

TÜRK KÜLTÜRÜNDE KADIN GİRİŞİMCİLİĞİ: KAVRAMSAL BİR DEĞERLENDİRME



Sine ERDOĞAN MORÇİN
Öğr. Gör., Ardahan Üniversitesi
Çıldır Meslek Yüksekokulu
semorcin@ardahan.edu.tr

ÖZ

Günümüzün yükselen trendi girişimcilik, kendi işini kurarak hayallerini gerçekleştirmek isteyen pek çok yetenekli bireyin en önemli hedefleri arasında yer almaktadır. İş dünyasında yaşanan rekabetin önemli bir alternatifi durumunda olan girişimcilik aynı zamanda günden güne kendine iş yaşamında daha çok yer edinmekte olan Türk kadınları için de önemli bir fırsat durumundadır. Bu çalışma herhangi bir etnik köken ve cinsiyet ayırımından uzak olup, bireylerin doğuştan getirmiş oldukları ve yaşadıkları toplumun kültürüyle şekillenen girişimcilik kültürlerinin özelliklerini kavramsal olarak analiz etmeyi amaçlamaktadır. Yapılan teorik değerlendirmeler sonucunda, Türk kadın girişimcisinin, daha çok kolektif, belirsizlikten kaçınma derecesi daha yüksek, daha dışıl, güç mesafesi daha yüksek ve zaman oryantasyonu daha çok kısa dönem odaklı Türk kültüründen etkilenerek yetiştiği ve bunun iş yaşamına çeşitli yansımalarının olduğu söylenebilir. Bu çalışmada, bu yansımaların neler olabileceği anlaşılmasına çalışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kadın, Girişimcilik, Kültür

WOMAN ENTREPRENEURSHIP IN TURKISH CULTURE: A CONCEPTUAL EVALUATION

ABSTRACT

Entrepreneurship, rising trends of today's, is among the most important objectives of many talented individuals who want to realize their dreams by setting up their own business. Entrepreneurship, is an important alternative to the competition in the business world, at the same time is a very important opportunity for the Turkish women gain a large position in the work life day to day. This study is far from any ethnicity and gender discrimination and aims to analyze the characteristics of entrepreneurial culture brought innate was shaped by the culture of the society of individuals as conceptual. As a result of the theoretical considerations, the Turkish women entrepreneurs grew up influenced by Turkish culture that more collective, a higher degree of uncertainty avoidance, more of feminine, more high power distance, and time

orientation in a very short-term oriented, and it can be said that the reflections of a variety of business life. This study tried to understand what could be these reflections.

Keywords: Woman, Enterpreneurship, Culture

GİRİŞ

Girişimci, bizim yaratıcı kişiliğimizdir. Her zaman bilinmeyenle ve gelecekle ilgilenen, olasılıklardan olanaklar yaratan, kaosları uyuma çeviren kişiler girişimci kişilerdir. Girişimciliğe sahip bir kişi çok önemsiz durumları bile çok önemli fırsatlara çevirebilir. Girişimciler çimizdeki vizyon sahibi kişilerdir (Gerber, 2003: 4). Girişimciler, yenilikçi, yaratıcı, risk alan, ortaya çıkan fırsatlara maksimum düzeyde değerlendirebilen özellikleri sayesinde ekonomik gelişmeye dinamizm kazandıran, yeni firmaları kuran ve bu firmaları geliştiren bireysel aktörlerdir (Yetim, 2008: 80).

Girişimcilik, yaşanan çevrede beliren fırsatları görerek projeler oluşturma, projeleri yaşama taşıyarak zenginlik üretme ve insan yaşamını kolaylaştırma becerisine sahip olmaktır. Girişimci açısından girişim süreci ise, bireysel bağımsızlık tatmin gibi psikolojik; para, servet gibi ekonomik bir ödül; statü, itibar, güç gibi sosyolojik kazanımlara yol açan, stres dolu ve özel çaba gerektiren bir değer yaratma sürecidir (İlter, 2010: 5).

Koironen tarafından gerçekleştirilen ve soru kağıtlarını cevaplayan kişilerden girişimci ve girişimcilik kavramlarını metaforik (mecazi) ifadelerle açıklamaları istenen bir araştırmada, girişimci ve girişimcilik için kullanılan metaforlar aşağıdaki gibi olmuştur (Aktaran: Gürol, 2000: 65):

- i. Yaratıcı veya/ve gayretli kişi
- ii. Özel karakter veya nitelik,
- iii. Makineler veya diğer bir fiziki obje,
- iv. Doğa,
- v. Sporcu veya oyuncu,
- vi. Maceracı, savaşçı veya mübadeleci,
- vii. Diğer

Yukarıda kavramsal tanımı ve özellikleri açıklanmaya çalışılan girişimcilik son yıllarda, özellikle işgücü piyasasında yeterince yer

alamadıkları için dezavantajlı durumda bulunan Türk kadınları için çok önemlidir. Bununla birlikte, kadın olarak iş dünyasında bulunmanın ve Türk kültüründe yetişmenin girişimciliğe olan etkisinin de ortaya koyulmasının önemli olduğu düşünülmektedir.

1. Kadın Girişimci Kavramı

Kadın girişimci kavramını en geniş biçimde Müftüoğlu ve Durukan (2004) tanımlamışlardır. Bu tanıma göre kadın girişimci “piyasa ekonomisi içinde hesaplanmış riskleri göze alarak, doğrudan pazara yönelik, nakde dönüşebilen, mal ve hizmet üretip satan, kendi işinin sahibi olup, vergi kaydı, TESK’e, Esnaf ve Sanatkarlar Birlikleri ve Odalarına veya TOBB’a bağlı odalara (Ticaret ve Sanayi Odaları) üye olan ve sosyal güvenlik kurumlarından birinin şemsiyesi altında çalışan ya da yanında başka kişileri istihdam eden kadındır” (Müftüoğlu ve Durukan, 2004: 35). Ecevit’e (1993) göre, ev dışı bir mekanda, kendi adına kurduğu bir işletmesi olan, bir işletmede tek başına veya çalıştırdığı diğer kişilerle birlikte çalışan veya sahibi olması sıfatıyla ortaklık kuran, iş ile ilgili olarak çeşitli kamu ve özel kuruluşlarla temasa geçen, işletmenin geleceği ile ilgili planlar yapan, işletmeden elde ettiği kazancın yatırım ve kullanım alanları konusunda söz sahibi olan ve işletmesi adına tüm riski üstlenen kişi kadın girişimcidir. Dolayısıyla eğitimini gördükleri alanda mesleklerini icra eden kadınlar, herhangi bir risk üstlenmeden iş sahibi oldukları için girişimci olarak kabul edilmemektedirler (Aktaran: Soysal, 2010: 73).

Toplumların genelinde koşullar ve yasal haklardan yararlanma konusunda, kişiler için çifte standartların varlığı ve sonuçta farklı değerlendirmeye tabi tutulması, çok sık rastlanan olgulardandır. Bu ayrımcılıktan payını alan kesim ise, genel olarak, kadınlardır (Narin v.d., 2006: 66). Günümüze kadar girişimcilik konusunda yapılan çalışmaların büyük bir çoğunluğu erkekler baz alınarak yapıldığı için, girişimciliğin genelde erkekler için geçerli olduğu düşüncesi hakimdi. Ancak, kadın girişimcilerin iş hayatına atılması ile girişimci tipine yeni bir boyut getirilmiştir (İlter, 2010: 67). Kadınların fırsatlara yenilikçi bir tarzda yaklaşması, iş yaşamında yaşam kalitesinin yanında, yeni oluşan ekonomik çevrenin gelişimine de katkıda bulunmaktadır. Bunun bir nedeninin kadının yenilikçilik gücü olduğu düşünülmektedir. Erkek girişimcinin otoriter yönetimine karşın, kadın girişimci yönetim olgusuna daha bütüncül yaklaşmaktadır. OECD’nin araştırma sonuçlarına göre (1997) kadın girişimciler, personel eğitimi, takım çalışması, şirket yapısında hiyerarşinin azaltılması, kalite konularında başarı olgusunu farklı değerlendirmeleri sonucunda erkeklerden daha duyarlı bir tavır ortaya koymaktadırlar (Aktaran: Narin v.d.,2006: 70).

Bazı teorisyenlere göre kadın ve erkek girişimciliğini ayırmak çok anlamlı kabul edilmemektedir. Diğer araştırmacılar ise, kadın ve erkek girişimciler arasındaki farkları ortaya koymuşlardır (Güney, 2006: 28). Ancak, bu araştırmalarda ortaya konmak istenen bilgi, bir cinsiyet ayrımı çabası değil, iki kavram arasında sosyo-ekonomik farklılıkların ortaya koyulması çabasıdır. Kadın girişimciler; motivasyon kaynakları, girişime başlama yaşları, girişimlerinde destek aldıkları kişiler, girişimde buldukları sektörler, eğitim geçmişleri, kaynak kullanımları, tecrübeli oldukları alanlar gibi konularda da erkek girişimcilerden farklı özellikler taşımakta ve kendilerine has bir girişimci kültürü ortaya koymaktadırlar (Hicrich ve Peters'den (1998) Akt: İpçioğlu, 2011: 100).

1.1.Kadın Girişimcilerin Özellikleri

Kadın girişimcilerin erkek meslektaşlarına nazaran göstermiş oldukları farklılıkların, onların yapısal (içgüdüsel) ve düşünsel özelliklerinden kaynaklanabileceği düşünülebilir. Ya da bunun tamamen beynin çalışma prensiplerinin kadınlardaki farklı dışavurumundan ibaret olduğu da varsayılabilir (İlter, 2010: 68).

Bowen ve Hisrich (1986), kadın girişimcilerin özelliklerini araştırmış ve onların işletme konusunda olmasa da genel olarak iyi bir eğitime sahip olduklarını, kontrol alanlarının yüksek olduğunu, diğer kadınlara göre daha erkeksi veya değerlerinde daha kararlı olduklarını, büyük olasılıkla girişimci bir babaya sahip olduklarını, ailenin ilk veya tek çocuğu olduklarını, erkek egemenliğinin olduğu alanlara daha az rağbet ettiklerini, çoğunlukla evli olduklarını, nadiren büyük bir işletmeye sahip olduklarını ve iş konusunda eğitime ihtiyaç duyduklarını ortaya koymuşlardır (Aktaran: Güney, 2006: 36).

Yetim'e göre (2008) kadın girişimcilerin özellikleri üç başlık altında toplanabilir. Bu özellikler:

1. Girişimci Olmaktan Kaynaklanan Özellikler (Kendine güven, risk alma, yaratıcılık, yenilikçilik, akılcılık, bağımsızlık ve rekabetçilik v.b.)
2. Sosyo-Kültürel Değerlerle İlgili Özellikler (çevrelerinde saygındırlar, çevresindeki kaynakları ve ilişkileri iyi değerlendirebilen, koruyan-gözetken, işbirliğine yönelik, akrabalarının ve yakın çevresinin desteğini kazanmış...)
3. Cinsiyet Rollerinden Kaynaklanan Özellikler (iyi iletişim kurabilen, problemleri kolayca çözebilen, hoşgörülü, özverili ve duygusal...)

Tablo 1. Kadın ve Erkek Girişimcilerin Farkları

Kadın Girişimciler	Erkek Girişimciler
Motivasyon kaynakları, yükselmesine izin verilmediği için daha çok başarıma arzusu taşımalarıdır.	Motivasyon kaynakları, geleceklelerini kontrol ve güvence altına alma eğilimleridir.
Kadınlar önceki işlerini, yüksek derecedeki iş memnuniyetsizliği nedeniyle terkederek yeni girişimlerinde daha zor işler ile uğraşırlar.	Erkekler girişimlerini mevcut işlerinin bir alternatifi, bir hobi gibi gördüklerinde yeni işlerine geçerler.
Kadınlar bir girişime başlarken kişisel varlıklarına ve birikimlerine güvenmektedirler.	Erkekler, yeni girişimlerine başlarken, özsermayelerinin yanı sıra yatırımcıları, banka kredileri veya bireysel kredileri kullanırlar.
Kadınlar, orta düzey yöneticilikte, genellikle hizmet sektöründe deneyimlidirler.	Erkekler, imalat, finans ve teknik alanlarında deneyime sahiptirler.
Erkekler nazaran kendilerine daha az güvenirlir ve daha fazla kuralcıdırlar.	Kadınlara nazaran kendilerine daha fazla güvenirlir, daha esnek ve daha toleranslıdırlar.
Kadınlar girişimlerine, 35-40 yaşları arasında başlamaktadırlar.	Erkekler girişimlerine, 25-35 yaşları arasındayken başlamaktadırlar.
Kadın girişimciler genellikle liberal sanat eğitimi almışlardır.	Erkek girişimciler genellikle teknik ve işletme alanında eğitim almışlardır.
Kadın girişimcilerin ilk sıradaki destekçileri eşleri, ikinci sırada yakın arkadaşları ve üçüncü sırada mesleki birlikler gelmektedir.	Erkek girişimcilerin en önemli destekçileri danışmanları olan avukatları ve muhasebecileri, ikinci sırada ise eşleri gelmektedir.
Kadın girişimciler daha çok perakende, halkla ilişkiler ve eğitim hizmetleri sektöründe girişimde bulunmaktadırlar.	Erkek girişimciler daha çok imalat, ithalat ve ileri teknoloji alanlarında girişimde bulunmaktadırlar.

Kaynak: Hicrich ve Peters (1998)'den Akt: İpçioğlu, 2011: 100

Tüm bu özellikler içinde girişimciliği belirleyen sosyo-kültürel değerlerle ilgili olan özellikler diğerlerine göre daha ön plana çıkmaktadırlar. Dolayısıyla kadın girişimciliğinde, sosyal uyumu koruma, iyi ilişkiler kurma, sosyal prestij, onur, toplumsal onay ve yakın çevre desteği gibi özellikler daha önemlidir (Yetim, 2008: 85). Hicrich ve Peters (1998) kadın girişimcilerin, erkek girişimcilerden ayrılan özelliklerinin Tablo 1'deki gibi olduğunu belirtmişlerdir.

1.1.2. Kadın Girişimci Tipleri

Goffe ve Scase (1985) iki faktöre ayalı olarak dört farklı girişimci kadın tipi tanımlamışlardır. Bu faktörlerden ilki, kadın girişimcilerin bireycilik ve kendine güven ilkelerini benimseyen *geleneksel girişimcilik* eğiliminde olduğu varsayımını içermektedir. İkincisi ise kadınların erkeklerin astı konumunda olmayı kabullendiğini varsayan geleneksel cinsiyet rolünü içermektedir. Bu iki faktöre dayalı olarak dört girişimci kadın tipi tanımlanmaktadır (Aktaran: Kutanis, 2006: 62):

Tablo 2. Kadın Girişimci Tipleri

Kadın Girişimci Tipi	Özellikleri	Girişim Alanları
Geleneksel Girişimci	Hem girişimcilik ideallerini hem de geleneksel cinsiyet rollerini aynı ölçüde yerine getirmeye çalışır.	Konuk evi işletmeciliği, sekreterlik, bakım ajansı, restoran, yemek fabrikası, kuaför salonu v.b.
Yenilikçi Girişimci	Girişimci rolünü, geleneksel rolünden daha üstün tutan ve öncelikli hedefi işini büyütme olan girişimcidir.	Yükseköğül mezunu kadınların istihdam edildiği alanlar, pazar araştırmaları, reklam, halkla ilişkiler ve basın.
Evcimen Girişimci	Geleneksel rolünü girişimci rolünden üstün tutan ve girişimciliği bir yan iş gören girişimcilerdir.	Uzun vadeli, küçük ölçekli işler yaparlar ve daha çok evde üretilen ürünlerin ticaretiyle uğraşırlar.
Radikal Girişimci	Kadınların ikinci plana atılmasının önüne geçmeye çalışan ve işini bu amaca hizmet eden bir araç olarak gören girişimcidir.	Basın, yayın, perakende, satış, eğitim ve küçük ölçekli imalat işleri.

Kaynak: Goffe ve Scase 'den Akt: Kutanis, 2006'dan uyarlanmıştır.

Kutanis (2006: 84) yaptığı araştırmada, Türk kadınlarının, yaptıkları iş bakımından, daha çok *geleneksel* ve *evcimen* girişimcilerin özelliklerini gösterdiğini ortaya koymuştur. Buna göre Türk kadın girişimcileri daha çok, hafif sanayi (terzilik, tekstil v.b.) işleri ile hizmet sektöründe yer alan iş kollarında girişimlerde bulunmaktadır. Dolayısıyla, daha çok küçük ölçekli işletmelere sahiplerdir.

1.1.3. Türk Kadın Girişimcilerin Sorunları

Yapılan araştırmalarda, Türkiye'deki kadın girişimcilerin sorunları üç kategoride incelenmektedir (Güney, 2006):

İş Kurma Aşamasındaki Sorunlar:

Sermaye temini, İşyeri arama, kiralama, mal temini, donanım, araç, gereç temini, resmi kuruluşlarla ilişkiler, acemilik, yalnızlık ve işi organize edememe, toplumun iş kadınına alışkın olmaması v.b.

İşyeri Kurulduktan Sonraki Sorunlar:

Acemilik, tecrübesizlik, müşteriyle ilişkiyi bilmeme, işi yürütmede bilgisizlik, müşteri azlığı, parasızlık, para sorunu, yalnızlık, kadın olma, kendini kabul ettirme, personel temini, piyasadaki istikrarsızlık, ödemeler, senetler v.b .

Mevcut Sorunlar:

Müşteri azlığı, resmi kuruluşlar, kalifiye eleman bulamama, ucuz hammadde- mal temini, kaliteli hammadde- mal temini, enflasyon v.b.

Sosyal Yaşantıyla İlgili Sorunlar:

Toplumun kadına yüklediği görev ve roller, ataerkil yapı, kadının kendi dışındakiler için duyduğu sorumluluk (ev, aile, yaşlı kimselerin bakımı...), kendine duyduğu güvendedeki eksiklik, yeterince destek bulamaması v.b. Yaşanan bu tür sorunlar Türk kadın girişimcilerinin sayısının Avrupa ülkelerinin bir hayli gerisinde kalmasına da neden olmaktadır. Örneğin Almanya'da kadın girişimci sayısı %30 civarındayken Türkiye'de bu rakam %9'dur. Kadın girişimci dernekleri bunun en önemli nedeninin ülkemizin muhafazakâr yapısı olduğunun altını çizmektedirler. Diğer taraftan, kadın girişimcilerin yaşadıkları sorunlar toplumlara göre büyük farklılıklar göstermemektedir (Danışman, 2010) Bu durumun altında yatan sebebin ise kadına verilen toplumsal rolün hemen hemen dünyanın pek çok ülkesinde aynı olduğu gerçeği olduğu söylenebilir.

2.KÜLTÜR KAVRAMI

Edgar Schein'in tanımına göre, "Kültür, dış adaptasyon ve iç entegrasyon sorunlarını çözmüş bir grup tarafından öğrenilen, geçerli kabul edilebilecek kadar iyi çalışan ve bu nedenle de yeni üyelere bu sorunlarla ilgili algılama, düşünme ve hissetmeyi doğru bir yolla öğreten örtülü varsayımların kalıbıdır" (Schein, 2009: 27). Hofstede'nin klasik tanımına göre ise "Kültür, bir toplumu diğer toplumlardan ayıran

insan düşünce sisteminin ortak bir programlamasıdır” (Hofstede, 1984: 142).

Kültür, bir toplumun üyelerince paylaşılan anlamların tümü olarak tanımlanabilir (Sökmen ve Tarakçoğlu, 2011: 25). Kültür, “herhangi bir sosyal birimin, dış çevresine uyum ve kendi içinde bütünleşme sürecinde ortaya çıkan problemlere hakim olma ve gereksinimlerini giderme çabası sırasında gelişen ya da keşfedilen; geçerliliği ve sürekliliği belli bir zaman sürecinde kanıtlanmış olan; gruba yeni girenlere de algılama, düşünme ve hissetme biçimleri olarak aktarılan; maddi ve maddi olmayan yaşam biçimlerini bilinç ve bilinçaltı düzeylerinde etkileyen varsayımlarla bu varsayımların fiziksel çevre ve insan etkileşimine yansıyan simgesel ifadelerinin tamamıdır” (Bozkurt, 2006: 90). Diğer bir tanıma göre ise “kültür insan ve çevresiyle ilgili her şeyi kapsamına alır ve insanların tüm yaratıcı etkinlikleri ve bu etkinlikler sırasında ortaya çıkan değer yargıları kültürün parçalarıdır” (Çağlar, 2001: 128). Bununla birlikte, literatürde çeşitli açılardan kültür tanımlamalarına, çok sayıda, rastlamak mümkündür. Bu tanımlardan bazılarına Çizelge 1.’de yer verilmiştir.

Çizelge 1: Kültür Tanımları

Kolasa, 1969	“Kültür dili, değer sistemlerini, dini inançları, tercihleri ve diğer davranış kalıpları benzer olan bir grupta, kişilerarası ilişkiler hakkında topluluğun hislerini ve hareket tarzlarını içine alan bir kavramdır”.
Biesanz ve Biesanz, 1968	“Kültür insanların gelişigüzel ve özellikle yaptıkları bütün davranışları kapsamaz. Kültür, cemiyette ortak olan davranış kalıplarını veya alışkanlıkları içerir”.
Penfield, 1969	“Kültür toplumun özelliğini veren bilimsel inançları, mucizelerle ilgili inançları, dinsel inançları, otorite, örgüt ve işle ilgili inançları kapsar”.
Taylor	“Kültür, bilgiyi, imanı, sanat ve ahlakı, örf ve adetleri, ferdin bağlı olduğu bir cemiyetin üyesi olması sebebiyle kazandığı alışkanlıkları ve bütün maharetleri içine alan karmaşık bir bütündür”.
Linton, 1968	“Kültür, öğrenilmiş davranışlar ile belirli bir cemiyetin üyelerince birbirlerine aktarılan ve paylaşılan davranışları sonucudur”.

Kaynak: Erdoğan, 1994’den uyarlanmıştır.

Uluslararası kültürel farklılıklar şüphesiz bireylerin iş yaşamlarına da yansımaktadır. Yönetim anlayışı ve iş yapma tarzının kültüre göre farklılaşması bunun bir sonucudur (Gürol, 2006: 92). Bu bağlamda, girişimcilerin özelliklerinin kültür bağlamında değerlendirilmesinin önemli olduğu söylenebilir.

2.1.Kültür Kavramının Boyutları

Kültür denilen olgunun oluşabilmesi için insanların belirli esaslara göre bir araya gelmeleri gerekir. Yani kültür ile toplum yan yanadır (Erdoğan, 1994: 111). Kültür insan topluluklarının tarihsel geçmişi, 'toplumsal kültür' ise insan grupları tarafından benimsenen paylaşılan düşünce ve inanç sistemleri, varsayımlar, değerler ve normatif davranışlardan oluşmaktadır (Göka, 2009: 62). Hofstede ve Hofstede toplumsal kültürün 4 boyuttan oluştuğunu belirtmişlerdir. Bu boyutlar, güç mesafesi, bireycilik/kolektiflik, erkillik/dişillik ve belirsizlikten kaçınmadır (Hofstede ve Hofstede, 2005: 23). Ancak, daha sonra IBM çalışanlarına uygulanan anketin bir benzeri Geert Hofstede ve Bond tarafından Çinli öğrencilere uygulanmış ve sonuçta Asya kökenli toplumların özelliklerini yansıtan beşinci bir boyut ortaya çıkmıştır. Geert Hofstede bu boyutu 'zaman oryantasyonu/uyumu' (long term versus short-term orientation) olarak isimlendirmiştir (Hofstede ve Hofstede, 2005: 31).

Güç Mesafesi: Sosyal değerler bakımından bazı ülkelerde insanlar kurumlar, örgütler ve insanlar arasında eşitsizlik olduğunu kabul etmezler (Eren, 2009: 134). Bu anlamda güç mesafesi 'bir toplumun diğerlerine göre daha az güçlü üyelerinin, gücün eşit olmayan bir şekilde dağıtıldığına ne ölçüde inandıkları ile ilgili bir kavramdır'(Mooij ve Hofstede, 2002: 63).

Erillik/ Dişillik: Bazı ülkelerde insanlar yüksek başarı güdülerine sahip olan üstün ve kahraman seçkin olmayı ve bunun için strese girmeye razı olan erkeksi tutumlar sergilerler. Böyle toplumlara "eril" adı verilmektedir. Bazı ülkelerde ise insanlar işbirliğine, grup halinde karar vermeye, hayat kalitelerini yükseltmeye dönük uzlaşmacı tutum ve davranışlar sergilerler. Böyle toplumlara "dişil" adı verilmektedir (Eren, 2009: 134).

Belirsizlikten Kaçınma: Grup üyelerinin, açıkça tanımlanıp yapılandırılmamış durumlara ne derece uyum sağlayabildiklerini gösteren yapısal ve zihinsel düzenleri içermektedir. Toplum yaşantısını düzenleyen resmi kuralların ve kontrol sistemlerinin çokluğu/azlığı, standart prosedür ve planlar, uzmanlık ve kariyer sürekliliğine verilen önem, bireylerin risk alma eğilimleri ve değişik düşüncelere gösterdiği anlayış derecesi belirsizlikten kaçınma boyutunu açıklamaktadır. Belirsizlikten kaçınma tutumu yüksek olan toplumlar risk almaktan kaçınırlar ve değişikliklere karşı daha düşüktür. Belirsizlikten kaçınma tutumu düşük olan toplumlar ise fazla risk alabilirler ve değişikliklere karşı toleransları daha yüksektir (Sığı ve Tıgılı, 2006: 131).

Zaman Oryantasyonu: Uzun dönemli düşüncede, gelecekte elde edilecek ödüllere yönelme erdemleri teşvik edilmektedir, özellikle, azim ve tutumluluk erdemleri. Bu durum kısa dönemli düşünceye, yani geçmiş ve geniş zamandaki bazı erdemlerin karşıtıdır, özellikle, geleneklere saygılı olmak, tavrı korumak ve toplumsa zorunlulukları yerine getirmek gibi erdemlerin (Hofstede, 2001: 210).

Bireycilik/Kolektiflik: Bireycilik, toplumu oluşturan bireylerin birbirleri arasındaki ilişkilerin zayıf olmasından kaynaklanmaktadır. Bireyci toplumlarda herkes, sadece kendisinin ve ailesinin birincil olmasını ummaktadır. Kolektif toplumlarda ise, bireyler doğumlarından itibaren sorgusuz bir bağlılık karşılığında, hayatları boyunca koruyacakları güçlü ve birbirine bağlı bir grup içine entegre edilmişlerdir (Hofstede, 2001: 225). Nerede doğmuş olunursa olsun, üyesi olunan ilk grup daima 'aile'dir (Hofstede ve Hofstede, 2005: 75).

Eğer insan toplumuna geniş bir açıyla bakarsak -geleneksel olduğu kadar modern bir bakı açısı- insanların günlük davranışlarını da etkileyen farklı aile yapısının topluma göre değiştiğini görebiliriz (Hofstede, 2001: 210). Bazılarının karı, koca ve çocuktan oluşan 'çekirdek aile' lerde, bazılarının ise büyük anne, büyük baba, amca, hala ve kuzenleri de içine alan ailelerde yaşadıklarını görebiliriz. Bu ailelere kültürel antropolojide 'geniş aile' adı verilmektedir (Hofstede, 2001: 210; Hofstede ve Hofstede, a.g.e., s:75). Birçok bireyci toplumda çocukların daha çok çekirdek ailelerde yetişmiş olduğu ve büyüdükçe 'ben' kavramına odaklandığı; kolektivist toplumlarda ise çocukların daha çok geniş ailelerde büyüdükleri ve büyüdükçe 'biz' kavramına odaklandığı söylenebilir (Hofstede ve Hofstede, 2005: 75).

Türk kültürü bu boyutlar göre ele alındığında; güç mesafesi daha yüksek, daha çok dışil, belirsizlikten kaçınma derecesi daha yüksek, daha çok kısa dönem odaklı ve daha çok kolektif özellikler gösteren bir kültüre sahiptir (Sargut, 2010; Northouse, 2007).

2.2.Kültür Kavramı Boyutları ile Girişimcilik İlişkisinin Değerlendirilmesi

Bu bölümde kültür kavramına at boyutlarının girişimcilikle ilişkisi ele alınacaktır.

2.2.1.Güç Mesafesi ve Girişimcilik: Hofstede ve Hofstede'ye (2005: 57-59) göre güç mesafesi düşük/yüksek olan toplumların temel farkları şunlardır:

Çizelge 2. Düşük/Yüksek Güç Mesafesine Sahip Toplumların Temel Farkları

GENEL NORMLAR, AİLE VE OKUL		İŞYERİ	
Düşük Güç Mesafesi	Yüksek Güç Mesafesi	Düşük Güç Mesafesi	Yüksek Güç Mesafesi
Eşitsizlikler azalmıştır.	Eşitsizlikler normal karşılanır.	Örgütlerde hiyerarşi rollerin eşitsizliği ve çıkarların gözetildiği anlamına gelmektedir.	Örgütte yüksek ve düşük seviyedekiler arasındaki eşitsizlik zaten olmalıdır.
Toplumsal ilişkilere önem verilir.	Statü, toplumsal sınıfa uygun olmalıdır.	Görev dağılımı popülerdir.	Merkezcilik popülerdir.
Güçlü ve güçsüz insanlar arasında bağımsızlık vardır.	Güçsüzler güçlülere bağımlıdır.	Daha az şef vardır.	Daha çok şef vardır.
Ebeveynler çocuklarına eşitliği öğretirler.	Ebeveynler çocuklara itaati öğretirler.	Tepe yöneticiyle alt kademe arasındaki maaş farkı azdır.	Tepe yöneticiyle alt kademedeki arasındaki maaş farkı çoktur.
Çocuklar ebeveynleri ve daha yaşlı akrabalarıyla eşittir.	Ebeveynlere ve daha yakın akrabalara saygı göstermek en önemli erdemlerden biridir.	Yöneticiler kendilerinin ve emrindekilerinin tecrübelerine güvenirlir.	Yöneticiler şeflere ve kurallara güvenirlir.
Çocuklar ebeveynlerinin yaşlılık güvencelerinde rol oynamazlar	Çocuklar ebeveynlerinin yaşlılık garantilerinin en önemli kaynağıdır.	Çalışanlar kendilerine danışılmasını beklerler.	Çalışanlar yapacakları işin söylenmesini beklerler.
Çocuklar öğretmenleriyle eşittir. Öğretmenler, sınıfta ilk girişimi öğrencilerden beklerler.	Çocuklar sınıf dışında bile öğretmenlerine saygı duyarlar. Öğret. ilk girişimleri kendileri yaparlar.	İdeal patron işini bilen bir demoktrattır.	İdeal patron cömert bir otokrat ve ya babacandır.
Öğretmenler, bireylerarası doğruları aktarmada uzmanlar.	Öğretmenler bireysel ilimlerini aktarma gurusudur.	Çalışan-şef ilişkileri edimseldir.	Çalışan-şef ilişkileri duygusaldır.
Öğrenmenin kalitesi, iletişim ve öğrencinin kalitesine bağlıdır. Eğitim Politikası orta öğretim odaklıdır.	Öğrenmenin kalitesi, öğretmenin kalitesine bağlıdır. Eğitim politikası üniversite odaklıdır.	Ayrıcalıklara ve statüye karşı çıkılır.	Ayrıcalıklar ve statü normal ve popülerdir.
Eğitimsiz kişiler, eğitilmiş kişilere göre daha fazla otoriterdir.	Hem eğitilmişler hem de eğitimsizler otoriter değerleri benimserler.	Zanaat, ofis işiyle eşit görülür.	Beyaz yakalılar, mavi yakalılardan daha üstündür.

Kaynak: Hostede ve Hofstede, a.g.e., s.57-59'dan uyarlanmıştır.

Güç mesafesi az olan ülkelerde çalışanlar daha bağımsızdır ve “demokratik” bir yönetim tarzı istemektedirler. Güç mesafesi fazla olan toplumlarda ise “otokratik” bir yönetim tarzı benimsenmektedir (Polat ve Göktürk, 2001: 4). Güç mesafesi yüksek örgütlerde, yöneticinin her şeyden haberdar olması gerektiği algısı, yöneticinin örgütsel hedefleri gerçekleştirmesine engel olabilir (Yaman ve Irmak, 2010: 170). Literatürdeki genel yargı, güç mesafesinin az olduğu toplumlarda, kişilerin daha fazla girişimci olabilecekleri yönündedir (Döm, 2012; Sargut, 2010). Ancak, güç mesafesi yüksek olan toplumlarda bireylerin aşırı baskıdan sıkılarak kendi iş yerlerine sahip olma fikrini daha yoğun yaşadıkları; güç mesafesinin az olduğu ülkelerde bireylerin demokratik bir ortamda çalışıyor olmalarından dolayı kendi işine sahip olma fikrini daha az yaşadıkları varsayımı da bir merak ve araştırma konusu olabilir.

2.2.2. Erillik/Dışillik ve Girişimcilik: Hofstede ve Hofstede'ye göre (2005) eril veya dişil özellik gösteren toplumların temel farklılıkları şunlardır:

Çizelge 3. Eril ve Dişil Toplumlar Arasındaki Temel Farklılıklar

Genel Normlar ve Aile Açısından		İşyeri Açısından	
Dişil Toplumlar	Eril Toplumlar	Dişil Toplumlar	Eril Toplumlar
İlişkiler ve yaşam kalitesi önemlidir.	Meydan okuma, kazanma, tanınma ve terfi etme önemlidir.	Yönetim aile idaresi gibidir: önseziler ve oybirliği vardır. Çatışmaların çözümü taviz ve uzlaşmadır.	Yönetim at terbiyesi gibidir: kati ve saldırgan. Çatışmaların çözümü en güçlü olanın kazanmasıdır.
Kadınlarında erkeklerde mütevazı olması beklenir.	Erkeklerin iddialı, hırslı ve kuvvetli olmaları beklenir.	Ödüller eşitçe dağıtılır.	Ödüller adil dağıtılır.
Kadınlarda erkeklerde sevecen olabilirler ve ilişkilere odaklanılır.	Kadınlar sevecen olmak zorundadır ve ilişkiyi o korur.	Daha küçük organizasyonlar tercih edilir. İnsanlar yaşamak için çalışır.	Daha büyük organizasyonlar tercih edilir. İnsanlar çalışmak için yaşarlar.
Hem anne hem baba olaylarla ve duygularla ilgilenir.	Baba olaylarla anne duygularla ilgilenir.	Daha fazla boş zaman daha çok paraya tercih edilir.	Daha fazla para daha fazla boş zamana tercih edilir.
Hem erkekler hem kızlar ağlayabilirler fakat kavga edemezler.	Erkekler mücadele eder, kızlar ortak olur.	Kariyer yapmak her iki cinsiyetin seçimine bağlıdır.	Kariyer yapmak erkekler için zorunlu, kadınlar için seçimliktir.
Damatlar ve gelinler aynı standartta sorumlu tutulurlar.	Gelinler iffetli ve üretken olmalı, damatlar olmasa da olur.	Profesyonel işlerde çalışan kadınlar arasında daha fazla paylaşım vardır.	Profesyonel işlerde çalışan kadınlar arasında daha az paylaşım vardır.

Kocalar, erkek arkadaş gibi davranabilirler.	Kocalar sağlıklı, varlıklı ve anlayışlı olmalı, erkek arkadaşlar ise sadece eğlenceli.	İşin insanlaştırılması iletişim ve ortaklıkla yapılır. Tarım ve hizmet sektörleri rekabet eder.	İşin insanlaştırılması iş içeriğinin zenginleştirilmesiyle yapılır. Tekstil ve dökme kimyası sektörleri rekabet eder.
--	--	---	---

Kaynak: Hofstede ve Hofstede, a.g.e., s.132-147'den uyarlanmıştır.

İş yaşamında kadın ve erkeğin rolleri, karar verme biçimleri, yönetim biçimleri, liderlik tarzları ve davranış biçimleri arasında farklılıklar vardır. Eril ve dişil kültürel değerlere sahip toplumlarda yönetim anlayışı açısından farklılıklar olduğunu; erkil özellik gösteren kültürler barındıran toplumlarda daha çok "görev odaklı" bir yönetim anlayışının, dişil özellik gösteren kültürler barındıran toplumlarda ise daha çok "ilişki odaklı" bir yönetim anlayışının hakim olduğu pek çok araştırmada ortaya konmuştur (Halis vd., 2009: 453). Erkil kültürü barındıran toplumlarda kadın ve erkeğin yapacağı işler birbirinden net bir şekilde ayrılmıştır. Dişil kültür barındıran toplumlarda ise kadınlar ve erkekler aynı işleri ortaklaşa yapabilirler (Mooij ve Hofstede, 2002: 64). Erkek egemen kültürlerde başarı, kontrol ve gücü açısından erkek egemen çalışma modelleri desteklenmektedir. Bu toplumlarda cinsiyet ayrımcılığı yüksek olmakta, erkekler toplum ve çalışma hayatında karşımıza egemen güç olarak çıkmaktadırlar. Erkilliğin düşük olduğu toplum kültürlerinde ise, cinsiyet arasında fark gözetme ve ayrımcılık düşük düzeydedir. Kadın ve erkeklere sosyal ve ekonomik yaşamda eşitlik sağlanmaktadır. Bazı toplumlarda, yüksek hayat standardına sahip olma şans, kader ya da doğuştan sahip olunan (dişsal kontrol odağı) bir unsur olarak görülmektedir. Bu şekildeki değer farklılıklarının ülkelerin girişimcilik özelliklerini, iş yaşamlarını ve iş yapma şekillerini doğrudan etkileyeceği söylenebilir (Döm, 2012: 42).

Türkiye, beklenenin aksine düşük erkil özellik gösteren bir ülkedir (Sargut, 2010: 176). Türk kültürü erillik ve dişilik açısından değerlendirildiğinde Türk kadın girişimcisinin en önemli avantajının bu husus olduğu söylenebilir.

2.2.3. Belirsizlikten Kaçınma Ve Girişimcilik: Hofstede ve Hofstede'ye (2005) göre zayıf veya güçlü belirsizlikten kaçınma özelliği gösteren toplumların temel farkları şunlardır:

Çizelge 4. Zayıf/Güçlü Belirsizlikten Kaçınma Özelliği Gösteren Toplumların Temel Farkları

Genel Normlar Ve Aile Açısından		İşyeri, Örgüt ve Motivasyon Açısından	
Zayıf Belirsizlikten Kaçınma	Güçlü Belirsizlikten Kaçınma	Zayıf Belirsizlikten Kaçınma	Güçlü Belirsizlikten Kaçınma
Belirsizlik hayatın normal bir getirisidir ve her gün yaşanabilir.	Belirsizlik sürekli tehlike arz eden hayatın özünüdedir ve onunla savaşmak gerekir.	Personelin erken paydos etmesi ve kısa çalışma saatleri.	Personelin daha geç paydos etmesi ve uzun çalışma saatleri.
Daha az stres ve daha az stres.	Çok stres ve çok endişe.	Gerçekten gerekli olmadıkça daha çok kurala ihtiyaç olmadığı inancı hakimdir.	İşe yaramasalar bile kurallara duygusal bir ihtiyaç duyma.
Saldırganlık ve duygular belli edilmez.	Saldırganlık ve endişe mümkün olan her zaman, havadar yerlerde açığa vurulur.	Gerçekten gerekli olduğunda çok çalışılır.	İçten gelen bir çalışma arzusu ve meşguliye duygusal bir ihtiyaç duyma.
Kişilik testlerinde iyilik skorları yüksek çıkar.	Kişilik testlerinde duygusal dengesizlik skorları yüksek çıkar.	Belirsizlik ve kargaşaya karşı toleranslı davranılır.	Hassasiyete ve biçimlendirilmiş şeylere ihtiyaç duyulur.
Belirsiz durumlara ve alışılmadık risklere karşı rahattır.	Bilinen riskler alınır; belirsiz durumlardan ve alışılmadık risklerden korkulur.	Kültürlü kimselere ve ortak duygulara inanılır.	Uzmanlara ve teknik çözümlere inanılır.
Kötü şeyler ve tabular hakkında çocuklar için yumuşak kurallar vardır.	Kötü şeyler ve tabular hakkında çocuklar için katı kurallar vardır.	Tepe yöneticiler stratejiyle ilgilendirilir. Daha çok ticari marka vardır.	Tepe yöneticiler günlük işlerle ilgilendirilir. Daha az ticari marka vardır.
Zayıf üst benlik geliştirilir.	Güçlü üst benlik geliştirilir.	Karar verme sürecine odaklanılır.	Karar verme içeriğine odaklanılır.
Farklı kişilere benzer şekilde hitap edilir.	Farklı kişilere farklı şekillerde hitap edilir.	Girişimciler kurallardan bağımsızdır.	Girişimciler kurallara odaklanılır.
Farklılıklar merak uyandırır	Farklılıklar korkutur	Serbest çalışan daha az kişi vardır..	Serbest çalışan daha fazla kişi vardır.
Aile yaşamı rahattır	Aile yaşamı streslidir	İcatta daha iyi icraatta daha kötüdürler.	İcatta daha kötü icraatta daha iyidirler.
Zengin batı ülkelerinde daha fazla çocuk yaparlar.	Zengin batı ülkelerinde daha az çocuk yaparlar.	Başarı motivasyonu, inanma veya ait olma.	Güvenlik motivasyonu, başarı veya ait olma.

Kaynak: Hofstede ve Hofstede, a.g.e., s.176-189'dan uyarlanmıştır.

Belirsizlikten kaçınma derecesi zayıf olan kültürlerde, yöneticiler bilgiye daha fazla önem vermektedirler. Bilgiyi daha iyi paylaşırlar, karakteristik açıdan daha hassas ve duyarlıdırlar, işlerine adapte olma dereceleri, esneklikleri ve girişimcilikleri daha yüksektir. Belirsizlikten kaçınma derecesi güçlü olan kültürlerde yöneticiler, kurallara ve yoğun çalışmaya meyillidirler, girişimcilikleri düşüktür (Sıgır ve Tıgılı, 2006: 333). Güçlü belirsizlikten kaçınma özelliğine sahip kültürlerde insanlar daha çok ilgilenilmeye eğilimlidir; zayıf özellik gösterenlerde ise insanlar kendileriyle ilgilenebilirler (Mooij ve Hofstede, 2002: 64).

Türkiye belirsizlikten kaçınma eğilimin yüksek olduğu ülkeler grubunda yer almaktadır. Örneğin ülkemizde yaygın olarak uygulanmakta olan "yaşam boyu istihdam" belirsizlikten kaçınma eğiliminin doğal bir sonucudur (Sargut, 2010: 182). Belirsizlikten kaçınma derecesi düşük olan kültürlerde, bireyler daha fazla risk alabileceğinden, belirsizlikten kaçınma derecesi yüksek olan toplumlara göre daha fazla girişimci olabilecekleri söylenebilir.

2.2.4. Zaman Oryantasyonu ve Girişimcilik: Hofstede ve Hofstede'ye (2005) göre uzun dönemli zaman oryantasyonu gösteren toplumlarla kısa dönemli zaman oryantasyonu gösteren toplumlar arasındaki temel farklılıklar şunlardır:

Çizelge 5. Uzun/Kısa Dönemli Zaman Oryantasyonu Gösteren Toplumların Temel Farkları

Genel Normlar Açısından		Ekonomi ve İşletme Açısından	
Kısa Dönemli Oryantasyon	Uzun Dönemli Oryantasyon	Kısa Dönemli Oryantasyon	Uzun Dönemli Oryantasyon
Hızlı sonuç elde etmeye çabalanır.	Yavaş sonuç elde etmeye yönelik sürekli bir çalışma ve azim vardır.	En belirgin iş değerleri özgürlük, haklar, başarı ve kendini düşünmektir.	En belirgin iş değerleri öğrenmek, dürüstlük, yeniliğe uyum, hesap verebilirlik ve öz disiplindir.
Harcama yönünde sosyal baskı vardır.	Tasarruf etme ve kaynakları idareli kullanma mantığı vardır.	Boş zaman çok önemlidir. Sonuca odaklanılır. Mevcut yılın kar miktarı önemlidir.	Boş zaman önemli değildir. Pazardaki konuma odaklanılır. Bugünden itibaren 10 yıllık dönemin kar miktarı önemlidir.
Geleneklere saygı duyulur.	Günün şartlarına saygı duyulur.	Yöneticiler ve çalışanlar psikolojik olarak iki ayrı taraftadır.	Sahip yöneticiler ve çalışanlar aynı arzuyu paylaşırlar.

Kişisel istikrarla ilgilenilir.	Kişilerin yeniliklere uyabilmesiyle ilgilenilir.	Liyakat ve ödüllere yeteneklere bağlıdır. Personel bağlılığı işletmenin ihtiyaçlarına göre farklılaşmaktadır.	Geniş sosyal ve ekonomik farklılıklar hoş karşılanmaz. Personelle uzun dönemli ilişkilere yatırım yapılır: <i>guanxi</i> ¹
Sosyal ve statüsel zorunluluklarla ilgilenilir.	Amaca ulaşmak için kendini motive etmeye isteklidir.	1970'lerle 200'li yıllar arasında çok az veya hiç ekonomik gelişme göstermemişlerdir.	1970'lerle 200'li yıllar arasında çok hızlı bir ekonomik gelişme göstermişlerdir.
İtibarla ilgilenir.	Utanma duygusu vardır.	Düşük fiyat teklifi kazandırır, yatırımlar için az para ayrılır. Yatırımlar ortak fonlara yapılır.	Yüksek fiyat teklifi kazandırır, fonlar yatırımlar için daima ulaşılabilir. Yatırımlar gerçek gelir sağlayan alanlara yapılır.

Kaynak: Hofstede ve Hofstede, a.g.e., s.212-225'den uyarlanmıştır.

Zaman oryantasyonu bir toplumun kararlarını ne kadar geleneklere ve geçmişteki olaylara, ne kadar kısa dönemli ve şimdiki zaman kazançlarına ya da gelecek için elde edilecek yararlılık algılarına dayandırıldığını göstermektedir (Bakan vd., 2004: 90). Gelecek odaklı toplumlarda yöneticiler planlama, geleceğe yatırım ve doyumunu erteleme davranışı göstermektedirler. Geleceğe odaklı olmak bireylerin gününü gün etmek ve gelişigüzel yaşamak yerine, geleceğe hazırlanmalarıdır (Northouse, 2007: 307): Uzun dönem oryantasyonu gösteren toplumlar gelecek odaklıdır. Kısa dönem odaklı toplumlar ise geçmiş ve bugün odaklıdır.

Konu girişimcilik açısından değerlendirildiğinde, kısa dönem odaklı bireylerin kısa sürede çok kazanmak isteyeceklerinden daha çok girişimde bulunacağı ancak daha çok hata yapmaya yatkın oldukları söylenebilir. Diğer taraftan uzun dönem odaklı toplumlarda yetişen bireyler ise uzun dönemde kar hedefledikleri için daha başarılı ve daha az riske giren girişimciler olarak tanımlanabilir. Daha başarılı olmalarının en önemli nedenlerinden biri olarak, uzun vadeli planlar (en az 10 yıllık) yapmaları gösterilebilir.

¹ Çin yönetim sanatında, *network* ya da bir çeşit *bireysel ilişki* anlamlarına gelmektedir.

2.2.5. Bireycilik/Kolektiflik Ve Girişimcilik: Hofstede ve Hofstede'ye göre (2005) bireyci ve kolektivist özellik gösteren toplumların temel farkları şunlardır:

Çizelge 6. Bireyci ve Kolektif Toplumlarnın Temel Farkları

Genel Normlar ve Aile		Okul ve İşyeri	
Bireyci	Kolektivist	Bireyci	Kolektivist
Çekirdek ailede yetişir	Geniş ailede yetişir	Öğrencilerden bireysel olarak düşüncelerini açıkça ifade etmeleri beklenir	Öğrenciler ancak grupları tarafından onaylandıklarında düşüncelerini açıkça ifade edebilirler
"Ben" düşüncesi öğretilir	"Biz" düşüncesi öğretilir	Eğitimin amacı nasıl öğrenilebileceğinin öğrenilmesidir. Diplomalara ekonomik değeri ve öz saygıyı artırır	Eğitimin amacı nasıl yapıldığının öğrenilmesidir. Diplomalara, yüksek statülü gruplara girmeyi sağlar
Dürüst insan karakteriyle düşündüğünü doğrudan söyleme eğilimi vardır	Uyumu sürdürmek esastır, direk çatışmadan kaçınılır	Mesleki hareketlilik yüksektir	Mesleki hareketlilik düşüktür
Arkadaşlıklar isteğe bağlı seçilir ve teşvik edilir	Arkadaşlıklar önceden belirlenmiştir	Çalışanlar, kendi çıkarlarıyla uyuyorsa diğerlerinin çıkarlarını gözeten "çıkarıcı insanlar" olarak görülür	Çalışanlar, grubun çıkarlarını gözeten üyelerdir
Kaynaklar bireysel olarak sahiplenilir, çocuklar için de aynı durum geçerlidir	Kaynaklar akrabalarla paylaşılır	İşe alma ve terfi kararlarında yalnızca yetenekler ve kurallar dikkate alınır	İşe alma ve terfi kararlarında çalışanın grubun üyesi olup olmadığı hesaba katılır
Düşük bağlamli iletişim hakimdir	Yüksek bağlamli iletişim hakimdir	İşveren-işçi ilişkileri işgücü pazarındaki taraflar arasındaki bir anlaşmaya dayanır	İşveren-işçi ilişkileri aile ilişkileri gibi manevidir
İzinsiz davranışlar suçluluk duygusu yaratır ve öz-saygının yitirilmesine neden olur.	İzinsiz davranışlar utanma yaratır ve kendine ve gruba karşı yüzü tutmaz	Yönetim bireylerin yönetilmesi demektir. Yönetim eğitimi duyguların dürüstçe paylaşımını öğretir.	Yönetim grubun yönetilmesi demektir. Astarların direk değerlendirilmesi uyumu sağlar.
Evlenecek çiftler için kriterler önceden belirlenmemiştir.	Gelinler genç, üretken ve iffetli olmalı, damatlar ise daha yaşlı olmalı.	Her müşteri aynı muameleyi görmelidir (evrensellik). Görevler ilişkilerden baskındır.	Grubun müşterileri daha iyi muamele görür (partikularizm). İlişkiler görevlerden baskındır.

Kaynak: Hofstede ve Hofstede., a.g.e., s.92-104'den uyarlanmıştır.

Hofstede'nin (1980) belirttiği üzere kolektif ailelerde yetişmiş bireylerin ailelerine ve gruplarına karşı olan bağlılıkları çok yüksektir. İş hayatında, kolektif bireylerden aile ve gruplarına duydukları bağlılık ve sadakati iş yerlerine aktarmaları beklenir. Buna karşılık bireyci ailelerde yetişen bireylerin iş yerlerine daha çok 'çıkarıcı bağlılık' duydukları söylenebilir (<http://udes.iku.edu.tr>). Buna ek olarak, Hofstede'nin ortaya koyduğu özellikler değerlendirildiğinde kolektif ailelerde yetişmiş bireylerin paylaşmayı bilen, direk çatışma yerine uyum sağlamanın yollarını arayan bireyler; bireyci ailelerde yetişmiş bireylerin ise paylaşmayı ve uyum sağlama yolunu daha az seçen insanlar olduğu söylenebilir. Konu girişimcilik açısından değerlendirildiğinde, bireyci toplumlarda yetişen bireylerin kolektif kültürlerde yetişen bireylere göre daha girişimci olduğu söylenebilir (Döm, 2012: 41). Buna ek olarak, bireyci ve kolektif toplumların özellikle piyasaya giriş stratejilerinde farklılaşacakları söylenebilir. Bireyci toplumlarda daha çok tek başına girişimlerin, kolektif toplumlarda ise ortaklı girişimlerin yaygın olduğu söylenebilir.

3. TÜRK KÜLTÜRÜ VE TÜRK KADIN GİRİŞİMCİSİ

Girişimcilerin özellikleri, toplumsal yapıların farklılıkları ölçüsünde birbirlerinden farklılaşmaktadır. Çünkü, girişimciler toplumun sosyal kültürlerinden etkilenmeleri sebebiyle iş dünyasındaki girişim faaliyetlerini kendi toplumlarının, özgün olarak üretmiş oldukları, tutum ve davranışlarının etkisinde kalarak da değiştirmektedirler (Şimşek, 2008: 130). Bununla birlikte, *toplum kültürü* bir ülkedeki girişimcilik düzeyini belirleyici, önemli bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır (Döm, 2012: 39). Kültür ve girişimcilik kavramının etkileşimi incelendiğinde, *girişimcilik kültürü*; "girişimciye yeni bir statü veren, yaptıklarının karşılığını ödemeyi garanti eden, başkalarının kendisine iş imkanı yaratmasını beklemek yerine başkaları için iş imkanı yaratan yepyeni bir kadın ve erkek neslinin yetişmesini sağlayacak kültürdür" (Soydan, 2011: 11).

Toplum kültürünün girişimciliği etkilemesinin yanı sıra demografik özellikler de girişimcilik kültürünü etkilemektedir. Ülke nüfusunun genç ya da yaşlı olması, aile, aile genişliği, birey, dine ve iş hayatına yönelik etik tutumlar örnek verilebilir. Cinsiyet söz konusu olduğunda ise birçok ülkede neredeyse nüfusun yarısını oluşturan kadınlara karşı tutumları ayrımcılık olup olmadığı üzerinde durulması gereken önemli bir husustur. Cinsiyet konusunda ayrımcılık yapan bir ülkede ülke nüfusunun yarısının potansiyeli göz ardı ediliyor demektir. Birçok ülkede yasal açıdan çabalar gösterilmesine karşın, kadın işgücü ayrımcı uygulamalara maruz kalmakta ve genellikle de emek

yoğun sektörlerde istihdam edilmektedir (Döm, 2012: 40). Türkiye’de kadınların daha çok tarım sektöründe çalışıyor olmasının, bu durumun bir sonucu olduğu söylenebilir.

Ülgener (1983) Batılı girişimci ile Türk girişimcisini tavır ve davranış bakımından karşılaştırmaya tabi tutarak farklılığı ortaya koymaya çalışmaktadır. Türk girişimcisi, Batılı girişimciye göre daha kararsız ve kaprisli, ani ve daha çabuk kar peşinde koşan, ayrıca plasman olarak da sermaye piyasası ile yeni denmeyecek ilgi ve iliğinin yanında mal varlığının çok önemli bir bölümünü de gayri menkul, bazen de altına yönelterek kendisine çıkış yolu arayan bir girişimci tipi olarak belirtilir. Türk girişimcinin bu özelliklerinin Türk toplumunun “zaman oryantasyonu” kültürel özelliği bakımından kısa dönem odaklı bir toplum olmasından kaynaklanabileceği söylenebilir. Bütün bu değerlendirmeler, her toplumu kendi sosyo- kültürel çerçevesi bağlamında ele alarak çözümlenmeye tabi tutmanın daha geçerli olduğu gerçeğini ortaya çıkarmaktadır. Buna göre, Türk girişimci tipinin tarihsel gelişim süreci içinde batılı girişimci tipinden oldukça farklı bir profili bulunmaktadır. Bu toplumlarda insan-kültür-toplum etkileşimi kurumsal anlamda farklı toplumsal ilişkileri geliştirdiğinden dolayı girişimci insan tipolojilerinin de bu etkileşimdeki benzerliklerden daha çok farklılıkları güçlü bir vurgu ile öne çıkmaktadır (Aktaran: Şimşek, 2008: 130).

Hofstede’nin kültür konusunda yaptığı çalışmalar incelendiğinde, Türk kültürünün, güç mesafesi daha yüksek, daha çok dişil, belirsizlikten kaçınma derecesi daha yüksek, daha çok kısa dönem odaklı ve daha çok kolektif özellikler gösteren bir kültüre sahip olduğu söylenebilir. (Sargut, 2010; Northouse, 2007; Hofstede ve Hofstede, 2005). Bu bağlamda, Türk kadın girişimcisinin, kolektif, belirsizlikten kaçınma derecesi yüksek, dişil, güç mesafesi yüksek ve zaman oryantasyonu kısa dönem odaklı bir kültürde yetiştiği söylenebilir. Daha önce Amerikan ve Asya toplumları için yapılan araştırmalardaki kültür boyutlarına göre kadın girişimci profilleri değerlendirildiğinde ise, Türk kadın girişimcisinin profili şu şekilde özetlenebilir (Gibson, t.y.; Döm, 2012: 41-43):

- Kolektif davranışlarda bulunan bir ülkede yetiştiği için girişimcilik düzeyinin bireyci toplumda yetişmiş bir kadına göre daha düşük olduğu,
- Belirsizlikten kaçınma derecesi yüksek bir toplumda yetiştiği için belirsizlikten kaçınma derecesi düşük olan bir kültürde yetişen bir kadın girişimciye göre daha az risk alabildiği ve girişimleri için yakınlarından daha az destek gördüğü,

- Güç mesafesi yüksek bir toplumda yetiştiği için, eşitsizliklerin daha çok toleransla karşılandığı bir bakış açısıyla da ayrıca mücadele etmek zorunda olduğu,

- Yatırımlarının karşılığını kısa dönemde almak isteyen bir toplumda yetiştiği için uzun vadeli düşünen bir toplumsal kültürde yetişen bir kadın girişimciye göre daha aceleci ve sabırsız dolayısıyla hata yapmaya daha yatkın olduğu,

- Türk toplumunun daha az erkeksi/daha çok dişil (Sargut, 2010: 175-176) olmasının ise, Türk kadın girişimcisinin en önemli avantajlarından biri olduğu söylenebilir. Nitekim erkil toplumlarda kariyer ve iş daha çok erkeklerin yapabileceği bir unsur olarak görülmekte ve kariyer ve iş dünyası söz konusu olduğunda kadın ikinci plana atılmaktadır. Ancak toplumların genelinde olduğu gibi Türk toplumunda da kadına atfedilen rollerin, bu avantajın kullanılmasının önünde önemli bir engel olduğu söylenebilir.

Ülkemizde, girişimci olmaya aday olan kadınların yanı sıra girişimci olarak faaliyet gösteren kadınların kültürden kaynaklı sorunları vardır. Bu sorunların başında, toplumumuzun erkek egemen bir kültüre sahip olup kadın rollerinin kalıplaşmış olması; eğitimlerinin yetersiz olması, aile tepkileri; iş yükünün fazla olması; finans bulma güçlüğü ve güven kazanmak için kadınların erkeklerden daha fazla çaba sarf etmesi gereği gelmektedir (İpçioğlu, 2011: 102).

SONUÇ VE ÖNERİLER

Toplumsal cinsiyet konusunun tartışıldığı ve benimsendiği günlerde cinsiyet farklılığı içeren araştırmalar bazı akademik çevrelerce eleştiri almaktadır. Ancak, konu iş yaşamı olduğunda, kadın ve erkeklerin doğalarından ve yaratılış biçimlerinden kaynaklı bazı farklı tutum ve davranışlar ortaya çıkmaktadır. Bu farklılıkların ele alınması, girişimcilik yazını için de oldukça önemlidir. Nitekim, bu tür çalışmaların sayısı arttıkça özellikle çalışma hayatında dezavantajlı durumda olan kadın girişimciler için daha çok strateji belirlenebileceği söylenebilir. Buna ek olarak, literatürde de kadın girişimcilerin erkek girişimcilerden iş modelleri ve iş stratejileri bakımından farklı olduğunu ortaya koyan araştırmalar mevcuttur. Bu çalışmada da girişimcilik konusunda cinsiyet farklılığına ek olarak, kültürel farklılığın da ele alınması gerektiği vurgulanarak, Türk kadın girişimcisinin profili, toplumsal kültür ve cinsiyet faktörleriyle birlikte değerlendirilmeye çalışılmış ve diğer toplumsal kültürler de yetişen kadın girişimcilerden farkları ele alınmıştır. Yapılan değerlendirmelere ek olarak özellikle kültür, kadın iş yaşamı ve Türk kadın girişimciliği konularında yapılmış önceki araştırmaların bulguları önerileri geliştirirken yol gösterici

olmuştur. Bu bağlamda, çalışmanın kadın girişimciliği konusunda, cinsiyet faktörüyle birlikte kültürel özellikleri de analiz ediyor olması bakımından, özgün ve katkı sağlayıcı olabileceği düşünülmektedir.

Cinsiyet farklılığının yanı sıra toplumsal kültürün de girişimciliği etkilediği çeşitli araştırmalarda ele alınmış bir konudur. Kadın girişimciliği hem cinsiyet hem de toplumsal kültür bağlamında ele alınmalıdır. Bu sayede kadın girişimcilerin sorunlarının, özelliklerinin ve iş yapma şekillerinin daha iyi anlaşılacağı ve bu yönde kadın girişimciliğini geliştirme ve yaygınlaştırma çabalarına katkı sağlanabileceği ve çözüm yolları üretilebileceği söylenebilir.

Türk kültürü açısından ele alınan kadın girişimciliğinin, kültürümüze has bazı özellikleri olduğu söylenebilir. Buna göre Türk kadın girişimcisi genel olarak, *girişimcilik düzeyi daha düşük* (bireyci bir toplumda yetişen bir kadın girişimciye göre), *daha az risk alabilen* (belirsizlikten kaçınma derecesi düşük olan bir toplumda yetişmiş kadın girişimciye göre), *kadın-erkek eşitsizliği ile daha çok mücadele etmek zorunda* olan (güç mesafesi düşük olan bir toplumda yetişen bir kadın girişimciye göre) ve *emeklerinin karşılığını daha kısa vadede almak isteyen* (zaman uyumu uzun dönemli olan bir toplumda yetişmiş kadın girişimciye göre) bir özellik göstermektedir. Bununla birlikte, daha çok dışı özellikler gösteren bir toplumda yetişmiş olması Türk kadın girişimcisinin en önemli avantajlarından biri olduğu söylenebilir. Çünkü erkil toplumlarda, kadınlar kariyer ve iş konularında daha şanssızdır. Türk kadın girişimcisinin bu toplumsal avantajı yeterince kullanamamasının bir nedeninin, toplumların genelinde olduğu gibi Türk toplumunda da kadınlara atfedilen toplumsal rollerin (çocuk, ev, yaşlı bakımı v.b.) olduğu söylenebilir.

Türk kültürü bağlamında yapılan durum tespiti ışığında, Türk kadın girişimcileri için şu öneriler geliştirilmiştir:

- Daha çok dışı özellik gösteren bir toplumda yetiştikleri için, hafif sanayi ve hizmet sektörüne ait iş kollarında küçük organizasyonlar kurmakta ve bunları büyütmeyi düşünmemektedirler. Türk kadın girişimcilere, belli bir başarı elde ettikten sonra, yatırımlarını büyütme-ye odaklanmaları önerilebilir. Nitekim, Kutanis de (2006) yaptığı deneysel araştırmasında benzer bir sonuca işaret etmektedir. Bu bağlamda, kadın girişimciler faydasına çalışan kurum ve kuruluşlara ise Türk kadın girişimcilerin, kendi işlerini kurdukları sektörlerin çeşitlendirilmesi konusunda çalışmalar yapmaları ve iş büyütme isteyen kadın girişimcilere, özellikle danışmanlık ve yatırım desteği konusunda etkin destek vermeleri önerilebilir.

• Belirsizlikten kaçınma derecesi daha yüksek bir toplumda yetiştikleri için batılı rakiplerine göre daha çok stres yaşamakta ve daha çok endişe duymaktadırlar. Türk kadın girişimcilere, stres yönetimi ve risk yönetimi konularında eğitim almaları, kadın girişimciler faydasına çalışan kurum ve kuruluşlara ise stres yönetimi ve risk yönetimi konularında Türk kadın girişimcilerinin farkındalıklarının artırılması konusunda çalışmalar yapmaları önerilebilir.

• Güç mesafesi daha yüksek bir toplumda yetiştikleri için çalışanlarla ilişkiler daha çok duygusaldır. Buna cinsiyet faktörü de ekleneince Türk kadın girişimcilerinin çalışanlarıyla ilişkilerinde daha duygusal davrandıkları söylenebilir. Bu bağlamda, Türk kadın girişimcilerine ilişki yönetimi ve liderlik gibi konularda eğitim almaları, kadın girişimciler faydasına çalışan kurum ve kuruluşlara ise ilişki yönetimi ve liderlik konusunda Türk kadın girişimcilerinin farkındalıklarının artırılması konusunda çalışmalar yapmaları önerilebilir.

• Daha çok kolektif bir toplumda yetiştikleri için mesleki hareketlilik düşüktür. Bu bağlamda Türk kadın girişimcilere daha çok profesyonel ilişkiler kurmaları ve yaptıkları işler ile ilgili organizasyonlara üye olmaları ve bu organizasyonlarda aktif rol almaya çalışmalarını önerilebilir.

• Zaman oryantasyonu bakımından daha çok kısa dönem odaklı bir toplumda yetiştiğinden daha çok mevcut yılın karına odaklanma davranışı göstermektedirler. Bu noktada, Türk kadın girişimcilerine yatırımları için daha uzun dönemli planlar yapmaları ve uzun dönemli avantajlara odaklanmaları önerilebilir.

Bu çalışmada, Türk kadın girişimciliği kültür bağlamında kavramsal olarak analiz edilmeye çalışılmıştır. Gelecek araştırmalarda, araştırmacıların konuyu deneysel olarak ele almalarının, Türk kadın girişimciliği konusunda önemli katkılar sağlayabileceği düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Bakan, İ.; Büyükbeşe, T. Ve Bedestenci, Ç. (2004) Örgüt Sırlarının Çözümünde Örgüt Kültürü Teorik ve Ampirik Bir Yaklaşım, Aktüel Yayınları, İstanbul
- Bozkurt, T., (2006) İşletme Kültürü: Kavram Tanımı ve Metodolojik Sorunlar, (Ed: Suna TEVRÜZ), Endüstri ve Örgüt Psikolojisi, DETAMAT, Ankara

- Çağlar, İ., (2001) "Yönetim-Kültür Bağlamında Türk Yönetim Modelinin Saptanmasına Yönelik Kavramsal Bir Çalışma", Gazi Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi.
- Danişman, J. (2010) "Kadın Girişimci Olmak Zor", <http://www.dw.de/kad%C4%B1n-giri%C5%9Fimci-olmak-zor/a-5708698> (Ed: Murat Çelikkafa)(Erişim Tarihi: 24.05.2013).
- Döm, S. (2012) Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği, Detay Yayıncılık, 3.Basım, Ankara.
- Erdoğan, İ., (1994). İşletmelerde Davranış. Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Eren, E., (2009) Yönetim ve Organizasyon: Çağdaş ve Küresel Yaklaşımlar, Beta Yayıncılık, İstanbul.
- Gerber, M. E.,(2003) Girişimcilik Tutkusu: Küçük İşletmeler Niçin Batar Nasıl Büyür?., Sistem Yayıncılık, İstanbul.
- Gibson, A. (t.y) "Cultural Value Differences and Women-Owned Businesses in The United States: A Preliminary Exploration, Journal of Applied Business and Economic, <http://www.na-businesspress.com/gibsonweb.pdf> (Erişim Tarihi: 24.05.2013).
- Göka, E., (2009) Türklere Liderlik ve Fanatizm, Timaş Yayınları, İstanbul
- Güney, S., 'Kadın Girişimciliğine Genel Bir Bakış' <http://girisim.comu.edu.tr>
- Gürol, M. A.,(2000) Türkiye'de Kadın Girişimi ve Küçük İşletmesi: Fırsatlar, Sorunlar, Beklentiler ve Öneriler., Atılım Üniversitesi Yayınları, Ankara.
- Gürol, M. A., (2006) Küresel Arena'da Girişimci ve Girişimcilik, Gazi Kitabevi, Ankara
- Halis, M.,ve Şenkal, A.,- Türkay,O., (2009) "Kültür, Ortaklık ve Rekabet: Türkiye'ye İlişkin Rakamlar", Journal Of Azerbaijani Studies.
- Hofstede, G., (1984) Culture's Consequences: International Differences in Work Related Values, Sage Publications, Newburg Park.
- Hofstede, G., (2001) Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations Across Nations, Sage Publications.
- Hofstede,G.; Hofstede, G., (2005) Cultures And Organizations: Software Of The Mind, McGraw-Hill,
- İlter, B., (2010) Girişimcilik Sürecinde Kadın Girişimcilerin Karşılaştıkları Sorunların Analizi: KAGİDER Örneği, Adalet Yayınevi, Ankara
- İpçioğlu, İ. (2011) "Kadın Girişimcilik", Girişimcilik ve Kobiler: Teori ve Uygulama içinde (Ed: B.Zafer ERDOĞAN), 97-110, Ekin Yayınları, Bursa
- Kutanis, R.Ö., (2006) Girişimci Kadınlar, Değişim Yayınları, 1. Basım, İstanbul.

- Mooij, M., Hofstede, G., (2002) "Convergence And Divergence On Consumer Behaviour: Implications For International Retailing, Journal Of Retailing
- Müftüoğlu, T., Durukan, T., (2004) Girişimcilik ve KOBİ'ler, Gazi Kitabevi, Ankara.
- Narin, M.; Marşap, A., ve Gürol, M.A., (2006) "Global Kadın Girişimciliğinin Maksimizasyonunu Hedefleme: Uluslararası Arenada Örgütlenme ve Ağ Oluşturma", Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 8(1).
- Northouse, P.G. (2007) Leadership:Theory and Practice. Sage Publications, United States Of America.
- Polat,S.,-Göktürk,Ş.D., (2001) "Avrupa Birliğine Katılım Sürecinde Okul Müdürlerinin Ulusal Kültür Profili", <http://akademikpersonel.kocaeli.edu.tr>.
- Sargut, S. (2010) Kültürlerarası Farklılaşma Ve Yönetim. İmge Kitabevi Yayınları, Ankara
- Schein, E.H., (2009) The Corporate Culture Survival Guide, Jossey-Bass, San Francisco
- Sıgır, Ü., Tıgılı, M.,(2006) "Hofstede'nin "Belirsizliken Kaçınma" Kültürel Boyutunun Yönetmel-Örgütsel Süreçlere Ve Pazarlama Açısından Tüketici Davranışlarına Etkisi", Marmara Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi.
- Soydan, M. (2011) "Girişimcilik Üzerine Temel Kavramlar", Girişimcilik ve Kobiler: Teori ve Uygulama içinde (Ed: B.Zafer ERDOĞAN), 1-12, Ekin Yayınları, Bursa
- Soysal, A., (2010) "Kadın Girişimcilerin Özellikleri, Karşılaştıkları Sorunlar ve İş Kuracak Kadınlara Öneriler: Kahramanmaraş İli'nde Bir Araştırma", Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 5(1).
- Sökmen, A.,- Tarakçioğlu, S., (2011) Mesleki Etik, Detay, Ankara
- Şimşek, O. (2008) Zihniyet Açısından Türk Girişimciliğinin Sosyolojisi, Otorite Yayınları, Ankara, 2008, s.130
- Yaman, E.,- Irmak, Ş., (2010) "Yöneticiler ve Öğretmenler Arasındaki Güç Mesafesi", Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, C.7, S.13.
- Yetim, N., (2008) Sosyal Sermaye Olarak kadın Girişimciler: Mersin Örneği, 2<http://asosindex.com>
<http://udes.iku.edu.tr> (Erişim Tarihi: 24.05.2013).