalışmaktansa köklü firmalarda çalışmayı tercih ederim	178	3,71
19-Girişimciliğin sadece iş kurmak için iyi bir paraya sahip olmak anlamına geldiğine inanıyorum	178	3,51
20-Kendi işini kurup yürütmenin oldukça riskli olduğuna inanıyorum	177	3,45
21-Bir girişimci olarak başarılı olmamın çok zor olduğuna inanıyorum	178	3,36
22-Kendi işimi rahatlıkla yürütebileceğimi düşünüyorum	176	3,34
23-Emekli olmadan önce bir çok kez iş ve meslek değiştirmem gerekeceğini tahmin ediyorum	178	3,17
24-Üniversite içinde bana girişimci olmam konusunda eğitim-öğretim verecek bir birimin varlığından haberdar değilim	175	2,98
25-Bir iş kurmam için gerekli parayı nasıl bulacağımı bilmiyorum	178	2,76
26-Girişimci olmam konusunda bana yol gösterecek-yardım edecek kimseyi tanımıyorum	177	2,76
27-Bir iş kurmaya çalışırken başarısız olan birinin girişimci olmadığına inanıyorum	178	2,43
28-Girişimci olmanın kolay olduğuna inanıyorum	177	2,29

Tablo3: Girişimcilik Ölçek Ortalamaları Azerbaycan

	N	Ort
1-Bir girişimcinin her zaman bir yenilikçi olması gerektiğine inanıyorum	330	4,48
2-Girişimci olmanın ülkenin refah düzeyine olumlu etkisi olacağına inanıyorum	326	4,25
3-Başarılı bir girişimci olmamın refahımı artıracığına inanıyorum	330	4,24
4-Girişimci olmayı arzu ediyorum	332	4,11
5-Bir girişimci olmak için gerekli zamanı harcamaya seve seve göze alırım	324	4,10
6-Kendi işimi rahatlıkla yürütebileceğimi düşünüyorum	330	4,06
7-Girişimci olmamın şu anki hayat biçimime olumlu etki edeceğine inanıyorum	327	3,95
8-Girişimci olmanın iyi bir yaşam düzeyi sağladığına inanıyorum	330	3,91
9-Kendimin de uygun olduğumu düşündüğüm standart bir girişimci profili olduğuna inanıyorum	326	3,55
10-Emekli olduğumda hükümete çok bağımlı olmamam gerektiğine inanıyorum	322	3,53
11-Kendi işini kuran bir kişinin başarılı olduğuna inanıyorum	330	3,47
12-Kendi işini kurup yürütmenin oldukça riskli olduğuna inanıyorum	331	3,46
13-Girişimci olmamın emekliliğimde daha iyi bir yaşam biçimine sahip olmamı sağlayacağına inanıyorum	327	3,45
14-Genelde girişimciler hakkında iyi şeyler duydum	329	3,40
15-Yeni firmalarda çalışmaktansa köklü firmalarda çalışmayı tercih ederim	326	3,29
16-Üniversite içinde bana girişimci olmam konusunda eğitim-öğretim verecek bir birimin varlığından haberdar değilim	325	3,12
17-Bir girişimcinin başarılı olmadan önce bir çok başarısızlık yaşaması gerektiğine inanıyorum	330	2,89
18-Birisinin girişimci olabilmesi için benim sahip olduğum eğitimden daha fazla eğitim alması gerektiğine inanıyorum	325	2,82
19-Bir girişimci olarak başarılı olmamın çok zor olduğuna inanıyorum	327	2,79
20-Bir kişinin başarılı bir girişimci olabilmesi için özel bir eğitim alması gerektiğine inanıyorum	326	2,79
21-Girişimcilik özelliklerinin (örn.,inisiyatif,risk alma,yenilikçilik)doğuştan geldiğini ve bu yüzden öğretilmeyeceğine inanıyorum	328	2,77
22-Bir iş kurmam için gerekli parayı nasıl bulacağımı bilmiyorum	327	2,71
23-Emekli olmadan önce bir çok kez iş ve meslek değiştirmem gerekeceğini tahmin ediyorum	326	2,69
24-Girişimci olmam konusunda bana yol gösterecek-yardım edecek kimseyi tanımıyorum	324	2,55
25-Girişimciliğin sadece iş kurmak için iyi bir paraya sahip olmak anlamına geldiğine inanıyorum	328	2,34
26-Bir girişimcinin başarılı olmasının şansa bağlı olduğuna inanıyorum	330	2,28
27-Bir iş kurmaya çalışırken başarısız olan birinin girişimci olmadığına inanıyorum	327	2,19
28-Girişimci olmanın kolay olduğuna inanıyorum	329	2,16

Tablo4: Girişimcilik Ölçek Ortalamaları Türkiye

	N	Ort
1-Bir girişimcinin her zaman bir yenilikçi olması gerektiğine inanıyorum	338	4,50
2-Başarılı bir girişimci olmamın refahımı artıracığına inanıyorum	339	4,10
3-Girişimci olmanın ülkenin refah düzeyine olumlu etkisi olacağına inanıyorum	336	4,09
4-Girişimci olmayı arzu ediyorum	338	4,06
5-Kendi işimi rahatlıkla yürütebileceğimi düşünüyorum	338	4,02
6-Girişimci olmamın şu anki hayat biçimime olumlu etki edeceğine inanıyorum	336	3,89
7-Bir girişimci olmak için gerekli zamanı harcamaya seve seve göze alırım	333	3,86
8-Girişimci olmanın iyi bir yaşam düzeyi sağladığına inanıyorum	339	3,85
9-Kendi işini kurup yürütmenin oldukça riskli olduğuna inanıyorum	339	3,68
10-Genelde girişimciler hakkında iyi şeyler duydum	338	3,59
11-Girişimci olmamın emekliliğimde daha iyi bir yaşam biçimine sahip olmamı sağlayacağına inanıyorum	336	3,54
12-Emekli olduğumda hükümete çok bağımlı olmamam gerektiğine inanıyorum	331	3,48
13-Yeni firmalarda çalışmaktansa köklü firmalarda çalışmayı tercih ederim	332	3,44
14-Kendi işini kuran bir kişinin başarılı olduğuna inanıyorum	339	3,41
15-Kendimin de uygun olduğumu düşündüğüm standart bir girişimci profili olduğuna inanıyorum	336	3,37
16-Üniversite içinde bana girişimci olmam konusunda eğitim-öğretim verecek bir birimin varlığından haberdar değilim	334	3,34
17-Birisinin girişimci olabilmesi için benim sahip olduğum eğitimden daha fazla eğitim alması gerektiğine inanıyorum	333	3,14
18-Bir iş kurmam için gerekli parayı nasıl bulacağımı bilmiyorum	334	3,11
19-Bir kişinin başarılı bir girişimci olabilmesi için özel bir eğitim alması gerektiğine inanıyorum	333	3,02
20-Girişimcilik özelliklerinin (örn.,inisiyatif,risk alma,yenilikçilik)doğuştan geldiğini ve bu yüzden öğretilmeyeceğine inanıyorum	339	2,96
21-Emekli olmadan önce bir çok kez iş ve meslek değiştirmem gerekeceğini tahmin ediyorum	332	2,90
22-Bir girişimcinin başarılı olmadan önce bir çok başarısızlık yaşaması gerektiğine inanıyorum	339	2,89
23-Bir girişimci olarak başarılı olmamın çok zor olduğuna inanıyorum	337	2,72
24-Girişimci olmam konusunda bana yol gösterecek-yardım edecek kimseyi tanımıyorum	333	2,65
25-Bir girişimcinin başarılı olmasının şansa bağlı olduğuna inanıyorum	338	2,45
26-Girişimciliğin sadece iş kurmak için iyi bir paraya sahip olmak anlamına geldiğine inanıyorum	336	2,39
27-Bir iş kurmaya çalışırken başarısız olan birinin girişimci olmadığına inanıyorum	333	2,36
28-Girişimci olmanın kolay olduğuna inanıyorum	339	2,18

Tablo 5: İş Değerleri Ölçek Ortalamaları Kırgızistan

		N	Ort
1	Yeteneklerimi ve bilgimi kullanabileceğim bir iş olması	339	4,62
2	Ahlaklı ve dürüst bir yönetimin olması	345	4,61
3	Toplum için faydalı bir iş olması	348	4,44
4	Kendimi ait hissedeceğim bir işyeri olması	347	4,33
5	İlginç olması	344	4,32
6	Ülkemin kalkınmasına katkıda bulunması	345	4,32
7	Diğer insanlara yardım edebileceğim bir iş olmalı	345	4,19
8	Başkalarının bana saygı duyacağı bir iş olması	346	4,18
9	Görüşlerimin alındığı bir iş olması	346	4,13
10	İşsizliğe karşı güvence vermesi	343	4,10
11	İlginç insanlarla tanışmama fırsat vermesi	347	4,09
12	Yüksek ücret ödenmesi	345	4,08
13	Bağımsız olarak çalışmama imkan vermesi	344	3,95
14	Terfi etmeme fırsat vermesi	316	3,88
15	Çalışma saatlerinin esnek olması	341	3,65
16	Eğlenmek için çok zamanımın olması	345	2,47

Tablo 6: İş Değerleri Ölçek Ortalamaları Özbekistan

		N	Ort
1	Yeteneklerimi ve bilgimi kullanabileceğim bir iş olması	173	4,51
2	Ahlaklı ve dürüst bir yönetimin olması	173	4,46
3	Kendimi ait hissedeceğim bir işyeri olması	174	4,42
4	Ülkemin kalkınmasına katkıda bulunması	174	4,37
5	Toplum için faydalı bir iş olması	175	4,33
6	Yüksek ücret ödenmesi	173	4,33
7	Görüşlerimin alındığı bir iş olması	174	4,32
8	İlginç olması	173	4,27
9	Bağımsız olarak çalışmama imkan vermesi	169	4,27
10	Başkalarının bana saygı duyacağı bir iş olması	174	4,27
11	Terfi etmeme fırsat vermesi	173	4,22
12	İşsizliğe karşı güvence vermesi	174	4,20
13	Diğer insanlara yardım edebileceğim bir iş olmalı	175	4,18
14	İlginç insanlarla tanışmama fırsat vermesi	174	4,01
15	Eğlenmek için çok zamanımın olması	173	3,45
16	Çalışma saatlerinin esnek olması	170	3,34

Tablo 7: İş Değerleri Ölçek Ortalamaları Azerbaycan

		N	Ort
1	Ahlaklı ve dürüst bir yönetimin olması	323	4,70
2	Yeteneklerimi ve bilgimi kullanabileceğim bir iş olması	323	4,63
3	Ülkemin kalkınmasına katkıda bulunması	322	4,50
4	Başkalarının bana saygı duyacağı bir iş olması	323	4,43
5	Toplum için faydalı bir iş olması	325	4,43
6	Görüşlerimin alındığı bir iş olması	323	4,42
7	Kendimi ait hissedeceğim bir işyeri olması	323	4,41
8	Diğer insanlara yardım edebileceğim bir iş olması	325	4,26
9	İşsizliğe karşı güvence vermesi	323	4,25
10	Terfi etmeme fırsat vermesi	310	4,21
11	Bağımsız olarak çalışmama imkan vermesi	320	4,09
12	Yüksek ücret ödenmesi	321	4,04
13	İlginç insanlarla tanışmama fırsat vermesi	322	3,87
14	İlginç olması	320	3,61
15	Çalışma saatlerinin esnek olması	320	3,34
16	Eğlenmek için çok zamanımın olması	323	2,64

Tablo 8: İş Değerleri Ölçek Ortalamaları Türkiye

		N	Ort
1	Ahlaklı ve dürüst bir yönetimin olması	322	4,60
2	Yeteneklerimi ve bilgimi kullanabileceğim bir iş olması	322	4,58
3	Görüşlerimin alındığı bir iş olması	322	4,47
4	Başkalarının bana saygı duyacağı bir iş olması	321	4,45
5	Kendimi ait hissedeceğim bir işyeri olması	320	4,44
6	Terfi etmeme fırsat vermesi	321	4,42
7	İşsizliğe karşı güvence vermesi	322	4,25
8	Ülkemin kalkınmasına katkıda bulunması	322	4,23
9	Toplum için faydalı bir iş olması	323	4,22
10	Yüksek ücret ödenmesi	322	4,05
11	Bağımsız olarak çalışmama imkan vermesi	321	3,98
12	Diğer insanlara yardım edebileceğim bir iş olması	324	3,97
13	İlginç insanlarla tanışmama fırsat vermesi	321	3,78
14	Çalışma saatlerinin esnek olması	319	3,72
15	İlginç olması	321	3,54
16	Eğlenmek için çok zamanımın olması	324	3,11

ÖZGEÇMİŞ

1977 yılında Özbekistan Cumhuriyeti Andijan şehrinde doğdu. İlk, Orta okul ve Lise öğrenimini Andijan şehrindeki 43 nolu orta okulunda yaptı. 1999 yılında Kırgızistan'da Celalabat Kommersiya Enstitüsüne bağlı olarak Türk Dünyası Vakfı tarafından açılan Türk Dünyası İşletme Fakültesini kazandı. 2003 yılında mezun oldu. Aynı senede de T.C. Sakarya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yönetim Ve Organizasyon Yüksek Lisans programına başladı.