



GİRİŞİMCİLİĞİ ETKİLEYEN SOSYO-KÜLTÜREL DEĐİŐİKENLER (KIRGIZİSTAN VE TÜRKİYE'DEKİ ÜNİVERSİTE ÖĞRENCİLERİNİN GÖRÜŐİLERİNİN KARŐİLAŐTIRMASINA DAYALI BİR ARAŞTIRMA)*

Yrd. Doç. Dr. Tuncer ÖZDİL

Celal Bayar Üniversitesi İİBF İŞletme Bölümü Öğretim Üyesi
tozdil12@hotmail.com

Dr. Gökçe YOĞURTCU

KTMÜ İLEF Gazetecilik Bölümü Öğretim Görevlisi
gokceyogurtcu@yahoo.com

Kadir YOĞURTCU

KTMÜ YDYO Dil Öğretim Bölümü Öğretim Görevlisi
kadiyogurtcu@hotmail.com

Uğur ÜNAL

KTMÜ İLEF Halkla İlişkiler ve Reklamcılık Bölümü Araştırma Görevlisi
unalugur09@gmail.com

Özet

İktisadi bir değer olarak '*girişimcilik*' sosyal ve kültürel boyutlarla yakından ilişkili bir edim niteliği de taşımaktadır. Sosyal ve kültürel yapının olanakları ile ilişkili olmasından ötürü ekonomik sistemin yanı sıra toplumsal düzende de yaratıcı, yenilikçi, deđiŐimci bir sürecin baŐlatıcısı rolünü üstlenmektedir. Dolayısıyla girişimci sınıfın söz konusu bu dönüŐtürücü etkisi toplumsal düzende bir kategori olarak önemini de gittikçe artırmaktadır.

Girişimci ediminin doğası ve deđiŐimci potansiyeli sosyal ve kültürel ortamların bir türevi olarak görülmekte, hatta giriŐimciler toplumsal hiyerarŐide farklılaŐma yaratıcı bir kategori oluŐturmaları nedeniyle egemen/üst sınıfın bir temsilcisi olarak da sayılmaktadırlar. Topluma yön verme, toplumsal ayrımlarda belirleyici bir taraf olma

* Bu çalışma, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi ile Celal Bayar Üniversitesinin 02-04 Mayıs 2012 tarihleri arasında düzenlemiŐ oldukları 4.Uluslararası Girişimcilik Kongresi'nde sunulan bildirinin gözden geçirilmiŐ ve geniŐletilmiŐ halidir.

özelliklerinden ötürü girişimcilik bu çalışmada, sosyo-kültürel bir çerçevede ele alınarak toplumsal sistemle ilişkilendirilmeye, bu bağlamda da elverişli sosyal ve kültürel ortamlar ile '*girişimci kültür*' olgularına açıklık getirilmeye çalışılacaktır.

İlgili literatürde yer alan psikolojik ve davranışsal yaklaşımlar, girişimcilerin ekonomik değer üretmeye dönük tercihlerinin yöneldiği tutum ve davranışlara odaklanırken, toplumsal yaklaşımlar bireysel kararlar üzerinde sosyal ve kültürel yapının ve değişkenlerinin önemine vurgu yapmaktadır. Salt kişisel nitelikler, çoğu zaman, karar almayı etkileyen sosyo-kültürel etkenlerin rolünü eksik bıraktığı için, girişimcilik kuramında bugün sosyal yapı ve kültürel etkenlerin belirleyici özelliklerinden hareket edilmeye başlanmıştır. Öyle ki, Max Weber'den bu yana, başta din olmak üzere, eğitim, yaş, cinsiyet, aile kökeni, etnisite vb. etkenlerin iktisadi davranışın oluşmasına yol açtığı, girişimcilik edimlerinin artmasına olanak tanıdığı sonucuna ulaşılmaktadır.

Girişimsel fikirler, fırsatlar, kaynaklar ve başarı için sosyo-kültürel değişkenler motivasyonel etkide bulunmakla birlikte, niçin bazı toplumlar girişimcilikte yüksek başarı gösterirken ötekilerinde aynı başarı söz konusu olamamaktadır? Girişimcilikle sosyo-kültürel yapı arasında nasıl bir ilişki bulunmaktadır? Ve hangi tür sosyo-kültürel ortamlar girişimcilik edimi için elverişli sonuçlar yaratmaktadır? Araştırmanın tüm bu başat soruları *toplumsal*'ın ve *kültürel*'in doğasına ve farklılıklarına yönelmeye yol açacaktır. Risk almaya dönük tepkileri, rasyonel tercihleri, başarı güdüsünü, kendine güven ve sorumluluk alma düzeyini farklılaştıran sosyo-kültürel yapı farklılıkları Kırgızistan ve Türkiye girişimciliği üzerinden karşılaştırmalı olarak ampirik bir incelemeye tabi tutulacaktır.

Anahtar sözcükler: Sosyo-kültürel Yapı, Sosyo-kültürel Değişkenler, Girişimcilik, Girişimcilik Kültürü.

SOCIO-CULTURAL VARIABLES AFFECTING ENTREPRENEURSHIP: A STUDY OF UNIVERSITY STUDENTS' PERCEPTIONS IN TURKEY AND KYRGYZSTAN

Abstract

Entrepreneurship as an economic value carries a peculiarity which closely related to the social and cultural dimentions. Beside of associating with the possibilities of social and cultural structure entrepreneurship undertakes the role as creative, innovative, interchanging initiator of process in social life. Therefore, the effect of entrepreneurial class is increased the importance in the social order as a category.

The nature and interchanging potential of the entrepreneurial act is perceived as a derivative in social and cultural environments, even entrepreneurs by creating a category of the differentiation in social hierarchy can become as a representative of the ruling/upper class. In this study has been taken up not just some features of entrepreneurship as giving direction in the society and social distinctions but also here has been analyzed entrepreneurship in socio-cultural context and tried to establish links between the social system and entrepreneurship. By that tried to clarify to a social and cultural environment and the 'entrepreneurial culture'.

In the literature psychological and behavioral approaches oriented to attitudes and behaviors of entrepreneurs on producing the economic value tends, social approaches oriented to an importance of socio-cultural structure and the variables

on individual decisions. Most of the time personal qualities incomplete the role of socio-cultural factors which affect to the personal decision. Therefore today in entrepreneurship theory based on a defining characteristic of social structure and cultural factors. Indeed, since Max Weber, reached the conclusion that particularly religion, education, age, gender, family origin, ethnicity and so on factors lead to the formation of economic behavior and to increase entrepreneurial acts.

Socio-cultural variables impact motivationally for the entrepreneurial ideas, opportunities, resources, and while some societies show a high success in entrepreneurship but why other societies can't show the same success? What a relationship can be mentioned between socio-cultural structure and entrepreneurship? And what kind of socio-cultural environment creates favorable results for the act of entrepreneurship? All of these principal questions will lead us to a nature and differences of social and cultural factors. Reactions towards risk-taking, rational choice, the incentive to achievement, self-confidence and taking responsibility for the differences of socio-cultural structure of Kyrgyzstan and Turkey entrepreneurship will be subject to empirical scrutiny by comparison.

Key words: Socio-cultural structure, Socio-cultural variables, Entrepreneurship, Entrepreneurship culture.

1. Giriş

Yaratıcı düşünmenin ve kaynakları fayda yaratmak üzere bir araya getirmenin gittikçe daha fazla talep edildiği dünyamızda, girişimciliğin merkezi rolü sürekli güçlenmektedir. Hemen hemen tüm dünyada ekonomik büyüme olmadan, toplumsal gelişmenin de bireysel refahın da mümkün olamayacağı açıkça görülmektedir. Bu bağlamda iktisat, işletme, ekonomi, psikoloji ve sosyoloji gibi çok sayıda disiplin tarafından ele alınan girişimcilik, disiplinlerarası boyutu nedeniyle çok farklı tanımlamalara ve kuramsal açılımlara sahiptir. Günümüzde girişimciliğin tek bir tanım ve kuramsal açılım bünyesinde toplanamamasının bir diğer nedeni de, değişen koşullara koşut olarak kavramın sürekli gelişim göstermesidir. Bununla birlikte girişimcilik tanımlamaları üzerinde en fazla uzlaşılan noktanın 'yenilikçilik' ve 'yaratıcılık' potansiyeli olduğu da dikkat çekmektedir.

Bir süreç olarak ele alınan girişimciliğin temel ilkesi fırsatların görülmesi ve bu fırsatların hayata geçirilebilmesi için gerekli olan kaynakların yaratılmasıdır. Daha sonra bu sürecin doğru planlanması ve örgütsel yapının hazırlanması gerekmektedir (Iraz, 2005: 195). Bu örgütlenme sürecinde kararlılık göstermesi

beklenen girişimcinin, bağımsız çalışma arzusuna, yeni fikirleri kabul ettirebilme ve ikna kabiliyetine, güçlü bir başarıma güdüsüne ve belirsizlik toleransına sahip olması beklenmektedir (Arıkan, 2004: 47). Bu bağlamda girişimcinin en belirgin özelliği başkalarının göremediği fırsatları iş fikrine dönüştürebilmesi ve bu konuda güçlü bir risk alma eğilimine sahip olmasıdır (Tekin, 2004: 3). Nitekim girişimci durgun ekonomileri hareketlendiren ve özellikle gelişmekte olan ülkelere ekonomik büyüme sağlayan itici bir güç olarak kabul edilmekte ve girişimcilik, yenilikçi ve dinamik bir ekonominin göstergesi olarak kabul edilmektedir.

Çok farklı yönleri olan girişimcilik, küçük işletmelerden büyük boyutlardaki işletmelere kadar uzanmaktadır. Finansal yatırım, yönetim becerisi ve serbest çalışmayı girişimcilik kapsamında görebileceğimiz gibi, kişisel ve kurumsal yatırımcıları kendine çekmek, yasal birleşmeler elde etmek, kaynak, teknoloji ve piyasa bulmak gibi çok daha karmaşık bir planlama gerektiren faaliyetler de girişimcilik kapsamı içerisinde yer almaktadır (Spencer & Gomez, 2004: 1097). Girişimcinin temel işlevlerinden biri de henüz denenmemiş bir teknolojiyi kullanarak yeni bir etkinlik ortaya koyması ve böylelikle üretimde reform yapabilmesidir (Johnson, 2001: 136). Değişimi arayarak ona cevap vermesi gereken girişimcinin yaratıcı olmasının yanı sıra; azimli, kararlı, amaç odaklı, esnek, çözümcü, güven verici, sonuç yönelimli ve öz denetime sahip olması da son derece önemlidir (Drucker, 1993: 27-28).

Elbette girişimciliği sadece ekonomik ve iktisadi perspektifle açıklayamayız. Sözelimi bir psikolog için girişimci, elde etmek istediği şeye ulaşmak ve belirli grupların sahip olduğu otoriteyi paylaşmak için yüksek motivasyon gösteren (Hisrich & Peters, 1998) ve toplumsal normlarla çoğu zaman uyumsuzluk içinde olan bir birey (Bridge ve ark.1998: 44) iken, bir sosyolog için kaynak üretimini ve toplumsal refahı mümkün kılan, toplumsal gelişme ve kalkınma için hayati önem taşıyan bir aktördür. Ancak dinamik bir kişilik,

yenilikçilik, yaratıcılık, tolerans, inatçı bir rakip olma ve vazgeçmemek her durumda belirleyici nitelikler arasındadır.

Diğer taraftan girişimcilik, başarı ihtiyacı (McClelland, 1961), risk alma eğilimi (Mill, 1984), belirsizlikle baş edebilme (Mitton, 1989), kendine güven ve yenilikçilik (Ho & Koh, 1992) gibi pek çok etkeni içerirken, sosyo-politik ve kültürel koşullardan da önemli ölçüde etkilenmektedir. Girişimci, belirsizlik altında risk üstlenen üretim faktörü (Knight, 2006: 290) olduğu kadar, toplumun değer ve normlarına bağımlı bir aktördür de. Siyasal kültür, kültürel doku, değerler, normlar, gelenekler, tutumlar ve sosyal rol modelleri girişimcilik ruhunun asli unsurlarıdır. Girişimcilikle sosyo-kültürel doku arasındaki bu ilişkiye işaret eden Morrison da (2000), sosyal koşulların girişimci kültür ya da girişimci birey inşa edebileceğini ileri sürmektedir. O’na göre bireysel tutumlar üzerinde kültürel beklentilerin önemi büyüktür; kültürün niteliği, destekleyici ya da ket vurucu olabilmektedir. Sözelimi demokrasinin yeterince olgunlaşmadığı ülkelerde toplumsal, siyasal ve iktisadi hayata katılım özgürlüğüne getirilen kısıtlamaların pek çok girişimci potansiyeli engellediği bilinmektedir. Bireysel eylemlilikler toplumsal, kültürel, siyasal ve iktisadi fırsatlar tarafından kısıtlandığında (Sen, 2004: 14), yaratıcı ve yenilikçi potansiyelin dışavurumu imkansız hale gelmektedir. Sistematik toplumsal yoksunlukla birlikte yetersiz iktisadi fırsatların, baskıcı devlet hoşgörüsüzlüğünün, kamusal hizmetlerdeki ihmalin ve yoksulluğun girişimcilik için teşvik edici değil, engelleyici olma eğilimi oldukça yüksektir. Bu bağlamda demokrasinin işlemesi ve siyasal-sivil hakların varlığı önkoşuldur. Çünkü “siyasal ya da kişisel hak ve özgürlükleri olmayan insanlar, yeterli ekonomik güvenliğe sahip oldukları (ve elverişli iktisadi koşullardan yararlandıkları) zaman bile, yaşamlarını yönlendiren önemli özgürlüklerden ve kamusal meselelerde hayatı kararların alınmasına katılma fırsatından yoksun kalırlar” (Sen, 2004: 31).

Siyasal yapı için geçerli olan bu durum kültürel boyut için de geçerlidir.

Toplumun değer ve normları, kültürel özellikleri, bireylerin ‘ben’ ve ‘biz’ algılamaları girişimciliği etkileyen en belirgin özellikler arasındadır. Girişimciliğin bireysel özelliklerin de içinde Őekillendięi kültürlenme/sosyalizasyon sürecine ilişkin olduğu açıktır. Başarı ihtiyacı, içsel kontrol odağı, belirsizlikle baş etme, kendine güven ve yenilikçilik faktörleri sadece kişisel farklılıklar değildir; bunlar kültürel süreçler içinde Őekillenmektedir. Girişimcilik konusunda gösterilen yüksek ya da düşük performansın oluşmasında kültürün oynadığı bu rol, özellikle benlik yapısı ve tutumların oluşumu bağlamında ayırt edicidir.

Bu çalışmada da kültür, girişimcilik bağlamında bir değer kodu olarak ele alınmakta ve kültürün özellikle bireycilik-toplulukçuluk boyutundan hareketle, niversite ğrencilerinin ‘sosyal etkileşim’, ‘başarı güdüsü’, ‘işbirliği ve rekabet’ eğilimlerine odaklanılmaktadır.

2. Girişimcilik ve Kültürel Farklılıklar

Girişimcilik konusuna kültür penceresinden bakıldığında, Hofstede’nin (1984) kültürü beş farklı boyut üzerinden ele aldığı çalışması yol gösterici niteliktedir. Toplumları kültürel özelliklerine göre ‘güç mesafesi’, ‘belirsizlikten kaçınma’, ‘cinsiyet algısı’, ‘bireycilik-toplulukçuluk’ ve ‘kısa ya da uzun döneme yönelik olma’ parametreleriyle açıklayan Hofstede, kültür ile kişilerin çalışma yaşamlarındaki seçimleri ve tutumları arasındaki ilişkiyi açıklamaya çalışmıştır. Küresel medya kültürünün yerel ve ulusal değerleri hızla dönüştürdüğü ve ‘zneleşme’ süreçlerinin dünyanın pek çok noktasında birbirine benzediği ‘enformasyonel aę toplumu’nda, Hofstede’nin ele aldığı kültürel boyutlar yeniden değerlendirmeye/tartışmaya açıktır. Benzer Şekilde ‘teki’ kültürlere ilişkin sınıflandırmaların ve betimlemelerin ‘etnosentrik’ olma riski her zaman söz konusu olabilmekte ve kültürel farklılıkları sınıflandırma eğilimleri Oryantalist bir bakış açısının tuzağına düşebilmektedir. Buna rağmen Hofstede’nin değerlendirmeleri

işlevsel bir sınıflandırma şeması sunduğu ve toplumlardaki kurumsal ve bireysel tutum farklılıklarını anlama olanağı sağladığı için temel referans kaynağı olmayı sürdürmektedir. Özellikle kültürel özellikler ile girişimcilik arasındaki ilişkinin bireycilik-toplulukçuluk boyutu üzerinden ele alınması, benlik şemalarını ve sosyal algı çerçevelerini açığa çıkarması bakımından önemlidir.

Hofstede'a göre bireycilik, kişilerarası ilişkilerin zayıf olduğu, bireylerin kendileri ve küçük çekirdek aileleri odaklı hareket ettikleri kültürler için geçerliyken, toplulukçuluk da güçlü grup bağlılığına sahip, 'biz' duygusunun 'ben' duygusunun önüne geçtiği ve bu bağlılığın kişisel kazanımlardan/çıkarılardan çok daha anlamlı ve değerli görüldüğü kültürler için geçerlidir. Dolayısıyla bireyci ve toplulukçu kültürlerde sosyal algı ve benlik yapısı farklılaşmakta, bireyci kültürlerde 'ayrışık benlik' yapısı, toplulukçu kültürlerde ise 'ilişkisel benlik' yapısı dikkat çekmektedir. '*Ayrışık benlik*', farklı olmak, kendini göstermek, kişisel amaç odaklı hareket etmek, kendi başına karar verebilmek ve bu kararların arkasında durmak gibi kişisel yetenek, zeka ve hedeflere işaret ederken; '*ilişkisel benlik*', başkalarına uymak, bağlılığı sürdürmek, uyumu gözetmek, belirlenmiş sosyal rollere ve görevlere odaklanmak gibi beklentilere atıfta bulunmaktadır (Kağıtçıbaşı, 1999: 361-362). Bu bağlamda bireyci kültürlerde çok sayıda, kısa süreli ve derinlik içermeyen sosyal etkileşimler kurulurken, toplulukçu kültürlerde az sayıda, uzun süreli ve derinlikli etkileşimler ön plana çıkmaktadır. Başarı güdüsü çerçevesinde bakıldığında ise, bireyci kültürlerde kendini gerçekleştirme odaklı olunurken, toplulukçu kültürlerde bireyi aşarak, aileyi ve toplumu da içine alan bir yarar anlayışı içinde hareket edilmektedir. Buradan hareketle bireyci kültürlerde rekabete dayalı seçimler ve bireysel çabalar onay görmekte, toplulukçu kültürlerde ise eşitlikçi ve kolektif seçimler desteklenmektedir. Bu benlik şemalarına ek olarak, hem ilişkisel eğilimi, hem de özerkliği aynı anda taşıyan '*özerk-ilişkisel benlik*' yapısından söz eden Kağıtçıbaşı (1999: 363-364), yaptığı bir dizi araştırmanın

sonucunda (1990, 1996, 1998) toplulukçu kùltürlerin kentsel alanlarında, kuşaklararası bağın zayıfladığını, buna karşılık duygusal bağlılıkların ve ‘biz’ duygusunun korunduğunu tespit etmiştir. Bireyci ve toplulukçu özelliklerin iç içe olduğu bu benlik yapısı, sosyal algıların sürekli homojenleştiği küresel dünyaya da koşutluk göstermektedir.

Sosyal algı ve benlik yapısını bu şekilde bölümlemenin işlevsel bir önemi bulunmaktadır. Her şeyden önce kendimizi, başkalarını ve sosyal çevremizi algılamada ve varoluşumuzu temellendirmede belirleyici olan bu benlik şemaları, içinde bulunduğumuz kùltürel dokuyu yansıtmaktadır. Benzer şekilde kùltürel doku da benlik yapısına ilişkin kestirimlerde bulunmamızı sağlamaktadır. Yani kùltür adeta kolektif bir benlik gibidir. Bu kolektif benlik, ait olduğu toplumun etkileşim süreçlerine ve kurumsal yapılarına sinerek, bireylerin sosyal yönelimlerinde, başarı güdülerinde, işbirliği ve rekabet biçimlerinde belirleyici olmaktadır. Bu bağlamda farklı kùltürel ortamlarda farklı erdemler, rasyoneliteler ve beklentiler vurgulanmakta ve bunlar kişiyi girişimsel davranmanın olanaklarıyla ya da yoksunluklarıyla karşı karşıya getirmektedir.

3. Kırgızistan ve Türkiye’de Girişimcilik Kùltürü Üzerine Bir Araştırma

3.1. Araştırmanın Amacı

Günümüzde girişimcilik kavramı ÷lke ekonomileri için, işsizlik, yoksulluk, dengesiz gelir dağılımı, enflasyon gibi çeşitli sosyoekonomik problemlerin çözümünde temel faktör olarak gör÷lmekte ve hızlı ekonomik gelişme ve kalkınmanın sağlanması için girişimciliğin canlandırılmasına, girişimci bir kùltür ve ekonominin oluşturulmasına çalışılmaktadır. Girişimci kùltürün yaratılabilmesi için girişimciliği etkilediği düşün÷len çeşitli sosyoekonomik ve kùltürel değişkenler bakımından toplumun incelenmesi, bu inceleme sonucunda, varsa eksikliklerin giderilmesi veya olumlu kùltürel özelliklerin daha da pekiştirilmesi için

yapılabileceklerin belirlenmesi tüm gelişmiş ve gelişmekte olan ülke ekonomileri için önemli olmaktadır. Bu çalışmada da, böyle bir düşünceden yola çıkılarak Kırgızistan ve Türkiye’de girişimciliğin sosyo-ekonomik/kültürel özelliklerinin karşılaştırmalı olarak araştırılması, buradan elde edilen sonuçlarla varsa sorunların çözümüne ve olumlu özelliklerin daha da geliştirilmesine yönelik taraflara öneriler getirilmesi amaçlanmıştır.

3.2. Araştırmanın Yöntemi, Anakitleşi ve Örneklemi

Araştırmanın amacına ulaşabilmek için Kırgızistan ve Türkiye’deki üniversite öğrencilerine anket uygulanmıştır. Sözkonusu anket formu konuyla ilgili literatür taramasında göze çarpan bilgilerden ve deneyimlerden yararlanılarak hazırlanmıştır. Konuya olan duyarlılık, teorik bilgi yeterliliği, daha rasyonel cevapların alınabileceği düşüncesiyle araştırmanın anakitleşi, Kırgızistan ve Türkiye’de iktisadi ve idari bilimler alanında eğitim alan üniversite öğrencileri olarak tanımlanmıştır. Hem Türkiye hemde Kırgızistan’da birçok üniversitede bu alanda eğitim gören çok sayıda öğrenci vardır. Eğitim öğretim hayatının dinamizmine bağlı olarak akışkanlığın fazla olması, her an dışarıdan gelen ve dışarıya giden öğrencilerin varlığı düşünüldüğünde, anakitle sınırsız bir anakitle olarak düşünülebilir. İktisat ve İşletme alanındaki eğitimin her iki ülkede birbirine benzer/yakın olduğu düşünüldüğünde anakitle homojen bir anakitle olarak değerlendirilebilir. Bu kapsamda bireysel çabalarla, ulaşım kolaylığı bakımından da, son sınıf ağırlıklı olmak üzere, Kırgızistan’da Kırgızistan Türkiye Manas Üniversitesi, Türkiye’de Celal Bayar Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler fakültelerinde eğitim gören üniversite öğrencilerinden toplam 242 öğrenciye anket uygulanmıştır. Böylelikle, %47,9’unu Kırgız, %52,1’ni Türk öğrencilerin oluşturduğu 242 gözlemden oluşan bir örnek kitleyle çalışılmıştır. Anakitlenin tamamına ulaşamadığında, kullanılan örnek kitlenin anakitleyi temsil yeteneğiyle

ilgili kuşkular her zaman geçerli olmakla birlikte burada bireysel çabalarla ulaşılabilen örnek büyüklüğünün elde edilen sonuçların istatistiksel olarak güvenilir olması bakımından yeterli olduğu dşnlmektedir. Kuşkusuz daha çok sayıda gözlemden oluşan büyük örneklerle çalışıldığında daha güvenilir sonuçlar elde edilebilecektir. Anket sonuçlarının değerlendirilmesinde, frekans dağılım tablolarından elde edilen betimleyici istatistiklerin yanı sıra, likert ölçekli sorularda anlamlı farklılıklar “Tek rneklem t” testiyle, ülkelere göre anlamlı farklılıklar tek yönlü varyans (anova) analiziyle, kategorik sorulara verilen cevapların ülkeye göre anlamlı farklılıkları Ki-kare bağımsızlık testiyle incelenmiştir. Bunun yanı sıra her iki toplumda girişimci kültürü tanımlamada görelili olarak öne çıkan kültürel özellikler (boyutlar) faktör analizi yardımıyla da araştırılmış, anketin içsel tutarlılığını araştırmak üzere güvenilirlik analizi de yapılmıştır.

3.3. Araştırmada Kullanılan leğin Geçerliliği ve Güvenilirliği

Anket soruları; gerek konuyla ilgili yapılan benzer araştırmalar incelenerek, gerekse de literatn taranmasıyla elde edilen bilgilerden ve iki ülkeye yönelik gözlemlerden yararlanılarak titizlikle hazırlanmıştır. Bu nedenle ankette kullanılan soruların çalışmada hedeflenen sonuçlara ulaşmada, araştırma hipotezlerinin desteklenmesinde yeterli ve geçerli olduğu dşnlmektedir.

Ankette sorulan sorulara verilen cevapların güvenilirliğiyle ilgili olarak, anketin içsel tutarlılığını ölçebilmek için sosyal bilimlerde yapılan araştırmalarda, likert ölçekli değişkenlerin içsel tutarlılığını tanımlamada yaygın olarak kullanılan Cronbach Alfa katsayısının hesaplanmasıyla anketin güvenilirliği araştırılmıştır. Anketteki görüş ve tutum bildiren likert ölçekli 26 soru üzerinden hesaplanan Cronbach alfa katsayısı 0,685 çıkmıştır. Genel olarak 0,60 ile 0,80 arasında çıkan katsayılar oldukça güvenilir olarak değerlendirilmektedir. Katsayı bu haliyle “oldukça güvenilir” ölçeğin kullanıldığını ve anketin içsel tutarlılığının sağlandığını

ifade etmektedir. Güvenilirlik analizinde genel olarak Cronbach alfa katsayısının hesaplanmasının yanısıra, sorular arasında da korelasyon katsayılarının hesaplanması, düşük korelasyonlu soruların anketin içsel tutarlılığını arttırabilmek için analizden çıkarılması önerilmektedir. Çalışmamızda tüm sorular için hesaplanan korelasyon katsayıları incelendiğinde hepsi genel olarak hesaplanan Cronbach alfa katsayısı 0,685'den küçük çıkmıştır. Yani hiçbir değişken, analizden çıkartılması halinde anketin güvenilirliğini arttırmadığından, hiçbir soru anketten çıkarılmamıştır.

Güvenilirlik analizinde anket sonuçlarının toplanabilirlik varsayımının sağlanıp sağlanmadığı Tukey eklenebilirlik testi ve likert ölçekli anket sorularına verilen cevapların homojen gruplar oluşturup oluşturmadığı, yani bireye göre önemliliği iki yönlü varyans analiziyle, soruların katılımcı bireyler tarafından aynı algılanıp algılanmadığı Hotelling's T^2 testiyle araştırılmaktadır (Kalaycı, 2006,s.404). Burada da, anket verileri için her üç test hesaplanmış ve 0,000'dan küçük önem seviyelerinde ($f_{hesap}=103,048$, $p=0,000$, $f_{hesap} =13,835$, $p=0,000$, Hotelling's $T^2=51,992$, $p=0,000$) sıfır hipotezler reddedilerek, toplanabilirlik varsayımının sağlandığı, sorulara verilen cevapların birbirine göre farklı olduğu, soruların tüm katılımcılar tarafından aynı algılandığı anlaşılmış, anketin güvenilirliği bir başka yönden de desteklenmiştir.

3.4. Katılımcıların Genel Özellikleri

Araştırmada elde edilen sonuçlar her iki ülkeye göre karşılaştırmalı olarak inceleneceği için katılımcıları tanımlayan sosyokültürel demografik değişkenler ülkeye göre ayrıştırılarak incelenmiştir. Ankette kullanılan demografik değişkenlerle ilgili elde edilen sonuçlar tablo 1'de verilmiştir. Toplam 242 öğrenci üzerinde yapılan araştırmada, katılımcıların %47,9'nu Kırgız, kalan %52,1'ni Türk öğrenciler oluşturmaktadır. Cinsiyete göre dağılım da her iki ülke için birbirine yakın oranlarda çıkmıştır. Kırgız öğrencilerin %57,8'i kız öğrencilerden oluşurken,

Türkler’de kızların oranı %57,1’dir. Her iki ülkede de öğrencilerin önemli bir kısmı ailelerinin yanında veya arkadaşlarıyla evde kalmaktadırlar. Kırgız öğrencilerde aile ve arkadaşlarıyla birlikte evde kalanların oranı %63 iken bu oran Türk öğrencilerde %68,2’dir. Her iki grupta da 20-22 yaş aralığında belirgin yığılma vardır. Kırgız öğrencilerin %65,5’i, Türk öğrencilerin %75,4’ü bu yaş aralığındadırlar.

Öğrencilerin yaşadıkları ve yetiştikleri ortamın sosyo-ekonomik/kültürel özellikleriyle ilgili sorulan sorularda aşağıdaki sonuçlar elde edilmiştir. Bu sonuçlara göre, Kırgız öğrencilerin hepsi kendi anadilleri dışında bir yabancı dili iyi bilmektedirler. %62,1 oranında Kırgız öğrenci sadece bir dil bildiğini söylerken, kalan %37,9 oranında öğrenci 2 ve daha fazla sayıda dil bildiğini belirtmiştir. Türk öğrencilerin ise, %50’si iyi derecede hiç bir dili bilmediğini belirtmiştir. Kırgız öğrencilerde yaklaşık %30 oranında öğrencinin aile geliri 600-900 ve 900-1200 dolar arası çıkmıştır. Türk öğrencilerinde en yüksek oran %28,6 ile 300-600 dolar arasında çıkmışken, Türk öğrencilerde 1200 dolar ve üzeri gelir grubunun oranı (%21,4) Kırgız öğrencilere (%13,8) göre belirgin olarak daha yüksek çıkmıştır. Her iki grupta da, ailelerinin evi kendilerine ait olanların oranı %80’nin üzerindedir. Otomobil, merkezi ısıtma-soğutma ve ikinci gayrimenkul sahipliğinde, her iki ülke grubunda birbirine yakın, yaklaşık yarı yarıya, %50’ler civarı oranlar elde edilmiştir. Ancak 24 saat internet erişimi ve uydu yayın sahipliği konusunda Türk öğrencilerin belirgin üstünlükleri çıkmıştır. Bu oranlar sırasıyla Türk öğrencilerde, %72,2 ve %89,7 iken, Kırgız öğrencilerde %29,3 ve %56 çıkmıştır. Kırgız öğrencilerin %32,8’inin, Türk öğrencilerin ise %52,4’ünün aileleri büyükşehirlerde yaşamaktadır. Türk öğrencilerin %50’sinin sadece bir kardeşi varken, Kırgız öğrencilerin %51,7’nin 3 ve daha fazla sayıda kardeşi vardır (Tablo 1). Genel olarak tablo 1 incelendiğinde, sosyo kültürel özellikler bakımından her iki grupta karşılaştırmalı analize imkan verecek şekilde birbirine yakın oranların elde edildiği ve iki grubun birbirine benzer özellikleri barındıran gruplar olduğu görülmektedir.

3.5. Gelecekle İlgili Hedeflere Verilen Önem

Girişimcilik kültürünü tanımlamaya yönelik olarak öğrencilere mezuniyet sonrasında çalışma alanıyla ilgili ankette verilen ifadeleri isteme ve istememe şeklindeki iki uç değer arasında kalan istek derecelerine göre değerlendirmeleri istenmiştir. 5’li skalada kategorik olarak alınan ifadelerle yönelik değerlendirmelerin ülkeye göre farklılık gösterip göstermediği Ki-kare bağımsızlık testiyle araştırılmıştır. İfadelere yönelik değerlendirmelerin ülkelere göre oransal dağılımları ve önem seviyesi olasılıkları tablo 2’de verilmektedir.

“Devlet sektöründe çalışan ya da yönetici olmak istiyorum.” ifadesi dışındaki tüm ifadelerde 0,034’den küçük önem seviyelerinde ülkeye göre bağımlılık ilişkisi elde edilmiştir. Bu ifadede ülke değişkeni verilen cevaplar üzerinde etkili çıkmamıştır ($p=0,154$). “Akademisyen olmak istiyorum” ifadesi dışında kalan tüm ifadeler her iki ülke katılımcıları tarafından önemli ölçüde istenmektedir. İfadeleri “Kesinlikle çok istiyorum” ve “istiyorum” diye yanıtlayan katılımcıların cevaplarının oransal dağılımına göre, Kırgız öğrenciler %83,6 oranıyla en çok kendi işlerini kurmak istiyorlar, ardından sırasıyla, %81 oranıyla özel sektörde yönetici olma isteği ve üçüncü sırada %62,9 oranıyla devlette çalışma isteği gelmektedir. Türk öğrencilerde ise, aynı dağılım, kendi işini kurma isteğinde, %47,5, özel sektörde çalışma isteğinde, %65,8, devlette çalışma isteğinde %71 olarak kırgız öğrencilere göre tam tersi şekilde çıkmıştır. Yani Türk öğrenciler daha fazla kamuda çalışmak isterken, Kırgız öğrenciler girişimciliği destekleyecek şekilde kendi işlerini kurma veya özel sektörde çalışmayı istemektedirler. Her iki ülke öğrencileri de akademisyen olmak istememekte fakat bu oranın Kırgız öğrencilerde Türk öğrencilere göre daha yüksek oranda olduğu görülmektedir (Tablo 2). Burada Türk öğrencilerin sırtını devlete dayama isteği daha belirgin olarak ortaya çıkmaktadır.

Öğrencilerin iş seçiminde önemli buldukları faktörler hakkındaki görüşleri de alınmıştır. Bununla ilgili olarak ankette tanımlanan iş seçimi kriterlerini çok önemli buluyorum, tamamen önemsiz buluyorum şeklindeki iki uç nokta arasında olacak şekilde değerlendirme yapmaları istenmiştir. Burada 5'li skalada kategorik olarak alınan cevapların ülkeye göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği Ki-kare bağımsızlık testiyle araştırılmış, elde edilen önem seviyesi olasılıkları ve yanıtların oransal dağılımları tablo 2'de gösterilmiştir. Burada da "aile isteği" kriteri dışındaki tüm iş seçim kriterlerinde $p=0,062$ 'den küçük önem seviyelerinde ülkeye göre anlamlı farklılıklar elde edilmiştir.

İş seçim kriterlerinin hemen hepsine tüm katılımcılarca önem verilmektedir. Ancak, ülkeye göre oransal dağılım incelendiğinde, Kırgız öğrencilerde en yüksekten küçüğe doğru oransal sıralamada en çok önemsenen ilk üç iş seçim kriteri; "İdealini gerçekleştirme", "Kariyer yapma olanağı", "Bağımsız çalışma isteği" olmuştur. Son sırada ise "Düzensiz de olsa yüksek kazanç" kriteri yer almıştır. Türk öğrencilerde yapılan sıralamada ise, "İdealini gerçekleştirme", "Kariyer yapma olanağı", "Kişiliğe uygunluk", "İş garantisi ve düzenli sabit gelir", "Sosyal statü sağlama" kriterleri %70,2 ile %79 arasında kalan birbirine çok yakın oranlarla sıralanmıştır. "Düzensiz de olsa yüksek kazanç" kriteri ise burada da en az önemsenen kriter olmuştur. Burada Kırgız öğrencilerin oranları %24,1 ile %64,9 arasında değişirken, Türk öğrencilerde %8,3 ile %79 arasında değişmektedir (Tablo 2). Buradan genel olarak bu kriterlerin Türk öğrenciler tarafından daha çok desteklendiğini söyleyebiliriz.

Tablo 2: Ülkelere Göre Çalışma Alanıyla İlgili Hedeflerin ve Unsurların Frekanslarının % Dağılımları ve Önem Seviyeleri

Hedefler ve Unsurlar	Çok önemli buluyorum		İstiyorum		Kararsızım		İstemiyorum		Hiç istemiyorum		Önem Seviyesi	
	KG	TR	KG	TR	KG	TR	KG	TR	KG	TR	KG	TR
Mezuniyet Sonrası Çalışma Alanıyla İlgili Hedeflere Verilen Önem												
Devlet sektöründe çalışan ya da yönetici olmak istiyorum.	37,9	51,6	25,0	19,4	15,5	16,9	7,8	4,0	13,8	8,1	154	,154
Özel sektörde çalışan ya da yönetici olmak istiyorum.	51,7	30,8	29,3	35,0	13,8	24,2	2,6	4,2	2,6	5,8	017	,017
Kendi işimi kurmak istiyorum.	67,2	30,3	16,4	17,2	10,3	28,7	3,4	15,6	2,6	8,2	000	,000
Akademisyen olmak istiyorum.	8,6	16,8	16,4	12,6	32,8	17,6	17,2	21,0	25,0	31,9	034	,034
İş seçiminde etkili olan faktörlerin önem dereceleri												
Bağımsız çalışma isteği	55,2	39,0	36,2	35,8	6,9	9,8	,9	8,1	0,9	7,3	002	,002
Düzensiz de olsa yüksek kazanç	19,8	8,3	33,6	32,2	25,0	24,0	13,8	22,3	7,8	13,2	004	,004
İş garantisi ve düzenli sabit gelir	50,9	70,4	36,2	19,2	9,5	4,0	3,4	4,8	,00	1,6	005	,005
Aile isteği	24,1	24,4	32,8	30,9	20,7	18,7	16,4	17,1	6,0	8,9	928	,928
Kişiliğe uygunluk	50,9	72,4	37,1	25,2	10,3	2,4	,9	,0	,9	,0	004	,004
Kariyer yapma olanağı	56,9	72,6	31,9	14,5	6,0	8,1	3,4	4,0	1,7	,8	027	,027
Sosyal statü sağlama	50,9	70,2	33,6	25,0	10,3	1,6	5,2	2,4	,0	,8	004	,004
İdealinin gerçekleştirme	64,9	79,0	18,4	14,5	11,4	5,6	2,6	,0	2,6	,8	062	,062

3.6. Girişimcilik Kültürüyle İlgili Özelliklere Verilen Önem

Katılımcıların toplumda girişimcilik kültürüyle ilgili görüşleri alınmıştır. Bu amaçla ankette tanımlanan ifadeleri 1: hiç katılmıyorum, desteklemiyorum, 5: kesinlikle katılıyorum, destekliyorum olarak iki uç görüş arasında kalacak şekilde tanımlanan 5'li likert ölçeğinde, 1 ve 5 arasında puan vererek değerlendirmeleri istenmiştir. Burada tanımlanan ölçeğin, en ortada yer alan 3 puan iki uç görüş arasında kararsız kalma seçeneğini oluşturmaktadır. Sorulara verilen yanıtların ortalamaları hesaplanmış ve kararsız 3 puana göre anlamlı farklılıklar tek örneklem "t" testiyle araştırılmıştır. Elde edilen sonuçlar tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3'den de anlaşılacağı gibi, "Güce bilgi ve beceri yerine, mevki ve statü için ulaşmayı tercih ederim" ifadesi dışında tüm ifadelerde $p=0,001$ 'den küçük önem seviyelerinde anlamlı farklılıklar elde edilmiştir. Dolayısıyla tüm ifadelerde 3'den büyük ortalamalar rahatlıkla katılım, destekleme yönlü, küçük ortalamalar ise, katılmama, desteklememe yönlü olarak yorumlanabilir. Tüm ifadelerde ortalamalar, 2,53 ile 4,55 arasında çıkmıştır. Sadece "Güce bilgi ve beceri yerine, mevki ve statü için ulaşmayı tercih ederim." ifadesini değerlendirmede katılımcılar kararsız kalmışlardır.

Girişimcilik kültürünü tanımlayan 18 ifadenin 13'ünde 3'ten büyük ortalama elde edilmiştir. Sadece bir ifadede 2,90 ortalama ile 3 puana göre anlamlı fark elde edilememiş, kalan 4 maddede ortalamalar 3'den küçük çıkmıştır. Katılımcıların en çok destekledikleri ilk üç ifade "Başarının birincil kuralı azim ve kararlılıktır.", "Çalışma hayatında ahlaki değerlere önem verilmesi gerektiğini düşünüyorum.", "Üstlendiğim görevlerde ön planda olmak için çaba gösteriyorum." ifadeleri olmuştur. 3'den küçük anlamlı fark elde edilen ifadeler ise sırasıyla, "Ticarette başarılı olmak için gerektiğinde etik dışı davranışlarda bulunulabilir.", "Kariyer yapmak benim için aile kurmaktan daha önemlidir.", "Çok sayıda kişiyle kısa süreli ve derinlik içermeyen sosyal etkileşimleri tercih ederim." ve "Takım

alışmasına yatkın biri değilim.” ifadeleri olmuştur. Yani katılımcılar bu görüşleri desteklemediklerini kesin olarak belirtmişlerdir. En küçük ortalamanın elde edildiği takım çalışmasına yatkın olunmadığı ifadesinde katılımcılar bu görüşü desteklemeyerek takım çalışmasına yatkın olduklarını ifade etmişlerdir. Her ne kadar “Ticarette başarılı olmak için gerektiğinde etik dışı davranışlarda bulunulabilir.” ifadesi 3’ten küçük desteklenmeme yönlü ortalama ile karşımıza çıksa da, desteklenmeyen maddeler içerisinde 3’e en yakın ortalama olmasının düşündürücü bir sonuç olduğunu belirtmeliyiz (Tablo 3).

3.7. lkeye Göre Girişimcilik Kültürüyle İlgili zelliklere Verilen nem

Girişimcilik kültürüyle ilgili verilen ifadelerle ilgili belirtilen görüşlerin ülkeye göre anlamlı farklılık gösterip göstermediği tek yönlü varyans (anova) analiziyle araştırılmıştır. Elde edilen sonuçlar tablo 4’de gösterilmiştir.

lkeye göre hesaplanan tüm ortalamalarda belirtilen görüş yönünde Türkiye ortalamaları Kırgızistan ortalamalarından görüşü destekleyecek yönde yüksek çıkmıştır. Bu yönüyle özellikle anlamlı farklılık elde edilen ifadelerde Türk ğrencilerin Kırgız ğrencilere göre belirtilen görüş yönünde daha yüksek ortalama ile cevap verdiğini söyleyebiliriz. Girişimcilik kültürüyle ilgili 18 ifadenin koyu olarak gösterilen 8 ifadesinde istatistiksel olarak anlamlı farklılık elde edilememiştir. Kalan 10 tane maddede ise, %3,3’ten ($p=0,033$) küçük önem seviyelerinde anlamlı farklılıklar elde edilmiştir (Tablo 4).

Tablo 3: Girişimcilik Kültürüyle İlgili Sorulara Verilen Önem Puanlarının Ortalamaları ve “Kararsız=3” Puana Göre Test Sonuçları

İfadeler	n	Orta- lama	Standart Sapma	Önem Seviyesi
Girişimcilik kültürünü tanımlayan İfadeler				
Başarının birincil kuralı azim ve kararlılıktır.	239	4,55	,742	,000
Çalışma hayatında ahlaki değerlere önem verilmesi gerektiğini düşünüyorum.	240	4,42	,897	,000
Üstlendiğim görevlerde ön planda olmak için çaba gösteriyorum.	240	4,35	,750	,000
İş hayatındaki başarı yaşama olan bağlılığı arttırdığımı düşünüyorum.	239	4,19	,851	,000
Az sayıda kişiyle uzun süreli ve derinlikli sosyal etkileşimleri tercih ederim.	236	4,10	,933	,000
Rekabetçi ve yükselme tutkusuna olan biriyim.	240	3,98	1,023	,000
Bireysel başarı toplumsal başarı demektir.	240	3,92	1,080	,000
Başarı bireysel çabanın göstergesidir.	240	3,90	1,092	,000
Değişim ve yeniliklere karşı tutumda sosyo-kültürel normları dikkate alıyorum.	240	3,83	,866	,000
Başarılı olmada koşulların ve şansın rolü büyüktür.	239	3,82	1,139	,000
Değişim karşısında soğukkanlı bir kişiliğe sahibim.	237	3,61	1,117	,000
Bireysel çalışmayı tercih ederim.	238	3,41	1,047	,000
İş hayatında gelenek ve göreneklerin önemli olduğunu düşünüyorum.	238	3,26	1,101	,000
Güce bilgi ve beceri yerine, mevki ve statü için ulaşmayı tercih ederim.	239	2,90	1,238	,231
Ticarette başarılı olmak için gerektiğinde etik dışı davranışlarda bulunulabilir.	238	2,72	1,282	,001
Kariyer yapmak benim için aile kurmaktan daha önemlidir.	239	2,71	1,253	,000
Çok sayıda kişiyle kısa süreli ve derinlik içermeyen sosyal etkileşimleri tercih ederim.	239	2,69	1,162	,000
Takım çalışmasına yatkın biri değilim.	238	2,53	1,113	,000

Tablo 4. Ülkelere Göre Girişimcilik Kültürüyle İlgili Sorulara Verilen Önem Puanlarının Ortalamaları

Kırgızistan				Türkiye			Önem Seviyesi
n	Ort.	Standart Sapma	İfadeler	n	Ort.	Standart Sapma	
Girişimcilik kültürünü tanımlayan ifadeler							
112	3,88	,988	Az sayıda kişiyle uzun süreli ve derinlikli sosyal etkileşimleri tercih ederim.	124	4,30	,836	,000
113	4,33	,901	Başarının birincil kuralı azim ve kararlılıktır.	126	4,75	,489	,000
114	4,30	,763	Üstlendiğim görevlerde ön planda olmak için çaba gösteriyorum.	126	4,40	,738	,311
113	2,86	1,109	Çok sayıda kişiyle kısa süreli ve derinlik içermeyen sosyal etkileşimleri tercih ederim.	126	2,54	1,191	,034
114	3,82	1,156	Başarılı olmada koşulların ve şansın rolü büyüktür.	125	3,83	1,127	,913
113	2,97	1,250	Ticarette başarılı olmak için gerektiğinde etik dışı davranışlarda bulunulabilir.	125	2,50	1,274	,004
114	2,53	1,154	Kariyer yapmak benim için aile kurmaktan daha önemlidir.	125	2,87	1,320	,033
114	3,89	1,062	Bireysel başarı toplumsal başarı demektir.	126	3,96	1,098	,595
113	3,46	,973	Bireysel çalışmayı tercih ederim.	125	3,37	1,111	,499
113	3,31	1,103	İş hayatında gelenek ve göreneklerin önemli olduğunu düşünüyorum.	125	3,21	1,102	,478
114	3,89	,880	İş hayatındaki başarı yaşama olan bağılığı arttırdığını düşünüyorum.	125	4,46	,725	,000
114	3,78	1,002	Rekabetçi ve yükselme tutkusu olan biriyim.	126	4,17	1,010	,003
112	3,36	1,081	Değişim karşısında soğukkanlı bir kişiliğe sahibim.	125	3,84	1,103	,001
114	3,81	1,104	Başarı bireysel çabanın göstergesidir.	126	3,99	1,077	,190
113	2,83	1,093	Takım çalışmasına yatkın biri değilim.	125	2,25	1,060	,000
114	3,89	,845	Değişim ve yeniliklere karşı tutumda sosyo-kültürel normları dikkate alıyorum.	126	3,78	,884	,297
114	2,83	1,152	Güce bilgi ve beceri yerine, mevki ve statü için ulaşmayı tercih ederim.	125	2,97	1,313	,402
114	4,26	,996	Çalışma hayatında ahlaki değerlere önem verilmesi gerektiğini düşünüyorum.	126	4,56	,775	,011

Genel olarak, ön planda olma, başarıda şansın rolü, bireysel başarının toplumsal başarıyı tanımlaması, bireysel çalışma, geleneklerin önemi, başarıda bireysel çabanın önemi, sosyal kültürel normlar, güce mevki ve statü için ulaşma ile ilgili

ifadelerde ülkeye göre anlamlı farklar elde edilememiş olup, bu ifadelerde aynı yönde ve derecede görüşün belirtildiğini görüyoruz (Tablo 4). Ancak bunlar dışında anlamlı farklılık elde edilen tüm ifadelerde Türk öğrencilerin belirtilen görüş yönü daha yüksek ortalamalarla soruları değerlendirdiği görülmektedir. Buradan genel olarak Türkiye'de Kırgızistan'a göre girişimcilik olgusuna karşı daha duyarlı, ilgili davranıldığını, ülkemizde girişimcilik eğilimlerinin daha fazla olduğunu belirtebiliriz.

3.8. Ülkelere Göre Faktör Analizi Sonuçları

Faktör analizi, çok sayıda değişkenden oluşan veri setlerinde birbirine yakın değişkenleri biraraya getirerek değişken sayısını azaltan ve açıklanan varyans oranlarıyla öne çıkan faktörün (boyutun) tanımlanmasına yarayan çok değişkenli istatistiksel bir tekniktir. Burada da, girişimcilik kültürüyle ilgili ankette tanımlanan 18 tane ifade için 5'li likert ölçeğine verilen cevaplara her iki ülke hem Türkiye hem de Kırgızistan için ayrı ayrı faktör analizi uygulanarak, sorulara verilen cevaplara göre birbirine yakın ifadelerin gruplandırılmasına ve her iki ülkede girişimcilik kültüründe öne çıkan boyutun belirlenerek varsa aradaki farklılıkların incelenmesine çalışılmıştır. Faktör analiziyle ilgili elde edilen sonuçlar tablo 5'te özetlenmektedir. Veri setinin faktör analizi için uygun olup olmadığı ve elde edilen sonuçların güvenilirliğiyle ilgili farklı istatistiksel testler olmakla birlikte, bunlar içerisinde hesaplanan korelasyon matrisinin birim matristen farkını test eden "Bartlett testi" ve veri setinin faktör analizi için uygun olup olmadığını açıklamaya yarayan "Kaiser-Meyer-Olkin" KMO İstatistiği en çok kullanılan testlerdir. Burada da, sözkonusu test istatistikleri hesaplanmış Bartlett testine göre her iki ülke için 0,000'dan ($p=0,000$) küçük önem seviyesinde sorular arasındaki korelasyon matrisinin birim matristen farklı olduğu anlaşılmıştır. KMO istatistiği Türkiye için 0,567, Kırgızistan için 0,625 çıkmıştır (Tablo 5). Bu istatistiğinde 0,50'den büyük çıkması veri setinin faktör analizi için uygun olduğu anlamında yorumlanmaktadır.

Her bir değişken, girişimcilik kültürünü tanımlayan ifade için ortak varyansa göre hesaplanan korelasyon katsayılarında (communalities) en düşük katsayı Türkiye için 0,342, Kırgızistan için 0,37 çıkmıştır. Faktörlerce toplam varyansın açıklanma yüzdesini arttırabilmek için ortak varyansı 0,30'dan küçük olan değişkenlerin analizden çıkarılması önerilmektedir (Kalaycı, 2006, s.342). Burada en küçük katsayısı 0,30'dan büyük olduğu için herhangi bir değişken çıkarılmamıştır. Anabileşenler (rotated component matrix) matrisinde 0,57'nin üzerindeki katsayılarla faktörler oluşturulmuştur. 18 maddeye varimax yöntemine göre uygulanan faktör analizi sonuçlarına göre, 18 risk unsuru her iki ülke için 6 boyuta indirgenmiştir. Bu 6 boyutla Türkiye için toplam varyansın % 57,167'i, Kırgızistan için %59,386'sı açıklanabilmektedir.

Her iki ülke için faktör grupları incelendiğinde; bazı maddeler aynı faktör grubunda ortak çıkmakla birlikte, bazı maddeler farklı faktörlere yerleşmiştir. Tüm sonuçlar tablo 5'te görülmektedir. Ancak genel bir değerlendirmeye, Türkiye için birinci faktör grubunda yer alan 3 maddenin 2 tanesi Kırgızistan için 4 maddeden oluşan ilk faktör grubunda da yer almıştır. Buradan her iki ülke için girişimcilik kültürünü tanımlamada en önemli olan birinci faktör grubunun birbirine benzer olduğunu söyleyebiliriz. Bu grup genel olarak, rekabet ve kişilik boyutu olarak tanımlanabilir. Bu grubun toplam varyansı açıklama oranı Türkiye için %11,164 Kırgızistan için %12,505'tir. İkinci derecede önemli boyut Türkiye için etik ve sosyal etkileşim olurken, Kırgızistan için de benzer şekilde etik, ikili ilişkiler, gelenek-görenekler olarak belirtilebilir. En sonda yer alan boyutlar ise, Türkiye için başarı kriterleri ve takım çalışması iken, Kırgızistan için başarı ve kişisel iletişim olmuştur. Bu son faktörlerin toplam varyansı açıklama oranları sırasıyla %8,235 ve %7,857 olmuştur. Genel olarak incelendiğinde faktör gruplarının benzer olduğu görülmektedir.

Tablo 5. Ükelere Göre Faktör Analizi Sonuçları

Faktör Grupları	Türkiye için Faktör Grupları		Kırgızistan için Faktör Grupları		Kümülatif Açıklama %'si	Kümülatif Açıklama %'si
	Açıklama %'si	Kümülatif Açıklama %'si	Açıklama %'si	Kümülatif Açıklama %'si		
1. GRUP	3-Ustlendiğim görevlerde on planda olmak için caba gösteriyorum 12-Rekabetçi ve yükselme tutkusu olan biriyim 13-Değişim karşısında sogukkanlı bir kişiliğe sahibim	11,164	11,164	01	12,505	12,505
2. GRUP	4-Cok sayıda kişiyle kısa süreli ve derinlik icermeyen sosyal etkilesimleri tercih ederim 6-Ticarette basanlı olmak için gerektiginde etik dışi davranislar da bulunabilir 17-Güce bilgi ve beceri yerine mevki ve statu için ulaşmayı tercih ederim	10,605	21,769	02	11,612	24,118
3. GRUP	1-Az sayıda kişiyle uzun süreli ve derinlikli sosyal etkilesimleri tercih ederim 9-Bireysel Çalışmayı tercih ederim 10-İs hayatında gelenek ve göreneklerin önemli olduğunu düşünüyorum 14-Basari bireysel cabanın göstergesidir	9,644	31,413	03	10,165	34,283
	2-Basarinin birincil kurali azim ve kararlılıktır 3-Ustlendiğim görevlerde on planda olmak için caba gösteriyorum 11-İs hayatındaki basari yasama olan baglılığı arttırdığını düşünüyorum 12-Rekabetçi ve yükselme tutkusu olan biriyim 6-Ticarette basanlı olmak için gerektiginde etik dışi davranislar da bulunabilir 7-Kariyer yapmak benim için aile yapmaktan daha önemlidir 9-Bireysel Çalışmayı tercih ederim 13-Değişim karşısında sogukkanlı bir kişiliğe sahibim 15-Takım çalışmasına yatkin biri degilim 17-Güce bilgi ve beceri yerine mevki ve statu için ulaşmayı tercih ederim 10-İs hayatında gelenek ve göreneklerin önemli olduğunu düşünüyorum 16-Değişim ve yeniliklere karşı tutumda sosyo-kültürel normları dikkate alıyorum 18-Calışma hayatında ahlaki değerlere önem verilmesi gerektigini düşünüyorum 8-Bireysel basari toplumsal basari demektir 14-Basari bireysel cabanın göstergesidir			04	9,165	43,448

16-Değişim ve yeniliklere karşı tutumda sosyo-kültürel normları dikkate alıyorum	9,264	40,677	05	4-Cok sayıda kisiyle kısa süreli ve derinlik icermeyen sosyal etkilesimleri tercih ederim	8,082	51,529
18-Calışma hayatında ahlaki değerlere önem verilmesi gerektiğini düşünüyorum						
2-Başarının birincil kuralı azim ve kararlılıktır						
7-Kariyer yapmak benim için aile yapmaktan daha önemlidir	8,255	48,932	06			
8-Bireysel başarı toplumsal başarı demektir				1-Az sayıda kisiyle uzun süreli ve derinlikli sosyal etkilesimleri tercih ederim	7,857	59,386
5-Başarılı olmada koşulların ve şansın rolü büyüktür				5-Başarılı olmada koşulların ve şansın rolü büyüktür		
11-İs hayatındaki başarı yasama olan bağlılığı artırdığını düşünüyorum	8,235	57,167				
15-Takım çalışmasına yatkın biri değilim						
4. GRUP						
Test İstatistikleri						
Kaiser-Meyer-Olkin İstatistiği	,567			Kaiser-Meyer-Olkin İstatistiği	,625	
Bartlett test istatistiği	369,936 (p=0,000)			Bartlett test istatistiği	352,036 (p=,000)	

4. Sonuç

Günümüzde girişimcilik kavramı ülke ekonomileri için, işsizlik, yoksulluk, dengesiz gelir dağılımı, enflasyon gibi çeşitli sosyo-ekonomik sorunların çözümünde temel faktör olarak görülmekte ve hızlı ekonomik kalkınmanın sağlanması için girişimciliğin canlandırılmasına, girişimci bir ekonomik kültürün oluşturulmasına çalışılmaktadır. Aynı zamanda bireysel kararlar üzerinde sosyo-kültürel yapının ve değişkenlerin önemine vurgu yapılmakta ve kültürel etkenlerin belirleyici özelliklerinden hareket edilmektedir. Girişimciliği sosyo-kültürel özelliklerle ilişkili bir edim olarak ele alan bu çalışmada da, kültürün bireycilik-toplulukçuluk boyutundan hareket edilmiş, “sosyal etkileşim”, ‘başarı güdüsü’, ‘işbirliği ve rekabet’ eğilimleri incelenmiştir. Analiz sonucunda Türkiye ve Kırgızistan kültürlerinin ‘özerk-ilişkisel benlik’ yapısına sahip olduğunu destekleyen bulgulara ulaşılmıştır. Genel olarak, ön planda olma, başarıda şansın ya da bireysel çabanın rolü, bireysel başarının toplumsal başarıyı tanımlaması, geleneklerin önemi, sosyo-kültürel normlar, güce mevki ve statü için ulaşma ile ilgili ifadelerde ortak eğilim ortaya çıkmış, ülkelere göre anlamlı farklar elde edilmemiştir. Anlamlı farklılık elde edilen diğer ifadelerde ise Türk öğrencilerin belirtilen görüş yönlü daha yüksek ortalamalarla değerlendirme yaptıkları görülmüştür. Buradan hareketle Türkiye'deki öğrencilerin Kırgızistan'a göre girişimcilik olgusuna karşı daha fazla duyarlılık gösterdikleri izlenimine ulaşılmıştır. Benzer şekilde faktör grupları da ortak eğilimleri yansıtmış ve her iki ülke için girişimcilik kültürünü tanımlamada en önemli olan birinci faktör grubunun rekabet ve kişilik boyutu olduğu saptanmıştır. İkinci derecede önemli boyut Türkiye için etik ve sosyal etkileşim olurken, Kırgızistan için de benzer şekilde etik ve sosyal etkileşim olguları öne çıkmış, bunun yanında gelenek-görenek olgusunun da yer aldığı görülmüştür.

Elde edilen bulgular her iki toplumda da hem kişisel amaç ve kendini

gerçekleştirme odaklı olunduğuna hem de kolektif sosyal algının varlığını koruduğuna işaret etmektedir. Toplulukçu kùltürlere özgü ilişkiyel eğilimi ve bireyci toplumlara yönelik özerk eğilimi aynı anda taşıyan Kırgızistan ve Türkiye toplumları, ‘özerk-ilişkiyel benlik’ şemasına uygun bir girişimcilik ruhu taşımaktadır. Bu bağlamda ‘özerk benlik’ yapısını yansıtan eğilimlerden bazılarının (“başarının birincil kuralı azim ve kararlılıktır”, “üstlendiğim görevlerde ön planda olmak için çaba gösteriyorum”) desteklenmesi, fakat bazı eğilimlerin (“kariyer yapmak benim için aile kurmaktan daha önemlidir”, “çok sayıda kişiyle kısa süreli ve derinlik içermeyen sosyal etkileşimleri tercih ederim” ve “takım çalışmasına yatkın biri değilim”) desteklenmemesi kendi içinde tutarlı bir görünüm sergilemektedir. Benlik şemalarının, içinde bulunulan kùltürel dokuyu yansıttığını düşündüğümüzde, Kırgızistan ve Türkiye toplumlarının taşıdığı girişimci potansiyelin aileyi ve toplumsal uyumu da gözeterek bir kendini gerçekleştirme motivasyonu taşıdığını söyleyebiliriz. Bireyselliđi ön plana çıkaran başarı güdüsünün yanı sıra, toplumu da içine alan yarar anlayışı, yenilikçi ve yaratıcı eğilimlerin kişisel niteliklerin yanı sıra toplumsal beklentilerle iç içe olduğuna işaret etmektedir.

Toplumsal deneyimlere ve farklı kùltürel eğilimlere bağlı gelişen benlik yapısının girişimcilik ruhunu etkileyen bir faktör olarak karşımıza çıkması araştırmanın kuramsal art alanıyla örtüşmektedir. Beraberinde her iki ÷lke öğrencilerinin geleceğe yönelik hedeflerini belirlerken, girişimciliği destekleyecek şekilde kendi işlerini kurma istemine sahip olmaları girişimcilik potansiyeli açısından olumlu bir izlenim oluşturmaktadır. Diğer taraftan toplumların sadece kùltürel mantık ve normları değil, ekonomik olanakları ve yoksunlukları da girişimcilik eğilimlerinin güçlenmesine ya da körelmesine yol açabilmektedir. Dolayısıyla bu çalışmanın bulgularından hareketle, her iki ÷lkenin demokratik geleneği, siyasal ve ekonomik göstergeleri üzerinden daha geniş örneklemeden yola çıkılarak yürütülecek çalışmaların alana katkısının yüksek olacağı düşünölmektedir.

Ek-1: Araştırmada kullanılan anket soruları**Anket Formu****Sevgili Öğrenciler,**

Bu anket çalışması, girişimciliği etkileyen sosyo-kültürel durumlara ilişkin soruları içermektedir.

Bu araştırma bilimsel amaçlı bir çalışma niteliği taşımaktadır.

Katkılarınızdan dolayı teşekkür ederiz...

Sosyo-Demografik Özellikler

- 1) Cinsiyetiniz? 1) Kadın 2) Erkek
- 2) Yaşınız? 1) 20'den az 2) 20-22 3) 23-25 4) 26-28
5) 29-31 6) 31'den büyük
- 3) Medeni Durumunuz? 1) Evli 2) Bekâr
- 4) Bölümünüz: 1) İşletme 2) İktisat 3) Maliye
- 5) İyi Derecede Bildiğiniz Yabancı Diller? 1) İngilizce 2) Almanca 3) Çince
4) Fransızca 5) Diğer.....)
- 6) Nerede Yaşıyorsunuz? 1) Yalnız başıma evde 2) Arkadaşlarımla evde
3) Ailemin yanında 4) Devlet veya özel yurtta
5) Diğer.....)
- 7) Ailenizin Aylık Gelir Düzeyi? 1) 10.000 som'dan az 2) 10.000-20.000 som arası
3) 20.000-30.000 som arası 4) 30.000-40.000 som arası
5) 40.000 som üzerinde
- 8) Ailenizin oturduğu ev? 1) Kira 2) Kendi evimiz 3) Diğer.....)
- 9) Ailenizin uzun süreli yaşadığı yer? 1) Büyükşehir 2) İl merkezi
3) İlçe 4) Köy 5) Diğer.....)
- 10) Kaç kardeşiniz? 1) Kardeşim yok 2) 1 kardeşim var
3) 2 kardeşim var 4) 3 ve daha fazla sayıda kardeşim var

11) Ailenizde,

	Var	Yok
Otomobil		
Merkezi ısıtma / soğutma		
İkinci bir gayrimenkul (Ev, yazlık, arsa arazi v.s.)		
24 saat internet erişimi		
Uydu yayın		

12) Annenizin ve Babanızın Mesleği?

	Babanızın Mesleği	Annenizin Mesleği
Özel Sektör çalışanı		
Kamu Sektörü çalışanı (memur)		
Özel Sektörde Yönetici		
Kamu sektöründe Yönetici		
Serbest çalışan (Avukat, doktor, eczacı, esnaf)		
İşletme sahibi ve/veya ortağı		
Çalışmıyor		
Diğer		

Aşağıda mezun olduktan sonra çalışma alanıyla ilgili gelecekte hedeflediğiniz ifadeler yer almaktadır. Bu ifadelerde size en yakın olanı, **Kesinlikle Katılıyorum(5)**, **Katılıyorum(4)**, **Kararsızım(3)**, **Katılmıyorum(2)** ve **Hiç Katılmıyorum(1)** seçeneklerinden lütfen birini işaretleyiniz.

	Kesinlikle Katılıyorum	Katılıyorum	Kararsızım	Katılmıyorum	Hiç Katılmıyorum
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
Devlet sektöründe çalışan ya da yönetici olmak istiyorum.					
Özel sektörde çalışan ya da yönetici olmak istiyorum.					
Kendi işimi kurmak istiyorum.					
Akademisyen olmak istiyorum.					
Diğer (belirtiniz					

İş seçiminizde aşağıdaki etkenlerin ne derece önemli olacağını düşünüyörsünüz? Bu ifadelerde size en yakın olan, **Çok Önemli(5)**, **Önemli(4)**, **Kararsız(3)**, **Az Önemli(2)** ve **Hiç Önemli Değil(1)** seçeneklerinden lütfen birini işaretleyiniz.

	Çok Önemli	Önemli	Kararsız	Az Önemli	Hiç Önemli Değil
	(5)	(4)	(3)	(2)	(1)
Bağımsız çalışma isteği					
Düzensiz de olsa yüksek kazanç					
İş garantisi ve düzenli sabit gelir					
Aile isteği					
Kişiliğe uygunluk					
Kariyer yapma olanağı					
Sosyal statü sağlama					
İdealini gerçekleştirme					
Diğer (belirtiniz					

Aşağıda girişimciliği etkileyen sosyo-kültürel durumlara ilişkin ifadeler yer almaktadır. Bu ifadelerde size en yakın olan, **Kesinlikle Katılıyorum** (5), **Katılıyorum** (4), **Kararsızım** (3), **Katılmıyorum** (2) ve **Hiç Katılmıyorum**(1) seçeneklerinden lütfen birini işaretleyiniz.

	Kesinlikle Katılıyorum	(4) Katılıyorum	(3) Kararsızım	(2) Katılmıyorum	(1) Hiç Katılmıyorum
1. Az sayıda kişiyle uzun süreli ve derinlikli sosyal etkileşimleri tercih ederim.					
2. Başarının birincil kuralı azim ve kararlılıktır.					
3. Üstlendiğim görevlerde ön planda olmak için çaba gösteriyorum.					
4. Çok sayıda kişiyle kısa süreli ve derinlik içermeyen sosyal etkileşimleri tercih ederim.					
5. Başarılı olmada koşulların ve şansın rolü büyüktür.					
6. Ticarete başarılı olmak için gerektiğinde etik dışı davranışlarda bulunulabilir.					
7. Kariyer yapmak benim için aile kurmaktan daha önemlidir.					
8. Bireysel başarı toplumsal başarı demektir.					
9. Bireysel çalışmayı tercih ederim.					
10. İş hayatında gelenek ve göreneklerin önemli olduğunu düşünüyorum.					
11. İş hayatındaki başarı yaşama olan bağlılığı arttırdığını düşünüyorum.					
12. Rekabetçi ve yükselme tutkusuna olan biriyim.					
13. Değişim karşısında soğukkanlı bir kişiliğe sahibim.					
14. Başarı bireysel çabanın göstergesidir.					
15. Takım çalışmasına yatkın biri değilim.					
16. Değişim ve yeniliklere karşı tutumda sosyo-kültürel normları dikkate alıyorum.					
17. Güce bilgi ve beceri yerine, mevki ve statü için ulaşmayı tercih ederim.					
18. Çalışma hayatında ahlaki değerlere önem verilmesi gerektiğini düşünüyorum.					

Katkılarınızdan dolayı tekrar teşekkür ederiz.

5. Kaynakça

- Arıkan, S. (2004). Girişimcilik. Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Bridge, S. Vd. (1998). Understanding Enterprise, Entrepreneurship and Small Business, London: Macmillan Business.
- Drucker, F.P. (1993). Innovation and Enterprenourship, New York, Harper Business.
- Hisrich, R.D. and Peters, M.P. (1998). Entrepreneurship. New York: Irwin Mc Graw Hill.
- Ho, T.S., Koh, H.C. (1992). “*Differences in Psychological Characteristics between Entrepreneurially Inclined and Non-entrepreneurially Inclined Accounting Graduates in Singapore*”, Entrepreneurship, Innovation and Change: An İnternational Journal, 1, 243-254.
- Hofstede, G. (1984). Culture’s Consequenses: International Differences in Work Related Values. (Cross Cultural Research and Methodology), Newbury Park, Sage Publication.
- Iraz, R. (2005). Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve Kobiler. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Johnson, D. (2001). “*What is İnnovation and Entrepreneurship?*”, Lessons for Larger Organizations, Industrial and Convercial Traning, Vol.33, No.4.
- Kağıtçıbaşı, Ç. (1999). Yeni İnsan ve İnsanlar. İstanbul: Evrim Yayınevi.
- Kalaycı, Ş. (2006). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Knight, F. (2006). Risk, Uncertainty and Profit, Cosimo Inc., e-book: www.books.google.com, erişim tarihi, 11.03.2012.
- McClelland, D.C. (1961). The Achieving Society, Van Nostrand, New York, NY.

- Mill, J.S. (1984). Principles of Political Economy with Some Application to Social Philosophy, John W. Parker, London.
- Mitton, D.G. (1989). “*The Complete Entrepreneur*”, Entrepreneurship: Theory and Practice. 13 (3), Spring, 9-20.
- Morrison, A. (2000). “*Entrepreneurship: What Triggers It?*”, International Journal of Entrepreneurship Behaviour and Research, 6 (2).
- Sen, A. (2004). Özgürlükle Kalkınma. (Çev. Yavuz Alogan), İstanbul: Ayrıntı Yayınları.
- Spencer, J.W. & C.Gomez (2002). “*The Relationship Among National Institutional Structures, Economic Factors and Domestic Entrepreneurial Activity: A Multicountry Study*”, Journal of Business Research, 57, 1098-1107.
- Tekin, M. (2004). Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği, Konya: Çizgi Kitabevi.