

KÜLTÜRÜN GİRİŞİMCİLİĞE ETKİLERİ

*Erkan T. DEMİREL, **Mehmet TİKİCİ

* Fırat Üniversitesi Sivrice M.Y.O. Turizm ve Otel İşletmeciliği Programı - ELAZIĞ
** İnönü Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü - MALATYA

ÖZET

Bu çalışmada; girişimciliğin tanımı, kültürün tanımı ve kültürel kodların girişimcilik üzerindeki etkileri incelendi. Kavramların tanımları yapılırken genel olarak, işletme ve yönetim bilimleri ile ilgili literatür esas alındı. Genel olarak şu kaniya varıldı: Toplumun hareket tarzını oluşturan kültürün, topluma dinamizm katan girişimcilerin gelişmelerine doğrudan etki ettiği söylenebilir. Toplumun hareket tarzının; değişim, yenilik, risk vs. konularda çizdiği doğrultu, girişimciliğin rotasını ve başarı seviyesini belirleyen önemli faktörlerdendir. Aynı zamanda kültürel farklılaşma boyutları da, toplumun girişimcilik yapısının ve girişimcilerin sahip oldukları kişilik özelliklerinin oluşmasına, yerleşmesine ve de gelişmesine temel oluşturmaktadırlar.

Anahtar Kelimeler : Girişimci, Girişimcilik, Girişimci Kişilik, Kültür

ABSTRACT

THE EFFECTS OF CULTURE ON ENTREPRENEURSHIP

In this study, the definitions of entrepreneurship and culture and the effects of cultural cods on entrepreneurship are discussed. When the concepts are described, the main literature are in general taken from business administration and management. The main finding of this paper is that it can be suggested that the culture based on behaviour style of the society directly influences the development of entrepreneurs who provide a kind of dynamism to the society in the sense of change, innovation and risk is one of change, most important factors which indicates the course and success level of entrepreneurship. At the sometime, dimentions of cultural differences also provide a base to the structure of people's entrepreneurship and also leads to forming, stting and progressing of the society's entrepreneurship.

Key Words : Entrepreneur, Entrepreneurship, Entrepreneur personality, Culture

1. GİRİŞ

Küreselleşen dünyada baş döndürücü bir hızla ilerleme kaydeden teknoloji ile acımasızca hüküm süren rekabet ortamına uyum gösterebilmek ve avantajlı bir şekilde ayakta durabilmek ekonomik gelişmişliğin derecesine bağlıdır. Ekonomileri ayakta tutan önemli ve dinamik unsurlardan biri ise toplumların sahip oldukları girişimcilerdir. Fırsat ve yenilik kovalayan, yakaladıklarında ilgili riskleri de hesap ederek üretim yapmak üzere üretim faktörlerini birleştiren dinamik bireyler bir toplumda ne kadar fazla ise toplumun gelişmişlik seviyesi de o kadar yüksektir.

Girişimcilik sayesinde, üretim faktörlerinin bir araya getirilerek üretim olayının gerçekleştirildiği teknik birimler olan işletmeler vücuda gelmektedir. İşletmeler, bireylerin içlerinde bulunan girişimcilik kıpırtılarının harekete geçmesiyle oluşurlar fakat bu kıpırtı başarı için yeterli olamaz. Şöyle ki; girişimcilik, dipsiz kuyularda çıkış aramak ya da gözü kapalı her işe girmek demek değildir.

Girişimcilik, önce girişimcinin kendisi sonra da toplum için tatmin sağlayacak işi bulmasını ve uygulamasını gerektirir. Girişimcilerin, girişimcilik faaliyetlerini yerine getirirken toplumun değer yargılarının toplamını ifade eden “kültür” den birincil derecede etkilendikleri düşünülmektedir. Bu nedenle çalışmanın teorik çerçevesinde yer alan temel kavramlardan birisi de, kültürdür.

Bazı toplumların girişimcilik konusunda gösterdikleri üstün performansa rağmen bir çok toplumun aynı performansı gösteremediği bir gerçektir. Bu farkın oluşmasında topluma ait kültürel değerler de önemli ölçüde etkili olmaktadır. Toplumun dinamik unsurlarından biri olan girişimcilerin, üyesi oldukları toplumun kültüründen soyutlanmaları haliyle mümkün değildir ve de girişimciler içinde yaşadıkları toplumdan etkilenecek bir takım değer yargıları edinirler. Bu değer yargıları da topluma ait kültürün bir türevi olarak ortaya çıkan

ve girişimciyi yönlendiren kültürel düzlemi oluşturur.

Gelişmişlik boyutunda çağın önünde giden toplumlara bakıldığında sahip oldukları girişimci sayısının çok olduğu görülecektir. Aynı paralelde bu toplumların sahip oldukları kültürel değerlerin de girişimciliği destekleyen boyutlarda olduğu söylenebilir.

Çalışmada öncelikle girişimci ve girişimcilik kavramları irdelendikten sonra girişimci kişilik ve kültür kavramlarına değinilecektir. Son olarak da kültürün girişimciliğe ne şekilde etki ettiği konusu açıklanmaya çalışılacaktır.

A) GİRİŞİMCİ VE GİRİŞİMCİLİK KAVRAM-LARININ TANIMLARI

Girişimcilik; çağımızın, ekonomik ve sosyal açılardan en önemli güçlerinden biridir. Bu derece önemli bir güç haline gelmiş olması girişimci faaliyetlere yönelik ilginin artmasından kaynaklanmaktadır. Girişimci faaliyetlere ilginin artması ise, iş alanlarındaki ve teknolojiye gelişme dalgalarının sürekli olarak, dünyayı dönüşüm üzerine şekillendirmesinin bir göstergesidir.

Dünyadaki bu dönüşümün doğru bir şekilde algılanabilmesi; girişimciliğin ve girişimcilikle ilgili dinamiklerin tam olarak anlaşılmasına bağlıdır. (Kapu, 2001: 126)

Girişimci ve girişimcilik ile ilgili kavramların tanımları konusunda literatürde tam bir fikir birliği oluşmamıştır. Bu noktada girişimci ve girişimcilik kavramlarının anlaşılabilmesi için mevcut tanımları incelemek gereği ortaya çıkmaktadır.

Girişimcilik kavramına gelmeden önce girişimci kavramını da açmak gerekmektedir. Bilindiği gibi insan ihtiyaçlarını giderecek mal ve hizmetlerin oluşması için üretim faaliyeti gerçekleşmelidir. Üretimin gerçekleşmesi için üretim faktörleri bir araya getirilmelidir. Bunların düzensiz olarak bir araya getirilmesi ile işletme kurulmuş olmaz. Neyin üretileceğine, kimlere satılacağına, gerekli işlerin kimler tarafından yapılacağına, gelir ve giderin yönetimine, birileri karar vermeli üretim faktörlerini bir araya getirmelidir. Bunları yapmak girişimcinin ya da yöneticinin görevidir. Buradan hareketle girişimci için; “İşletmeyi kuran, bunun için üretim faktörlerini bir araya getirip ürün ve hizmet üreten, kâr hedefleyen ve riske katlanan kişidir.” denebilir. Dinçer ve Fidan’a göre, girişimci, ürün veya hizmet üretmek amacıyla yatırım yapar. Bunun sağlanması için gerekli olan üretim faktörlerini toplar ve harekete geçirir. Faaliyetlerini sermayeye bağlar ve kâr bekler. İşletmesini kendi yönetebileceği gibi

görevini profesyonel yöneticilere de devredebilir. (Dinçer ve Fidan, 2000: 16). Günümüzde girişimci, ekonomi biliminin geleneksel üretim faktörleri olarak kabul ettiği emek, sermaye ve doğanın yanında dördüncü bir üretim faktörü olarak yer almaktadır (Mucuk, 2001: 7). Bu durumda da girişimci, üretimin gerçekleşebilmesi için üretim faktörlerini en iyi koşullar altında bir araya getiren kişi olmaktadır. (Akat vd., 2002: 13) Bir başka tanıma göre girişimci, insanların ihtiyaç duyduğu dolayısıyla talep edilebilecek ürün ve hizmetleri bulan, üretmeye çalışan ve yaratıcılığıyla buna öncülük eden kişidir. Ekonomik gördüğü bir iş için emeği ve sermayesi ile risk alır ve piyasaya girer. (Fidan ve Yılmaz, 2001: 10) Mucuk’a göre girişimci; işgücü, sermaye ve doğa olarak belirtilen üretim faktörlerini insan ihtiyaçlarını karşılayacak ürün ve hizmetleri üretmek üzere bulan ve uygun şekilde bir araya getiren kimsedir. Genellikle amacı kârdır ve riske de katlanır. Kendisi de dördüncü üretim faktörüdür. (Mucuk, 2001: 6)

Drucker’e göre ise girişimci; bulanık ve değişken dünyada düzen yaratır. Bunun için yeni bir refah yaratabilecek kaynakları bir araya getirir ve düzenler. (Drucker , 1986: 2)

Girişimci kavramı; fırsatlardan yararlanma, yeni fırsatlar yaratabilmek için üretim girdilerini örgütlenme ve risk alma özellikleri ile bağdaştırılır. Buna göre girişimci; henüz öngörmediği bir bedel üzerinden satmak üzere üretim faktörlerini satın alan ve üretimi gerçekleştiren kişidir. (TÜGİAD, 1993: 3)

Günümüzde girişimci, fırsatları sezen ve elde eden, bu fırsatları uygulanabilir ve pazarlanabilir fikirler haline getiren; buna zamanı, çabası ve yetenekleri ile değer ekleyen; bunun için piyasadaki riskleri üstlenen ve bu çabalardan gelecek kazancı sezebilen gelişimci ve yenilikçi kişidir. (Ulukan, 2001: 7)

Girişimci kavramının çerçevesi çizildikten sonra girişimcilik kavramı irdelenebilir. Yukarıda değinildiği gibi girişimci ve girişimcilik kavramları arasında kesin bir ayırım yapılmaya da girişimci kavramından hareketle, literatürde girişimcilik kavramına getirilen tanımlardan bazıları aşağıda görülecektir.

Girişimcilikle ilgili araştırmaların temel dayanakları; bazı insanlar fırsatları tespit etme ya da oluşturma yeteneğine sahipken diğerleri neden sahip değildir? Bazı insanlar fikirlerini yada hayallerini gerçeğe dönüştürebildikleri halde diğerleri neden dönüştürememektedirler?

Girişimlerin başarı ya da başarısızlık nedenleri nelerdir? gibi sorulara cevap aramak olmuştur. (Baron, 1998: 15) Bu tür sorulara yanıt

verebilmek için girişimcilik kavramının ayrıntılarına inmek gereklidir.

Girişimcilik kavramı Fransızca “entreprendre” kelimesinden türetilmiştir ve Türkçe karşılığı, “üstlenmek” tir.(Carton, 1998: html) İleride de görüleceği üzere girişimciler gerçekten iş ve iş yeri organize etme, yönetme, riske girme gibi sorumlulukları üstlenmektedirler. Entreprendre kavramından başka kavramlar da türetilmiştir. Bunlar; entrepreneurship yani “girişimcilik”, entrepreneurial yani “girişimsel” ve entrepreneurial process yani “girişimsel süreç” kavramlarıdır. Girişimcilik, girişimcinin yaptığı işi, girişimsel, girişimcinin savunduğu yaklaşımı ve girişimsel süreç ise kullandığı yöntemleri ifade eder.(Wickham, 1998: 4) Bu kavramlar arasında belirgin sınırlar koymak tam olarak mümkün değildir. Çünkü bu kavramlar birbirleri ile sıkı bir şekilde ilişkilidir.(Arıkan, 2002: 27)

Genel olarak girişimcilik, çevresel etkilerin oluşturduğu fırsatlardan yararlanmak ya da yeni fırsatlar yaratmak amacıyla, ürün ve hizmet üretmek için üretim faktörlerine sahip olma, bunları örgütlenme ve risk alma yeteneği ile ilişkilidir. Bu ilişkinin hedefi, bir işletme kurmak ve onu işletmektir. Başka bir ifade ile ekonomik ürün ve hizmet üretmeyi tasarlamak, bununla ilgili bir organizasyon kurmak ve böylece elde edilecek parasal fayda ile yaşamaya çalışmaktır.(Akdemir, 1996: 20)

Hisrich ve Peters’e göre girişimcilik; ekonomik, psikolojik ve sosyal riskler üstlenmeyi göze alıp zaman ve gayret harcayarak farklı bir değer yaratma sürecidir. Bu süreç sonunda kişisel doyuma ulaşılır. Başka bir ifade ile yeni ve bilinmeyen bilginin yaratılması sürecidir. (Hisrich ve Peters, 2002: 47)

Kirzner’in çalışmasında girişimcilik; piyasa sürecinin bir elemanı olarak kabul edilmektedir. Piyasa sürecinde karar verme mekanizmaları incelendiğinde karşılaşılan kavramlardan biri de girişimciliktir. Girişimcilik, piyasada daha önce kimsenin görmediği alternatiflerin görülmesi yada yeni alternatiflerin ortaya çıkarılması şeklinde ortaya çıkabilir. Buna; girişimcilik, varolan fırsatların görülmesi ya da fırsatların yaratılmasıdır, denilebilir. Yani girişimcilik; yeni bir gelecek anlayışının yaratılması ve diğer bireylerin beklentilerinin değiştirilmesini içerir.(Kirzner, 1985: 27)

Bridge ve arkadaşlarının çalışmasında girişimcilik dar ve geniş anlamda tanımlanmıştır. Dar tanıma göre; bir işletmenin kurulması ve geliştirilmesidir. Bu tarz girişimcilik, işletmelerin kurulması, yürütülmesi ve geliştirilmesi ile ilgili olarak deneysel uygulamaları, öğrenmeleri içeren bir

eğitim-öğretim sistemidir. Geniş tanıma göre girişimcilik; insanlara, örgütlere, topluluklara ve kültürler güç katan, yön çizen, fırsat veren özellikler ve yetenekler bütünüdür. İnsanlar, topluluklar, örgütler veya kültürler bu özellikler ve yetenekler aracılığı ile ekonomik, sosyal vs. boyutlarda herhangi bir değişimle karşılaşmalarında yaratıcı, uyumlu ve esnek tepki vermelerini sağlayacak nitelik kazanırlar. (Bridge vd., 1998: 22-23)

Kapu’nun çalışmasında, girişimcilik iki sürece ayrılmıştır. Birincisi insan ihtiyaçlarını karşılayan ürün ve hizmetlerin üretim faaliyetlerindeki yenilik sağlayan süreçler; ikincisi de işletme kurmak, yönetmek ve geliştirmekle ilgili faaliyetleri, riskleri vs. anlatan süreçlerdir.(Kapu, 2001: 126-127)

Hardy ise; piyasalarda çıkan fırsatları değerlendirmede, insanların içinde oldukları sosyal, kültürel, politik ve ekonomik çevrelerin etkisiyle fonksiyonel hale gelen faaliyetler bütününe, girişimcilik demektedir. (Hardy, 1998: 52)

Literatürde başka girişimcilik tanımları da bulunmaktadır:

Ölçülebilen bir değer ifade eden yenilikçi bir fikrin peşinde, risk almak, üretmek, uygulamak için bir süreç dahilinde çalışmak (Turner, 2003: 49) anlamına gelen girişimcilik; risk ve belirsizlik altında, kâr elde etme, büyüme amaçları ile yenilikçi ve ekonomik işletmeler kurulmasıdır. (Dollinger, 1999: 4)

Fırsatları öne çıkaran, planlı davranış ve düşünceler bütünü (Krueger, 2000: 411) şeklinde de tanımlanan girişimcilik; fırsatları tespit etmek, yakalamak ve başarı için veri haline dönüştürmek için kaynakları bir araya getiren bir değer sürecidir. (Morris ve Davis, 1994: 80-89)

Hedef, kaynak, sınır ve değişim faktörlerini davranışlara ve süreçlere yönelik olarak yeni değerler ve birliktelikler yaratma işi (Gundry ve Kickul, 1996: 334) olan girişimcilik; bilinen, kullanılan ve rutinleşmiş iş süreçleriyle ilgili daha önce yapılmamış farklı şeyler yapabilmektir. (Kuratko ve Hodgets, 1995: 41-46)

Buraya kadar bahsedilen tanımlardan da anlaşıldığı ve de daha önce belirtildiği gibi girişimciliğin tam olarak bir tanımı yapılamamaktadır fakat varlığı herkes tarafından hissedilen bir kavramdır. Verilen tanımlar incelendiğinde girişimcilik kavramının yenilik, yaratıcılık, esneklik, risk alma, enerjiklik, gelişim isteği, kâr isteği gibi kavramlarla desteklenerek açıklandığı görülmektedir.

20. yüzyılda oluşan girişimcilik teorisine göre girişimcilik; risk alarak yenilik yapma işidir. Başka bir ifade ile fırsatları gözlemek ve bulduğunda da gerçekleştirmek için her türlü riske girmektir. (TÜSİAD, 2002: 145)

Bahsedilen tanımlar üzerinden bir genelleme yapılırsa girişimcilik için “iş dünyasındaki fırsatları tespit ederek, fırsatların hedeflere, imkanlara ve değerlere uygun olduğunun anlaşıldığı anda kâr, prestij, büyüme, yeniliklere öncü olma vs. amaçları ile riskleri de göze alarak insanlığa faydalı ürün ve hizmetleri üreten aktif, esnek, yaratıcı, hızlı işletmelerin var olması için diğer üretim faktörlerini belirli bir düzen içinde bir araya getirmek sürecidir” denilebilir.

Buraya kadar olan kısımda yapılan girişimcilik tanımlarında işletmecilik ve yönetim bilimleri ile ilgili literatür esas alınmıştır. Aslında girişimcilik sadece bu kapsamda düşünülebilecek bir kavram değildir. Konuyla sosyoloji ve psikoloji gibi bilimlerde ilgilenmektedir.

Bu bilim dallarının bakış açılarına göz atıldığında; üzerlerindeki ataleti kırabilen kişilerin ve de kuruluşların girişimci olarak kabul edildikleri anlaşılmaktadır. Atalet; durgunluk, tepkisizlik, kararsızlık, hareketsizlik, isteksizlik, işsizlik gibi anlamlara gelmektedir. Aile hayatında çocuklarla ilgilenmemek, okul hayatında öğrenmek için çaba göstermemek, toplum hayatında neme lazımcılığı benimsemek birer atalet örneğidir. Atak, enerjik, heyecanlı, istekli, akılcı, fırsatçı vs. çerçeve içerisinde hareket ederek; bir öğrencinin öğrenmek için didinmesi bu yolda öğretmenlerini zorlaması ve araştırmalar yapması onun girişimci tutumuna işarettir. Bu öğrenci üzerinde oluşan öğrenme ataletini kırabilmiştir. Toplumun üzerindeki ataleti kırarak girişimci tutum benimsemesine örnek olarak da hükümet politikalarını benimsemeyen vatandaşların demokratik yöntemlerle baskı mekanizmaları oluşturmak için eylem yapmaları verilebilir. (Sekman, 2002: 29)

İşte türü ve boyutu ne olursa olsun bireysel ya da toplumsal tatmin için ataletten harekete sevk eden her davranış ve tutum, en genel anlamda girişimcilik demektir.

B) GİRİŞİMCİLERİN BAZI KİŞİLİK ÖZELLİKLERİ

“Girişimci kişilik” kavramından söz etmeden önce kişilik ve kişiliğin iş yaşamı ile ilişkisi hakkında kısaca bilgi verilmesi yararlı görülmektedir.

Kişilik; bireyin kendi açısından, fiziksel, zihinsel ve ruhsal özellikleri hakkındaki bilgisidir.

Başka bir ifade ile, insanın kendisinde olup bitenleri değerlemesi ve kendisine tatmin sağlayacak bir duruma geçmeyi istemesidir. Başkaları açısından bireyin kişiliği ise onun toplum içinde belirli özelliklere ve rollere (görevlere) sahip olmasıdır. (Eren, 2001: 84)

Kişiliğin iş yaşamı ile ilişkisi hususunda da şunlar söylenebilir. İnsan için çalışmak sadece gelir elde etmek demek değildir. Çalışmak, gelir elde etmenin yanında kimlik oluşturmak ve saygınlık kazanmak için de önem arz etmektedir. İş hayatına giren insanlar her şeyden önce kendi kişilik yapıları ile örgütlerin içlerinde yer alırlar. İnsanın kişilik yapısı, yaptığı iş ve çalıştığı örgüt yapısı ile uyumlu olursa iş başarısı yüksek olur. Aksi halde bireysel amaçlarla örgüt amaçları arasında bütünleşmenin gerçekleşmesi çok zordur. İnsan iş yaşamında üstleneceği rolü benimseyerek sosyalleşiyorsa bu bütünleşmenin sağlanması kolaylaşır. Çünkü sosyalleşirken kazanılan yetenekler, bilgiler ve beceriler insanın hem iş hayatında hem de özel hayatında davranışlarını ve de kişiliğini şekillendirebilecek unsurlardır. (Aytaç, 2001: 17)

Kişilik kavramının, insan ve insanın iş yaşamı üzerindeki etkisi düşünülürse; kavramın girişimcilik üzerinde ne denli önemli etkilerinin olduğu anlaşılabacaktır. Girişimci kişilik tutkularla dolu olan bir yaşam biçiminin göstergesidir. Bu tutkular, ilerde bahsedilecek özelliklerle desteklenerek girişimciyi ayakta tutan güç odakları olarak kabul edilebilir. Girişimci kişilik özelliklerinin bir değer oluşturabilmesi ise bu özellikleri kullanabilecek yeteneğin var olması ile mümkün olabilir. Başka bir ifade ile girişimcilik nosyonunda bulunan kişisel özelliklerin yetenekle birleşmesi halinde başarılı girişimler meydana gelecektir.

Girişimci kişilik yaratıcı kişilikten izler taşır. Yaratıcı kişilik; çevreden gelen geliştirici ve engelleyici etkilere karşı, insanın olumlu etkilerden faydalanma ve olumsuz etkileri aşabilme kapasitesi olarak düşünülebilir. (Kutlu, html) İki kavram da benzer olmakla beraber aralarındaki fark; yaratıcı kişilerin kâr güdüsü ile çalışmamalarıdır. Bu, yaratıcı kişilere esnek davranabilme fırsatını verirken girişimcilere ise böyle bir fırsat tanımamaktadır. Yaratıcı kişilerin başlattıkları sürecin başarıya ulaşması ise girişimci kişilerin sağlayacakları itici güç ile mümkün olmaktadır. (Akat vd., 2002: 14)

Girişimci kişiliğe sahip insanlar, hayatları boyunca çok önemsiz durumları bile çok önemli duruma çevirebilirler. Girişimciler, toplumun vizyon sahibi üyeleridir. Geçmişte değil, gelecekte yaşarlar. (Gerber, 2002: 24) Girişimci kişilik özellikleri denilince çoğunlukla; yaratıcılık, yenilik, risk alma,

karar verme, farklı düşünme, mevcut durumdan rahatsız olma, ileri görüşlülük, fırsatçılık, enerjiklik, bağımsızlık isteği, başarı isteği, esneklik, iç denetim odaklılık gibi özelliklerin çağrıştığı görülmektedir.

Girişimcilerde; güçlü bir şekilde kendilerine değer verme ve fikirlerine inançla bağlılık görülmektedir. Dolayısıyla girişimciler; bir organizasyonun başarı ya da başarısızlığının şansa bağlı olduğuna, güçlü dış odaklar veya şahıslarla idare edildiğine inanmazlar.(Atik, 2002: 38-48)

Girişimci kişiliğin nüvesi hayal ve yaratıcılıkla oluşur. Hayal, bir nevi girişimcinin ekmeğidir. Ulaşılabilenden daha fazlasını içeren, temelini geleceğin belirsizlikleri üzerine oturtan özgün düşünceleri ifade etmektedir.

Hayal güçlerini ve yaratıcılık kapasitelerini pratiğe dökabilen girişimciler; kendine güvenleri yüksek olan ve ulaştıkları her türlü sonucun kendi faaliyetlerinin bir sonucu olduğuna inanan insanlardır. Problemler karşısında umutsuzluğa kapılmazlar ve olumlu bir tutumla inisiyatif kullanarak problemlerin üzerine giderler. Fırsatları takip ederler. Herhangi bir fırsatı teşhis ettiklerinde; karşılaşılabilecekleri riskleri maliyet ve fayda noktalarından hesap ederek, dinamik, hırslı, planlı bir tavırla fırsatı elde etmeye çalışırlar.(Eckhardt and Shane, 2003: 333-349)

Girişimciler; elde ettikleri fırsattan kaynaklanan yeni ürün, hizmet, süreç, tarz, anlayış vs. ile insanlığın yaşam standardını yükselten, insanlara mutluluk veren ve kıt kaynakları çok daha etkin kullanmayı sağlayan kişilerdir.(Hisrich and Peters, 2002: 48)

Girişimciler, ulaşılması güç olan amaçlar uğrunda çalışan, bu uğurda kendinden emin, yılmadan, başarısızlıklardan çekinmeden ve her ne olursa olsun başarıya odaklanan kişilerdir. Başarılı olmak için ne gerekiyorsa yaparlar.

Girişimcilerle ilgili bir başka iddia da, vizyon, misyon ve hırs gibi üç temel özelliklerinin olduğudur. Güdülerini tatmin eden ve kendilerinin önemini ortaya koyan işleri yaparlar. Gözleri gelecektedir.

Girişimcileri ifade eden bir başka özellik ise hatalara karşı yüksek derecede toleranslı olmalarıdır. Hataları erken uyarı aracı olarak kabul ederler. Bir hata ile karşılaşuklarında kaynağına inerler ve kaynağında çözerek hatayı başarı yolunda kullanabilecekleri bir girdi haline getirirler.

Girişimcilerle ilgili olarak söylenebilecek özelliklerden birisi de strese karşı dayanıklılıklarıdır. İnsan organizması ve ruh yapısı üzerinde sert etkiler, şeklinde tanımlanabilecek olan strese karşı;

girişimciler, stresin yönetilmesi gerektiği inancı ile yaklaşır.

Girişimciliğin bir takım kişisel özelliklerin bileşimi olduğu aşikârdır. Ancak girişimci kişiler bu özelliklerin bazılarını fazlaca önemserken bazılarını az önemseyebilir ya da hiç önemsemeyebilirler. Başka bir ifade ile bu özelliklerin hepsi bir girişimcinin kişiliğinde baskın olmayabilir yani her özelliğin girişimci kişiliğin oluşmasına etkisinin eşit olmayacağı bilinmelidir.

C) KÜLTÜR

İçinde insanın olduğu sistemlerin; insanı insan yapan en önemli faktörlerden biri olduğu kabul edilen kültürden soyutlanarak düşünülmesi mümkün değildir. Çünkü insanlar içinde yetiştikleri kültürlerin birer yansımasıdır ve sahip oldukları kültürleri, oluşturdukları sistemlere de taşırlar. İnsanların kültürel yansımalarının bileşimiyle sisteme ait kültürler meydana gelir. Kültürler ise sistemlerin tanıtıcı kimliği vazifesini görürler. İnsanların, grupların, örgütlerin, toplumların ve devletlerin; geçmişlerinin bilinmesi bugününün tanınması ve yarınlarının öngörülmesi sahip oldukları kültür hakkındaki bilgi sahibi olmayı gerektirir.

Kültür; insanların davranışlarına parametre oluşturan soyut ya da somut anlam ifade eden değerlerden oluşan bir bütündür. Hofstede’de kültürün, aklın ortaklaşa programlanması sonucu oluştuğunu ve varlığını bu programlama çerçevesinde devam ettirdiğini ifade etmektedir. Aklın ortaklaşa programlanması ise üç aşamada olmaktadır. Bu aşamalar sırası ile; insan doğası, kültür ve kişiliktir.(Hofstede, 1984: 142) Hofstede’in bir topluma ait olan kültürün farklı boyutlar kapsamında düşünülmesi gereğinden hareketle yaptığı çalışmada, kültürel farklılaşmaya sebep olan boyutlar olarak belirsizlikten kaçınma, güç mesafesi, baskın değerler ve bireycilik-toplumculuk öne çıkmıştır. Bu çalışmada, söz edilen boyutlara ek olarak Sargut’un (2001) çalışmasından esinlenilerek denetim noktası boyutu da eklenmiştir.

a) Belirsizlikten Kaçınma

Belirsizlikten kaçınma boyutu; toplumların, bilginin yetersiz olduğu, açık olmadığı veya hiç olmadığı, değişimin hızının ve boyutunun öngörülemediği durumlardan duydukları tedirginlik düzeyi ile ilgilidir.(Hofstede, 1984: 25) Bir toplumun üyelerinin belirsizlikten kaçınma eğilimleri yüksek ise; yaşamlarını garantiye almak için biçimsel ve yazılı kuralları artırma, farklı düşüncelere karşı çıkma ve kesin doğruları arama faaliyetlerini gerçekleştirmeleri kaçınılmazdır. (Varoğlu vd., 2000: 421-441)

Belirsizlikten kaçınmanın kültürlere göre öne çıkardığı değerler incelendiğinde; düşük belirsizlikten kaçınmada, duyguların gizlendiği, kuralların esnek olduğu, titizliğin öğrenildiği ve törensel davranışların azaldığı görülmektedir. Buna karşılık yüksek belirsizlikten kaçınmada; duyguların gizlenmediği, kuralları katı olduğu, titizliğin insanın doğasında bulunduğu ve törensel davranışların arttığı izlenmektedir. (Hofstede, 1984: 25)

b) Güç Mesafesi

Bu boyut; bir topluluğun bireyleri ve örgütlerinde gücün eşit olmayan bir biçimde dağılımı ile ilgilidir. Gücün toplumun üyeleri arasında neden olduğu mesafe o toplumun değerleri ölçüsünde gerçekleşmekte ve güç düzeyinde mevcut olan farklılıklar zamanla benimsenmektedir. Toplumlara göre; yaş, eğitim, makam ve aile gibi faktörlerin bireylere güç verdiği bilinmektedir. Güç dengesinin dağılımı da toplumdan topluma değişmektedir. (Hofstede, 1984: 27)

Bazı toplumlarda ve kültürlerde az gücü olan insanlar, gücün eşit olarak dağıtılmadığını kabullenmişlerdir. Yani, toplumdaki bireyler arasındaki güç mesafesi fazladır. Böyle bir toplumda üst makamlarda bulunanlar haklı olmak için doğruyu bilmek zorunda değillerdir. Haklılıkları sahip oldukları güçten kaynaklanmaktadır. (Sargut, 2001: 182)

c) Baskın Değerler

Topluma yansıyan egemen değerlerden yola çıkarak, bir kültürün erkek mi yoksa dişi mi olduğunu saptamak mümkündür. Hofstede'e göre, bir toplumda atılganlık ve materyalist değerler öne çıkıyorlarsa, insana verilen önem arka planda ise bu topluma erkek kültür hakimdir. (Hofstede, 1980: 142)

Dişi kültürün göstergeleri, insana verilen önem ve yaşamın genel niteliğini ön planda tutmak biçiminde ortaya çıkmaktadır. Toplumlarda genellikle dişilikle ilişkilendirilen kavramlar, şefkatli, nazik, merhametli, sadık, sevgi dolu, anlayışlı, duyarlı olmak gibi değerleri içerir. Geleneksel erkek değerleri ise, saldırganlık, yükselme tutkusu, dediğim dedik tavır, yarışmacılık, bağımsızlık, kendine güvenmek, baskıcı tavır takınmak benzeri değerlerdir. (Sargut, 2001: 175)

d) Bireycilik – Toplumculuk

Toplumculuk (kolektivizm) sıkı toplumsal çerçeveleri ifade eder. İnsanlar kendi grupları ile diğerlerini ayrı tutarlar. İçinde etkinlik gösterilen gruplar diğerlerinden farklılaştırılır. Bu gruplar üyelerini kollar, karşılık olarak da sadakat beklerler. Bu tip kültür, üyelerini dışsal-toplumsal baskıyla

denetler. Bireycilik de; insanların kendi ihtiyaçlarına mı yoksa grubun ihtiyaçlarına mı önem verdiği ile ilgilidir. Bireyci kültürlerde denetim ise bireyin içsel baskısıyla sağlanır. (Sargut, 2001: 185)

e) Denetim Noktası

Denetim noktası, bulunulan yere göre değişime gösterilen tepkiyi belirlemektedir. Eğer birey özdenetimini gerçekleştirip yazgısına egemen olduğu inancındaysa, değişime tepkisi olumlu olacaktır.

Denetim noktasına göre insanlar ikiye ayrılmaktadır: İçsellar ve dışsallar. İçsellar kendi yazgılarını denetleyebilecekleri inancındadırlar. Yönü ne olursa olsun, çevreden aldıkları tepkilere, kendi davranışlarının neden olduğuna inanırlar. Oysa dışsallar başarı ve başarısızlıklarıyla kendi davranışları arasında ilişki kurmazlar. Başarıyı torpile, başarısızlığı da çevresel faktörlere bağlarlar. Dışsallar çalışmak veya sorumluluk üstlenmek için inisiyatif kullanmazlar. Çalışmaları veya sorumluluk almaları ancak dışarıdan yönlendirilme ile mümkün olur. (Sargut, 2001: 196)

D) KÜLTÜRÜN GİRİŞİMCİLİK İLE İLİŞKİSİ

Kültür, insanların davranışlarına ve kişiliklerine doğrudan etki eden bir sistemdir. Üyelerin davranışlarının toplamı olarak ifade edilebilecek grup davranışları, grubun sahip olduğu kültüre göre şekillenir. Bu şekillenmede üyelerin kişilikleri de önemli ölçüde etkili olur. Ancak asıl önem arz eden, grubun sahip olduğu kültürel kimliktir. Davranışlar ise bu kimliğe göre oluşurlar ve zaman içinde kişiliği yönlendirmeye başlarlar. (Çağlar, 2001: 1-17)

Girişimciliğin de; kültürel değerlerden etkilenmemesi mümkün değildir. Üyesi oldukları topluma ait kültürden aldıkları parametrelerle oluşan bir alt kültür çerçevesinde hareket eden girişimcilerin, kişilik yapıları da bundan etkilenecektir. Kişilik yapılarında aktif ya da pasif olacak unsurların varlığı önemli ölçüde kültürel etkilerle oluşacaktır.

Yeni bir işletme kurma düşüncesi kişinin ait olduğu toplumun kültürü, etkilendiği alt kültürler, ailesi, arkadaşları ve öğretmenlerinden gelen ilhama bağlıdır. Bir insanın yeni işletme kurarak başarılı olmasına değer veren bir kültür, önem vermeyen kültürlere göre daha fazla işletme kurulmasına ortam hazırlayacaktır. Bir kültürde girişimciliğin genel çerçevesini oluşturan; kişinin kendi patronu olması, bireycilik, başarılı olmak ve para kazanmak gibi değerler ön plana çıkarılıyorsa, bu kültürde girişimcilik fazlasıyla destekleniyor demektir.

Böyle kültürlerde yeni işletmelerin kurulma oranı yüksektir. Bununla beraber, başarılı ve yeni işletmeleri önemsemeyen, aksine başarısızlığı büyük bir itibar kaybı olarak varsayan kültürlerde, başarılı girişimcilik örneklerinin görülmesi fazla olası değildir. (Hisrich and Peters, 2002: 52)

Hiçbir kültür; girişimciliği destekleyen ya da girişimciliğe karşı olan bir kültür olarak tanımlanamaz. Kültürel bütünü oluşturan çok sayıdaki alt kültür, girişimciliği olumlu veya olumsuz etkileyecek ortamlar oluşturabilirler. Bu alt kültürlerin girişimciliği destekleyen niteliklerinde farklılıklar sergilenmektedir. Örneğin; ailevi değerlerin baskın olduğu bir kültürde, eğer aileler bağımsızlığa önem veriyorlarsa çocukların da yüksek seviyede girişimcilik özellikleri taşımaları beklenir. (Hisrich and Peters, 2002: 54)

Girişimcilik için eğitim sistemi de teşvik unsurları taşıyabilir. Girişimciliği önemseyen ve müfredatında yer veren ve de yaşayarak öğrenmeyi ezberciliğe tercih eden eğitim sistemlerinden geçen bireyler, girişimcilik eğilimleri yüksek olan bireylerdir.

Toplumsal güven seviyesi de girişimciliğin başarılı olmasında önemli derecede etkilidir. Çevrede güven duyabilecek insanların fazla sayıda olması, toplumdaki girişimcilik çabalarının hızla devam etmesine sebep olur. Güvenin yüksek olması girişimcilerin rahatlıkla başka bireylerle işbirliği yapmalarını, yetki ve sorumluluklarını devretmelerini kolaylaştırır. Yönetici ya da girişimci sıfatını taşıyanlar çalışanlarına işlerini özgürce yerine getirme olanağını tanırlar. Yüksek güven; yakın denetim ve disiplini öne çıkaran katı hiyerarşik yapılar için uygun değildir. Bu tip ortamların hakim olduğu toplumlarda dış eğilimli ve dinamik örgütler başarılı olurlar. (Casson, 1990: 14)

Çizilen bu çerçeveden sonra kültürün girişimciliğe etkisi konusunda; daha önce tanımları ayrıntılı olarak verilen; kültürel farklılaşma kaynağı olan boyutların öne çıkardıkları girişimcilik özellikleri incelenecektir.

Söz konusu boyutların ilki belirsizlikten kaçınma boyutudur. Bu konuda Türk toplumunun durduğu yeri öğrenmek için Hofstede'in çalışmasına bakıldığında; Türk insanının belirsizlikten kaçınma ile ilgili olarak yüksek kategoriye girdiği görülecektir. (Hofstede, 1980: 144) Bunun sebebi Türkiye'de uygulanan yaşam boyu istihdamdır. (Sargut, 2001: 180) Belirsizliğe karşı toleransı yüksek olan insanlar sahip oldukları; enformasyona ve öğrenmeye önem verme, başkalarına karşı duyarlı olma, hiyerarşiyi önemsememe ve riske karşı yüksek espri gösterme gibi özellikleri ile tipik girişimcilik belirtilerini taşımaktadırlar.

İkinci boyut, güç mesafesi boyutudur. Güç mesafesi boyutu belirsizlikten kaçınma boyutu ile birlikte değerlendirildiğinde girişimciliğe olan etkisi daha iyi anlaşılacaktır. (Dengiz, html) Hofstede'in araştırmasına göre Türk toplumu, Pakistan, Meksika, Fransa, Yugoslavya gibi ülkelerle beraber yüksek derecede güç mesafesini ön plana çıkaran kategoridedir. (Hofstede, 1980: 147) Çelik'in araştırmasında ise Türk insanının %39'u gücü meşruiyet sebebi olarak kabul ederken, bu oran Amerika'da %20, Japonya'da %73 olarak görülmektedir. (Çelik, 2001: 301) Yine Hofstede'in çalışması incelendiğinde güç mesafesinin az olduğu Amerika, Kanada, Hollanda, İngiltere gibi ülkelerin gelişmiş olduklarından hareketle, güç mesafesinin az olduğu kültürlerin girişimcilik için uygun ortam yarattıkları söylenebilir. (Hofstede, 1980: 149)

Boyutların üçüncüsü ise erilik-dişilik boyutu başka bir ifade ile baskın değerlerdir. Hofstede'e göre atılganlık, para hırsı, yükselme tutkusu gibi değerlerin öne çıkması eril kültürün göstergeleri iken insana ve insani ilişkilere önem verme, yaşamın genel niteliğini ön planda tutma, şefkat, nezaket gibi değerlerin de öne çıkması dişil kültürün göstergeleridir. Aynı çalışmada Türk toplumu İran, İspanya, Fransa, Portekiz gibi ülkelerle dişilik boyutunun egemen olduğu kategoride görülmektedir. (Hofstede, 1980: 151) Sargut'un çalışmasında ise dişil kültürle affedilen sıcaklık, anlayışlılık, sevgi doluluk, halden anlayışlılık, başkalarına karşı duyarlılık, sadıklık, naziklik, merhametlilik ve şefkatlilik hislerinin Türk insanı tarafından öne çıkarıldığı görülmüştür. (Sargut, 2001: 176) Hofstede'in çalışmasına tekrar baktığımızda eril değerlerin hakim olduğu kültürlerin girişimcilik için olumlu anlam ifade ettiği söylenebilir.

Sıradaki kültürel farklılaşma boyutu bireycilik ve toplumculuk boyutudur. Sargut'a göre Türk toplumu ortaklaşa davranmayı önde tutan bir kültürün ürünüdür. (Sargut, 2001: 186) Bu kanı Hofstede'in çalışmasıyla desteklenmektedir. Söz konusu çalışmada Türk toplumu Pakistan, Japonya, Arjantin gibi ülkelerle birlikte toplumculuğu öne çıkaran kategoride görülmektedir. Çelik'in çalışmasında da Türk toplumunun %75'i toplumcu görünürken, Amerikanların oranı %32, Japonların ise %76 görülmektedir. (Çelik, 2001: 306) Hofstede'in çalışmasına tekrar baktığımızda bireyci değerlerin hakim olduğu toplumlar arasında Amerika, İngiltere, Kanada, Avustralya gibi toplumlar görülmektedir. Bunların; gelişmelerini tamamlayan, teknolojiye ve rekabette önde olan toplumlardan oldukları aşikardır. Buradan hareketle bireyci kültürle hakim değerler de hatırlandığında; bireyciliğin girişimcilik için olumlu anlam ifade ettiği söylenebilir.

Bu konuda son olarak bahsedilecek boyut denetim noktası boyutudur. Toynbee'ye göre her insan, kendi iradesi ile seçme özgürlüğüne sahiptir. Bu nedenle sorunlarının yükünü ve sebeplerini Tanrı'ya ya da çevreye yükleme hakkına sahip değildir. Sorunlarını kendisi omuzlar çünkü; sorunlar kendisine aittir. İşte burada, denetim noktası boyutunun önemi ortaya çıkmaktadır. (Dengiz, html) Türk toplumu denetim noktası bağlamında dışsal bir görüntü sergilemektedir. Bu görüntünün oluşmasının sebebi Sargut'a göre Türk toplumunda aynı zamanda güç mesafesinin ve belirsizlikten kaçınma eğiliminin yüksek seviyelerde olmasıdır. Denetim noktası açısından içseler ve dışsallar arasında girişimcilik konusunda da farklılık vardır. Şöyle ki; içseler başlarına gelenin kendi yaptıklarının sonucuna inanırlar. Başarılı olmaya önem verirler ve bunun için öğrenme, soru sorma ve sorumluluk üstlenme eğilimleri yüksektir. Katılımcı yönetim stilini benimserler. Yenilik ve yaratıcılık içeren çalışmalardan mutlu olurlar. (Sargut, 2001: 197) Bunlar aynı zamanda başarılı girişimcilerin sahip olmaları gereken önemli özelliklerdendir. İçsellerin belirsizliğe toleransları yüksek olur. Belirsizliğe yüksek tolerans tanımak da belirtildiği gibi girişimcilik özelliklerindendir.

2. SONUÇ

Her bireyin kendi ihtiyacını karşılayacak mal ve hizmeti üretememesi, bu faaliyetleri gerçekleştirecek işletmelerin kurulmasına yol açmıştır. Üretim faktörlerinin bir araya getirilerek mal ve hizmet üretiminin gerçekleştirildiği bu teknik birimleri vücuda getirenler, girişimcilerdir. Aynı zamanda bir üretim faktörü olarak da kabul edilen girişimciler, günümüzde ekonomileri ayakta tutan önemli ve dinamik unsurlardan biri haline gelmiştir. Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçişe paralel olarak girişimcilik kavramının önemi de artmaya başlamıştır. Bu önem, girişimciliğin; ekonomik ve sosyal gelişmenin önemli bir unsuru olmasından kaynaklanmaktadır.

Girişimcilerin, “insan hayatının kalitesini artırmaya yönelik her faaliyetin dinamik unsuru” olarak görülmesi, onları toplum hayatını oluşturan temel faktörlerden birisi haline getirmiştir. Toplumun gelişmesi bir bakıma girişimciliğin gelişmesine bağlıdır.

Bazı toplumların girişimcilik konusunda gösterdikleri üstün performansa rağmen, diğer toplumların aynı performansı gerçekleştiremedikleri görülmektedir. Bu farkın ortaya çıkmasında etkili olan faktörlerden birisi, topluma ait kültürel değerlerdir. Girişimcilerin, üyesi oldukları toplumun kültüründen etkilenmemeleri düşünülemez. Çünkü, kültürel faktörlerin insanların tutum ve

davranışlarını etkileyen önemli unsurlardan birisi olduğu bilinmektedir. Kültürün; “insan davranışlarına parametre oluşturan, soyut ya da somut anlam ifade eden değerlerden oluşan bir bütün” olması, “kültürün bireyi etkileyen bir unsur” olduğuna dair görüşü teyit etmektedir.

Kaynağı, türü ve seviyesi ne olursa olsun, güç; toplumun üyeleri arasında mesafeler oluşmasına neden olur. Güç dengesinin dağılımı da toplumdan topluma değişmektedir. Girişimciliğe etkisi bakımından güç mesafesinin düşük olduğu kültürlerin girişimcilik için uygun ortam yarattığı söylenebilir. Güç mesafesinin yüksek olduğu toplumların girişimciliği motive eden değerleri yaratmadığı bilinmektedir.

Girişimciliğin dominant olması, belirsizliğe olan toleransın yüksekliği ile doğru orantılıdır. Belirsizlikten kaçınma derecesinin yüksek olduğu yani belirsizliğe çok fazla tolerans gösterilmediği durumlar; riske açık bir iş olan girişimcilik için uygun değildir.

Girişimcilik açısından anlamlı olan sonuç; dişilik ve erillik değerlerinden, erillik değerlerinin baskın olmasıdır. Erkeksi duygular olarak değerlendirilen; saldırganlık, ataklık, kabalık, acımasızlık gibi duyguların bütünleştiği toplumlarda girişimciliğin hayat bulacağına inanılmaktadır. Bunun aksine, dişi değerlerin baskın olması, girişimcilik için fazla arzu edilmeyen bir durumdur.

Toplumculukla ilgili değerler olarak; işbirliği, ortaklaşa davranış, grubu öne çıkarma, grup tarafından denetlenme gibi doğrular sayılabilir. Bireyci kültürle hakim olan değerler ise bağımsızlık eğilimi, akılcılık gibi girişimcilerin sahip olmaları gereken özelliklerdir. Bireyciliğin baskın olduğu kültürlerde girişimcilerin sayıca fazla olmaları beklenen sonuçtur.

Kültür başlığı altında belirtildiği gibi; içseler inisiyatif kullanırken, dışsallar bunu yapmazlar. Dışsalların çalışmaları ancak yönlendirme ile mümkün olur. İçsellerin belirsizliğe karşı toleransları da yüksek olur ve katılımcılığı benimserler. İçseller çevreden aldıkları tepkilere kendi davranışlarının sebep olduğuna inanırlar ve ceza almaları halinde bunun sebebinin yine kendilerinde arayarak, yanlışlarını düzeltmeye çalışırlar. Dolayısıyla girişimcilik açısından anlamlı olan içselliktir.

Sonuç olarak; güç mesafesinin düşük olması, belirsizliğe olan toleransın yüksek olması, erillik değerlerinin baskın olması, içsellik ve bireyciliğin hakim olması halinde kültürel ortamın, girişimciliğin ortaya çıkması ve gelişmesi açısından daha uygun olacağı söylenebilir.

3. KAYNAKLAR

- AKAT İlter, Gönül BUDAK ve Gülay BUDAK, **İşletme Yönetimi**, Barış Yayınları, İzmir 2002
- AKDEMİR Ali, **Girişimcilik Kültürü**, Dumlupınar Ün. Yayınları, Kütahya 1996
- ARIKAN Semra, **Girişimcilik**, Siyasal Kitabevi, Ankara 2002
- ATİK Selahattin, **Kültürün Girişimcilğe Etkileri**, Kara Harp Okulu Bilim Dergisi, Sayı:3, Ankara 2002
- AYTAÇ Serpil, **Örgütsel Davranış Açısından Kişiliğin Önemi**, Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, C: 3, S: 1, 2001
- BARON Robert A., **Cognitive Mechanisms in Entrepreneurship: Why and When Entrepreneurs Think Differently Than Other People**, Journal of Business Venturing, Vol. 13, USA 1998
- BRIDGE Simon, Ken O'NEILL and Stan CROMIE, **Understanding Enterprise: Entrepreneurship & Small Business**, McMillan Pres, London 1998
- CARTON Robert, **The Entrepreneur and Entrepreneurship: Operational Definitions of Their Role in Society**, <http://www.sbaer.uca.edu.tr/Docs/98icsb>, Erişim : 21.10.2001
- CASSON Michael, **Entrepreneurship**, Edward Elgar Pub. Co., Wervant 1990
- ÇAĞLAR İrfan, **Yönetim Kültür Bağlamında Türk Yönetim Modelinin Saptanmasına Yönelik Kavramsal Bir Çalışma**, Gazi Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, Cilt:3, Sayı:3, Ankara 2001
- ÇELİK İsmail, **Düşüşteki Taylorizm ve Yükselişteki Ohnoizm Karşısında Türk Yönetici Elitinin Durduğu Yer**, İnönü Üniversitesi Sosyal Bil. Ens. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Malatya 2001
- DENGİZ G. Murat, **Yönetim Yaklaşımlarına Kültürel Açidan Bakış**, <http://www.pyd.org.tr/001.pdf>, Erişim : 03.01.2003
- DİNÇER Ömer ve Yahya FİDAN, **İşletme Yönetimine Giriş**, Beta Basım Yayım Dağıtım AŞ., İstanbul 2000
- DOLLINGER Marc, **Entrepreneurship**, 2nd Ed., Mc Graw - Hill Irwin, USA 1999
- DRUCKER Peter F., **The Frontiers of Management: Where Tomorrow's Decisions Are Being Shaped Today**, Harper & Row, NY 1986
- ECKHARDT Jonathan and Scott SHANE, **Opportunities And Entrepreneurship**, Journal of Management, 29 (3), 2003
- EREN Erol, **Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi**, Beta Basım Yayım Dağıtım AŞ., İstanbul 2001
- FİDAN Metin ve Şahap YILMAZ, **Müteşebbislik**, Tutubay Yayınları, Ankara 2001
- GERBER Michael E., **Girişimcilik Tutkusu**, Çeviren: Tayfur KESKİN, Sistem Yayıncılık, İstanbul 2002
- GUNDRY Lisa and J.R. KICKUL, **Flights of Imagination: Fostering Creativity Through Experimantal Learning**, Simulating and Gaming, Vol.27, 1996
- HARDY K., **What Do Entrepreneurs Contribute?**, Ivy Business Journal, Vol 64 Issue 2, 1998
- HISRICH Robert D. and Michael P. PETERS, **Entrepreneurship**, Mc Graw - Hill Irwin, USA 2002
- HOFSTEDE Geert, **Motivation, Leadership and Organizations: Do American Theories Apply Abroad?**, Organizational Dynamics, USA 1980
- HOFSTEDE Geert, **Culture's Consequences: International Differences in Work Related Values**, Newburg Park Sage Publications, 1984
- KAPU Hüsnü, **Orta ve Güneydoğu Anadolu'da Yaşayan Girişimci/ Yöneticilerin Yaşam ve Girişimcilik Değerleri**, Marmara Üniversitesi Sosyal Bil. Ens. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul 2001
- KIRZNER Israel, **Discovery and the Capitalist Process**, University of Chicago Pres, 1985
- KRUEGER Norris F., et all, **Competing Models of Entrepreneurial Intentions**, Journal of Business Venturing, Vol.15 Is.5-6, 2000
- KURATKO Donald and Richard M. HODGETS, **Entrepreneurship**, 2nd Ed. The Dryden Pres, USA 1995
- KUTLU Merih, **Levinson Ölçeği ve Yaratıcı-Önder Yöneticilik**, <http://www.eylem.com/yarat/wlevinson.htm>, Erişim: 13.06.2002

30. MORRIS M. and D. DAVIS, **Fostering Corporate Entrepreneurship: Cross-Cultural Comparisons of the Importance of Individulism Vershs Collectivism**, Journal of International Business Studies, Vol.25, Is.1. ,1994
31. MUCUK İsmet, **Modern İşletmecilik**, Türkmen Kitabevi, İstanbul 2001
32. SARGUT Selami, **Kültürler Arası Farklılaşma ve Yönetim**, İmge Kitabevi, Ankara 2001
33. SEKMAN Mümin, **Kişisel Ataleti Yenmek**, Alfa Basım Yayım Dağıtım, İstanbul 2002
34. TURNER Colin, **Başarmak İçin Yönetmek Girişimci Organizasyonlar Yaratmak**, Çeviren: Özlem HANBEY, Kariyer Yayıncılık, İstanbul 2003
35. TÜGİAD, **Ekonomik Kalkınmada Girişimciliğin Önemi ve Değişen Girişimcilik Nitelikleri**, TÜGİAD Yayınları, İstanbul 1993
36. TÜSİAD, **Türkiye’de Girişimcilik**, Yayın No: TÜSİAD–T/2002/12/340, İstanbul 2002
37. ULUKAN Cemil, **Aile İşletmelerinde Büyüme Süreci**, Anadolu Üniv. Sosyal Bil. Ens. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Eskişehir 2001
38. VAROĞLU A.Kadir, Nejat BASIM ve Yavuz ERCİL, **Bilimsel Araştırma Yöntemine Farklı Bir Bakış: Analitik Düşünce – Bütünleşik Düşünce Modellemeleri ile Belirsizlikten Kaçınma ve Güç Mesafesi Araştırması**, 8. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi, Nevşehir 2000
39. WICKHAM Philip A., **Strategie Entrepreneurship**, Pitman Publishing, USA 1998