

Araştırma Makalesi

Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinde Kültürel Boyutların Rolü*

The Role of Cultural Dimensions in Entrepreneurship Tendency of University Students

M. Halit YILDIRIM Doç.Dr. Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü yildirimmh@gmail.com https://orcid.org/0000-0002-7001-5705		Gözde SUNMAN Doktora Öğrencisi Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü gozdesunman@gmail.com https://orcid.org/0000-0002-8154-6827	
Makale Gönderme Tarihi 06.07.2020	Revizyon Tarihi 13.08.2020	Kabul Tarihi 06.10.2020	

Öz

Bu araştırmanın amacı, üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinde kültürel boyutların rolünü belirlemektir. Araştırma nicel araştırma deseni kullanılarak yürütülmüştür. Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesinde eğitim gören ve girişimcilik eğitimi almış son sınıf öğrencisi olan 200 kişiden kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak anket tekniği ile veri elde edilmiştir. Elde edilen verilerin analizi SPSS programı aracılığıyla yapılmış olup betimsel istatistikler, ANOVA, faktör, korelasyon ve regresyon analizi yöntemi kullanılarak çözümlenmiştir. Araştırmadan elde edilen bulgulara göre, Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi son sınıf öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri üzerinde belirsizlikten kaçınma, güç mesafesi, erililik-dişillik, denetim noktaları ve bireycilik-toplulukçuluk kültürel boyutlarının etkili olduğu belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik, Girişimcilik Eğilimi, Kültür, Kültürel Boyutlar.

Abstract

The purpose of this research is to determine the role of cultural dimensions in entrepreneurship tendencies of university students. The research was carried out using a quantitative research design. 200 people who were trained at the Faculty of Economics and Administrative Sciences of Aksaray University and received entrepreneurship education were collected by using the questionnaire method with easy sampling method. The data obtained was analyzed through the SPSS program and descriptive statistics were analyzed using the ANOVA, factor, correlation and regression analysis method. According to the findings obtained from the research, it was determined that Aksaray University Faculty of Economics and Administrative Sciences students' cultural dimensions of avoiding uncertainty, power distance, masculinity-femininity, checkpoints and individualism-socialism were influential.

Keywords: Entrepreneurship, Entrepreneurship Tendency, Cultur, Cultural Dimensions.

Giriş

Gelişmiş ülkelerde milyonlarca iş fikri üretilmekte ve bu fikirler girişim ve işletme olarak hayata geçirilmektedir. Kurulan bu girişimler zaman içinde büyüyerek gelecekteki dünya şirketlerinin

* Bu çalışma 3-5 Ekim 2019 tarihleri arasında Mersin ilinde düzenlenen 2. Liderlik Akademisi'nde sunulan "Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinde Kültürel Boyutların Rolü" başlıklı özet bildirinin gözden geçirilmiş ve genişletilmiş halidir.

Önerilen Atıf /Suggested Citation

Yıldırım, M.H., Sunman, G. 2020. Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinde Kültürel Boyutların Rolü, *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi Dergisi*, 55(4), 2093-2107

temeli olmaktadır. Girişimcilik, işsizlik sorununu önemli bir oranda çözdüğü için ekonomideki önemi oldukça fazladır. Girişimciler yeni düşünceler yaratılmasını, yayılmasını ve uygulanmasını hızlandırırken yeni endüstrilerin kurulmasını sağlar. Bununla birlikte sektörlerdeki verimliliği artırması ve hızlı bir şekilde büyüyen sektörler yaratması nedeniyle ekonomik büyümeyi de hızlandırır (Eyuboğlu, 2003). Yapılan araştırmalar doğrultusunda, girişimcilik, küresel çapta ülke ekonomisini de etkilemektedir. Örneğin, Amerika’da girişimciliğe verilen önem; yenilik sağlayarak teknoloji alanında gelişmeye, yeni iş olanaklarına yol açmasıyla kişisel ve toplumsal boyutta fayda sağladığı belirtilmektedir. Bu bağlamda girişimciliğin, farklı iş alanlarının oluşmasını sağlamasıyla yerel ve toplumsal ekonomik refah sağladığı da ifade edilmektedir (Robbins ve Coulter, 2002, ss. 143- 144). Dolayısıyla ülkenin dinamik gücünü oluşturan gençleri girişimciliğe yöneltmek oldukça önemli bir konudur.

Kültür ise, insanların davranışlarını ve kişiliklerini direkt olarak etkileyen bir sistemdir. Kişilikler zaman içerisinde sahip olunan kültürel kimliğe göre şekillenmektedir (Çağlar, 2001, ss. 1-17). Toplumun ekonomik gelişimine önemli bir katkı sağlayan girişimciler toplumsal kültürün getirdiği kültürel boyutlardan etkilenmektedir. Yeni bir işletme kurma yönündeki düşünce bireyin ait olduğu toplumun kültüründen ve etkilendiği alt kültürlerden esinlenerek ortaya çıkmaktadır. Bir bireyin yeni bir işletme kurması ve başarılı olmasına değer veren bir kültür, buna değer vermeyen kültürlerle göre daha çok işletme kurulmasına zemin hazırlayacaktır. Bir kültürde bireycilik, kişinin kendi patronu olması, başarılı olmak ve para kazanmak gibi girişimciliğin genel çerçevesini oluşturan değerler ön planda tutuluyorsa, bu kültürde girişimcilik ziyadesiyle destekleniyor anlamına gelmektedir. Bu sebeptendir ki; böyle değerlere sahip kültürlerde yeni işletmelerin kurulma oranı daha yüksek olmaktadır. Bununla birlikte, yeni kurulan ve başarılı olan işletmeleri önemsemeyen, aksine başarısızlığı büyük bir itibar kaybı olarak karşılayan kültürlerde girişimciliğin görülme olasılığı yüksek olmamaktadır (Hisrich ve Peters, 2002).

Alan yazında konu ile ilgili çalışmalar incelendiğinde, toplumsal kültür ve girişimcilik eğilimine yönelik bazı çalışmalar bulunmaktadır (Busenitz ve Lau, 1997; Bygrave ve Minniti, 2000; Arıkan, 2004; Erbatu, 2008; Günay ve Göktan, 2012; Özgen, 2012; Şahin, 2015). Ancak toplumsal kültürün girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisinin az sayıda çalışmada incelenmiş olması ve toplumsal kültür boyutlarının tamamını bir arada ele alan araştırmaların yetersiz olduğu düşünülmektedir. Bu bağlamda, **araştırmanın temel problemi**; üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimi üzerinde kültürel boyutların bir etkisinin olup olmadığını belirlemektir. Alanyazında toplumsal kültürel boyutlar ve girişimcilik eğilimi ayrı ayrı olmak üzere birçok çalışmada incelenmiş olmasına karşın, toplumsal kültür boyutlarının girişimcilik eğilimine etkisinin incelendiği çalışmaların az sayıda olmasından dolayı bu araştırmanın literatürdeki ilgili boşluğu doldurması ve literatüre katkı sağlaması beklenmektedir. Bu bağlamda, ilk olarak çalışmanın değişkenlerine dair kuramsal çerçeveye, daha sonra ise araştırmanın metodolojisi, bulgular ve sonuç kısmına yer verilmiştir.

Kavramsal Çerçeve

Çalışmanın bu kısmında alanyazın taraması ayrı başlıklar şeklinde ele alınarak; kültür kavramı, kültürel boyutlar ve girişimcilik eğilimi kavramları irdelenecektir.

Kültür Kavramı ve Kültürel Boyutlar

Kültür, bir insanın evren ve yaşamı sembollerle anlamlandırma yeteneği sonucunda, toplumdaki diğer insanlara aktarılacak onlar tarafından içselleştirilen bilgi, sanat, dil, inanç, töre, hukuk, gelenekler ve adetler gibi değerlerin toplamıdır. Bu bağlamda, her toplumun kendine has olan, teknolojik, sosyolojik, ideolojik ve siyasal boyutları olan, kompleks sosyo-kültürel bir sistemi vardır (Erder, 2001). Kültürel boyutlar, belli bir kültürün üyesi konumundaki bireyler de diğer kültürlerle sahip olan bireylere göre farklılıklar göstermektedirler (Schermerhorn, 1999, s. 102). Hofstede, toplumların nesilden nesile aktarılan kültürel farklılıkların kendilerini birçok farklı şekilde belirttiklerini ifade etmektedir (Hofstede, 1991, s. 7). Bu bağlamda kültür, semboller, kahramanlar, ritüeller ve değerler olarak farklı kategorilerde konumlandırılarak çok sayıda unsurun bir araya gelmesiyle oluşturulmuştur (Hofstede, 1994b, s. 12). Hofstede’in, birçok kültürü içine alacak şekilde yaptığı araştırmasında farklı toplumlardan sağlanan veriler

doğrultusunda, toplumların karşı karşıya kaldıkları temel sorunlarla yakından etkileşimde olan dört tane öz kültür boyutunun ortaya çıkmasını sağlamıştır. Ulusların mevcut sorunları çözüme kavuşturma şekli; güç mesafesi, belirsizlikten kaçınma, dişilik-erillik ve bireyselleşme-toplulukçuluk olarak ifade edilen söz konusu kültür boyutları ile de yakından bir ilişkiye sahiptir (Hofstede, 1983, s. 46). 1991 yılında, Hofstede'nin ulusal kültürel boyutlarına uzun ve kısa dönem yönelimlilik boyutu da ilave edilmiştir (Erbatu, 2008, s. 42). Sonrasında yapılan araştırmalarla denetim noktası da ulusal kültür boyutlarına eklenmiştir. Güç mesafesi boyutu, toplum içerisinde daha az güce sahip olan kişilerin gücün eşitsiz şekilde dağılımını kabul etmeleri ve bunu arzulama düzeyleri şeklinde tanımlanmaktadır (Hofstede, 1980, s. 45). Bazı kültürler veya toplumlarda gücü az olan insanlar, gücün eşit bir şekilde dağılmamasını kabullenmektedir. Böyle toplumlardaki hiyerarşik olarak güçlü insanların haklı olmak adına doğruyu bulma gibi bir zorunluluğu olmayıp onların haklılıkları, sahip oldukları güçten ileri gelmektedir. Güç kaynaklı farklılıkları en aza indirme çabasında olan toplumlar, düşük güç mesafeli kültürün, gücün benimseyen ve kurumsallaştıran toplumlar ise; yüksek güç mesafeli kültürün yansımasıdır (Hofstede, 1991). Belirsizlikten kaçınma boyutu, toplumun üyesi olan bireylerin belirsizlikle karşılaştıklarında, kişilerin kendilerini huzursuz ve tehdit altında hissetmeleri ve bu durumlardan kaçınmalarının ölçüsüdür (Hofstede, 1991, s. 113). Tüm canlıların var oluştaki özelliği olan “dişilik” ve “erillik” ikiliği, toplum içerisinde cinsiyetler arasındaki duygusal ve sosyal rollerin ayrımının önemli olduğunu göstermesi ve bu ikiliğin değerlere yansımasıdır (Öztürk, 2006, s. 17). Kadınlar ve erkekler arasındaki biyolojik farklılıkların evrensel olduğu var olan bir gerçekliktir. Fakat bu iki cinsiyet için sosyal roller arasındaki farklılıkların da toplumdan topluma değişiklikler gösterdiği ifade edilmiştir (Hofstede ve Arrindell, 1998, s. 11). Eril toplumlarda, erkekler atılgan, dayanıklı, sert ve metaryel değerlere konsantre olmak durumunda iken; kadınlar ise daha mütevazı ve şefkatli bir tutum göstermekte ve yaşamın kalitesine yönelik endişelere kapılmaktadırlar (Hofstede, 2001, s. 297). Bireyselleşme ve toplulukçuluk, belli bir toplumda bireysel değerler ya da toplulukçu değerlerden hangisinin daha baskın olduğunu tanımlamayı sağlayan bir değişkendir. Bireysel değerlerin hakim olduğu kültürlerde ben olgusu, toplumcu değerlerin hakim olduğu kültürlerde ise biz olgusu ön planda tutulmaktadır (Taşar Ünalp, 2007, s. 98). Uzun ve kısa dönem yönelimi boyutu, toplumların, zaman kavramına olan bakış açılarını ifade etmeye çalışmaktadır (Hofstede ve Hofstede, 2005, s. 125). Kısa dönem yöneliminde olan toplumlarda, kişilerin görüş açıları geçmiş ve şimdiki zaman ile sınırlı kalmaktadır. Uzun dönem yönelimli toplumlarda, kişilerin dinamik şekilde ve gelecek zamana yönelik daha kapsamlı bir görüş açısına sahip oldukları belirtilmektedir (Taşar Ünalp, 2007, s. 101). Denetim noktası, bulunulan yere göre değişime verilen tepkiyi belirlemektedir. Denetim noktası doğrultusunda kişiler, içselleşen ve dışsallaşan olarak iki ayrı sınıfa bölünmektedirler. İçsel bireyler, kendi yaşamlarını kontrol edebileceklerine inanmaktadırlar. Elde edecekleri başarı veya başarısızlıklarının kendi ellerinde olduğunun düşüncesine sahiptirler. Bu bağlamda, dışsal bireyler ise, karşılaşılan olayların ve durumların kendi hareketlerinin dışında gelişim gösterdiğine inanmaktadırlar (Sargut, 2001, s. 196).

Girişimcilik Eğilimi

Girişimci, piyasayı sürekli bir şekilde gözleyerek talep boşluklarını yakalayan, yeni talepler yaratılmasını sağlayan, taleplerde meydana gelen değişimleri anında fark edebilmekle gerekli uyumu sağlayan, kaynaklar toplayarak yatırımlar gerçekleştiren, rekabetten kaçınmayan, tam tersi rekabeti; varlığın temel bir şartı olarak benimseyen, risk almaktan ve sorumluluk üstlenmekten çekinmeyen yaratıcı ve atak kişiler olarak tanımlanmaktadır (TÜSİAD, 2002). Temel bir ifadeyle girişimcilik, yeni bir işe başlama, bir iş sahibi olma, o işi geliştirme ve devamlılığını sürdürmeyi kapsamaktadır (Bridge, O'Neill ve Cromie, 1998, s. 35). Girişimcilik eğilimi, girişimcilik hareketinin bir unsuru olmakta ve yenilikçilik, özerklik, riski üstlenme, rekabetçi olma ve proaktif olma gibi yapısal temel akışların tümü olarak ele alınmaktadır (Bozkurt, 2011, s. 25). Girişimcilik eğilimi, öncelikle çevresel faktörler ve bireysel faktörlerin bir bileşimi olarak bireylerin kendi işini yapmadaki istek ve kararlılığıdır. Girişimciliğin bir parçası olarak kabul edilen, yenilik yapma, risk alma, özerklik, rekabetçi olma ve proaktiflik gibi özellikler temel süreçler ile bir bütünü oluşturmaktadır. Yapılan araştırmalar sonucunda yeni bir girişim yaratma eğiliminin çocukluk, mevcut yaşam tarzı, aile çevresi, yaş, eğitim, iş deneyimi ve destek ağları olmak üzere

çeşitli unsurları kapsayan durumsal itme ve çekme faktörleri neticesinde oluştuğu ortaya koyulmuştur. Bazı insanların, çalıştığı işten memnuniyetsizliği sonucunda, istihdamın olmaması ve kariyer planlarındaki olumsuz gelişmelerin sonucunda girişimcilik eğilimine itildiği belirtilmektedir (Börü, 2006). Yapılan çalışmalar da bu görüşü desteklemektedir. Girişimciler; yanlış görevde yer alanlar, toplum tarafından dışlananlar ve iş değiştirenler olmak üzere üç grup altında sınıflandırmaktadır. Ayrıca bazı bireylerin de çeşitli iş fırsatlarını araştırmak ve keşfetmek cesaretini göstermek gibi pozitif faktörler sayesinde girişimcilik eğilimine doğru çekilmektedir. Parnell, Crandall ve Menefee (1995) girişimcilik eğiliminin birbirleriyle ilişki içerisinde olan unsurlarla oluşan bir fonksiyon olarak belirtmektedir. Bu bağlamda bahsedilen unsurlar; bilgi seviyesi ve yeni riskler üstlenbilmesine yönelik becerisi, kişinin girişimcilik eğitimi, kişinin var olan fırsatları değerlendirebileceği konusunda kendine olan özgüveni ve kişinin ekonomik yöndeki girişimcilik fırsatlarına yönelik düşünceleridir.

Araştırma Yöntemi

Araştırmada nicel araştırma yöntemi olan ilişkisel araştırma modeli esas alınmıştır. Bu bölümde, hipotezler, araştırma modeli, örneklem, veri toplama süreci, veri toplama yöntemi ve araştırmada kullanılan ölçekler yer almaktadır.

Hipotezler ve Araştırma Modeli

Belirsizlikten kaçınmayı destekleyen toplumlar kurumlarında ve insan ilişkilerinde yerleşmiş kalıplar tercih etmektedir. Muğlaklık ve belirsizlik kişilerde korku, endişe ve stres yarattığı için güvenli kabul edilmez. Bazı kültürel değerler ve ön kabullerin desteklenerek teşvik görmesi de girişimciliğe dolayısıyla da riskli durumlara yönelik algılamalara etki etmektedir (Williams-Narendran, 1999). Araştırmalarda belirsizlikten kaçınmanın yüksek görüldüğü toplumların yapılarında bireyler, belirgin olmayan ve risk taşıyan olaylardan mümkün olduğunca uzak durmaya çalıştıkları ve buna yönelik hareketlerde bulunmanın daha fazla görüldüğü, bu bağlamda iş tercih şekilleri incelendiğinde böyle toplumlarda yaşam boyu süren istihdama imkan sağlayan ve dolayısıyla riskin en düşük seviyede olduğu işleri seçtikleri gözlemlenmektedir (Arıkan, 2004, s. 252). Alanyazındaki bu çalışmalar temel alınarak H1 geliştirilmiştir;

H1: *Belirsizlikten kaçınma boyutunun girişimcilik eğilimleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.*

Yüksek güç mesafesini benimseyen toplum kültüründe bir iş kurmak, toplumun üyesi olan kişilerin arasında bir güç değişimi yaratacağı düşüncesiyle, kişiler girişimsel hareketlere teşvik edilmemektedirler. Bu bağlamda, böyle toplumlarda girişimcilik seviyeleri düşük görülmektedir (Günay ve Göktan, 2012, s. 42). Düşük güç mesafesinin hakim olduğu toplumların kültürlerinde yönetici konumundaki bireyler daha bağımsız ve özerk şekilde hareket ettiklerinden dolayı, hiyerarşide de daha az kişiyle yönetim söz konusu olduğundan, bu bağlamda yüksek güç mesafesine sahip olan toplumların kültürlerindeki bireylere karşı daha yüksek oranda girişimcilik özelliklerinden olan risk üstlenmeye yönelik davranış kalıpları sergiledikleri gözlemlenmektedir (Özgen, 2012, s. 74). Alanyazındaki bu çalışmalar temel alınarak H2 geliştirilmiştir;

H2: *Güç mesafesi boyutunun girişimcilik eğilimleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.*

Hofstede'e göre (1980, ss. 42-63), eril ve dişil kültürlerde girişimcilik olgusu farklı biçimlerde işlemektedir. Eril kültürlerde yaşayan insanlar kendilerine daha fazla güvenmektedir. Eril kültürlerde girişken, rekabetçi ve hırslı çocuklar yetiştirilmektedir. Böyle kültürel değerler, girişimci kişiliklerin oluşmasında önemli bir etkidir. Dolayısıyla eril kültürlerde yaşayan kişilerde girişimci bir benlik ve kişilik oluşması durumu daha fazladır. Erillik- dişilik boyutu, araştırmalarda, erillik özelliği taşıyan toplumlarda, yeni bir iş kurma olasılığı yüksek görülmekte ve bu bağlamda eril yapılı toplumların, yeni bir iş kurma fikrine etkisi söz konusu olduğu belirtilmektedir (Günay ve Göktan, 2012, s. 41). Alanyazındaki bu çalışmalar temel alınarak H3 geliştirilmiştir;

H3: *Erillik ve dişillik boyutunun girişimcilik eğilimleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.*

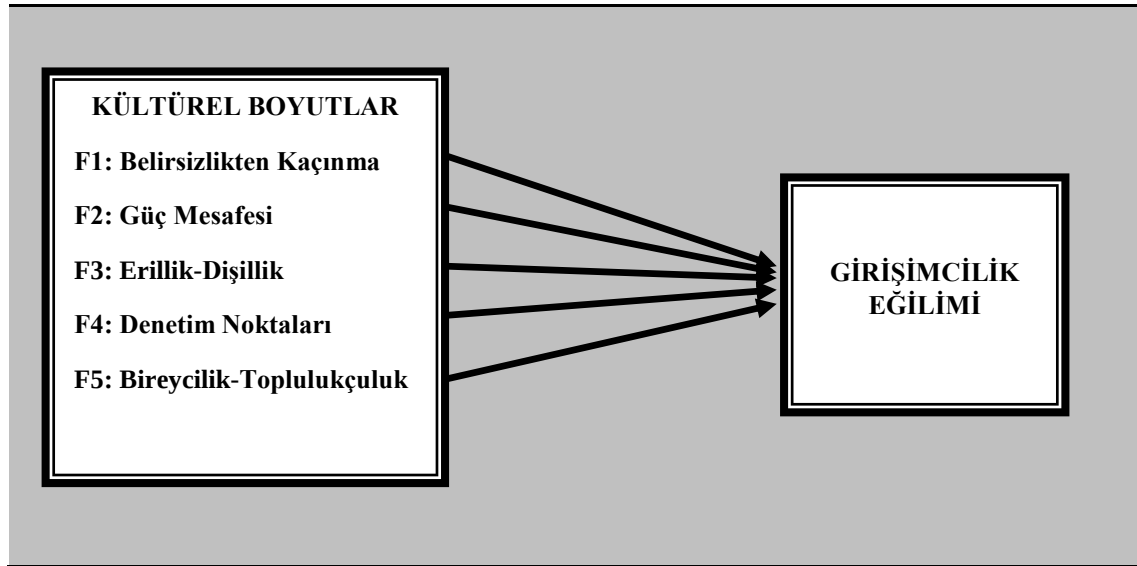
Denetim noktası boyutu olarak insanlar içseller ve dışsallar olarak ikiye ayrılmaktadır. İçseller ve dışsallar arasında girişimcilik anlamında da farklılıklar bulunmaktadır. İçseller başlarına gelen şeylerin kendi yaptıklarının sonucu olduğuna inanmaktadır. Başarılı olmaya önem verdikleri için soru sorma, öğrenme ve sorumluluk alma eğilimleri de yüksektir. Katılımcı bir yönetim stili benimseyen içseller yaratıcılık ve yenilik içeren çalışmalarda bulunmaktan mutluluk duymaktadır (Sargut, 2001, s. 197). Bu özellikler aynı zamanda başarılı bir girişimcinin sahip olması gereken özelliklerdendir. İçsellerin belirsizliğe karşı toleransları yüksek olmaktadır ve belirsizliğe yüksek tolerans tanımak da girişimcilik özelliklerindendir. Alanyazındaki bu çalışmalar temel alınarak H4 geliştirilmiştir;

H4: Denetim noktası boyutunun girişimcilik eğilimleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

Bireysellik ve toplumculuk boyutunda, toplumculuk özelliğine sahip olan toplum yapılarında girişimsel faaliyetlere sağlanan desteğin daha az görüldüğü buna karşılık bireysellik özelliğine sahip olan toplumlarda ise girişimsel faaliyetlere daha az önem verildiği ve yönlendirildiği bilinmektedir (Hofstede, 1994, ss. 67-73). Tiessen de bireysellik özelliği görülen toplumlarda yeniliklere, yeni yapılara ve girişimlere yönelik davranışların gözlemlendiğini belirtmektedir (Tiessen, 1997, s. 368). Alanyazındaki bu çalışmalar temel alınarak H5 geliştirilmiştir;

H5: Bireycilik ve toplulukçuluk boyutunun girişimcilik eğilimleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

Alanyazında yer alan bu çalışmalardan hareketle araştırılmak istenen konu üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinde kültürel boyutların etkisinin olup olmadığını belirlemektir. Bu amaca yönelik alan yazına dayalı olarak geliştirilen ve yukarıda yer verilen hipotezler test edilmiştir. Buradan hareketle araştırmanın modeli Şekil 1’de sunulmuştur.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

Örnekleme ve Veri Toplama Süreci

Araştırmanın evrenini Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi, İktisat ve Yönetim Bilişim Sistemleri bölümündeki 414 son sınıf öğrencileri oluşturmaktadır. Evren olarak İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi öğrencilerinin seçilme nedeni, bu fakülte'deki bölümlerde girişimciliğe yönelik eğitimlerin veriliyor olmasıdır. Araştırmanın amacı ve evreni temsil etme şartı dikkate alınarak kolayda örnekleme yoluyla 200 katılımcıdan veri toplanarak analizlere tabi tutulmuştur.

Veri Toplama Yöntemi ve Ölçekler

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket tekniği kullanılmıştır. Araştırma verileri, alanyazında önceden belli amaçlarla geliştirilmiş geçerlik ve güvenilirlikleri sınanmış ölçeklerden ve sorulardan oluşturulan bir anket ile kolayda örneklem yöntemine göre toplanmıştır. Üç bölümden oluşan anketin ilk bölümünde, kişisel katılımcı bilgilerine yer verilmiştir. İkinci bölümde, katılımcıların toplumsal kültür özellikleri Demirel (2003) tarafından kullanılan daha önce Basım (2000), Sargut (2001) ve Atik (2002) tarafından benzer konularda yapılmış çalışmalardan faydalanılarak oluşturulan ölçek ile ölçülmüştür. 30 sorudan oluşan 5 boyut (belirsizlikten kaçınma, güç mesafesi, erillik-dişillik, denetim noktaları ve bireycilik-toplulukçuluk) içeren bir ölçektir. Üçüncü bölümde ise, katılımcıların girişimcilik eğilimini ölçmek için Yılmaz ve Sünbül (2009) tarafından geliştirilen 36 ifadeden oluşan tek boyutlu ölçek kullanılmıştır. Ölçeklerin ifadelerinin değerlendirilmesi için orta noktası nötr olan “Kesinlikle Katılmıyorum: 1, Katılmıyorum: 2, Kararsızım: 3, Katılıyorum: 4 ve Kesinlikle Katılıyorum: 5” biçiminde sıralanan beşli Likert tipi dereceleme ölçeği kullanılmıştır.

Verilerin Analizi ve Bulgular

Elde edilen verilerin analizi SPSS programı aracılığıyla sağlanmıştır. Ölçeklerin güvenilirliklerine ilişkin Cronbach Alpha güvenirlik katsayıları hesaplanmıştır. Örneklemi oluşturan katılımcıların demografik bilgilerine dair frekans ve yüzdelere bakılmıştır. Ölçeklerin açıklayıcı faktör analizleri yapılmıştır. Değişkenler arası ilişkinin kuvveti ve yönlerini belirlemek amacıyla korelasyon analizi, değişkenlerin etkisini veya bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenlerin anlamlı bir yordayıcısı olup olmadığını belirlemek için ise regresyon analizi yapılmıştır. Araştırmanın modelinde bağımsız değişkenler kültürel boyutlar (belirsizlikten kaçınma, güç mesafesi, erillik-dişillik, denetim noktaları ve bireycilik- toplulukçuluk) ve bağımlı değişken ise girişimcilik eğilimi olarak belirlenmiştir.

Ölçeklerin güvenirlik düzeylerinin belirlenmesinde Cronbach Alfa değeri kullanılmıştır. Araştırmada kullanılan ölçeklere ilişkin güvenirlik analiz sonuçları Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. Ölçeklerin Güvenirlik Analizleri

Ölçek	Cronbach’s Alpha	Değişken Sayısı
Girişimcilik Eğilimi	,909	36
Kültürel Boyutlar	,799	30

(n)=200

Buna göre, girişimcilik eğilim ölçeği ,909 Cronbach’s Alfa değeri ile yüksek derecede güvenilir bulunmuştur. Ayrıca, kültürel boyutlar ölçeğinin Cronbach’s Alfa değeri ,799 olarak tespit edilmiştir. Cronbach’s Alfa katsayısının 0,70’ten büyük olması içsel tutarlılığın yüksek olduğunu ifade etmektedir (Bülbül 2003:216). Sonuç olarak ölçeklere ilişkin değerler incelendiğinde her iki ölçeğin de güvenilir oldukları sonucuna ulaşılmaktadır.

Katılımcılardan 124’ü kadın, 76’sı ise erkektir. Katılımcıların bölüm bazındaki dağılımları 50 öğrenci “iktisat”, 50 öğrenci “işletme”, 50 öğrenci “yönetim bilişim sistemleri” ve 50 öğrenci “siyaset bilimi ve kamu yönetimi” bölümü şeklindedir. Katılımcıların tamamı girişimcilik dersi aldığını ifade etmiştir. Katılımcılar “aldığınız girişimcilik eğitiminin kendi işinizi kurma yönündeki etkisi” ne yönelik soruya 133’ ü “Evet” 67’ si ise “Hayır” yanıtını vermiştir.

Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimi ve kültürel boyutların puanlarının faktörler açısından ortalama ve standart sapmaları hesaplanmış ve bununla ilgili veriler Tablo 2’de gösterilmiştir.

Tablo 2. Ölçek Ortalamaları ve Standart Sapmaları

	Ortalama Değerleri (Mean)	Standart Sapma
Belirsizlikten Kaçınma	3,85	0,99
Güç Mesafesi	3,89	1,87
Erillik-Dışillik	3,54	1,17
Denetim Noktaları	3,64	1,09
Bireycilik-Toplulukçuluk	3,54	1,14
Girişimcilik Eğilimi	3,77	1,12

Tablo 2’de ölçek ortalamaları incelendiğinde, araştırmanın örneklemini oluşturan üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinin ortalamanın üzerinde olduğu sonucuna varılmaktadır ($m= 3,77$). Kültürel boyutlardan güç mesafesi boyutunun en fazla ortalamaya sahip olan boyut olduğu dikkat çekmektedir ($m= 3,89$).

Katılımcıların kültürel boyutlarını belirlemek amacıyla faktör analizi yapılmıştır. Faktör analizinden elde edilen sonuçlar, Tablo 3’te sunulmuştur.

Tablo 3: Kültürel Boyutlar Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

Ölçek Maddeleri (N=200)	Faktör Yükleri				
	Belirsizlikten Kaçınma	Güç Mesafesi	Erillik-Dışillik	Denetim Noktaları	Bireycilik-Toplulukçuluk
	20.949	10.687	4.515	4.422	4.292
KBÖ3	0.623				
KBÖ5	0.760				
KBÖ1	0.561				
KBÖ4	0.717				
KBÖ2	0.657				
KBÖ6	0.502				
KBÖ9		0.635			
KBÖ12		0.572			
KBÖ7		0.627			
KBÖ10		0.591			
KBÖ8		0.554			
KBÖ11		0.552			
KBÖ14			0.543		
KBÖ17			0.571		
KBÖ13			0.725		
KBÖ18			0.569		
KBÖ15			0.610		
KBÖ16			0.759		
KBÖ20				0.501	
KBÖ23				0.719	
KBÖ19				0.522	
KBÖ21				0.613	

KBÖ22				0.580	
KBÖ24				0.508	
KBÖ29					0.492
KBÖ27					0.612
KBÖ30					0.551
KBÖ28					0.605
KBÖ25					0.796
KBÖ26					0.516
Kaiser-Meyer-Olkin(KMO)				0.830	
Barlett's Test(Sig.)				0.000	
Toplam Açıklanan Varyans (Rotasyon Yöntemi: Varimax)				%44.865	

*1. Belirsizlikten kaçınma; 2. Güç mesafesi 3. Erillik-dişillik, 4. Denetim noktaları ve 5. Bireycilik-toplulukçuluk özelliğini temsil etmektedir.

Tablo 3'ten anlaşılabacağı üzere kültürel boyutlar faktör analizi sonuçları bu ölçeğin; belirsizlikten kaçınma (6 madde), güç mesafesi (6 madde), erillik-dişillik (6 madde), denetim noktaları (6 madde) ve bireycilik-toplulukçuluk (6 madde) olmak üzere 5 alt boyuttan oluştuğunu ve bu boyutların ise toplam varyansın %44.865'lik kısmını açıkladığını ortaya koymaktadır.

Kültürel boyutlar ve girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkinin yönlerini ve ilişkinin kuvvetini belirlemek için gerçekleştirilen korelasyon analizine dair bulgular Tablo 4'te gösterilmiştir.

Tablo 4. Kültürel Boyutlar ile Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişkiyi Gösteren Korelasyon Analizi

Faktörler	Pearson Korelasyon Katsayısı	Sig. (çift yönlü)	N
Belirsizlikten Kaçınma	,565**	,000	200
Güç Mesafesi	,356**	,000	200
Erillik-Dişillik	,533**	,000	200
Denetim Noktaları	,449**	,000	200
Bireycilik-Toplulukçuluk	,502**	,000	200

**Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır (çift yönlü).

Tablo 4'teki bulgulara göre, belirsizlikten kaçınma boyutu ile üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimi arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki ($r=0,565$, $p<0,01$) bulunmaktadır. Güç mesafesi boyutu ile üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimi arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki ($r=0,356$, $p<0,01$) bulunmaktadır. Erillik-dişillik boyutu ile üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimi arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki ($r=0,533$, $p<0,01$) bulunmaktadır. Denetim noktaları boyutu ile üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimi arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki ($r=0,449$, $p<0,01$) bulunmaktadır. Bireycilik-toplulukçuluk boyutu ile üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimi arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki ($r=0,502$, $p<0,01$) bulunmaktadır.

Araştırmanın hipotezlerini test etmek için kültürel boyutlar (bağımsız değişkenler) ile girişimcilik eğilimi (bağımlı değişken) arasında regresyon analizi yapılmıştır. Bu analizin kullanılmasının amacı kültürel boyutların üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisini mevcut örneklem üzerinden belirlemektir. Söz konusu analize dair sonuçlar Tablo 5'te gösterilmektedir.

Tablo 5. Regresyon Analizi

Model	Bağımsız Değişkenler	Bağımlı Değişken	R ²	Beta	F	Sig.
1	Belirsizlikten Kaçınma	Girişimcilik Eğilimi	,319	,491	92,751	,000 ^a
	Güç Mesafesi		,127	,186	28,711	,000 ^a
	Erillik-Dişillik		,284	,428	78,367	,000 ^a
	Denetim Noktaları		,201	,372	49,916	,000 ^a
	Bireycilik-Toplulukçuluk		,252	,361	66,647	,000 ^a

Tablo 5 incelendiğinde, Regresyon modelindeki R² determinasyon katsayısı değerine göre, girişimcilik eğilimindeki değişkenliğin %31,9'u belirsizlikten kaçınma boyutu, %12,7'si güç mesafesi boyutu, %28,4'ü erillik-dişillik boyutu, %20,1'i denetim noktaları boyutu ve %25,2'si bireycilik-toplulukçuluk boyutu tarafından açıklanabilmektedir. F değerine karşılık gelen sig. değerinin tüm boyutlarda $0,000 \leq 0,05$ olduğu saptanmıştır. Bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki tüm ilişkiler anlamlıdır. Bulgulara göre, girişimcilik eğilimi istatistiksel olarak da anlamlı düzeyde belirsizlikten kaçınma, güç mesafesi, erillik-dişillik, denetim noktaları ve bireycilik-toplulukçuluk boyutlarından etkilenmektedir. Dolayısıyla bağımsız değişkenlerin etkilerinin anlamlı olduğu görülmektedir. Kültürel boyutlardan belirsizlikten kaçınma boyutundaki bir birimlik artış, diğer bağımsız değişkenler sabit kalmak şartıyla, örnekleme oluşturan üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri üzerinde 0,491 birimlik artış sağlamaktadır. Kültürel boyutlardan güç mesafesi boyutundaki bir birimlik artış, diğer bağımsız değişkenler sabit kalmak şartıyla, örnekleme oluşturan üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri üzerinde 0,186 birimlik artış sağlamaktadır. Kültürel boyutlardan erillik-dişillik boyutundaki bir birimlik artış, diğer bağımsız değişkenler sabit kalmak şartıyla, örnekleme oluşturan üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri üzerinde 0,428 birimlik artış sağlamaktadır. Kültürel boyutlardan denetim noktası boyutundaki bir birimlik artış, diğer bağımsız değişkenler sabit kalmak şartıyla, örnekleme oluşturan üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri üzerinde 0,372 birimlik artış sağlamaktadır. Kültürel boyutlardan bireycilik-toplulukçuluk boyutundaki bir birimlik artış, diğer bağımsız değişkenler sabit kalmak şartıyla, örnekleme oluşturan üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimleri üzerinde 0,361 birimlik artış sağlamaktadır. Bu anlamda üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinde kültürel boyutların etkili bir unsur olduğunu söylemek mümkündür.

Sonuç ve Öneriler

Üniversite öğrencilerinin girişimcilik eğilimlerinde kültürel boyutların etkisini belirlemek amacıyla Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme, Siyaset Bilimi ve Kamu Yönetimi, İktisat ve Yönetim Bilişim Sistemleri bölümündeki girişimcilik dersi almış son sınıf öğrenciler üzerinde yapılan anket çalışması sonucunda 200 katılımcıdan 133'ü aldıkları girişimcilik eğitiminin kendi işlerini kurma yönünde etkisi olduğunu belirtmişlerdir. Bu sonuçtan hareketle üniversitelerde verilen girişimcilik eğitiminin gençleri bir girişime yönlendirmede pozitif yönde etkisi olduğunu söylemek mümkündür.

Kültürel boyutlar ile girişimcilik eğilimi arasında yapılan korelasyon analizi sonuçlarına göre pozitif yönde anlamlı ilişki olduğu sonucu çıkmıştır. Yapılan regresyon analizi sonuçlarına göre, girişimcilik eğilimi istatistiksel olarak anlamlı düzeyde belirsizlikten kaçınma, güç mesafesi, erillik-dişillik, denetim noktaları ve bireycilik-toplulukçuluk boyutlarından etkilenmektedir. Bu sonuca göre “H1: Belirsizlikten kaçınma boyutunun girişimcilik eğilimleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır”, “H2: Güç mesafesi boyutunun girişimcilik eğilimleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır”, “H3: Erillik ve dişillik boyutunun girişimcilik eğilimleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır”, “H4: Denetim noktası boyutunun girişimcilik eğilimleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır” ve “H5: Bireycilik ve toplulukçuluk boyutunun girişimcilik eğilimleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır” hipotezleri kabul edilmiştir.

Alan yazındaki diğer çalışmalar incelendiğinde; Erbatu (2008) Kültürel Boyutları İçerisinde Girişimcilik Eğilimi adlı çalışmasında kültürel değişkenlerden yalnızca erillik ve dişilik boyutunda anlamlı bir farklılığın var olduğunu tespit etmiştir. Şahin (2015) tarafından yapılan araştırma sonuçlarına göre, kültür boyutlarından olan güç mesafesinin girişimcilik niyeti üzerinde negatif bir etkisi bulunurken, Çarıkçı ve Koyuncu (2010) yaptıkları çalışmada, kültür boyutlarından bireysellik- toplumculuk değişkeninin girişimciliğin farklı boyutları ile anlamlı bir ilişkili içerisinde olduğu sonucuna ulaşmıştır. Keleşoğlu (2018) ulusal kültür boyutlarının girişimcilik eğilimine etkisini araştırdığı çalışma sonucunda; güç mesafesi, erillik- dişillik ve uzun- kısa dönem yönelimlilik kültür boyutlarının girişimcilik eğilimi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı etkilerinin olmadığını, diğer belirsizlikten kaçınma ve bireysellik- toplumculuk boyutlarının girişimcilik eğilimi üzerinde anlamlı etkilerinin var olduğunu tespit etmiştir. Görüldüğü üzere konu ile ilgili yazında kültürel boyutların beşinin birlikte ele alındığı az sayıda araştırma yapılmış olmasına karşılık sonuçlar bu araştırmanın sonuçları ile örtüşmektedir.

Ayrıca çalışmada kullanılan ölçeklere yönelik doğrulayıcı faktör analizinin yapılmamış olması araştırmaya kısıt oluşturmaktadır. Son olarak bu çalışmanın örneklemini, Aksaray Üniversitesi'ndeki İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi'nde son sınıf öğrencisi ve girişimcilik dersi almış öğrenciler ile sınırlı olduğu için bundan sonra yapılacak olan çalışmalarda sonuçların genellenebilirliği açısından farklı illerdeki üniversitelerde öğrenim gören öğrencilerin de dahil olduğu çalışmaların yapılması önerilebilir.

Kaynakça

- Arıkan, S. (2004). Girişimcilik: Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular. 2. Baskı, Ankara: Siyasal Kitabevi.
- Atık, S. (2002). Kültürün Girişimciliğe Etkileri, Kara Harp Okulu Bilim Dergisi, Sayı:3, Ankara.
- Basım, N. (2000). “Belirsizlikten Kaçınma ve Güç Mesafesi Kültürel Boyutları Bağlamında Asker Yöneticiler Üzerine Görgül Bir Araştırma”, Kara Harp Okulu Bilim Dergisi, Sayı: 2, Ankara.
- Bozkurt, Ö. Ç. (2011). Dünyada ve Türkiye’de Girişimcilik Eğitimi: Başarılı Girişimciler ve Öğretim Üyelerinden Öneriler. Detay Yayıncılık: Ankara.
- Börü, D. (2006). “Girişimcilik Eğilimi Marmara Üniversitesi İşletme Bölümü Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma”, Marmara Üniversitesi, Yayın No.733.
- Bridge, S., O’neill, K. & Cromie, S. (1998). Understanding Enterprive: Entrepreneurship & Small Business, McMillan Pres, London.
- Busenitz, L.W. & Lau, C. (1997). “A Cross-Cultural Cognitive Model Of New Venture Creation”, Entrepreneurship Theory And Practice, 20 (4).
- Bülbül, H. (2003). “Rekabet Üstünlüğü Sağlamada Ürün ve Süreç Yeniliği: Bilişim Teknolojileri Uygulaması”, Yayımlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi.
- Bygrave, W. & Minniti, M. (2000). “The Social Dynamics of Entrepreneurship” Entrepreneurship Theory And Practice, 24 (3).
- Çağlar, İ. (2001). “Yönetim – Kültür Bağlamında Türk Yönetim Modelinin Saptanmasına Yönelik Kavramsal Bir Çalışma”, G.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi, Sayı: 3, ss. 123- 140.
- Çarıkçı, İ. H. & Koyuncu, O. (2010). “Bireyci-Toplumcu Kültür ve Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma”, Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Sayı: 3, ss. 1- 18.
- Demirel, E. T. (2003). Girişimcilik Kültürü. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Erbatu, G. (2008). “Kültürel Boyutları İçerisinde Girişimcilik Eğilimi” Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi, 2008.

- Erder, N. (2001). Kültürel Gelişme ve Devlet Türkiye’de Kültür Politikaları. İstanbul: Doğan Kitapçılık.
- Eyuboğlu, D. (2003). Girişimciliğin Geliştirilmesi. Ankara: MPM Yayınları.
- Günay, G. & Göktan, B. (2012). “Girişimci Bilişi ve Ulusal Kültür İlişkisi: Türkiye ve Amerika’da Yapılmış Karşılaştırmalı Bir Çalışma”, Ankara Sanayi Odası Yayın Organı, ss. 36-44
- Hisrich D.R. & Peters, M.P. (2002). Entrepreneurship, Fifth Edition, Usa: McgrawHill Higher Education.
- Hofstede, G. (1980). “Motivation and Leadership”, Organizational Dynamics, 1980/2.
- Hofstede, G. (1983). “National Cultures in Four Dimensions: A Research Based Theory of Cultural Differences Among Nations”, Int. Studies Of Man. & Org., Vol.XIII, No.1-2, ss. 46-74.
- Hofstede, G. (1991). Cultures and Organizations: Software of The Mind, Mcgraw Hill, London.
- Hofstede, G. (1994a). Culture and Organizations, London: HarperCollins
- Hofstede, G. (1994b). “Business Cultures”, Unesco Courier, Vol.47, Issue.4, ss. 12- 16.
- Hofstede, G. & Arrindell, W. A. (1998). Masculinity And Femininity: The Taboo Dimensions Of National Cultures, Sage Publications, London.
- Hofstede, G. (2001). Culture’s Consequences; Comparing Values, Behaviors, Institutions And Organizations Across Nations. 2. Bs. Sage Publications.
- Hofstede, G. & Hofstede, G. J. (2005). Cultures and Organizations: Software of The Mind, Revised and Expanded 2nd Edition, Mc Graw-Hill, New York.
- Keleşoğlu, İ. M. (2018). Ulusal Kültürün Girişimcilik Eğilimine Etkisi: Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Afyonkarahisar.
- Özgen, E. (2012). “The Effect Of The National Culture On Female Entrepreneurial Activities In Emerging Countries: An Application Of The Globe Project Cultural Dimensions”, International Journal Of Entrepreneurship, 16, Special Issue, ss. 69-92.
- Öztürk, E. B. (2006). “Turkish & German Work Mentalities: An Intercultural Approach”. Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Parnell, A. J., Crandall, W. & Menefee, M. (1995). “Examining The Impact of Culture on Entrepreneurial Propensity: An Empirical Study of Prospective American And Egyptian Entrepreneurs”, Academy Of Entrepreneurship Journal, 1 (1), ss. 39- 53.
- Robbins, S. & Coulter, M. (2002). Management. 7th Ed. Usa: Prentice Hall Inc.
- Sargut, S. (2001). Kültürlerarası Farklılaşma ve Yönetim, Ankara: İmge Kitabevi.
- Schermerhorn, J. R. Jr. (1999). “Management”, John Wiley & Sons Inc, New York.
- Şahin, T. (2015). “Kültürün Girişimcilik Niyeti Üzerine Etkileri: Bulgaristan Türkleri ve Türkiye’deki Bulgaristan Göçmenleri Üzerine Karşılaştırmalı Bir Araştırma” Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi.
- Taşar Ünalp, A. (2007). “Küresel İşletmeler ve Küresel İşletmelerde Farklılıkların Yönetiminde Kültürel Farklılıkların Önemi”. Yüksek Lisans Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tiessen, J. H. (1997). Individualism, collectivism and entrepreneurship: a framework for international comparative research, Journal of Business Venturing, 12(5), 367-384.
- TÜSİAD, (2002). Türkiye’de Girişimcilik. Ankara: TÜSİAD Yayınları.

- Williams-Narendran, S. (1999). “Determinants of Managerial Risk: Exploring Personality and Cultural Influences”, *The Journal of Social Psychology*, 139(1).
- Yılmaz, E. & Sünbül, A. M. (2009). ‘Üniversite Öğrencilerine Yönelik Girişimcilik Ölçeğinin Geliştirilmesi’, *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 21, 195-203.

Research Article

Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinde Kültürel Boyutların Rolü

The Role of Cultural Dimensions in Entrepreneurship Tendency of University Students

M. Halit YILDIRIM Doç.Dr. Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü yildirimmh@gmail.com https://orcid.org/0000-0002-7001-5705	Gözde SUNMAN Doktora Öğrencisi Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü gozdesunman@gmail.com https://orcid.org/0000-0002-8154-6827
---	--

Extensive Summary

Introduction

While entrepreneurs accelerate the creation, spread and implementation of new ideas, they also lead to the birth of new industries. It increases efficiency in the sectors and accelerates economic growth as it creates rapidly growing sectors (Eyuboglu, 2003). In this context, it is stated that entrepreneurship provides local and social economic prosperity by creating different business areas (Robbins and Coulter, 2002, p. 143- 144). Therefore, directing young people to entrepreneurship, who constitute the dynamic power of the country, is an important issue. On the other hand, culture is a system that directly affects people's behavior and personality. Personalities are shaped according to the cultural identity owned over time (Çaglar, 2001, p. 1-17). Entrepreneurs, who make an important contribution to the economic development of society, are influenced by the cultural dimensions brought by social culture. The idea of establishing a new business emerges inspired by the culture of the society to which the individual belongs and the subcultures to which it is affected. A culture that values an individual to establish a new business and to be successful will prepare the ground for more businesses to be established compared to cultures that do not value it. In a culture, if the values that make up the general framework of entrepreneurship such as individualism, being one's own boss, being successful and making money are prioritized, it means that this culture is supported by entrepreneurship. For this reason, the rate of establishing new businesses is higher in cultures with such values. However, entrepreneurship is unlikely to be seen in cultures that do not care about newly established and successful businesses, but on the contrary, regard failure as a great loss of reputation (Hisrich and Peters, 2002). When the studies on the subject are examined in the literature, there are some studies on social culture and entrepreneurship tendency (Busenitz and Lau, 1997; Bygrave and Minniti, 2000; Arıkan, 2004; Erbatu, 2008; Gunay and Goktan, 2012; Ozgen, 2012; Sahin, 2015). However, it is thought that the effect of social culture on entrepreneurship tendency has been examined in a small number of studies and researches that cover all aspects of social culture together are inadequate. In this context, the main problem of the research; to determine whether cultural dimensions have an effect on entrepreneurship tendency of university students.

Research Methodology

In this research, relational research model, which is a quantitative research method, is taken as the basis.

Study Group

The universe of the research is the senior students in Aksaray University Faculty of Economics and Administrative Sciences, Department of Business Administration, Political Science and Public Administration, Economics and Management Information Systems. The reason for choosing the Faculty of Economics and Administrative Sciences students as the universe is that the departments in this faculty are providing training on entrepreneurship. Considering the purpose of the research and the condition to represent the universe, data were collected from 200 participants through easy sampling method and analyzed.

Data Collection Tools

In the research, survey technique was used as data collection method. The research data has been collected according to the easy sampling method with a questionnaire consisting of scales and questions whose validity and reliability have been previously tested for certain purposes in the literature.

Data Analysis

Data were analyzed in SPSS program. Cronbach's Alpha reliability coefficient for the reliability of the scale are calculated. Frequencies and percentages regarding the demographic information of the participants constituting the sample were examined. Exploratory factor analyzes of the scales were done. Firstly correlation analysis was used for examine relationship strengths and directions between variables and finally regression analysis method was used.

Findings

Of the participants, 124 are women and 76 are men. The distribution of participants on the basis of departments is 50 students as "economics", 50 students as "business", 50 students as "management information systems" and 50 students as "political science and public administration". All of the participants stated that they took entrepreneurship lessons. 133 participants answered "Yes" and 67 participants answered "No" to the question "the effect of entrepreneurship training you received on starting your own business". There is a positive significant relationship ($r = 0.565$, $p < 0.01$) between the uncertainty avoidance dimension and the entrepreneurship tendency of the university students. There is a positive relationship ($r = 0.356$, $p < 0.01$) between power distance dimension and entrepreneurship tendency of the university students. There is a positive relationship ($r = 0.533$, $p < 0.01$) between masculinity and femininity dimension and entrepreneurship tendency of the university students. There is a positive relationship ($r = 0.449$, $p < 0.01$) between the size of checkpoints and the entrepreneurship tendency of the university students. There is a positive relationship ($r = 0.502$, $p < 0.01$) between the individualism-socialism dimension and entrepreneurship tendency of the university students. According to the R^2 determination coefficient value in the regression model, it can be explained by the size 31.9% uncertainty avoidance dimension, 12.7% power distance dimension, 28.4% masculinity-femininity dimension, 20.1% checkpoints and 25.2% individualism-socialism of the variability in entrepreneurship tendency. The sig. value corresponding to the F value was determined to be $0.000 \leq 0.05$ in all dimensions. All relationships between dependent and independent variables are meaningful. According to the findings, entrepreneurship tendency is statistically significantly affected by the uncertainty avoidance, power distance, masculinity-femininity, checkpoints and individualism-socialism dimensions.

Conclusion and Suggestions

In order to determine the effect of cultural dimensions on entrepreneurship tendencies of university students, 133 students out of 200 entrepreneurship training received their own entrepreneurship education as a result of a questionnaire study on the senior students who took entrepreneurship courses in the Aksaray University Faculty of Economics and Administrative Sciences, department of Business Administration, Political Science and Public Administration, Economics and Management Information Systems they stated that it had an impact on starting their business. Based on this result, it is possible to say that entrepreneurship education given at

universities has a positive effect on directing young people to an enterprise. According to the findings obtained, it was concluded that the cultural dimensions as uncertainty avoidance, power distance, masculinity-femininity, checkpoints and individualism-socialism were effective on the entrepreneurship tendencies of senior students in Aksaray University Faculty of Economics and Administrative Sciences. According to this result hypotheses were accepted that “*H1: Avoiding uncertainty dimension has a significant effect on entrepreneurship tendency*”, “*H2: Power distance dimension has a significant effect on entrepreneurship tendency*”, “*H3: Masculinity and femininity dimension have a significant effect on entrepreneurship tendency*”, “*H4: Checkpoint dimension has a significant effect on entrepreneurship tendency*” and “*H5: Individualism and socialism have a significant effect on entrepreneurship tendency*”. The sample of this study is limited to senior students and entrepreneurship courses at the Faculty of Economics and Administrative Sciences in Aksaray University. For this reason, it can be suggested that studies involving students studying at universities in different provinces in terms of generalizability of the results in future studies.