

T.C.
GEBZE TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**ÖRGÜTLERDE KİŞİLERİN ÖZ LİDERLİK VE GİRİŞİMCİLİK
NİYETİ DÜZEYLERİNİN, GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİNDEKİ
ETKİSİ**

Fatma ERCAN
YÜKSEK LİSANS
İŞLETME ANABİLİM DALI

GEBZE
2023

T.C.
GEBZE TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

**ÖRGÜTLERDE KİŞİLERİN ÖZ LİDERLİK
VE GİRİŞİMCİLİK NİYETİ
DÜZEYLERİNİN, GİRİŞİMCİLİK
EĞİLİMLERİNDEKİ ETKİSİ**

Fatma ERCAN
YÜKSEK LİSANS
İŞLETME ANABİLİM DALI

Tez Danışmanı
Doç. Dr. Mehmet Şahin GÖK

GEBZE
2023

GTÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun 25/01/2023 tarih ve 2023/04 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından 06/02/2023 tarihinde tez savunma sınavı yapılan Fatma Ercan'ın tez çalışması İşletme Anabilim Dalında YÜKSEK LİSANS tezi olarak kabul edilmiştir.

JÜRİ

ÜYE

(TEZ DANIŞMANI) : DOÇ. DR. MEHMET ŞAHİN GÖK

ÜYE

: PROF. DR. HAKAN KİTAPÇI

ÜYE

: DOÇ. DR. GÖKAY AKKAYA

ONAY

Gebze Teknik Üniversitesi Enstitüsü Yönetim Kurulu'nun
...../...../..... tarih ve/..... sayılı kararı.

ÖZET

Girişimcilik günümüzde öne çıkan araştırma konularından biridir. Artan küresel rekabet, teknolojiye hızlı gelişmeler ve pazardaki değişimler gibi faktörler girişimcilik eğilimi ve örgütsel gelişimleri doğrudan etkilemektedir. Bu nedenle işletmelerin yenilikçi düşünce ile hareket etmeleri ve pazarda öne çıkmaları gerekmektedir. Bu da çalışanlarını desteklemek, onlara yenilikçi girişim fikirlerini özgür olarak ifade edebilecekleri bir ortam sağlamaktan geçmektedir. Başarılı olurlarsa güzel sonuçlar elde edileceğini, başarısız olurlarsa da tekrar denemeleri fikirlerinin empoze edilmesi noktasında ise yönetimin liderlik tutumları ön plana çıkmaktadır. Ancak liderlik tutumu kurum ve çalışma ekipleri içerisinde değişimler sergilemektedir. Kurum veya ekip bazında değil, kişi bazlı incelemeye gidildiğinde bir liderlik türü olan öz liderlik faktörü ön plana çıkmaktadır.

Bu araştırmada kurumlarda çalışmakta olan kişilerin öz liderlik ve girişimcilik niyeti düzeyleri ile girişimcilik eğilimleri arasında bir ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Girişimcilik niyeti, girişimcilik eğilimi, öz liderlik, algılanan örgütsel destek, algılanan örgütsel adalet

SUMMARY

Entrepreneurship is one of the prominent research topics today. Factors such as increasing global competition, rapid developments in technology and changes in the market directly affect entrepreneurship tendency and organizational developments. For this reason, businesses should act with innovative thinking and stand out in the market. This means supporting their employees and providing them with an environment where they can express their innovative enterprise ideas freely. Management's leadership attitudes come to the forefront in the point of imposing ideas to try again if they succeed, and to try again if they fail. However, the leadership attitude varies among institutions and work teams. Self-leadership factor, which is a type of leadership, comes into prominence when it comes to person-based examination, not institution or team.

In this study, it was concluded that there is a relationship between the self-leadership and entrepreneurship intent levels and entrepreneurship tendencies of the people working in the institutions.

Keywords: Entrepreneurship intention, entrepreneurship tendency, self-leadership, perceived organizational support, perceived organizational justice

TEŞEKKÜR

Tez konumu belirleme sürecinden çalışmamı bitirme sürecine kadar her dönemde desteğini esirgemeyen, bana her zaman yol gösteren, örnek aldığım çok kıymetli tez danışmanım Doç. Dr. M. Şahin Gök'e,

Fikir ve önerilerinin yanı sıra, SPSS programı konusunda da yardımlarını esirgemeyen yüksek lisans arkadaşım Arş. Gör. Ahmet Tarık USTA'ya,

Çalışmam boyunca manevi destekleri ile uzaktayken bile yanımda hissettiğim arkadaşlarım Banu DOĞAN ve Zülal ÇİÇEK'e,

Bunaldığım, stresle baş edemediğim anlarda her daim yanımda olan kuzenim Aybike ERCAN'a,

Son olarak, hayatım boyunca beni her konuda, her zaman destekleyen, kendimi adadığım bu süreçte beni cesaretlendiren, maddi manevi desteklerini esirgemeyen, varlıklarıyla bana güç veren eşim, annem, babam ve kardeşime teşekkürlerimi borç bilirim.

Siz olmasaydınız, bir şeyler hep eksik kalırdı...

İÇİNDEKİLER

ÖZET	iv
SUMMARY	v
TEŞEKKÜR	vi
İÇİNDEKİLER	vii
SİMGELER ve KISALTMALAR DİZİNİ	x
ŞEKİLLER DİZİNİ	xi
TABLolar DİZİNİ	xii-xiii
1. GİRİŞ	1
2. ÖZ LİDERLİK	3
2.1. Öz Liderliğin Tanımı ve Önemi	3
2.2. Öz Liderlik Kavramının İlişkili Olduğu Teoriler	5
2.3. Öz Liderlik Stratejileri	7
2.3.1. Davranış Odaklı Stratejiler	7
2.3.2. Doğal Ödüllendirme Stratejisi	9
2.3.3. Yapıcı Düşünce Modeli	9
2.4. Öz Liderlik Konusunda Yapılmış Başlıca Çalışmalar	10
3. GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ	12
3.1. Girişim, Girişimci, Girişimcilik	12
3.1.1. Girişim	12
3.1.2. Girişimci	13
3.1.3. Girişimcilik	13
3.2. Girişimci Olmayı Etkileyen Faktörler	14
3.2.1. Bireysel Yaklaşım	14
3.2.2. Çevresel Yaklaşım	15
3.2.3. Firma Yaklaşımı	15
3.3. Girişimciliğin Önemi	15
3.3.1. Girişimciliğin Ekonomik Kalkınma Açısından Önemi	16
3.3.2. Girişimciliğin Sosyal Kalkınma Açısından Önemi	19
3.4. Girişimcilik Ekosistemi Oluşturmak	21
3.4.1. Silikon Vadisine Özenmeyi Bırakmak	21
3.4.2. Ekosistemi Yerel Koşullara Göre Şekillendirmek	22
3.4.3. Özel Sektörü En Başından Devreye Sokmak	23

3.4.4.	Yüksek Potansiyelleri Tercih Etmek	24
3.4.5.	Gemide Büyük Bir Galibiyet Kazanmak	24
3.4.6.	Kültürel Değişimlere Açık Olmak	25
3.4.7.	Kökleri Geliştirin	26
3.4.8.	Kümeleri Teknik Süreçlere Boğmayın	26
3.4.9.	Yasal, Bürokratik ve Düzenleyici Çerçevelerde Reform Yapın	27
3.5.	Girişimcinin Özellikleri	27
3.6.	Girişimcilik Türleri	28
3.6.1.	Niteliklerine Göre Girişimcilik Türleri	28
3.6.2.	Büyüklik Boyutlarına Göre Girişimcilik Türleri	31
3.6.3.	İşin Mülkiyeti Boyutuyla Girişimcilik Türleri	32
3.6.4.	Diğer Girişimcilik Türleri	32
3.7.	Örgütlerin Girişimcilik Yönelimi Boyutları	40
3.7.1.	Yenilikçilik	41
3.7.2.	Proaktiflik	42
3.7.3.	Risk Alma	42
4.	GİRİŞİMCİLİKTE NİYET KAVRAMI	43
4.1.	Girişimcilik Niyeti Modelleri	44
4.1.1.	Shapero ve Sokol'un (1982) Girişimcilik Etkinlik Modeli	45
4.1.2.	Bird'ün (1988) Girişimcilik Niyet Modeli	46
4.1.3.	Ajzen'in (1991) Planlanmış Davranış Modeli	48
4.2.	Girişimcilik Niyeti ile İlgili Literatür Taraması	50
4.2.1.	Girişimcilik Niyetiyle İlgili Türkiye'de Yapılmış Çalışmalar	50
4.2.2.	Girişimcilik Niyeti ile İlgili Yapılmış Yabancı Çalışmalar	51
4.3.	Türkiye'de Girişimciliği Destekleyen Kuruluşlar	51
4.3.1.	Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı	51
4.3.2.	Türkiye Sanayici İş Adamları Derneği	52
4.3.3.	Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu	53
4.3.4.	Türkiye Odalar Borsalar Birliği	53
4.3.5.	Teknopark	54
4.3.6.	Melek Yatırımcı	54
4.3.7.	Kadın Girişimciler Derneği	55
5.	ALGILANAN ÖRGÜTSEL DESTEK	56
5.1.	Algılanan Örgütsel Destek Kavramı	57

5.2. Algılanan Örgütsel Destek Kavramının Özellikleri	58
5.3. Algılanan Örgütsel Desteğin Öncülleri	59
5.3.1. Bireysel Faktörler	61
5.3.2. Örgütsel ve Yönetmel Faktörler	62
5.4. Algılanan Örgütsel Desteğin Sonuçları	68
5.4.1. Örgütsel Kimlik	68
5.4.2. İş Tatmini	70
5.4.3. İşten Ayrılma Niyeti	70
5.4.4. Örgütsel Vatandaşlık	72
5.4.5. İş Performansı	73
6. YÖNTEM	76
6.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi	76
6.2. Araştırmanın Kapsamı ve Modeli	76
6.3. Veri Toplama Yöntemi ve Örneklemi	77
7. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME	79
7.1. Katılımcıların Demografik Analizi	79
7.2. Geçerlilik ve Güvenilirlik	79
7.3. Hipotezlerin Testi	84
7.3.1. Korelasyon ve Regresyon Analizi	84
7.3.2. T-Testi	87
8. SONUÇ VE ÖNERİLER	95
KAYNAKLAR	98
ÖZGEÇMİŞ	132
ANKET FORMU EK-1	133

SİMGELER ve KISALTMALAR DİZİNİ

<u>Simgeler ve Kısaltmalar</u>	<u>Açıklamalar</u>
AFA	: Açıklayıcı Faktör Analizi
B2C	: Business to Consumer (Tüketiciye İş)
CRM	: Customer Relationship Management (Müşteri İlişkileri Yönetimi)
GCI	: Küresel Rekabet Raporu
GE	: Girişimcilik Eğilimi
GEM	: Küresel Girişimcilik İzleme
GN	: Girişimcilik Niyeti
GSMH	: Gayri Safi Millî Hasıla
KMO	: Kaiser Mayer Olkin
KOBİ	: Küçük ve Orta Büyüklükteki İşletmeler
KOSGEB	: Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı
ÖD	: Algı lanan Örgütsel Destek
ÖL	: Öz Liderlik
SPSS	: Statistical Package for the Social Sciences (Sosyal Bilimler İçin İstatistik Programı)
SWOT	: Strengths (üstünlükler), Weaknesses (zayıflıklar), Opportunities (fırsatlar), Threats (tehditler)
TDK	: Türk Dil Kurumu
TSMC	: Taiwan Semiconductor Manufacturing Company (Tayvan Yarı İletken Üretim Şirketi)
TÜSİAD	: Türkiye Sanayici ve İş adamları Derneği

ŞEKİLLER DİZİNİ

<u>Şekil No:</u>	<u>Sayfa</u>
Şekil 2.1. Kişisel ve Örgütsel Bağlamda Öz Liderlik Yapısı	4
Şekil 2.2. Öz Liderlik için Bireyin Sorumluluklarını Dengelemesi	5
Şekil 2.3. Öz Liderliğin İlişkili Olduğu Teoriler	5
Şekil 3.1. Girişimci Olmayı Etkileyen Bireysel Değişkenler	14
Şekil 3.2. Girişimcilik Ekosistemi Kavramsal Çerçevesi	21
Şekil 3.3. Girişimcilik Üreten Etkilerin Birleşimi	33
Şekil 3.4. Teknogirişim Süreci	34
Şekil 3.5. Teknogirişim Faaliyetinde Yer Alan Süreç	34
Şekil 3.6. Sosyal Girişimlerin Ortak Noktaları	40
Şekil 2.1. Shapero Modeli	46
Şekil 4.2. Bird Girişimsel Niyet Modeli	48
Şekil 4.3. Revize Edilmiş Girişimcilik Niyeti Modeli	48
Şekil 4.4. Planlanmış Davranışlar Teorisi	49
Şekil 6.1. Araştırma Modeli	77

TABLÖLAR DİZİNİ

<u>Tablo No:</u>	<u>Sayfa</u>
Tablo 3.1. Küresel Rekabetçilik Endeksleri ve Girişimcilik Endeksleri	18-19
Tablo 3.2. Girişimci Özellikleri ve Literatür Taraması	28
Tablo 3.3. Bilgi Teknolojilerindeki Gelişmelerin Girişimciliğe Katkıları	35
Tablo 3.4. 2018 yılında GSMH ve B2C e-ticaret büyüklükleri ile öne çıkan ülkeler	36
Tablo 3.5. Türkiyede kullanılan e-girişimcilik araçları	37
Tablo 3.6. Girişimci ile Sosyal Girişimci Arasındaki Farklar	39
Tablo 7.1. Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı	79
Tablo 7.2. KMO ve Barlett Testi Sonuçları-1	80
Tablo 7.3. KMO ve Barlett Testi Sonuçları-2	80
Tablo 7.4. Ölçeğin Açıklanan Toplam Varyans Tablosu-1	80-81
Tablo 7.5. Ölçeğin Açıklanan Toplam Varyans Tablosu-2	82
Tablo 7.6. Dönüştürülmüş Bileşen Matrisi	83
Tablo 7.7. Korelasyon Analizi	84
Tablo 7.8. Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi	85
Tablo 7.9. Hiyerarşik Regresyon Analizi-1	85
Tablo 7.10. Hiyerarşik Regresyon Analizi-2	86
Tablo 7.11. Anova Tablosu	87
Tablo 7.12. Katsayılar Tablosu	87
Tablo 7.13. Betimsel İstatistikler-1	88
Tablo 7.14. T-testi Analiz Tablosu-1	89
Tablo 7.15. Betimsel İstatistikler-2	90
Tablo 7.16. T-testi Analiz Tablosu-2	90
Tablo 7.17. Betimsel İstatistikler-3	91

Tablo 7.18. T-testi Analiz Tablosu-3	91-92
Tablo 7.19. Betimsel İstatistikler-4	93
Tablo 7.20. T-testi Analiz Tablosu-4	93-94



1.GİRİŞ

Günümüzde küreselleşmenin etkisiyle yerel pazarlarda faaliyet gösteren firma sayısındaki artış işletmeleri rekabet avantajı elde etmeye zorlamaktadır. Bu durum da girişimciliği bir hayli önemli hale getirmiştir. Bir ülkede girişimcilerin sayısı ne kadar fazlaysa, girişimcilik ne kadar artarsa refah seviyesi de o kadar artar. GEM (Küresel Girişimcilik Monitörü), yeryüzündeki birçok bölgenin iktisadi büyüme oranlarını ele aldığı, 49 ülkeyi kapsayan 2018/2019 raporunu yayınlamıştır. Araştırmalarında yirmi yılı geride bırakmış olan GEM, 2018/2019 raporunda yirmi sene önce girişimciliğin ABD, Brezilya, Almanya, İran ve Çin'deki artış oranlarını gözler önüne sermektedir. 20 yıllık raporlar kişinin girişimcilik eğiliminin yetiştiği topluma göre, ülkenin ekonomik gücüne göre de şekillendiğini ortaya çıkarmıştır.

Girişimciler yeni projeleri, teknolojileri, yeni çıkan ürünleri sürekli araştırıp takip ederler. Daha sonra bu verilerden yola çıkarak yeni bir pazar nasıl kurabilirim, yeni ürün olarak ne bulabilirim gibi düşünceler üzerine yoğunlaşırlar. Girişimci içinde büyük bir başarı dürtüsüne sahip olan kişidir. Bu da doğrudan girişimcilik süreci ile ilgilidir. Girişimci enerjisi yüksek, risk alabilen kişidir (McClelland, 1961).

Girişimcilik faaliyetlerinin büyük bir kısmını çalışan bireyler oluşturmaktadır. Günümüz iş dünyasında yöneticilerin çoğu risk alabilen, yaratıcılığı yüksek, yeniliklere açık kişilerle çalışmak istemektedir. Yani girişimcilik eğilimi yüksek kişileri tercih etmektedirler.

Kişinin girişimcilik faaliyetlerinde liderlik vasfı da önemli bir yer tutmaktadır. Öz liderlik kavramını incelediğimizde, kendi kendini yönetebilme, hızlı karar verilmesi gereken bir durum olduğunda birtakım riskleri göze alarak karar verme olarak tanımlayabiliriz. Örgütlerde yöneticilerin ve iş arkadaşların kişiye olumlu olumsuz desteği de bu noktada önem taşımaktadır.

Girişimciler birtakım riskleri göze alıp, zihinlerinde oluşturdukları girişim fikrini uygulamaya koyma kararı aldıklarında kendilerine bir hareket planı oluştururlar. Bu planın basamaklarından biri ve ilk adımı girişimcilik niyetidir (Duygulu, 2008: 100). Girişimcilik niyeti, girişimcinin içinde tasarladığı süreci, yol haritasını, değerlendirmelerini, çözümlemelerini içermektedir (Sezer,2013: 51). Bu açıdan baktığımızda girişimcinin girişimcilik faaliyetini daha önce içerisinde başlattığı girişimcilik niyeti tetiklemektedir. Bu çalışmada da tüm bunlara yönelik olarak örgütlerde

kişilerin öz liderlik ve girişimcilik niyeti düzeyleri ayrı ayrı ölçülerek, bu etkenlerin kişinin girişimcilik eğilimini olumlu yönde etkileyip etkilemediği, örgütsel desteğin de bu etkileri ne yönde değiştirdiği araştırılacaktır.



2. ÖZ LİDERLİK

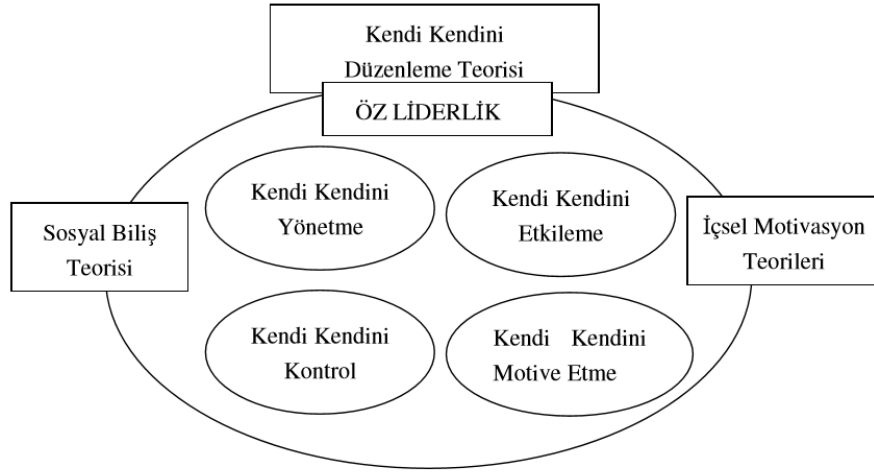
Öz liderlik kavramı rekabetin bulunduğu her ortamda, özellikle de takım çalışmalarında başı çekme, liderlik etme telaşından doğmuştur. Liderlik vasıflarının daha güçlü olduğunu gösteren kişilerin bulunduğu örgütlerde liderlik görevini üstlenmeye başladıkları çokça gözlenen bir durumdur. Bu süreçte çalışan öz eleştirisini yaparak, zayıf yönlerini keşfedip onları iyileştirme yoluna da gidebilir. Başarılı olduğu yönlerini de daha da güçlendirerek karşısına çıkan problemleri hızlı kararlar alarak çözebilir (Doğan ve Şahin, 2008).

2.1. Öz Liderliğin Tanımı ve Önemi

Örgütlerde yönetim yapısının tarihini incelediğimizde klasik yaklaşımdan uzaklaşıp modern yönetim yaklaşımına yönelme olduğunu görebiliriz. İnsanı önemseyen modern yaklaşımı uygulayan örgütlerde verimliliğin daha yüksek olduğu ortaya çıkmıştır. Kendini değerli hisseden çalışan, pozitif duygularla işleri daha iyi organize edecektir. Dolayısıyla hem kendisinin hem de örgütün verimliliği artacaktır (Ay, 2017).

Gerektiği anda çalışanların kendi kendilerine karar verme, kendi kendilerini yönetebilmeleri gerekmektedir. Kerr ve Jermier (1978: 375-403) bunun bir liderlik göstergesi olduğunu önermiş, “öz kontrol” kavramını işletme literatürüne eklemişlerdir (Doğan ve Şahin, 2008:81).

Öz liderlik ya da süper liderlik; kendi kendine liderlik etmek veya kişinin kendi kendine liderlik etmelerini sağlamak olarak tanımlanır (Çırpan, 2008: 1). Öz liderlik öncelikle 1986 yılında Manz’ın çalışmasıyla ortaya atılmıştır. Manz’ın öz liderlik tanımı “insanın şahsi ve kurumsal muvaffakiyete ulaşması için öz güdüleme ve kolimasyon süreci”dir (Manz 1986: 585). Öz liderlik kavramı bazı durumlarda ‘kendi kendini etkileme’ teorisinin daha gelişmiş şekli olarak karşımıza çıkabilmektedir. Tüm bunlara bakılırsa kendi kendine liderlik ‘öz düzenleme’ kuramında bulunmaktadır ve ‘kendini etkileme’, ‘kendini yönetme’ başlıklarını da kapsayarak diğerlerinden daha detaylı bir kavram olarak karşımıza çıkmaktadır (Manz 1986: 589). Sonuç itibarıyla öz liderlik, kişilerin kendilerini motive etmeleriyle ilişkilidir ve birçok platformda önemi yadsınamaz (Türköz, 2010).

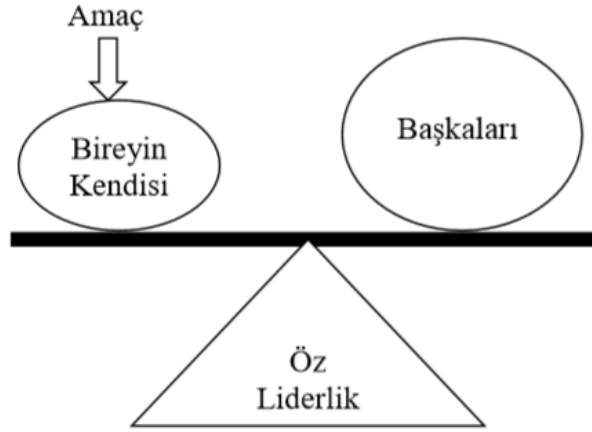


Şekil 2.1. Kişisel ve Örgütsel Bağlamda Öz Liderlik Yapısı

Literatürde liderlikle ilgili çalışmalara baktığımızda genellikle kişinin başkaları üzerinde yaptığı liderlikle ilgili çalışmalar olduğunu görebiliriz. Oysa liderlik bireyin kendisine de liderlik edebilme sürecini de kapsamaktadır. Bu nedenle öz liderliğin geliştirilmesi çok büyük önem taşımaktadır (Neck ve Manz, 1999). Öz liderlik geliştirilebilir bir yetidir. Kişiler öz liderlik becerilerini analiz edip geliştirme çalışmaları yapabilirler. Kendi öz liderliklerini geliştiren kişiler başka kişilere de kolaylıkla liderlik edebilirler (Sims ve Manz, 1980).

Örgütlerin yerel yönetim yapısı dışına çıkmalarıyla örgüt içerisinde çalışanların daha fazla sorumluluk üstlenmesi gerekmiştir. Örgütlerin daha esnek bir yönetim şekline geçişleri çalışan seçimlerinde yeni kriterler getirmiş, öz liderlik gibi farklı liderlik yetilerini önemli hale getirmiştir (Doğan ve Şahin, 2008b:91; Yoho ve Houghton, 2005).

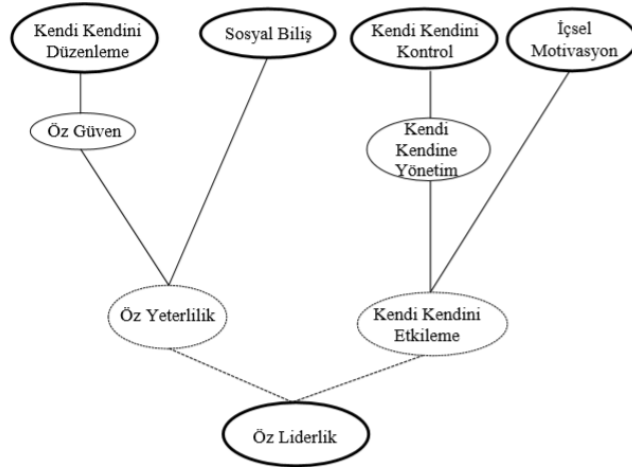
Örgütlerde kişilerin hem kendilerine hem de diğer çalışma arkadaşlarına karşı sorumluluklarının bilincinde olmaları gerekmektedir. Şirket misyon ve vizyonuna uygun olarak hareket etmeli, davranış ve düşünceleri aktarırken tüm bu sorumlulukları gözetmelidirler. Ancak kişi diğer kişiler üzerindeki sorumluluğuna daha fazla eğilim gösterirse kendi öz liderliği üzerinde yeterince hâkim olamayabilir (Andrew ve Kazan, 2012). Kişi kendi sorumlulukları ve başkalarına olan sorumlulukları üzerindeki dengeyi kurabilmelidir. Şekil 2’de öz liderlik için bu dengenin sağlanması gerektiğini görebiliriz (Kohles, Pearce ve Bligh, 2006).



Şekil 2.2. Öz Liderlik için Bireyin Sorumluluklarını Dengelemesi

2.2. Öz Liderlik Kavramının İlişkili Olduğu Teoriler

Öz liderlik oluşturan belli başlı kavramlar; otokontrol, sosyal-bilişsel kuram, içsel isteklendirme ve öz yeterliliktir (Palmer, 2012).



Şekil 2.3. Öz Liderliğin İlişkili Olduğu Teoriler

Otokontrol teorisi kişinin kendini nasıl kontrol ettiğini açıklarken temelde insan davranışlarının nasıl ortaya çıktığını anlatmaya çalışır (Houghton ve Neck, A.g.e., 2006, s. 277). Otokontrol kişinin kendi davranışlarını inceleyip, öz eleştiri yapması, negatif yönlerini görüp kendinde değişiklik yapabilmesidir (Bandura, 1991).

Sosyal bilişsel teori, insan davranışının en iyi şekilde, içsel olaylar, dışsal olaylar ve davranışlar arasındaki üçlü karşılıklı ilişki ile açıklanabileceğini düşündürmektedir. Otokontrol teorisi ile birlikte bu görüş, liderlik stratejilerinin dayandığı diğer önemli kavramsal çerçeveyi sağlar (Manz, 1986). Otokontrol teorisine çok benzer şekilde, sosyal bilişsel teori, otokontrolün temel yapısının, kendi kendini izleme, kendi kendini yargılama ve kendi kendine tepkileri içeren süreçlerden oluştuğunu, ancak kendi kendini düzenlemenin öncelikle tutarsızlık içeren davranışları azaltma kavramını içerdiğini göstermektedir. Sosyal bilişsel teori, tutarsız davranışların keşfedilmesi ve ardından bu davranışların azaltılmasını önerir. Temel varsayım, bireylerin kendi performans standartlarını aşan kontrole sahip olduklarıdır. Tutarsızlıklar ortadan kaldırıldığında, daha yüksek standartlar belirlenir ve süreç yeniden başlar (Neck ve Houghton, A.g.e., 2006).

Öz liderlik kavramı ile içsel isteklendirme kavramı da önemli ölçüde ilişkilendirilmiştir. Otokontrol dışsal ödülleri vurgularken, öz-liderlik, görevin veya faaliyetin kendisinin performansından kaynaklanan doğal mürettebata odaklanmak için bu perspektifin ötesine uzanır (Manz 1986; Manz ve Neck, 2004). Öz liderliğin doğal ödülleri kavramsallaştırması, esasen içsel isteklendirme literatürüne dayanır. White (1959) ve de Charms'ın (1968) çalışmalarına dayanarak, bilişsel değerlendirme teorisi, yetkinlik ihtiyacının ve kendi kaderini tayin ihtiyacının, içsel isteklendirme teşvik eden temel mekanizmalar olduğunu düşündürmektedir. Yetkinlik ihtiyacı, çevresel düzeni genişletme ihtiyacını içerirken, kendi kaderini tayin etme ihtiyacı, koşullu ödüller gibi özgür baskılar hissetme ihtiyacını içerir (Deci ve Ryan, 1985). Bilişsel değerlendirme teorisi, bireylerin yetkinlik ve kendi kaderini tayin duygularını artırmak için zorlukları bulmaya ve aşmaya çalışacağını iddia eder.

Öz liderliğe göre, faaliyetlerin ve görevlerin seçilebildiği ölçüde, artan yetkinlikler kendini belirleme duygularına yol açacak şekilde algılanırsa, kişinin performansını arttıracaktır. Son olarak, doğal çevre stratejileri genel olarak daha etkili olmakla birlikte, dış çevre koşullarını kullanan kişisel ödül stratejileri, doğal veya içsel ödüller içermeyen daha yararlı kanıtlar olabilir (Manz ve Neck, 2004). Yani, doğal olarak hoş olmayan veya sıkıcı bir görev düşünüldüğünde, dışsal ödüllendirme olasılıkları özellikle uygun ve etkili hale gelir. Bununla birlikte, çoğu görevin en azından doğal olarak ödüllendirici olma potansiyeli vardır. Bu nedenle, çoğu görev veya faaliyet için doğal ödül stratejileri daha etkili ve genellikle tercih edilir olacaktır.

Öz yeterlilik kavramı öz liderlik kavramı ile en çok ilişkilendirilen kavramdır. Bandura (1997) öz yeterlilik seviyelerine göre insanları iki kategoriye ayırmıştır. Bunlar, düşük öz yeterliliğe sahip insanlar ve yüksek öz yeterliliğe sahip insanlardır. Ayrıca öz yeterliliği yüksek olanların her zaman yeni zorlukları üstlenmeye hazır olduklarını belirtmiştir. Bunun aksine düşük öz yeterliliğe sahip olan insanları yeni görevler, yeni zorluklar üstlenmekten kaçınıp, şikâyet etmeye başvuran bireyler olarak tanımlamıştır. Bandura (1997) korkularıyla yüzleşmekten kaçınan, mücadele etmeyi bırakan kişilerin kendi kendini zayıflatıklarını öne sürmüştür. Öz yeterlilik, öz liderliğin inancı olarak ifade edilebilir. Bandura (2004) kurumun türü ne olursa olsun liderinin davranışının kurumun başarısını veya başarısızlığını doğrudan etkilediğini öne sürmüştür (Sahin, Akyürek, Yavuz, 2014; Bass, 2010; Yukl, 2010; Fernandez, 2008; Somech, 2006; Owens ve Valesky, 2011).

2.3. Öz Liderlik Stratejileri

Öz liderlik, verimliliği pozitif yönlü etkileyecek stratejileri ve çalışmaları içerisinde bulundurmaktadır (Uğuroğlu vd.,2013).

Literatür, ortak liderlik teorileri nedeniyle öz liderliğin büyük ölçüde öz yönetim ile örtüştüğünü açıkça göstermektedir (Manz, 1992). Kendi kendine liderlik yüksek güçlü, doğru beyin aktivitesine hitap eder ve etkili kendini rahatlatma ve sürekli iyileştirme için temel oluşturur. Öz-liderlik, insanların arzuladıkları sonuçları elde etmek için gereken öz motivasyona ve öz yönelime ulaşmak için kendi üzerinde çaba göstermelerini içerir (Manz, 1992). Başarılı bir sonuç almak için üç farklı öz-liderlik kategorisi vardır: davranış odaklı stratejiler, doğal ödül stratejileri ve yapıcı düşünce modeli stratejileri (Manz, 1986, 1992).

2.3.1. Davranış Odaklı Stratejiler

Piyasalar gün geçtikçe daha karmaşık, çalkantılı, öngörülemez ve son derece rekabetçi hale gelmektedir. Bu pazarlarda başarılı olmak için kuruluşların “büyük ölçekli” değişime yol açan uygulamaları benimsemeleri gerekmektedir. Değişime yol açan, dönüşümsel değişim gibi bir takım tipik yaklaşımlar olmasına rağmen (Burnes, 2001); yeniden mühendislik (Al-Mashari ve Zairi, 1999); ve kalite yönetimi (Dale, 2000) gibi büyük çaplı değişimlerin insan faktörünü temel düzeyde içermesi gerektiği

önerilmektedir. Eleştirel perspektif yazıları (Grint, 1995; Willmott, 1995) çalışanların özgürleşmesini büyük çaplı değişimin başarısı için çok önemli olarak görmektedir. Sonuç olarak, öz-yönetim uygulamaları ve öz-liderlik stratejileri, uygulayıcı yöneticiler ve araştırmacılar için ilgi konusu olmaya devam etmektedir (Politis, 2003; Robbins, 2003; Manz, 1986; Manz ve Sims, 1987, 2001; Stewart ve Manz, 1995). Her ne kadar öz liderlik stratejileri takım geliştirmede popüler olsa da ve yönetim atölyeleri için önerilmiş olsa da (Manz, 1992; McShane ve Travaglione, 2003), literatürde öz liderlik davranış odaklı stratejilerin performansa nasıl dönüştüğünü inceleyen bir boşluk olmuştur. Öz liderlik, davranış odaklı stratejilerin başlangıçta belirli görev alanlarında performansla ilgili tutum algılarına sahip olmalarını gerektirebilir. Yani kendi kendine liderlik, davranış odaklı stratejilerin kullanılması sonucunda performansı etkileyen iş tatmini algılarını etkileyebilir (Courtright vd., 2011).

Davranış odaklı stratejilerle ilgili olarak Manz, Bandura'nın (1977, 1992) öz denetim çalışmalarının ötesine geçen bir teori geliştirdi. Manz'ın (1992) öz-liderlik (davranış odaklı) teorisi, çalışanların bir iç öz-kontrol sistemine sahip olduğunu düşünen (Manz, 1979) genişletilmiş bir "öz liderlik" perspektifidir; günlük faaliyetlerini yönetirken kendi kendini yönetme ödülleri ve cezalarını içermektedir (Bandura, 1977; Thoresen ve Mahoney, 1974; Manz ve Sims, 1980). Öz liderlik, davranış odaklı stratejilere yaptığı vurgu ile, kendimizi zor, çekici olmayan ama gerekli görevleri yerine getirirken yönetmeye yönelik öz disiplin odaklı stratejiler önerir. Manz (1992) bu stratejileri öz gözlem yapabilme, kendi kendine hatırlatıcılar oluşturma, öz ödüllendirme, kendine ceza verebilme uygulamaları olarak belirlemiştir.

Manz'a (1992) göre, kendi kendine gözlemlene, çalışanların işlerinin ilerleyişini ne ölçüde takip edebileceklerini (yapmaya çalışabileceklerini) veya kendi iş performanslarının ne kadar farkında olduklarını açıklamaktadır. Kendi kendine hatırlatıcılar belirleme stratejileri, çalışanların kendilerine önemli görevlerini hatırlatmak için fiziksel ipuçlarını ne ölçüde kullandığını göstermektedir (Manz, 1992). Kendi kendine hedef belirleme, çalışanların kişisel hedefleri kullanarak kendi kendilerini yönlendirmelerini sağlar. Bireysel ödül, çalışanların ödülleri hem fiziksel hem de zihinsel düzeyde kullanma derecelerini temsil eder. Kendi kendini cezalandırma, çalışanların bir şey yapmadıkları zaman suçluluk duygusuyla istenmeyen davranışlarını ne ölçüde düzelttiklerini temsil eder (Manz, 1992).

Öz liderlikte davranış odaklı stratejiler ve iş tatmini arasında bir ilişki olduğunu gösteren doğrudan ampirik kanıtlar olmamasına rağmen, öz liderlik ve iş tatmini arasında bir ilişki olduğunu savunan geniş bir literatür vardır (Bass, 1990; Hater ve Bass, 1988). Ayrıca, öz liderlikte davranış odaklı stratejilerin kullanılması, performans sonuçlarını olumlu etkileyen kontrol ve sorumluluk algısını kolaylaştırmaktadır (Manz, 1983, 1992).

2.3.2. Doğal Ödüllendirme Stratejisi

Doğal ödül stratejileri, bir kişinin sorumluluğunda olan görev veya faaliyetin, eğlenceli yönlerini ön plana çıkararak motive edildiği veya ödüllendirildiği durumlar oluşturmayı amaçlamaktadır (Manz ve Neck, 2004). Temelde 2 ana ödüllendirme stratejisi vardır. Bunlardan ilki, verilen aktiviteye hali hazırda var olandan hoş ve keyifli nitelikler ilave edebilmeyi barındırır, böylelikle iş doğalında ödül olarak görülür (Manz ve Sims, 2001). Diğeri ise, odağı işin nahoş özelliklerinden uzaklaştırarak ve işin doğal olarak ödüllendirme yönlerine odaklayarak algıyı şekillendirmekten oluşur (Manz ve Neck, 2004). Stratejilerin ikisinin de öz güdülemesinin ana oluşumları olan yeterlilik ve güvengelik hisleri oluşturması olasıdır (Deci ve Ryan, 1985). Kısaca, doğal ödül stratejileri verimi arttırmaya yönelik olarak, iş tanımı ile ilgili davranışlara enerji katmaya ve çalışanın yeterliliklerini belirleme duygularını harekete geçirmeye yardımcı olmak için tasarlanmıştır (Houghton vd., 2007).

2.3.3. Yapıcı Düşünce Modeli

Yapıcı düşünce modeli izlemleri, verimliliği artırabilecek düşünme şeklinin meydana gelme sürecini kısaltmak için oluşturulmuştur (Manz ve Neck, 2004; Neck ve Manz, 1992). Yapıcı düşünce modeli stratejileri, bir işlevi olmayan inanış ve hipotezlerin tanımlanmasını ve değiştirilmesini, mantıksal imgelerin ve olumlu düşünceler ile kendini motive etme uygulamalarını içerir. Bireyler ilk önce düşünce yapılarını, işlevsiz irrasyonel inanç ve varsayımları daha yapıcı düşünce süreçleriyle karşı karşıya getirip değiştirerek incelemelidir (Neck ve Manz, 1992; Burns, 1980; Ellis, 1977). Olumsuz ve yıkıcı kendi kendine konuşma tanımlanmalı ve yerine daha olumlu ve olanaklı iç diyaloglar konulmalıdır (Houghton vd., 2007).

Kendi kendine konuşma, insanların gizlice kendilerine söyledikleri şeyler olarak tanımlanır (Neck ve Manz, 1992, 1996) ve zihinsel öz değerlendirmeler ve tepkiler içerir

(Ellis, 1977; Neck ve Manz, 1992). Kendi kendine konuşma kalıplarını dikkatle analiz ederek, olumsuz ya da kötümser olan düşünceler bastırılabilir ya da ortadan kaldırılabilir ve daha iyimser kendi kendine diyaloglarla değiştirilebilir (Seligman, 1991). Son olarak, zihinsel imgeler, gerçek açık fiziksel kas hareketinden önce bir deneyim veya görevin sembolik ve gizli bilişsel oluşumudur (Driskell vd., 1994; Finke, 1989; Neck ve Manz, 1992). Bir faaliyetin gerçek performanstan önce başarılı bir şekilde gerçekleştirilmesini öngören bireylerin, gerçek görevle karşılaştıklarında başarılı bir şekilde performans göstermeleri daha olasıdır (Manz ve Neck, 2004). Bu iddiayı değerlendirmek için Driskell vd. (1994) yapmış oldukları 35 ampirik çalışmanın bir meta-analizini gerçekleştirmiş ve zihinsel görüntüler için bireysel performans görevleri üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir pozitif etki bulmuşlardır.

2.4. Öz Liderlik Konusunda Yapılmış Başlıca Çalışmalar

Houghton, Dawley ve DiLiello'ya (2012) göre, şu andaki ekonomik belirsizlik ve şiddetli rekabet zamanlarında pek çok firma, tüm kurumsal bölümlerinde çalışanların daha fazla sorumluluk almaları için güçlendirici liderlik içeren yeni bir yönetim modeli olan öz liderliği benimsemeye başlamışlardır (Houghton ve diğerleri, 2012).

Houghton vd. (2012) başlangıçta öz liderlikle ilgili akademik makalelerin çoğunun kavramsal araştırmaya odaklandığını belirtmektedir. Bununla birlikte, gözden geçirilmiş öz liderlik anketinin (Houghton ve Neck, 2002) yayınlanmasından bu yana, daha ampirik çalışmalar yapılmıştır (örneğin Şahin, 2008; Uğurluoğlu vd., 2013). Bu çalışmaların çoğu Avrupa, Amerika Birleşik Devletleri ve Asya'da, yapılmış olup, Güney Afrika'da ise tek bir çalışma Mahembe, Engelbrecht ve De Kock (2013) tarafından yapılmıştır. Bu çalışma, Güney Afrikalı bir üniversitede tam zamanlı çalışan genç yetişkinlere uygulanmıştır.

Furtner vd., (2012) yapmış oldukları çalışmalarda, kişisel liderlik stratejilerinde tam kapsamlı bir öz liderlik eğitimi ile öz liderliğin kişiye empoze edilebileceği sonuçlarına ulaşmışlardır. Bu çalışma akademik olarak onaylanmıştır. Ancak, akademik başarı alanındaki öz-liderlik eğitiminin etkileri ve sonuçları henüz ampirik olarak incelenmemiştir (Sampl, Maran, & Furtner, 2017).

Furtner vd., (2012) rastgele seçilen kişilerden oluşturula bir örneklem üzerinde çalışma yaparak öz liderlik eğitimi ile belirlenmiş bir grup içerisinde, kendi kendine

liderlik eğitiminin kişilerin ruh hallerini ve işlerindeki verimliliklerini değiştirebileceğini gözlemlermişlerdir.

Lucke ve Furtner (2015), askerleri örneklem aldıkları araştırmalarında, öz liderlik eğitiminin askerler üzerindeki etkilerini yorumlamışlardır. Öz liderliğin askerlerin stress durumlarını olumlu yönde etkilerken, zihin ve beden aktivitelerini arttırdığını tanımlamışlardır.



3. GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ

Girişimcilik, akla ilk gelen anlamıyla, bazı riskleri göze alarak kar etmek amacıyla fikrinizi gerçekleştirmek, iş kurmaktır. Rekabet üstünlüğü elde etmek, refah seviyesinin yükselmesi girişimcilik sonuçları arasında yer almaktadır. Gelişmiş ülkeleri göz önünde bulundurduğumuzda girişimcilik eğilimleri yüksek birey sayısının fazla olduğunu gözlemleyebiliriz.

Girişimcilik eğilimi, kişinin düşüncesinde oluşturduğu, bir eylemde bulunmadan önce kendi için iş planı belirlemesidir.

Girişimcilik faaliyetleri gösterilmesinin sebeplerine yönelik yapılan araştırmalar girişimcilik kavramının üretkenlik, girişkenlik ve benzeri birçok psikolojik kavram ile açıklamaktadır (Wilken, 1979). Bu yaklaşımı, Brockhaus (1975; 1980) girişimcilik ile kontrol merkezli olma ve risk alabilme davranışlarının ilişkisini incelemesi takip etmiştir. Yapılan başka bir çalışmadaysa girişimciliğin dürtücü faktörlerinin bireysel özellikler ve tavırlar olduğu savunulmuştur (Franke ve Lüthje, 2004). Girişimcilik eğilimini bireysel faktörlerle açıklamanın temeli McClelland'ın (1961) çalışmalarından kaynaklanmaktadır. Sonraki süreçte ise girişimcilik konusu araştırmalarda birçok bireysel faktörün girişimcilik eğilimiyle ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Girişimcilik eğilimiyle ilişkili olduğu tespit edilen diğer özellikler ise risk alabilme (Hisrich ve Peters, 1989), başarı gereksinimi (Johnson, 1990), kontrol odaklı olmak (Bonnett ve Furnham, 1991), önceden riskleri görüp harekete geçebilmek (Crant, 1996), özerklik (Lumpkin, vd., 2009) ve üretkenliktir (Mueller ve Thomas, 2001).

3.1. Girişim, Girişimci, Girişimcilik

Girişimcilik, küreselleşen dünya ile eskiye göre daha çok gündemde olan bir konu olmaya başlamıştır. Girişimciliğin alanı çok geniştir, girişim ve girişimci kavramlarını da kapsamaktadır.

3.1.1. Girişim

Girişim, TDK'da "Bir işe girişme, teşebbüs" olarak açıklanmaktadır. Girişim, var olmayan bir girişim eylemine sebep olan bir dizi işlemler, çalışmalar, onaylama ve

mümkün olan tüm faaliyetlerin sürece dahil edilmesidir. Kültürel eylemler şeklinde de tanımlanabilen girişim, ürünlerin yaşam sürecini kısaltan, ürün ve hizmet üreticilerinin devamlı olarak yeni bir fikir, fırsat bulma çabasında olduğu, kurumsal yaşamda gelişim için mecburi kabul edilen bir süreç olarak görülmektedir (Özşahin ve Zehir, 2011:48).

3.1.2. Girişimci

Girişimci temelinde bireyi tanımlamak için kullanır. Bu yüzden girişimci ifadesiyle adlandırılan bireyin birtakım özelliklere sahip olması gerektiği de rahatlıkla söylenebilir. Bu ifadeden yola çıkarak “girişimci” kelimesi yıllar içerisinde yapılan araştırmalarda değişik şekillerde işlenmiş ve girişimci kavramı ana özellikleriyle birlikte literatüre kazandırılmıştır. Girişimci kavramını inceleyen ilk isimlerden biri olarak bilinen Cantillon’un (1931) literatürde çoğunlukla girişimciyi tüketici ve üretici arasındaki ilişkinin oluşturulmasındaki eşgüdümci görevi üzerine odaklandığı görülmektedir. Girişimci, dünyada değişim oluşturan, karlı bir iş kuran kişidir. Girişimci risk alarak fikrini hayata geçirir, ekonomik değer ortaya koyar. Girişimciyi yetenek, cesaret ve birikim bileşenleriyle tanımlayabiliriz. Mark Casson (1998) ise girişimci kavramını “yargısal karar alma yeteneği ile ilişkilendirmiş ve girişimciyi kıt kaynakları koordine etmekle ilgili yargısal kararları almakta uzmanlaşan kişi” şeklinde ifade etmiştir (Havinal, 2009).

3.1.3. Girişimcilik

Girişimcilik doğru bir strateji belirleyip, doğru zamanı hesaplayıp düşüncenizi eyleme dökmektir. “Girişimcilik, gerekli zaman ve gücü ortaya koyarak değer yaratan yeniliği yaratma süreci olup, ilişkili finansal, fiziksel ve sosyal riskleri varsayarak sonucunda maddi, manevi ve kişisel tatmin ve bağımsızlık sağlayabilmektir” (Hisrich & Peters, 1998). Microsoft’un kurucusu olan Bill Gates, otomobil sektöründe kitle üretime geçişi sağlayan Henry Ford ve Amazon.com’un kurucusu olan Jeff Bezos bugünkü dünyanın en önemli girişimci örneklerini oluşturmaktadır (Thomberry, 2001: 256-527).

3.1.4. Girişimci Olmayı Etkileyen Faktörler

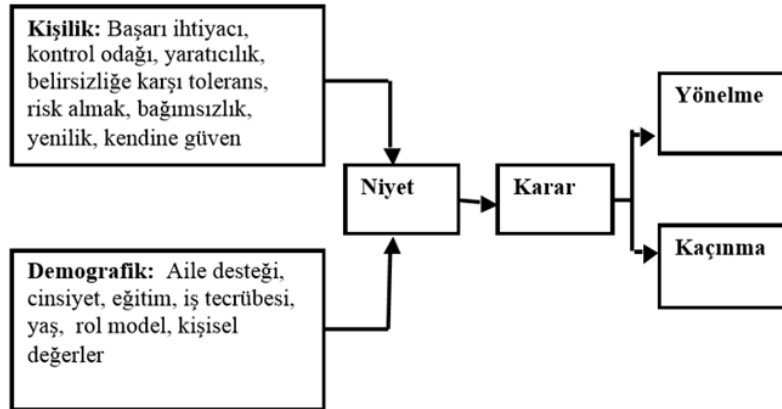
Günümüzde girişimcilik önemli bir konu haline gelmiş olup pek çok bilimsel araştırmanın da konusudur. Bu çalışmalar sonucunda girişimlerin çevreyle karşılıklı etkileşim halinde olduğu görülmüştür. Bu doğrultuda girişimciliği etkileyen faktörler literatürde üç yaklaşım ile açıklanmıştır.

Bunlar,

- Bireysel yaklaşım,
- Çevresel yaklaşım,
- Firma yaklaşımıdır (Durak, 2011)

3.1.5. Bireysel Yaklaşım

Bireysel yaklaşım, çoğunlukla girişimcinin kişiliğine ve kabiliyetlerine yönelik araştırmaları kapsamaktadır. Bu araştırmalarda çıkış noktası “belli bir özellikteki bireylerin yeni bir iş kurma çabası gösterdiklerini ve girişimcilik faaliyetlerinde olumlu geri dönüş aldıkları” ile alakalıdır (Littunen, 2000, s.296). Bu çalışmalara göre bireysel yaklaşım girişimciyi demografik, kişilik ve psikolojik özellikleri üzerinde durarak açıklamaya çalışan yaklaşımdır (Naktiyok, 2006) .



Şekil 3.1. Girişimci Olmayı Etkileyen Bireysel Değişkenler

3.1.6. Çevresel Yaklaşım

Girişimcilikle ilgili araştırmalarda kişisel özelliklerin mi yoksa çevresel faktörlerin mi daha fazla etkili olduğu bir tartışma konusu olmuştur. Çevre girişimcilikle karşılıklı etkileşim içinde olduğu için girişimciliği olumlu veya olumsuz yönde destekleyebilir. Çevre girişimci için fırsat veya tehdit oluşturabilir (Kayış, 2010).

Çevre yaklaşımını göz önüne aldığımızda en büyük etken kültürdür. Yaşadığımız çevrenin kültürü karakterimizi etkiler. Din, yaşam şekli, özgürlük sınırları, içe dönük, dışa dönük olmak gibi çoğu şey yaşadığımız topluma göre şekillenir. Girişimcilik eğilimimizi de yine yaşadığımız toplum özellikleri şekillendirebilir (Göçmen, Özkaya, 2007)

3.1.7. Firma Yaklaşımı

Firma yaklaşımı, yani bir diğer adıyla iç girişimciliği firmanın çalışanlara verdiği risk alma yetkisi olarak tanımlayabiliriz. Örneğin bir satıcı müşteri için başka bir firmadan al-sat yapma kararını kendi verebiliyor mu? Kazancının yüksek olacağını düşünerek birtakım riskleri göze alıp kendi kararını verme yetkisini firma ona sağlıyor mu? Yenilik yapmaya açık bir firma politikası oluşturulursa iç girişimcilik doğrusal olarak artacaktır (Döm, 2006).

3.2. Girişimciliğin Önemi

Avcı, toplayıcı yaşayış tarzından sonra geçilen yerleşik hayatta tarım faaliyetleri artmıştır. İnsanlar fazla fazla üretim yapıp, ihtiyaçlarından artanı takas suretiyle veya para gibi emtia karşılığında ticari olarak ilk girişimcilik fikrini ortaya çıkarmışlardır.

Küresel dünyada bilgi devrine geçişle birlikte girişimcilik daha çok önem kazanmıştır. Eskiden üretimde insan emeği daha önemliyken, gelişen teknoloji ile birlikte emekten çok üretimde bilgi öne çıkmıştır (Özkul, 2007; Soysal, 2010).

Batı dünyasında geçiş sürecinin temsilcisi olarak Newton'u gösterebiliriz. Batıdaki girişimciler ticaret yaparak ekonomilerini güçlendirmişler ve siyasette de söz sahibi olmaya başlamışlardır. Bu da batıdaki sınırların çizilmesini, sınırlardaki ekonomiyi

etkilemiştir. Dolayısıyla batıdaki girişimcilerin ilk amacı da kendi sınırlarındaki ekonomik gücü arttırmak olmuştur.

Türkiye’de ise ilk girişimcilik faaliyetleri yerleşik hayata geçiş ile başlamıştır. Selçuklular döneminde kurulan Ahilik teşkilatını da bir girişimcilik örneği olarak göstermek mümkündür. Esnaf ve sanatkarlardan oluşan bu teşkilat siyasi açıdan da önemli bir etkiye sahip olmuştur. Cumhuriyetin kurulmasıyla ise girişimcilik daha da önem kazanmıştır. Girişimciliği ilerletmek 1960larda birtakım kanunlar çıkarılmıştır (Güngör, 1999).

Bilgi çağına geçişle birlikte 21. Yüzyılda yönetmek ve liderlik etmek bir hayli önemli duruma gelmiştir. Girişimci kişilerin liderlik ve yönetme fonksiyonları yüksek olduğu için de girişimciliğe verilen önem artmıştır (Durukan, 2005).

Rowan Gibson bilgi çağı girişimcilerini SWOT analizi yapabilen, rekabet ortamını izleyebilen, yeni buluşlara yatkın bireyler olarak tanımlamıştır (Gibson, 1997).

Bilgi çağı girişimcileri, ortaya çıkan yenilikleri takip etmeli, bazı riskleri göze alarak çağın gereklerini yerine getirecek kararlar verebilmelidirler. Bu da onların liderlik konusundaki başarılarını gösterecektir (Süzer, 2005). Samsung firmasının eski ürünlerinin görünüşünü yenilmek istemesi ve bir takım tasarım çalışmaları başlatmasını buna örnek olarak gösterebiliriz. Zor bir karar veren yönetim kurulu başkanı Kun-Hee Lee öncelikle perakendecilerinden eski ürünlerini toplatmıştır. Daha sonra yeni tasarıma sahip olan ürünlerini, gelir düzeyi yüksek kişileri hedef alan mağazalarda satışa sunmuştur. Bu stratejiyle olumlu sonuçlar alan Samsung, 2003 yılı satış hasılatını 36,9 milyar dolar olduğunu paylaşmıştır (Süzer, 2005).

3.2.1. Girişimciliğin Ekonomik Kalkınma Açısından Önemi

Girişimcilik faaliyetleri ekonomik kalkınma için itici güç olarak görülmektedir. Verimlilik ve yaratıcılık gerektirdiği için bilginin önemini artırırken, temeldeki faktör olarak insanı da ön plana çıkarmaktadır. Girişimciliğin ekonomik kalkınma içerisindeki önemi, aktif olarak yer alınan ekonomik faaliyetlerin içerisindeki girişimciyi destekleyen olguların var olması ve nitel olarak uygun olması ile direkt olarak ilgilidir (Ulucan, 2015).

Girişimcilik işsizlik sorununa bir çözüm olabileceği gibi ekonomik gelişme için olmazsa olmazdır. Girişimciler üretim kaynaklarını yeni teknolojiye uygun olarak kullanılmayan üretim faktörlerine adapte ederler. Bu şekilde hem üretim miktarını hem de ekonomik kalkınma hızını arttırmış olurlar.

Girişimciyi 6 ana bileşenle ifade edebiliriz. Bu bileşenler;

- Risklere karşı esnek bir kùltùr,
- Devamlılığı olan siyasa ve liderlik,
- Maddi kaynaklara ulaşım kolaylığı (melek yatırımcılar, girişim sermayesi vb.),
- Gerek miktarda iş gücü,
- Girişime uygun pazarlar ve ùrünler,
- Maddi desteğin olması (Isenberg, 2010).

Carree vd. (2002), yapmış olduğu çalışmalar soncunda girişimcilik ve ekonomik kalkınma arasında ilişki olduğunu ve yeterli seviyede girişimcilik faaliyetlerinin olmadığı bir ùlkenin aşağı yùnlù bir ekonomik güce sahip olacağına inanmaktaydılar. İşsiz birey oranının ùst seviyeler olması, girişimcilik faaliyetlerine başvurmanın dùřùk gidere mal olmasından dolayı kişileri kendi işletmelerini kurmaya teşvik edebilmektedir. Ama kendi işletmelerini kuranların sayısı artarsa da bu durumun rekabeti arttıracadığını, karların azalması sonucunu getireceğini söylemektedir. Yani, uygun seviyedeki girişimcilik olayları ùlkenin ekonomisine katkı sağlamaktadır (Aslan, 2009). Girişimcilik faaliyetleri, ùlkelerin ekonomilerindeki endùstri yapılarını değiştiren ana faktùrdùr. Endùstri yapısında değişiklik meydana getiren en kritik faktùrlerden biri de kùùk işletmelerdir. Kùùk işletmelerin sayısı arttıka (yani girişimcilik faaliyetleri çoğaldıkça) endùstrinin de yapısı gelişmektedir (Aslan, 2009). Özetle girişimcilik faaliyetleri, işletmelerin kurulmasında ve toplumsal oluşum sürecinde farklılaşma oluşturmakta ve ilerlemesini sağlamaktadır.

GEM raporlarında (2013) girişimcilikle toplumun gelişmişliği arasındaki ilişkinin U şeklinde olduğu belirtilmiştir. Özetle, toplumsal ilerleme konusunda geride kalmış ùlkelerde bireylerin, örgùtlerde çalışma fırsatı bulamadıkları için girişimcilik faaliyetlerine yùnelerek kendi işlerini yaratmaya yùnlenmeleri kaçınılmaz olmaktadır. Sonuç olarak dùřùk seviyedeki ve orta düzeyde kazanca sahip olan ùlkelerde girişimcilik faaliyetleri yùksek düzeydedir. Yùksek kazanç seviyesine sahip ùlkelerde ise bireyler hali hazırda varlığını sùrdùren şirketlerde kolaylıkla iş başı yapabileceklerinden girişimcilik çabasına girmeyeceklerinden girişimcilik faaliyetlerinin sayısının az olduğu gùrùlecektir (Amoros ve Bosma, 2014).

Rekabet seviyesindeki yükselme ve verimlilik düzeyindeki artış ile birlikte, etkileşim içerisindeki bir süreç oluşturulmakta ve rekabet dolayısıyla şirketler, tüketici talebine karşı çok daha hızlı ve kaliteli dönüş yapabilecek ürünlerin ve hizmetlerin oluşturulmasını, buna bağlı olarak da işgücünü ve üretim gücündeki verimliliği artırmaktadır. Bunun bir getirisi olarak da verimlilikteki artış, pazardaki var olan rekabetin de hızlanmasını doğurmaktadır (Marangoz, 2008). Bu süreç içerisinde, nitelik açısından daha donanımlı, maliyeti düşük ve farklı ürünlerin üretimi yoluyla tüketiciye yarar getirmekte, bu da ekonomik olarak dinamiklik getirmektedir. Girişimci bireyler, mevcut pazardaki rekabet baskısında artışı sağlayarak, rakip firmaları etkinliklerini ve prodüktivitesini arttırmaya ve de yeni faaliyetlere girişmeye zorlarlar. Sonuç olarak da toplum refahına yönelik yeni iş fırsatları ve ekonomik gelişme sağlanmakta, tüketici taraf için ise daha fazla seçenek oluşturmaktadır (Marangoz, 2008). Dünya Ekonomik Forumu tarafından hazırlanan 2013-2014 GCI raporunda 148 ülke için rekabet faaliyetlerinin oranlarını hesaplanmıştır. Tablo 3.1.'de ülkelere ait olan rekabet oranları ile girişimcilik faaliyetlerinin oranları verilmektedir (Amoros ve Bosma, 2014).

Tablo 3. 1. Küresel Rekabetçilik Endeksleri ve Girişimcilik Endeksleri

ÜLKELER	KÜRESEL REKABETÇİLİK ENDEKSİ	REKABETÇİLİK SIRASI (148 ÜLKE ARASINDA)	GİRİŞİMCİLİK ENDEKSİ (GEM 2013)
GELİŞMİŞ ÜLKELER			
İSVİÇRE	5,67	1,00	8,20
ABD	5,48	5,00	12,70
ALMANYA	5,51	4,00	5,00
KANADA	5,20	14,00	12,20
ÇEK CUMHURİYETİ	4,43	46,00	7,30
SİNGAPUR	5,61	2,00	10,70
İTALYA	4,41	49,00	3,40
İSRAİL	4,94	27,00	10,00
HOLLANDA	5,42	8,00	9,30
YUNANİSTAN	3,93	91,00	5,50
İRLANDA	4,92	28,00	8,20
PORTEKİZ	4,40	51,00	8,20
İSVEÇ	5,48	6,00	8,20
GELİŞMEKTE OLAN ÜLKELER			
TÜRKİYE	4,45	44,00	*
ŞİLİ	4,61	34,00	24,30
PERU	4,25	61,00	23,40
KOLOMBİYA	4,19	69,00	23,70
PANAMA	4,50	40,00	20,60
GELİŞMEMİŞ ÜLKELER			
İRAN	4,07	82,00	12,30
UGANDA	3,45	129,00	25,20

Tablonun Devamı

HİNDİSTAN	4,28	60,00	9,90
ANGOLA	3,15	142,00	22,20
CEZAYİR	3,79	100,00	4,90
ZAMBİYA	3,86	93,00	39,90

2013-2014 GCI raporuna göre ülkelerin rekabet oranları incelendiğinde İsviçre'nin ilk sırada olduğu görülmektedir. Şili ise Latin Amerika'da ilk sıradadır ve genele bakıldığında 34. Sırada bulunarak en rekabetçi ekonomi konumuna gelmiştir. Buna ek olarak Şili aynı zamanda %24,3'lük girişimcilik oranıyla gelişmekte olan ülkeler içerisinde girişimcilik faaliyetlerinin en fazla gerçekleştirildiği ülkeler arasında bulunmaktadır. Küresel Rekabet Gücü Endeksi'nde ABD ise sıralamada son zamanlarda yaşamış olduğu gerilemeyi durdurarak yükselmeye başlamış, 2013- 2014 yılı raporuna göre dünyanın en rekabetçi 5. Ülkesi içerisinde yer almıştır. Türkiye'ye baktığımızda ise 2012-2013 döneminde rekabet oranı olarak 2011-2012 dönemiyle kıyaslandığında 15 basamak birden ilerleme göstererek 59'unculuktan 44'üncülüğe çıkış yapmıştır. 2013-2014 GCI raporunda Türkiye'nin ekonomik olarak 2011'de yüzde 8,4 artış gösterdiği vurgulanarak, ekonomik açıdan güvenilebilir, iş dünyası olarak da şartlara uygun vaziyette olduğu belirtilmiştir (Ulengin vd., 2012).

3.2.2. Girişimciliğin Sosyal Kalkınma Açısından Önemi

Kalkınma; ülkenin ekonomik, toplumsal, siyasal yapılarının değişerek insan yaşamının maddi ve manevi alanda ilerlemesi ve giderek toplumun refahının artmasıdır. Bunu sadece rakamlarla ifade edilen ekonomik kalınma başlığı altında düşünmek yanlıştır. Ekonomik büyüme toplumun maddi açıdan refahını sağlama yönünde çok önemlidir, ancak tek başına kalkınmışlığı ifade etmeye yeterli değildir. Üretim kapasitesi arttıkça bir ülkede ekonomik kalkınma da artacaktır. Bunun yanında sosyal değişim ve gelişimler de meydana gelecektir. Örneğin, ulusal gelir dağılımında iyileşmeler meydana gelecek, eğitimde ve kültürel faaliyetlerde ilerleme görülecektir.

Toplumların değişim aşamalarına göre kalkınma kavramının anlamı değişiklik kazanmıştır. Bazı teoriler ve yapılan araştırmalar, ekonomik gelişmenin sosyal kalkınmayı desteklediğini ve böylelikle sosyal kalkınmanın da beşerî sermayeye ve insani refaha katkısıyla ekonomik kalkınmayı desteklediğini ve güçlendirdiğini ortaya çıkarmıştır.

Kalkınma kavramının da temel faktörü girişimcilikte olduğu gibi yine insandır. Girişimcinin toplumdaki önemi, kaynakları bir araya getirerek halkı yeni bir ürün veya hizmet ile tanıştırmak ve girişimcilik konusunda cesaret vermektir (Yelkikalan, 2010). Girişimci kendini ifade edebilme yeteneği, iletişim kurabilme ve organize edebilme gibi özelliklere sahip olduğu için topluma etki edecek ve sosyal iletişimin gelişmesi ile toplumsal kaynaşmayı da artıracaktır. Aynı zamanda toplumsal hareketliliğin artırılmasına, sınıflar arasındaki geçişin kolaylaştırılmasına da olumlu katkı sağlayacaktır (Akpınar, 2009).

Günümüzde kabul görmeye başlamış olan girişimciliğin, anlık kazançlardan çok, kalıcı ekonomik değer üretmeyi hedeflediği söylenebilir. Müftüoğlu'nun da vurguladığı gibi, girişimcilik ne pahasına olursa olsun maddi kazanç elde etmek değil, ekonomik değer oluşturmaktır (Müftüoğlu, 1995: 41).

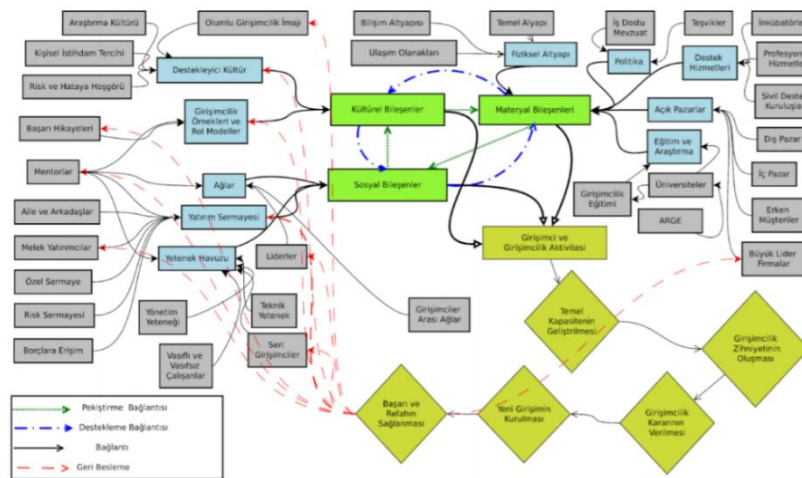
Girişimcilik yapmak için her zaman maddi yönden büyük rakamlara ihtiyaç olmaz. Bazı girişimcilik çalışmaları küçük bir sermayeyle de yapılabilmektedir. Bu da toplumda sermayeden dolayı cesareti kırılan büyük bir kesimi kendi şirketlerini, işlerini kurmaya teşvik etmektedir. Bunun sonucunda da devlette çalışmaya yönelik taleplerde azalma meydana gelmektedir. Dolaylı olarak da toplumdaki istihdam hacmi yükselmiş, kentsel alanlara göç azalmış olacaktır. Çarpık kentleşmenin de bu bağlamda azaldığı söylenebilir (İlhan,2004).

Dünyada baktığımızda gelişmiş bütün toplumlarda girişimciliğin gelişmiş olduğunu, bunun da ekonomik ve sosyal büyümeyi getirdiğini gözlemleyebiliriz. Bu toplumlarda refah düzeyinin yüksek olduğu, refah dağılımının gelişmemiş toplumlara oranla daha eşit olduğu, sosyal güvenlik kurumlarının gelişmiş olduğu, çok büyük bir işsizlik sorunu olmadığını, işsizlik durumu oluştuğunda dahi bunu çözebilecek bir sistem kurulmuş olduğunu söyleyebiliriz. Ayrıca işsizlik seviyesi düşen, devletten iş istemeyip kendi işini kurabilen toplumlarda sivil nitelikli yeni bir toplumsal dayanışma biçiminin ortaya çıkmaktadır. Maddi bir kazanç elde etme güdüsü olmadan insanlar yardımlaşmaya, sosyal sorumluluk projeleri oluşturmaya ve katılım göstermeye özen göstermektedirler. Günümüzde gelişmiş ülkelerde rastlanan bu tür sivil uygulamalar üçüncü sektör kapsamında ele alınmaktadırlar. Bu açıdan baktığımızda girişimciliğin toplumun enerjisini de körüklediğini, insan faktörüne sosyal alanda yeni anlamlar yüklediğini söyleyebiliriz (İlhan,2004).

3.3. Girişimcilik Ekosistemi Oluşturmak

Isenberg (2010)' e göre girişimcilik ekosistemini oluşturmak, geliştirmek için dikkat edilmesi gereken dokuz önemli konu vardır (Duman, 2019). Bunlar;

1. Silikon vadisine özenmeyi bırakmak,
2. Ekosistemi yerel koşullara göre şekillendirmek,
3. Özel sektörü en başından devreye sokmak,
4. Yüksek potansiyelleri tercih etmek,
5. Gemide büyük bir galibiyet kazanmak,
6. Kültürel değişimlere açık olmak,
7. Kökleri geliştirin,
8. Teknik süreçlere boğmayın; organik olarak gelişmelerine yardım edin,
9. Yasal, bürokratik ve düzenleyici çerçevelerde reform yapmaktır.



Şekil 3.2. Girişimcilik Ekosistemi Kavramsal Çerçevesi

3.3.1. Silikon Vadisine Özenmeyi Bırakmak

Başka bir Silikon Vadisi olmaya çalışmak hükümetler için sadece hayal kırıklığına uğramak ve başarısızlığa sürüklemek ile sonuçlanacaktır. Intel, Oracle, Google, eBay ve Apple gibi firmalara ev sahipliği yapan Silikon Vadisi'nin girişimcilik ekosisteminde “altın standart” olduğu yönünde çok fazla iddia bulunmamaktadır. Vadi her şeye sahiptir: teknoloji, para, yetenek, kritik bir girişim kitlesi ve işbirlikçi yeniliği teşvik eden ve

başarısızlığı hoş görebilen bir kültür. Dünya genelindeki kamu liderlerinin Kaliforniya'yı işaret edip istemelerinin sebebi de tam olarak budur.

Silikon Vadisi güçlü bir yerel havacılık endüstrisi, esnek Kaliforniya kültürü, Stanford Üniversitesi'nin endüstri için desteği, bir buluş devi olan Fairchild Semiconductor, doktora öğrencilerine yönelik liberal bir göç politikası gibi birçok faktöre sahipti. Bir ironi olarak, kendi de özenerek var olmaya çalışsaydı şimdi Silikon Vadisi diye bir şey olmazdı. Bu Silikon Vadisine özenmeyin bırakmak için söylenebilecek ilk sebeptir.

İkinci sebep ise Silikon Vadisinin çok fazla teknolojiye ve teknik uzmana sahip olmasıdır. Bunun gibi “bilgiye dayalı sanayi” geliştirmek her hükümetin arzusudur. Ama bu birden olabilecek bir şey değildir. Bunun için uzun yıllar boyunca nesiller boyu sürecek bir eğitim yatırımı ve dünya standartlarında fikri mülkiyet geliştirme yeteneği gerekmektedir. Bunun da ötesinde, bir bilgi endüstrisi ve muazzam bir teknoloji alt yapısı gerekiyor. En iyi girişimcilerin teknoloji tabanlı işletmelerin %1ine yatırım yaptıklarını ve bunların da bir kısmının başarısız olduğunu da düşününce Silikon Vadisini taklit etmemek için ikinci sebebimizi de bulmuş oluyoruz.

Üçüncü bir sebep ise Silikon Vadisi yerel girişimler üreten bir yer gibi görünse de gerçekte, dünyanın dört bir yanından akın eden, genellikle kendi etnik alt kültürlerini ve organizasyonlarını oluşturan girişimciler için çok güçlü bir çekim alanıdır. Gordon Moore'un “nakil endüstrisi” dediği şey budur. Ve mevcut sakinleri girişimci seçimi yapmaya teşvik eden, daha sonra başarılı olan bir ekosistemi teşvik etmek zor olduğundan, bir girişimcinin "Mekke" sini oluşturmak daha da zordur (Isenberg, 2010).

3.3.2. Ekosistemi Yerel Koşullara Göre Şekillendirmek

Hükümet liderleri hangi girişimcilik vizyonunu hedeflemelidir? Bir hükümet için en zor, ama en önemli şey, hedeflerini kendi yerel girişimcilik boyutlarına, stiline ve iklimine uyacak şekilde belirlemektir.

Ruanda, Şili, İsrail ve İzlanda'nın çarpıcı farklılıkları, liderlerin doğal kaynaklar, coğrafi konum veya kültür olsun, kendi koşullarının gerçekliğine dayanan çözümler geliştirebilmelerinden kaynaklıdır. Ruanda hükümeti soykırım sonrasında güçlü, müdahaleci bir strateji uygulamış ve gelişme potansiyeli olan üç yerel endüstriyi (kahve, çay ve turizm) tespit etmiştir. Örneğin, çiftçilere kahveyi uluslararası standartlara yetiştirmeleri, paketlemeleri ve yurtdışı dağıtım kanallarına ulaştırmaları için eğitim

vererek bu endüstrileri destekleyecek kurumları aktif olarak organize etti. Ruanda'nın önceliği milyonlarca insana kazançlı istihdam yolu sağlamaktı. Çalışmaları, neredeyse tamamen iki ve üç kişilik ekiplerden oluşan 72.000 yeni girişime yol açtı, bu da on yıl içinde ihracatı üç katına çıkardı ve yoksulluğu % 25 oranında azalttı.

Şili ise balıkçılık gibi bol doğal kaynaklara sahip olduğu sektörlerle odaklandı. Ruanda'da olduğu gibi, hükümet Augusto Pinochet'nin ilk yıllarında girişimcilik ekosistemine güçlü, müdahaleci yaklaşımı benimsedi ve Şili'nin orta sınıfının balıkçılık faaliyetleri için finansman ve lisans almasını kolaylaştırdı. Hükümet ayrıca yeni girişimlerin girdi maliyetlerini azaltmak için emeği azalttı ve ihracat pazarlarında rekabet gücünü korumak için Şili'nin para birimini maliyeti düşük olacak şekilde tuttu.

Bununla birlikte, doğal kaynaklar çoğu zaman bir ekosistemin önemli bir bileşeni değildir. Girişimcilik, bu tür kaynaklar az olduğunda insanların daha yaratıcı olmalarını zorunlu kılmaktadır. Tayvan, İzlanda, İrlanda ve Yeni Zelanda, büyük pazarlardan uzak kaynak fakir "adalar" olarak, beşerî sermayeye dayalı ekosistemler geliştirmişlerdir. İsrail de yine aynı stratejiyi takip etmiştir. 1970'lerde ve 1980'lerde, eşsiz ekosistemiyle, büyük askeri Ar-Ge çalışmalarıyla, sermaye ve müşterilere güçlü kopuntu bağlantıları sağlamasıyla, eğitimi ve bilgeliği ödüllendiren bir kültüre sahip oluşuyla gelişigüzel gelişim gösterebilmiştir (Isenberg, 2010).

3.3.3. Özel Sektörü En Başından Devreye Sokmak

Hükümet ekosistemleri tek başına inşa edemez. Sadece özel sektör, kendi kendini sürdüren, kâr odaklı pazarlar geliştirme motivasyonuna ve perspektifine sahiptir. Bu nedenle, hükümet özel sektörü erkenden girişimcilik stratejisine dahil etmeli ve ekosistemin başarısında önemli bir pay tutmasına izin vermelidir.

Özel sektörü dahil etmenin bir yolu, yapısal engelleri azaltmak, girişimci dostu politika ve programların formüle etmek, erken ve doğru tavsiyeler için firma temsilcilerine ulaşmaktır. Gerekli uzmanlık yurtiçinde mevcut değilse, genellikle göçmenler arasında yurtdışında bulunabilir. 1980'lerde Tayvan hükümeti Tayvanlı kopuntu ile uğraştı, önde gelen ABD şirketlerinin yöneticilerine danıştı ve girdilerini toplamak için sürekli forumlar kurdu. Hükümet gurbetçilerin önerilerini temel alan, kurulacak olan veya kurulan yeni tesisleri işletmek için 1990'larda yurtlarına geri dönecekleri programlar uyguladı. Örneğin, Texas Instruments'ın eski grup başkan

yardımcısı Morris Chang memleketine geldi ve sonunda Tayvan'ın ikinci yarı üretim tesisi olan TSMC'yi kurdu ve işletti (Isenberg, 2010).

3.3.4. Yüksek Potansiyelleri Tercih Etmek

Küçük ölçekli girişimciler için mikro finansın yaygınlaştığı bir dönemde, yüksek potansiyele sahip girişimcileri desteklemek için kaynakların yeniden tahsisi elitist görünebilir. Ancak özellikle kaynaklar sınırlıysa, programlar öncelikle büyük potansiyel pazarlara hitap eden hırslı, büyümeye yönelik girişimcilere odaklanmaya çalışmalıdır.

Yüksek potansiyelli girişimlerin ve küçük ölçekli istihdam alternatiflerinin sosyal ekonomileri önemli ölçüde farklıdır. 500 mikro finansmanlı tek mülkiyet ve hızla küreselleşen 500 kişilik bir operasyon aynı sayıda işi yaratırken, birçok uzman servet yaratımının, diğer girişimlere ilham verme gücünün, işgücü zenginleştirmesinin ve itibar değerinin ikincisiyle çok daha fazla olduğunu savunuyor. Bunu tanıyan bir kuruluş, dünya standartlarında İrlanda şirketlerinin büyümesini desteklemekle sorumlu bir kuruluş olan Enterprise Ireland'dır. Özellikle ihracata yönelik girişimler, yenilikçi teknolojiye dayalı ve en az 1 milyon € satış ve üç yılda on iş yapabilecek girişimler olarak tanımladığı yüksek potansiyelli girişimlere danışmanlık ve finansal yardım sağlamak için bir program oluşturmuştur (Isenberg, 2010).

3.3.5. Gemide Büyük Bir Galibiyet Kazanmak

Son yıllarda, bir başarının bile bir girişimcilik ekosistemi üzerinde, kamunun hayal gücünü ateşleyerek ve taklitçilere ilham vererek şaşırtıcı bir şekilde uyarıcı bir etkiye sahip olabileceği açıklığa kavuşmuştur. Bu etkiyi "küçük sayıların yasası" olarak adlandırabiliriz. Mesela Skype'ın milyonlarca kişi tarafından kabul edilmesi ve nihayetinde 2.6 milyar dolarlık satış yapması yüksek eğitimli teknik insanları kendi şirketlerini kurmaya teşvik etmiştir. Aynı şekilde Çin'de Baidu'nun elde ettiği pazar payı ve dünya çapında tanınması, yeni nesil yeni girişimcilere ilham kaynağı olmuştur (Isenberg, 2010).

Erken ve gözle görülür başarılar, girişimcinin önündeki engellerin ve risklerin algılanıp azaltılmasına yardımcı olur ve somut ödülleri daha da belirginleştirir. Mütevazı başarıların bile bir etkisi olabilir. Girişimci eksikliği olan bir ülke olan Suudi Arabistan, girişimcilerin karşılaştığı sayısız yapısal ve kültürel engelleri yıkmak için zorlanmaktadır.

Bir genç Suudi, Abdullah Al-Munif, maaşlı işini bırakıp, kemerini sıktı, bürokrasiyle savaştı ve çikolata ile kendine yeni bir hayat başlattı. Sonuçta, Anoosh, işini 10 cadde mağazasından oluşan ulusal bir zincire dönüştürdü (kurabiye dükkanları) ve denizaşırı pazarlara ulaştı. Şimdi Al-Munif, girişimcilik seminerlerinde panelist olarak yer almaktadır (Isenberg, 2010).

Başarıları abartın. Hükümetler, gelişen girişimcilik çalışmalarını kutlamak konusunda abartılı olmalıdır. Medya, halka açık ödüller, hükümet literatüründeki konuşmalar ve röportajların hepsi halk üzerinde bir etki oluşturacaktır. Çünkü birçok kültür, kamuya açık herhangi bir başarı gösterisini övünç ya da kötü şansa, nazara yorabilmektedir (Isenberg, 2010).

Girişimci başarısının yapısal değişimi nasıl kolaylaştırabileceğinin bir örneği olarak, Kenya'da Nicholas Nesbitt ve iki ortağı tarafından 2004 yılında kurulan ilk uluslararası çağrı merkezi KenCall, uluslararası iletişim şebekesine yüksek hızlı fiber optik bağlantı eksikliği de dahil olmak üzere birçok bürokratik ve yapısal engelleri aşarak uluslararası bir merkez oluşturdu. Kenya hükümeti KenCall girişim faaliyeti övmek için yapının büyümesini beklemedi. Yeni kurulmuş olduğu halde hükümet ziyaretler için yabancı delegasyonları getirdi, şirketi resmi yayınlarda, basın bültenlerinde tanıttı ve uluslararası bir dış kaynak konferansına ev sahipliği yaptı. Hükümet yetkilileri ayrıca Doğu Afrika'nın ilk denizaltı fiber optik bağlantısının inşasını hızlandıran reform girişiminde bulunmak için KenCall örneğini kullanmışlardır (Isenberg, 2010).

3.3.6. Kültürel Değişimlere Açık Olmak

Derinlemesine kökleşmiş bir kültürü değiştirmek son derece zordur, ancak hem İrlanda hem de Şili, bir nesilden daha az bir zamanda girişimcilik hakkındaki sosyal normları değiştirmenin mümkün olduğunu göstermektedir. 1980'lere finansal hizmetler veya tarım sektöründeki istihdam İrlanda'nın gençlerinin ilk arzusuydu. Kredi temerrütleri için sıfır tolerans vardı. Ebeveynler çocuklarının kendi başlarına iş kurma konusunda cesaretlerini kırdı, bu yüzden çok azı cesaret edip kendi şirketlerini kurmayı düşünebiliyordu. Ancak 1990'larda, başarılı öncüler yol açtıktan sonra, İrlanda'da yüzlerce yeni yazılım şirketi kuruldu. Bazı ihraç ürünler halka açıldı. Birçoğu sağlıklı satış gelirleri elde etti (Isenberg, 2010).

Medya sadece kazanımları kutlamak için değil, tutumları değiştirmek için de önemli bir rol oynayabilir. Porto Riko'da en büyük günlük gazete olan El Nuevo Día,

haftalık bir başlangıç başarı öyküsü sayfası yayınlayarak yerel girişimciliği destekledi. Küçük kentte, bu hikâyeler hızla sosyal diyalogun bir parçası haline geldi ve girişimciliğin sunduğu fırsatlar ve ihtiyaç duyduğu araçlar hakkında farkındalık yarattı (Isenberg, 2010).

3.3.7. Kökleri Geliştirin

Yüksek potansiyelli girişimcileri kolay parayla geliştirmeye çalışmak büyük bir hatadır. Yeni girişimler, piyasanın sert yüzüyle erken karşılaşmak zorundadır. Bu tıpkı üzüm yetiştiricilerinin, üzümlerinin kök sistemlerini geliştirmek için ve üzümün daha lezzetli olması için başta suyu üzümlerden uzak tutması gibidir. Hükümetlerde girişimcilere başta kolay para erişimi vermek yerine dayanıklılıklarını ve yeteneklerini geliştirmek için uğraşmalıdırlar. Yani yeni girişimlerin kökleri “geliştirilmelidir”. Bu önlemler aynı zamanda oportünistlerin ayıklanmasına da yardımcı olur (Isenberg, 2010).

2006 yılında Malezya'nın Girişimci ve İş Birliği Geliştirme Bakanlığı, 21.000 başvuru sahibinin %90'ına her biri yaklaşık 5.000 dolar olan maddi destek verdi ve bu da hükümetin girişimciliği desteklediğinin büyük bir kanıtı oldu. Ama dünyanın en kapsamlı programları arasında yer alan pek çok kişi tarafından kabul edilen Malezya girişimcilik-geliştirme programları, Malaylar arasındaki girişimciliği risk alma eksikliğini farkında olmadan pekiştirerek engellediği için eleştirildi. Özetle, kaynak kıtlığı ve rekabet ortamının zorlukları çoğu zaman girişimciyi yeteneklerini geliştirmeye teşvik eder (Isenberg, 2010).

3.3.8. Kümeleri Teknik Süreçlere Boğmayın

Hükümetlere, insanların girişimci enerjilerini kullanmak yerine, sektörde tarafsız kalmaları ve serbest bırakılmaları tavsiye edilir (Isenberg, 2010). Girişimcilerin hangi yöne gittiklerini gözlemlemeli ve yeni kaldırımlar planlamak, betonu dökmek ve girişimcileri çimlerinden uzak tutmak yerine, zaten başarılı girişimler etrafında destekleyici ekonomik faaliyetleri teşvik ederek "patika yolunu" teşvik etmelidirler (Isenberg, 2010). Bununla birlikte, kümelenme teorisi şüpheli bir şekilde merkezi sanayi planlamasından şüphelenen hükümet politikalarına dönüştüğü için bu anlamsız ama pratik iç görü genellikle kaybolur (Isenberg, 2010).

3.3.9. Yasal, Bürokratik ve Düzenleyici Çerçevelerde Reform Yapın

Doğru yasal ve düzenleyici çerçeveler girişimciliğin gelişimi için kritik öneme sahiptir. Dahası, yasal ve düzenleyici reformların uygulanması uzun yıllar alır ve girişimcilik çalışmaları bu süreçte de sıklıkla gerçekleşir. Aslında, çok sayıda girişimci yasaların ve bürokrasinin engellemesine rağmen başarılı olmuş ve refah ve statülerini reform için zorlamaya devam etmiştir. Özetle reform, hükümetin kültürel engelleri yıkmak, girişimcileri eğitmek ve başarı hikayelerini desteklemek gibi ekosistemlerin inşa edilmesine yönelik tüm "yumuşak" yaklaşımların oluşmasında etkili olacaktır (Isenberg, 2010).

Ticaret sektöründe girişimci ruhu eksikliğinden uzun süre hayal kırıklığına uğramış olan Fransız hükümeti 2008 yılında oto girişimci programını uygulamaya koydu. Küçük bir işletme oluşturmak için yasal süreci basitleştirdi, girişimcilerin zahmetli vergi ön ödemelerinden kaçınmasına izin verdi ve diğer caydırıcıları ortadan kaldırdı. Program kapsamında Fransa'da 300.000'den fazla yeni işletme başlatıldı. Ancak bir gözlemcinin de belirttiği gibi, "Belki de en büyük etki, Fransa'da küçük bir işe başlama konusundaki uzun süredir devam eden olumsuz tutumları tersine çevirmek olacaktır." Ve Fransa'nın cesur deneyi, bin oto girişimcisinden biri bile şirketinde büyüme başlatırsa, tartışmasız bir başarı olacaktır (Isenberg, 2010).

3.4. Girişimcinin Özellikleri

Girişimcilik kavramının gelişmesinde büyük payı olan Hisrich ve Peters (2001) girişimciyi; "emek, hammadde ve diğer varlıkları daha büyük anlam oluşturacak şekilde bir araya getiren kişi" şeklinde tanımlamışlardır.

Girişimcilerin sahip oldukları niteliklerin neler olduğuna yönelik farklı çalışmalar vardır. Bu nitelikler doğuştan ya da sonradan kazanılabilen özellikler veya psikolojik ya da sosyal çevreden kaynaklı farklı görüş açılarıyla sınıflandırılabilir. Bu çalışmalar ile genel olarak kabul edilen birtakım özellikler kümesi meydana getirmenin kolay olmamasına rağmen, araştırmaların sonucunda birtakım özellikler literatüre eklenebilmiştir (Tablo 3.2, İşcan Ö, Kaygın E, 2011; Bayraktar S., 2011; Arthur S.J., Hisrich R.D. 2011; Bozkurt Ö, 2013).

Tablo 3. 2 Girişimci Özellikleri ve Literatür Taraması

NİTELİK	ARAŞTIRMACILAR
GELİŞMİŞ İLETİŞİM BECERİSİ	Hitit vd., 2005
YENİLİKÇİ	Herron, 1992; Geisler, 1993; Drucker, 1998b; Daft, 2005; Hisrich vd., 2005; Hitit vd., 2005; Küçük, 2005
İŞ BİRLİĞİ YAPMA	Luttunen, 2000
DEĞİŞİM ODAKLI	Luchsinger/Bagby, 1987; Herron, 1992; Hisrich vd., 2005; Hitit vd., 2005
RİSK ALAN	Geisler, 1993; Johnson ve Hayes, 1996; Drucker, 1998b; Hisrich vd., 2005; Hitit vd., 2005; Küçük, 2005; Zhao vd., 2005; Hewinson/Badger, 2006; Shapero, 1975
FIRSATLARA ODAKLANMIŞ	Corbett/Hmieleski, 2005; Hitit vd., 2005
ÇOK YÖNLÜ DÜŞÜNME	Akyüz, Gedik, Yıldırım, 2006
YARATICI	Daft, 2005; Hitit vd., 2005; Hewison/Badger, 2006
PROAKTİFLİK	Hisrich vd., 2005
YÜKSEK BAŞARI GÜDÜSÜ	Daft, 2005
DUYGUSAL ZEKA	Hitit vd., 2005
KARARLARDA ISRARCILIK	Akyüz, Gedik, Yıldırım, 2006
ÖĞRENMEYE AÇIK OLMA	Casson, 2003
TEKNİK BİLGİ ÜRETEBİLME	Luttunen, 2000

3.5. Girişimcilik Türleri

Literatür içerisinde farklı şekillerde incelenen girişimcilik, araştırmalar içerisinde sınıflandırılmış ve bu yöntemle girişimciliğin türlerine tanımlamalar yapılmaya çalışılmıştır. Girişimciliği çeşitli şekillerde inceleyebilmek için yapılan sınıflandırma sürecinde genel olarak girişimcilik bünyesinde bulunan nitelik, büyüklük, mülkiyet ve diğer alt özellikler kullanılmıştır. Sık olarak kullanılan girişimcilik çeşitleri; bağımsız girişimcilik, iç girişimcilik, kurumsal girişimcilik, profesyonel girişimcilik, teknik girişimcilik, girişimci girişimciliği, çevreci girişimcilik olarak ifade edilebilir (Top, 2006).

3.5.1. Niteliklerine Göre Girişimcilik Türleri

Girişimciliğin oluşum süreci ve sahip olduğu nitelikleri inceleyen bu alanda girişimci birey veya örgütün kim olduğundan bağımsız bir şekilde oluşan girişimin hangi

özelliklere sahip olduğu araştırılmaktadır. Girişimciliğin özellikleri incelendiğinde ortaya çıkan çalışmalar temel olarak üç alt kategoriden oluşmaktadır, bu kategoriler şunlardır:

Yenilikçi / Orijinal girişimcilik,

- İç girişimcilik,
- Kurumsal girişimcilik

Bu alanda yapılmış olan çalışmalarda yukarıda belirtilenlerin dışında, niteliklerine göre egemen girişimcilik, tepkisel girişimcilik, girişimci girişimcilik, pozitif girişimcilik, durgun bürokratik girişimcilik, çevreci girişimcilik, fırsatçı girişimcilik gibi kavramlar da bulunduğu ifade edilmiştir (Ulucan, 2015).

3.5.1.1. Yenilikçi / Orijinal Girişimcilik

Yenilikçi girişimcilik bağımsız şekilde girişimciliği, özgün şekilde ilk defa meydana getiren girişimcilik türüdür. Yapılan girişimcilik sınıflandırmasında, girişimcilerin ilk olarak bünyelerinde var olan güç, yetenek, algılama, deneyim, bilgi ve ustalık gibi özelliklerinden yola çıkarak, düşledikleri hayalleri gerçekleştirmek için faaliyet göstermeleri ve yoktan başlayıp bir oluşum gerçekleştirmeleri incelenmektedir. İlk ve özgün olması yönüyle bu girişimcilik çeşidi diğerlerinden ayrılmaktadır. Bu girişimcilik türünde hem girişimin kendisi hem de girişimcisi orijinaldir. Girişimciler faaliyetlerini sürdürmek için en verimli yöntemi kendileri bulur ve uygularlar (Top, 2006: 8).

3.5.1.2. İç Girişimcilik

İç girişimcilik bir organizasyonun bünyesinde veya hali hazırda var olan bir kurumda süper bireylerin (kendi yeteneklerini kanıtlamış), diğer bireylerle olan ilişkisini ilerleterek, bunları kendi yetenek ve değerleriyle bir araya getirip anlamlandırarak bireysel özelliklerini bulup öz farkındalık oluşturmaları sürecidir. Girişimcilik niyetinde olan bireylerin benliklerinin farkına varmalarının dışında, içerisinde yer aldıkları örgüt ve iş ağlarının kendilerini keşfetmesine de katkı sağlayan girişimcilik türüdür. İç girişimcilik türünde örgüt bünyesinde bir anda beliren girişimci ile işi kuran girişimcinin ara sıra

dışsal açıdan da (finans, yönetim gibi) ilerlemesinin sağlanması, destek verilmesi ve teşvik edilmesi de gerektiği vurgulanmaktadır (Top, 2006).

Genel olarak bakıldığında, hali hazırda mevcut olan bir örgütte girişimcilik ve inovasyon çalışmalarının miktarını gözeten iç girişimcilik kavramının temelinde, girişimcilik fikrinin organizasyonun iç yapısına yöneltilmesi yatmaktadır. Farklı şekilde ifade edildiğinde, iç girişimcilik mevcut olarak var olan büyük bir örgütte klasik bir girişimci kişi gibi tutum sergileme ya da bu şekilde davranış göstermeye yöneltilmedir. Örgüt girişimciliği olarak da bilinen iç girişimcilik; mevcut olarak hali hazırda var olan bir organizasyonu, risk alabilme, yenilik ve aktif rekabet davranışları sergileyerek aktif olabilme ve var olan örgütte yenilik oluşturup, bir girişim başlatan girişimsel faaliyetleri, organizasyonun temel çıkış noktasında revizyonu ve örgüte dönüştürmeyi kendisine amaç olarak kabul eder. Tüm bunlardan yola çıkarak kavramın boyutlarının; hali hazırda var olan bir organizasyonda yeni bir girişim faaliyeti başlatma, dışa yönelik girişimcilik fikrini ve davranışını organizasyonda yer alan bireylere enjekte etme, örgütsel dönüşümü hayata geçirme, yapılan yeniliklerin aracılığıyla da mevcut endüstrinin yapısında birtakım yenilikler oluşturma, risk alma ve dinamik faaliyetler gösterme gibi birçok davranışı kapsamakta olduğu görülmektedir (Naktiyok, 2006).

İç girişimciler yeni fikirleri alarak onları karlı bir nihai fikre dönüştürmektedir. Böylece iç girişimcilik, bir örgütte girişimsel bir kültür yaratarak, yeni ürünlerin ve süreçlerin oluşturulması şeklinde açıklanabilir. Başka bir ifadeyle, iç girişimcilik kişinin yeni fırsatları keşfetmesi ve değişim oluşturmak için harekete geçme, mesuliyet üstlenme isteğidir. Yeniliğe yatkın kişilik özelliğine sahip olan iç girişimciler, sürekli olarak fırsatları yakalayıp ekonomik fayda sağlayacak fikirlere dönüştürebilme yeteneklerini sergilerler, bu yüzden de değişimin itici gücü olarak görülürler (Hill, 2003:19). Örgüt içerisindeki iç girişimcilik ruhu, doğru belirlenmiş bir hedefin, açık iletişimin ve başarıma isteğinin bir arada bulunmasıyla harekete geçirilebilir (Hill, 2003:20).

İç girişimciliğe olan ilgi sürekli artmaktadır. Buna rağmen literatürde iç girişimciliğin kabul görmüş bir tanımı bulunmamaktadır. Literatürde yapılan çalışmalarda iç girişimcilik, bir kuruluşun stratejik yenilenme ve yeni iş kurma faaliyetlerinin tümü (Zahra, 1996:1715) olarak ifade edilmektedir. The American Heritage Dictionary, iç girişimciyi büyük bir firma içerisinde riskleri göze alıp, fikri yenilikçi düşüncelerle geliştirip kar sağlayan kişidir (Hill, 2003:19).

3.5.1.3. Kurumsal Girişimcilik

Kurumsal girişimcilik, 1929 yılında dünyada ortaya çıkan ekonomik kriz ve İkinci Dünya Savaşının sonuna kadar süren olağanüstü durumlar nedeniyle ortaya çıkan bir girişimcilik türüdür. Sonraki süreçlerde ekonomik açıdan katkı sağladığı için geliştirilen bir girişimciliktir. Temelde büyük işletmeler veya küçük işletmeler arasında küçük girişimcileri organize eden bir üst girişimcilik şeklidir. Olağanüstü koşulların gerektirdiği bir model olarak ortaya çıkmasına rağmen, iki ana ekonomik hedefe ulaşmaları için teşvik edilmiştir. İlk amaç, zorlu ekonomik koşullar altında ezilen ve hayatta kalmalarına katkıda bulunan KOB 'leri desteklemektir. Ayrıca, girişimci ruhu canlı tutmak ve toplumun değişim taleplerine yanıt veren yeni girişimciliği teşvik etmek ve geliştirmek misyonudur. Bugün ise iyi organize edilmişse aynı misyonu başarı ile yerine getirmektedir. İkinci amaç, ülkenin ekonomik çıkarlarının uzun vadede garanti altına alınması için yeni girişimlerin hayata geçirilmesini kolaylaştırmaktır. Başka bir deyişle, ulusal girişimciliğin geliştirilmesi ve ulusal geleceğin inşasıdır (Top, 2006: 12). Kurumsal girişimcilik; temel olarak işletmelerin küçük işletme, büyük işletme fark etmeksizin i lerinde küçük girişimleri yapılandırığı bir üst girişimcilik türüdür (Top, 2006: 8-9).

3.5.2. Büyüklük Boyutlarına Göre Girişimcilik Türleri

Girişimciliği boyut bazında ele alan bu kategoride işletmelerin büyüklüğü farklı kriterlerle değerlendirilmekte ve sınıflandırma yapılmaktadır. İşletme büyüklüğünün bu sınıflandırma tanımı literatürde açıkça belirtilmemesine rağmen, büyük girişimciler ile orta ve küçük girişimciler olarak yapılmaktadır (Ulucan, 2015).

Kendi işletmelerine sahip olan büyük girişimciler, kurumsallaşma aşamalarını tamamlamış ve işletmenin yönetimini profesyonel yöneticilere devretmiş kişilerdir. Büyük girişimciler girişimcilikten işletme yönetimine geçmesine rağmen, yine de girişimcilik seviyelerinden sonra kapitalistler, iş melekleri veya danışmanlık gibi pozisyonlarda bulunabilirler. Bu tür girişimcilerin başarı öyküleri olması, girişimciliğin sosyal faydasına ve girişimcilik ekosisteminin gelişmesine katkıda bulunur. Orta ve küçük girişimcilere ait şirketlerde ise pazarlama, üretim, satış gibi birçok birimin yönetimi tek kişide toplanmaktadır (Demirel, 2003).

3.5.3. İşin Mülkiyeti Boyutuyla Girişimcilik Türleri

Girişimciliği mülkiyet penceresinden inceleyen bu yaklaşım, temel olarak girişimcileri kamu ve piyasa ekonomisine odaklanarak ikiye ayırmaktadır. Kamu girişimciliği temel olarak, devlet inisiyatifiyle devlet tarafından atanan idari personel ile birlikte geliştirilen ve uygulanan bir girişimin uygulanması sürecidir. Burada kullanılan kaynak kamu menşeli olduğundan, yasaların kullanım şekli belirlenmiş ve dış denetime açılmıştır. Kamu girişimciliğinde, yönetici bireyler girişimcilerin tanımı içinde değerlendirebilecek özelliklere sahip olmayabilirler veya oluşturdukları kaynaklar yerine kamu kaynaklarını kullanma etkisiyle kararlarında özel sektör perspektifiyle düşünmeyebilirler (Arıkan, 2004).

3.5.4. Diğer Girişimcilik Türleri

Girişimciliğin nitelikleri, mülkiyeti ve büyüklük modellerinden farklı olarak, bu tanımlara dahil edilebilen ancak bazı benzersiz özelliklere sahip girişimcilik türleri de vardır. Bunlardan en önemlileri Chicken Modeli, teknogirişim, e-girişimcilik ve sosyal girişimcilik olarak sıralanabilir.

3.5.4.1. Chicken Modeli

Chicken modeline göre girişimcilik; tüketicinin talebi, yönetimin, özel girişimin ve politikanın tesiri neticesinde meydana gelmektedir. Girişimciye tüketiciden talep geldiği zaman, onun da tepki olarak arz oluşturduğu düşünüldüğü için arzın bir tesiri olmadığı söylenmiştir. Sonuç olarak girişimci sıfır bir fikir, ürün, hizmet bulur ve arzını kabul edecek bir pazar meydana getirir. Girişimciliği meydana getiren dört etkinin sonucunda açık pazar girişimciliği, kısmi devlet destekli girişimcilik ve tam devlet destekli girişimcilik olmak üzere üç girişimcilik türüne ulaşılır (Chicken, 2002).

Açık pazar girişimciliğinde; ürünlerin alım satımı açık pazarlarda gerçekleşmektedir, kazanç sağlamak ana hedeftir ve siyasi durumlara maruz kalmak olasıdır. Üretim endüstrileri, ulaştırma, turizm ve medya gibi sektörler açık pazar girişimciliğe verilebilecek örnekler arasındadır. Kısmi devlet destekli girişimcilikte; faaliyet gösterilen pazarlar milli ve global desteklere maruzdurlar, yönetimin politikaları pazarların gidişatına tesir etmektedir ve kazanç sağlamak mecburidir. Finans, tarım ve madencilik gibi iş bölümleri kısmi devlet destekli girişimciliğe verilebilecek örneklerdir. Tam devlet destekli girişimcilikte; faaliyetler devletin sunduğu kaynaklarla ilişkilidir, kazanç sağlama mecburiyeti yoktur. Hükümetin ve yasama organının zorunlu kıldığı

yönerge içerisinde faaliyetler gerçekleştirilmektedir. Silahlı kuvvetler, yerel yönetimler ve devlet daireleri tam devlet destekli girişimciliğe verilebilecek örnekler arasındadır (Chicken, 2002).



Şekil 3.3. Girişimcilik Üreten Etkilerin Birleşimi

3.5.4.2. Teknogirişim

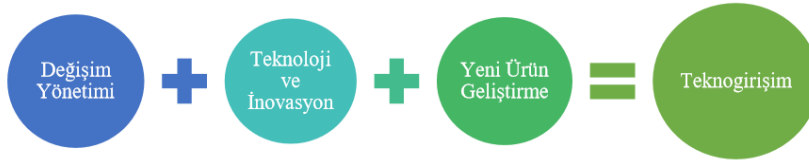
Günümüzde teknolojinin ilerlemesiyle beraber rekabet ortamı oluşmuş ve yarar sağlayan üstünlükler farklılaşmıştır. Teknoloji devrinde olmamızdan kaynaklı olarak bilgiye verilen önem giderek artmıştır. Bu ortamda devamlılığı sağlayabilmek için taleplere çabuk dönüş yapabilmek, esnek süreçlere sahip olmak ve son teknolojiyi kullanabilmek oldukça önemli hale gelmektedir (Dereli ve diğerleri, 2006:207). *Şekil*

Teknoloji alanında yaşanan tüm bu gelişmeler ve değişiklikler bilinen klasik girişim kavramını aşır teknogirişim kavramını meydana getirmiştir. Teknogirişimi, kazanç sağlayacağı ön görülen teknolojik fırsatların yakalanıp, gerekli kaynakların bir araya getirilmesi sonucu girişimcinin riskleri göze alarak iş kurmaya karar vermesi süreci olarak tanımlayabiliriz (Prodan, 2007:26). Teknogirişimci ise en yalın haliyle teknoloji konusunda eylemde bulunan, riskleri göze alan, süreçleri kontrol edebilen kişi olarak tanımlanabilir (Nicholas ve Armstrong, 2003:134).

Teknogirişim ekonomiye de katkı sağlamaktadır. Üretim düzeyini arttırmakla birlikte toplumun maddi refahını da arttırmaktadır (Mohammadi ve diğerleri, 2014:40). Biyoteknoloji, yapay zekâ, yazılım ve robotik gibi alanlara yatırım yapıldığında bu dünyada tanınmayı da beraberinde getirecektir. Dünya çapında ekonomik gelir seviyesi olarak önde olan ülkelerin inovasyon temelli girişimcilik çalışmalarıyla ön plana çıktığı rahatlıkla söylenebilir (Tajeddini ve Mueller, 2009:4). Bu açıdan bakıldığında

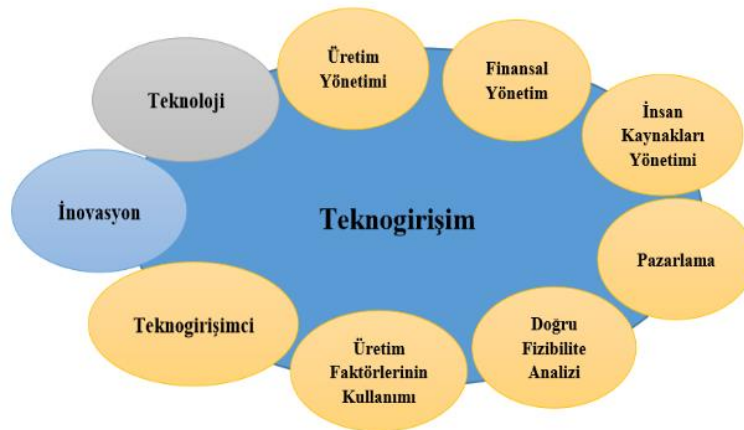
teknogirişim gerek ülkelerin gerek bireylerin gerek ise örgütlerin refah seviyesini arttıran bir faaliyet olarak tanımlanabilir (Bailette, 2012:5).

İnovasyon ve teknolojiye dayalı olarak ortaya çıkan bu yeni girişimcilik süreci aşağıda yer alan şekil 3.4.'de gösterilmiştir (Dereli vd., 2006).



şekil 3.4. Teknogirişim Süreci

şekil 3.4.'de görülen teknogirişim sürecinde ne çıkan iki faktör inovasyon ve teknolojidir. Bu iki faktörle beraber bulunması şart olan diğer bir faktör ise teknogirişimcidir. Teknogirişim sürecinde teknogirişimcinin süreci nasıl yönettiği çok önemlidir. Gerek insan kaynakları olsun gerek üretim yönetimi olsun hepsi ayrı ayrı yönetilmeyi gerektiren süreçlerdendir (Gandhi ve diğerleri,2008:57). Teknogirişim faaliyetinde teknogirişimcinin yönetmesi gereken süreçler şekil 3.5.'de gösterilmiştir (zcan ve Tepekule, 2016).



şekil 3.5. Teknogirişim Faaliyetinde Yer Alan Süreç

Tecnogirişim, teknoloji ve inovasyon faktörlerini içerisinde barındırıyor olduğu için gelişmiş teknik ve bilimsel bilgi donanımına sahip girişimcileri olması nedeniyle

gelişmiş teknik ve bilimsel bilgiye sahip uzmanlar ile girişimcileri bir değer oluşturmak için bir araya getiren süreç olarak tanımlanabilir (Bailetti, 2012:9). Bu süreçte teknogirişimciler için müşteri memnuniyeti çok önemlidir. Müşterilere bekledikleri ürün ve hizmeti en iyi şekilde sunabilmek için teknogirişimcilerin sürekli çağın gerektirdiği teknolojiyi ve bilimsel gelişmeleri takip etmeleri gerekmektedir (Prodan, 2007:26).

3.5.4.3. E-girişimcilik

Günümüzde teknolojiadaki gelişmeler beraberinde rekabet ortamını da getirmiştir. Ekonomik gelişme için teknolojiyi takip etmek, teknoloji alanında girişimler yapmak zorunlu hale gelmiştir. Son dönemlerde de elektronik ticaret ve elektronik iş süreçlerinde yaşanan gelişmelerle ekonomiye daha çok katkı yapılmaktadır. Sonuç olarak tablo 3.3.'de bilişim teknolojilerinde yaşanan her gelişme girişimciler için de olumlu bir etki oluşturacağı söylenebilir (Miynat ve Özcan, 2016).

Tablo 3.3. Bilgi Teknolojilerindeki Gelişmelerin Girişimciliğe Katkıları

Katkılar	Avantajları
Düşük başlangıç sermayesi	-Ofis veya mağaza gereksiniminin olmaması veya düşük maliyetli lokasyonlara açılması
Düşük sabit ve değişken maliyet kalemleri	-Çoğu internet iş modelinde envanter, kira, sigorta, vergi, elektrik gibi maliyet kalemlerinin internet dışı işlere göre düşük olması
Geniş pazarlara ve hedeflenen kitlelere ulaşım	-Zaman ve mekândan bağımsız olarak geniş müşteri kitlelerine erişim -Daha net tanımlanabilen hedef kitleye ulaşım kolaylığı

Tablo 3.4. 2018 yılında GSMH ve B2C e-ticaret büyüklükleri ile öne çıkan ülkeler

	GSMH (2018)	B2C E-ticaret Pazar Büyüklüğü
	(trilyon ABD Doları)	(milyar ABD Doları)
ÇİN	13,41	634
ABD	20,49	504
BİRLEŞİK KRALLIK	2,83	123
JAPONYA	4,97	103
ALMANYA	4,00	70
...		...
TÜRKİYE	0,766	6,1

Dünyada e-girişimlerin sayısı ve e-girişimler ile gelişen e-ticaret kanallarında Asya-Pasifik bölgesi ön plana çıkmaktadır. Sadece Çin değil, Singapur, Malezya, Endonezya, Filipinler ve Vietnam da günümüzde birer e-ticaret merkezi olmaya başlamışlardır. Filipinler 35 milyon internet kullanıcısı olması, devasa tüketim pazarına sahip olması (tüketimin gayri safi milli hasıladaki oranı %70), Güney Asya’da en büyük İngilizce internet kullanabilen ülke olması ve aynı zamanda lojistik alanında tecrübeli olması ile dünya çapında öne çıkan firmaların e-ticaret alanında seçebileceği önemli bir merkez olabilme potansiyelini beraberinde getirmektedir (TÜSiAD e-ticaret raporu, 2019).

Ülkemiz ise internetle ilk olarak 12 Nisan 1993’te tanıştı. Türkiye’de 2003 yılında e-Ticaret Çalışma Grubu ile kontrol mekanizmaları anlamında kapsamı genişletildi. 2000 yılından sonra büyümeye başlayan internet altyapısı sayesinde daha fazla kullanıcı internet erişimine kavuşmuş ve e-ticaret giderek artan bir büyüme ivmesi yakalamıştır. Türkiye’nin e-ticarete öne öne çıkmasının nedenlerini ise sosyal medya kullanımının çok yoğun olması, internet ve mobil bankacılık kullanımının gün geçtikçe artması, internet üzerinden yapılan satın almaların fazlalaşması, kıyaslanabilir ürünlerin internet üzerinden satışlarının artması ve online moda sektörünün gelişmesi olarak sıralayabiliriz (Afra, 2014).

Tablo 3.5. Türkiyede kullanılan e-girişimcilik araçları

ARAÇLAR	İÇERİK
1. CRM	
Çerez (cookie) Oturum (session)	E-girişimcilerin web tabanlı CRM uygulamaları
2. VİRAL PAZARLAMA	
Mikroblog Sosyal Ağlar Tavsiyeler	E-girişimcilerin internet üzerindeki viral pazarlama araçları
3. E-POSTA İLE PAZARLAMA	
İzin Hedef kitle listesi Planlama ve takip	E-girişimcilerin, internetin en önemli aracı olan e-posta aracılığı ile pazarlama uygulamaları

E-ticaret alanında faaliyet gösteren girişimcilerin global rekabet ortamında varlıklarını sürdürebilmeleri için müşteriye odaklı pazarlama stratejisi ile hareket etmesi gereklidir. Bugün, bunu gerçekleştirme yöntemlerinden biri bireyselleştirmedir. Bireyselleştirmede, müşteriye bir kitle içerisinde değil, bir birey olarak görmek temel yaklaşımdır. Bireyselleştirmede müşteri hakkında veri toplamak ve bu verileri kullanarak iletişim kurmak son derece önemlidir. Günümüzde, verilerin toplanması ve işlenmesi ancak bilgi teknolojileriyle mümkündür. Başka bir ifade ile e-girişimciler için CRM (Customer Relationship Management) yani müşteri ilişkileri yönetimi uygulamaları son derece pratik ve gereklidir (Haşiloğlu, Kaya ve Haşiloğlu, 2010).

Hızla değişen ve gelişen dünyada internet, beraberinde viral pazarlama kullanımını da popüler hale getirmiştir. Viral pazarlama, müşterilerin kendilerinin de sanki işletmenin pazarlama departmanıymış gibi sergiledikleri davranışları kapsar. Özetlersek viral pazarlama, internet kullanıcısının işletme ile müşteriler arasındaki iletişimin köprüsü görevini yerine getirmektedir (Chiu vd., 2007, 17).

Elektronik posta ile pazarlama (EPP) kavramı, elektronik posta araçlarının kullanımı ile gerçekleştirilen pazarlama faaliyetleridir. Kinnard (2002, xviii), bu tanıma destekleyerek, spam durumuna düşülmemesi gerektiğinin önemli olduğunu belirtmektedir. MacPherson (2001, 5) ise, elektronik posta ile pazarlamanın; izinli olarak gerçekleştirilen ve elektronik postanın kullanıldığı bir pazarlama yöntemi olduğunu söylemektedir. Bir başka tanıma göre EPP, elektronik posta kullanılarak, geri dönüş ölçümlerinin yapılabilirdiği, izinli pazarlama girişimleridir (Marinova vd., 2002, 61-63).

3.5.4.4. Sosyal Girişimcilik

İktisadi anlamda girişimciliğin toplumun sorunlarına yeterli seviyede değinmiyor olması sebebiyle, yeni bir bakış açısı olarak “sosyal girişimcilik” kavramı ortaya çıkmıştır (Weerawardena & Mort, 2006).

Girişimciliğe sosyal bir bakış açısı getiren bu kavram literatürde başlı başına ayrı bir çalışma olarak ele alınmaktadır. Girişimcilik kavramının bir alt disiplini sayılabilecek sosyal girişimcilik, pazar merkezli bir stratejiyle sosyal bir sorunun çözümüne ulaşmada basamak kabul edilebilecek birincil hedeflerden biri yapmıştır. Bu bağlamda, günümüz iş hayatının iş ilkelerini toplumun iş motivasyonu ile birleştiren sosyal girişimcilikte sosyal inovasyon, sorumluluk ve sürdürülebilirlik ilkelerini birleştirmektedir (Besler, 2010).

Örgütlerde kazanç elde etmek ana hedef olmadığı zaman sosyal fayda kazanmak ön plana çıkacaktır. Sosyal fayda gözetildiğinde örgütler, devletten ziyade topluma faydalı olurlar, çalışmalarını bu doğrultuda düzenlerler (Thompson, 2002). Stratejilerini bu şekilde belirleyen örgütlerin ana hedefi sosyal faydadır. Sosyal fayda sağlama hedefi ön planda tuttıkları sürece örgütler, kar sağlamayı kendine hedef olarak belirleyen örgütlerde olduğu gibi gelir maksimizasyonunu kendilerine hedef alabilirler (Peredo & Mclean, 2006). Burada gelir maksimizasyonunun amacı kaynak akışındaki sürekliliği sağlayarak sosyal yarar sağlayacak çalışmaların ekonomik açıdan devam ettirebilmektir. Sosyal girişimciler devam ettirilebilmek için kazanılmış gelire ve kaynak oluşturmaya önem verdikleri için bu yönleriyle sivil toplum örgütleri liderlerinden de ayrılmaktadırlar (Boschee, 2001).

Amaçları ve sahip oldukları nitelikler açısından sosyal girişimcilerin piyasa girişimcilerinden birtakım farkları bulunmaktadır. Bu farklar aşağıdaki tabloda özetlenmiştir (Ulucan, 2015).

Tablo 3.6. Girişimci ile Sosyal Girişimci Arasındaki Farklar

GİRİşİMCİ	SOSYAL GİRİşİMCİ
Yeni ihtiyaçlara odaklanma eğilimindedirler.	Yeni yaklaşımlar aracılığı ile uzun dönemli uzun dönemli amaçlara daha etkili bir şekilde hizmet etmeye odaklanırlar.
Pay sahipleri veya kendi adlarına risk alırlar.	Paydaşlar adına risk alırlar.
İş/işletme oluşturmaya çalışırlar.	Değişim oluşturmaya çalışırlar.
Girişimciyi motive eden temel faktör yeni bir iş kurma, kendi işine başlama ve finansal kazanç elde etme düşüncesidir.	Temel amaçları karı elde etmekten ziyade sosyal değişim ve kendi müşteri grubunun gelişimidir.
Girişimcilerin risk tercihi para ve saygınlık kazanmaya dönüktür.	Sosyal girişimciler sivil toplum ihtiyaçları sorumluluk ve risk alan kişilerdir.
Temel amacı kardır.	Kâr amaçlı aktivitelere de katılabilirler ancak, karı kendi amaçlarına ulaşmak için bir araç olarak görürler.

Sosyal girişimcilik piyasa ekonomisi çerçevesinde anlamlandığı için konu olan sosyal sorunun özölmesi noktasında ortaya konan girişimlerin finansal devamlılığı da ehemmiyet teşkil etmektedir. Sosyal girişimciler piyasadan aldıkları geri bildirimler ile girişim faaliyetlerini sürekli geliştirmekte ve piyasa ekonomisi ile tümleşik bir yapıda gelişmektedirler (Sönmez vd., 2016). Sosyal sistemdeki dengesizlikler bu girişimcilik türünün çıkış noktalarından birisini oluşturmakla birlikte sosyal girişimcilerin amacı da pozitif bir sosyal değişim ile bu dengesizlikleri tersine çevirmektir (Trivedi & Stokols, 2011).



Şekil 3.5. Sosyal Girişimlerin Ortak Noktaları

3.6. Örgütlerin Girişimcilik Yönelimi Boyutları

Günümüzde girişimcilik bağımsız olarak ele alınmayıp örgüt kültüründen beslenen bir süreç olarak görülmektedir (Hult vd., 2003). Literatürde örgüt içi girişimciliğin birçok farklı tanımlamasının olduğu görülmektedir. Bu tanımlamalardan en eskisi Kierulff (1979)'a aittir. Kierulff (1979) örgüt içi girişimciliği, “hali hazırda kurulmuş olan bir örgütte yeni pazar fırsatlarını araştırmak ve cezbedici fırsatları yakalamak için kaynakları temin etmek, üretmek ve satışı başlatmak” şeklinde tanımlamıştır. Carrier (1994) ise örgüt içi girişimciliği, “bir örgüt bünyesinde çalışmakta olan bireyin, bir yeniliğin sorumluluğunu, risklerini göze alma süreci” olarak tanımlamıştır.

Covin ve Slevin (1991) örgüt içi girişimciliği, bir örgüt davranışı şeklinde tanımlamakta ve örgüt içi girişimcilikte örgüt ortamının çok fazla etkisinin olduğunu öne sürmektedirler. Bu görüş sebebiyle araştırmacılar, örgütün başarıya ulaşmasındaki tek etkenin örgütteki kişilerinin girişimci kişiliğe sahip olması değil, aynı zamanda kültürel ve örgütsel yapının da gerekli olduğunu söylemektedirler. Karşıt bir görüş olarak ise Johnson (2001), doğrudan girişimci kişinin davranışlarını ön planda tutmaktadır. Literatürde bu şekilde ilerleyen çalışmalar sonucunda Lumpkin ve Dess (1996) girişimciliği içerdiği faaliyet ve davranış biçimlerine göre sınıflandırmışlardır. Bu sınıflandırmada örgüt içi girişimciliği, yenilikçilik, proaktiflik, risk alma, özerklik ve rekabetçi saldırganlık olarak sıralanmışlardır. Yine bir karşıt görüş olarak Irwin (2000) ve Yamada (2004) ise bu sıralamada rekabetçi saldırganlık yerine bireysel ağ geliştirme boyutunun olması gerektiğini savunmuşlardır. Bu şekilde örgüt içi girişimciliğin bilgi transferini getireceğini ve olası zorlukları önlemede yardımcı noktaları saptayabileceğini belirtmişlerdir. Tüm bu çalışmalardan yola çıkarak, örgüt içi girişimcilik davranışlarının

alt boyutlarının, yenilikçilik, proaktiflik, risk alma, özerklik ve bireysel ağırları genişletme boyutları çerçevesinde incelenmesi gerektiği öngörülmüştür (Irwin (2000) ve Yamada (2004)).

3.6.1. Yenilikçilik

Yenilik, zihinde oluşan fikri kazanç sağlayacak bir işe dönüştürme sürecinin tasarlanması ve kontrolünün sağlanması (Zahra, 1995; 1998), ya da bilgi çağındaki ilerlemeyle ve yenileşmeyle ortaya çıkan bir ürünün veya hizmetin yenilenmesini, değişimini (Fitzsimmons vd., 2005) anlatmaktadır. Literatürdeki çalışmalarda girişimcilik faaliyetleri genellikle yenilikçilikle bağdaştırılmıştır (Covin ve Slevin, 1991; Knight, 1997; Zahra 1995; 1998). Bu açıdan bakıldığında iç girişimciler hali hazırda varlığını sürdüren örgütler içerisinde yeni fikirler bulan, yenilikler gerçekleştiren kişiler olarak ele alınmaktadır (Antoncic ve Hisrich, 2003).

Knight (1997) örgüt içerisindeki girişimciliğin yenilikçilik ile ilişkisini incelerken, örgütün rastladığı tehdit ve sorunlara karşı kreatif çözümler sunarak; hem yeni ürün ve hizmet geliştirmeyi, hem de üretim, pazarlama ve satış gibi örgüt bölümlerine yönelik yeni yöntemleri içerdiğini söylemektedir. Ek olarak Zahra (1991; 1993) iç girişimciliği örgütün gelişme süreci olduğunu belirtmiştir. Fakat bazı araştırmacılar da yenilikçiliği ürünlere yönelik yenilikler ve teknolojiye yönelik yenilikler (Antoncic ve Hisrich, 2003) olarak ayırmış; iç girişimci kişinin yenilikçi çalışmalarının da bu iki alanda ayrılacağını öne sürmektedirler.

Yenilikçi örgütü, yenilikçi olmayan örgütten ayırabilmek için, yeni ürün üretim oranı göz önünde bulundurulmalıdır. Bu düşünce şekline göre yenilikçi örgütlerin sahip olduğu özellikler ise aşağıdaki gibidir (Adler, A.g.e., s.31):

1. Yenilikçi vizyona sahiptirler,
2. Pazar odaklıdır,
3. Basık örgüt yapıları hâkimdir ve proje takımları kurarlar,
4. Farklı projeler ile çalışanlar ve yöneticiler teşvik edilirler,
5. Öğrenmeye açıktırlar.

3.6.2. Proaktiflik

Proaktiflik, ileri görüşlü olarak gelecekte ortaya çıkabilecek problemleri önceden tespit etme ve bu sorunlara yönelik çözümler tespit etme süreci şeklinde açıklanmaktadır (Friedman, 1994). İç girişimciliğin bir boyutu olan proaktiflik literatürde farklı biçimlerde açıklanmaktadır. Proaktifliği, Miller ve Friesen (1983) “rakipleri izlemek değil onların sizi izlemesi için önde olma uğraşı”, Covin ve Slevin (1991) “örgütün faaliyet gösterdiği alandaki rakipleri ile agresif ve proaktif bir şekilde sürdürdüğü yarışı” ve Lumpkin ve Dess (1996) ise “yeni fırsatları izleyerek ve hissederek inisiyatif elde tutma” şeklinde belirtmişlerdir. Bu anlamda girişimci bireylerin proaktif olması; fırsatlara odaklanması, ortaya çıkan durumları henüz tatmin edilmemiş ihtiyaçlar olarak görebilmesi, pazarı ve pazardaki eksiklikleri fark edip, yeni ürün tasarımlarının oluşturulabileceği alanları fark edebiliyor olması ve bunu rakiplerine karşı sürekli öne çıkacak şekilde yürütebilmesi şeklinde açıklanabilir. Buradan hareketle iç girişimcinin fırsatları yakalayıp proaktif bir şekilde ilerlemesi girişimsel başarıyı elde etmesinde çok önemli bir yere sahiptir (Darling vd., 2007).

Proaktif örgütler, bulundukları toplumda oluşan hadiselerle reaksiyon göstermek yerine, peşinen çalışmalara başlarlar ve üç kavrama göre hareket ederler (Chang, 2000):

- 1.Yenilik bir davranış ile rakiplerine bir gidişat belirler ya da takip edilirler,
- 2.Büyüme, yenilik ve gelişim odaklıdır,
- 3.Rakipleriyle kötü olmaktansa, onlarla iş birliği içerisinde olmayı tercih ederler.

3.6.3. Risk Alma

Risk alma, örgütün genel olarak risk alma gayesi ve başarısızlıkla karşılaşma durumuna olan tolerans düzeyidir (Wood, Holt, Reed, & Hudgens, 2008). Başarısızlık ihtimalini hesaba katarak, elde bulunan kaynaklar ile fırsatların değerlendirilmesi başarısızlık durumunda ortaya çıkacak maliyetini düşünerek, kaynakların kullanımı ve olası kayıplara karşı, yeni fırsatların da ölçülendirilmesidir. Aynı zamanda da belirsizlik söz konusu iken kaynakları kullanarak fırsatların değerlendirilmesidir (Chunyan, 2006).

4. GİRİŞİMCİLİKTE NİYET KAVRAMI

Niyet kavramı, Bird (1988) tarafından zihnin odak noktası, devam edilecek yol ve bir hedefin seçimi olarak tanımlanır; kişinin amaca doğru hareketi veya bir şey elde etme yolunda duyduğu ilgisidir. Niyet girişimcilik için öncü bir adım olarak görülmektedir çünkü girişimci eylem rastgele bir dürtünün sonucu değil, planlı bir davranış türüdür (Ajzen, 1991; Fayolle ve Gailly, 2005).

Girişimcilik araştırmaları, girişimcilik niyetinin bu alanla ilgili, önemli ve popüler bir yapı olduğunu ve gelecekte de popüleritesinin devam edeceğini göstermiştir (Hansemak, 1998, 2003; Miron ve McClelland, 1979). Bunun nedeni, akademik çalışmalar sırasında olduğu gibi her seferinde gözlemlenmesi kolay olmayan gerçek eylemin aksine, bireyin zihninde var olan niyet hakkında araştırma yapmaktır. Buna ek olarak, bazı insanların neden girişimci olduklarını keşfederken, bazılarının da girişimci olmasalar da sahip oldukları kişilik özellikleriyle daha fazla çalışarak girişimci olabilecekleri belirlenebilecektir (Hansemak, 1998, 2003; Miron ve McClelland, 1979).

Girişimcilik niyetini daha iyi anlamak için öncül ve itici güçler araştırılmalı ve tartışılmalıdır. Girişimcilik niyetini etkileme potansiyeli olan faktörler demografik faktörler, kişilik özellikleri faktörü ve çevresel faktörler olarak sıralanabilir (Franco, Haase ve Lautenschläger, 2010).

Gelir düzeyi, cinsiyet, yaş, eğitim, medeni durum, meslek, din, ailenin büyüklüğü, doğum yeri gibi demografik faktörler, kişinin girişimcilik niyetini olumlu veya olumsuz olarak etkileyebilmektedir (DeCarlo ve Lyons, 1980). Benzer şekilde, ekonomik, sosyal, yasal ve teknolojik gelişmeler gibi çevresel faktörler, girişimcilik faaliyetlerinde bireyler için önemli bir role sahiptir. Örnek olarak, hükümetlerin teşvik politikaları, yerel veya küresel ekonomilerin büyüme eğilimleri, fon talebini karşılayabilecek finansal kurumların mevcudiyeti, enflasyon oranı, vergi uygulamaları, işyerlerini etkileyen yasal altyapı vb. faktörler bireyleri girişimci olmaya zorlayabilir (DeCarlo ve Lyons, 1980).

Girişimcilik niyeti, bireyin mevcut ortamında hali hazırda var olan iş ve kariyer alternatiflerinin dışında bir iş kurmak için girişimcilik çalışmaları başlatma düşüncesini anlatmaktadır. Kişinin gelirini kendi iş yerini kurup oradan kazanması girişimcilik niyetinin temelini oluşturmaktadır. Söz konusu girişimci kişi farklı yerlerde çalışıp kazanmayı değil kendi işini kurmayı tercih etmektedir (Karşlı, 2018).

Girişimcilik niyeti kişinin kasti olarak gelecekte belirlediği bir zamanda, yeni bir iş kurma niyetine olan inancı olarak da ifade edilebilir. Buradan yola çıkarak girişimciliğin bir ‘‘Evet/Hayır’’ sorusundan çok düşük veya yüksek niyette olmak ile sorusu ile cevaplanabilir olduğunu söyleyebiliriz (Vardar, 2018).

Girişimcilik niyetini etkileyen faktörler şu şekilde sıralanabilir:

- Bağımsız olma, kazanç elde etme ve iyi bir kariyer isteği: Kimsenin komutasında olmadan kendi işinin patronu olmak kişilerde bağımsızlık duygusunu ne çıkarmaktadır. Bağımsızlık isteği kişilerin motivasyonunu kamçılayan önemli bir faktördür (Sezer, 2013).
- Kreatif ve orijinal olma isteği: Daha önce hiç uygulanmamış bir fikir sahibi olarak, takip etmek yerine takip edilen kimse olma isteği girişimciyi motive eden faktörlerdendir (Karabulut, 2009).
- Karakter zelliklerinin, cinsiyetin ve yaşın etkisi: Girişkenlik düzeyi, konuşkanlık, tez canlılık gibi kişisel özellikler girişimcilik niyetini pozitif olarak etkileyebilir. Cinsiyet açısından ise bazı toplumlarda kadınların iş kurmasını engelleyici faktörler ortaya çıkabilmektedir (Kristiansen ve Indarti, 2004).
- İtibar elde etme isteği, geçmişteki iş tecrübeleri etkisi: Geçmişte kazanılan deneyimler ışığında kazançlı bir girişim yapılabileceği fikri ve girişimin hayata geçtiğinde başarıya ulaşması durumda toplum tarafından tanınan ve itibar sahibi olan bir kişi haline gelme düşüncesi girişimcilik niyetine etki eden faktörlerdendir (Uslu, 2015).
- Aile ve ailenin refah düzeyinin, eğitimin, kültürün ve rol modellerinin de girişimcilik niyeti üzerinde etkisi olduğu görülmektedir (Karlı, 2018).

4.1. Girişimcilik Niyeti Modelleri

Girişimcilik niyeti modellerini ele alan çalışmalarda çoğunlukla girişimcilik niyeti ve niyet üzerinde tesiri olan bireysel özelliklerin bağlantılarını açıklamak için davranış niyeti modellerinden yararlanılmıştır. Literatürde çoğunlukla bireyin yeni bir iş kurmaya yönelik niyetini ifade eden girişimcilik niyetini açıklamada başlıca üç model ele alınmaktadır. Bu modeller; Shapero ve Sokol’un (1982) girişimci etkinlik modeli, Bird’un (1988) girişimcilik niyet modeli ve Ajzen’in (1991) planlanmış davranış modelidir (Bozkurt, 2014: 32).

4.1.1. Shapero ve Sokol'un (1982) Girişimcilik Etkinlik Modeli

Albert Shapero ile Lisa Sokol aracılığıyla oluşturulan ve girişimcilik niyetini tanımlamak için hazırlanmış ilk modeldir (Karakaş, 2012:50-56). Girişimcilik etkinlik modelinde girişimci kişilerin girişimcilik çalışmalarını tetikleyen fırsatları peşinen fark ederek değer oluşturma davranışları üzerinde çalışmalar gerçekleştirilmiştir (Karakaş, 2012:50-56). Ve bu model kişinin girişimcilik niyetinden çok girişimcilik çalışmasına odaklanmış, bu çalışmaları daha öne çıkarmıştır (Ekici, 2016:30-34). 1982 senesinde Shapero ve Sokol tarafımdan geliştirilen girişimcilik etkinliği şeklinde (Şekil 4.1) girişimcilik niyeti algılanan arzu edilebilirlik ve algılanan isteklilik olmak üzere iki ana kavramla açıklanmıştır (Kalfaoğlu, 2017:71-75). Algılanan arzu edilebilirlik, kişinin girişimcilik çalışmaları yapmaktaki isteğini, algılanan isteklilik ise kişinin bu çalışmaları yaparken hissettiği yeteneğinin ölçüsünü ifade etmektedir (Kalfaoğlu, 2017:71-75). Modeldeki kesişim alanı ise yeni bir iş oluşturmaya duyulan isteklilik ve bu konuda yeteneğe sahip olmak şeklinde tanımlanmaktadır (Ekici, 2016:30-34). Modelde üzerinde durulan konu, bireyin ilk olarak girişimcilik çalışmaları konusunda istekli olup olmaması, daha sonra ise bu isteğini hayata geçirip geçirmediğidir (Şeşen ve Basım, 2012: 22). Bu iki kavram arzu edilebilirlik ve uygulanabilirlik algıları içerisinde bulunan sosyo-kültürel yaşam tarzına göre şekillenebilir. Bireyin içerisinde bulunduğu çevre; risk alma, yeniliklere açık olma ve yeni girişimlerde bulunmaya dair bakış açısını etkileyecektir (Doğan, 2013). Çalışma arkadaşları, aile ve eğitim düzeyi gibi faktörler ise kişinin arzu edilebilirlik seviyesini etkileyebilmektedir. Shapero ve Sokol modelde uygulanabilirlik algısının finansal destek durumuna ve ortaklıklara göre değişkenlik gösterebileceğini açıklamışlardır (Doğan, 2013). Fırsatları görüp değerlendirme doğrultusunda çalışmalara başlama isteği ise kişinin yakaladığı fırsatları uygulamaya koymak için niyetini ifade etmektedir (Schlaegel ve Koenig, 2014).

Girişimci etkinlik modeline göre işsiz kalma, miras hakkı kazanma, şans oyunlarında kazanma ve benzeri şeklinde mevcut yaşam tarzını değiştirecek bir hadise meydana gelmediği müddetçe bireyler yaşamları aynı şekilde devam ettirme yolunda gitmektedirler (Shook ve diğerleri, 2003).

Sonuç olarak bu modele göre, girişimci niyet; anlaşılan arzu edilebilirlik, anlaşılan yapılabilirlik ve hareket etme yönelimi ile belirlenebilir (Malebana, 2016: 367; Zhang vd.,2014: 626). Bu unsurlar şöyle tanımlanabilir (Oosterlinck, 2016: 20):

- Anlaşılan arzu edilebilirlik, kişilerin kendi işlerini tasarlama konusuna ne denli eğilimli olduklarını içerir.
- Anlaşılan yapılabirlik, kişilerin bir girişim etkinliğine başlayabileceğini düşünmesidir.
- Hareket etme yönelimi, kişilerin verdiği kararlar ışığında hareket etme arzusudur.

Şekil 4.1. Shapero Modeli

4.1.2. Bird'ün (1988) Girişimcilik Niyet Modeli

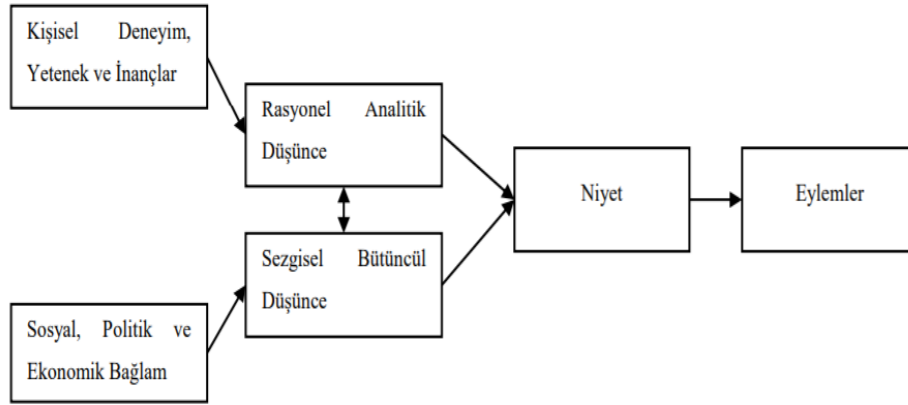
faktörünün üzerinde daha çok durulmuştur. İkinci bölümde ise, çalışma metodu, gözlemleri, sonuç ve tasarılar sunulmuştur (Çelik vd., 2014: 114).

Bu modelde ortaya çıkan sonuçlar, girişimcilik niyetinin bireyin şahsi ve sosyal şartlarının ussal değerlendirilmesi ile meydana geldiğini ve girişimcilik niyetinin belli bir süre sonra girişimcilik çalışmasına dönüştüğünü göstermektedir (Shook ve diğerleri, 2003). Girişimcilik niyeti, sonuçları meydana getiren nedenler üzerine düşünme aşamalarının rasyonel olarak incelenmesi ve çözüm üretilmesi olarak tanımlanmaktadır (Fayolle, Gailly, Lassas-Clerc, 2006).

Boyd ve Vozikis tarafından düzenlenen girişimcilik niyeti şekli kaynaklarda çokça üzerinde durulan bir şekildir. Bu şekli Bird (1998), “Bir amaca ulaşmak için bir bireyin dikkatini belirli bir nesne ya da yola çeken bir zihin olayı” olarak açıklamıştır. Bu şekil, bir girişim başlatmak için düşünce ya da işletimde başarı sağlamaya ilişkin yönetsel bir harita sağlamaz, girişimciliğe dair davranışsal tahlilin yapılmasına olanak vermektedir. Girişimcilerin örgütleri nasıl oluşturup, devam ettirdiği ve dönüştürdüğünü göstermeye yöneliktir. Bu şekil aynı zamanda, girişimcilerin bir işletmeyi kurması ve idare etmesi için kılavuz görevi de görmekte ve girişimcilik niyetini üç evrede incelemektedir (Bird, 1988):

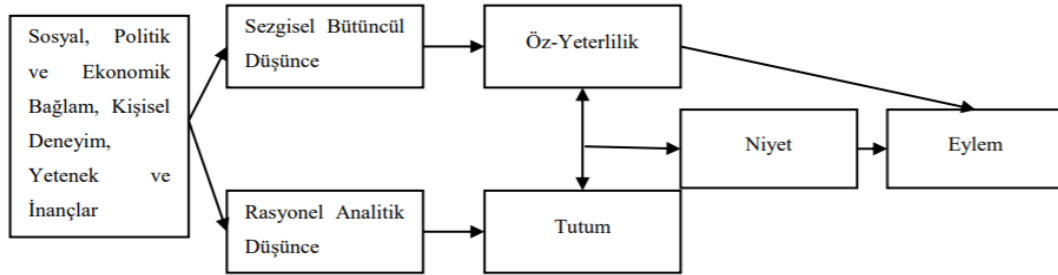
- İlk evre girişimcilik ve yönetsel yönetim arasındaki farkı ortaya koyar ve girişim geliştirmeyi psikolojik temelde inceler.
- İkinci evre, şekilde belirtilen teklifler ve varsayımlar, girişimci niyetlerin örgütsel yönelimine, büyüme ve örgütsel alanda önderlik, gelişim ve örgüt kuramıyla dengeli olacak biçimde çalışılması üzerinde etkisine izin verir.
- Üçüncü evre, örgütlerin oluşturulması, yapılandırılması ve devamlılığının, girişimcilerin şahsi düşünce ve tecrübeleri neticesinde şekil aldığını göstermektedir.

Bird, girişimcilik niyetinin bireysel etmenlerden ve sosyal, siyasal, ekonomik etmenlerden etkilendiğini göstermektedir (Boyd ve Vozikis, 1994: 65). Girişimcilik niyeti, kişilerin hem kişisel hem bağlamsal unsurlardan etkilenmesine bağlı olarak biçimlendiğini ortaya koyan bu şekil bireysel unsurların kişide amaca yönelik davranış ve geniş görüşlülük oluşmasına öncülük ettiğini vurgulamaktadır (Boyd ve Vozikis, 1994: 65).



Şekil 4.2. Bird Girişimsel Niyet Modeli

Boyd ve Vozikis (1994) tarafından girişimcilik niyeti modeli revize edilip modele öz yeterlik faktörü de eklenmiştir. Öz-yeterlilik, bilişsel süreçte niyetin nasıl var olduğu konusunda fikir sahibi olmamıza yardım eder. Bu şekilde, öz-yeterlik, girişimci niyet ve girişimsel hareketler arasındaki bağlantının bir süreci ve sonucudur. Revize edilen modele göre, sosyal desteğin seviyesi, örnek alınan kişiler ve kazanılan iş deneyimleri, öz-yeterlilik ve girişimcilik niyetini etkilemektedir (Miao, 2015).



Şekil 4.3. Revize Edilmiş Girişimcilik Niyeti Modeli

4.1.3. Ajzen'in (1991) Planlanmış Davranış Modeli

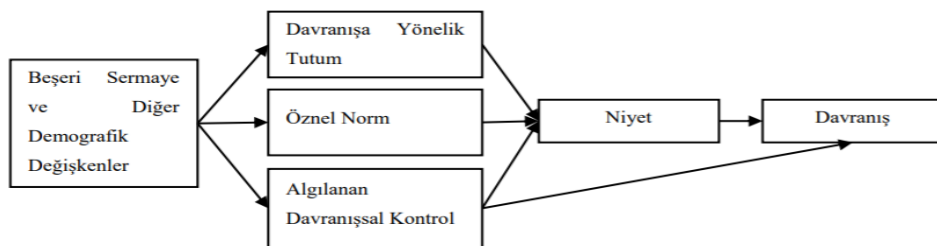
Ajzen'in (1991) geliştirilmiş olduğu modelde bireyin herhangi bir davranışta bulunmadan önce bu davranışıyla ilgili bir niyet durumu oluşturduğunu öne sürmektedir. Niyet düşüncede oluşan girişimin davranışa dökülmesinde aracılık eder (Myers, 2014). Planlanmış olan çalışmalar, öncesinde kişinin bilinçli olarak tasarladığı ve onayladığı hükümlerin neticesidir Ajzen (1991). Bu çalışma davranışlarını biçimlendiren niyetler ise

kişinin tecrübelerinin, karakterinin ve duyduğu isteklerin toplamından oluşmaktadır Ajzen (1991).

Planlanmış davranış modelinde girişimcilik niyetinde eylemleri etkileyen üç ana faktör olduğu öne sürülmektedir. Bunlar; eylemler karşısındaki tepkiler, bireysel değerler ve bireysel algılarında kişinin eylemlerini ne kadar yönetebildiğidir (Ajzen, 1991). Eylemler karşısındaki tepkiler, kişinin olay karşısında sergilediği davranışın artı veya eksi yönlerini belirleyebilmesidir. Bireysel değerler bir eylemi yapıp yapmama hususunda bireyin üzerinde hissettiği çevresel baskıdır. Algılanan eylemlerin süreç yönetimi ise planlanan eylemin zorlu veya basit olup olmadığı hususundaki düşünceleri içermektedir (Ajzen, 1991; Kuehn, 2008).

Planlanmış davranış modelinde en çok vurgulanan nokta bireyin ileriye yönelik planlarına ne kadar sadık, bağlı ve istekli olduğunun saptanması ve tasarladığı eylemi anlatabilip üzerine varsayımlarda bulunabilmesidir (Roxas, Cayoca-Panizales ve Jesus, 2008). Bu bilgiler ışığında, kişinin niyetleri incelenerek ileride girişimci olma potansiyeli taşıyıp taşımadığı belirlenebilmektedir (Şeşen ve Basım, 2012). Planlanmış davranış modelinde öne çıkan diğer bir husus ise girişimcilik niyetini tanımlarken bireyin öz-yeterlilik ve taşıdığı sosyal değerleri göz önünde bulundurmasıdır (Autio, Keeley, Klostsen, Parker ve Hay, 2001).

Planlanmış Davranışlar Kuramı, kaynaklarda en fazla test edilmiş kuramdır (Schlaegel ve Koenig, 2014: 298). 1971 senesinde Ajzen geliştirdiği “Planlanmış Davranışlar Kuramı” şekli ile davranış ve tutum arasındaki bağlantıyı kuvvetlendirmiştir. Planlanmış Davranışlar Kuramı şekli, niyet belirlemede faydalanan ünlü davranış ve inanç yaklaşımlarındandır (Top, 2011: 270). Planlanmış Davranışlar Kuramı sosyal bilişsel psikoloji kaynaklarında bulunur. Kişilerin davranışı uygulamalarının ilk açıklayıcısının niyet olduğu şekilde; niyetlerin davranışa göre tutum, sübjektif norm ve algılanan davranışsal kontrol tarafından yayımlandığı gösterilmektedir (Bozkurt, 2014: 30).



Şekil 4.4. Planlanmış Davranışlar Teorisi

Bu şekilde göre, bir davranış pozitif olarak anlaşıldığı sürece, o davranışın gerçekleşme olasılığı daha güçlüdür (Linan ve Chen, 2009). Aynı zamanda kişisel algılar davranış üzerinde etkiliyse o davranışın gerçekleştirilmesin olasılığı da daha yüksektir (Kalkan, 2011: 193). Niyet şekilleri arasında, yalnızca Planlanmış davranışlar kuramı girişimcilik niyetini etkileyen unsurları toplumsal seviyede büyütmektedir.

Araştırma neticeleri Planlanmış davranışlar kuramının yalnızca kişinin nezaretinde değil, üçüncü tarafların da hükümlerini kapsayan olaylara da uygulanabileceğini doğrulamaktadır (Leroy vd., 2015: 410). Tüm bunların sonucunda, bu kuramın bireylerin girişimci niyetini irdelemek için öbür şekillerden daha yararlı olduğunu birçok araştırma sonucu gözler önüne sermektedir.

4.2. Girişimcilik Niyeti ile İlgili Literatür Taraması

Araştırmanın bu bölümünde bireysel nitelikler ve girişimcilik niyeti üzerine dünya çapında yapılmış olan çalışmalar sonucunda ortaya çıkan sonuçlara değinilecektir.

4.2.1. Girişimcilik Niyetiyle İlgili Türkiye’de Yapılmış Çalışmalar

Etnik köken iş medeniyetinden ayrı tutulduğunda, bireylerin girişimcilik niyetlerini belirlemede kullanılabilecek bir etken olabileceği ve bağımsız olarak ele alınması gerektiği Top ve Sevencan (2006) tarafından tanımlanmıştır. Kalkan (2011) araştırmalarında uyguladığı anketler sonucunda bireysel tavrın, davranış gerçekleştirme karar mekanizmasının ve cinsiyet faktörünün, girişimcilik niyeti üzerinde pozitif yönlü etkisi olduğunu söylemiştir. Çiçek ve Durna (2012) araştırmalarında kişisel nitelikler ile kariyer hedefleri arasında ilişki olduğunu saptamışlardır. Örneğin kız öğrencilerin akademisyen olma isteğinin erkek öğrencilere göre daha fazla olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Timuroğlu ve Çakır (2014) araştırmalarında risk alma (sosyal, iktisadi, mesleki) eğilimi ile girişimcilik niyeti arasında bir ilişki olup olmadığını incelemiştir. Yaptığı incelemeler sonucunda risk alma ile girişimcilik niyeti arasında doğrusal ilişki olduğunu belirlemiştir. Aydın, Göksel ve Ekmekçioğlu (2014) araştırmalarında Aydın, Göksel ve Ekmekçioğlu (2014) yaptığı çalışmada, kreatifliğin girişimcilik niyeti ile direkt ilişkisinin olmasını siyasi kabiliyetin moderatör etkisine bağlamamaktadır. Siyasi kabiliyetin bağımsız olarak ele alındığında girişimcilik niyeti ile

pozitif yönlü bir ilişkisi olduğunu belirtmiştir. Şeşen, Soran ve Caymaz (2014) ise yapmış oldukları çalışmalarda girişimcilik niyetinin tüm içtimai kıymetler ve internet kullanımı ile orta düzeyde bir bağlantısı olduğunu söylemişlerdir.

4.2.2. Girişimcilik Niyeti ile İlgili Yapılmış Yabancı Çalışmalar

Peterman ve Kennedy (2003) çalışmalarında Avusturalya Genç Başarı girişimcilik programına kayıtlı 117 öğrencinin kendi işlerini kurmaya olan isteklerini ve bunun gerçekleşmesine yönelik düşüncelerini saptamak istemişlerdir. Sonuçlar incelendiğinde girişimcilik programına katılımdan sonra öğrencilerin kendi işlerini kurmaya yönelik hayallerini gerçekleştirebileceklerine olan inançlarının arttığı gözlemlenmiştir. Franco, Haase ve Lautenschläger (2010) çalışmalarında yetiştiğimiz ülkenin girişimcilik eğilimimizi etkilediğini belirlemişlerdir. Ayrıca aile faktörünün tek başına girişimcilik eğilimi üzerinde bir etkisinin olmadığını söylemişlerdir. Zhang, Duysters ve Cloodt (2013) yaptıkları araştırmalarda girişimcilik alanında alınan eğitimin girişimcilik niyeti ile ilişkisini incelemişlerdir. Bilimsel çalışmalara önem veren, teknoloji alanında gelişme gösteren üniversitelerdeki öğrencilerin diğer üniversitelerdeki öğrencilere göre girişimcilik niyetlerinin daha fazla olduğunu görmüşlerdir. Wong, Ho ve Low (2014) ise araştırmalarında girişimcilik eğitim programlarının öğrencilerin girişimcilik niyetleriyle doğrusal ilişkiye sahip olduğu sonucuna ulaşmışlardır.

4.3. Türkiye’de Girişimciliği Destekleyen Kuruluşlar

Bugün dünyada bir ürünün veya hizmetin oluşturulması için kaynak, kapital ve emek unsurlarının bir araya gelmesi gerekmektedir. Bunun için de girişimcilik faaliyetleri artmalıdır (Özdemir ve Mazgal, 2012:87-89). Bu bölümde ülkemizde girişimciliği destekleyen kuruluşlardan bahsedilecektir.

4.3.1. Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı

“KOSGEB” kısaltması ile bilinen ve “Küçük ve Orta Ölçekli İşletmeleri Geliştirme ve Destekleme İdaresi Başkanlığı” ülkemizin iktisadi ve toplumsal gereksinimlerinin

karşılanmasına yönelik kurulan küçük ve orta ölçekli işletmeleri desteklemek için 20 Nisan 1990 tarihinde Bilim, Sanayi ve Teknoloji Bakanlığına bağlı olarak kurulmuştur (Karaömer, 2014:37-39). Bu doğrultuda yine KOSGEB çatısı altında “İş Geliştirme Merkezleri (İŞGEM)”, “Kadın İş Geliştirme Merkezi (KİŞGEM)” gibi kuruluşlar da faaliyet göstermektedirler (Karaömer, 2014:37-39). KOSGEB’ in öne çıkan çalışmalarından birisi de üniversitelere destek vererek öğrencileri girişimcilik alanına yöneltmesidir. Nu kapsamda girişimcilik eğitimi çalışmalarına maddi destek kaynağı olmaktadır (Namal vd., 2018:93-106).

4.3.2. Türkiye Sanayici İş Adamları Derneği

“TUSİAD” olarak da bilinen “Türkiye Sanayici İş Adamları Derneği” 1971’de İstanbul’da özel sektörü desteklemek için kurulmuştur (TUSİAD, 2016:13-15). TUSİAD tarihçesinde kuruluş amacını ““fikri hür, vicdanı hür” girişimci üyelerin vizyonu ve yarım yüzyılda oluşturulduğu kurumsal hafıza ile, Türkiye'nin küresel ölçekte rekabet eden, bölgesinde ve dünyada refah toplumu olarak referans niteliği taşıyan bir ülke olması için çalışmaya, üretmeye, yatırım yapmaya, istihdam yaratmaya, daha iyi için yarışmaya devam edecektir” olarak tanımlamıştır (TUSİAD, 2019). (Cansız, 2007) Örgütün çalışmalarının bulunduğu alanlar olarak tanımlanan yuvarlak masaları ise aşağıdaki gibidir,

- Ekonomi ve Finans
- Sanayi Politikaları
- Parlamento ve Kamu Kurumu İlişkileri
- Sosyal Politikalar
- Kalkınma Politikaları
- Dijital Dönüşüm
- Enerji ve Çevre
- Girişimcilik ve Gençlik
- Küresel İlişkiler ve Avrupa Birliği
- Yatırım Ortamı
- Üye İlişkileri (TUSİAD, 2019).

TÜSİAD yukarıdaki faaliyet alanlarının hepsinde ülkemizin hedeflerine ulaşması ve dünya standartlarının üzerine çıkması için destek göstermektedir (TUSİAD, 2016).

4.3.3. Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu

Türkiye Bilimsel ve Teknolojik Araştırma Kurumu (TUBİTAK) 1963 yılında Cemal Gürsel tarafından kurulup Başbakanlığa bağlı olarak çalışmalarını gerçekleştiren bir kurumdur (Özdemir ve Mazgal, 2012:96-97). Ülkemizin bilim ve teknoloji alanında gelişmesini kendisine amaç edinen TUBİTAK'ın desteklediği programlar aşağıdaki gibidir (TUBİTAK, 2013:4-5),

- Sanayi Ar-Ge Proje (TEYDEB) Destekleri
- Akademik Ar-Ge (ARDEB) Destekleri
- Kamu Kurumları Ar-Ge Destekleri
- Girişimcilik Destek Programları
 - Girişimcilik aşamalı destek programı
 - Girişimcilik ve yenilikçilik eğitim ve araştırma faaliyetlerini destekleme programı
 - Girişimcilik ve yenilikçilik yarışmaları programı

Bu programlara destek sağlamadaki niyet nitelikli çalışan sayısının ve yerli üretim oranının arttırılması, üniversite sanayi iş birliklerinin çoğaltılması, ar-ge faaliyetlerinin çoğaltılması ve yeni üretim teknolojilerinin geliştirilmesidir (TUBİTAK, 2013:5-6).

4.3.4. Türkiye Odalar Borsalar Birliği

Türkiye Odalar Borsalar Birliği (TOBB) 6 Şubat 1952 tarihinde kurulmuştur (TOBB, 2012:1-2). Ülkemizde özel sektörün temsilcisi olan TOBB kamu tüzeline inzibati çalışmaları sürdüren kurumdur (Doğan, 2013:118-119). TOBB'un hedefleri ve misyonunu ise aşağıdaki gibi özetlenebilir (TOBB, 2012:1-2).

- Kalkınma çalışmalarının sürekliliğinin sağlanması
- Kobilerin global ekonomiye uyum sağlama sürecinin iyileştirilmesi
- Reform, kurumsallaşma ve girişimciliğin desteklenmesi
- İş dünyasında kadınların ve gençlerin ön plana çıkmasını sağlamak
- Serbest rekabet ortamında çalışanlar arasında adaletin sağlanması

4.3.5. Teknopark

Teknoparklar, teknoloji alanında yenilikçi düşüncesi olan girişimcileri, sanayicileri, akademisyenleri destekleyen ve sonuçta kazancı yüksek olan ürünlerin çıkmasını sağlamak amacıyla, yenilik başlığı altında kurulan organizasyonlardır (Yılmaz, 2017). Teknoparklar farklı bölümlerden oluşmaktadırlar ve çalışma zamanları farklılık gösterebilmektedir (Çağıl, 2007:3841). Bu merkezler;

- Kuluçka Merkezi (İncubator): Bu bölüm işletmelerin kuruluş aşamasındaki faaliyetleri olarak açıklanabilir. Bu bölüm şirketlerin kuruluş aşamalarını hızlandırmak, iktisadi açıdan gelişmelerini sağlamak, teknolojik çalışmalarda devlet desteğinden faydalanmak hususlarında öncülük etmek ve üst seviyede verimlilik elde etmektir. Kuluçka merkezinden firmaların 2 yıl içerisinde ayrılmaları beklenmektedir (Çağıl, 2007).
- İlk Aşama Merkezleri: Kuruluş aşamalarındaki işletmelere teknik, maliyet ve yönetim gibi özellikli bölümlerde danışmanlık hizmetlerinin verildiği merkezlerdir (Çağıl, 2007).
- Yenilik Merkezleri (Innovation Centre): İleri teknoloji ile kurulan şirketlerin kuluçka evrelerinin sonrasına kadar olan süreçlerini kapsar (Çağıl, 2007).

4.3.6. Melek Yatırımcı

Melek yatırımcı terimi literatürde ilk olarak William Wetzel tarafından kullanılmıştır (Uluyol, 2008). Melek sermaye gerçekleştirilmemiş, düşünce aşamasında olan girişimcilik fikirlerinin oluşum gösterebilmesi, gelişmeleri ve büyüyebilmeleri için yönetimde söz sahibi olmak, elde edilecek olan kazançtan pay alabilmek sağlanan sermaye desteğidir (Bingöl ve Türkmen, 2016). Melek yatırımcı denmesinin sebebi ise girişimcilik çalışması henüz belirsiz ve çok fazla risk altındayken destek sağlıyor olmaları ve bilgi birikimlerini paylaşarak danışmanlık yapmalarıdır (Uluyol, 2008). Girişimcilikte destek istenen finansman modellerinden biri olan melek yatırımcılıkta kullanılan bazı kavramlar aşağıdaki gibidir; (Bingöl ve Türkmen, 2016)

1. Tecrübeli Melek: Son üç yıl içerisinde herhangi bir melek yatırımı yapmamış ancak geçmişte bu tecrübeyi yaşamış kişilerdir.

2. Bakir Melek: Herhangi bir projeyi ilk defa destekleyecek olan kişidir.
3. Gelir Arayan Melek: Kendisine gelir ya da iş yaratmak isteyen kişinin belirli bir sermayeyi bir işe koyan kişidir.
4. Girişimci Melek: Birden fazla sektörde faaliyet gösteren ve maddi durumu iyi olan girişimci kişiliğe sahip bireylerdir.
5. İş Meleği Ağı (IMA): Girişimciler ile iş meleklerini bir araya getirmek üzere kurulan partallardır. Kısacası birbirleri ile anlaşabilecek olan melek ve girişimcilerin karşılaşabileceği pazar yeri konumundadır.
6. Eşleşme Süreci: İş yapmak üzere melek ve girişimcinin birlikte hareket etmeye başladığı aşamadır.
7. Seri Melek: İkiiden fazla projeye son bir yıl içinde destek olan kişidir.

4.3.7. Kadın Girişimciler Derneği

Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER) Türkiye’deki potansiyel kadın girişimcileri desteklemek, kadınların iş dünyasındaki sayısını artırmak ve tüm sektörlerde aktif olarak çalışmalarını sağlamak için çalışmalar yapmak amacıyla 2002 yılında 38 kadın girişimci tarafından maddi kazanç hedefi gütmeyen bir sivil toplum örgütü olarak İstanbul’da kurulmuştur (Karaömer, 2014). KAGİDER, girişimcilik faaliyetinde bulunmak isteyen kadınlara, kendi işlerini kurmaları ve sektörde ilerlemeleri için eğitim ve danışmanlık hizmeti ile kredi sağlama güvencesi vermektedir (Doğan, 2013). Kuruluş öncelikle kadın girişimcilerin tasarladığı girişimcilik fikirlerini incelemekte ve projeyi nasıl, nerede kuracakları, idareyi ne şekilde sağlayacaklarını ve kazanç elde etme yöntemlerini aşlamak amacıyla dört gün boyunca eğitim vermektedir (Cansız, 2007). Kadının üretim süreçlerinde yer alarak, bağımsız olarak süreçlerde bulunduğu ve yönettiği bir dünya oluşturmak amacıyla çalışmalarını sürdüren KAGİDER, günümüzde 200 üzeri üyesi ile birçok kurum tarafından desteklenmektedir. Kadınların sadece ekonomi alanında değil aynı zamanda siyasi ve sosyal olarak da toplumda ön planda olması gerektiğini savunmaktadır (KAGİDER, 2020).

5. ALGILANAN ÖRGÜTSEL DESTEK

Algılanan örgütsel destek; organizasyonun çalışanların katkılarına değer verdiği ve onların refahına önem verdiğini gösteren bir çalışan algısıdır (Eisenberger vd., 1986). Eisenberg vd. (1986) algılanan örgütsel desteği kavramına, kendilerinden sonraki akademisyenler ise temelde ölçüm skalasının geliştirilmesine, algılanan örgütsel desteği etkileyen faktörlere ve deneysel çalışmalar yoluyla algılanan örgütsel desteğin çalışanlar üzerindeki olumlu etkisine odaklanmışlardır.

Algılanan örgütsel destek bağımsız bir araştırma konusudur ve iş sözleşmeleri ile birtakım benzerliklere ve farklılıklara sahiptir (Eisenberger vd., 1997). İki konu arasındaki benzerliklerden ilki; algılanan örgütsel desteğin çalışanların duygusal ihtiyaçlarını tatmin etmesi ve çalışanlara sorumluluk hissi katması ve kuruma karşı duyarlılık katmasıdır. Aynı şekilde, iş sözleşmesinin varlığı da çalışanların kuruma karşı sorumluluk duygusu hissetmelerini sağlar. İkinci benzerlik ise algılanan örgütsel desteğin ve iş sözleşmelerindeki olumlu maddelerin sendika ve hükümet düzenlemeleri gibi dış baskılar olmadan çalışanlara kurumun gönüllü davranışlarından kaynaklandığı için çalışanların kuruluşa daha iyimser değerlendirme yaptıkları anlamına gelir (Eisenberger vd., 1997). Üçüncü benzerlik ise hem algılanan örgütsel destek hem de iş sözleşmesi örgütsel bağlamda sosyal değişim teorisini uygular, çalışanlar ile işverenler arasındaki sosyal değişimi tartışır ve karşılıklı değişkenlik ilkesini sonuç değişkenlerinin (tutumsal ve davranışsal değişkenlerin) açıklaması olarak kullanır (Eisenberger vd., 1997). Ancak her iki görüşün ayrıştığı noktalar da vardır. Bunlardan ilki, iş sözleşmesi kurumlar ve çalışanlar arasındaki karşılıklı fayda ilişkisine, işçi ve işverenlerin karşılıklı yükümlülüklerinin algılanmasına dayanmaktadır (Xu ve Zhang, 2005). Aksi şekilde; algılanan örgütsel destek kurumun çalışanlara olan bağlılığını vurgular ve bu nedenle tek taraflıdır. İkinci farklılık ise algılanan örgütsel destek duygusu genellikle çalışanların kendi gözlemleri ve üstlerinin ilgili davranışları yoluyla kuruma girdikten sonra ortaya çıkarken, iş sözleşmelerinin genellikle çalışanlar henüz kuruma girmeden önce oluşturulabilir oluşudur (Xu ve Zhang, 2005).

5.1. Algılanan Örgütsel Destek Kavramı

Blau (1964) tarafından geliştirilen sosyal değişim teorisi yakın zamanda uygulanmaya başlanmıştır. Çalışma ortamları göz önüne alındığında kuruluşlar, çalışan yükümlülüğünü ve arzu edilen performansı istedikleri yönde değiştirebilirler. Böyle bir değişimde temel ideoloji, insanların gözetmesi gerektiğini açıklayan "karşılıklı olma normuna" dayanır ve genellikle insanlar kendilerine yardım edenlere yardım ettiğini savunur (Chew ve Wong, 2008). Algılanan örgütsel destek teorisi, sosyal değişim perspektifinden çalışan ve kurum arasındaki ilişkiyi açıklar. Bu açıdan değer ortaya çıkaran şey, iki tarafın (çalışan ve kurum) etkileşimidir. Her iki tarafın da davranış algıları vardır ve karşı tarafın davranışı ile ilgili beklentiler, iki tarafın da davranışlarının zamanlaması veya özellikleri ile ilgilidir (Tansky ve Cohen, 2001). Yapılan çalışmalara dayanarak, algılanan örgütsel destek için çalışanların kuruluşlarının refahı ve katkıları ile ilgili kaygıları hakkındaki algılarını kapsamaktadır diyebiliriz. Algılanan örgütsel destek, çalışanların çalıştıkları kurumdaki çabaları sonucunda bekledikleri değişimleri, destekleri (örneğin hastalık veya iş ilgili konular), çalışmalarını ilginç ve teşvik edici hale getirmeleri ve onlara yeterli çalışma koşullarının sağlanmasını kapsamaktadır (Aube, Rousseau ve Morin, 2007).

Eisenberg vd. (1986), algılanan örgütsel desteği geliştirmenin iki yolu olduğunu savunmuşlardır. Bunlardan ilki organizasyonun kişileştirilmesi ikincisi ise kuruluşun takdirine bağlı olarak ödüllendirilmesidir. Çalışanlar kuruluşlarından gördükleri her hareketi zihinlerinde somutlaştırır ve kendilerine bir destek veya reddetme olarak yorumlarlar (Stinglhamber ve Vandenberghe, 2003). Bu nedenle kurumunun kendisine değer verdiğini hisseden çalışanların prososyal davranış biçime girerek kurumlarına olumlu karşılık verme olasılığı çok yüksektir (Lee ve Peccei, 2007). Eisenberger, Armeli, Rexwinkel, Lynch ve Rhoades (2001) tarafından belirtildiği gibi, karşılıklı ilgilenme sorumluluğunun güçlü bir değişim ideolojisine sahip çalışanlar arasında daha belirgin olması beklenebilir. Dış etkilerden bağımsız olarak kurumun çalışanlarına kendilerini değerli hissettirmesi, kurumun tercih edilmesinde büyük bir etken olabilir (Eisenberger ve diğerleri, 1986; Eisenberger ve diğerleri, 1997). Algılanan örgütsel desteğin kurumda kalma niyeti, iş tatmini, olumlu ruh hali gibi işle ilgili tutumlar açısından birçok olumlu katkısı vardır. Ayrıca, algılanan örgütsel destek, çalışanların, örgütün kontrolünün ötesindeki dış kısıtlamalar yerine örgütün ihtiyari seçimi nedeniyle verilen ödüller

hakkındaki düşüncelerini etkileyebilir (Loi, Hang-Yue ve Foley, 2006). Eisenberg vd. (1986), kurumun çalışanlarından beklediği performans ve sadakat için ödüllendirme yöntemini kullanma isteğinin bir ölçüsü olarak algılanan örgütsel destek anketini geliştirmişlerdir (Hutchison, 1997). Sonraki bölümlerde algılanan örgütsel desteğin öncülleri ve sonuçları incelenecektir.

5.2. Algılanan Örgütsel Destek Kavramının Özellikleri

Çalışanlarının refahını ve kendilerini iyi hissetmelerini önemseyen kurumların ortak birçok niteliğe sahiptirler. Bu nitelikler aşağıdaki gibidir (Özdevecioğlu, 2003).

1. Kurum çalışanlarının hem sosyal hem de kendilerini değerli hissetmeleri için manevi açıdan doyum sağlamalıdır. Kurumda fikirlerinin önemsendiğini, aileden biri olduğunu hisseden çalışanların özgüvenin ve performansının arttığı gözlemlenmiştir.
2. Kurumda çalışanın ileriye yönelik endişelerinin olmaması, kovulma düşüncesine kapılmaması kurumla arasındaki bağı kuvvetlendirmektedir. Çalışanını destekleyen kurumlarda olması beklenen özelliklerden biri de budur.
3. Kurumda çalışanların arasındaki ilişkisinin iyi olması da çalışanın algıladığı örgütsel desteği çok fazla etkilemektedir. İş arkadaşlarıyla iyi anlaşılan çalışanın kuruma olan bağlılığı da artmaktadır. Çalışanını destekleyen kurumların bu ortamı sağlamak için çabalaması da diğer bir ortak özelliktir.
4. Algılanan örgütsel adaleti etkileyen diğer bir faktör de çalışanın kurumda eşitlik gözetildiğini hissetmesidir. Çalışanlar arasında ayrım yapılmaması, politikalarında adil davranmaları destekleyici kurumların ortak özelliklerinden biridir.
5. Üst yönetimin çalışanlarının düşüncelerini önemsemesi, tavsiyelerini göz önünde bulundurması çalışanın algıladığı örgütsel adalet seviyesini pozitif yönlü olarak etkileyecektir.

Bu özelliklerin hepsi hem kurum için hem de çalışan için pozitif sonuçlar ortaya çıkarmaktadır. Bunların dışında algılanan örgütsel adaleti etkileyen öncüller de mevcuttur (Özdevecioğlu, 2003).

5.3. Algılanan Örgütsel Desteğin Öncülleri

Örgütsel destek teorisi temelinde kurumda alınan algılanan olumlu izlenimin artması için kurumun üç alanda (adalet, yönetici desteği ve örgütsel ödüller-iş koşulları) iyileştirme yapması gerektiğini savunur (Eisenberger vd. 1986). Usul adaleti, kaynakların çalışanlar arasında dağılımını belirlemek için kullanılan yolların adaleti ile ilgilidir (Greenberg, 1990). Shore ve Shore (1995), kaynak dağıtımına ilişkin kararlarda tekrarlanan adalet örneklerinin, çalışanların refahı için önem teşkil ettiğini belirterek algılanan örgütsel adalet duygusu üzerinde güçlü bir kümülatif etkiye sahip olduğunu öne sürmüşlerdir. Cropanzano ve Greenberg (1997), usul adaletinin yapısal ve sosyal yönleri arasında ayırım yapmışlardır. Yapısal belirleyicilerin kararlar uygulanmadan önce yeterli bildirim, doğru bilgilerin alınması ve karar sürecinde çalışanın da dahil olması gibi çalışanları etkileyen kararlara ilgili resmi kurallar ve politikalar içerdiğini söylemişlerdir (Cropanzano ve Greenberg, 1997). Etkileşimsel adalet olarak da adlandırılabilen usul adaletinin sosyal yönlerini ise çalışanlara saygınlık duyma, saygı çerçevesi içerisinde muamele etme ve çalışanlara sonuçların nasıl belirlendiğine dair bilgi vermeyi içerir (Cropanzano ve Greenberg, 1997).

Algılanan örgütsel politikalar, kişisel çıkarları korumaya teşvik eden yollarla, genellikle bireysel liyakat veya kurumun gelişimi için yapılan girişimlere atıfta bulunur (Cropanzano, Howes, Grandey ve Toth, 1997). Bu nedenle örgütsel politikalar, prosedürler ve sonuçların algılanması ile güçlü bir şekilde çatışabilir ve algılanan örgütsel adaleti negatif yönlü etkileyebilir (Randall, Cropanzano, Bormann ve Birjulin, 1999). Çalışanlar denetçilerin kendilerini değerlendirirken firmaya olan katkılarını ve çalışanın refahını ne kadar gözettilerine göre genel bir algı geliştirmektedirler (Kottke ve Sharafinski, 1988). Denetçiler, astların performansını yönlendirmek ve değerlendirmek için sorumluluk sahibi olan kuruluşun ajanları olarak hareket ettikleri için, çalışanlar, amirlerinin kendilerine yönelik olumlu veya olumsuz yönelimini kuruluşun desteğinin göstergesi olarak görmektedir (Eisenberger vd. 1986; Levinson, 1965). Buna ek olarak denetçiler, çalışanlar hakkındaki değerlendirmeleri genellikle üst yönetime ilettikleri için çalışanların algıladıkları örgütsel destek seviyesinde önemli bir faktör haline gelmektedirler (Eisenberger vd., 1986; Levinson, 1965)

Shore ve Shore (1995), çalışan katkılarının dikkate alındığını gösteren insan kaynakları uygulamalarının algılanan örgütsel adalet üzerinde olumlu etkisi olması

gerektiğini öne sürmüşlerdir. Algılanan örgütsel adalet ile ilgili olarak çeşitli ödüller ve iş koşulları incelenmiştir (ödeme, promosyonlar, iş güvenliği, özerklik, rol stresörleri ve eğitim). Algılanan örgütsel adalet teorisine göre, ödüllendirme sistemi çalışanların kuruma olan katkılarını değerlendirmek için önemli bir iletişim yöntemidir (Shore ve Shore, 1995). Algılanan örgütsel adalet teorisinde diğer önemli bir nokta olan özerklik ise çalışanların zamanlama, çalışma prosedürleri ve görev çeşitliliği gibi konularda işlerini nasıl yürüttükleri üzerinde kendi kendilerini kontrol etmeleri için kurumun sağladığı olanak tanımlanmaktadır (Shore ve Shore, 1995). Özerklik geleneksel olarak Batı toplumlarında oldukça değerlidir (Aranson, 1995). Kuruluşun çalışanlarının işlerini nasıl yürüteceklerine akıllıca karar vereceğine yönelik inançlı bir yaklaşım sergilemesi çalışanlar açısından algılanan örgütsel adaleti pozitif yönlü olarak etkileyecektir (Eisenberger, Rhoades ve Cameron, 1999). Rol stresleri, bireylerin başa çıkamayacakları çevresel talepleri ifade eder (Viswesvaran, Sanchez ve Fisher, 1999). Çalışanların işle ilgili stres faktörlerini, iş yerinde gizli olan veya kuruluş üzerindeki dış baskılardan kaynaklanan koşulların aksine, kuruluş tarafından kontrol edilebilir koşullara bağladığı ölçüde, stres faktörleri algılanan örgütsel adalet üzerinde negatif bir etkiye sahip olacaktır. Stresörler, iş yükü, rol belirsizliği ve rol çatışması olarak adlandırılan azaltılmış algılanan örgütsel desteğin öncülleri olarak incelenmiştir (Viswesvaran, Sanchez ve Fisher, 1999).

Wayne vd. (1997), iş eğitimini kurumun çalışanlarına yaptığı bir yatırım olarak görmekte ve iş eğitimlerinin algılan örgütsel adaletin pozitif yönlü artmasını sağlayan bir uygulama olduğunu savunmuşlardır. Dekker ve Barling (1995) işgücü büyüklüğü ve stresinin etkilerini araştırmıştır. Yüksek düzeyde resmileştirilmiş politikaların ve prosedürlerin çalışanların bireysel ihtiyaçları ile ilgili esnekliği azaltabileceği büyük organizasyonlarda (kurum büyüklüğü) bireylerin kendilerini daha az değerli hissettiklerini öne sürmüşlerdir. Her ne kadar büyük kuruluşlar, küçük olanlar gibi, çalışan gruplarına yakın destek gösterebilse de genellikle resmi kurallarla bilgilendirilen büyük kurumlarda algılanan örgütsel desteğin daha az olduğu gözlemlenmiştir (Dekker ve Barling, 1995).

5.3.1. Bireysel Faktörler

Çalışanların bireysel özellikleri, kurumda algılanan örgütsel adaleti etkileyen öncüllerdendir. Rhoades ve Eisenberger (2002) araştırmalarında bireysel etkenleri yaş, cinsiyet, öğrenim düzeyi ve kıdem (çalışma süresi) şeklinde tanımlamışlardır.

Literatür incelendiğinde yaş ve algılanan örgütsel adalet arasındaki ilişkinin olumlu mu olumsuz mu olduğunun net olarak belirlenemediği görülmüştür (Gürbüz, 2012). Çalışmaların çoğunluğu algılanan örgütsel desteğin yaş ile doğru orantılı olarak arttığını göstermiştir (Rhoades ve Eisenberger, 2002; Bhanthumnavin, 2001). Fakat Yoshimura (2003) ise bunun tersine yaş ile algılanan örgütsel adalet arasında zıt yönlü bir ilişki olduğunu, yaş ilerledikçe kişilerin algıladığı örgütsel adaletin azaldığını ifade etmiştir.

Cinsiyet ile algılanan örgütsel adalet arasındaki ilişkiyi incelemek için yapılan çalışmaların çoğunda erkeklerin algılanan adalet duygusunun kadınlara göre daha yüksek olduğu sonucu ortaya çıkmıştır (Yoshimura, 2003; Amason ve Allen, 1997). Bazı araştırmalar ise bunun kurumlarda kadın çalışanların, erkek çalışanlara pozitif yönlü ayrımcılık yapıldığını hissettikleri için algıladıkları örgütsel adalet duygusunun düşük seviyede olduğunu söylemektedir (Amason ve Allen, 1997).

Yapılan çalışmalar algılanan örgütsel adalet ile öğrenim düzeyi arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu göstermektedir (Rhoades ve Eisenberger, 2002). Öğrenim düzeyi daha yüksek olan iş görenlerin diğer çalışma arkadaşlarına göre algıladığı örgütsel adalet seviyesinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir (Gürbüz, 2012). Bunun tersine Kalağan (2009) ise öğrenim düzeyi ile algılanan örgütsel adalet arasında negatif bir ilişki olduğunu, öğrenim düzeyi arttıkça kişinin kurumdan beklentileri, talepleri artacağı için algıladığı örgütsel adalet düzeyinin azalacağını ifade etmiştir. Fuller vd. (2006) ise algılanan örgütsel adalet ile öğrenim düzeyi arasında negatif ne de pozitif bir ilişki olmadığını tespit etmişlerdir.

Kıdem ile algılanan örgütsel adalet arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu tespit edilmiştir (Yoon ve Lim, 1999: 928; Eisenberger, Rhoades ve Cameron, 1999: 1034). Çalışmaların geneli çalışma süresi uzun olan kişilerin diğerlerine göre algıladıkları örgütsel adalet duygusunun daha yüksek olduğunu söylemektedir. Bu sonucun kurumdan memnun olup uzun süre aynı yerde çalışmaya devam etmelerinden kaynaklandığını öne sürmektedirler (Rhoades ve Eisenberger, 2002). Bunun aksine Kalağan (2009) ise kişinin aynı yerde çalıştığı süre ilerledikçe yönetimle arasındaki hoşgörünün, karşılıklı gösterilen

sabır ve desteğin azalması sonucunda algılanan örgütsel adalet duygusunun azaldığını öne sürmüştür.

Singh ve Singh (2013) yapmış oldukları araştırmalarında, algılanan örgütsel desteği etkileyen bireysel faktörleri doğruluk, adapte olma yeteneği ve içine kapanık olmamak şeklinde tanımlamışlardır.

5.3.2. Örgütsel ve Yönetimsel Faktörler

Algılanan örgütsel desteği etkileyen örgütsel ve yönetimsel faktörleri yönetimin desteği, örgütsel adalet sistemi ve insan kaynaklarının çalışmaları olarak inceleyebiliriz.

5.3.2.1. Yönetim Desteği

Yönetim desteği, akla ilk gelen anlamıyla, çalışana üstünün gösterdiği destek şeklinde ifade edilmektedir (Yoon ve Lim, 1999: 925). Başka bir şekilde ise yönetim ile çalışanın pozitif bir iletişiminin olması, yönetimin çalışanlarının performanslarını arttıracak maddi, manevi desteği sunmasıdır (Bhanthumnavin, 2003: 79).

Bazı araştırmalara çalışan için kurum içerisinde önem verdiği durumların başında yönetim ile olan iletişiminin geldiğini söylemektedir (Silbert, 2005: 6-7). Yönetim, çalışanların kuruma katkılarını yorumlayan, maaşlarının ve tazminatlarının miktarı konusunda karar veren, görev tanımını atayan birimdir ve kurumu temsil eder. Bunların uygularken de kurum kaynaklarını kullandığı için sadece çalışan tarafından değil kurum tarafından da yönetime karşı bir algılanan örgütsel adalet seviyesi oluşturmaktadır (Silbert, 2005: 6-7).

Literatürde çalışanların, yöneticileri tarafından refahlarını önemsenmesi ve algılanan yönetici desteği üzerine birçok çalışma bulunmaktadır (Maertz vd., 2007). Algılanan yönetici desteği literatürde giderek ilgi kazanan bir konu olmakta ve çalışan maaşı, maaş beklentileri, ciro niyetleri gibi örgütsel sonuçlarla önemli ölçüde ilişkili bulunmuştur (Eisenberger vd., 2002; Maertz vd., 2007). Çalışanlar yönetimden destekleyici bir davranış gördüklerinde kendilerini ekip oyunları gibi görmekte ve performansları artmaktadır. Yönetimin desteğinin az olduğu kurumlar bu yüzden çalışanların başarısının önünde bir engel olarak kabul edilmektedir (Anderson, 2006). Sonuç olarak, algılanan yönetim desteğinin eksikliği, çalışanı kurumu olumsuz etkileyecek sapkın davranışlara da yönlendirebilmektedir (Menguc vd., 2013). Benzer

şekilde yönetim desteği eksik olduğunda, müşterilerin refahını da olumsuz yönde etkileyebilecek kurumdaki müşteri hesaplarından, ödemelerinden kendi hesabına para geçirme olasılığının da yüksek olduğu söylenmiştir (Liao vd., 2004; Menguc vd., 2013). Bu bağlamda, sosyal değişim teorisi, yöneticilerinden daha fazla destek gören çalışanların daha iyi hissetmelerine yardımcı olabileceğini ve çalışanların kurum hedeflere ulaşmalarında yardımcı olarak kuruma karşılık verdiklerini göstermektedir. Bunun aksine, çalışanlar yöneticilerinden daha az destek gördüklerinde, maksimum çaba göstermezler (Dysvik vd., 2014). Sosyal değişim teorisine dayanan önceki araştırmalar (Cropanzano ve Mitchell, 2005) algılanan süpervizör desteğinin kurumsal performansı olumlu etkilediğini ve olumsuz sapkın davranışların ortaya çıkması ihtimalini düşürdüğünü göstermektedir (Eisenberger vd., 2002; Kuvaas ve Dysvik, 2010; Shanock ve Eisenberger, 2006).

Bununla birlikte literatürdeki birtakım araştırmalar algılanan örgütsel adaletin, yönetim desteği ve ciro arasındaki ilişkiyi doğrudan etkilediğini ortaya çıkarmaktadır (Eisenberger vd., 2002). Rhoades vd. (2001), algılanan yönetici desteğinin çalışanın kuruma olan duygusal bağlılığının üzerinde direkt etkisinin olduğunu tespit etmişlerdir. Bunların dışında bazı çalışmalar ise yönetim desteğinin ciro niyetleri gibi örgütsel sonuçlar üzerinde dolaylı yoldan da etkisinin olabileceği sonucunu ortaya çıkarmıştır (Becker, 1992; Maertz vd., 2002, Maertz vd., 2007).

Araştırmacılar, Çin toplumunda üst/alt ilişkisinin da daha fazla dikkat çekmişlerdir (Hui vd., 2004). Yönetim ve yöneticiler arasındaki kişilerarası ilişkiler, kıdeme saygı gösterme Çin toplumunun hiyerarşik doğası nedeniyle Çin'de faaliyet gösteren kurumların en önemli ortak özelliklerinden biri olarak kabul edilir. Yapılan son çalışmalar göstermektedir ki, Çinli çalışanlar yöneticilerini farklı bağlılık odakları olarak görmektedirler ve onlara karşı kuruma duyduklarından daha fazla sadakat sergileme eğilimi sergilemektedirler (Chen vd., 2002; Chan vd., 2006). Bunun nedeni olarak, bir sisteme bağlılık yerine bir kişiye sadakatin Çinli çalışanlar için daha büyük önem taşıdığı söylenmektedir (Redding, 1990). Süpervizöre olan sadakatin, çalışan performansı üzerinde örgütsel bağlılıktan daha büyük etkileri olduğu yapılan çalışmalarla desteklenmiştir (Chen vd., 2002).

Algılanan yönetim desteği Bhanthumnavin (2001) tarafından aşağıdaki şekilde üç başlık altında ele alınmıştır:

1. Manevi Destek: Çalışana değerli olduğunu hissettirmek, sevildiğini göstermek, kendini onun yerine koyup davranışlarına karşı anlayış gösterebilmek ve onu karakteriyle olduğu gibi benimseyebilmek.
2. Eğitim Desteği: Görev tanımını kapsayan eğitimlerin sağlanması, iş faaliyetleriyle ilgili bilgi desteği verilmesi ve oryantasyon gibi destekleri kapsar.
3. Finansal Destek: Gereksinim oluşturan araç-gereçleri, malzemeleri sağlamak, maaş, avans gibi maddi konularda destek sağlamak.

5.3.2.2. Örgütsel Adalet

Örgütsel adalet, çalışanların kurumda eşit ve adil bir şekilde ödüllendirilip ödüllendirilemediklerine yönelik algı ve uygulama kümesini ifade eder; ayrıca bu gözlemlerin diğer sonuçları nasıl etkilediğini anlama ve incelemeyi de içerir (Pillai vd., 2001). Bu konu üzerine yapılan araştırmalar, örgütsel adaleti dağıtıcı, usule dayalı ve etkileşimli olmak üzere temel başlığa ayırmışlardır (Janssen, 2004). Dağıtıcı adaletin çalışanların örgütsel kaynakların adil tahsisine ilişkin algılarına atıfta bulunduğunu; usule dayalı adaletin, çalışanların örgütsel kaynakların tahsisine ilişkin kararlar vermek için kullanılan politika ve prosedürlerin adil olmasına yönelik algılarına atıfta bulunduğu ifade edilmiştir (Colquitt, 2001; Miller ve Lee, 2001). Ve etkileşimli adaletin, çalışanların, politikalar yürütülürken genellikle kuruluşlarında kendi amirlerinden beklenen kişilerarası ilişkilerin kalitesinin adillğine ilişkin algılarına atıfta bulunduğu tanımlanmıştır (Bies ve Moag, 1986; Colquitt, 2001; Colquitt vd., 2001). Yapılan araştırmalar, bir kuruluş çalışanlarına adil davranır ve çalışanlar tarafından adil olarak algılanırsa, çalışanların kuruluşlarına fayda sağlayan üretken davranışlarda bulunma olasılıklarının daha yüksek olacağını öne sürmektedirler (Greenberg ve Colquitt, 2013).

Adalet ve adalet algıları, kültürel ve sosyal etkileşimler yoluyla oluşan bireysel tercihlere dayanmaktadır (Nazir vd., 2019). Bu argümanı kabul edersek, çalışanlar üzerindeki kültürel etkinin rolü, adalet algısına vardıkları süreci anlamak için çok önemli hale gelir. Başka bir deyişle, çalışanların tutumlarını ve örgütsel adaleti neyin oluşturduğuna dair anlayışı belirlemede kültürü ve kültürün rolünü incelemek giderek daha önemli hale gelmektedir (Nazir vd., 2019). Bununla birlikte, kültür, doğası gereği, ne bir araştırma ortamında kolayca kavranabilecek veya yakalanabilecek bir şey, ne de kültürü ve birey üzerindeki etkisini ölçmek için evrensel bir araç değildir (Nazir vd., 2019). Kültürün örgütsel bağlamlardaki rolünü anlamada makul bir bakış açısı

sağlayabilecek bazı çalışmalar vardır, bunların arasında en belirgin olanı Hofstede (1983) tarafından geliştirilen modeldir. Pakistan'da, birçok ülkede olduğu gibi, genel olarak insan kaynakları uygulamaları ve özellikle kültürel etki üzerine bir literatür eksikliği vardır (Ali ve Brandl, 2017). Kültür ve kültürün doğurduğu etkiler, doğaları gereği karmaşık ve ölçülmesi zor çalışma alanlardır (Oyserman, 2017). Örneğin Pakistan ve Hindistan gibi ülkelerde rekabet halinde olan alt kültür sebebiyle ulusal kültürün belirlenmesi güç duruma gelmektedir (Oyserman, 2017).

Eşitlik teorisine göre çalışanlar, kuruluştan alınan tazminatla kuruluşlarıyla olan ilişkilerinin değerini değerlendirir. (Adams, 1965 ve Blau, 1964b). Dağıtım adaleti, çalışanların yeteneklerini, yetkinliklerini ve katılımlarını ve organizasyonları tarafından ne kadar iyi takdir edildiğini ve kabul edildiğini gösteren çabalara kıyasla ödüllerin adaleti ile ilgili gözlemdir (Katz ve Kahn, 1978). Bununla birlikte, çalışanların çeşitli bakış açılarına göre kuruma önerilerde bulunmaları kurum için iyileştirici etkiye sahip olabilmektedir (Katz ve Kahn, 1978). Ancak diğer bir ihtimal olarak bu öneriler, kurum statüsüne meydan okuma olarak algılanarak mevcut ilişkileri olumsuz olarak da etkileyebilmektedir (LePine ve Van Dyne, 1998; Moss Kanter, 1988). Bu nedenle, yenilikçi çalışanlar kaçınılmaz olarak kişisel ve işle ilgili sorunlarla, örneğin iş stresi (Janssen, 2004) veya iş arkadaşlarıyla çatışmalar (Janssen, 2003) tarafından provoke edilebilir. Dağıtım adaletsizliği algısı, çalışanların kreatiflikleriyle ilgili kurum yaklaşımının nasıl olacağına dair şüpheye düşmelerine sebebiyet verir ve organizasyonlarının performansını iyileştirmek için buldukları fikirleri paylaşmamalarına neden olabilir (Anderson vd., 2004; Mumford ve Gustafson, 1988; Siegrist, 1996).

Örgütsel adalettaki ikinci boyut, bir bireyin kurum içindeki resmi politika ve prosedürlerle olan algılarını ifade eden usul adaleti olarak bilinir (Niehoff ve Moorman, 1993; Stinglhamber vd., 2006). Usul adaleti, bir çalışanın örgütsel prosedürler ve politikalar algısının yanı sıra bir çalışanın örgütsel destek algısı ile de ilgilidir. Üçüncü boyut olan etkileşimsel adalet ise sosyal değişimlerle ilişkilidir. Etkileşimsel adalet çeşitli ve önemli teorilerde girdi olarak kullanıldığı için önemli bir yapıdır (Ansari vd., 2007). Resmi politikalar ve prosedürler genellikle üst yönetim tarafından geliştirilir. Çalışanlar prosedürlerin ve politikaların adil olduğunu algılayorsa, olumlu iş davranışlarıyla yanıt verirler. Çalışan, kurumda usul adaletini adil olarak algılayorsa, algılanan girdi ve ödül dengesi arasında bir miktar sapmaya tahammül etme eğilimi gösterecektir (Brockner ve Wiesenfeld, 1996). Ek olarak, genellikle usul ve etkileşimsel adaletin, bir çalışanın

kuruma olan duygusal bağıllığı ile olumlu bir şekilde ilişkili olduğu iddia edilmektedir (Stinglhamber vd., 2006). Usul adaleti ve sonuçta ortaya çıkan duygusal bağıllık, interaktif davranışlar için en önemli bileşen olarak kabul edilir, çünkü yenilik kurumun oturmuş düzenine ve kazanılmış çıkarlara meydan okumayı gerektirir (Argyris, 1993; Costello, 1994; Spreitzer, 1995). Usul adaleti çalışanların yöneticileriyle veya iş arkadaşlarıyla yenilikçi fikirlerini paylaşmada özgür alan sağlamaktadır (Argyris, 1993; Costello, 1994; Spreitzer, 1995).

Daha önce de belirtildiği gibi, algılanan örgütsel destek, çalışanların organizasyonlarının katkılarına değer verdiğini ve genel refahlarıyla ilgilendiğini, böylece sosyo-duygusal ihtiyaçlarının karşıladığını algıladıkları derecedir (Eisenberger vd., 1986). Bu aynı zamanda, usul adaletinin normal olarak örgütsel düzey faktörleriyle ilişkili olduğu fikrini de desteklerken, etkileşimsel adaletin normal olarak bireysel düzey faktörlerle ilişkili olduğunu tanımlamaktadır (Schofield vd., 2006). Aynı şekilde, usul adaleti, bir kuruluşun çalışanlarını desteklediğinde, çalışanların kuruluşla olan ilişkisini, algılanan örgütsel adaleti güçlendirdiğini ve örgütsel politikalara, prosedürlere ve hedeflere olan bağıllıklarını artırdığını göstermektedir (Schofield vd., 2006).

Asya ülkelerinde örgütsel adalet ve yenilikçi davranış üzerine yapılan daha önceki araştırmalar, örgütsel adaletin yenilikçi davranış üzerindeki doğrudan rolünün, kolektivist toplumlarda bireyci toplumlardan daha zayıf olduğunu belirlemiştir (Hofstede, 2011). Araştırmacılar bunun, Asya bölgesinde çalışanların organizasyonun onlara adil davrandığı için değil, organizasyonun onlara bir aile gibi davrandığı için yenilikçi davranışlarda bulunduklarını öne sürmektedir (Kim ve Young, 2012; Yoon ve Thye, 2000). Algılanan örgütsel destek üzerine yapılan önceki araştırmalar, algılanan örgütsel desteğin yüksek seviyelerinin çalışanların organizasyon için daha değerli olan gönüllü davranışlara daha fazla katılımına yol açtığını ileri sürmüştür (Eisenberger vd., 1990; Settoon vd., 1996; Wayne vd., 1997). Araştırmacılar, çalışanların algılanan örgütsel destek seviyelerinin yüksek olması durumunda, iş tanımlarının ötesinde performans gösterdiklerini söylemişlerdir (Eisenberger ve Rhoades, 2001; Rhoades vd., 2001). Örgütsel adaletin algılanan örgütsel destek üzerindeki etkisi ile ilgili olarak, Eisenberger vd., (1986), bir dizi faktörün çalışanların algılanan örgütsel desteğini etkilediğini ve bu da çalışanların örgütsel adalet algısını etkilediğini öne sürmüşlerdir. Organizasyon, çalışanlara algılanan örgütsel destek sağlarsa, çalışanlar organizasyonun ihtiyaçlarını karşıladığını ve onları güvenilebileceğini hissedeceklerdir (Eisenberger vd., 1986), Shore

ve Shore (1995), örgütsel adalet ile yenilikçi davranış arasındaki ilişkiye aracılık eden algılanan örgütsel desteğin teorik gerekçesini, adalet algılarının çalışanlar ve organizasyon arasında bir güven düzeyi oluşturması olarak tanımlamışlardır. Algılanan örgütsel desteği yüksek olan çalışanlar, bir adaletsizliği görmezden gelebilirler, çünkü kuruluşun gelecekte onlara uygun ödülleri sağlayacağını düşünebilirler (Shore ve Shore, 1995), algılanan örgütsel desteği düşük olan çalışanlar aynı adaletsizliğe daha sert tepki verebilir, çünkü kurumun onlara eşit davranma yetersizliğinin gelecekte de aynı şekilde devam edeceğini düşüneceklerdir. Bu nedenle çalışanlar örgütsel adaleti örgütsel desteğin bir işareti olarak gördükleri için, algıladıkları örgütsel adalet yüksek olduğunda endişe duymadan kuruma yönelik yenilikçi davranışlarda bulunabilmektedirler (Aryee vd., 2002; Chen vd., 2005).

5.3.2.3. İnsan Kaynakları Uygulamaları

Algılanan örgütsel destek, çalışanın kurumun kendisine "bağlılığı" algısını yansıtır (Johlke, Stamper ve Shoemaker, 2002; Settoon vd.,1996). Eisenberger vd. (1986) algılanan örgütsel adaletin, övgü ve onay, ödeme, rütbe, iş zenginleştirme ve organizasyon politikaları da dahil olmak üzere kurum ve yöneticileri tarafından çeşitli yönlerden geliştirmeleri gerektiğini önermişlerdir. Bu karar, Levinson (1965) tarafından açıklanan "kişileştirme" süreciyle uygulanabilmektedir. Destekleyici insan kaynakları uygulamaları, çalışanın yararına olabilecek organizasyon tarafından isteğe bağlı muameleyi temsil ettiğinden, kuruluşun çalışanlarının refahını önemseydiği ve bu nedenle çalışmalarının ödüllendirileceğine yönelik inancı temsil etmektedir. Bu tür olumlu değerlendirmeler, çalışanların örgütsel destek hakkındaki algılarını pozitif yönde etkileyecektir (Levinson, 1965). Ayrıca, Sheridan, Slocum, Buda ve Thompson'a (1990) göre, bir çalışanın potansiyeli hakkında uyarıcı görevi gören insan kaynakları, zaman içinde ödül ve taktir seviyesini arttırmak zorundadır. Bu etkileşimler, çalışanların katkılarının gönüllü ve olumlu değerlendirilmesinin bir göstergesi olduğu için çalışanın algıladığı örgütsel adalet seviyesi pozitif yönlü olarak artış gösterecektir (Rhoades ve Eisenberger, 2001). Geçmiş çalışmalar (Meyer ve Smith, 2000; Wayne vd., 1997) seçilen insan kaynakları uygulamaları ve algılanan örgütsel adalet arasındaki ilişkileri incelediler. Örneğin, terfi ve iş geliştirme fırsatlarının algılanan örgütsel adalet ile pozitif ilişkisinin olduğu bulunmuştur (Wayne vd., 1997). Ayrıca Meyer ve Smith (2000) de yapmış

oldukları çalışmalarda terfi ve kariyer gelişiminin örgütsel destekle doğrudan bağlantılı olduğunu göstermişlerdir.

Rhoades ve Eisenberger (2002: 700) insan kaynakları uygulamalarını kurumsal ödüllendirme ve çalışma şartları olarak iki başlığa ayırmışlardır:

1. Kurumsal Ödüllendirme: Kabul edilme, maaş, terfi, prim ve ikramiye gibi ödüller çalışanlarda kurum tarafından değerlerinin tanındığı algısını oluşturmakta ve performanslarını olumlu yönde katkı sağlayıp, kurumda devam etme niyetlerini de direkt olarak etkilemektedir (Rhoades ve Eisenberger, 2002, s.700).
2. Çalışma Şartları: Sağlanan çalışma teminatı, otonomi, pozisyon belirsizliği gibi rol streslerinin ortadan kaldırılması, talep edilen eğitimler için destek sağlanması örgütsel adalete olumlu yönde etki etmektedir (Rhoades ve Eisenberger, 2002: 700).
Günümüzde organizasyonda küçülmeye giden kurum sayısı gittikçe artmaktadır. Bunu çalışanlardan bazıları kendilerine yönelik bir tehdit olarak görürken, bazı çalışanlar da terfi için uygun bir ortam olarak yorumlamaktadırlar (Ugboro, 2006: 233).

5.4. Algılanan Örgütsel Desteğin Sonuçları

Önderoğlu (2010: 15) çalışanların görevlerine karşı yaklaşımlarının dışında davranışlarının da mühim olduğunu söylemiş ve literatürdeki çalışmaların geneline bakıldığında algılanan örgütsel adalet ile çalışma çıktıları arasındaki ilişkinin yüksek olduğu gözlemlenmiştir.

Algılanan örgütsel destek konusunda yapılan çalışmaların genelinde algılanan örgütsel adalet algısı yüksek olan kişilerin diğer iş arkadaşlarına göre aynı kurumda çalışmaya devam etme isteklerinin, stres faktörlerine karşı güçlerinin, yaptıkları işten duydukları tatminin, kurumsal vatandaşlığın ve kuruma olan bağlılıkları gibi birçok faktörün daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (Moorman vd.,1998). Yapılan bir başka çalışmada ise iş görenlerin kurumdan gördüğü desteğin seviyesine göre kurumun hedeflerine ulaşması için harcadıkları çaba miktarı doğru orantılıdır (Eisenberger vd., 1986).

5.4.1. Örgütsel Kimlik

İş görenlerin kurumdan gördüğü desteğin yüksek olması, kuruma olan bağlılıklarında önemli bir faktördür. Kuruma bağlılığı artan iş görenlerde kurumsal

kimliği benimseme ile bunu kurum dışına da taşıma oranının yüksek olduğu görölmüştür. Örgütsel destek algısı yüksek olan iş gören, kurumda kendini aileden biri gibi hissedeceği için örgütsel kimliği benimseme oranı da yükselecektir (Klein, Mollay ve Brinsfield, 2012, s. 133).

Kurumların sadece firma menfaatlerini önemsememesi, iş görenlerini de önemsemesi, iş görenlerin firmayla arasındaki bağı kuvvetlendireceği için algıladıkları örgütsel adaleti de pozitif yönlü olarak etkileyecektir. Çalışanlar bu şekilde örgütsel kimliği daha çabuk bir şekilde benimseyeceklerdir. Çalıştıkları kurumda algıladıkları destek yüksek olan çalışanlar iş dışındayken de kurumlarından iyi olarak bahsedeceklerdir. Bu da kurumun dış dünyaya karşı imajını, örgütsel kimliğini pozitif olarak etkileyecektir (Duman vd., 2013).

Algılanan örgütsel destek ve örgütsel kimlik, farklı teorilerden ortaya çıkan kavramlardır. Algılanan örgütsel destek yaklaşımı sosyal değişim teorisi, sosyal destek teorisi ve karşılıklılık normuna dayalı olarak geliştirilirken, örgütsel kimlik yaklaşımı sosyal kimlik teorisinden türetilmiştir. Bununla birlikte, bu yaklaşımların her ikisi de örgütün refahına ve üyelerinin refahına odaklanmaktadır (Male ve Ashforth, 1992). Algılanan örgütsel destek, örgütsel tanımlamanın öncüsüdür (Lam, Liu ve Loi, 2016) ve iki kavram arasında yakın, doğrudan ve dolaylı bir ilişki vardır (Demir, 2015). Marique vd. (2013) algılanan örgütsel destek yoluyla sosyo-duygusal ihtiyaçların yerine getirilmesinin örgütsel çekiciliği artıracaklarını ve çalışanların örgütsel kimliği tanıma olasılığını artıracaklarını belirtmişlerdir. Edwards ve Peccei (2010) algılanan örgütsel desteğin yüksek derecede olmasının sosyalleşme süreci ve örgütsel kimliği benimseme sürecinde olduğu gibi firma ile çalışan arasındaki duygusal bağlılık ilişkisini açıklamak için kullanılan alternatif bir mekanizma olduğuna dikkat çekip, kurumsal kimliği benimsemedeki katkısının daha fazla olduğunu öne sürmüşlerdir (Edwards ve Peccei, 2010). Algılanan örgütsel desteğin ve çalışanların kendileri hakkında yapılan değerlendirmeler ile ilgili algılarının örgütsel kimlik üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğunu ve ayrıca çalışanların kurumun kendi refahlarına değer verdiğini algıladıklarında kurumla özdeşleştiklerini, duygusal olarak tatmin olduklarını savunmuşlardır (Edwards ve Peccei, 2010).

5.4.2. İş Tatmini

İş tatmini, bir çalışanın işine karşı genel tutumunu ifade eder (Witt, 1991). İş ve işle ilgili deneyimlerine bir dereceye kadar iyilik veya hoşnutsuzlukla değerlendirmeye dayanan bir iç durumdur (Locke, 1976). Algılanan örgütsel adalet, sosyo-duygusal ihtiyaçları karşılayarak, performans-ödül beklentilerini artırarak ve gerektiğinde yardımlaşmanın da olacağını işaret ederek genel iş tatminine katkıda bulunmalıdır (Eisenberger vd., 1986). İş tatmini yüksek düzeyde olursa, çalışan işini coşku ile yapar ve işine gerçekten değer verir. Yapılan çalışmalar iş tatmini yüksek düzeyde olan çalışanların fiziksel ve zihinsel aktivitelerinin de yüksek olduğunu ortaya çıkarmıştır (Mohamed ve Ali, 2016). İş tatmini, çalışanların kendilerini değerli hissetme algılarıyla doğrudan bağlantılıdır. Çalışana kendini değerli hissettirmek ve aynı zamanda başarılı olmalarını sağlamak için ilk adım, bireylerin ana ilgi alanlarına uygun olan iş ortamını tasarlamaktır (Mohamed ve Ali, 2016). İş tatmini iç ve dış tatmin olarak iki kategoriye ayrılır. Dış tatmin maaş, prim, terfi, iş arkadaşlarıyla iletişim gibi faktörleri içermektedir. İç tatmin ise, çalışanların kurum değerlerinden memnun olması, sosyal statü, pozisyon ve mesleki sorumlulukları içermektedir. Bireylerin işlerini değerlendirilmesi ile memnuniyet veya memnuniyetsizlik durumlarının oluşumu iş bileşenlerinin genel sonucu olarak kabul edilebilir (Mohamed ve Ali, 2016).

İş görenlerde iş tatmini duygusunun oluşabilmesi için psikolojik ve fiziksel durumlarının uygunluğu önem arz etmektedir. Dolayısıyla, iş görenlerin sosyal rahatlık ve bahtiyarlığa erişebilmeleri ön plana çıkmaktadır (Karataş ve Güleş, 2010). Kurumlarda iş tatmini sonuçları incelendiğinde; iş görenlerin işten ayrılma niyetleri, sapkın davranış sergilemeleri, performanslarının verimi gibi konularda doğrudan bağlantılı olduğu görülmüştür (Karataş ve Güleş, 2010). İşinden tatmin olan iş görenlerin bir problem ortaya çıktığında karamsarlığa düşmek yerine çözüm bulma yoluna gittiği gözlemlenmiştir. Yani iş tatmini hem iş gören için hem de firma için katkı sağlamaktadır (Karataş ve Güleş, 2010).

5.4.3. İşten Ayrılma Niyeti

Algılanan örgütsel destek, kurumun çalışanlarının çabalarını görüp onları ödüllendirme, çabalarını takdir etme ve refah düzeylerini önemseme ölçüsü olarak ifade edilmiştir (Eisenberger vd., 1986). Algılanan desteğe karşılık vermek için çalışanlar,

şirketin hedeflerine ulaşmasına yardımcı olma çabalarını, performanslarını, sadakatlerini ve taahhütlerini artıracaktır (Eisenberger, Armeli, Rexwinkel, Lynch ve Rhoades, 2001). Algılanan örgütsel destek, ciro niyetinin önemli bir belirleyicisi olarak kabul edilir. Algılanan örgütsel destek arttıkça, çalışanın kuruma karşı yükümlülük hissi yarattığı için ayrılma niyeti azalır (Allen, Shore ve Griffeth, 2003). Buna karşılık, algılanan örgütsel desteği düşük olan çalışanların organizasyondan ayrılması muhtemeldir (Jawahar ve Hemmasi, 2006). Yapılan diğer araştırmalar da algılanan örgütsel destek ile işten ayrılma niyeti arasında olumsuz bir ilişki olduğunu göstermektedir (Blomme, Van Rheede ve Tromp, 2010; Cho vd., 2009; Wayne, Shore ve Liden, 1997).

Yapılan çalışmalar, çalışanların içerisinde bulundukları kurumdan kendilerine karşı olumsuz davranışlar hissettikleri takdirde, kuruluştaki kalma olasılıklarının daha düşük olduğunu göstermiştir (Perryer vd., 2010). Rhoades ve Eisenberger (2002) tarafından yapılan meta-analizlerin sonucunda, algılanan örgütsel desteğin en önemli sonuçlarından biri olarak, kurumda kalma arzusu veya niyeti olarak bulunmuştur. Cho vd. (2009) algılanan örgütsel desteğin artmasının çalışanların kurumda kalma niyetini de arttırdığını tespit etmişlerdir.

Adaletsizlik hissi, çalışanların tükenmesi ve işten ayrılma niyetlerinin artması üzerinde fazla etkisi olan bir faktördür. Örgütsel adalet, çalışanların adalet ve adalet davranışları hakkında çıkarımlara sebebiyet verebilir (Aghaei, Moshiri, ve Shahrbanian, 2012). Örgütsel adalet, tüm çalışanların kuralları, prosedürleri ve örgütsel politikaları ne derece adaletli bulduğuna dair bir ölçümdür (Aghaei, Moshiri, ve Shahrbanian, 2012). İşten ayrılma niyeti, örgütün potansiyel ve nihai kaderini farklı şekillerde etkileyebilir (Senter ve Martin, 2007). Senter ve Martin (2007), ayrılma niyetini kurumun düşüşü ve çalışanlar için tatmin edici olmayışı olarak yorumlamıştır. Ayrılma niyeti, kurum için en büyük sorunlardan biri olarak görülüp kurumlarda büyük bir etki oluşturabileceği ifade edilmiştir (Mamizadeh, 2002). Kurum yönetiminin bütün çalışanlarının kurumda kalmalarını sağlamaları ve onların çalışmalarından yararlanmaya devam etmesi kurum için büyük bir önem taşımaktadır (Mamizadeh, 2002). Gol Parvar ve Nadi (2010) araştırmalarında örgütsel adalet, dağıtılmış adalet, yaklaşım adaleti ve işlem adaleti ile ayrılma niyeti arasında olumsuz ve anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna varmışlardır. Bu nedenle, örgütsel adalette ve faktörlerinde herhangi bir artış olması durumunda, ayrılma niyetinde bir azalma olacaktır (Aghaei, Moshiri, ve Shahrbanian, 2012).

Ayrılma niyeti ile örgütsel adaletin dağıtılmış adalet, yaklaşım adaleti ve işlem adaleti olan üç alt boyutu arasında önemli bir ilişki vardır (Lind, 2001). Bu ilişkinin birkaç nedeni vardır. Bunlardan ilk akla gelen, çalışanların kurumdan ayrılma niyetine girdikleri andan sonra kaybedecek bir şeyim yok şeklinde düşünmeye başlamalardır. Bir diğeri ise, çalışanların kurumda gözlemlemiş oldukları adaletsizlik davranışları nedeniyle, kurumun artık onların refahını düşünmeyeceği inanışlarıdır (Lind, 2001). Finlandiya'daki 2969 çalışanı üzerine yapılan 2 yıllık bir araştırmada, Elovainio (2004) örgütsel adaletin katılımcıların ruh sağlığı üzerindeki etkilerini değerlendirdi ve örgütsel adaletin çalışanların ruh sağlığını etkilediğini ve örgütsel adaletsizlik görülen kurumlarda sağlık sorunları nedeniyle devamsızlıkların arttığını gözlemlemiştir. Eric ve Nancy (2008) örgütsel adaletin, çalışanların ayrılma niyeti kararını dolaylı olarak etkilediğini söylemişlerdir. Farklı yöneticilerin değerlendirilmesinden sonra, Salleh vd. (2009), dağıtılmış adaletin, yaklaşım adaletinin ve işlem adaletinin, çalışanların ayrılma niyetinin daha fazla talebi ile olumsuz ve anlamlı bir ilişkiye sahip olduğunu tanımlamışlardır.

5.4.4. Örgütsel Vatandaşlık

Literatür incelendiğinde, yapılan çeşitli çalışmaların algılanan örgütsel destek ve örgütsel vatandaşlık davranışı arasında bir ilişki olduğunu tanımladığı görülmüştür. Rhoades ve Eisenberger'e (2002) göre, algılanan örgütsel destek, çalışanların kuruluşun onları destekleme ve sosyo duygusal ihtiyaçlarını yerine getirme istekliliğini garanti eder; buna karşılık, çalışanlar kuruluşun çıkarlarını sağlayacak şekilde çalışmayı taahhüt etme eğilimindedir. Bu, sosyal değişim teorisinin bir temsilidir (Blau, 1964; Emerson, 1972). Coyle-Shapiro ve Conway'e (2005) göre, pozitif yönde algılanan örgütsel muamele, çalışanları kurumun örgütsel hedeflerine ulaşılmasına yardımcı olma çabalarını artırmaya yönelik motive etmektedir. Bu görüşe benzer şekilde, çalışanlar işlerinde daha iyi performans göstererek algılanan örgütsel desteğe karşılık verme eğilimindedir (Rhoades ve Eisenberger, 2002).

Dört insan kaynakları uygulaması (katılım, performans yönetimi süreci, karar alma sürecine katılım ve promosyon fırsatları) sonucunda, çalışanların müşterilere olan bağlılığını ve örgütsel vatandaşlık davranışlarını etkilediğini bulunmuştur (Gavino, Wayne ve Erdoğan, 2012). Bu dört insan kaynakları uygulaması, çalışanlarda taktir edildikleri ve değerli hissettirildikleri izlenimini oluşturduğu için bu ilişkiye algılanan örgütsel destek aracılık etmiştir. Algılanan örgütsel destek pozitif yönlü olduğunda ise

Çalışanların daha iyi çıktı ve sonuçlar elde etmek için iş sorumluluklarının otesine geçerek buna karşılık verdikleri gözlemlenmiştir (Gavino, Wayne ve Erdoğan, 2012). İş yeri düzeyinde insan kaynakları yönetimi uygulamalarının bir başka çalışması olan algılanan iş etkisi/takdir yetkisi üzerindeki bir etki yoluyla, insan kaynakları yönetimi uygulamalarının örgütsel vatandaşlık davranışını olumlu etkilediğini ortaya koymuştur (Snape ve Redman, 2010).

Hizmet sektöründe algılanan örgütsel destek, örgütsel vatandaşlık davranışı ile de bağlantılıdır. Sun, Aryee ve Law (2007) otellerden elde ettikleri verilerin çok düzeyli analizi sonucunda hizmet odaklı örgütsel vatandaşlık davranışının, yüksek performanslı insan kaynakları uygulamaları ile performans arasındaki ilişkiye kısmen aracılık ettiğini bulmuşlardır. Sun, Aryee ve Law (2007) ayrıca yüksek performanslı insan kaynakları uygulamalarının çalışanların algılanan örgütsel desteğini desteklediğini açıklamışlardır.

5.4.5. İş Performansı

Örgütsel destek teorisine göre, algılanan örgütsel destek, çalışanların çalışma organizasyonlarının katkılarına değer verdiğine ve refahlarına önem verdiğine inanma derecesini yansıtır (Eisenberger vd., 1986; Rhoades ve Eisenberger, 2002). Algılanan rgtsel destek, örgütsel üyelik ve rol statüsünü sosyal kimliklerine dahil ederek sosyo-duygusal ihtiyaçları yerine getirmeli ve çalışanların organizasyonun artan performansı iim katkılarından dolayı dllendirdiğine dair inançlarını güçlendirmelidir (Rhoades ve Eisenberger, 2002). İşverenler, alışanların işlerine adanmış ve sadık olmalarını ister. İşverenler, karşılıklılık normuna dayanarak çalışanlarına yüksek düzeyde destek sağlıyorlarsa, çalışanların, düşük ciro olasılığı ve yüksek düzeyde iş performansı olan kuruluşlarına duygusal olarak bağlı olmaları muhtemeldir (Allen, Shore ve Griffeth, 2003; Miao, 2011). Rhoades vd. (2002) yapmış oldukları çalışmalarda, çalışanların algıladıkları örgütsel desteğin iş performanslarını artıracılabileceğini göstermiştir (Rhoades ve Eisenberger, 2002). Bununla birlikte, önceki bazı çalışmalar tutarlı sonuçlar vermiştir. Stamper ve Johnlke (2003) algılanan örgütsel desteğin satış temsilcileri arasında görev performansı ile ilgisi olmadığını bildirdiler. Dahası, nceki kanıtlar algılanan örgütsel desteğin çok sayıda örgütsel deneyim değişkenine aracılık ettiğini ve iş performansını doğrudan etkileyebileceğini ileri sürmüştür (Rhoades ve Eisenberger, 2002; Eisenberger, Armeli, Rexwinkel, ve Lynch, 2001). Bu nedenle, algılanan örgütsel

desteğin iş performansı ile doğrudan ilişkili olup olmadığı veya üniversite öğretim üyeleri için başka faktörlere aracılık edip etmediği bilinmemektedir.

Çalışanların iş performansı, doğrudan ilişkinin belgelenmediği önceki çalışmalara aykırı olan algılanan örgütsel desteğin miktarına göre değişkenidir. Alahmadi (2009) görüşüne göre, iş performansı, belirli bir süre içinde, bir imalat ortamında bir çalışanın ürettiği kabul edilebilir kalitede birimlerin sayısını değerlendirerek doğrudan çalışan verimliliğine odaklanır. Bu nedenle, işin başarısı çalışanların iş performansına bağlıdır. Performans geliştirme, iyi işleyen bir sistemin bir sonucu değil sadece, aynı zamanda işe alma, kararlı ve motive olmuş bir iş gücü sağlamada başarılı olabilen etkin insan kaynakları stratejileri bağlıdır (Alahmadi, 2009).

Literatürde algılanan örgütsel destek için çeşitli tanımlar vardır. Algılanan örgütsel Destek, bir çalışanın kuruluş tarafından nasıl ele alındığına dair algıdır ve bu da kuruluşun çalışanların katkıları ve refahı hakkında nasıl hissettiğine dair algıyı etkiler (Eisenberger, Armeli, Rexwinkel, ve Lynch, 2001). Aslında, algılanan örgütsel destek, çalışanların organizasyonlarının katkılarına değer verdiğine ve refahlarına önem verdiğine inandıkları derece olarak tanımlanır. Başka bir deyişle, algılanan örgütsel Destek, bir çalışanın, kuruluşun refahını ne kadar önemseydiğine ve katkılarına değer verdiğine dair inançların oluşmasıdır. Olumlu yönde algılanan örgütsel destek çalışanları aşağıdaki gibi yönlendirecektir (Wayne, Shore, ve Liden, 1997):

- Kuruluşun refahını önemsemek,
- Organizasyona bağlılığı artırmak,
- Kuruluşun hedeflerine ulaşmasına yardımcı olmak,
- Daha iyi performans göstermek ve işi kaçırmaya eğilimlerini azaltmak,
- Kuruluşlarına daha sadık çalışanlar olmak.

Algılanan örgütsel destek, işveren ile çalışan arasındaki ilişkinin kalitesine odaklanan karşılıklı bir sosyal değişim ilişkisidir (Kelley, 2010). Örneğin, yöneticiler destekleyici bir ortam sağladığında ve çalışanların ihtiyaçlarını haklı gösterdiğinde, görevlerini yaparken olumlu ve olumsuz davranışları azaltarak telafi etme olasılıkları daha yüksektir. Bir birey tarafından hissedilen algılanan örgütsel destek seviyesi, ödeme, rütbe, iş zenginleştirme, örgütsel ödüller, promosyonlar, sözlü övgü ve kişinin örgütsel politikalar üzerindeki etkisi gibi değişkenlerle ilgilidir (Eisenberger vd., 1986). Buna göre, algılanan örgütsel desteğin, çalışanların örgüte yardım etme yükümlülüğü ile ilişkili olduğu bulunmuştur; bu ilişki, çalışan-işveren ilişkisine uygulanan karşılıklılık normunu

güçlü bir şekilde onaylayan çalışanlar arasında daha fazladır (Eisenberger, Armeli, Rexwinkel, ve Lynch, 2001). Karşılıklılık normu, çalışanların işverenlerini daha yüksek iş performansı ile telafi etmek için kuruluşlarından daha fazla fayda sağlamalarını zorunlu kılar. Çalışanlar, kuruluşun refahını olumlu bir şekilde desteklediğini ve önemseddiğini algılasa, bu iyiliğe geri dönmeye teşvik edileceklerdir. Monnastes (2010), çalışanların kurumları tarafından desteklendiklerini hissettiklerinde, kuruluşlarının refahını daha çok önemseyip, kuruluşun hedeflerine ulaşmasına yardımcı olmak için daha çok çaba sarf edeceklerini belirtmiştir.

Randall vd. (1999) yapmış oldukları çalışmada, çalışanların örgütsel destek algılarının rol içi iş performansları ile ilişkili olduğunu göstermiştir. Ayrıca, Noruzy vd. (2011) algılanan örgütsel desteğin aracılık rolünü inceleyerek örgütsel adalet ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasındaki ilişkiyi araştırmışlardır. Çalışmanın sonuçları, algılanan örgütsel desteğin örgütsel vatandaşlık davranışının üzerinde doğrudan ve önemli ölçüde etkisinin olduğunu ve algılanan örgütsel desteğin, örgütsel adalet ile örgütsel vatandaşlık davranışı arasında moderatör rolü olduğunu göstermiştir. Benzer şekilde, Eisenberger vd. (2001) algılanan örgütsel desteğin ekstra iş performansı ile ilişkili olduğunu tanımlamışlardır. Ayrıca, Rhoades ve Eisenberger'in (2002) meta-analizlerinin sonucunda algılanan örgütsel destek ile performans arasında küçük bir ilişki ve algılanan örgütsel destek ile rol dışı davranışlar arasında orta düzeyde bir ilişki olduğunu ifade etmişlerdir.

6. YÖNTEM

Çalışmanın bu kısmında, araştırma çerçevesinde gerçekleştirilmiş uygulama ile ilgili olarak amaç, önem, yöntem, hipotezler, evren ve örneklem, kısıtlar, verilerin toplanması ve analizi hususunda detaylı ve açıklayıcı bilgiler yer almaktadır.

6.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu tezin temel amacı, örgütlerde çalışan kişilerin öz liderlik seviyeleri ve girişimcilik niyeti düzeyleri ile girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişkiyi saptamaktır. Ek olarak bu ilişkilerde algılanan örgütsel desteğin ılımlaştırıcı bir etkisi olup olmadığı araştırılmıştır.

Bu araştırma, son zamanlarda üzerinde çokça durulan ve bilimsel nitelikli çalışmalar yapılan girişimcilik kavramı kapsamında yapılmıştır. Daha önce aynı anda hem öz liderliğin hem de girişimcilik niyetinin, girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisini inceleyen yeterli sayıda çalışma olmaması açısından önem arz etmektedir.

6.1. Araştırmanın Kapsamı ve Modeli

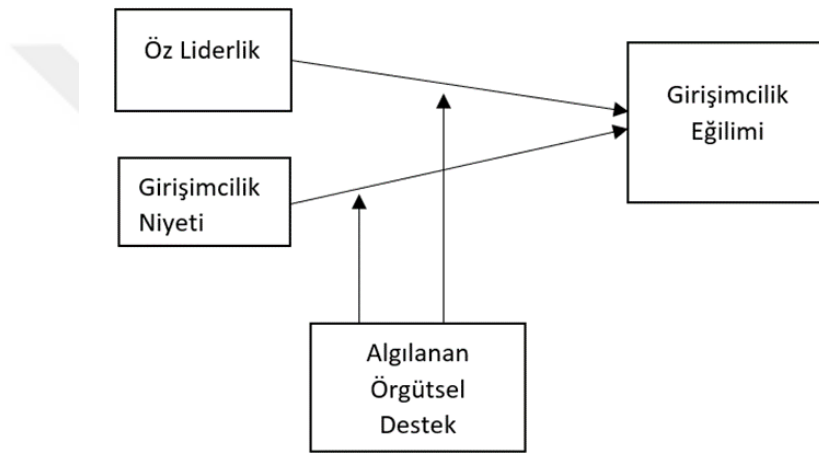
Araştırma, demografik faktör olarak cinsiyeti göz önünde bulundurarak örgütlerde kişilerin öz liderlik ve girişimcilik niyeti düzeylerinin, girişimcilik eğilimindeki etkisini ve kişilerin algıladıkları örgütsel destek seviyesinin bu ilişkiler üzerindeki moderatör etkisi araştırılmıştır. Buna bağlı olarak aşağıdaki hipotezler oluşturulmuştur:

- H1: Öz liderlik girişimcilik eğilimini pozitif olarak etkiler.
- H2: Girişimcilik niyeti girişimcilik eğilimini pozitif olarak etkiler.
- H3: Algılanan örgütsel destek, öz liderlik ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiyi moderatör olarak etkiler.
- H4: Algılanan örgütsel destek, girişimcilik niyeti ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiyi moderatör olarak etkiler.

Cinsiyetin girişimcilik eğilimi üzerinde etkisinin olabileceği düşünülmektedir. Buna göre cinsiyete göre farklı gruplarda yer alan bireylerin girişimcilik eğilimlerinin farklılaşacağı düşünülebilir. Dolayısıyla modele aşağıdaki hipotezler de eklenmektedir:

- H5: Öz liderlik ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişki cinsiyet faktörüne göre farklılık vardır.
- H6: Girişimcilik niyeti ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişki cinsiyet faktörüne göre farklılık vardır.
- H7: Algılanan örgütsel desteğin, öz liderlik ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkideki moderatör etkisi cinsiyet faktörüne göre farklılık vardır.
- H8: Algılanan örgütsel desteğin, girişimcilik niyeti ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkideki moderatör etkisi cinsiyet faktörüne göre farklılık vardır.

Araştırma modeli şekil 6.1.deki gibidir.



Şekil 6.1. Araştırma Modeli

6.1. Veri Toplama Yöntemi ve Örneklemi

Araştırma problemine ilişkin verilerin toplanması hususunda anket yönteminden faydalanılmıştır. Hazırlanan anket formu; 9 adet öz liderliği, 14 adet algılanan örgütsel desteği, 6 adet girişimcilik niyetini, 14 adet girişimcilik eğilimini ölçmeye yönelik olarak toplamda 43 adet soru içermektedir. Beşli likert ölçeğine göre hazırlanmıştır. Katılma dereceleri: (1= kesinlikle katılmıyorum; 2= katılmıyorum; 3=kararsızım; 4= katılıyorum; 5= kesinlikle katılıyorum) şeklindedir ve uygun olan seçeneğin işaretlenmesi istenmiştir. Anket formu Ek-1’de görülmektedir.

Öz liderliği ölçmek için Houghton (2002) tarafından hazırlanan gözden geçirilmiş öz liderlik ölçeğinden, algılanan örgütsel desteği ölçmek için Nielsen (2007)

çalışmasındaki ölçekten, girişimcilik niyetini ölçmek için Linán, ve Chen (2009)'in araştırmalarında kullanmış oldukları anket formu ve girişimcilik eğilimini ölçmek için Girginer ve Uçkun (2004) tarafından çalışmalarında kullandıkları ölçek standardize edilerek kullanılmıştır. Anket formları elden ve internet üzerinden dağıtılmıştır. 172 adet anket toplanmış ve SPSS 21.00 programı kullanılarak analiz edilmiştir.

Öz liderliğin ölçeğini genişletmek için ilk çalışmalar 1983 yılında Manz ve Sims tarafından başlatılmıştır. Başlangıçta 90 maddelik bir ölçek hazırlansa da zamanla bu maddeler sadeleştirilerek ölçek 35 maddelik olarak hazırlanmıştır. Yeni yüzyılda öz liderlik kavramına ilgi artmış ve bu maddeler farklı kültürlerle uyarlanmıştır. Farklı kültürlerde bu maddelerde artma ya da azalma görüldüğü saptanmış, araştırmacılar bu değişiklikler neticesinde öz liderlik kavramının farklı kültürler açısından ne anlam ifade ettiğini tartışmaya başlamışlardır (Neubert vd., 2006).

Türkiye’de ise bu ölçek Doğan ve Şahin tarafından Türkçeye çevrilmiş, ölçeğin kişilerin “kendi kendine liderlik” yöntemlerini ölçmede kullanılabileceğini belirtmiş, fakat çıkan sonuçlar ölçeğin güvenilirliğini sağlayamamıştır (Doğan & Şahin, 2008). Ölçeğin Türkçe çevirisinde “self-leadership” kavramını araştırmacıların “kendi kendine liderlik” şeklinde kullandığı görülmektedir (Doğan & Şahin, 2008). Ancak, daha sonra yapılan başka bir çalışmada “selfleadership” kavramının Türkçesi olarak “öz liderlik” (kendinin liderliği) kavramı kullanılmıştır. Bunun nedeni ise öz liderlik kavramının çoğunlukla bireylerin iç dünyasını, psikolojik durumlarını yansıtan bir kavram olduğunun düşünülmesidir (Tabak, Sığrı, & Türköz, 2013).

7. BULGULAR VE DEĞERLENDİRME

Çalışmanın bu kısmında, çalışan kişiler üzerinde uygulanan anket vasıtasıyla elde edilen veriler analiz edilmekte ve değerlendirilmektedir.

7.1. Katılımcıların Demografik Analizi

Araştırmanın bu bölümünde demografik faktör olarak cinsiyetin ankete katılan kişiler için dağılımları yansıtılmaktadır.

Tablo 7.1’de, ankete katılım sayısı ve geçerli anket sayısı görülmektedir. Geçerli anket oranı %100 olarak ortaya çıkmıştır. Tablo 7.2’de katılımcıların cinsiyet değişkeni çerçevesinde dağılımları gösterilmektedir. Çizelgede görülebildiği üzere katılımcıların %51,7’si kadınlardan, %48,3’ü erkeklerden oluşmaktadır.

Tablo 7.1. Katılımcıların Cinsiyet Dağılımı

Cinsiyet					
		Frekans	Yüzde	Geçerli Yüzde	Kümülatif Yüzde
Geçerli	Erkek	83	48,3	48,3	48,3
	Kadın	89	51,7	51,7	100,0
	Total	172	100,0	100,0	

7.2. Geçerlilik ve Güvenilirlik

SPSS ile yapılan analiz sonuçlarına göre, Tablo 7.2’de görüleceği üzere KMO değerinin 0,6’dan büyük çıkmış olması (KMO = 0,800) ve ki-kare değerinin anlamlı bulunmuş olması, örneklem aracılığıyla elde edilmiş olan verinin faktör analizi hususunda uygun olduğunu gösterir niteliktedir. KMO değerinin 0,6’dan büyük çıkması ve elde edilen sigma değerinin 0,000 ile anlamlı çıkması ise örneklem faktör analizi için oldukça iyi olduğunu göstermektedir (Büyüköztürk, 2010). Faktör analizi uygulamasında varimax yöntemi seçilerek değişkenlerin yapısının aynı kalması sağlanmıştır. Çalışmada kullanılan anket için yapılan faktör analizi sonucunda (Tablo 7.4.) dört faktör belirlenmiş ve bu faktörler varyansın 42,478’inde toplanmıştır. İlk faktör toplam varyansın

%18,49'unu açıklarken ikinci faktör toplam varyansın %9,0'unu, üçüncü faktör toplam varyansın %8,143'ünü, dördüncü faktör ise toplam varyansın %6,845'ini açıklamaktadır. Ölçek bu haliyle çalışmanın %50'sinden fazlasını açıklayamadığı için geçerlilik sağlayamamaktadır. Barlett's testinin sonucunun da anlamlı olması ($p=0,000$) da veri setinin AFA için uygun olduğunu göstermektedir.

Tablo 7.2. KMO ve Barlett Testi Sonuçları-1

KMO ve Barlett Testi Sonuçları		
Kaiser-Meyer-Olkin		,800
Barlett Küresel İlişki Testi	Ki-Kare değeri	3450,134
	Serbestlik Derecesi df	903
	Anlamlılık Seviyesi (p)	,000

Tablo 7.3. KMO ve Barlett Testi Sonuçları-2

KMO ve Barlett Testi Sonuçları		
Kaiser-Meyer-Olkin		,787
Barlett Küresel İlişki Testi	Ki-Kare değeri	1622,81
	Serbestlik Derecesi df	253
	Anlamlılık Seviyesi (p)	,000

Tablo 7.4. Ölçeğin Açıklanan Toplam Varyans Tablosu-1

Faktör	Başlangıç Özdeğerler			Dönüştürülmüş Faktör Değerleri		
	Toplam	Varyans %	Kümülatif %	Toplam	Varyans %	Kümülatif %
1	9,583	22,286	22,286	7,951	18,490	18,490
2	3,595	8,361	30,648	3,870	9,000	27,490
3	2,605	6,058	36,706	3,502	8,143	35,633
4	2,482	5,772	42,478	2,943	6,845	42,478
5	2,064	4,799	47,277			
6	1,503	3,496	50,773			
7	1,376	3,201	53,974			
8	1,356	3,154	57,129			

Tablonun Devamı

9	1,232	2,866	59,994			
10	1,181	2,747	62,742			
11	1,085	2,522	65,264			
12	1,072	2,492	67,757			
13	,930	2,163	69,920			
14	,892	2,074	71,994			
15	,843	1,961	73,955			
16	,813	1,890	75,845			
17	,767	1,785	77,630			
18	,701	1,629	79,259			
19	,675	1,570	80,829			
20	,634	1,475	82,304			
21	,591	1,374	83,678			
22	,577	1,341	85,019			
23	,537	1,248	86,267			
24	,526	1,223	87,490			
25	,489	1,136	88,626			
26	,452	1,052	89,678			
27	,436	1,013	90,691			
28	,403	,938	91,629			
29	,356	,827	92,456			
30	,348	,809	93,265			
31	,343	,798	94,063			
32	,305	,710	94,772			
33	,295	,686	95,458			
34	,256	,595	96,053			
35	,245	,569	96,622			
36	,232	,539	97,161			
37	,221	,514	97,675			
38	,213	,496	98,172			
39	,196	,456	98,627			
40	,175	,407	99,034			
41	,162	,377	99,411			
42	,146	,341	99,751			
43	,107	,249	100,000			

Açıklayıcı faktör analizi (AFA) sonrasında çapraz yükleme ve faktör yüklerinin düşük olması sebebi ile (Tablo 7.5.) anketten dördüncü (ÖL4), altıncı (ÖL6), yedinci(ÖL7), onuncu (ÖD1), on birinci (ÖD2), on ikinci (ÖD3), on üçüncü (ÖD4), on

dördüncü (ÖD5), on beşinci (ÖD6), on altıncı (ÖD7), on yedinci (ÖD8), on sekizinci (ÖD9), on dokuzuncu (ÖD10), otuz beşinci (GE6), otuz yedinci (GE8), otuz sekizinci (GE9), otuz dokuzuncu (GE10), kırkıncı (GE11), kırk ikinci (GE13) ve kırk üçüncü (GE14) AFA'den çıkarılmıştır. Ölçeğin son hali ile verinin AFA için uygun olup olmadığı KMO ve Barlett's testleri ile analiz edilmiştir. Sonuçlar Tablo 7.3.'da görülmektedir. Buna göre verinin KMO değeri 0,787 dir ve bu değer verinin AFA için iyi bir veri seti olduğunu göstermektedir.

Anketin yeni hali için yapılan faktör analizi sonucunda (Tablo 7.5.) dört faktör belirlenmiş ve bu faktörler varyansın 55,816'sında toplanmıştır. İlk faktör toplam varyansın %16,298'ini açıklarken ikinci faktör toplam varyansın %15,646'sını, üçüncü faktör toplam varyansın %12,80'ini, dördüncü faktör ise toplam varyansın %11,073'ünü açıklamaktadır. Ölçek bu haliyle çalışmanın %50'sinden fazlasını açıklayabildiği için geçerlilik sağlamaktadır (Teo ve diğerleri, 2010).

Tablo 7.5. Ölçeğin Açıklanan Toplam Varyans Tablosu-2

Faktör	Başlangıç Özdeğerler			Dönüştürülmüş Faktör Değerleri		
	Toplam	Varyans %	Kümülatif %	Toplam	Varyans %	Kümülatif %
1	5,447	23,681	23,681	3,748	16,298	16,298
2	3,106	13,506	37,187	3,599	15,646	31,944
3	2,304	10,018	47,205	2,944	12,800	44,743
4	1,980	8,611	55,816	2,547	11,073	55,816
5	1,229	5,342	61,158			
6	,928	4,033	65,191			
7	,842	3,659	68,850			
8	,829	3,605	72,454			
9	,734	3,193	75,647			
10	,681	2,960	78,607			
11	,578	2,512	81,119			
12	,538	2,341	83,460			
13	,522	2,271	85,731			
14	,467	2,028	87,759			
15	,440	1,914	89,674			
16	,403	1,752	91,426			
17	,377	1,637	93,063			
18	,349	1,516	94,579			
19	,326	1,418	95,996			
20	,283	1,231	97,227			
21	,261	1,136	98,363			
22	,203	,884	99,247			
23	,173	,753	100,000			

Elde edilen dört faktör için maddelerin faktör yükleri Tablo 7.6. 'de görülmektedir. Buna göre ilk faktör, ÖL1, ÖL2, ÖL3, ÖL5, ÖL8, ÖL9 maddelerinden, ikinci faktör, GN1, GN2, GN3, GN4, GN5, GN6 maddelerinden ve üçüncü faktör GE2, GE3, GE4, GE5 maddelerinden, dördüncü faktör ise ÖD11, ÖD12, ÖD13, ÖD14 maddelerinden oluşmaktadır. İlk faktör öz liderliği, ikinci faktör örgütsel desteği, üçüncü faktör girişimcilik niyetini, dördüncü faktör ise girişimcilik eğilimini ifade etmektedir. Faktörleşme yapısı ölçeğin boyutları ile uyumludur.

Tablo 7.6. Dönüştürülmüş Bileşen Matrisi

Dönüştürülmüş Bileşen Matrisi				
	Faktör			
	1	2	3	4
Alfa (α)	,842	,777	,868	,746
ÖL1	,766			
ÖL2	,750			
ÖL3	,719			
ÖL5	,741			
ÖL8	,705			
ÖL9	,694			
ÖD11				,802
ÖD12				,765
ÖD13				,838
ÖD14				,633
GN1		,698		
GN2		,791		
GN3		,820		
GN4		,844		
GN5		,772		
GN6		,548		
GE1				
GE2			,620	
GE3			,794	
GE4			,712	
GE5			,718	
GE7				
GE12			,572	

7.3. Hipotezlerin Testi

7.3.1. Korelasyon ve Regresyon Analizi

AFA sonucunda dört adet faktör elde edilmiştir. Bunlardan birisi öz liderlik, ikincisi örgütsel adalet, üçüncüsü girişimcilik niyeti, dördüncüsü ise girişimcilik eğilimidir. Öncelikle öz liderlik (ÖL) ile girişimcilik eğilimi (GE) arasındaki ilişki test edilmiştir. Tablo 7.7.'de görüleceği üzere iki değişken arasındaki korelasyon katsayısı ,212**olarak elde edilmiştir. Dolayısı ile iki değişken arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu söylenebilir. İkinci olarak girişimcilik niyeti (GN) ile girişimcilik eğilimi (GE) arasında yine pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu söylenebilir. Öz liderlik (ÖL) ve girişimcilik niyeti (GN) arasındaki ilişki korelasyon katsayısı ,370** olarak bulunmuştur. Bu da öz liderlik (ÖL) ve girişimcilik niyeti (GN) arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki olduğunu göstermektedir. Algılanan örgütsel destek (ÖD) ile öz liderlik (ÖL) arasındaki ilişki için tabloya baktığımızda korelasyon katsayısı -0,077 ve p değeri 0,313 çıkmıştır. Bu da algılanan örgütsel destek (ÖD) ile öz liderlik (ÖL) arasında anlamlı bir ilişki olmadığını göstermektedir. Örgütsel adalet (ÖD) ve girişimcilik niyeti (GN), örgütsel adalet (ÖD) ve girişimcilik eğilimi (GE) arasında ise yine anlamlı bir ilişki olmadığı görülmektedir.

Tablo 7.7. Korelasyon Analizi

	Değişkenler	Ortalama	Standart Sapma	1	2	3
1	Öz Liderlik	4,1221	,69			
2	Örgütsel Destek	2,4273	,92	-,077		
3	Girişimcilik Niyeti	3,0252	,87	,370**	,099	
4	Girişimcilik Eğilimi	2,5955	,69	,212**	,055	,272**
** p<0,01, * p<0,05						

Korelasyon analizinden sonra öz liderliğin (ÖL) girişimcilik eğilimi (GE) üzerindeki etkisini görmek için regresyon analizi yapılmıştır. Regresyon analizine geçmeden önce değişkenler arasında normal dağılım (çoklu regresyon analizinde çok değişkenli normal dağılım), çoklu bağıntı olmadığı, otokorelasyon problemi içermediği ve doğrusal ilişki varsayımlarının test edilmesi gerekmektedir.

Tablo 7.8. Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi

	R ²	B	Standart Hata B	Beta (β)	t	F
Öz Liderlik		,131	,080	,129	1,64*	
Girişimcilik Niyeti		,178	,063	,224	2,83***	
Model	,088					8,169***
*Bağımlı Değişken: Girişimcilik Eğilimi						
*** p<0,01, ** p<0,05, * p<0,10						

Regresyon analizi şartları sağlandıktan sonra öz liderlik ve girişimcilik niyeti bağımsız değişkenleri ile girişimcilik eğilimi bağımlı değişkeni arasında çoklu doğrusal regresyon analizi enter metodu ile yapılmıştır. Tablo 7.8.'de görüleceği üzere, birinci ve ikinci hipotezde bağımsız değişkenler (öz liderlik ve girişimcilik niyeti) bağımlı değişken olan girişimcilik eğiliminin %8,8'sini açıklamaktadır. Tablo 7.11'de yer alan Anova tablosundaki F (F=8.169, P=0,000) değeri doğrultusunda, öz liderliğin ve girişimcilik niyetinin, girişimcilik eğilimi üzerindeki etkisinin anlamlı olduğu sonucuna ulaşılmıştır. (H1 ve H2 Hipotezleri desteklenmiştir).

Tablo 7.9. Hiyerarşik Regresyon Analizi-1

Değişkenler	Girişimlik Eğilimi			Girişimlik Eğilimi		
	B	SH	t	B	SH	t
Öz Liderlik	.227	.075	3.02**	.224	.076	2.93**
Algılanan Örgütsel Destek	.125	.057	2.20*	.124	.057	2.19*
Öz Liderlik x Algılanan Örgütsel Destek				-	.040	-.295
				.012		
	R ² =.072			R ² =.072		
	F=6.522**			F=4.354**		
** p<0,01, * p<0,05						

Tablo 7.9'da öz liderlik ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkide algılanan örgütsel desteğin moderatör rolüne dair istatistiksel bulgular raporlanmıştır. Buna göre, öz liderlik değişkeni (B=.227, p<0.01) ile algılanan örgütsel desteğin (B=.135, p<0.05) girişimcilik eğilimi üzerinde doğrusal etkileri tespit edilmiştir.

Ancak algılanan örgütsel desteğin bu ilişkide istatistiksel olarak anlamlı bir moderatör etkiye sahip olmadığına ulaşılmıştır ($B=-.012$, $p>0.05$). Ayrıca, moderatör ilişki modelinin R^2 değerinde anlamlı bir değişim gözlemlenmemiştir. Ulaşılan sonuçlar neticesinde H3 desteklenmemiştir.

Tablo 7.10. Hiyerarşik Regresyon Analizi-2

Değişkenler	Girişimlik Eğilimi			Girişimlik Eğilimi		
	B	SH	t	B	SH	t
Girişimcilik Niyeti	.181	.051	3.51**	.180	.051	3.50**
Algılanan Örgütsel Destek	.084	.051	1.64*	.087	.052	1.69*
Girişimcilik Niyeti x Algılanan Örgütsel Destek				.032	.046	.698
	R ² =.088			R ² =.091		
	F=8.174**			F=5.595**		
** p<0,01, * p<0,05						

Tablo 7.10’da girişimcilik niyeti ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkide algılanan örgütsel desteğin moderatör rolüne dair istatistiksel bulgular raporlanmıştır. Buna göre, öz liderlik değişkeni ($B=.181$, $p<0.01$) ile algılanan örgütsel desteğin ($B=.084$, $p<0.05$) girişimcilik eğilimi üzerinde doğrusal etkileri tespit edilmiş, ancak algılanan örgütsel desteğin bu ilişkide istatistiksel olarak anlamlı bir moderatör etkiye sahip olmadığına ulaşılmıştır ($B=-.032$, $p>0.05$). Ayrıca, moderatör ilişki modelinin R^2 değerinde anlamlı bir değişim gözlemlenmemiştir. Ulaşılan sonuçlar neticesinde H4 desteklenmemiştir.

7.11. Anova Tablosu

Model		Karelerin Özeti	Df	Ortalama Kare	F	Anlamlılık Seviyesi (p)
1	Regresyon	7,311	2	3,656	8,169	,000 ^b
	Artık	75,630	169	,448		
	Toplam	82,941	171			
a. Bağımlı Değişken: Girişimcilik Eğilimi						
b. Bağımsız Değişken: Öz Liderlik, Girişimcilik Niyeti						

Tablo 7.12. Katsayılar Tablosu

Katsayılar						
Model		Standartlanmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar	t	Anlamlılık Seviyesi (p)
		B	Standart Hata	Beta		
1	Sabit	1,520	,318		4,786	P(0,000)
	Öz Liderlik	,131	,080	,129	1,634	P(0,104)
	Girişimcilik Niyeti	,178	,063	,224	2,830	P(0,005)
a. Bağımlı Değişken: Girişimcilik Eğilimi						

SPSS sonuçlarından elde ettiğimiz katsayılar tablosunu incelediğimizde de (Tablo 7.11.) öz liderlik ve girişimcilik niyetinin, girişimcilik eğilimini anlamlı bir şekilde etkilediğini görebiliyoruz ($P=0,000$).

7.3.2. T-Testi

Araştırmanın bu bölümünde aşağıda verilmiş olan hipotezlerin analizi yapılmıştır. Bunun için SPSS 21.00 programında bağımsız örneklem t testi kullanılmıştır. İki farklı örneklem grubunun ortalamalarını karşılaştırıp aralarında anlamlı bir fark olup olmadığını test etmek için bu analiz yapılmıştır. Bağımsız örneklem t testi, parametrik bir test olduğundan varsayımlarının sağlanması gerekmektedir.

- H5: Öz liderlik ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişki cinsiyet faktörüne göre farklılık vardır.

- H6: Girişimcilik niyeti ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişki cinsiyet faktörüne göre farklılık vardır.
- H7: Algılanan örgütsel desteğin, öz liderlik ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkideki moderatör etkisi cinsiyet faktörüne göre farklılık vardır.
- H8: Algılanan örgütsel desteğin, girişimcilik niyeti ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkideki moderatör etkisi cinsiyet faktörüne göre farklılık vardır.

Öz liderlik (ÖL) ile girişimcilik eğilimi (GE) arasındaki ilişkide cinsiyet rolünü incelemek için (H5) yapılan t-testinde çıkan betimsel istatistik sonuçları Tablo 7.13.'deki gibidir. Bu tablo öz liderlik ölçeğine ve girişimcilik eğilimi ölçeğine katılan kadınların ve erkeklerin sayısını, standart sapmasını ve standart hatalarını göstermektedir. Tablo 7.14. ise analiz tablosudur. Bu tablonun ilk kısmındaki F değeri varyansların homojen olup olmadığını göstermektedir. P değeri 0,05'ten küçükse varyanslar homojen değil demektir. Bu durumda alttaki satır (varyanslar homojen değildir) kullanılır, üstteki satırdaki değerler hiç dikkat alınmaz. Fakat P değeri 0,05'ten büyükse varyansların homojen olduğuna karar verilir ve ilk satırdaki değerler dikkate alınır. Tablo 7.15.'e göre öz liderlik ölçeğinde (ÖL) varyanslar homojen değildir ($P < 0,05$) ve bu yüzden ortalamalardaki P değerinde alt satır dikkate alınır. Buradaki P değeri de 0,05'den büyük olduğu için (0,111) karşılaştırılan gruplar arasında (kadın-erkek) anlamlı fark olmadığına karar verilir. Girişimcilik eğilimi ölçeği (GE) için baktığımızda P değerinin 0,05'den büyük olduğu için (0,784) varyansın homojen olduğunu anlayabiliriz. Bu yüzden ortalamalardaki P değerinde üst satır dikkate alınır. Buradaki P değeri de 0,05'den büyük olduğu için (1,000) karşılaştırılan gruplar arasında (kadın-erkek) anlamlı fark olmadığına karar verilir. Bu yüzden H5 hipotezi desteklenememiştir.

Tablo 7.13. Betimsel İstatistikler-1

Cinsiyet		N	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata
ort_ÖL	Erkek	83	4,0341	,80806	,08870
	Kadın	89	4,2041	,54804	,05809
ort_GE	Erkek	83	2,5955	,66290	,07276
	Kadın	89	2,5955	,73010	,07739

Tablo 7.14. T-testi Analiz Tablosu-1

t-testi		Levene Varyansların Eşitliği Testi		t-testi (ortalamalar)		
		F	Anlamlılık Seviyesi (p)	t	df	Anlamlılık Seviyesi (p)(2-tailed)
ort_ÖL	Varyanslar homojen / eşittir	6,457	,012	-1,624	170	,106
	Varyanslar homojen/ eşit değildir			-1,603	142,932	,111
ort_GE	Varyanslar homojen / eşittir	,075	,784	,000	170	1,000
	Varyanslar homojen/ eşit değildir			,000	169,882	1,000

Girişimcilik niyeti (GN) ile girişimcilik eğilimi (GE) arasındaki ilişkide cinsiyet rolünü incelemek için (H6) yapılan t-testinde çıkan betimsel istatistik sonuçları Tablo 7.15.'deki gibidir. Bu tablo girişimcilik niyeti ölçeğine ve girişimcilik eğilimi ölçeğine katılan kadınların ve erkeklerin sayısını, standart sapmasını ve standart hatalarını göstermektedir. Tablo 7.16'e göre girişimcilik niyeti ölçeğinde (GN) varyanslar homojendir ($P > 0,05$) ve bu yüzden ortalamalardaki P değerinde üst satır dikkate alınır. Buradaki P değeri de 0,05'den büyük olduğu için (0,480) karşılaştırılan gruplar arasında (kadın-erkek) anlamlı fark olmadığına karar verilir. Girişimcilik eğilimi ölçeği (GE) için baktığımızda P değerinin 0,05'den büyük olduğu için (0,784) varyansın homojen olduğunu anlayabiliriz. Bu yüzden ortalamalardaki P değerinde üst satır dikkate alınır.

Buradaki P değeri de 0,05'den büyük olduğu için (1,000) karşılaştırılan gruplar arasında (kadın-erkek) anlamlı fark olmadığına karar verilir. Bu yüzden H6 hipotezi desteklenememiştir.

Tablo 7.15. Betimsel İstatistikler-2

Cinsiyet		N	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata
ort_GN	Erkek	83	3,0743	,96351	,10576
	Kadın	89	2,9794	,79130	,08388
ort_GE	Erkek	83	2,5955	,66290	,07276
	Kadın	89	2,5955	,73010	,07739

Tablo 7.16. T-testi Analiz Tablosu-2

t-testi		Levene Varyansların Eşitliği Testi		t-testi (ortalamalar)		
		F	Anlamlılık Seviyesi (p)	t	df	Anlamlılık Seviyesi (p)(2-tailed)
ort_ÖL	Varyanslar homojen / eşittir	3,053	,082	,708	170	,480
	Varyanslar homojen/ eşit değildir			,703	158,986	,483
ort_GE	Varyanslar homojen / eşittir	,075	,784	,000	170	1,000
	Varyanslar homojen/ eşit değildir			,000	169,882	1,000

Algılanan örgütsel desteğin, öz liderlik ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkideki moderatör etkisi cinsiyet faktörüne göre farklılık göstermektedir (H7) hipotezi yine t-testine tabii tutulmuştur. Yapılan t-testinde çıkan betimsel istatistik sonuçları Tablo 7.17.'deki gibidir. Bu tablo öz liderlik, girişimcilik eğilimi ve örgütsel destek ölçeklerine katılan kadınların ve erkeklerin sayısını, standart sapmasını ve standart hatalarını göstermektedir. Tablo 7.18'e göre öz liderlik ölçeğinde (ÖL) varyanslar homojen değildir ($P < 0,05$) ve bu yüzden ortalamalardaki P değerinde alt satır dikkate alınır. Buradaki P değeri de 0,05'den büyük olduğu için (0,111) karşılaştırılan gruplar arasında (kadın-erkek) anlamlı fark olmadığına karar verilir. Girişimcilik eğilimi ölçeği (GE) için

baktığımızda P değerinin 0,05'den büyük olduğu için (0,784) varyansın homojen olduğunu anlayabiliriz. Bu yüzden ortalamalardaki P değerinde üst satır dikkate alınır. Buradaki P değeri de 0,05'den büyük olduğu için (1,000) karşılaştırılan gruplar arasında (kadın-erkek) anlamlı fark olmadığına karar verilir. Örgütsel destek ölçeği (ÖD) için baktığımızda P değerinin 0,05'den büyük olduğu için (0,399) varyansın homojen olduğunu anlayabiliriz. Bu yüzden ortalamalardaki P değerinde üst satır dikkate alınır. Buradaki P değeri de 0,05'den büyük olduğu için (0,963) karşılaştırılan gruplar arasında (kadın-erkek) anlamlı fark olmadığına karar verilir. Bu yüzden H7 hipotezi desteklenememiştir.

Tablo 7.17. Betimsel İstatistikler-3

	Cinsiyet	N	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata
ort_ÖL	Erkek	83	4,0341	,80806	,08870
	Kadın	89	4,2041	,54804	,05809
ort_GE	Erkek	83	2,5955	,66290	,07276
	Kadın	89	2,5955	,73010	,07739
ort_ÖD	Erkek	83	2,4307	,87156	,09567
	Kadın	89	2,4242	,95970	,10173

Tablo 7.18. T-testi Analiz Tablosu-3

t-testi		Levene Varyansların Eşitliği Testi		t-testi (ortalamalar)		
		F	Anlamlılık Seviyesi (p)	t	df	Anlamlılık Seviyesi (p)(2-tailed)
ort_ÖL	Varyanslar homojen / eşittir	6,457	,012	-1,624	170	,106

Tablonun Devamı

Varyanslar homojen/ eşit değildir			-1,603	142,932	,111
Varyanslar homojen / eşittir	,075	,784	,000	170	1,000
Varyanslar homojen/ eşit değildir			,000	169,882	1,000
Varyanslar homojen / eşittir	,714	,399	,047	170	,963
Varyanslar homojen/ eşit değildir			,047	169,884	,963

Son olarak algılanan örgütsel desteğin, girişimcilik niyeti ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkideki moderatör etkisi cinsiyet faktörüne göre farklılık göstermektedir (H8) hipotezi yine t-testi ile incelenmiştir. Yapılan t-testinde çıkan betimsel istatistik sonuçları Tablo 7.19.'deki gibidir. Bu tablo öz liderlik, girişimcilik eğilimi ve örgütsel destek ölçeklerine katılan kadınların ve erkeklerin sayısını, standart sapmasını ve standart hatalarını göstermektedir. Tablo 7.20.'e göre girişimcilik niyeti ölçeğinde (GN) varyanslar homojendir ($P > 0,05$) ve bu yüzden ortalamalardaki P değerinde üst satır dikkate alınır. Buradaki P değeri de 0,05'den büyük olduğu için (0,480) karşılaştırılan gruplar arasında (kadın-erkek) anlamlı fark olmadığına karar verilir. Girişimcilik eğilimi ölçeği (GE) için baktığımızda P değerinin 0,05'den büyük olduğu için (0,784) varyansın homojen olduğunu anlayabiliriz. Bu yüzden ortalamalardaki P değerinde üst satır dikkate alınır. Buradaki P değeri de 0,05'den büyük olduğu için (1,000) karşılaştırılan gruplar

arasında (kadın-erkek) anlamlı fark olmadığına karar verilir. Örgütsel destek ölçeği (ÖD) için baktığımızda P değerinin 0,05’den büyük olduğu için (0,399) varyansın homojen olduğunu anlayabiliriz. Bu yüzden ortalamalardaki P değerinde üst satır dikkate alınır. Buradaki P değeri de 0,05’den büyük olduğu için (0,963) karşılaştırılan gruplar arasında (kadın-erkek) anlamlı fark olmadığına karar verilir. Bu yüzden H8 hipotezi desteklenememiştir.

Tablo 7.19. Betimsel İstatistikler-4

	Cinsiyet	N	Ortalama	Standart Sapma	Standart Hata
ort_GN	Erkek	83	3,0743	,96351	,10576
	Kadın	89	2,9794	,79130	,08388
ort_GE	Erkek	83	2,5955	,66290	,07276
	Kadın	89	2,5955	,73010	,07739
ort_ÖD	Erkek	83	2,4307	,87156	,09567
	Kadın	89	2,4242	,95970	,10173

Tablo 7.20. T-testi Analiz Tablosu-4

t-testi		Levene Varyansların Eşitliği Testi		t-testi (ortalamalar)		
		F	Anlamlılık Seviyesi (p)	t	df	Anlamlılık Seviyesi (p)(2-tailed)
ort_GN	Varyanslar homojen / eşittir	3,053	,082	,708	170	,480
	Varyanslar homojen/ eşit değildir			,703	158,986	,483

Tablonun Devamı

Varyanslar homojen/ eşit değildir			,000	169,882	1,000
Varyanslar homojen / eşittir	,714	,399	,047	170	,963
Varyanslar homojen/ eşit değildir			,047	169,884	,963

8. SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüz dünyasında hızla gelişen teknoloji ve değişen ihtiyaçlar çerçevesinde globalleşen bir rekabet ortamı söz konusudur. Bu ortamda kurumlar için ön plana çıkmak, diğerlerinden farklı olmak çok büyük önem arz etmektedir. Kurumlar için bu tempoya uyum sağlayacak, yönetebilecek kişileri istihdam etmek önemlidir. Bu noktada kişilerin öz liderlik güdülerini önemli bir konu olarak karşımıza çıkarmaktadır. Diğer yandan da çalışanlarını kurumlarında tutmak ve sürdürülebilirliği sağlamak konusuna değindiğimizde ise karşımıza algılanan örgütsel destek kavramı çıkmaktadır.

Kurumların globalleşen rekabet ortamında avantaj kazanmaları için diğer bir temel faktör de iç girişimcilik faaliyetleri olarak gösterilmektedir. İç girişimcilik faaliyetlerinin başarılı olabilmesi ve düşüncede oluşabilmesinde ise kişilerin girişimcilik eğilimleri ana etken konumundadır.

Kurumlardaki girişimcilik çalışmalarında liderin rolü oldukça fazladır. Ancak her organizasyonda, her lider bu yönde eğilim göstermeyebilir. Bu bağlamda öz liderlik güdülerini baskın olan kişilerin kurumdaki varlığı, tek bir lidere olan ihtiyaç durumunu yok edecek ve girişimcilik çalışmalarının yapılmasında önem kazanacaktır.

Girişimci, diğer kişilerin kaos ortamı olarak değerlendirdiği olaylarda fırsat ve tehditleri önceden fark edebilen kişidir. Aynı coğrafyada bulunup, aynı olanaklara sahip olan kişilerin girişimcilik yeteneklerinin aynı olmadığı bilinmektedir. Bu noktada yapmış olduğum çalışmada, girişimcilik niyetine etki eden faktörlerin araştırılmasından yola çıkılmıştır. Öz liderlik ve girişimcilik niyetinin girişimcilik eğilimi üzerine etkisi, bu ilişkilere algılanan örgütsel desteğin etkisinin olup olmadığı araştırılmıştır. Demografik faktör olarak ise cinsiyet ele alınmıştır.

Araştırma kapsamında yapmış olduğumuz anket çalışmamıza 83 erkek, 89 kadın olmak üzere 172 kişi katılım göstermiştir. Tablo 7.17. ve 7.19.'de ortalamalar incelendiğinde, ankete katılım gösterenler için erkeklerin öz liderlik, algılanan örgütsel destek ve girişimcilik niyetlerinin kadınlardan daha yüksek olduğu, girişimcilik eğilimi düzeyinin ise kadınlar ve erkekler için eşit olduğu görülmüştür.

Bu tez çalışmasında, çalışanların öz liderlikleri ile girişimcilik eğilimleri arasında pozitif ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ancak, hesaplanan korelasyon katsayısına göre (Tablo 7.7.) bu ilişkinin düşük düzeyde olduğu sonucuna varılmıştır. Bu doğrultuda, çalışanların öz liderlik yetenekleri artıka girişimcilik

eğilimleri az da olsa artmaktadır. Aynı şekilde girişimcilik niyeti ile girişimcilik eğilimi arasında da pozitif bir ilişki var olduğu ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Ancak, hesaplanan korelasyon katsayısına göre (Tablo 7.7.) bu ilişkinin düşük düzeyde olduğu sonucuna varılmıştır. Üçüncü hipotezimiz ise algılanan örgütsel desteğin, öz liderlik ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkide moderatör etkisi olduğu yönündeydi. Yine Tablo 7.7. 'da görüleceği üzere korelasyon katsayısı -0,077 ve p değeri 0,313 çıkmıştır. Bu da algılanan örgütsel desteğin, öz liderlik ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkide moderatör etkisinin olmadığını göstermektedir. Dördüncü hipotez için de algılanan örgütsel desteğin, girişimcilik niyeti ile girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkide moderatör etkisi olmadığı görülmektedir.

Araştırma kapsamında yapılan anket çalışmasına 83 erkek, 89 kadın olmak üzere 172 kişi katılım göstermiştir. Ankete katılım gösterenler için erkeklerin öz liderlik, algılanan örgütsel destek ve girişimcilik niyetlerinin kadınlardan daha yüksek olduğu, girişimcilik eğilimi düzeyinin ise kadınlar ve erkekler için eşit olduğu görülmüştür. Ancak literatürde işsizliğin etkisine göre kadınların girişimcilik faaliyetlerine eğilimlerinin daha fazla olduğu sonucuna ulaşan çalışmalar da bulunmaktadır (Verheul, Stel, ve Thurik, 2004). Yapılan çalışmada işsizlik sorunundan bağımsız olarak ele alındığı için farklı sonuçlara ulaşmış olabilir. Cinsiyete göre girişimcilik algısını araştıran başka bir çalışma ise kadın ve erkeklerin girişimcilik algılarında anlamlı bir farklılık bulamamıştır (Bedük ve Ata, 2020). Bu da yapılan çalışmayı desteklemektedir. Bu çalışmanın sonucunda araştırmanın literatüre uygun olduğu tespit edilmiştir. Literatüre baktığımızda aynı anda öz liderlik, girişimcilik niyeti, algılanan örgütsel destek ve bağımlı değişken olarak girişimcilik eğilimini konu alan yeterli sayıda çalışma yapılmadığı görülmüştür. Günümüzde girişimcilik çok önemli bir kavram haline gelmiştir. Ve bu konuda yapılan araştırmalar dikkat çekmektedir. Bu araştırma, kurumlarda ve bilimsel araştırmalarda, örgüt içerisindeki girişimcilik düzeyi ve örgütlerin yenilik ve teknoloji üretme potansiyeli arasındaki ilişkide, iç girişimcilik güdüsünün etkisini ölçme amacına aracılık edebilir. Kurumlarda rekabet ortamında ön plana çıkmak için, çalışan istihdamlarında öz liderlik seviyesini ölçme isteği uyandırabilir. Aynı zamanda yöneticilere sürekliliği sağlayabilmeleri için çalışanlarına sağladıkları destek seviyesini arttırma konusunda katkı sağlayacaktır.

Gelecekte yapılacak araştırmaların daha fazla katılımcı ile yapılması, verilerin güvenilirliğinin arttırılmasını sağlayarak, farklı sektörlerde uygulanması ile elde edilecek

yeni veriler, ilgili sektör için rekabet avantajı yaratılmasına katkı sağlayacak uygulamaların meydana getirilmesine zemin hazırlayacaktır. Çalışmanın örneklemini İstanbul’da ve Kocaeli’nde faaliyet gösteren farklı sektörlerde çalışan firma çalışanlarının ve yüksek lisans öğrencilerinin oluşturuyor olması sonuçların genellenebilirliğini engellemektedir. Araştırmanın örneklemini Türkiye’nin farklı bölgelerinden veya Türkiye dışındaki ülkelerden seçerek sonuçları karşılaştırmak adına yeni çalışmalar yapılabilecektir.



KAYNAKLAR

- Adams, J. (1965). Inequity In Social Exchange. *Advances In Experimental Social Psychology*, 267-299.
- Adler, L. (1997). *The Road To Intrapreneurship* . Doctoral Dissertation, University Of La Verne. California.
- Afra, S. (2014). E-Ticaret Raporu. TÜSİAD.
- Aghaei, N., Moshiri, K., & Shahrbanian, S. (2012). Relationship Between Organizational Justice And Intention To Leave In Employees Of Sport And Youth Head Office Of Tehran . *European Journal Of Experimental Biology*, 1564-1570.
- Ajzen, I. (1991). The Theory Of Planned Behavior. *Organizational Behavior And Human Decision Processes.*, 179-211.
- Alahmadi, H. (2009). Factors Affecting Performance Of Hospital Nurses In Riyadh Region, Saudi Arabia. *International Journal Of Health Care Quality Assurance*, 40-54.
- Ali, Q., & Brandl, J. (2017). Hrm Research In Pakistan: Existing Approaches And Future Directions. *Journal Of Management Sciences*, 174-196.
- Allen, D., Shore, L., & Griffeth, R. (2003). The Role Of Perceived Organizational Support And Supportive Human Resource Practices In The Turnover Process. *Journal of Management*, 99-118.
- Al-Mashari, M., & Zairi, M. (1999). Bpr Implementation Process: An Analysis Of Key Success And Failure Factors. *Business Process Reengineering Journal*, 87-112.
- Amason, P., & Allen, M. (1997). Intraorganizational Communication, Perceived Organizational Support, And Gender. *Sex Roles*, 955-977.

Amoros, J., & Bosma, N. (2014). Global Entrepreneurship Monitor 2013 Global Report. Santiago: Global Entrepreneurship Research Association.

Anderson, J. (2006). Managing Employees In The Service Sector: A Literature Review And Conceptual Development. *Journal Of Business And Psychology*, 501-523.

Anderson, N., De Dreu, C., & Nijstad, B. (2004). The Routinization Of Innovation Research: A Constructively Critical Review Of The State-Of-The-Science. *Journal Of Organizational Behavior*, 147-173.

Ansari, M., Kee Mui Hung, D., & Aafaqi, R. (2007). Leader-Member Exchange And Attitudinal Outcomes: Role Of Procedural Justice Climate. *Leadership & Organization Development Journal*, 690-709.

Antoncic, B., & Hisrich, R. (2003). Clarifying The Intrapreneurship Concept. *Journal Of Small Business And Enterprise Development*, 7-24.

Aranson, E. (1995). *The Social Animal*. (7th Ed.). New York: Freeman.

Argyris, C. (1993). *Knowledge For Action: A Guide To Overcoming Barriers To Organizational Change*,. San Francisco, Ca: Eric.

Arıkan, S. (2004). *Girişimcilik Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular*. Ankara: Siyasal Kitabevi.

Arthur, S., & Hisrich, R. (2011). Entrepreneurship Through The Ages: Lessons Learned. *Journal Of Enterprising Culture*, 1-40.

Aryee, S., Budhwar, P., & Chen, Z. (2002). Trust As A Mediator Of The Relationship Between Organizational Justice And Work Outcomes: Test Of A Social Exchange Model. *Journal Of Organizational Behavior*, 267-285.

Aslan, Y. (2009). Türkiye'de Büyüme-Odaklı ve Yenilikçi Bir Girişimcilik Politika Çerçevesi Geliştirme ve Politika Açıklarının Belirlenmesi. Isparta: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Tezi.

Assessing Image Segmentation Quality – Concepts, Methods And Application. In: Blaschke, T., Lang, S., Hay G.J (Eds.). (2008). M. H. Neubert İçinde, Object-Based Image Analysis: Spatial Concepts For Knowledge-driven Remote Sensing Applications (Lecture Notes In Geoinformation And Cartography) (S. 785-803). Berlin: Springer-Verlag Berlin Heidelberg.

Aubé, C., Rousseau, V., & Morin, E. (2007). Perceived Organizational Support And Organizational Commitment: The Moderating Effect Of Locus Of Control and Work Autonomy. Journal Of Managerial Psychology, 479-495.

Ay, G. (2017). Yönetici Ve Yönetici Asistanlarının Öz Liderlik Düzeylerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi / The Journal Of International Social Research, 10(52), 929-940.

Aydıntan, B., Göksel, A., & Ekmekçioğlu, E. (2014). Politik Yeteneğin Öğrenci ve Çalışanların Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Mediator Etkisi: Görgül Bir Çalışma. Niğde Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 95-112.

Bailetti, T. (2012). Technology Entrepreneurship: Overview, Definition, And Distinctive Aspects. . Technology Innovation Management Review, 5-12.

Bakırtaş, H., & Tekinşen, A. (2006). E-Ticaretin Girişimcilik Üzerindeki Etkileri. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 125-138.

Bandura, A. (1991). Social Cognitive Theory Of Self-Regulation. Organizational Behavior And Human Decision Processes, 248-287.

Bandura, A. (1997). Self-Efficacy: The Exercise Of Control. New York: W. H. Freeman.

Bandura, A. (2004). Cultivate Self-Efficacy For Personal And Organizational Effectiveness. In Locke, E.A(Ed),. Malden: Blackwell.

Bandura, A. (2007). Much Ado Over A Faculty Conception Of Perceived Self-Efficacy Grounded İn Faculty. Journal Of Social And Clinical Psychology, 641-658.

Bass, B. (1990). Bass And Stogdills Handbook Of Leadership: Theory Research And Managerial Application. New York, Ny: 3rd Ed., Free Press.

Bass, B. (2010). The Bass Handbook Of Leadership: Theory, Research And Managerial Applications. New York: Simon & Schuster.

Bayraktar, S. (2011). Avrupa Birliği Mesleki Eğitim Programlarında Girişimcilik Eğitimlerinin Ekonomik Kalkınmadaki Önemi. Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Dergisi, 245-264.

Becker, T. (1992). Foci And Bases Of Commitment: Are They Distinctions Worth Making? Academy Of Management Journal, 232-244.

Besler, S. (2010). Sosyal Girişimcilik, (1.Baskı). İstanbul: Beta Basım Yayın.

Bhanthumnavin, D. (2001). Supervisory Social Support And The Multi-Level Performance İn Thai Health Centers. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Minnesota, Abd: University Of Minnesota.

Bhanthumnavin, D. (2003). Perceived Social Support From Supervisor And Group Members' Psychological And Situational Characteristics As Predictors Of Ubordinate Performance İn Thai Work Units. Human Resource Development Quarterly, 79-97.

Bies, R., & Moag, J. (1986). Interactional Justice: Communication Criteria Of Fairness. Research On Egotiation İn Organizations, 43-55.

Bingöl, G., & Türkmen, S. (2016). Girişimciliğin Finansmanında Melek Sermaye Ve Türkiye Uygulaması. Marmara Üniversitesi Öneri Dergisi, 357-373.

Bird, B. (1988). Implementing Entrepreneurial Ideas: The Case For Intention. . Academy Of Management Review, 442-453.

Blau, P. (1964a). Exchange And Power In Social Life. New Brunswick, Nj: Transaction.

Blau, P. (1964b). Justice In Social Exchange. Sociological Inquiry, 193-206.

Blomme, R., Van Rheede, A., & Tromp, D. (2010). Work-Family Conflict As A Cause For Turnover Intentions In The Hospitality Industry. Tourism And Hospitality Research, 10(4).

Bonnett, C., & Furnham, A. (1991). Who Wants To Be An Entrepreneur? A Study Of Adolescents Interested In A Young Enterprise Scheme. Journal Of Economic Psychology, 465-478.

Boschee, J. (2001). Eight Basic Principles For Non-Profit Entrepreneurs. Nonprofit World, 15-18.

Boyd, N., & Vozikis, G. (1994). The Influence Of Self-Efficacy On The Development Of Entrepreneurial Intentions And Actions. Entrepreneurship Theory And Practice, 63-77.

Bozkurt, Ö., & Alparslan, A. (2013). Girişimcilerde Bulunması Gereken Özellikler ile Girişimcilik Eğitimi: Girişimci ve Öğrenci Görüşleri. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 7-28.

Bozkurt, Ö., Ercan, A., & Yurt, İ. (2018). Bireysel Değerler ile Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişkinin Değerlendirilmesi: Düzce Üniversitesi Örneği. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 43-55.

Brockhaus, R. (1980). Risk Taking Propensity Of Entrepreneurs. Academy Of Management Journal, 509-520.

Brockner, J., & Wiesenfeld, B. (1996). An Integrative Framework For Explaining Reactions To Decisions: Interactive Effects Of Outcomes And Procedures. *Psychological Bulletin*, 189-208.

Bryant, A., & Kazan, A. (2013). *Self-Leadership: How To Become A More Successful, Efficient, And Effective Leader From The Inside Out*. Pennsylvania: Mcgraw-Hill(Kindle Fire Edition, Retriew From Amazon.Com).

Burnes, B. (2001). *Managing Quality*. London: Pitman.

Burns, D. (1980). *Feeling Good: The New Mood Therapy*. New York: William Morrow.

Cansız, E. (2007). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerinin Belirlenmesi: Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Çalışma. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Isparta, Türkiye: Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Büyüköztürk, Ş. (2010). *Sosyal Bilimler için Veri Analizi El Kitabı*, Pegem Akademi Yayıncılık, Ankara.

Cantillon, R. (1931, Original 1755). *Essai Sur La Nature Du Commerce En General*. Edited And Translated By H. Higgs. London: Mcmillan.

Carrier, C. (1994). Intrapreneurship İn Large Firms And Smes: A Comparative Study. *International Small Business Journal*, 54-61.

Chan, A., Feng, T., Redman, T., & Snape, E. (2006). Evaluating The Multidimensional View Of Employee Commitment: A Comparative Uk–Chinese Study. *International Journal Of Human Resource Management*, 1873-1887.

Chang, J. (2000). Model Of Corporate Entrepreneurship: Intreprenurship And Exopreneurship. *International Journal Of Entrepreneurship*, 21-53.

Chen, Z., Aryee, S., & Lee, C. (2005). Test Of A Mediation Model Of Perceived Organizational Support. *Journal Of Vocational Behavior*, 457-470.

Chen, Z., Tsui, A., & Farh, J. (2002). Loyalty To Supervisor Vs. Organizational Commitment: Relationships To Employee Performance In China. *Journal Of Occupational And Organizational Psychology*, 339-356.

Chew, Y., & Wong, S. (2008). Effects Of Career Mentoring Experience And Perceived Organizational Support On Employee Commitment And İntention To Leave: A Study Among Hotel Workers İn Malaysia. *International Journal Of Management*, 692-700.

Chicken, J. (2002). Yönetim Ve Girişimcilik, Çev: Beyhan Kurt. İstanbul: Epsilon Yayınları.

Chiu, H., Lee, M., & Chen, J. (2007). Viral Marketing: Study Of E-Mail Spreading Behavior Across Gender. *Journal Of Website Promotion*, 17-29.

Cho, S., Johanson, M., & Guchait, P. (2009). Employees İntent To Leave: A Comparison Of Determinants Of İntent To Leave Versus İntent To Stay. *International Journal Of Hospitality Management*, 374-381.

Chunyan, J. (2006). A System Dynamics Model Of Exploration And Exploitationin Chinese New Ventures: The Roles Of Social Network And Corporate Entrepreneurship. Doctorial Dissertation. The Chinese University Of Hong Kong.

Colquitt, J. (2001). On The Dimensionality Of Organizational Justice: A Construct Validation Of A Measure. *Journal Of Applied Psychology*, 386-400.

Colquitt, J., Conlon, D., Wesson, M., Porter, C., & Ng, K. (2001). Justice At The Millennium: A Meta-Analytic Review Of 25 Years Of Organizational Justice Research. *Journal Of Applied Psychology*, 425.

Costello, S. (1994). *Managing Change At Work*. New York, Ny: Irwin Professional Pub.

Covin, J., & Slevin, D. (1991). A Conceptual Model Of Entrepreneurship As Firm Behavior. *Entrepreneurship Theory And Practice*, 7-25.

Coyle-Shapiro, J.-M., & Conway, N. (2005). Exchange Relationships: Examining Psychological Contracts And Perceived Organizational Support. *Journal Of Applied Psychology*, 774-781.

Crant, M. (1996). The Proactive Personality Scale As A Predictor Of Entrepreneurial Intentions. *Journal Of Small Business Management*, 42-50.

Cropanzano, R., & Greenberg, J. (1997). Progress İn Organizational Justice: Tunneling Through The Maze. In C. L. Cooper & I. T. Robertson (Eds.). *International Review Of Industrial And Organizational Psychology*, 317-372.

Cropanzano, R., & Mitchell, M. (2005). Social Exchange Theory: An İnterdisciplinary Review. *Journal Of Management*, 874-900.

Cropanzano, R., Howes, J., Grandey, A. A., & Toth, P. (1997). The Relationship Of Organizational Politics And Support To Work Behaviors, Attitudes, And Stress. *Journal Of Organizational Behavior*, 159-180.

Çağıl, C. (2007). Türkiye’de Ulusal Teknoloji Politikaları ve Teknoparkların Bölgesel Gelişmeye Etkileri. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul, Türkiye: İstanbul Teknik Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

Çiçek, R., & Durna, U. (2012). Meslek İdealleri ve Girişimcilik Niyetleri. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17-31.

Çırpan, H. (1997). Kendi Kendine Liderlik. *Yönetim Dergisi*, 57-63.

Dale, B. (2000). *Managing Quality*. London: Blackwell.

Darling, J., Gabrielsson, M., & Seristo, H. (2007). Enhancing Contemporary Entrepreneurship. *European Business Review*, 4-22.

Decarlo, J., & Lyons, P. (1980). Toward A Contingency Theory Of Entrepreneurship. Journal Of Small Business Management (Pre-1986),, 37 .

Decharms, R. (1968). Personal Causation: The Internal Affective Determinants Of Behavior. New York: Academic Press.

Deci, E., & Ryan, R. (1985). The Support Of Autonomy And Control Of Behavior. Journal Ofpersonality And Social Psychology, 1024-37.

Dekker, I., & Barling, J. (1995). Workforce Size And Work-Related Role Stress. Work And Stress, 45-54.

Demir, K. (2015). The Effect Of Organizational Justice And Perceived Organizational Support On Organizational Citizenship Behaviors: The Mediating Role Of Organizational İdentification. Eurasian Journal Of Educational Research, 131-148.

Demirel, E. (2003). Girişimcilik Kùltürü. Malatya: Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Dereli, T., Kalender, D., & Durmuşoğlu, A. (2006). Girişimcilik Performansına Etki Eden Faktörlerin Araştırılması: Gaziantep Örneği. Girişimcilik Performansına Etki Eden Faktörlerin Araştırılması: Gaziantep Örneği. (S. 206-215). Manas: Manas, Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Yayınları: 86 Kongreler Dizisi: 11.

Doğan, N. (2013). Türkiye’de Girişimcilik Eğilimi: Üniversite Öğrencileri Yönelik Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İstanbul, Türkiye: İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Doğan, S., & şahin, F. (2008). Kendi Kendine Liderlik Ölçeğinin Türkçe Uyarlaması, Geçerlilik ve Güvenilirlik Çalışması. H.Ü.İktisadi Ve İdari Bilimler Fakùltesi Dergisi, 139-164.

Doğan, S., & Şahin, F. (2008b). Bireysel Performansı ve Verimliliği Artırmada Kendi Kendine Liderlik Yaklaşımının Önemi. İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, 77-95.

Döm, S. (2006). Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği. Ankara: Detay Yayıncılık.

Driskell, J., Copper, C., & Moran, A. (1994). Does Mental Practice Enhance Performance? Journal Of Applied Psychology, 481-492.

Duman, H. (2019). Girişimcilik Ekosistemini Etkileyen Faktörler, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Iğdır, Iğdır, Türkiye: Iğdır Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Duman, Ş., Paşamehmetoğlu, A., & Poyraz, A. (2013). Örgütsel Kimlik Algısı, Örgütsel Bağlılık Ve Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. Journal Of Business Economics And Political Science, 2(4).

Durak, İ. (2011). Girişimciliği Etkileyen Çevresel Faktörlerle İlgili Girişimcilerin Tutumları: Bir Alan Araştırması. Yönetim Bilimleri Dergisi, 190-213.

Durukan, T. (2005). Küreselleşme ve Çokuluslu İşletmecilik. Ankara: Nobel Yayınları.

Duygulu, E. (2008). Algılanan Kurumsal Görünüm, Proaktif Kişilik Özelliği ve İş Kurma (Girişimcilik) Tutumu: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Öğrencileri Üzerine. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 10 (2), 95-120.

Dysvik, A., Kuvaas, B., & Buch, R. (2014). Perceived Training Intensity And Work Effort: The Moderating Role Of Perceived Supervisor Support. European Journal Of Work And Organizational Psychology, 729-738.

Edwards, M., & Peccei, R. (2010). Perceived Organizational Support, Organizational Identification, And Employee Outcomes: Testing A Simultaneous Multifoci Model. Journal Of Personnel Psychology, 17-26.

Eisenberger, R., Armeli, S., Rexwinkel, B., & Lynch, P. (2001). Reciprocation Of Perceived Organizational Support. Journal Of Applied Psychology, 42-51.

Eisenberger, R., Cummings, J., Armeli, S., & Lynch, P. (1997). Perceived Organizational Support, Discretionary Treatment, And Job Satisfaction. *Journal Of Applied Psychology*, 812.

Eisenberger, R., Fasolo, P., & Davis-Lamastro, V. (1990). Perceived Organizational Support And Employee Diligence, Commitment, And Innovation. *Journal Of Applied Psychology*, 51-59.

Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S., & Sowa, D. (1986). Perceived Organizational Support. *Journal Of Applied Psychology*, 500-507.

Eisenberger, R., Rhoades, L., & Cameron, J. (1999). Does Pay For Performance Increase Or Decrease Perceived Self-Determination And Intrinsic Motivation? *Journal Of Personality And Social Psychology*, 1026-1040.

Eisenberger, R., Stinglhamber, F., Vandenberghe, C., Sucharski, I., & Rhoades, L. (2002). Perceived Supervisor Support: Contributions To Perceived Organizational Support And Employee Retention. *Journal Of Applied Psychology*, 563-573.

Ellis, A. (1977). *The Basic Clinical Theory Of Rational-Emotive Therapy*. New York: Springer.

Elovainio, M. (2004). Job Decision Latitude, Organizational Justice And Health: Multilevel Covariance Structure Analysis. *Social Science And Medicine*, 1659-1669.

Emerson, R. (1972). Exchange Theory, Part I: A Psychological Basis For Social Exchange. In J. Berger, M. Zelditch, & B. Anderson (Eds.). *Sociological Theories In Progress*, 38-57.

Eric, L., & Nancy, H. (2008). The Importance Of Job Satisfaction And Organizational Commitment In Shaping Turnover Intent: A Test Of A Causal Model. *Criminal Justice Review*, 96-118.

E-Ticaretin Gelişimi, Sınırların Aşılması ve Yeni Normlar. (2019). TÜSİAD: [Http://Www.Tubisad.Org.Tr/Tr/İmages/Pdf/Dd-Tusiad-Eticaret-Raporu-2019.Pdf](http://www.tubisad.org.tr/tr/images/pdf/dd-tusiad-eticaret-raporu-2019.pdf)
Adresinden Alındı

Fayolle, A., & Gailly, B. (2005). Using The Theory Of Planned Behaviour To Assess Entrepreneurship Teaching Programmes. Center For Research İn Change, Innovation And Strategy Of Louvain School Of Management, Working Paper., 5.

Fernandez, S. (2008). Examining The Effects Of Leadership Behavior On Employee Perceptions Of Performance And Job. Journal Of Public Performance And Management Review, 175-205.

Finke, R. (1989). Principles Of Mental İmagery. Cambridge: Ma: Mit Press.

Fitzsimmons, J., Douglas, E., Antoncic, B., & Hisrich, R. (2005). Intrapreneurship İn Australian Firms. Journal Of The Australian And New Zealand Academy Of Management, 17-27.

Franco, M., Haase, H., & Lautenschläger, A. (2010). Students' Entrepreneurial İntentions: An İnter-Regional Comparison. Education+ Training, 260-275.

Franco, M., Haase, H., & Lautenschlager, A. (2010). Students' Entrepreneurial İntentions: An İnter-Regional Comparison. Education & Training, 60-275.

Franke, N., & Luthje, C. (2004). Entrepreneurial İntentions Of Business Students: A Benchmarking Study. International Journal Of Innovation And Technology Management, 269-288.

Friedman, J. (1994). Dictionary Of Business Terms. New York: Barron'S. .

Fuller, J., Hester, K., Barnett, T., Frey, L., & Relyea, C. (2006). Perceived Organizational Support And Perceived External Prestige: Predicting Organizational Attectment For University Faculty, Staff And Administration. The Journal Of Social Psychology, 327-347.

Furtner, M., Sachse, P., & Exenberger, S. (2012). Learn To İnfluence Yourself: Full Range Self-Leadership Training. Journal Of The Indian Academy Of Applied Psychology, 294-304.

Gavino, M., Wayne, S., & Erdogan, B. (2012). Discretionary And Transactional Human Resource Practices And Employee Outcomes: The Role Of Perceived Organizational Support. Human Resource Management, 665-686.

Gıbson, R. (1997). Geleceği Yeniden Düşünmek, (Çev: Sinem Gül). İstanbul: Sabah Kitapçılık.

Girginer, N., & Uçkun, N. (2004). İşletmecilik Eğitimi Alan Lisans Öğrencilerinin Girişimciliğe Bakış Açıları: Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İ.İ.B.F İşletme Bölümü Öğrencilerine Yönelik Bir Uygulama. 11. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, 783-795.

Golparvar, M., & Nadi, M. (2010). Cultural Values & Justice: Organizational Justice, Job Satisfaction, Job Leave. Cultural Researches Magazine, 207-228.

Greenberg, J. (1990). Employee Theft As A Reaction To Underpayment İnequity: The Hidden Cost Of Pay Cuts. Journal Of Applied Psychology, 561-568.

Greenberg, J., & Colquitt, J. (2013). Handbook Of Organizational Justice. London: Psychology Press.

Grint, K. (1995). Management: A Sociological Introduction. London: Polity Press.

Güngör, E. (1999). İktisadi Gelişmenin Merhaleleri. İstanbul: Ötüken Neşriyat.

Gürbüz, R. (2012). Algılanan Örgütsel Destek Ve Örgütsel Güvenin, Örgütsel Bağlılık İle İlişkisi. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Erzurum, Türkiye: Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Hansemark, O. (1998). The Effects Of An Entrepreneurship Programme On Need For Achievement And Locus Of Control Of Reinforcement. *International Journal Of Entrepreneurial Behavior & Research*, 28-50.

Haşıloğlu, A., Kaya, M., & Haşıloğlu, S. (2010). E-Girişimcilik Araçları ve Türkiye'deki E-Girişimciler Üzerine Bir Araştırma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1-14.

Hater, J., & Bass, B. (1988). Superior's Evaluations And Subordinate's Perceptions Of Transformational And Transactional Leadership. *Journal Of Applied Psychology*, 695-702.

Havinal, V. (2009). *Management And Entrepreneurship*. New Delhi: New Age International.

Hill, M. (2003). *The Development Of An Instrument To Measure*. Güney Afrika: Yüksek Lisans Tezi.

Hısırh, R., & Peters, M. (1989). *Entrepreneurship. Starting, Developing, And Managing*. Usa: Irwin: Sage.

Hisrich, R., & Peters, M. (1998). *Entrepreneurship 4th Edition*. Boston: Mcgraw Hill.

Hofstede, G. (1983). National Cultures İn Four Dimensions: A Research-Based Theory Of Cultural Differences Among Nations. *International Studies Of Management & Organization*, 46-74.

Hofstede, G. (2011). Dimensionalizing Cultures: The Hofstede Model İn Context. *Online Readings İn Psychology And Culture*, 8-26.

Houghton, J., & Neck, C. (2002). The Revised Self-Leadership Questionnaire. *Journal Of Managerial Psychology*, 672-691.

Houghton, J., & Yoho, S. (2005). Toward A Contingency Model Of Leadership And A Psychological Empowerment: When Should Selfleadership Be Encouraged? *Journal Of Leadership And Organizational Studies*, 65-83.

Houghton, J., Dawley, D., & Diliello, T. (2012). The Abbreviated Self-Leadership Questionnaire (Aslq): A More Concise Measure Of Self-Leadership. *International Journal Of Leadership Studies*, 216-232.

Houghton, J., Goldsby, M., Neck, C., & D'intino, R. (2007). Self-Leadership: A Process For Entrepreneurial Success. *Journal Of Leadership And Organizational Studies*, 106-120.

Hui, C., Lee, C., & Rousseau, D. (2004). Employment Relationships In China: Do Workers Relate To The Organization Or To People? *Organization Science*, 232-240.

Hui, C., Wong, A., & Tjosvold, D. (2007). Turnover Intention And Performance In China: The Role Of Positive Affectivity, Chinese Values, Perceived Organizational Support And Constructive Controversy. *J Occup Organ Psychol*, 735-751.

Hult, G., Snow, C., & Kandemir, D. (2003). The Role Of Entrepreneurship In Building Cultural Competitiveness In Different Organizational Types. *Journal Of Management*, 401-426.

Hutchison, S. (1997). Perceived Organizational Support: Further Evidence Of Construct Validity. *Educational And Psychological Measurement*, 1025–1034.

İlhan, S. (2004). Girişimcilik ve Sosyo-Ekonomik Süreçteki Rolü. *Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları*, 70-75.

Irwin, D. (2000). Seven Ages Of Entrepreneurship. *Journal Of Small Business And Enterprise Development*, 255—260.

Isenberg, D. (2010). How To Start An Entrepreneurial Revolution. *Harvard Business Review Article*, 5.

İşcan, Ö., & Kaygın, E. (2011). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 443-462.

Janssen, O. (2003). Innovative Behaviour And Job Involvement At The Price Of Conflict And Less Satisfactory Relations With Co-Workers. Journal Of Occupational And Organizational Psychology, 347-364.

Janssen, O. (2004). How Fairness Perceptions Make Innovative Behavior More Or Less Stressful. Journal Of Organizational Behavior, 201-215.

Jawahar, I., & Hemmasi, P. (2006). Perceived Organizational Support For Women's Advancement And Turnover Intentions: The Mediating Role Of Job And Employer Satisfaction. Women In Management Review, 643-661.

Johlke, M., Stamper, C., & Shoemaker, M. (2002). Antecedents To Boundaryspanner Perceived Organizational Support. Journal Of Managerial Psychology, 116-128.

Johnson, B. (1990). Toward A Multidimensional Model Of Entrepreneurship: The Case Of Achievement Motivation And The Entrepreneur. Entrepreneurship Theory And Practice, 39-54.

Johnson, D. (2001). What Is Innovative And Entrepreneurship? Lessons For Larger Organizations. Industrial And Commercial Training, 135-140.

Kadiger. (2020, 06 24). Türkiye Kadın Girişimciler Derneği (KAGİDER) Hakkında. KADİGER: <https://www.kagider.org/kurumsal/kagider-hakkinda> Adresinden Alındı

Kalağan, G. (2009). Araştırma Görevlilerinin Örgütsel Destek Algıları ile Örgütsel Sinizm Tutumları Arasındaki İlişki. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Antalya, Türkiye: Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Kalkan, A. (2011). Kişisel Tutum, Özel Norm ve Algılanan Davranış Kontrolünün Girişimcilik Niyeti Üzerindeki Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Uygulama. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 189-206.

Karabulut, A. (2009). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Özelliklerini ve Eğilimlerini Belirleme. Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F Dergisi, 331-356.

Karaömer, M. (2014). Hatay İli Kırsalındaki Kadınların Girişimcilik Eğilimlerinin İncelenmesi. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Tokat, Türkiye: Gaziosmanpaşa Üniversitesi Fen Bilimleri Enstitüsü.

Karataş, S., & Güleş, H. (2010). İlköğretim Okulu Öğretmenlerinin İş Tatmini ile Örgütsel Bağlılığı Arasındaki İlişki. Uşak Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 74-89.

Karlı, H. (2018). Kişilik Özellikleri ve Girişimcilik Niyeti Arasındaki İlişkinin Proaktif Kişilik Boyutu Açısından İncelenmesi. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Ankara, Türkiye: Hacettepe Üniversitesi, İşletme Anabilim Dalı.

Katz, D., & Kahn, R. (1978). The Social Psychology Of Organizations. New York: Wiley.

Kelley, C. (2010). Perceived Organizational Support As A Predictor Of Stigma And Treatment Seeking For Psychological Problems. A Thesis . Clemson University.

Kerr, S., & Jermier, J. (1978). Substitutes For Leadership: Their Meaning And Measurement. Organizational Behavior & Human Performance. Science Direct, 375-403.

Kierulff, H. (1979). Finding And Keeping Corporate Entrepreneurs. Business Horizons, 6-15.

Kim, D., & Young, L. (2012). A Critical Review Of The Relationship Between Organizational Performance And Citizenship Behaviors. Korean Management Review, 1461-1495.

Kinnard, S. (2002). Marketing With E-Mail, (Third Edition). Usa: Maximum Press.

Klein, H., Molloy, J., & Brinsfield, C. (2012). Reconceptualizing Workplace Commitment To Redress A Stretched Construct: Revisiting Assumptions And Removing Confounds. *Academy Of Management Review*, 130-151.

Knight, G. (1997). Cross-Cultural Reliability And Validity Of A Scale To Measure Firm Entrepreneurial Orientation. *Journal Of Business Venturing* , 213-225.

Kohles, J., Pearce, C., & Bligh, M. (2006). The Importance Of Self-And Shared Leadership In Team Based Knowledge Work: A Meso-Level Model Of Leadership Dynamics. *Journal Of Managerial Psychology*, 304-305.

Kottke, J., & Sharafinski, C. (1988). Measuring Perceived Supervisory And Organizational Support. *Educational And Psychological Measurement*, 1075-1079.

Kristiansen, S., & Indarti, N. (2004). Entrepreneurial Intention Among Indonesian And Norwegian Students. *Journal Of Enterprising Culture.*, 55-78.

Kuvaas, B., & Dysvik, A. (2010). Exploring Alternative Relationships Between Perceived Investment In Employee Development, Perceived Supervisor Support And Employee Outcomes. *Human Resource Management Journal*, 138-156.

Lam, L., Liu, Y., & Loi, R. (2016). Looking Intra-Organizationally For Identity Cues: Whether Perceived Organizational Support Shapes Employees Organizational Identification. *Human Relations*, 345-367.

Lee, J., & Peccei, R. (2007). Perceived Organizational Support And Affective Commitment: The Mediating Role Of Organization-Based Self-Esteem In The Context Of Job Insecurity. *Journal Of Organizational Behavior*, 661-685.

Lepine, J., & Van Dyne, L. (1998). Predicting Voice Behavior In Work Groups. *Journal Of Applied Psychology*, 858-868.

Levinson, H. (1965). Reciprocation: The Relationship Between Man And Organization. *Administrative Science Quarterly*, 370-390.

Liao, H., Joshi, A., & Chuang, A. (2004). Sticking Out Like A Sore Thumb: Employee Dissimilarity And Deviance At Work*. *Personnel Psychology*, 969-1000.

Linan, F., & Chen, Y.-W. (2009). Development And Cross-Cultural Application Of A Specific Instrument To Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory And Practice*, 593-617.

Linán, F., & Chen, Y. (2009). Development And Cross-Cultural Application Of A Specific Instrument To Measure Entrepreneurial Intentions. *Entrepreneurship Theory And Practice*, 593-617.

Lind, E. (2001). A. Fairness Heuristic Theory: Justice Judgments As Pivotal Cognitions, In: *Organizational Relations*. In J. Greenberg & R. Cropanzano (Eds.), *Advances In Overall Fairness*. Stanford, Ca: Stanford University Press.

Locke, E. (1976). The Nature And Causes Of Job Satisfaction”, In Dunnette, M.D. (Ed.), *Handbook Of Industrial And Organizational Psychology*. Chicago: Rand McNally.

Loi, R., Hang-Yue, N., & Foley, S. (2006). Linking Employees' Justice Perceptions To Organizational Commitment And Intention To Leave: The Mediating Role Of Perceived Organizational Support. *Journal Of Occupational And Organizational Psychology*, 101-120.

Lucke, G., & Furtner, M. (2015). Soldiers Lead Themselves To More Success: A Self-Leadership Intervention Study. *Military Psychology*, 311-324.

Lumpkin, G., & Dess, G. (1996). Clarifying The Entrepreneurial Orientation Construct And Linking It To Performance. *Academy Of Management Review*, 135—172.

Lumpkin, G., & Dess, G. (1996). Clarifying The Entrepreneurial Orientation Construct And Linking It To Performance. *Academy Of Management Review*, 135-172.

Lumpkin, G., Cogliser, C., & Scheinder, D. (2009). Understanding And Measuring Autonomy: An Entrepreneurial Orientation Perspective. *Entrepreneurship Theory And Practice*, 47-69.

Macpherson, K. (2001). *Permission-Based E-Mail Marketing*. Chicago: Dearborn Trade.

Maertz, C., Griffeth, R., Campbell, N., & Allen, D. (2007). The Effects Of Perceived Organizational Support And Perceived Supervisor Support On Employee Turnover. *Journal Of Organizational Behavior*, 1059-1075.

Maertz, C., Mosley, D., & Alford, B. (2002). Does Organizational Commitment Fully Mediate Constituent Commitment Effects: A Re-Assessment And Clarification. *Journal Of Applied Social Psychology*, 1300-1313.

Mahembe, B., Engelbrecht, A., & De Kock, F. (2013). A Confirmatory Factor Analytic Study Of A Self-Leadership Measure In South Africa. *Journal Of Human Resource Management*, 1-10.

Mahoney, M., & Thoresen, C. (1974). *Self-Control: Power To The Person*. Monterey, Ca: Brooks/Cole.

Male, F., & Ashforth, B. (1992). Alumni And Their Alma Mater: A Partial Test Of The Reformulated Model Of Organizational Identification. *Journal Of Organizational Behavior*, 103.

Mamizadeh, J. (2002). Job Leave At Organization: Evaluation The Reasons, Consequences. *Development Of Management*, 44.

Manz, C. (1979). Sources Of Control: A Behaviour Modification Perspective. *Proceedings: Eastern Academy Of Management*, 82-88.

Manz, C. (1986). Self-Leadership: Toward An Expandedtheory Of Self-Influence Processes In Organizations. *Academy Of Management Review*, 585-600.

Manz, C. (1992). *Mastering Self-Leadership: Empowering Yourself For Personal Excellence*. Englewood Cliffs, Nj.: Prentice-Hall.

Manz, C., & Sims, H. (1980). Self-Management As A Substitute For Leadership: A Social Learning Theory Perspective. *Academy Of Management Review*, 361-367.

Manz, C., & Sims, H. (1987). Leading Workers To Lead Themselves. *The External Leadership Of Self-Managing Work Teams*. *Administrative Science Quarterly*, 106-129.

Manz, C., & Sims, H. (2001). *The New Superleadership: Leading Others To Lead Themselves*. San Francisco, Ca: Berrett-Koehler.

Marangoz, M. (2008). *Girişimcilik*. Ankara: Pozitif Matbaacılık.

Marinova, A., Brian, J., & Massey, L. (2002). Permission E-Mail Marketing As A Means Of Targeted Promotion. *Cornell Hotel & Restaurant Administration Quarterly*, 61-63.

Marique, G., Stinglhamber, F., Desmette, D., Caesens, G., & Zanet, F. (2013). The Relationship Between Perceived Organizational Support And Affective Commitment: A Social Identity Perspective. *Group & Organization Management*, 68-100.

Mcclelland, D. (1961). *The Achieving Society*. Urbana: Princeton, N.J., Van Nostrand.

Mcshane, S., & Travaglione, T. (2003). *Organizational Behaviour On The Pacific Rim*. Sydney: Mcgraw-Hill Higher Education.

Menguc, B., Auh, S., Fisher, M., & Haddad, A. (2013). To Be Engaged Or Not To Be Engaged: The Antecedents And Consequences Of Service Employee Engagement. *Journal Of Business Research*, 2163–2170.

Meyer, J., & Smith, C. (2000). Hrm Practices And Organizational Commitment: Test Of A Mediation Model. *Canadian Journal Of Administrative Sciences*, 319-331.

Miao, R. (2011). Perceived Organizational Support, Job Satisfaction, Task Performance And Organizational Citizenship Behavior İn China. *J Behav Appl Manag*, 105-127.

Miller, D., & Friesen, P. (1983). Strategy-Making And Environment: The Third Link. *Strategic Management Journal*, 221—235.

Miller, D., & Lee, J. (2001). The People Make The Process: Commitment To Employees, Decision Making, And Performance. *Journal Of Management*, 163-189.

Miron, D., & Mcclelland, D. (1979). The İmpact Of Achievement Motivation Training On Small Businesses. *California Management Review*, 21(4), 13-28. *California Management Review*, 13-28.

Miynat, M., & Özcan, P. (2016). Türkiye’de E-Girişimcilik ve Vergilendirilmesi. 7th International Congress On Entrepreneurship (Ice 2016) Proceedings (S. 506-520). Bışkek: Kyrgyz Turkish Manas University.

Mohamed, S., & Ali, M. (2016). Effects Of Perceived Organizational Support On Employees’ Job Satisfaction. *International Journal Of Research And Review*, 1-13.

Mohammadi, S., Momayez, A., & Rahbar, F. (2014). A Conceptual Model İn Techno-Entrepreneurship Services For People With Disability İn Urban Management Of Tehran. *World Of Sciences Journal*, 38-47.

Monnastes, S. (2010). Perceived Organizational Support And Counterproductive Work Behavior: How Personality Moderates The Relationship. Unpublished Thesis. San José State University.

Moorman, R., Blakely, G., & Niehoff, B. (1998). Does Perceived Organizational Support Mediate The Relationship Between Procedural Justice And Organizational Citizenship Behavior? *The Academy Of Management Journal*, 351-357.

Moss Kanter, R. (1988). When A Thousand Flowers Bloom: Structural, Collective And Social Conditions For İnnovation İn Organization”, İn Staw, B.M. And Cummings, L.L. (Eds). Research İn Organizational Behavior, 169-211.

Mueller, S., & Thomas, A. (2001). Culture And Entrepreneurial Potential: A Nine Country Study Of Locus Of Control And İnnovateness. Journal Of Business Venturing, 51-75.

Mumford, M., & Gustafson, S. (1988). Creativity Syndrome: İntegration, Application, And İnnovation. Psychological Bulletin, 27-43.

Müftüoğlu, T. (1995). Girişimci ve Girokrat. Girişim Dergeisi, 6.

Naktiyok, A. (2006). Çevresel Faktörlerin İç Girişimcilik Üzerine Etkileri. Afyon Kocatepe Üni. İ.İ.B.F, 77-96.

Namal, M., Koçancı, M., & Aksoy, B. (2018). Kosgeb Girişimcilik Programı Eleştirel Bir Değerlendirme. Akademik Hassasiyetler Dergisi, 93-110.

Nazir, S., Shafi, A., Atif, M., Qun, W., & Abdullah, S. (2019). How Organization Justice And Perceived Organizational Support Acilitate Employees’ İnnovative Behavior At Work. Employee Relations: An International Journal, 1288-1311.

Neck, C., & Houghton, J. (2006). Two Decades Of Self-Leadership Theory And Research: Past Developments, Present Trends, And Future Possibilities. Journal Of Managerial Psychology, 270-295.

Neck, C., & Manz, C. (1992). Thought Self-Leadership: The İmpact Of Self-Talk And Mental İmagery On Performance. Journal Of Organizational Behavior, 681-699.

Neck, C., & Manz, C. (1999). Mastering Self-Leadership: Empowering Yourself For Personal Excellence. New Jersey: Prentice Hal.

Neck, C., & Manz, C. (2004). *Mastering Self-Leadership: Empowering Yourself For Personalexcellence*. Nj: Pearson Prentice-Hall.

Neubert, M., & Cindy Wu, J.-C. (2006). An Investigation Of The Generalizability Of The Houghton And Neck Revised Self-Leadership Questionnaire To A Chinise Context. *Journal Of Managerial Psychology*, 360-373.

Nicholas, S., & Armstrong, N. (2003). Engineering Entrepreneurship: Does Entrepreneurship Have A Role İn Engineering Education? *Ieee Antennas And Propagation Magazine*, 134-138.

Niehoff, B., & Moorman, R. (1993). Justice As A Mediator Of The Relationship Between Methods Of Monitoring And Organizational Citizenship Behavior. *Academy Of Management Journal*, 527-566.

Nielsen, S. (2007). A Multi-Source Model Of Perceived Organizational Support And Performance. *Dissertation Abstracts International: Section B: The Sciences And Engineering*, 661.

Noruzy, A., Shatery, K., Rezazadeh, A., & Hatamishirkouhi, L. (2011). Investigation The Relationship Between Organizational Justice, And Organizational Citizenship Behavior: The Mediating Role Of Perceived Organizational Support. *Indian Journal Of Science And Technology*, 87-101.

Oosterlinck, J. (2016). The Influence Of Entrepreneurship Education On Entrepreneurial Behavior. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Belçika: Üniversiteit Gent Faculteı Economie En Bedrijfskunde.

Owens, R., & Valesky, T. (2011). *Organizational Behavior İn Education: Leadership And School Reform*. (10th Edition). Boston: Pearson.

Oyserman, D. (2017). Culture Three Ways: Culture And Subcultures Within Countries *Psychology. Annual Review Of*, 435-463.

Önderoğlu, S. (2010). Örgütsel Adalet Algısı, İş Aile Çatışması Ve Algılanan Örgütsel Destek Arasındaki Bağlantılar. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Ankara, Türkiye: Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Özcan, P., & Tepekule, U. (2016). Girişimciliğin Yeni Yüzü: Teknogirişim Ve Kamusal Destekler. 2. Uluslararası İşletme ve Ekonomi Kongresi (Iceb'16) (S. 751-764). Saraybosna: Uluslararası Saraybosna Üniversitesi.

Özdemir, Y., & Mazgal, S. (2012). Bir Kariyer Tercihi Olarak Girişimcilikte Dışsal Faktörlerin Etkisi: Sakarya Örneği. Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 87-102.

Özdevecioğlu, M. (2003). Algılanan Örgütsel Destek ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi İdari Bilimler Dergisi, 113-130.

Özkul, G. (2007). Kapitalist Sistemin Sürükleyici Aktörleri: Ekonomik Teoride Girişimciler. S.D.Ü.İ.İ.B.F.Dergisi, 343-366.

Özşahin, M., & Zehir, C. (2011). Yüksek Performanslı İşletmelerde Liderlik, Girişim Odaklılık ve Örgütsel Performans İlişkisi. Yönetim Bilimleri Dergisi, 115- 140.

Palmer, R. (2012). The Relationship Between Self-Leadership And Effective Leadership Behaviors. Phd Diss., Capella University, 113.

Peredo, A., & Mclean, M. (2006). Social Entrepreneurship: A Critical Review Of The Concept. Journal Of World Business, 58.

Perryer, C., Jordan, C., Travaglione, A., & Leighton, C. (2010). Predicting Turnover Intentions: The Interactive Effects Of Organizational Commitment And Perceived Organizational Support. Management Research Review, 911-923.

Peterman, N., & Kennedy, J. (2003). Enterprise Education: Influencing Students' Perceptions Of Entrepreneurship. . Entrepreneurship Theory And Practice, 129-144.

Pillai, R., Williams, E., & Justin Tan, J. (2001). Are The Scales Tipped In Favor Of Procedural Or Distributive Justice? An Investigation Of The Us, India, Germany, And Hong Kong (China). *International Journal Of Conflict Management*, 312-332.

Politis, J. (2003). Qfd: The Role Of Various Leadership Styles. *The Leadership & Organization Development Journal* , 182-192.

Prodan, I. (2007). *A Model Of Technological Entrepreneurship*. . Bodmin, Cornwall: Edward Elgar Publishing, Inc.

Randall, M., Cropanzano, R., Bormann, C., & Birjulin, A. (1999). Organizational Politics And Organizational Support As Predictors Of Work Attitudes, Job Performance, And Organizational Citizenship Behavior. *Journal Of Organizational Behavior*, 159-174.

Redding, S. (1990). *The Spirit Of Chinese Capitalism*. New York: Walter De Gruyter,.

Rhoades, L., & Eisenberger, R. (2002). Perceived Organizational Support: A Review Of The Literature. *Journal Of Applied Psychology*, 698-714.

Rhoades, L., Eisenberger, R., & Armeli, S. (2001). Affective Commitment To The Organization: The Contribution Of Perceived Organizational Support. *Journal Of Applied Psychology*, 825-836.

Robbins, S. (2003). *Organisational Behaviour*, 10th Ed. Upper Saddle River, Nj: Prentice-Hall Inc.

Sahin, F. (2008). The Interaction Of Self-Leadership And Psychological Climate On Job Performance. *African Journal Of Business Management*, 1787-1794.

Salleh, M., Siti, Z., Mohd, S., Zulhan, O., & Mohd, H. (2009). An Empirical Assessment Of Hotel Departmental Managers Turnover Intentions: The Impact Of Organizational Justice. *International Journal Of Business And Management*, 173-183.

Sampl, J., Maran, T., & Furtner, M. (2017). A Randomized Controlled Pilot Intervention Study Of A Mindfulness-Based Self-Leadership Training (Mbslt) On Stress And Performance. *Mindfulness*, 1393-1407.

Schofield, D., Page, S., Lyle, D., & Walker, T. (2006). Ageing Of The Baby Boomer Generation: How Demographic Change Will İmpact On City And Rural Gp And Nursing Workforce. *Rural And Remote Health*, 1-9.

Seligman, M. (1991). *Learned Optimism*. New York: Alfred Knopf.

Senter, J., & Martin, J. (2007). Factors Affecting The Turnover Of Different Groups Of Part- Time Workers. *Journal Of Vocational Behavior*, 45-68.

Settoon, R., Bennett, N., & Liden, R. (1996). Social Exchange İn Organizations: Perceived Organizational Support, Leader-Member Exchange And Employee Reciprocity. *Journal Of Applied Psychology*, 219-227.

Settoon, R., Bennett, N., & Liden, R. (1996). Social Exchange İn Organizations: Perceived Organizational Support, Leader–Member Exchange, And Employee Reciprocity. *Journal Of Applied Psychology*, 219-227.

Sezer, C. (2013). Kariyer Olarak Girişimcilik ve Girişimcilik Niyetini Etkileyen Faktörlerin İçerik. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(2), 46-60.

Shanock, L., & Eisenberger, R. (2006). When Supervisors Feel Supported: Relationships With Subordinates' Perceived Supervisor Support, Perceived Organizational Support, And Performance. *Journal Of Applied Psychology*, 689-695.

Sheridan, J., Slocum, J., Buda, R., & Thompson, R. (1990). Effects Of Corporate Sponsorship And Departmental Power On Career Tournaments. *Academy Of Management Journal*, 578-602.

Shore, L., & Shore, T. (1995). Perceived Organizational Support And Organizational Justice. In R. Cropanzano & K. Kacmar (Eds.). *Organizational Politics, Justice, And Support*, 149-164.

Siegrist, J. (1996). Adverse Health Effects Of High-Effort/Low-Reward Conditions. *Journal Of Occupational Health Psychology*, 27-41.

Silbert, L. (2005). The Effect Of Tangible Rewards On Perceived Organizational Support . Dissertation Of Master Of Management Sciences. Canada: University Of Waterloo.

Sims, H., & Manz, C. (1980). Self-Management As A Substitute For Leadership: A Social Learning Theory Perspective. *Academy Of Management Review*, 361-362.

Singh, A., & Singh, S. (2013). Perceived Organisational Support And Organisational Citizenship Behaviour: The Mediating Role Of Personality. *Journal Of The Indian Academy Of Applied Psychology*, 117-125.

Snape, E., & Redman, T. (2010). Hrm Practices, Organizational Citizenship Behaviour, And Performance: A Multi-Level Analysis. *Journal Of Management Studies*, 1219-1247.

Somech, A. (2006). The Effects Of Leadership Style And Team Process On Performance And Innovation In Functionally. *Journal Of Management*, 132-157.

Sönmez, A., Arıker, Ç., & Toksoy, A. (2016). Dünya’da ve Türkiye’de Sosyal Girişimciliğin Gelişimi. *Journal Of Social Sciences And Humanities Researches*, 102-121.

Spreitzer, G. (1995). Psychological Empowerment In The Workplace: Dimensions, Measurement, And Validation. *Academy Of Management Journal*, 1442-1465.

Stamper, C., & Johnlke, M. (2003). The Impact Of Perceived Organizational Support On The Relationship Between Boundary Spanner Role Stress And Work Outcomes. *Journal Of Management*, 569-588.

Stewart, G., & Manz, C. (1995). Leadership For Self-Managing Work Teams: A Typology And Integrative Model. *Human Relations*, 747-770.

Stewart, G., Courtright, S., & Manz, C. (2011). Self-Leadership: A Multilevel Review. *Journal Of Management*, 185-222.

Stinglhamber, F., & Vandenberghe, C. (2003). Organizations And Supervisors As Sources Of Support And Targets Of Commitment: A Longitudinal Study. *Journal Of Organizational Behavior*, 251-270.

Stinglhamber, F., De Cremer, D., & Mercken, L. (2006). Perceived Support As A Mediator Of The Relationship Between Justice And Trust A Multiple Foci Approach. *Group & Organization Management*, 442-468.

Sun, L.-Y., Aryee, S., & Law, K. (2007). High-Performance Human Resource Practices, Citizenship Behavior, And Organizational Performance: A Relational Perspective. *Academy Of Management Journal*, 558-577.

Süzer, D. (2005, Eylül 11). Müşteri Yönetiminde On Öldürücü Hata. Mart 29, 2020 Tarihinde Capital: <https://www.Capital.Com.Tr/> Adresinden Alındı

Şahin, İ., Akyürek, C., & Yavuz, Ş. (2014). Assessment Of Effect Of Leadership Behaviour Perceptions And Organizational Commitment Of Hospital Employees On Job Satisfaction With Structural Equation Modelling. *Journal Of Health Management*, 161-182.

Şeşen, H., Soran, S., & Caymaz, E. (2014). Toplumsal Kültürün Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Niyetine Etkisi: Sosyal Ağ Kullanımının Aracılık Rolü. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 110-125.

Tabak, A., Sıgır, Ü., & Türköz, T. (2013). Öz Liderlik Ölçeğinin Türkçeye Uyarlanması Çalışması. 213-246.

Tajeddini, K., & Mueller, S. (2009). Entrepreneurial Characteristics In Switzerland And The Uk: A Comparative Study Of Techno-Entrepreneurs. *Journal Of International Entrepreneurship*, 1-25.

Tansky, J., & Cohen, D. (2001). The Relationship Between Organizational Support, Employee Development, And Organizational Commitment: An Empirical Study. *Human Resource Development Quarterly*, 285-300.

Teo, T., Tan, S. C., Lee, C. B., Chai, C. S., Koh, J. H., Chen, W. L., (2010). The self-directed learning with technology scale (SDLTS) for young students: an initial development and validation. *Computers & Education*, 55, 1764–1771.

Thomberry, N. (2001). Corporate Entrepreneurship Antidote Or Oxymoron? *European Management Journal*, 526-533.

Thompson, J. (2002). The World Of The Social Entrepreneur. *The International Journal Of Public Sector Management*, 415.

Thurik, R., Stel, A., Wennekers, S., & A.R.M. (2002). Economic Development And Business Ownership: An Analysis Using Data Of 23 Oecd Countries In The Period 1976-1996. *Small Business Economics*, 271-290.

Timuroğlu, K., & Çakır, S. (2014). Girişimcilerin Yeni Bir Girişim Yapma Niyetlerinin Risk Alma Eğilimi ile İlişkisi. *Akü. İİBF Dergisi*, 119-136.

TOBB. (2012). Sorularla TOBB Merak Ettikleriniz Yayın Serisi. Ankara: TOBB Yayınları No: 2012/168.

Top, S. (2006). Girişimcilik Keşif Süreci. İstanbul: Beta Yayınları.

Top, S., & Sevensan, M. (2006). Girişimcilik Niyet Modelleri ve Kültürel Kimliğin Etkileri. *Kök Araştırmalar Journal*, 117-135.

Trivedi, C., & Stokols, D. (2011). Social Enterprises And Corporate Enterprises: Fundamental Differences And Defining Features. *Journal Of Entrepreneurship*, 4.

TÜBİTAK. (2013). 153 Soruda TÜBİTAK Destekleri. Ağrı: Serka Kalkınma Ajansı Yatırım Destek Ofisi Yayınları.

TÜSİAD. (2016). Türkiye'nin Küresel Rekabetçiliği İçin Bir Gerekliklik Olarak Sanayi 4.0 Gelişmekte Olan Ekonomi Perspektifi. İstanbul: TÜSİAD Yayınları No: 2016-03/576.

TÜSİAD. (2019). Kurumlarda Girişimcilik ile Değer Yaratmak Kurumların Girişimcilik Dönüşüm Rehberi. İstanbul: TÜSİAD Yayınları No: 2019,01/601.

Türköz, T. (2010, 05 04). Çalışanların Öz Liderlik Algısının İzlenim Yönetimi Taktiklerini Kullanımlarına Olan Etkileri: Savunma Sanayinde Uygulamalı Bir Araştırma. Çalışanların Öz Liderlik Algısının İzlenim Yönetimi Taktiklerini Kullanımlarına Olan Etkileri: Savunma Sanayinde Uygulamalı Bir Araştırma. Ankara, Ankara, Türkiye: Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü Savunma Yönetimi Ana Bilim Dalı.

Ugboro, I. (2006). Organizational Commitment, Job Redesign, Employee Empowerment And Intent To Quit Among Survivors Of Restructuring And Downsizing. *Journal Of Behavioral And Applied Management*, 232-253.

Uğuroğlu, Ö., & Vd. (2013). Exploring The Impact Of Personal Factors On Selfleadership İn A Hospital Setting. *The International Journal Of Health And Planning*, 3-11.

Ulucan, S. (2015, Haziran-). Girişimcilik Eğiliminin ve Girişimcilik Eğilimini Etkileyen Faktörlerin Analizi: Ortaöğrenimde Lise 3. Ve 4. Sınıf Öğrencileri Üzerinde Bir Uygulama. Yüksek Lisans Tezi. Ankara, Ankara, Türkiye: Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Uluengin, F., Ekici, Ş., & Karaata, S. (2012, Kasım-). Türkiye'nin Küresel Rekabet Düzeyi 2012-2013: Dünya Ekonomik Forumu Küresel Rekabetçilik Raporu 2012- 2013'e

Göre Bir Değerlendirme. Nisan 5, 2020 Tarihinde Sabancı Üniversitesi: https://Ref.Sabanciuniv.Edu/Sites/Ref.Sabanciuniv.Edu/Files/Rk2012_Rapor_Rekabet_Trkd_2012.Pdf Adresinden Alındı

Uluyol, O. (2008). Girişimcilikte Alternatif Bir Finansman Modeli Olarak Melek Finansman Yöntemi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 43-69.

Uslu, D. (2015). Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Bölümü Öğrencilerinin Girişimci Kişilik Özellikleri ve Girişimcilik Niyetinin Duygusal Zekâ Faktörlerine Göre İncelenmesi. Doktora Tezi. Ankara, Türkiye: Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.

Vardar, A. (2018). Vardar, A. (2018). Girişimcilik Niyetine Etki Eden Değişkenlerin Planlanmış Davranış Teorisi Çerçevesinde Analizi: Açıköğretim Öğrencileri Üzerinde Bir Araştırma, Yayınlanmış Doktora Tezi. Eskişehir, Türkiye: Anadolu Üniversitesi, İşletme Anabilim Dalı.

Viswesvaran, C., Sanchez, J., & Fisher, J. (1999). The Role Of Social Support In The Process Of Work Stress: A Meta-Analysis. *Journal Of Vocational Behavior*, 314–334.

Wayne, S., Shore, L., & Liden, R. (1997). Perceived Organizational Support And Leader-Member Exchange: A Social Exchange Perspective. *Academy Of Management Journal*, 82-111.

Weerawardena, J., & Mort, G. (2006). Investigating Social Entrepreneurship: A Multidimensional Model. *Journal Of World Business*, 21-35.

White, R. (1959). Motivation Reconsidered: The Concept Of Confidence. *Psychology Review*, 297-333.

Wilken, P. (1981). Entrepreneurship, A Comparative And Historical Study. *Journal Of Social History*, 771–773.

Willmott, H. (1995). The Odd Couple? Reengineering Business Process, Managing Human Resources. *New Technology Work And Employment*, 89-98.

Witt, L. (1991). Exchange İdeology As A Moderator Of Job-Attitudes– Organizational Citizenship Behaviors Relationships. *Journal Of Applied Social Psychology*, 1490-1501.

Wong, P., Ho, Y., & Low, P. (2014). Do University Entrepreneurship Programsinfluence Students“ Entrepreneurial Behavior? An Empirical Analysis Of Universitystudents İn Singapore. *Innovative Pathways For University Entrepreneurship İn The 21st Century*, 65-87.

Wood, C., Holt, D., Reed, T., & Hudgens, B. (2008). Perceptions Of Corporate Entrepreneurship İn Air Force Organizations: Antecedents And Outcomes. *Journal Of Small Business And Entrepreneurship*, 117-131.

Xu, B., & Zhang, X. (2005). Progress İn Perceived Organizational Support Applied Psychology, 325-329.

Yamada, J. (2004). A Multi-Dimensional View Of Entrepreneurship: Towards A Research Agenda On Organisation Emergence. *Journal Of Management Development*, 289-320.

Yelkikalan, N. (2010). Dünya ve Türkiye Üniversitelerinde Girişimcilik Eğitimi: Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Kmü Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 51-59.

Yılmaz, V., & Doğan, R. (2017). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Niyetlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Yapısal Eşitlik Modeli Önerisi. *Gazi Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 655-675.

Yoon, J., & Lim, J. (1999). Organizational Support İn The Workplace: The Case Of Korean Hospital Employees. *Human Relations*, 923-945.

Yoon, J., & Thye, S. (2000). Supervisor Support İn The Work Place: Legitimacy And Positive Affectivity. *The Journal Of Social Psychology*, 295-316.

Yoshimura, K. (2003). Employee Traits, Perceived Organizational Support, Supervisory Communication, Affective Commitment, And Intent To Leave: Group Differences. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Abd: North Carolina State University.

Yukl, G. (2010). Leadership In Organizations, (7th Ed.). New Jersey: Prentice Hall.

Zahra, S. (1991). Predictors And Financial Outcomes Of Corporate Entrepreneurship: An Exploratory Study. Journal Of Business Venturing, 259-285.

Zahra, S. (1993). A Conceptual Model Of Entrepreneurship As Firm Behavior: A Critique And Extension. Entrepreneurship Theory And Practice, 5-22.

Zahra, S. (1995). Corporate Entrepreneurship And Financial Performance: The Case Of Management Leveraged Buyouts. Journal Of Business Venturing, 225-247.

Zahra, S. (1996). Governance, Ownership, And Corporate Entrepreneurship: The Moderating. Academy Of Management Journal, 1713–1735.

Zahra, S. (1998). Governance, Ownership, And Corporate Entrepreneurship: The Moderating Impact Of Industry Technological Opportunities. Academy Of Management Journal, 1713-1735.

Zhang, Y., Duysters, G., & Cloudt, M. (2013). The Role Of Entrepreneurship Education As A Predictor Of University Students' Entrepreneurial Intention. International Entrepreneurship And Management Journal, 1-19.

ÖZGEÇMİŞ

2012 yılında Gebze Anadolu Lisesi'nden mezun olduktan sonra 2016 yılında Atatürk Üniversitesi Endüstri Mühendisliği bölümünden mezun oldum. 2022 yılında Gebze Teknik Üniversitesinde İşletme Bölümünde yüksek lisansa başladım. Halen Telfrom Kelepçe ve Yay firmasında Satış ve Pazarlama Uzmanı olarak görev yapmaktayım.



ANKET FORMU EK-1

GEBZE TEKNİK ÜNİVERSİTESİ



Sayın Katılımcı,

Bu anket formu, Gebze Teknik Üniversitesi İşletme Ana Bilim Dalı Tezli Yüksek Lisans Programı Kapsamında hazırlamakta olduğum “Örgütlerde Kişilerin Öz Liderlik ve Girişimcilik Niyeti Düzeylerinin, Girişimcilik Eğilimlerindeki Etkisi” adlı tez çalışmamın araştırma kısmında veri toplamak amacıyla hazırlanmıştır.

Anket üzerine hiçbir şekilde isminizi yazmayınız. Bu çalışmaya katılan kişilerin vereceği her türlü bireysel bilgi tarafımızdan kesinlikle gizli tutulacak ve hiçbir kişi veya kuruma aktarılmayacaktır.

Lütfen hiçbir ifadeyi atlamadan ve boş bırakmadan değerlendirme yapınız.
Zamanınızı ayırdığınız için teşekkür ederiz.

Doç.Dr. M. Şahin GÖK
Fatma ERCAN

Formu Dolduran Hakkında Genel Bilgiler

Cinsiyeti: ☐Kadın ☐Erkek

Aşağıdaki soruları kesinlikle katılmıyorum dan kesinlikle katılıyorum ölçeğine göre cevaplayınız.

1=Kesinlikle Katılmıyorum; 2=Katılmıyorum; 3=Kararsızım; 4=Katılıyorum; 5=Kesinlikle Katılıyorum					
Kendi performansım için belirli hedefler belirlerim (kendine hedef belirleme).					
Mesleğimde ne kadar iyi olduğumu takip ederim.					
Kendim için belirlediğim belirli hedefler için çalışıyorum (kendi hedef belirleme).					
Bir işe başlamadan önce, kendimi o işi başarıyla tamamlamış gibi hayalimde canlandırıyorum.					
Bazen aslında bir görev yapmadan önce aklımda başarılı bir performans çizerim (performansı görselleştiriyorum).					
Bir görevi başarıyla sonuçlandırdığımda, çoğunlukla kendimi sevdiğim bir şeyle ödüllendiririm.					
Bazen zor durumlarda çalışmak için kendimle konuşuyorum (yüksek sesle veya kafamda).					
Sorun yaşadığım durumlar hakkındaki düşüncelerimin doğruluğunu zihnimde tartmaya çalışırım.					
Zor bir durumla karşılaştığımda, kendi mantığıma başvurarak durumu değerlendiririm.					
İşle ilgili sorunları olan diğer çalışanlara yardımcı olmak için istekli bir şekilde zaman ayırıyorum.					
İşe yeni başlayanların işe alımı ve eğitimi konusunda yardımcı olmak için kendi yoğun programımdan zaman ayırmaya hazırım.					

Onları etkileyebilecek eylemleri başlatmadan önce başkalarıyla “görüşürüm”.					
Şirketteki diğer çalışanlarla çatışmaları önlemek için çabalarım.					
Hataya düştüklerinde diğer çalışanları teşvik ediyorum.					
Şirketteki diğer kişilerin anlaşmazlıkları olduğunda “ara bulucu” olarak görev yaparım.					
Şirkette bir anlaşmazlık çıktığında dengeleyici bir etki sergilerim.					
Gerekli olmayan ancak şirketin imajına yardımcı olan çalışmalara katılırım.					
Çalışanların teşvik edildiği ancak katılmaları zorunlu olmayan eğitim / bilgilendirme oturumlarına katılırım.					
Şirket toplantılarına aktif olarak katılım gösteririm.					
Önemsiz meselelerden şikâyet ederek çok fazla zaman tüketirim.					
Şirketin yaptıklarında hep bir hata bulurum.					
“Pireyi deve yapma” eğilimindeyim.					
Her zaman işin olumlu tarafına değil hatalı gördüğüm kısmına odaklanırım.					
Bir firma kurmak ve çalışmaya devam etmek benim için kolay olurdu.					
Uygun bir firma kurmaya hazırım.					
Yeni bir firmanın kuruluş sürecini kontrol edebilirim.					
Bir firma kurmak için gerekli detayları biliyorum.					
Girişimci bir projenin nasıl geliştirileceğini biliyorum.					
Eğer bir firma kurmaya çalışırsam, başarılı olma ihtimalim yüksek olurdu.					
İşletme bölümü mezunları, kendi işlerini kurmak için gerekli fırsatları yaratma yeteneğine sahiptirler.					
İşletme bölümü öğrencileri mutlaka kendi işlerini kurmayı hedeflemelidir.					
İşletme bölümü öğrencileri asla kamu sektöründe çalışmayı planlamamalıdır.					
İşletme bölümü öğrencileri mutlaka girişimci olmaya odaklanmalıdır.					
İşletme bölümü öğrencileri asla özel sektörde çalışmayı planlamamalıdır.					
Bir işin fırsatlar sunması; emniyetli ve garantili olmasından daha önemlidir.					
Çok çalışan, sürekli hedef büyüten bir kişiliğe sahip olmak istemem.					
Sosyal yaşamı, iş yaşamını, eğlenceyi dengeli bir şekilde yaşayan bir kişiliğe sahip olmak isterim.					
Mevcut gerçeklere birebir bağlı kalarak hareket etmeyi tercih ederim.					
Gerçekleri zorlayarak sezgiye, hislere ve hayallere dayalı hareket etmeyi tercih ederim.					
İnandığım bir konuda çoğunluğun eğilimine uymayarak negatif bir değerlendirmeye maruz kalma pahasına karar veririm.					
İnandığım bir konu dahi olsa kural dışı davranmayı ve marjinal olmayı göze alamam.					
Kariyerimin gelecek 5 yılında yüksek maaşlı bir iş fırsatı karşıma çıksa, kabul ederim.					
Kariyerim için gerekli olsa dahi önceliklerimden vazgeçmem.					

TEŞEKKÜR EDERİZ