

**T.C.
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİM DALI
İNOVASYON, GİRİŞİMCİLİK VE YÖNETİM YÜKSEK LİSANS
PROGRAMI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**ÖRGÜT İKLİMİNİN GİRİŞİMCİLİK YÖNELİMİNE
ETKİSİNDE DIŞADÖNÜKLÜĞÜN ILIMLAŞTIRICI
ROLÜ VE BİR ARAŞTIRMA**

**BURKAN YILMAZ
14738005**

**TEZ DANIŞMANI
Doç. Dr. SERDAR BOZKURT**

**İSTANBUL
2019**

**T.C.
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİM DALI
İNOVASYON, GİRİŞİMCİLİK VE YÖNETİM YÜKSEK LİSANS
PROGRAMI
YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**ÖRGÜT İKLİMİNİN GİRİŞİMCİLİK
YÖNELİMİNE ETKİSİNDE DIŞADÖNÜKLÜĞÜN
İLİMLAŞTIRICI ROLÜ VE BİR ARAŞTIRMA**

**BURKAN YILMAZ
14738005**

**TEZ DANIŞMANI
Doç. Dr. SERDAR BOZKURT**

**İSTANBUL
2019**

T.C.
YILDIZ TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANA BİLİM DALI
İNOVASYON, GİRİŞİMCİLİK VE YÖNETİM YÜKSEK LİSANS
PROGRAMI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**ÖRGÜT İKLİMİNİN GİRİŞİMCİLİK YÖNELİMİNE
ETKİSİNDE DIŞADÖNÜKLÜĞÜN ILIMLAŞTIRICI
ROLÜ VE BİR ARAŞTIRMA**

BURKAN YILMAZ
14738005

Tezin Enstitüye Verildiği Tarih: 24.05.2019

Tezin Savunulduğu Tarih: 13.06.2019

Tez Oy Birliği / Oy Çokluğu ile Başarılı Bulunmuştur

	Unvan Ad Soyad	İmza
Tez Danışmanı	: Doç. Dr. Serdar BOZKURT	
Jüri Üyeleri	: Doç. Dr. Emel ESEN	
	Doç. Dr. Ayşe GÜNSEL	

İSTANBUL
HAZİRAN 2019

**ÖRGÜT İKLİMİNİN GİRİŞİMCİLİK YÖNELİMİNE ETKİSİNDE
DIŞADÖNÜKLÜĞÜN ILIMLAŞTIRICI ROLÜ VE BİR ARAŞTIRMA**
Burkan Yılmaz
Haziran, 2019

Rekabet unsurları küresel dünyada giderek yoğunlaşıp artarken bu mücadeleye ayak uydurmak isteyen ve devamlılık sağlamaya çalışan işletmeler, yapılarını yenilikçi ve girişimci özelliklere göre dizayn etmeye çalışmaktadırlar. Bu noktada yapılması gereken en temel hamle, girişimcilik ruhuna sahip veya girişimciliğe yatkın iş gücü oluşturabilmek ve/veya bu niteliklere sahip çalışanları bünyesine katabilmektir. Girişimcilik ruhuna sahip çalışanlar ancak bu ruha uygun destekleyici bir örgüt iklimi ile birleştiğinde işletmeler açısından fark yaratan sonuçlar doğurabilecektir.

Çalışanların girişimcilik ruhuna sahip olarak tanımlanmasında da hiç şüphesiz çalışanın kişilik özellikleri belirleyici unsurdur. Girişimciliğin tanımına bakıldığında; girişimci kişilerin sözel yetenekleri sayesinde iyi cümleler kurarak karşısındaki kişileri etkileyebilen, enerjisi yüksek, dışadönük, cesur, hırslı ve ikna kabiliyeti yüksek kişiler olduğu söylenebilir. Ayrıca girişimcilik yönelimine sahip kişiler yenilikçi, risk almayı seven ve öngörü düzeyi yüksek kişilerdir. Bu noktadan hareketle çalışmanın temel amacı örgüt ikliminin, bireyin dışadönük kişilik özelliği bağlamında girişimcilik yönelimine etkisinin incelenmesidir.

Araştırmanın evrenini, İstanbul ilindeki bir teknoparkta yer alan ve bilişim sektöründe faaliyet gösteren işletmenin çalışanları oluşturmaktadır. Bu doğrultuda araştırma kapsamına alınan katılımcı sayısı 175 olarak belirlenmiştir. Veri toplama sürecinde anket çalışması yapılmıştır. Elde edilen verilerin istatistiksel analizleri sonucunda örgüt ikliminin girişimcilik yönelimini etkilediği, dışadönük kişilik özelliğinin bu değişkenler üzerinde herhangi bir ılımlaştırıcı etkisinin bulunmadığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Örgüt İklimi, Girişimcilik Yönelimi, Dışadönük Kişilik

ABSTRACT

THE EFFECT OF ORGANIZATIONAL CLIMATE ON ENTREPRENEURIAL ORIENTATION IN THE MODERATION ROLE OF EXTRAVERSION PERSONALITY CHARACTERISTICS AND A RESEARCH STUDY

Burkan Yılmaz

Jun, 2019

While the elements of competition are getting more and more concentrated in the global world, enterprises that want to keep up with this struggle and try to maintain continuity and design their structures according to innovative and entrepreneurial characteristics. At this point, the most basic action to be made is to create a workforce that has entrepreneurial spirit or entrepreneurship and / or to include employees with these qualifications. Employees with an entrepreneurial spirit can only produce results that make a difference when it is combined with a supportive organization climate. Employees' personality characteristics are undoubtedly the decisive factor in defining employees as having an entrepreneurial spirit.

When we look at the definition of entrepreneurship; It is stated that entrepreneurial people are able to influence the people by establishing good sentences thanks to their verbal abilities, high energy, extroverted, brave, ambitious and persuasive people. Therefore, people with entrepreneurial orientation have high levels of innovation, taking risk and foresight. From this perspective, the main purpose of the research is to examine the effect of organizational climate on entrepreneurial orientation in the context of an individual's extraversion feature.

The population of the research involves employees of a business operating in the information technology (IT) sector under the Technopark of İstanbul. In this respect, the number of participants included in the study was 175. Questionnaires were conducted during the data collection process. As a result of the statistical analysis of the data obtained, it was determined that the organizational climate affected the entrepreneurial orientation and that the extroverted personality trait had no moderation effect on these variables.

Keywords: Organizational Climate, Entrepreneurial Orientation, Extraversion Personality

ÖN SÖZ

Tezime başlarken öncelikle hayatımın her aşamasında benden desteğini esirgemeyen, bugünlere gelmemde büyük katkıları olan anneme, babama, ağabeyime ve tez çalışmam boyunca sabır ve anlayışıyla beni destekleyen sevgili eşim Saadet'e teşekkür ederim.

Geniş bilgi birikimi, tecrübesi ve yol göstericiliği ile araştırmamın başından sonuna kadar her aşamasında gösterdiği ilgi, sabır ve anlayış için danışman hocam Doç. Dr. Serdar BOZKURT'a sonsuz saygı ve teşekkürlerimi sunarım.

İstanbul

Burkan YILMAZ

Haziran, 2019

İÇİNDEKİLER

ÖZ	iii
ABSTRACT	v
ÖN SÖZ	vi
İÇİNDEKİLER	vii
TABLolar LİSTESİ	xi
ŞEKİLLER LİSTESİ	xii
KISALTMALAR	xiii
1. GİRİŞ	1
2. ÖRGÜT İKLİMİ KAVRAMI	3
2.1. Örgüt İkliminin Tanımı	3
2.2. Örgüt İklimi Oluşum Süreci.....	5
2.3. Örgüt İkliminin Boyutları	7
2.3.1. Bağ Kurma	7
2.3.2. Adalet	8
2.3.3. İletişim	8
2.4. Örgüt İklimi Türleri.....	9
2.5. Örgüt İklimini Etkileyen Faktörler.....	10
2.5.1. Kişisel Faktörler	10
2.5.1.1. Kişilik.....	10
2.5.1.2. Çalışma Süresi.....	11
2.5.1.3. Diğer Kişisel Faktörler	11
2.5.2. Örgütsel Faktörler	12
2.5.2.1. Örgütsel Yapı	12
2.5.2.2. Örgüt Kültürü	12
2.5.2.3. Gruplar	13

2.5.2.4. Yöneticilik ve Liderlik	13
3. GİRİŞİMCİLİK VE GİRİŞİMCİLİK YÖNELİMİ KAVRAMI	14
3.1. Girişimciliğin Tanımı.....	14
3.2. Girişimcilik Tipleri.....	16
3.3. Girişimciliği Etkileyen Faktörler	17
3.3.1. Aile	17
3.3.2. Eğitim.....	18
3.3.3. Yaş	18
3.3.4. Cinsiyet	19
3.3.5. Kültür	19
3.3.6. İş Tecrübesi	20
3.3.7. Rol Modeller	20
3.3.8. Kişisel Özellikler.....	20
3.4. Girişimcilik Yönelimi Kavramı ve Boyutları	21
3.4.1. Yenilikçilik.....	22
3.4.2. Risk Alma	23
3.4.3. Öngörülülük	24
3.5. Girişimcilik Yöneliminin Önemi	25
4. KİŞİLİK KAVRAMI	27
4.1. Kişiliğin Oluşumunda Etkili Olan Faktörler	28
4.1.1. Ailesel Faktörler.....	28
4.1.2. Biyolojik Faktörler	28
4.1.3. Çevresel Faktörler	29
4.1.4. Sosyo-Kültürel Faktörler.....	30
4.1.5. Diğer Faktörler	30
4.2. Kişilik Kuramları	31
4.2.1. Beş Faktör Kişilik Modeli	31

4.2.1.1. Dışadönüklük	33
4.2.1.2. Uyumluluk	33
4.2.1.3. Sorumluluk.....	34
4.2.1.4. Duygusal Denge	34
4.2.1.5. Deneyime Açıklık	35
4.3. Örgüt İklimi, Girişimcilik Yönelimi ve Dışadönük Kişilik İlişkisi	35
5. ÖRGÜT İKLİMİNİN DIŞADÖNÜK KİŞİLİK ÖZELLİĞİ BAĞLAMINDA GİRİŞİMCİLİK YÖNELİMİNE ETKİSİ VE BİR ARAŞTIRMA	41
5.1. Araştırmanın Amacı	41
5.2. Araştırmanın Önemi.....	43
5.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıklar	44
5.4. Araştırma Metodolojisi	45
5.4.1. Ölçüm Aracının Hazırlanması.....	45
5.4.1.1. Girişimcilik Yönelimi Ölçeği.....	46
5.4.1.2. Örgüt İklimi Ölçeği	46
5.4.1.3. Dışadönük Kişilik Özelliği Ölçeği	47
5.4.2. Evren ve Örneklem	47
5.4.3. Veri Toplama ve Değerlendirme Tekniği	47
5.5. Araştırmanın Hipotezi ve Modeli.....	47
5.6. Verilerin Analizleri ve Bulgular.....	50
5.6.1. Ölçeklerin Faktör Analizi.....	50
5.6.1.1. Örgüt İklimi Ölçeği Faktör Analizi.....	51
5.6.1.2. Girişimcilik Yönelimi Ölçeği Faktör Analizi	53
5.6.1.3. Dışadönük Kişilik Ölçeği Faktör Analizi.....	55
5.6.2. Tanımlayıcı İstatistikler	56
5.6.3. Korelasyon Analizi	59
5.6.4. Regresyon Analizi.....	60

6. SONUÇ.....	64
KAYNAKÇA	67
EKLER.....	85
ÖZ GEÇMİŞ.....	88

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 4.1:	Beş Faktör Modelinin Belirleyici Boyutları	32
Tablo 4.2:	Örgüt İklimi, Girişimcilik Yönelimi ve Dışadönük Kişilik İlişkisi Konusunda Yapılan Çalışmalar	39
Tablo 5.1:	Örgüt İklimi Ölçeği KMO ve Bartlett Küresellik Testi Sonuçları	51
Tablo 5.2:	Örgüt İklimi Ölçeği Güvenilirlik Analizi Sonuçları	52
Tablo 5.3:	Örgüt İklimi Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları	52
Tablo 5.4:	Girişimcilik Yönelimi Ölçeği KMO ve Bartlett Küresellik Testi Sonuçları	53
Tablo 5.5:	Girişimcilik Yönelimi Ölçeği Güvenilirlik Analizi Sonuçları.....	53
Tablo 5.6:	Girişimcilik Yönelimi Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları.....	54
Tablo 5.7:	Dışadönük Kişilik Ölçeği KMO ve Bartlett Küresellik Testi Sonuçları	55
Tablo 5.8:	Dışadönük Kişilik Ölçeği Güvenilirlik Analizi Sonuçları.....	55
Tablo 5.9:	Dışadönük Kişilik Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları	56
Tablo 5.10:	Katılımcıların Yaş ve Cinsiyetlere Göre Dağılımı	56
Tablo 5.11:	Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Dağılımı.....	57
Tablo 5.12:	Katılımcıların Yönetici Rolüne Göre Dağılımı	58
Tablo 5.13:	Katılımcıların Mevcut İş Yerindeki Çalışma Süresine Göre Dağılımı	58
Tablo 5.14:	Katılımcıların Çalışma Hayatındaki Toplam Çalışma Süresine Göre Dağılımı	59
Tablo 5.15:	Değişkenlere Ait Korelasyon İlişkisi	60
Tablo 5.16:	Regresyon Modelinin Anlamlılık Sonuçları	62
Tablo 5.17:	Regresyon Modelinin ANOVA Testi Sonuçları.....	62
Tablo 5.18:	Değişkenlerin ANOVA Testi Sonuçları	63

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1:	Örgüt İkliminin Oluşum Süreci.....	6
Şekil 5.1:	Araştırma Modeli	50
Şekil 5.2:	Araştırmanın Kavramsal Modeli	61

KISALTMALAR

ANOVA	: Analysis of Variance
α	: Cronbach's Alpha
SPSS	: Statistical Package for the Social Sciences
KMO	: Kaiser Meyer Olkin
sig.	: Significance (Anlam Düzeyi)
vb.	: ve benzeri
ve diğ.	: ve diğerleri
GY	: Girişimcilik Yönelimi
Öİ	: Örgüt İklimi
DK	: Dışadönük Kişilik
IT	: Information Technology

1. GİRİŞ

Ülkelerin ekonomik gelişmelerini sağlayabilmesi, kalkınabilmesi ve toplumsal refah düzeyini artırabilmesinin temel adımlarından birisi de girişimciliktir. Tüm dünyada önemi giderek artan girişimcilik, gelişmekte olan ülkelerdeki genç nüfus içerisinde de hızla popüler hale gelmektedir. Bu nedenle, tüm dünyada olduğu gibi ülkemizde de girişimcilik ile ilgili yapılan çalışmaların sayısı da günden güne artmaktadır. Değişen ekonomik koşullar ve teknolojiye yaşanan değişimler neticesinde rekabet ortamı güçlenmiş ve insanların ihtiyaçları da her geçen gün farklılaşmıştır. Bu durum işletmelerin her zamankinden daha çok girişimcilik odaklı düşüncelerine neden olmuştur. Girişim odaklı olabilmek ve girişimcilik yöneliminde bulunabilmek için işletmeler bazı özelliklere sahip olmalıdır. Bu özelliklerin başında nitelikli iş gücü yer almaktadır. Nitelikli iş gücüne sahip örgütlerde, yenilikçi fikirler ve farklı bakış açıları gelişeceğinden, işletmelerin girişimcilik potansiyeline sahip olma ihtimali daha yüksek olacaktır. Girişimcilik yöneliminde bulunabilmek için tek başına nitelikli iş gücünü bir araya getirmek yeterli değildir. Bu iş gücünün motivasyonunu sürdürülebilir kılmak ve örgüte olan bağlılıklarını da sağlamak gerekir. Bu yapıyı kurmanın ve sorunsuz işlemlerini sağlamanın en temel adımı olumlu bir örgüt iklimi oluşturmaktan geçer. Olumlu bir örgüt iklimi, çalışan motivasyonunu yükseltecek, örgüt içi üyelerin iletişimini kuvvetlendirecek, örgüt performansının artmasına neden olacak ve örgütsel faydanın sağlanmasının ardından toplumsal fayda da sağlanarak girişimci örgüt gereksinimleri yerine getirilebilecektir.

Girişimcilik ve örgüt iklimi ile ilgili yapılan çalışmalara bakıldığında ön plana çıkan kavramlardan birisi de kişiliktir. Kişilik, insanları diğerlerinden ayırt eden özellikler bütünüdür. İnsanların birbirleriyle ve çevresiyle olan etkileşimin temelini oluşturur. Çalışanların kişilik özellikleri; iş yaşamları boyunca, iş tatminlerini, verimliliğini ve performansını etkilediğinden, algıladıkları örgüt iklimini ve girişimcilik yöneliminde bulunup bulunmama isteklerini de etkilemektedir. Bu nedenle, örgüt ikliminin olumlu bir şekilde sürdürülmesinde ve örgütlerin girişimcilik yönelimi faaliyetlerinde bulunmasında, çalışanların kişilik özellikleri de önemli bir faktördür.

Çalışmanın amacı; örgütsel iklim ile girişimcilik yönelimi arasındaki ilişkide dışadönük kişilik özelliğinin ılımlaştırıcı rolünün incelenmesidir. Çalışmanın giriş kısmından sonraki ikinci bölümünde örgüt iklimi kavramı, üçüncü bölümünde girişimcilik yönelimi kavramı ve dördüncü bölümünde ise dışadönük kişilik kavramı incelenmiştir. Beşinci bölümde ise araştırma yöntemi ve araştırma bulgularına yer verilmektedir. Son bölüm olan altıncı bölümde ise sonuç ve sonraki çalışmalara yönelik öneriler yer almaktadır.

2. ÖRGÜT İKLİMİ KAVRAMI

Bir örgüt için en önemli unsur insan ve o insanların örgüt içerisinde göstermiş oldukları davranışlardır. Bu unsurun etkisi ilk defa Elton Mayo ve arkadaşları tarafından gerçekleştirilen Hawthorne Araştırmalarıyla ortaya çıkmıştır. Bu çalışma neticesinde insan ilişkileri yaklaşımı kavramı önem kazanarak, bireylerin yetiştikleri sosyal çevrenin gösterdikleri tepkileri etkilediği, motivasyonun çalışanlar için önemli bir unsur olduğu görülmüştür (Özkalp ve Kirel, 2010, 33). Bu sonuçtan hareketle de bir örgütün incelenmesi için insan faktörünün de göz ardı edilemeyeceği gerçeği ön plana çıkmıştır (Özdemir, 2006, 22). Douglas, Mc Gregor, Maslow, Likert ve Herzberg gibi araştırmacıların yaptığı çalışmalar neticesinde ise klasik yaklaşım ve bilimsel yönetim ilkelerinden farklılaşan davranışsal yaklaşım kuramları geliştirilmeye başlanmıştır. Geliştirilen bu kuramlar ile birlikte çalışan davranışları, onları nelerin motive ettiği, çalışan psikolojisi ve davranışa neden olan çevresel değişkenlere odaklanılmış ve iklim kavramının gelişimine zemin hazırlanmıştır. (Çağlayan, 2014, 2).

Çalışmanın bu bölümünde örgüt iklimi kavramı ve alt başlıkları detaylı bir biçimde ele alınacaktır.

2.1. Örgüt İkliminin Tanımı

1930'lu yıllarda ilk kez Kurt Lewin tarafından kullanılan Örgüt İklimi kavramı sonrasında birçok araştırmacı tarafından ele alınmıştır (Schneider, 1990, 10).

Örgüt iklimi; örgüte özel, örgütü diğerlerinden farklı kılan, zamanla kalıcı hale gelen ve örgütte faaliyet gösteren çalışanların davranışlarına da etki eden özellikler bütünüdür (Suliman ve Iles, 2000, 410). Kreps ise (1990) örgüt iklimini; adından anlaşılabilceği gibi örgüt içerisinde hissedilen hava durumu olarak nitelendirmiştir (Kreps, 1990, 19). Örgüt ikliminin bir diğer tanımında da bu kavram, örgütsel şartlar ve bu şartlara bağlı olarak gelişen global algıların ifadesidir. Bu bağlamda Schneider (1975) örgüt iklimini; çalışanların sistemsal uygulamaları ve prosedürleri biçimlendirdiği psikolojik bir algı olarak tanımlamıştır (Fritzsche, 2000, 125). Bu

tanımdan hareketle örgüt ikliminin, çalışanların ortak algısı olarak nitelendirilmesi mümkündür. Örgüt içerisinde oluşan formal ve informal örgüt politikaları, uygulamalar ve prosedürler ve çalışanlardan beklenen (Reichers ve Schneider, 1990, 22), yönetim tarafından desteklenen ve hatta ödüllendirilen davranış şekillerinin ortak algısı olarak tanımlanabilir (Shadur ve diğ., 1999, 480; Ruppel ve Harrington, 2000, 314).

Örgüt iklimi kavramı bireylerin ve örgütlerin davranışlarını daha iyi anlamak ve organizasyonların durumlarını incelemek için kullanılır (Asif, 2011; Denison, 1996; Ostroff, Kinicky ve Tamkins, 2003). Örgütlerin kendi hedeflerine ulaşabilmek adına sahip oldukları çalışanlar göz önüne alındığında, örgüt iklimi çalışanın etkinliğinin sağlanmasındaki faktörlerden biridir (Williamson ve diğ., 1997).

Ostroff (1993) iklimin, çalışanlar için iki farklı seviyede olabileceğini belirtmiştir. Bunlar; çalışanların örgüt hakkında paylaştıkları genel görüşleri veya çalışanların çalışma ortamı ile ilgili psikolojik düzeydeki görüşleridir (Ostroff, 1993, 60). Ostroff'un bu tanımı doğrultusunda Schneider, Bowen, Ehrhart ve Holcombe (2000) örgüt ikliminin en iyi tanımının, çalışma ortamının psikolojik yönü ve çalışanların örgütün politika, prosedür ve yapıları hakkındaki algıladıkları görüşleri olduğunu söylerler.

Schneider ve diğerleri (1996) ise bu tanıma, örgütsel iklimin, çalışanların çalıştıkları ortam ile ilgili algılarının ne olduğu ve bu ortamın onları kişisel olarak nasıl etkilediği sorularının cevabı olduğunu eklemiştir. Örgüt iklimi, düşmanlık, çatışma gibi iklim karakteristiğini tanımlayan faktörlere bakılarak ölçülebilir. Schiender ve arkadaşlarına (1996) göre, bir örgütün kültürü ve iklimi birbiriyle bağlantılıdır ve iklim çalışanları olumsuz etkiliyorsa, kültür de iklimdeki bu olumsuz etkiyi değiştirebilmek adına değişmelidir (Schiender ve diğ., 1996, 10). Algılanan örgüt ikliminin çalışanların tutumunu, davranışlarını ve iş çıktılarını etkilediği söylenebilir. Uzun vadede çalışanların sahip olduğu tutum ve davranışlarındaki özveriyi ve yerine getirilmesi gereken işleri olumsuz anlamda etkileyebilir (Parker ve diğ., 2006). Ayrıca Wilderom ve arkadaşları (2000), çalışanların performansını ve işe alımları etkileyen değişkenler olarak, örgütsel iklimin; düşük örgütsel bağlılık düzeyleri, rol çatışmaları, düşük iş tatmini ve yüksek duygusal tükenme gibi sonuçlara da neden olduğunu söylemişlerdir.

Kao'ya göre (1989) örgüt iklimi; yaratıcılık ve girişimciliğin olduğu yerdir. Örgütün yapısı, yapılan işin niteliği, yönetim politikaları, uygulamaları ve tutumu, insan kaynakları uygulamaları gibi çalışma ortamının doğasını oluşturan unsurlar, yaratıcılığı da etkilemektedir (Kao, 1989, 6).

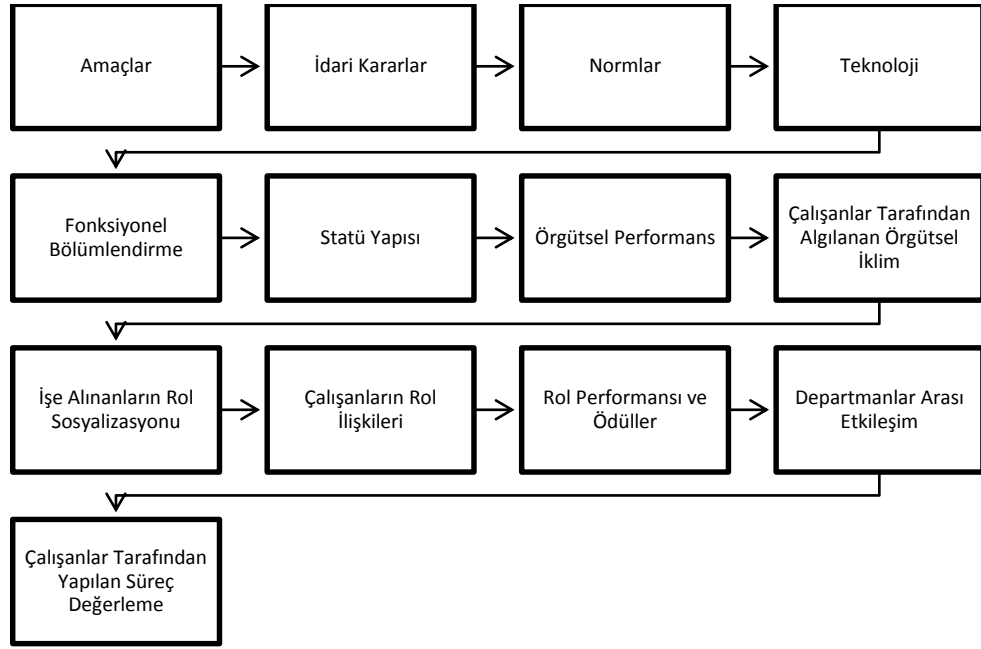
Zeffane (1994)'ye göre; örgüt ikliminin sahip olduğu ve çalışanların motivasyonunu düşürecek unsurlar önemli proje ve faaliyetlerin başarı şansını da azaltabilir (Zeffane, 1994, 14). Bu sebeple çalışanların bağlılığını, moral ve motivasyonunu yükseltmek için yalnızca güdüleyici unsurları sunmak yetmez; örgüt iklimindeki bu çatlakları da düzeltmek gerekir. Çalışan psikolojisi ile yakından ilgili olan örgüt iklimi, çalışanların işlerine karşı sahip olduğu duygu, tutum ve davranışları doğrudan etkilediği için sağlıklı bir örgüt ikliminin olduğu ortamda üretkenlik, verim ve performans artışının da olması beklenmektedir.

Örgütte faaliyet gösteren üyelerin, örgüte ait amaçları benimsemesi, örgütün değer yargılarını kabul etmesi, örgüt inanç ve normlarına uyacak şekilde ilişkilerde bulunması ve tüm bu süreci devam ettirebilecek şekilde davranışlar göstermesi örgüt ikliminin kapsamını oluşturur. Bu haliyle bakıldığında örgüt iklimini, örgüte ait psikolojik ortam olarak da adlandırmak mümkündür.

Örgüt iklimi; bireye, örgüte ve çevreye göre değişim gösterir. Örgüte ait bir kişiliğin oluşmasını sağlar. Örgüt içerisinde gerçekleşen her şeyden etkilendiği gibi örgüt içerisindeki her şeyi de etkilemektedir.

2.2. Örgüt İklimi Oluşum Süreci

Örgütler zaman içerisinde sürekli ve sistematik olarak bazı süreçlerden geçerler. Bu süreçler bir döngü halinde devam ederler. Örgüt iklimi de bu döngüye maruz kalmakta ve bu döngü sonucunda meydana gelmektedir. Bu döngüyü gösteren ve örgüt ikliminin oluşumunu gösteren süreç Şekil 2.1'de gösterildiği gibidir.



Şekil 2.1: Örgüt İkliminin Oluşum Süreci

Kaynak: Evan, M. W. 1968. **A Systems Model of Organizational Climate**. In R. Tagiuri, & H. Litwin (Eds.). 1968. "Organizational Climate: Explorations of A Concept". Division of Research Graduate School of Business Administration. Printed United States of America. s. 114 'ten uyarlandı.

Şekil 2.1'e göre; örgütün sahip olduğu ve üst düzey yöneticilerin örgütsel amaçlara ulaşabilmek adına aldıkları kararlar; işletme faaliyetinin sonucu olarak ortaya çıkacak olan ürün ve hizmet için ne tür bir teknolojinin kullanılacağını, fonksiyonel olarak nasıl bir bölümlendirme yapılacağını ve örgüt üyelerinin davranışlarını düzenlemek adına oluşturulan normları etkilemektedir. Bu süreç neticesinde; yeni üyelerin de dahil olduğu örgütün hiyerarşik yapılanması oluşmaktadır. Bunun sonucunda örgüte katılan yeni üyenin üstleneceği rol belli olmakta ve bu rol ile üstleri, astları ve takım arkadaşları arasındaki etkileşimi oluşmaktadır. Bu etkileşim neticesinde üyenin performansı olumlu veya olumsuz olarak etkilenmekte ve gösterilen performans doğrultusunda ödül dağıtımı sağlanmaktadır. Yeni üyenin rolünün belli olma süreci, ast, üst ve takım arkadaşlarıyla olan rol ilişkileri ve bunun sonrasında oluşan performansı bir araya gelerek departmanlar arası ilişkinin türünü etkilemektedir. Üyelerin performansları sonucunda aldıkları ödüller ve örgüt içinde edinmiş oldukları deneyimler üyelerin örgütün karakterini değerlendirmelerine neden olur. Tüm bu süreç ise algılanan örgütsel iklimin oluşumu ile sonuçlanmaktadır. Örgütsel iklimin oluşması örgütsel performansı etkilemekte ve bu performansın örgüt

içinde oluşturduğu olumlu hava ise amaçlara ulaşma kapasitesini ve ileriye dönük hedeflerin belirlenmesini etkilemektedir.

2.3. Örgüt İkliminin Boyutları

Örgüt ikliminin ölçülebilmesi ve örgüt üyelerinin davranışlarının analizinde örgüt iklimi boyutlarından yararlanılır. Pek çok araştırmacı tarafından ele alınan örgüt iklimi kavramının ölçülmesinde de birçok değişken kullanılmıştır. Araştırmacılar tarafından kullanılan tüm bu değişkenlerin tamamı incelendiğinde bazı ortak boyutların olduğu görülmüştür. Bu boyutlardan bazıları; özerklik, güven ortamı, destek, iletişim, örgüt yapısı, ödül, katılımcılık, bürokrasi ve inovasyon gibi boyutlardır (Özsoy, 2012, 51).

Literatürde örgüt iklimi ölçümü ve değerlendirmesinde kullanılan en yaygın ölçek Litwin ve Stringer (1968; 1974)'in geliştirdikleri örgüt iklimi boyutları ölçeğidir. Litwin ve Stringer (1968) örgüt çevresini araştırırken iklimi dokuz boyut olarak incelemişlerdir. Bu boyutlar; örgütsel yapı, standartlar, sorumluluk, tanıma, destek ve bağlılıktır (Tutar ve Altınöz, 2010, 198).

Görüldüğü gibi örgüt ikliminin ölçülmesinde çok fazla boyut kullanılmaktadır. Çalışmanın özelliğine ve araştırılan konuya göre bu boyutlar farklılık gösterebilir. Bu çalışmanın kapsamı örgüt ikliminin dışadönük kişilik özellikleri bağlamında girişimcilik yönelimine etkisi olduğundan dolayı örgüt ikliminin alt boyutları olarak; bağ kurma, adalet ve iletişim olarak belirlenmiştir. Bu durumun sebebi ve kullanılan boyutların açıklamalarına sonraki bölümlerde değinilecektir.

2.3.1. Bağ Kurma

Organizasyonlarda belirlenen hedeflerin gerçekleştirilmesi ve istenilen başarıya ulaşılması, bu amacı gerçekleştirmek isteyen kişi ve grupların bir araya getirilerek takım ruhuyla çalışmalarına bağlıdır. Bu durumu sağlayabilmenin en temel yolu üyelerin birbirine güvenmesi ve çalıştıkları yer ile kendilerini özdeşleştirmelerine bağlıdır. Bu tip bir ortamın olduğu yerde üyeler, örgüt ile ilgili olumlu bir algıya sahip olur. Bağlılık düzeyinin yüksek olduğu örgütlerde beraberlik hissi, adanmışlık davranışı ve yardımseverlik üst düzeydedir (Brock, 2005, 94). Böylece örgüt üyeleri çalıştıkları yere pozitif anlamda katkı sağlayabileceklerdir. Bağ kurma duygusunun

yüksek olduğu iklimlerde üretkenlik, verimlilik ve etkinliğin yüksek olması kaçınılmazdır.

2.3.2. Adalet

Değişkenlik göstermeyen, keyfi uygulamaların olmadığı, herkese eşit davranılan organizasyonel uygulamalar, adalet algısını oluşturur. Bu durum da örgüt içerisinde ve çalışanlar arasında güven duygusunu oluşturur (Brock ve diğ., 2005, 94).

Belirlenen kuralların kişi ve durum ayrımı yapılmaksızın uygulandığı, hedeflerin gerçekleştirilmesi sonucunda elde edilen ödülün eşit olarak paylaşıldığı, güven ortamının olduğu bir örgütte adalet algısının yüksek olduğu, adaletin tesis edildiği bu ortamda da üyelerin herhangi bir endişe taşımadan kendi işlerine odaklanabildiği söylenebilir. Kendi işine odaklanan üyelerin ise kendilerini geliştirme ve işlerinde uzmanlaşma sağlamaları olağan bir durumdur (İşcan ve Karabey, 2007, 185). Bu sayede işleriyle ilgili yenilikçi fikirler ve girişimsel işlere odaklanmaları mümkündür.

2.3.3. İletişim

Örgütlerin iş akışını en doğru ve sağlıklı bir şekilde sağlayabilmesi, örgüt ikliminin iletişim boyutuna bağlıdır. Bu noktada örgütteki başarının sırrının, doğru bir şekilde yapılan iletişimden geçtiği söylenebilir. Örgütün düzenli ve sistemli bir şekilde işlemesini sağlar. Bilgi akış yönüne göre iletişim, örgüt içerisinde farklılık gösterebilir. Aynı pozisyonda çalışan üyeler arasındaki iletişime yatay iletişim denir. Hiyerarşide ters yönlü olarak yapılan iletişime ise dikey iletişim denir (Bilir, 2005).

İletişimin temel amacı; üyelerin görevleri ve örgütün hedefleri hakkında bilgi alışverişini sağlayabilmektir (Saruhan, 2013, 31). Örgütün hedeflerini gerçekleştirebilmesindeki hata veya başarı durumu iletişime bağlıdır (Raina, 2010, 345). Üyelerin üretkenliği, iş yaşamında başarı kazanılması ve örgütün başarısı, örgüt içi üyelerin birbirleriyle ve örgüt dışındaki insanlarla olan iletişimiyle yakından ilgilidir (Raina, 2010, 347).

Girişimcilik yönelimi olan örgütlerdeki başarı ve performansın artması olumlu bir örgüt iklimi ile mümkündür. Kişisel düzeyde başlayan bu süreç, bireysel davranışlarda değişiklik yaratarak örgüt içinde grup düzeyinde bir değişime ulaşır ve örgütün tamamına yayılması ile sonuçlanır. Bu süreç boyunca çevrede gerçekleşen

değişimlerin de örgüt bünyesine alınması ve mevcut iklimde gerekli değişimlerin de yapılması gerekir (Demirel ve Kubba, 2014, 137). Bu sayede dış çevreyle de uyumlu bir örgüt iklimi neticesinde örgüt için bilginin kazanılması ve kullanımı kolaylaşarak, organizasyonlara rekabet avantajı yaratır (Zhao ve diğ., 2011, 297).

Örgüt için performansı artırmak, stratejik değişimler ile gerekli yenilenme yapısını oluşturarak varlığını sürdürmek ve hem kişisel hem de örgüt düzeyinde gelişimin sağlanabilmesi anlamında girişimcilik yönelimi, örgüt iklimi ve kişilik özellikleri bağlamında ele alınması gereken kavramlardır. Bu nedenle çalışmanın diğer bölümlerinde girişimcilik yönelimi ve bu yönelimin gerçekleşmesinde ılımlaştırıcı etkisi olarak kişilik özelliklerinden dışadönüklük kavramı üzerinde durulacaktır.

2.4. Örgüt İklimi Türleri

Literatürde yer alan örgüt iklimi türleri incelendiğinde çok fazla örgüt iklimi türü ile karşılaşılacaktır. Halpin (1966) tarafından yapılan çalışmada örgüt iklimi altı kategoride incelenmiştir. Bu iklim türleri; açık iklim, bağımsız iklim, kontrollü iklim, samimi iklim, babacan iklim ve kapalı iklimdir (Halpin, 1966, 174-181).

- Açık İklim

Ast ve üstlerin uyum içinde olduğu, tartışma ortamından uzak, örgüt üyelerinin morallerinin yüksek olduğu bir iklim türüdür. İlişkiler arkadaşçadır ve iş doyumu yüksektir. Eleştiriye açık bir yönetim anlayışı vardır.

- Bağımsız İklim

Temelde açık iklim ile çok benzerdir. Aralarındaki temel fark; bağımsız iklimde ast ile üst arasında, sınırları belirgin bir ayrım vardır. Yöneticiler, çalışanlar ile aralarına belirli bir psikolojik mesafe koymaktadırlar.

- Kontrollü İklim

Bu iklimde esas olan verilen görevlerin yerine getirilmesidir. Samimiyet ve anlayış düzeyi düşüktür. Yöneticilerin koyduğu katı kurallar mevcuttur ve bu kuralların dışına çıkılamaz. Yönetici baskın bir iklimdir ve çalışan düşüncelerinin yönetici nezdinde bir önemi yoktur.

- Samimi İklim

Ast-üst ilişkisi arkadaşçadır. Yönetici ve çalışanlar arasında bir aile havası hakimdir. Yönetici çalışanlarına karşı oldukça anlayışlıdır.

- Babacan İklim

Çalışanlar iş yerinde uyum içinde gibi gözüke de arkadaşlık ilişkileri zayıftır. Yöneticiler tarafından her şeyin kontrol altında tutulması esastır. Çalışanların performans ve verimleri düşüktür.

- Kapalı İklim

Çalışanlar arası uyumsuzluk ve tartışma üst düzeydedir. Yönetici baskılarının hâkim olduğu, samimiyetten uzak bir iklim tipidir. Yönetici emredici rolündedir ve kişisel kurallar koyarak moral, samimiyet ve anlayış seviyesinin düşmesine neden olur.

2.5. Örgüt İklimini Etkileyen Faktörler

Örgüt ikliminin etkilendiği bazı faktörler bulunmaktadır. Bu faktörleri kişisel faktörler ve örgütsel faktörler olarak iki başlık altında toplamak mümkündür.

2.5.1. Kişisel Faktörler

Kişisel faktörler; kişilik, çalışma süresi ve diğer kişisel etmenler olarak üç başlık altında incelenebilir.

2.5.1.1. Kişilik

Kişilik, bireyin yaptığı işi ve çalıştığı iş çevresini algılamada ve değerlendirmede önemli bir etmendir. Birey ve iş çevresi birbiriyle etkileşim içinde olduğundan, karşılıklı olarak birbirlerini etkilemektedirler.

Örgüt üyelerinin örgüt içinde gösterdiği tepkiler, aslında mevcut durumdan ziyade o kişilerin örgüt ile ilgili algıları, yorumlamaları ve bakış açılarına aittir (Miller, 1980, 611). Bu nedenle pozitif kişilik özelliklerine sahip üyelerin örgüt içi değerlendirmelerinin de pozitif olması beklenir.

Sağlıklı bir örgüt iklimi oluşturabilmek, tüm örgüt üyelerinin birbirleriyle sağlıklı bir iletişim kurabilmesine bağlıdır. Bu durumdaki en önemli etken; üyelerin kişiliği ile iş yaşamı arasındaki uyumun sağlanabilmesidir. Sonuç olarak, örgüt tüm üyelerden

hem zihinsel hem de bedensel olarak optimum seviyede verim alabilecek ve örgüt üyeleri arasında da sıkı bir bağ kurulabilecektir (Erdoğan, 1994, 266-276).

2.5.1.2. Çalışma Süresi

Çalışma süresi, üyelerin örgüt ile ilgili algılarının ve tanımlamalarının birbirinden farklı olmasına neden olur. Örgütte uzun yıllar faaliyet gösteren bir üye ile örgüte yeni katılan bir üyenin bu noktada birbirinden ayrılması gerekir. Çalışma süresi fazla olan bir üyenin mevcut iş sürecine ait tüm konularda bilgi ve deneyim sahibi olması, diğer üyelerle daha yakın iletişim içinde olması gibi faktörler dikkate alındığında, bu üyenin örgüt ile alakalı daha olumlu bir algısının olması beklenmektedir.

Ostroff ve Rothausen (1997)' in yaptığı bir çalışmaya göre; çalışma süresi artan üyelerin örgütteki faaliyetlere katılımcılığının yüksek ve daha işbirlikçi oldukları saptanmıştır. Buna karşın, çalışma süresi daha az olan üyelerin, özerklik yani tek başına hareket etme eğiliminin daha fazla olduğu görülmüştür (Ostroff ve Rothausen, 1997, 173-188). Bu nedenle, üyelerin örgütte çalıştığı süre ile örgüt iklimi algıları arasında anlamlı bir ilişki olduğu söylenebilir.

2.5.1.3. Diğer Kişisel Faktörler

Moussavi, Jones ve Cronan (1990), Amerika'daki devlet kurumlarında yaptıkları bir araştırmada; üyelerin iş çevrelerini algılamada, bireysel ve pozisyona dayalı değişkenlerin etkilerini incelemişlerdir (Moussavi, Jones ve Cronan, 1990). Araştırma sonuçları şu şekildedir;

- Cinsiyet, iş özelliklerini ve işin yetkinliklerini algılamada anlamlı bir değişkendir.
- Farklı yaştaki üyelerin, işin özelliklerini ve yapısını algılama biçimleri de farklıdır.
- Eğitim seviyesi ve kıdem, yapılan işin gerçekleştirilmesinde hissedilen baskı düzeyini etkilemektedir.
- Maaş, karar alma uygulamalarında, iş özelliklerini anlamada, performans-ödül ilişkisi algısında farklılık oluşturan bir değişkendir.

Araştırma sonucunda; iş kategorisi, maaş ve kıdem gibi pozisyona dayalı değişkenlerin, eğitim, cinsiyet, yaş gibi kişisel değişkenlere göre örgüt iklimi üzerinde daha etkili olduğu ortaya çıkmıştır.

2.5.2. Örgütsel Faktörler

Örgütsel faktörler; örgütsel yapı, örgüt kültürü, gruplar ve yöneticilik ve liderlik olarak dört başlık altında incelenebilir.

2.5.2.1. Örgütsel Yapı

Örgütsel yapı; birtakım amaçları gerçekleştirebilmek adına bir araya gelen kişi ve grupların faaliyetlerini düzenleyen, birbiri ile uyum içerisinde devam etmesini sağlayan mekanizmadır (Koçel, 2001, 22).

Örgüt yapısı biçimsel ve biçimsel olmayan olarak ikiye ayrılır. Biçimsel örgüt yapısı; organizasyon şemasını, karar mekanizmalarını, emir-komuta kademelerini ve bunların birbiri ile olan iletişimini kapsar. Biçimsel olmayan örgüt yapısı ise; üyelerin birbiriyle olan sosyal ilişkileri neticesinde ortak ilgiye sahip üyelerin bir araya gelerek oluşturdukları yapıdır (Aksoy, 2006, 25).

2.5.2.2. Örgüt Kültürü

Örgüt kültürü ve örgüt iklimi kavramları sıklıkla birbirine karıştırılan iki kavramdır. Örgüt iklimi kavramından çalışma boyunca bahsedildiği için bu bölümde daha çok örgüt kültürü üzerinde durulacaktır. Örgüt kültürü kavramının en bilinen ve en sık kullanılan tanımı Schein (1992) tarafından yapılmıştır. Schein (1992), örgüt kültürünü; bir grup tarafından gerek içsel gerekse de dışsal uyum sırasında karşılaşılan problemleri çözebilme esnasında keşfedilen, geliştirilen ve herkesçe doğru olarak kabul edilen ve örgüte katılan yeni üyelerin örgüt ile ilgili algılarını, duygu ve düşüncelerini, bu kültüre göre düzeltmeleri gereken temel önerme olarak tanımlamıştır (Schein, 1992, 12). Bu tanımdan hareketle örgüt kültürünün örgüt iklimini de kapsadığı ve iklimden daha geniş bir içeriği olduğu söylenebilir.

Örgütün temel değer ve normları iklim ve kültürün bir bütün olması ile oluşur (Moran ve Volkwein, 1992, 46). Örgüt üyelerinin değerleri ile örgüt kültürü arasındaki uyum örgütsel iklim vasıtasıyla olur. Çalışanlar tarafından benimsenmiş bir örgüt kültürü, örgüt ikliminin olumlu ve yapıcı olmasına neden olur. Örgüt

üyelerinin geneli tarafından benimsenmeyen bir örgüt kültürü olması durumunda ise, motivasyonun düşük olduğu, yorucu ve yıkıcı bir iklim örgütte egemen olacaktır (Barutçugil, 2004, 216).

2.5.2.3. Gruplar

Örgüt içindeki gruplar, formal ve informal olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Formal gruplar; işin doğası ve örgüt hiyerarşisi gereği oluşan ve üyelerin örgüt amaçlarını gerçekleştirebilmesi ve yönetilebilmeleri adına oluşmuş gruplardır (Greenberg ve Baron, 1997, 216).

İnformal gruplar ise; organizasyon tarafından oluşturulmayan ve resmi olmayan gruplardır. Üyelerin sosyal ilişkileri neticesinde ve iş ortamı içinde kendiliğinden oluşurlar (Robbins, 2001, 365).

Örgüt içinde bulunan tüm bu grupların uyum içinde olması, örgüt iklimini de olumlu olarak etkilemektedir (Aksoy, 2006, 33).

2.5.2.4. Yöneticilik ve Liderlik

Yönetici, bir örgüt veya organizasyonda bir birimin veya hizmetin sorumlusu olan ve bu sorumluluğu neticesinde işiyle ilgili olarak kararlar alan, gözetim ve denetimde bulunan kişidir (Bozkurt ve Ergun, 1998, 265). Lider ise, örgütün amaç ve hedeflerine ulaşabilmesi için gerekli olan eylemlere yön veren kişidir (Zaccaro ve Klimoski, 2001, 14). Yöneticilerin görevleri arasında, örgüt amaçlarını gerçekleştirmek, örgüt yapısını korumak ve uygun iklimi oluşturmak bulunmaktadır. Bu noktada yöneticilerin liderlik yaklaşımları, örgüt iklimini, üyelerin moral ve motivasyonunu, dolayısıyla da örgütün verimliliğini ve başarısını etkilemektedir (Ensari, 1998). Örgüt yaşam döngüsünün her kademesinde ve örgüt içindeki tüm süreçlerde liderler, örgüt politika ve uygulamalarını şekillendirerek örgüt iklimini biçimlendirir (Wimbush ve Shepard, 1994, 643).

3. GİRİŞİMCİLİK VE GİRİŞİMCİLİK YÖNELİMİ KAVRAMI

Literatüre bakıldığında girişimciliğe ait çok fazla tanım bulunmaktadır. Bu durumun altında yatan sebep, girişimciliğin doğuştan gelen yeteneklerle mi oluştuğu, yoksa kişinin kazandığı deneyimler ve öğrenimler neticesinde mi ortaya çıktığı tartışmalarının hala devam etmesidir. Bu bölümde literatürde yer alan bazı girişimcilik tanımlarından ve girişimcilik yönelimi kavramından bahsedilecektir.

3.1. Girişimciliğin Tanımı

Girişimcilik hakkında yapılan en eski tanımlardan birisi 1800 yılında Fransız bir iş adamı ve ekonomist olan Say tarafından yapılmıştır. Bu tanıma göre girişimci; ekonomik kaynakları, potansiyeli daha düşük bir alandan, potansiyeli daha yüksek ve verimli bir alana kaydıran kişi olarak tanımlanır (Economist, 1999, 5)

Fransa’da yaşayan İrlandalı Richard Cantillon'un yaptığı tanıma göre girişimci, dolaşımdaki tüm döviz ve borsa işlemlerinden sorumlu kişidir. Herhangi bir şirkette sabit bir maaş ile çalışan işçi veya gayrimenkul yatırımıyla kira geliri elde eden kişilerden farklı olarak, bilinen alış fiyatı ile bilinmeyen satış fiyatı arasındaki farktan kar elde etmeye çalışır. Cantillon'un tanımına göre de girişimci; arbitraj işlemleri, ekonomideki arz ve talebi dengede tutma gibi çeşitli finansal işlemler yaparak, tüm bu işlemler sırasında önemli ölçüdeki risk ve belirsizliği de üstlenen kişidir (Iversen ve diğ., 2008).

Brice'a (2002) göre, Schumpeter'in tanımladığı girişimci davranışın oluşabilmesi için, beş yenilikçi durumun bir araya gelmesi gerekir. Bu durumlar (Brice, 2002);

- Yeni bir malın üretilmesi veya malın kalitesinde bir yenilik oluşması,
- Yeni bir üretim yönteminin tanıtılması,
- Yeni bir pazarın açılması,
- Yeni bir hammadde tedarik kaynağının bulunması veya yarı mamul malların oluşturulması,

- Herhangi bir sektörde yeni bir organizasyonun oluşturulması, örneğin tek el oluşturulması veya mevcut tek elin parçalanması.

Girişimci, yenilikçi kişiliği sayesinde varlık veya süreçleri dönüştüren kişi olarak tanımlanabilir. Yeni bir işletme kurarak, organizasyonu gerçekleştiren ve yöneten kişi olmakla beraber sahip olduğu fikirler sayesinde ekonomik değer yaratan kişidir. Girişimci kişinin amacı kar elde etmektir. Bu süre zarfında oluşabilecek her türlü riske katlanmayı göze alır (Mucuk, 2001, 6). Girişimci kişinin kendine has özellikleri vardır. Diğer insanlardan farklı düşünür ve davranışlarında daha bağımsızdır. İnandığı bir fikir için sonuna kadar mücadele eder ve bu fikri gerçekleştirebilmek için tüm kaynaklardan faydalanabilir (Koçel, 1998, 17). Girişimci kişilerin gözlem yetenekleri çok gelişmiştir. Uzun dönemde, ihtiyacın olabileceği ürün ve hizmetleri sezgileriyle yorumlayıp, bu ürün ve hizmetleri üretmek için gereken kaynakları bir araya getirirler (Çetindamar, 2002, 32). Tüm bu tanımlardan hareketle girişimci kişilerin genel özellikleri şu şekilde sıralanabilir (Koçel, 1998, 17-18):

- Geleceklerinin kontrolünün kendinde olduğuna inanma,
- Yüksek çalışma azmi ve enerjiye sahip olma,
- Belirsizlik durumlarına karşı yüksek tolerans gösterebilme,
- Yüksek kendine güven duygusuna sahip olma,
- Yüksek başarıma ihtiyacı olma,
- İyi bir zaman yönetimine sahip olma.

Günümüzde girişimcilik örgütler için bir gereksinim haline gelmeye başlamıştır. Bu durumun en önemli sebepleri şu şekilde sıralanabilir (Kuratko ve Goldsby, 2004, 22):

- Faaliyet gösterdiği alandaki mevcut ve yeni rakiplerinin sayısındaki hızlı artış,
- Klasik örgüt yönetim metotlarına karşı olan güvensizlik duygusunun giderek artması,
- Piyasalarda oluşan durgunluğun ve düşüşlerin engellenmesine yönelik ihtiyaç, yenilik ve iyileştirme gereksinimleri,
- Yükselen küresel rekabet ortamı,

- Örgütlerin daha etkin ve verimli olabilmeleri için küçülme stratejilerine yönelmesindeki artış,
- Yeni bir girişim başlatabilmek için, iyi ve parlak fikirli çalışanların örgütlerinden ayrılmaları,
- Yenilikçi düşüncelere sahip çalışanların, sıkı bürokratik engeller nedeniyle mevcut örgütlerinde hayal kırıklığı yaşamaları ve işten ayrılma oranlarındaki artışlardır.

3.2. Girişimcilik Tipleri

Kavramı, kapsamı ve içeriği çeşitli araştırmacılar tarafından ele alınan girişimcilik, tanımından da görülebileceği gibi çeşitlilik gösterir. Girişimcilik tipleri olarak literatürde en bilinen çalışmalar incelendiğinde bu tipleri yedi grup altında toplamak mümkündür (Özkul, 2008, 152). Girişimcilik tipleri ve bu tiplere ait özellikler aşağıdaki gibidir (Özkul, 2008; Top, 2006; Abdullaeva, 2000):

- Esnaf Girişimci: İşçilik deneyimi bulunan, eğitim seviyesi genelde düşük olan, yönetim becerileri bulunmayan ve girişimi için gerekli finansal kaynakları şahsi birikimleri ve yakın çevresinden elde ettiği kaynaklarla sınırlı olan girişimci tipidir.
- Fırsatçı Girişimci: Esnaf girişimciye oranla eğitim düzeyi daha yüksek, yönetim deneyimi bulunan, fırsatları görebilme becerisi yüksek, yenilikçi, strateji geliştirebilen ve çeşitli finansal kaynaklar yaratabilen girişimci tipidir.
- Kamu Girişimcileri: Katı bütçe kısıtlamaları olan ve siyasi otoritenin aldığı kararlara bağlı olarak çalışmak zorunda olan girişimci tipidir. Girişimlerini, kendi oluşturduğu kaynaklardan ziyade kamudan elde ettiği kaynaklara dayandırırılar.
- Piyasa Ekonomisi İçerisinde Yer Alan Girişimciler: Bu girişimci tipi kendi arasında ikiye ayrılır. Birinci tip; devamlı yenilik peşinde koşan, mevcutla yetinmeyen, yeni sistem, ürün veya uygulamalar getirerek yeni pazarlar kovalayan, farklı finans kaynakları kullanabilen, yeni organizasyon yapıları, yeni üretim teknikleri ortaya koyabilen dinamik bir girişimci tipidir. İkinci tip

ise birincinin tam tersidir. Mevcutla yetinen ve diğer dinamik girişimcilerin açtığı yolda ilerlemeyi seçen girişimci tipidir.

- İmtiyazlı Girişimci: Kamunun sağlamış olduğu kredi destek politikalarından faydalanan girişimci tipidir.
- Modern Girişimci: Bilgi ve iletişim teknolojileri konusunda yetkin ve onları girişimlerinde kullanabilme becerisi gösteren girişimci tipidir.
- Tipik Olmayan Girişimci: Firma kurmak yerine, firma satın almayı tercih eden girişimci tipidir.

3.3. Girişimciliği Etkileyen Faktörler

Günümüzde birçok firma, ülkenin ekonomik koşullarının iyi veya kötü olmasına aldırmaz etmeksizin kurulmaktadır. Bu bağlamda kişileri kendi işlerini kurmaya iten, girişimcilik yapmalarını sağlayan bazı içsel ve dışsal faktörler bulunmaktadır. Kimileri bu özelliklere fazlasıyla sahipken, kimileri de bu özelliklerden daha azına sahiptir. Sonuç olarak, kişilerin girişimciliğini etkileyen bir takım önemli faktörler vardır. Bu faktörler, aile, çevre ve devletin değer yargılarıyla örtüşür. Kişilerin girişimcilik süreci, çocukluk yaşlarından başlayarak, yetişkinlik döneminin sonuna kadar dış etkenlerden fazlasıyla etkilenir ve bu süreç kişinin gelişimi üzerinde de etkilidir (Müftüoğlu ve Durukan, 2004). Literatüre bakıldığında zaman, girişimciliği etkileyen faktörlerin başında kültür, eğitim, aile, sosyal çevre, psikolojik faktörler ve mali faktörler gelmektedir (Marangoz, 2012, 18). Çalışmanın bu bölümünde girişimciliği etkileyen faktörler üzerinde durulacaktır.

3.3.1. Aile

Doğumdan ölüme kadar geçen süre zarfında insanların geleceğini şekillendiren ve hayatına yön veren kararların alınmasında aile en önemli etkenlerin başında gelir. Ailenin bağlı bulunduğu toplumsal sınıf, ekonomik koşulları, ailevi değerler, kişilerin iş seçimlerinde ve kariyer planlarında etkisini gösterebilmektedir. Ebeveyn denetiminin yoğun olduğu, kapalı bir aile yapısı içerisinde büyüyen kişilerin, daha demokratik, daha serbest, iletişimsel olarak daha güçlü bağların olduğu bir aile içerisinde büyüyen kişilere göre daha az girişimcilik eğiliminde olması beklenmektedir (Güney, 2008). Maddi ve manevi desteklerin yüksek, eğitim

olanaklarının fazla olduğu aileler içerisinde, girişimcilik kültürü de daha fazla gelişebilir (Kesim, 2010). Aile içerisinde daha önce girişimcilik faaliyetlerinde bulunmuş ve başarılı olmuş kişilerin olması da kişilerin girişimciliğe duydukları ilgiyi artırır.

Ailelerin, çocukların bağımsızlık ve özerklik duygularının gelişimine destek sağlayacak tutumlar sergilemeleri, çocuklardaki içsel kontrol odağının gelişimine destek olacak, bu durum da çocuğun girişimci kişilik özelliklerini olumlu etkileyecektir. Tam tersi, daha korumacı, çocuğun davranışlarını kontrol altında tutma eğiliminde olan aile ortamında büyüyen çocuklarda dışsal kontrol odağı gelişecek, bu durum da girişimcilik davranışına olumsuz olarak yansımaktadır (Güler, 2008).

Watkins (1883) ve Hisrich (1986) yapmış oldukları çalışmalarda, ailede ilk doğan çocukların, kardeşlerine oranla girişimciliğe daha yatkın olduklarını ortaya koymuşlardır. Bunun sebebi olarak ise, ailenin ilk doğan çocuğa daha fazla önem gösterdiğini, bu önem neticesinde de çocuğun özgüveni yüksek bir şekilde, sorumluluk duygusu ve başarılı olma güdüsüyle hareket ettiğini söylemişlerdir.

3.3.2. Eğitim

Toplumsal ve ekonomik kalkınmanın sağlanmasında eğitim en önemli faktörlerden birisidir. Eğitim seviyesi yüksek ülkelerde yenilikçi fikirlerin oluşması ve böylece yeni iş alanlarının doğması söz konusu olmaktadır. Bunun sonucunda ise, işsizlik azalarak, gelir seviyesi artar ve toplumsal refah sağlanmış olur (Erdurur, 2012).

Girişimcilik başlı başına doğuştan gelmediği gibi, eğitimle beraber zamanla geliştirilerek bireye kazandırılabilen bir olgudur. Kendi işini kurma fikrine sahip kişiler, bu fikri gerçekleştirebilecek bilgi ve beceriyi girişimcilik eğitimi ile kazanarak cesaretlenebilirler (Börü, 2006).

Yaşayarak öğrenmeyi benimsemiş eğitim sistemleri kişilerde girişimcilik eğilimini teşvik ederken, daha hazır ve ezberciliğe dayalı eğitim sistemlerinde ise girişimcilik eğilimi olumsuz etkilenmektedir (Demirel ve Tikici, 2004).

3.3.3. Yaş

Girişimciliğe etki eden faktörlerden bir diğeri de yaştır. Yapılan çalışmalarda, girişimciliğe başlayan kişilerin genellikle 22-55 yaşları arasında olduğu ortaya

koyulmuştur. Amerika’da girişimcilik yaşı 25-40 yaş arası iken, Türkiye’de ise benzer şekilde bu yaş aralığı 25-42’dir (İrmiş ve diğ., 2010).

3.3.4. Cinsiyet

Girişimcilik ile ilişkisi incelenen değişkenlerden bir diğeri de cinsiyettir. Yapılan çalışmalarda erkeklerin girişimcilik isteklerinin kadınlara nazaran daha istikrarlı olduğu söylenebilir (De Wit ve Van Winden, 1989). Günümüzde hayata geçmiş veya daha başlamadan biten girişimcilik hikayelerine bakıldığında erkeklerin bu noktada daha cesur olduğu görülmektedir. Bunun sebebinin kadınların risk alma eğiliminin daha düşük olması söylenebilir. Wang ve Wong tarafından Singapur’daki üniversite öğrencileri arasında yapılan bir araştırmada, kadınların toplum içerisinde sahip olduğu sosyal rollerine bağlı olarak, risk alma eğiliminin ve girişimcilik yönelimlerinin düşük olduğu, bu nedenle de üniversitelerdeki kız öğrencilerin de girişimciliğe olan ilgilerinin erkeklere oranla daha düşük olduğu ortaya çıkmıştır (Wang ve Wong, 2004).

3.3.5. Kültür

Toplumların norm ve kurallarına, insan ilişkilerine, kurumlara, yaşayış tarzına etki eden kültür, girişimcilik ruhunun oluşumunda da önemli bir paya sahiptir. Kültür, çalışanların çalışma derecesini, biçimini ve yöneticilerin yönetim tarzını güçlü bir şekilde yönlendirir (Tosun, 1990, 145-146). Kişilik özellikleri ile bu özellikleri doğuştan şekillendirmeye başlayarak, kişiyi yaşamı boyunca etkilemeye devam eden sosyo-kültürel faktörler bir araya geldiğinde girişimcilik ruhu oluşur. Bir toplumda girişimcilik kültürünün olması, gelecek nesildeki kişilerin de girişimciliğe yönelik olumlu tutumlar geliştirmesine neden olur. Başarılı olsun veya olmasın, girişimcilerin uyguladığı yöntemler ve edindiği tecrübeler, herkes tarafından örnek alınarak bu bağlamda yol gösterici olabilir.

Hofstede 1963 ve 1973 yılları arasında, kültürün yönetim olgusu üzerindeki etkisini, aralarında Türkiye’nin de bulunduğu 53 ülkede yaptığı bir araştırma ile ölçmüştür. Araştırma sonuçlarına göre Türk yönetim kültürü, merkeziyetçi, çok sayıda ara kadronun olduğu yüksek hiyerarşik yapı, astlarda bağlılık, örgüt içi kuşaklar arasında geniş mesafe, risk alma düzeyi ve özgüveni düşük çalışanlar, çıkarıcı bir örgütsel bağlılık, yetki devrinde kontrollü bir inisiyatif ve yüksek önem verilen statü sembollerine sahip bir karakteristiğe sahiptir (Köse, 2000).

De Pillis (1998) çalışmasında, kişisel özelliklerin girişimcilik kararında tek başına yeterli olmayacağını, toplumsal birtakım faktörlerin de girişimci ve girişimcilik niyeti üzerinde bir etkisi olduğunu söylemiştir. Günümüzde yapılan araştırmalar ve gerçekleştirilen girişimler incelendiğinde bu görüş doğruluğunu halen korumaktadır. Bu noktada, kültür ile girişimcilik niyeti arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (Erdem, 2001, 43-61).

3.3.6. İş Tecrübesi

Girişimciliğin başarıya ulaşmasının en önemli şartlarından birisi de kişinin iş tecrübesi ve kurulacak iş ile ilgili deneyiminin olmasıdır. Bu bağlamda, girişimci kişinin öncesinde sahip olduğu iş hayatı geçmişi ve çalıştığı sektör önem arz etmektedir. Yapılan araştırmalara göre, girişimci kişilerin büyük çoğunluğunun geçmişte işletmelerin çeşitli departmanlarında çalıştıkları ve bu sayede edindikleri tecrübeler ile veya ailelerinden edindikleri tecrübeler ile girişimciliğe başladığı görülmektedir (İrmiş ve diğ., 2010).

3.3.7. Rol Modeller

Rol Model, davranışları başkaları tarafından örnek alınan kişi olarak tanımlanabilir. Bu kişi ebeveynler, kardeş, başarılı görülen bir akraba, ulusal veya uluslararası alanda çalışan, tanınan, bilinen bir kişi veya bir girişimci olabilir (Bozkurt, 2007). Kişinin davranışlarında örnek aldığı bu kişi, işe başlama süreci ve iş hayatında da önem arz eder. Bu nedenle rol modellerin, kişilerin girişimcilik niyeti üzerinde önemli bir etkisi bulunmaktadır.

3.3.8. Kişisel Özellikler

Kişisel özellikler, girişimciliğe yönelimde önemli faktörlerden birisidir. Günümüzde yapılan araştırmalara bakıldığında, bu araştırmaların girişimcilik ve kişilik özellikleri ilişkilerine yoğunlaştığı görülmektedir.

Girişimci kişilerin sahip oldukları özelliklerin, toplumdaki diğer kişilerden farklı olduğu ve bu sayede girişimlerinde başarılı oldukları kabul edilebilir. Kişilik özellikleri, girişimciler ve girişimci olmayan kişiler arasında ayırt edici bir unsurdur. Bu bağlamda, girişimcilik ile kişilik özellikleri arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır (Rauch ve Frese, 2000).

Girişimci kişilik özellikleri kişiden kişiye farklılık gösterebilir. Bazı girişimci kişiler bu özelliklere doğuştan sahip olabildiği gibi, bazıları da zaman içinde aldıkları eğitim ve edindikleri tecrübeler sayesinde bu yeteneklerini geliştirebilirler.

Genel olarak girişimci kişilerin kişisel özelliklerine bakıldığında, bu kişilerin vizyon sahibi, başarma arzusu olan, yaratıcı, enerjik, zorluklara göğüs gerebilen, risk almaya yatkın, hızlı karar alabilen ve analitik düşünme yeteneği olan kişiler olduğu görülür (Bozkurt, 2007). Son dönemde yapılan çalışmalarda da Beş Büyük (Big Five) Kişilik zellikleri'nin (Dışadönüklük, Sorumluluk, Uyumluluk, Deneyime Açıklık ve Nevrotiklik) girişimcilik üzerindeki etkisine odaklanılmıştır (Obschonka, 2010).

3.4. Girişimcilik Yönelimi Kavramı ve Boyutları

Girişimcilik yönelimi; kişinin ilgi ve davranışlarına yönelik, örgütsel istihdama karşı, kendi istihdamını kendisinin oluşturması olgusudur. Yeni oluşacak örgütlere temel oluşturur (Br, 2006, 12).

Kişinin çocukluktan başlayarak, yetişkinlik dönemine kadar gelişimini sağlayan unsurların her biri, kişinin girişimcilik yöneliminde de etkili olan unsurlar arasındadır. Bu unsurlardan başlıcaları; aile, evre ve eğitimidir. Bununla beraber kişilik özelliklerinin de bu yönelimde etkili olduğu söylenebilir (Br, 2006, 13).

Girişimcilik yönelimi genel olarak ailenin etkisiyle oluşur. Ailenin sosyo-kültürel yapısı, ebeveynlerin meslekleri, eğitim ve gelir seviyesi girişimcilik yöneliminin oluşumunda son derece önemlidir. İyi eğitilmiş, meslek sahibi ve gelir düzeyi yüksek bir ailede, çocukların da bu doğrultuda gelişimini sağlayacak imkanlara ve çocukların girişimciliğe yönelebilmesi için gereken bilgi ve donanıma sahip olması mümkün olabilecektir (Br, 2006, 17).

Uygarlığın ağdaşlık seviyesini belirleyen unsurların başında gelen girişimcilik, her dönemden daha çok önemli bir yere ve işleve sahip olmaya başlamıştır. 2000'li yıllardan başlamak üzere, girişimciliğe olan ilgi ve eğilim giderek artmaya başlamıştır. Günümüzde bilgi teknolojileri alanında yaşanan ani gelişmeler, toplumları hızla etkilemeye başlamış ve bu etki ile birlikte girişimcilik konusu da ekonomik anlamda önemini göstermiştir. Bunun sonucu olarak, insanın ön planda olduğu ve kişisel yeteneklere dayalı girişimcilik konusu ön plana çıkmıştır (Arslan, 2002).

Kişinin girişimcilik kararını almasında bazı faktörler etkilidir. Bu faktörler genel olarak bireysel ve durumsal olarak ikiye ayrılır. Bireysel faktörler; bireyin başarı ihtiyacını, kontrolü kendi elinde tutma isteği gibi faktörlerden oluşur. Durumsal faktörler ise; iş değişikliği isteme, işten çıkarılma veya önceki iş deneyimlerinin etkisi gibi faktörlerdir (Börü, 2006, 21).

Girişimcilik yönelimi konusu birçok araştırmacı tarafından ele alınmış olsa da bu yönelimin boyutları ilk kez 1983 yılında Danny Miller tarafından üç değişkenli tek boyutlu olarak kullanılmıştır. Bu değişkenler; yenilikçilik, risk alma ve öngörülülüktür. Bu boyutlar daha sonra, Covin ve Slevin'in 1988, 1989 ve 1991 yıllarında yürüttüğü çalışmalarında kullanılmıştır (Miller 1983, 2; Covin ve diğ. 1989, 77). Yapılan çalışmalar neticesinde girişimcilik yönelimi konusunun çok boyutlu olması gerektiğini öne süren Lumpkin ve Dess (1996), bu boyutlara, özerklik ve saldırgan rekabetçilik boyutlarını ilave etmiştir (Lumpkin ve Dess, 1996, 144). Sonuç olarak girişimcilik yöneliminin temel boyutları; yenilikçilik, risk alma, öngörülülük, özerklik ve saldırgan rekabetçilik eğilimleri olarak kabul görmüştür. Çalışmanın konusunu oluşturan girişimcilik yöneliminin alt boyutları yenilikçilik, risk alma ve öngörülülük olduğundan bu bölümde bu kavramlar üzerinde durulacaktır.

3.4.1. Yenilikçilik

Rekabet ortamının her zamankinden daha zor olduğu günümüz şartlarında yenilikçi olmak bir gerekliliktir. Girişimcilik konusunda yeniliğin önemi ilk kez 1942 yılında Schumpeter tarafından vurgulanmıştır. Schumpeter, yenilikçiliği 'yaratıcı yok ediş' olarak tanımlamaktadır. Bunun sebebi, yenilikçi süreç sonunda ortaya çıkan çıktıların piyasada dengeleri sarsması ve kaynak kullanımının değişmesidir (Kraus ve diğ., 2012, 166).

İşletmeler açısından yenilik, ürün-pazar yeniliği ve teknolojik yenilik olarak ikiye ayrılabilir. Ürün-pazar yeniliği; mevcut ürünün tasarımının değişmesi, yeni pazar araştırmalarının yapılması veya reklam-tutundurma faaliyetlerinde yaşanan değişimi vurgular. Teknolojik yenilik ise; mevcut sürecin geliştirilmesi, mühendislik çalışmaları ve Ar-ge faaliyetleri sonucunda teknik bilgi ve becerinin yoğunlaşmasıdır. İşletmelere yeni fırsatlar doğurması nedeniyle yenilikçilik, girişimcilik yöneliminin önemli bir ögesidir (Lumpkin ve Dess, 1996, 143).

Girişimcilik yöneliminin bir örgüte fayda sağlaması için örgütün yeniliğe odaklanması ve bu odaklanmayı sağlayacak kültür ve ikliminin olması gerekir. Dolayısıyla, yenilikçiliğe odaklanma bir süreci gerektirir. Bu süreç neticesinde örgütler güçlenecek, rakiplerine karşı rekabet avantajı sağlayacak, büyüyecek ve bu büyümeyi sağlayacak sermaye artışına gideceklerdir (Hayton ve Kelley, 2006). Sonuç olarak, bir örgütün girişimcilik yönelimine sahip olabilmesi için yenilikçi olması şarttır.

3.4.2. Risk Alma

Girişimcilik yöneliminde risk alma boyutu ilk kez 1734 yılında Fransız gazeteci ve yazar olan Richard Cantillon tarafından kullanılmıştır. Cantillon’a göre girişimci, maaşlı çalışanlardan farklı olarak, belirsizliğe katlanabilen ve risk alabilen kişidir (Lumpkin ve Dess, 1996, 144). Risk alma, baskının yoğun olduğu ve sonuçların kestirilemediği ortamlarda kaynakların nasıl tahsis edilmesi gerektiğine yönelik karar alma olarak tanımlanır (Antoncic ve Hisrich, 2003, 9; Lumpkin ve Dess, 2006, 140).

Risk alma gerekliliği, uluslararası piyasaya açılma baskısı, teknoloji değişimleri, müşteri ihtiyaçlarının farklılaşması ve işletmelerin rekabet avantajı elde etmek istemesinin bir sonucudur (Westfall, 1969; Covin ve Slevin, 1989). Risk almaktan kaçınmak, işletmeler için orta ve uzun vadede yok oluşla sonuçlanabilir (Slater ve Narver, 1995). Bu nedenle, girişimcilik yöneliminin alt boyutlarından risk alma işletmeler için önemli bir davranıştır.

Bilinmeyen sonuçlar karşısında cesurca davranma ve yatırım fırsatlarını değerlendirmek isteme, getirisi belli olmadığı için işletmeler açısından potansiyel bir risktir. Fakat girişimci ve kendi iş kolunda öncü olmak isteyen firmalar, attıkları her adımın risk olduğunun bilincindedirler (Lumpkin ve Dess 2005, 152). Bu noktada, organizasyonel açıdan firmaların riski yönetebilecek stratejilere sahip olması gerekir (Liu ve diğ., 2002, 370).

Risk alma eğilimi, başarı durumu ve olası getirisi bilinmeyen yenilikçi projelere destek verme yönelimidir (Fiş ve Wasti, 2009). Bu açıdan girişimciliği açıklarken en sık başvurulan kavramlardan birisi de risk kavramıdır (Altuntaş ve Dönmez, 2010). Tıpkı girişimcilikte olduğu gibi risk alma eğilimini de birey veya örgüt düzeyinde ele almak mümkündür. Örgüt düzeyindeki risk almada, mevcut konumunu korumak isteyen işletmeler yerine, performansını artırarak büyümek isteyen işletmelerin, risk

olarak yenilikçi bir yapıda faaliyet göstermesi vurgulanmaktadır. Rekabetçi avantajı ele geçirmek isteyen işletmelerin çeşitli düzeylerde risk alması, bunu sağlamak için de yönetici ve çalışanların bireysel ve örgütsel düzeyde risk alma eğiliminde olması gerekir (Fiş ve diğ., 2010).

3.4.3. Öngörülülük

Büyümek isteyen işletmeler, fırsatları yakalamak ve bu fırsatları değerlendirmek zorundadırlar. Bu süreç ise, girişimci bakış açısıyla düşünüp hareket edebilen, vizyon ve hayal gücüne sahip bir örgüt ile mümkün olabilir (Lumpkin ve Dess, 1996, 146). Bir pazardaki fırsatları değerlendirebilmek için en iyi strateji, yapılacak girişimcilik faaliyetinde öncü olmaya bağlıdır. Lieberman ve Montgomery (1988), pazarda öncü olan işletmelerin, sıra dışı karlar elde ederek, marka olma konusunda rakiplerinden çok daha avantajlı olduğunu vurgulamışlardır (Lieberman ve Montgomery, 1988, 41). Bu nedenle, doğabilecek fırsatları yakından takip edip, yeni bir pazar oluşturmada öncelik kazanabilmek girişimcilikle mümkündür. Girişimciliğin bu özelliğine ise öngörülülük, ileriye etkililik veya proaktiflik denilmektedir (Lumpkin ve Dess, 1996, 146).

Gelecekte müşterilerin ne tür ihtiyaçlarının olabileceğini, yaşadıkları problemlere ne tür çözümler sunulabileceğini, yaşanması muhtemel ekonomik ve sosyal değişimleri öngörerek hareket etmek, proaktiflik olarak tanımlanmaktadır. Proaktiflik, işletmelere ileriye görüş perspektifi sunmaktadır. Yeni fırsatları önceden tahminleyip, yakalayabilmek girişimcilik yönelimi için oldukça önemlidir. Girişimciler, yapacakları yeniliklerle ilk olmayı başaramasa bile, yeni fırsatları yakalama öngörüsüne sahip olacağı için, varlığını diğerlerine göre daha uzun süre devam ettirebileceklerdir (Lumpkin ve Dess, 1996, 147).

Proaktiflik konusunda yapılan çalışmalar proaktifliğin, girişimcilik yöneliminin bir boyutu ve risk alma ile yenilikçilik boyutlarının bir tamamlayıcısı olduğunu göstermektedir. Proaktif örgütler, yaşanan değişimleri ve fırsatları takip eden değil, değişimleri gerçekleştirerek, diğer örgütler tarafından takip edilen örgütlerdir (Antoncic ve diğ., 2005, 18).

3.5. Girişimcilik Yöneliminin Önemi

Yönetim tarzlarındaki geleneksel metotların zayıflaması, yetersiz kalması ve pazarda yenilikçiliğe ve gelişime ihtiyaç duyulması, örgütlerin girişimcilik yönelimi konusuna odaklanmasını mecbur kılmıştır (Ferreira, 2001, 59). Girişimcilik yönelimi çabaları ise örgütlerde yenilikçiliği beraberinde getirerek hem örgüte hem de topluma katma değer yaratmaktadır (Antoncic, 2004, 113). Yeni bir ürün veya fikir üreterek, çok kısa bir sürede karlılık beklemek çok fazla gerçekçi değildir. Bu noktada girişimci faaliyetler finansal olarak riskler taşır. Kısa vadede negatif etki oluşturabilen yenilikçilik, uzun vadede karlılık sağlayacaktır. Dolayısıyla da örgüt performansı uzun vadede artacaktır (Guth ve Ginsberg, 1990, 8). Bu sayede girişimci örgütler, girişimci olmayanlara oranla daha fazla kalıcılık göstererek, karlılık ve büyüme sağlayacaklardır (McGuire, 2003, 47). Bunun nedeni ise, yenilikçi hareketlerin rekabetçi avantaj oluşturmaları ve pazarda pozitif katkı sağlayarak müşteri memnuniyetini ve sadakatini artırmasıdır (Ferreira, 2001, 66).

Girişimcilik yönelimine sahip ve bu ruhu destekleyen örgütlerin ekonomiye katkısı da büyüktür (Shaw, O'Loughlin ve McFadzean, 2005, 393). Bu yönelim ve yenilikçi hareketler sonrasında oluşan katma değer ile satışlarda artış meydana geleceğinden, gelirler de bu durumdan olumlu etkilenecektir. Bu durum da ülke ekonomisine olumlu olarak yansıtacaktır (Richardson, 2005, 94).

Girişimcilik yönelimi faaliyetleri, yenilikçi ürün ve fikirlerin oluşması nedeniyle, yeni örgütlerin oluşmasına da imkân sağlar (Holt, Rutherford ve Clohessy, 2007, 43). Girişimcilik yönelimi faaliyetlerinde bulunan örgütlerin büyüme oranı da yüksektir (Duobiene ve diğ., 2007, 31).

Girişimcilik yönelimi örgütlerin pazarda tecrübe kazanabilmeleri adına çeşitli fırsatlar oluştururken, çevresel değişimlere çabuk adapte olabilmeye ve örgütün içsel yapısını çeşitlendirmede de önemli rol oynar (Dollinger, 1999, 320).

Girişimcilik yöneliminde bulunan örgütlerin örgütsel öğrenme düzeyleri de artacaktır (Keil, Zahra ve Maula, 2004, 1). Bu tür faaliyetlerin sonucu olumlu ya da olumsuz olsa da bu durum öğrenme açısından oldukça önemlidir (McFadzean, O'Loughlin ve Shaw, 2005, 401). Girişimcilik yönelimi uygulamaları neticesinde, örgüt içi bağlılık düzeyi ve iş tatmini artacaktır. Bu durumdan örgütsel performans ve verimlilik de olumlu olarak etkilenecektir (Holt, Rutherford ve Clohessy, 2006, 44). Bağlılık

düzeyinin yüksek olduğu örgütlerde ise, işten ayrılma niyeti, işe devamsızlık ve iş gücü devir oranlarında da azalmalar olacaktır (Rutherford ve Holt, 2006, 429).

Rekabetin her geçen gün daha da acımasız olduğu günümüz koşullarında, örgütlerin devamlılığını sağlayabilmeleri de güçleşmektedir. Bu şartlara karşı örgütlerin gösterebileceği tek tepki, rakiplerinden farklılaşabilmektir. Bu farklılaşma ise gerek ürün gerek hizmet gerekse de süreç ve yöntemlerde gerçekleştirilebilecek yeniliklerle oluşabilir. Tüm süreç boyunca risk taşıyan bu aktiviteleri destekleyen ve teşvik eden örgüt ve yönetici yapıları, rekabetçi avantajı sağlayacak ve performans artışını gerçekleştirebilecektir. Bu durum da yalnızca girişimcilik yöneliminin desteği ve gücüyle oluşabilecektir.

4. KİŞİLİK KAVRAMI

Çok yönlü bir kavram olması ve insan davranışlarına özgü çok fazla sayıda özelliği çağrıştırdığından dolayı, kişilik ile ilgili çok fazla tanım yapılmıştır (Kültür, 2006). Bu nedenle akademisyenlerin anlaşma sağladığı net bir kişilik tanımlaması bulunmamaktadır. Yapılan çalışmalar incelendiğinde, çok genel anlamda insanları birbirinden ayırt eden, bireye özgü özelliklerin tümü kişilik olarak adlandırılabilir. Sosyal bir varlık olan insanı tanımlamak için kişilik önemli bir kavramdır. İnsanın yaşadığı, çalıştığı ve bulunduğu her yerde kişiliğin bir etkisi vardır. Bu bağlamda insan ve kişilik ayrılamaz bir bütündür. Kişilik, içinde bulunulan zaman ve durumdan bağımsız, kişilerin psikolojik tepkilerini belirleyen duygu, düşünce ve davranışlarındaki süreklilik gösteren özelliklerdir (Taymur ve Türkçapar, 2012, 155).

Kişilik, bireylerin çevresiyle olan etkileşiminin, duygusal, düşünsel ve davranışsal boyutlarıyla birleşimidir. Kişiliğin oluşumunda çevresel ve genetik faktörler belirleyicidir (Atkinson ve diğ., 1999). Bireylerin sahip olduğu kişilik ve yetenekleri, iş hayatındaki başarılarını da etkilemektedir. Benzer biyolojik özelliklere sahip kişilerin, aynı çevresel olaylara farklı tepkiler vermesinin temel sebebi, sahip oldukları kişilik özelliklerinin farklı olmasındandır. Kültür ve inançlar da kişilik özelliklerini etkiler. İnsanları birbirlerinden ayırt eden tutum, düşünce, duygu ve davranışların bütünü bireysel farklılıklar olarak isimlendirilebilir. Bu farklılıklar ise literatürde kişilik kavramı ile ilişkilendirilir (Özkalp ve Kırel, 2001). Farklılıkların etkin bir şekilde yönetimi, kişiliklerin iyi anlaşılmasına bağlıdır. İyi yönetilebilen farklılıklar ise gerek toplum gerekse de örgütler için birer zenginlik halini alırlar.

Ancak iyi yönetilebilen örgütler başarılı olabilirler. Bu örgütlerin başarısının ve iyi yönetilmesinin altında yatan gerçek ise çalışanların kişilik ve davranışlarının iyi anlaşılıp, doğru bir şekilde yorumlanmasıdır (Robbins, 2003). Günlük hayatta olduğu gibi iş hayatında da kişilik, davranışlar üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Günümüz yönetim stratejileri incelendiğinde de insan faktörü büyük önem kazanmıştır. Bu nedenle, yöneticilerin kişilik konusuna önem vermeleri ve örgüt stratejilerini o şekilde oluşturmaları gerekir.

Literatürde bulunan çalışmalar incelendiğinde, kişilik özellikleriyle ilgili net bir sınıflama olmamakla birlikte, genel kabul gören kişilik özellikleri şu şekilde sıralanabilir (Eren, 2000):

- Kişilik, kalıtsal yollarla aktarılır ve çevre gibi bazı faktörlerle şekillenir.
- Bireylerin kişilik özellikleri arasında bazı farklılıklar vardır.
- Bireysel özellikler, kişilik yoluyla çevreye uyum sağlar.
- Bir birey, farklı çevresel koşullarda farklı tutum ve davranışlar gösterebilir.
- Karakter, doğuştan kazanılır ve kişilik, karakterle entegre olur.
- Kişilik ve zihinsel denge birbiriyle bağlantılıdır. Bireyin sahip olduğu zihinsel denge ne kadar tutarlı ise, kişilikte o kadar normaldir.

4.1. Kişiliğin Oluşumunda Etkili Olan Faktörler

Kişilik özelliklerinde olduğu gibi, kişiliği oluşturan faktörleri de net bir şekilde sıralamak zordur. Kişiliğin oluşması bir süreci kapsadığından, bu süreçte psikolojik ve bilişsel etmenlerin yanı sıra birçok ilave faktör bulunmaktadır. Genel özellikleri itibariyle kişiliğin oluşumunda etkili olan faktörleri; ailesel faktörler, biyolojik faktörler, çevresel faktörler, sosyo-kültürel faktörler ve diğer faktörler olarak beş ana başlık altında incelemek mümkündür.

4.1.1. Ailesel Faktörler

Bireyin doğumuyla birlikte ailesiyle olan etkileşimi de başlamaktadır. Bu etkileşim kişinin tüm yaşantısı boyunca devam etmektedir. Bu nedenle ebeveynler kişiliğin oluşmasında büyük bir etkiye sahiptir. Bu süreçte ebeveynlerin kendi ailelerinden edindikleri ve yaşadıkları toplumdan gelen gelenek-görenekler ve ahlak kuralları etkin olmaktadır. Çocuğun konuşmaya başlaması, büyüyüp yetişmesi, ardından topluma adapte olabilmesinde aile desteği çok önemlidir. Tüm süreç boyunca çocuk için ilk rol model anne ve babasıdır. Çocuklar, kendi kişiliklerini şekillendirirken, ebeveynlerinden gördüğü davranış ve tutumları taklit ederler (İşleyen, 2013, 35).

4.1.2. Biyolojik Faktörler

Kişilik özelliklerinden bazıları, biyolojik faktörlerden dolayı kalıtsal olarak kişiye geçer. Ebeveynlerden kromozomlar aracılığı ile kalıtımsal olarak bireye geçen

özellikler, doğrudan olmasa da dolaylı olarak kişilik üzerinde etki oluşturur. Minnesota Üniversitesi öğrencileri üzerinde yapılan araştırmalar da genetik faktörlerin kişiliğe etki ettiğini desteklemiştir (Nair, 2010, 137).

Kişiliği oluşturan biyolojik faktörlerden birisi zekâdır. Zekâ, rasyonel düşünebilme ve etkin problem çözebilme becerisidir (Feldman, 1996, 292). Kişinin sayısal zekâsı yoğunsa, matematiksel becerileri, sosyal zekâsı yoğunsa, toplumsal uyum ve ilişki becerileri daha gelişmiştir (Aydın, 2000, 241). Bu nedenle zekâ seviyesi ve tipi, kişilik özellikleri ile yakından ilişkilidir.

1990'lı yıllar ile birlikte popüler hale gelen biyolojik geribildirim keşfi sonucunda psikolojik vakaların biyolojik nedenleri ortaya koyulmaya başlanmıştır. Bu bağlamda yapılan araştırmalar, vücut ısısı, kan basıncı, hormonal dalgalanmalar gibi biyolojik faktörlerin, kişilerin öfke, sevinç, üzüntü gibi kişilikte önemli rol oynayan psikolojik faktörler üzerinde etkili olduğunu göstermiştir (Hiriyappa, 2009, 50-51).

Fiziksel özellikler de kişilik üzerinde etkilidir. Yapılan bir araştırmaya göre, uzun boylu kişilerin kısa boylulara oranla daha otoriter oldukları gözlemlenmiştir (Isır, 2006, 41).

Kişinin kalıtsal özellikler neticesinde oluşan dış görünümü de dolaylı yoldan kişiliği etkiler. Fiziksel görünüş diğer insanlar üzerinde etki yarattığı için, kişinin davranışlarına da etki ettiği söylenebilir (Atkinson ve diğ., 1995, 526).

4.1.3. Çevresel Faktörler

Kişiliğin oluşumunda etkiye sahip olan bir diğer faktör de çevredir. Çevresel faktörler, kültürel ve insani yapılara etki eden bir unsurdur. Örneğin, sıcak iklim bölgelerinde yaşayan kişilerin, soğuk iklim bölgelerinde yaşayanlara oranla daha ılıman, uyumlu ve duygusal oldukları söylenebilir. Soğuk iklim bölgelerinde yaşayan insanlar ise, daha sert ve soğuk yapıya sahiptir (Zel, 2011, 16). Aynı coğrafya üzerinde yaşayan insanların tutum, davranış ve kişilik özelliklerindeki farklılıkların sebebi, o coğrafya üzerinde yaşayan, kuşaklar öncesinden oluşmaya başlamış ve nesiller boyunca aktarılan davranışsal özelliklerden kaynaklanmaktadır (Eroğlu, 2011, 219).

4.1.4. Sosyo-Kültürel Faktörler

Bireylerin sahip oldukları kişilik özellikleri kalıtsal süreçten etkilendiği gibi, kişinin bağlı bulunduğu toplumun sosyo-kültürel yapısından da etkilenir. Kişinin toplum ile etkileşimi doğumu ile birlikte başlar ve bu etkileşim sonucu toplumun sosyo-kültürel yapısı kişiliğin oluşması ve yerleşmesinde etkili olur. İnsanlar toplumun bir parçası olduğu gibi, toplum da insanın bir parçasıdır (Akarsu, 1998). Bu nedenle toplumsal kültür, kişiliğin oluşmasında oldukça önemli bir etkiye sahiptir. Kültür sayesinde misafirperverlik, yardımseverlik gibi kavramlar öğrenilmekte ve birey, kişilik özelliklerinin farkına varmaktadır (Hiriyappa, 2009). Bireyler, kültürel bir yapının içerisinde dünyaya geldikleri ve tüm yaşamları boyunca bu kültürel yapıdan etkilendikleri için, kişiliği etkileyen unsurlardan birisi de kültürel çevrenin yapısıdır (Büber, 2011, 35).

Kişiliklerin şekillenmesinde içinde bulunulan sosyal çevre de son derece önemlidir. Sosyal ve ekonomik olarak iyi çevre şartlarında doğan ve büyüyen kişilerin yaşam tarzı, geliri ve imkanları daha yüksek olacağından, kişilerin tutum ve davranışları da ona göre oluşacaktır. Sosyal ve ekonomik şartları daha kısıtlı olan çevrede büyüyen kişilerin tutum ve davranışları ise ona göre şekillenecektir. (Güney, 2009, 191).

4.1.5. Diğer Faktörler

Sınıflandırmaya girmeyen, yukarıda sayılan faktörlerin dışında kalan ve kişiliğin oluşumunda etkili olan başka faktörler de mevcuttur. Bu faktörler içerisinde etkisi olan-olmayan, bilinebilen-bilinmeyen, gözlenebilen-gözlenemeyen, ölçülebilen-ölçülemeyen faktörler de vardır. Diğer faktörlerden söz ederken, literatürde en sık araştırılan faktör, kitle iletişim araçlarıdır. Bu araçlar, toplumları yönlendirmede, kültür üzerinde etki oluşturup, kültürü şekillendirmede, farklı toplumlara ve gelecek nesillere aktarmada büyük bir öneme sahiptir. Televizyon, radyo, kitap ve dergi gibi kitle iletişim araçları; ikna etmek, dikkat çekmek, bireyleri yönlendirmek gibi çeşitli amaçlarla kullanılmaktadır. Bu sayede kişilerin yaşam biçimini, dünya görüşünü, tutum ve davranışlarını etkileyebilmektedir (Kara, 2011, 5). Bu özellikleri sebebiyle de kişilik özelliklerine yön verdiği söylenebilir.

Diğer faktörler arasında sayılabilecek bir diğer faktör ise, kişinin çevresinde bulunan büyükleridir. Bu bireyler, yaşça küçük olan kişiler için rol model olarak, onların kişiliğinin şekillenmesinde önemli bir etki yaratırlar. Kendisine yakın olarak gördüğü

bu kişilerden etkilenen birey, davranış ve tutumlarında o kişiyi taklit etmektedir. Bu açıdan örnek alınan kişi, örnek alan kişinin kişiliğinin oluşmasında önemli bir faktör oluşturur (Eroğlu, 2011, 220).

4.2. Kişilik Kuramları

Kişiliğin araştırılmasında literatürde evrensel olarak kabul görmüş bir teori bulunmamakla birlikte, yapılan çalışmalar sonucunda bazı belli başlı kuramlar oluşturulmuştur. Bu kuramlar incelendiğinde, kuramların türetildiği altyapı Sigmund Freud'un psikanalitik görüşleridir (Luthans, 1973). Freud'un kuramına göre; kişilik, bilinç, bilinç öncesi ve bilinçaltı olarak üç kısımdan oluşur. Ayrıca, alt benlik, benlik ve üst benlik olarak da üçe ayrılır. Psikanalitik yaklaşımın yanı sıra, kişiliğin dışa yansıyan tarafını ele alan özellikler (trait) yaklaşımı da bulunmaktadır (Sürücü, 2013). Son yıllarda yapılan çalışmalara bakıldığında, kişilik ile alakalı araştırmaların çoğunda özellikler yaklaşımı ön plana çıkmakta ve özellikler yaklaşımının en sık başvurulan metodu ise, Beş Faktör Kişilik Modeli olmaktadır. Çalışmanın veri toplama aşamasında da bu metodoloji kullanıldığından gelecek bölümde beş faktör kişilik modelinden bahsedilecektir.

4.2.1. Beş Faktör Kişilik Modeli

Beş faktör kişilik modeli, Warren Norman'ın 1963 yılında yaptığı araştırmalar sonucunda ortaya çıkmıştır. Araştırma sonucu modeldeki beş faktör; dışadönüklük, geçimlilik, sorumluluk, duygusal denge ve kültüredir. Sonrasında 1990 yılında Goldberg, yapılan bu model üzerinden 1710 sıfattan oluşan bir kişilik ölçeği geliştirmiş ve beş faktörlü bir sınıflama yapmıştır (Şengül, 2008, 34). Beş faktör kişilik modeline son halini veren araştırmacılar ise 1978 yılında Paul Costa ve Robert McCrae olmuştur. Yapılan envanter toplam 240 sorudan oluşmaktadır ve beş faktörden her biri için 48 soru sorulmaktadır (Sayın ve Aslan, 2005, 280; Şengül, 2008, 34).

Kişilik konusu ile ilgili gerçekleştirilen araştırmalar incelendiğinde, kişiliği oluşturan özelliklerin beş temel boyut üzerinde toplandığı görülmektedir (Burger, 2006). Bu beş temel boyut, araştırmalar sonucu ortaya çıkan istatistiksel teknikler ve bilgisayar programları yardımıyla belirlenmiş ve bugün bile çalışmalarda kullanılmasını sağlayan kişilik envanterinin oluşmasını sağlamıştır. Evrensel kabul gören bir teori

olmamasına rağmen, yapılan faktör analizi çalışmaları neticesinde tutarlılık sağlanmıştır. Farklı araştırmacıların, farklı örneklerde gerçekleştirdiği çalışmalarda, kişiliğin temelde beş boyut üzerine oturduğu görülmüştür (Costa ve McCrea, 1988; Goldberg, 1990). Modelde kullanılan beş boyut için, farklı araştırmacılar tarafından farklı isimlendirmeler yapılmakla birlikte, bu isimlendirmelerin birbirlerine paralellik gösterdiği görülmektedir. Sonuç olarak, bu beş temel faktörün Türkçeye çevrilmiş halleri aşağıdaki gibidir:

- Dışadönüklük
- Uyumluluk
- Sorumluluk
- Duygusal Denge
- Deneyime Açıklık

Bu beş boyutun derecelerine göre özellikleri Tablo 4.1 ‘deki gibidir.

Tablo 4.1: Beş Faktör Modelinin Belirleyici Boyutları

Boyutlar	Derece	Özellikler
Dışadönüklük	Yüksek	Konuşkan, iletişime açık, maceraperest, sosyal, enerjik, optimist, neşeli
	Düşük	Sessiz, ağzı sıkı, ılıman, kibar, duygusal, durgun
Uyumluluk	Yüksek	İyi huylu, kibar, ılımlı, yardım sever, güvenilir, uyumlu, kıskanç olmayan, sempatik
	Düşük	Sinirli, kıskanç, rekabetçi, dik başlı, pesimist, konuşkan, düzenli, egolu
Sorumluluk	Yüksek	Titiz, düzenli, sorumluluk sahibi, dürüst, azla yetinen, düşünceli, amaç sahibi, zaman kontrollü
	Düşük	Dikkatsiz, güvenilmez, azla yetinmeyen, işleri yarım bırakan, vefasız, hayalci
Duygusal Denge	Yüksek	Endişeli, gergin, sinirli, telaşlı, bağımlı, dengesiz
	Düşük	Güçlü, kendi kendine yeten, sakin, uysal, güvenilir, dengeli
Deneyime Açıklık	Yüksek	Zevk sahibi, bağımsız düşünce yapısına sahip, hayal gücü geniş, entelektüel, sosyal, düşünceli
	Düşük	Sanata uzak, düşüncesiz, sıkılgan, ilgi odağı düşük, asosyal

Kaynak: Marie S. Hammond (2001), The Use of The Five Factor Model of Personality As a Therapeutic Tool In Career Counselling, **Journal of Career Development**. Vol.27 No:3 ‘den uyarlandı.

Bu beş boyutun kavramsal açıklamaları sonraki bölümde ele alınmıştır.

4.2.1.1. Dışadönüklük

Dışadönüklük, insanların ne ölçüde sıcakkanlı, sosyal, girişken, hareketli ve enerjik olduğunu tanımlayan boyuttur. Dışadönüklük derecesi yüksek insanlar, daha mutlu, iyimser, neşeli ve çevresinde bol uyarıcı olmasından dolayı hoşnut olan kişilerdir. Kalabalık ortamlarda bulunmaktan hoşlanan ve bu ortamlarda rahat davranabilen, eğlenebilen kişilerin, dışadönüklük derecesi oldukça yüksektir (Howard ve Howard, 1998, 2). Bu açıdan dışadönük bireylerin daha sosyal oldukları aşıkardır. Dışadönük bireyler, heyecan ve coşku doludur. Hızlı karar verebilirler. İletişimleri kolay ve pozitif insanlardır. Değişimden korkmaz ve değişikliklerden zevk alırlar. İçedönük insanların özellikleri ise yukarıda sayılanların tam tersidir. İçedönük insanlar, yalnızlığı seven, çekingen, utangaç, konuşmayı çok sevmeyen, dışardan gelen geri bildirimlere kulak asmayıp, iç gözlemlere göre kendini analiz eden, yeni insanlarla tanışmayı tercih etmeyen kişilerdir. İleriyi düşünerek yaşamayı severler. Yeni bir şeye başlamadan önce en ince ayrıntısına kadar düşünür ve ani kararlardan kaçınırlar. Değişimlerden ve heyecandan çok fazla haz etmezler. Sıradan olabilecek sorunları kendileri için olduğundan fazla büyütürler. Düzenli bir hayat yaşamak isterler (Burger, 2006).

4.2.1.2. Uyumluluk

Uyumluluk, alçak gönüllü, mütevazı, ılımlı tutuma sahip, doğru sözlü, insanlara güven veren kişilik özelliklerini tanımlayan boyuttur. Uyumluluk derecesi yüksek olan kişiler için güven duygusu esastır. İnsanlara çok fazla güvenirler. Sakin, yardımsever, sempatik ve affedici bir kişilik yapısı vardır. Uyumluluk derecesi düşük olan kişiler ise, iç seslerine daha fazla güven duyarlar (Howard ve Howard, 1998, 6). İnatçı, yardımlaşmayı sevmeyen ve şüpheli kişilerdir (Özkalp ve diğ., 2013, 34). Costa ve McCrea (1990) uyumluluk boyutunun altı faktörden oluştuğunu belirlemişlerdir. Bu faktörler; yüksek güven duygusu, açık sözlülük, özverili olmak, şikayetçi olmak, alçak gönüllülük ve hassas/düşünceli olmaktır (Madran ve Akdoğan, 2010, 371).

Uyumluluğun tersi boyutu; düşmanlık (agresiflik) yönüdür. Bu boyut duygusal tutarsızlıkla ilişkilendirilir. Kendilerinden başka kimseye güvenmezler ve çok şüphelidirler. Bu özellikleri nedeniyle antipatik bir imajları da vardır (Eryılmaz,

2009, 70). Uzlaşmayı sevmeyen, geçimsiz ve bencil tutuma sahip kişilerdir (Özer, 2013, 144).

4.2.1.3. Sorumluluk

Bu boyutun diğer bir anlamı özdisiplin veya öz-denetimdir. Kontrol odaklı ve disiplinli davranışlara sahip kişileri ifade eder. Kararlı, dikkatli ve başarı hissini seven insanlardır (Costa ve McCrae, 1995, 28-50). Sorumluluk özellikleri düşük olan kişilerin, iş ve özel hayatlarında sık problem yaşamaları beklenmektedir. Sorumluluk özellikleri, düzenli olma, kurallara uyma, kendini kontrol edebilme, hedefe ulaşmak için gösterilen kararlı çabayı ifade eder. Bu boyutun aktif edici ve ketleyici olmak üzere iki yönü bulunmaktadır. Aktif edici yön; başarı ihtiyacını, çalışmayı sevmeyi, kararlılığı ve üretken olmayı işaret eder. Ketleyici yön ise; ahlaki açıdan titiz olmayı ve yapılan işlerde tedbirli olmayı belirtir. Sorumluluk düzeyi aşırı uç noktalarda olan kişilerde, çok fazla düzen ve titizlikten dolayı, kompulsif düzeyde bir rahatsızlıktan söz edilebilir. Sorumluluk düzeyi aşırı düşük kişilerde ise, gevşeklik, bazı ahlaki prensiplerden uzaklaşma, olumsuz sonuçlarda çabuk pes etme durumu oluşur (Somer, Korkmaz ve Tatar, 2011). Yapılan çalışmalar, sorumlu bireylerin aynı zamanda uyumlu bireyler olduğunu da göstermiştir (Macdonald, 1995).

4.2.1.4. Duygusal Denge

Duygusal denge, kişinin iç dengesini korumasını ifade etmekle birlikte, rahat, sakin, çok sık endişelenmeyen, tutarlı davranışlar sergileyen kişilik özelliklerini ifade etmektedir (Hayes ve Joseph, 2003, 723). Kişi, iç huzurunu sağlayabildiği taktirde yaşamından ve yaptığı her işten zevk almaya başlar. Kuramı oluşturan beş faktörden dışadönüklük ve duygusal denge boyutu doğrudan mutlulukla ilişkilendirilmiştir (Kwapil, Wrabel ve Pope, 2002, 432).

Duygusal dengesini korumakta sıkıntı yaşayan insanlar nevrotik olarak adlandırılır. Nevrotik insanlar, yaşanan olaylar karşısında nevrotik olmayanlara oranla daha fazla stres yaşarlar (Suls ve diğ., 1998). Kişinin duygusal dengesinde yaşanan olumsuzluklar, başka olaylara karşı olan eğilimlerini de olumsuz olarak etkilemektedir (McCrea ve Costa, 1992). Duygusal olarak tutarsız olan kişiler, heyecanlı, aşırı endişeli, güvensiz ve agresiftir. Stresle başa çıkmada zorlanırlar. Duygusal dengeye sahip kişiler ise, kendine güvenen, engellerle başa çıkabilen, uyumlu, telaş yapmayan ve sakin kişilerdir (Somer ve diğ., 2011). Kişide duygusal

dengeinin düşük puanlanması, kişinin psikolojik bir rahatsızlığa sahip olduğunu göstermez (Monaghan ve diğ., 2009).

4.2.1.5. Deneyime Açıklık

Beş faktörlü modelin son boyutu deneyime açıklıktır. Yapılan araştırmalar, bu faktör üzerinde net bir uzlaşıya varılamadığını göstermektedir. Bu faktörden yüksek skorlar alan bireylerin, hayal gücünün yüksek, sanatsal özelliklerinin ön planda, çevreyi gözlemlleme ve algılama becerisinin yüksek ve yaratıcılık özelliklerinin gelişmiş oldukları görülür. Kişi yeni deneyimlere karşı heyecan duyar ve bu deneyimleri yaşamaya istekli, meraklıdır. Kişinin analitik becerileri gelişmiştir.

Yapılan araştırmalar, deneyime açıklık boyutunun diğer boyutlara nazaran, daha geniş içeriğe sahip olmakla birlikte, yapılanmasının yetersiz olduğunu göstermektedir. Deneyime açıklık faktörü; yaratıcılık, zekâ, düşünme, merak ve geleneksel olmamak üzere beş alt boyuttan oluşur. Bu alt boyutların birleştirilmemesinin sebebi, zekâ ve yaratıcılık boyutlarının aralarındaki ilişkinin düşük olmasıdır (Trapnell ve Wiggins, 1990).

Deneyime açık kişiler, analitik düşünebilen, okumaya meraklı, kendisi ve dünya ile ilgili konularda düşünmeyi seven, duyarlı ve geniş ilgi alanlarına sahip kişilerdir. Bu kişilerin yenilikçi ve yaratıcı bir bakış açısına da sahip oldukları söylenmektedir. Deneyime açık olmayan kişiler ise, pratik düşünme yeteneği gelişmemiş, fikirlerle uğraşmayı sevmeyen, yeniliklere kapalı, kısıtlı ilgi alanları olan, geleneksel görüşlere sahip ve o görüşleri sorgulamayan kişilerdir.

4.3. Örgüt İklimi, Girişimcilik Yönelimi ve Dışadönük Kişilik İlişkisi

Günümüzün küresel rekabet ortamında, yöneticiler uygun girişimci iklimi yaratabilmek için şirket çapında girişimci davranışa odaklanırlar. Girişimcilik yöneliminin asıl amacı, stratejik yenilenme, rekabet avantajı elde etme, karlılık gibi aslında daha çok örgüt performansına olumlu etki oluşturmaktır. Örgütlerin faaliyet gösterdiği çevrede varlığını sürdürebilmek için bazı özelliklere sahip olmasının yanı sıra, karlılığını artırmak ve büyümek gibi çeşitli hedeflere ulaşması gerekir. Bu hedeflere ulaşabilme derecesi ise örgüt performansı ile ölçülür. Performans, örgütlerin uyguladıkları stratejilerin, hedeflenen süre sonunda o hedeflere ulaşma düzeyini ifade etmektedir (Porter, 1991; Lebas ve Euske, 2002). Yöneticiler bu

süreci sağlıklı yürütebilmek ve beklenen performansa ulaşabilmek adına, etkili ve verimli bir organizasyon yapısı kurmalıdır. Bu organizasyon yapısı gerek dış çevre ile gerekse de çalışan profiliyle örtüşmelidir. Yani uygun örgüt iklimi oluşturmak şarttır. Bir örgütün performansının düşük veya yüksek olması girişimcilik yönelimi ile yakından ilişkilidir (Covin ve Slevin, 1988, 230). Girişimcilik doğası gereği risk barındırdığından, yüksek performans beklentisi olan yöneticiler bu riski de kabul etmek zorundadırlar. Sonuç olarak, yüksek performans ancak örgütlerde girişimcilik yöneliminin sağlanması ile gerçekleşir.

Küresel dünyada rekabet ve teknolojik gelişmeler hızlı değişimlerin yaşanmasına neden olurken, örgütlere de rekabet avantajını elde edebilmek için bazı sorumluluklar yüklemektedir. Örgütler, başarıyı sürekli hale getirebilmek ve yaşamlarını sağlıklı bir şekilde sürdürebilmek için sürekli yenilenme halinde olmalıdırlar (Altuntaş ve Dönmez, 2010, 4). Bu yenilenme sürecinin sürekli hale gelebilmesi ve başarılı bir şekilde gerçekleşebilmesi için örgütlerin girişimcilik yönelimine sahip olması gerekir. Girişimcilik yönelimi, elde edilen deneyimlerle yeni kaynakların geliştirilmesini, kaynakların yeniden dağıtımını ve yeni iş fırsatlarını kollamayı gerektirir. Girişimci örgütlerin yönetimi; belirsizliğin çok fazla olması, sınırların çok geniş ve değişken olması, yakalanan fırsatlar arasından hızlı ve doğru seçimin yapılması ve tüm bu sürecin elde çok az bir bilgi ile yapılmasından dolayı, geleneksel yapılara sahip örgütlerden oldukça farklıdır (Hayton, 2005, 24). Girişimcilik yönelimine sahip örgütler, dış yeniliklerle olduğu kadar iç yeniliklerle de uğraşırlar. Bu doğrultuda, örgüt için uygun iklim oluşturularak hem yapılarını hem de yeteneklerini geliştirirler. Bu sayede yenilikçi pazarlar yaratabilirler (Hayton ve diğ., 2006, 40). Girişimcilik yönelimi örgütlere, etkin kaynak yönetimi, yaratıcılık, yenilikçilik, girişimci liderlik, girişimci kültür gibi birçok avantaj sağlar ve oluşan bu zenginlik sonucunda örgütlerin gelişimi sağlanır. Bu gelişim sonucunda da hedeflenen stratejiler başarıya ulaşır (Monsen ve Boss, 2009, 72).

Örgüt yapısı, örgüt içi iş akışını, iletişimi ve iş akışının düzenlenmesini ifade eder. Örgüt yapısı, girişimci aktiviteler için önemli bir etkiye sahiptir (Covin ve Slevin, 1989, 17). Literatüre bakıldığında, yapılan birçok araştırma girişimcilik yönelimi ile örgüt yapısının birbirlerini etkilediğini göstermiştir (Covin ve Slevin, 1988, 218). Güney Asya Yönetim Dergisi Profesörü Khandwalla (1977) yaptığı çalışmada girişimcilik yönelimine sahip örgütlerin, organik bir yapıya sahip olması gerektiğini

ve eğer örgüt yapısı esnek değilse örgütlerin değişim durumlarına adapte olamayacaklarını ifade etmiştir. Organik bir yapıya sahip örgüt yapısı, dış çevrede meydana gelen ve önceden tahmin edilemeyen değişimlere, örgütlerin hızlı cevap vermesine olanak sağlar (Covin ve Slevin, 1989, 76). Girişimcilik yönelimi, esnek örgüt yapısına ihtiyaç duyar (Lumpkin ve Dess, 1996, 156). Örgütlerde girişimcilik yöneliminin olması için, örgüt üyelerinin girişimcilikle ilgili algısını oluşturan olumlu bir iklimin oluşturulması gerekir. Bu nedenle, dinamik ve değişen çevrede faaliyet gösteren her örgüt, rekabet avantajı kazanabilmek ve hedeflerine ulaşabilmek adına, olumlu bir örgüt iklimini oluşturmak için çaba göstermelidir (Halis ve Uğurlu, 2008, 119). Girişimcilik yöneliminin boyutlarından olan yenilik, risk alma ve öngörülülük çabalarının örgüt içinde gerçekleşebilmesi için yöneticilerin bu inisiyatife sahip olması ve örgüt üyelerine de bu noktada izin vermesi ve onları desteklemesi gerekir. Örgütlerde girişimcilik yönelimi algısının oluşması için yönetici ve liderler, girişimcilik faaliyetlerini teşvik etmeli ve bu zihniyeti oluşturup geliştirecek çevre ve iklimi sağlamalıdır (Wood ve diğ., 2008, 129). Bu noktada en önemli husus, bu iklime uyum sağlayabilecek kişileri örgütte bulundurmak veya işe almaktır.

Çalışanların veya işe alınanların kişilik özellikleri de örgüt iklimini sürdürmede ve girişimcilik yöneliminde bulunmalarında önemli bir faktördür. İnsanın doğumu ile şekillenmeye başlayan kişilik, zaman içerisinde oluşur ve şekillenmeye devam eder. Kişilik, insanın özel ve iş hayatı üzerinde olduğu gibi girişimcilik eğilimi üzerinde de etkilidir. Bu konuda yapılmış birçok çalışma mevcuttur. Yapılan araştırmalar incelendiğinde, girişimcileri diğer insanlardan ayıran bazı kişilik özelliklerinin olduğu görülmektedir. Bu özellikler doğuştan kazanıldığı gibi sonradan da ortaya çıkabilmektedir. Çalışmalarda yer alan bazı girişimci kişilik özelliklerine bakıldığında girişimci kişiler; karar vermeyi seven, lider, strateji belirleyen, problem çözme konusunda yetenekli, vizyon sahibi, sorumluluk sahibi ve fırsatları gören kişilerdir (Top, 2006, 87).

Girişimcilerin kişilik özellikleri son yıllarda yoğun olarak çalışılan bir konudur. Günümüzde girişimciler, ekonomilerin yapı taşları olarak görülmekte ve ekonomik büyümeyi hızlandırıcı bir katalizör görevi görmektedirler. Bu nedenle, girişimci kimdir, nasıl düşünür, ne tür özelliklere sahiptir, davranış ve düşünce yapıları nasıldır ve bunların altında yatan temel faktörler nelerdir tarzında birçok sorunun

cevaplanması gerekir. Özellikle girişimcilerin kişilik özellikleri nelerdir cevabı merakla aranan soruların başında gelmektedir. Bu durumun altında yatan temel sebep, eğer ekonomik olarak çok önemli bir yere sahip girişimcilerle ilgili sorular doğru bir şekilde cevaplanırsa, bu özelliklere sahip kişilerin yönlendirilmesi, geliştirilmesi ve yönetilmesi daha kolay olacaktır. Bu noktada, devletlerin girişimci politikaları ve geleceğin girişimcilerini yetiştirme çabaları da daha sağlıklı bir şekilde yürüyecektir. Girişimcilerin kişilik özelliklerinin tam olarak belirlenmesi, gelecekteki girişimcilerin yetiştirilmesi, mevcut girişimcilerin düşünce yapılarının algılanması, girişimci politikaların etkinliğinin artırılması ve akademik camianın konu üzerindeki rotasının belirlenebilmesi açısından son derece önemlidir.

Girişimcilerin kişilik özelliklerini belirlemeye yönelik çalışmalar 1990'lı yıllardan sonra beş faktör kişilik modelinin de etkinleşmesiyle birlikte ivme kazanmaya başlamıştır (Zhao ve Seibert, 2006). Günümüzde yapılan girişimcilerin kişilik özelliklerini belirlemeye yönelik araştırmaların neredeyse tamamında beş faktör kişilik modelinin kullanıldığı ve bu modelin oldukça verimli olduğu sonucuna varılmıştır (Kregar ve diğ., 2014). Bu model ile yapılan çalışmalar incelendiğinde girişimcilerin, dışadönüklük, öz denetim ve yeni deneyimlere açıklık boyutlarında yüksek puanlar aldığı, nevrozizm ve uyumluluk boyutlarında ise ortalamanın altında veya düşük puanlar aldıkları görülmüştür (De Noble ve Singh, 2003; Zhao ve Seibert, 2006; Friedman, 2000). Yine Zhao vd. (2010) tarafından yapılan başka bir çalışmada, sorumluluk, dışadönüklük, duygusal denge ve yeni deneyimlere açıklık kişilik özelliklerinin girişimcilik ve örgüt performansı üzerinde pozitif ve anlamlı bir ilişkisi olduğu tespit edilmiştir.

Başol, Dursun ve Aytaç (2011) yaptıkları çalışmada cinsiyetin girişimci yetkinlikler açısından bir fark yaratmadığını, girişimci yetkinlikler açısından en önemli kişilik tipinin ise, dışadönüklük olduğu sonucunu bulmuşlardır.

Yine Fischer ve Koch (2008) tarafından yapılan bir başka araştırmada, çoğu girişimcinin dışadönüklük eğiliminde olduğu ve girişimlerinde başarılı olmak için yeni fikir ve yaklaşımlara açık olmaları gerektiği sonucuna varılmıştır (Fisher ve Koch, 2008, 22-27).

Dışadönüklük kavramı incelendiğinde, dışadönük kişilerin, iddiacı, baskın, cesur ve enerji dolu oldukları tespit edilmiştir (Goldberg ve Saucier, 1996). Girişimci

kişilerin, girişimci olmayanlara kıyasla daha iyimser oldukları da bir gerçektir (Palich ve Bagby, 1995). Dışadönük kişiler, mutlu, neşeli ve enerji yaymayı seven kişilerdir. Literatür incelendiğinde bu değişkenler ile ilgili çalışmaların özet hali Tablo 4.2'deki gibidir.

Tablo 4.2: Örgüt İklimi, Girişimcilik Yönelimi ve Dışadönük Kişilik İlişkisi Konusunda Yapılan Çalışmalar

Tarih	Araştırmacı	İlişki	Sonuç
1977	Khandwalla	Girişimcilik Yönelimi – Örgüt Yapısı	Girişimcilik yönelimine sahip örgütlerin, organik bir yapıya sahip olması gerektiğini ve eğer örgüt yapısı esnek değilse örgütlerin değişim durumlarına adapte olamayacaklarını ifade etmiştir.
1988	Covin ve Slevin	Girişimcilik Yönelimi – Örgüt Performansı	Bir örgütün performansının düşük veya yüksek olması girişimcilik yönelimi ile yakından ilişkilidir.
1996	Lumpkin ve Dess	Girişimcilik Yönelimi – Örgüt Yapısı	Girişimcilik yönelimi, esnek örgüt yapısına ihtiyaç duyar.
2006	Hayton vd.	Girişimcilik Yönelimi – Örgüt İklimi	Örgüt için uygun iklim oluşturularak yenilikçi pazarlar yaratılabilir.
2008	Wood vd.	Girişimcilik Yönelimi – Örgüt İklimi	Örgütlerde girişimcilik yönelimi algısının oluşması için yönetici ve liderler, girişimcilik faaliyetlerini teşvik etmeli ve bu zihniyeti oluşturup geliştirecek çevre ve iklimi sağlamalıdır.
2009	Monsen ve Boss	Girişimcilik Yönelimi – Örgüt İklimi	Girişimcilik yönelimi örgütlere, etkin kaynak yönetimi, yaratıcılık, yenilikçilik, girişimci liderlik, girişimci kültür gibi birçok avantaj sağlar ve oluşan bu zenginlik sonucunda örgütlerin gelişimi sağlanır.
2000	Friedman	Girişimcilik Yönelimi - Kişilik	Girişimcilerin, dışadönüklük, öz denetim ve yeni deneyimlere açıklık boyutlarında yüksek puanlar aldığı, nevrozizm ve yumuşak başlılık boyutlarında ise ortalamanın altında veya düşük puanlar aldıkları görülmüştür
2006	Zadel ve Scavone	Girişimcilik Yönelimi – Dışadönük Kişilik	Dışadönük kişiler, mutlu, neşeli ve enerji yaymayı seven kişilerdir. Dışadönüklük, bir girişimciyi amacına ulaştırabilecek önemli kişilik özelliklerindendir.

Tablo 4.2 - devam

2008	Fisher ve Koch	Girişimcilik Yönelimi – Dışadönük Kişilik	Çoğu girişimcinin dışadönüklük eğiliminde olduğu ve girişimlerinde başarılı olmak için yeni fikir ve yaklaşımlara açık olmaları gerektiği sonucuna varılmıştır.
2010	Zhao vd.	Girişimcilik Yönelimi – Dışadönük Kişilik – Örgüt Yapısı	Sorumluluk, dışadönüklük, duygusal denge ve yeni deneyimlere açıklık kişilik özelliklerinin girişimcilik ve örgüt performansı üzerinde pozitif ve anlamlı bir ilişkisi olduğu tespit edilmiştir.
2011	Başol, Dursun ve Aytaç	Girişimcilik Yönelimi – Dışadönük Kişilik	Girişimci yetkinlikler açısından en önemli kişilik tipinin ise, dışadönüklük olduğu sonucunu bulmuşlardır.

Özetle, kişilik, girişimcilik ve girişimcilik yönelimi üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Yapılan çalışmalara bakıldığında da girişimci kişilerin dışadönüklük puanı yüksek olarak ölçümlenmiştir.

Örgüt ikliminin dışadönük kişilik özelliği bağlamında girişimcilik yönelimine etkisi başlıklı bu çalışmada temel olarak hedeflenen bu kavramlar arasındaki ilişkinin belirlenmesidir. Böylelikle uygun örgüt iklimi koşullarında, çalışanlar da dışadönük kişilik özelliğine sahipse girişimcilik yönelimi gerçekteşir mi sorusuna cevap aranacaktır. Çalışma bu açıdan benzerlerinden ayrılmakta ve önem kazanmaktadır. Yapılan saha araştırmaları neticesinde elde edilen veriler, teorik bilgilerle sentezlenerek bir sonuca ulaşılmaya çalışılmıştır. Elde edilen sonuca çalışmanın altıncı ve son bölümünde değinilecektir.

5. ÖRGÜT İKLİMİNİN DIŞADÖNÜK KİŞİLİK ÖZELLİĞİ BAĞLAMINDA GİRİŞİMCİLİK YÖNELİMİNE ETKİSİ VE BİR ARAŞTIRMA

Bilimsel çalışmalar, çalışmanın amacı, yöntemi, kapsamı ve beklenen sonuçlar ile gerçekleşen sonuçların ortaya etkin bir şekilde koyulmasıyla başarıya ulaşır. Bu nedenle araştırmanın sınırları iyi belirlenmeli ve açıkça ortaya konulmalıdır.

Bu bölümde araştırmanın amacına uygun olarak belirlenmiş olan, araştırmanın amacı, kapsamı, önemi ve sınırlılıklarından bahsedilecektir. Daha sonrasında, araştırma problemi, araştırma sorusu ve bunlara bağlı olarak oluşturulan ana hipotez ile bu hipotez üzerinden gerçekleştirilen testlerin ve araştırmanın sonucu açıkça belirtilecektir.

5.1. Araştırmanın Amacı

Bir örgütün başarıya ulaşabilmesi ve hedeflerini gerçekleştirebilmesi, çalışanların bireysel çabaları ile örgütsel çabanın birleşmesiyle mümkündür. Girişimcilik faaliyetlerinde, bireysel davranış ve tutumların örgüt hareketlerini etkilediği ve örgütsel çabaların girişimcilik davranışını meydana getirdiği görülmüştür. Örgütlerdeki girişimciliği etkileyen faktörler; örgüt yapısı, kültürü, örgüt üyelerinin kişilik profilleri olduğu gibi asıl örgütü girişimci yapan örgütsel hareketlerdir (Covin ve Slevin 1991, 8). Girişimcilik açısından bu davranışsal kararlar yönetim tarafından alınmaktadır. Bu haliyle girişimcilik, rekabet avantajı elde etmek, çevresel değişimleri yakalamak ve stratejik hedeflere ulaşabilmek için örgüt seviyesi bir davranış olarak tanımlanabilir (Altuntaş ve Dönmez, 2010, 52). Çalışan profilinin girişimcilik özellikleri örgütlere yansıdığı taktirde örgütsel girişimcilik faaliyetleri gerçekleşir ve örgütsel hedeflere ulaşma sağlanmış olur (Covin ve Slevin, 1991, 9). Sonuç olarak, girişimcilik yönelimi faaliyetleri örgütsel amaçları gerçekleştirebilmek adına yöneticiler tarafından planlanan faaliyetlerdir. Bu süreçte bireysel düzeydeki çalışan davranışları örgüt davranışlarını etkilediğinden, örgüt ve bireysel düzeydeki davranışlar çoğu kez eş anlamlı olarak kullanılır (Covin ve Slevin, 1991, 8).

Günümüzdeki rekabet koşulları ve teknolojik değişimlerde yaşanan hız dikkate alındığında, örgütlerin varlığını sürdürebilmesi ve benzer rakipleri arasından sıyrılıp lider konuma geçebilmesi için bazı özelliklere sahip olması gerekir. Bu özelliklerden şüphesiz listenin ilk sırasında yer alacak olan faktör; nitelikli ve iyi eğitilmiş iş gücüdür. Böylesine bir iş gücünü aynı örgüt içerisinde bir araya getirmenin yanı sıra, bu gücü etkili kullanmak ve yönetmekte gereklidir. Bu noktada, çalışanların motivasyonunu sürekli kılmak ve örgütsel bağlılığını sağlamak gerekir. Tüm bu sürecin etkin bir şekilde yönetilmesi olumlu bir örgüt iklimi varlığı ile mümkündür. Ancak olumlu bir iklimin varlığı çalışanı mutlu edecek, performansını artıracak, örgüte ve topluma fayda sağlayacak ve girişimci örgüt gerekliliklerini yerine getirebilecektir. Bu nedenle örgütlerin tüm bu dinamikleri sağlaması için örgüt iklimi ve kültür çok önemli bir yere sahiptir (Yüceler, 2009, 446). Örgüt iklimi, örgüt kültürünün üyeler tarafından hissediliş şeklidir. Örgüt ikliminin önemli işlevleri arasında; birey-örgüt amaçlarının aynı paydada buluşması, örgüt üyelerinin davranış ve tutumlarının düzenlenmesi, örgüt kültürünün benimsetilmesi, çatışma ortamının yönetilmesi ve bireyin örgüte olan katkısının artırılması vardır (Yüceler, 2009, 446). Bu bağlamda, girişimciliğin temellerini oluşturan yenilikçilik, risk alma ve öngörülülüğün örgüt içinde oluşturulmasında örgüt ikliminin rolü çok büyüktür.

Örgüt ikliminin sürdürülebilir olmasında ve örgütlerin girişimcilik yönelimi özelliğine sahip olmasında çalışanların kişilik özellikleri de önemli bir faktördür. Kişilik, çalışanların birbirleriyle ve çevresiyle olan ilişkilerinin temelini oluşturur. Örgüt içindeki takım çalışması, aynı hedeflere hep birlikte koşma isteği gibi konularda örgüt içerisinde bulunan çalışanların kişilik özellikleri son derece önemlidir. Çalışanların kişilik özellikleri, girişimciliğe olan yatkınlığını belirleyen unsurlardandır. Bu nedenle örgüt iklimine uyum sağlamada ve girişimcilik yöneliminde kişilik özelliklerinin önemi ortaya çıkar. Dışadönük kişiler, mutlu, neşeli ve etrafına enerji yayan kişilerdir. Bu özellikleri sayesinde çalıştıkları örgütlerde, örgüt ikliminin devamlılığı, çalışanlar arasındaki iletişim ve motivasyon açısından önem arz eder. Yapılan araştırmalar da çoğu girişimcinin dışadönük kişilik özelliklerine sahip olduğunu göstermektedir (Fisher ve Koch, 2008, 22-27).

Araştırmanın amacı, örgüt ikliminin dışadönük kişilik özelliği bağlamında girişimcilik yönelimi üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Bu nedenle çalışmanın

temel amacı; Örgüt İklimi, Girişimcilik Yönelimi ve Dışadönük Kişilik Özellikleri kavramlarının ilişki düzeylerinin tespittir.

Çalışma kapsamında söz konusu soruların cevapları, bilişim sektöründe faaliyet gösteren bir firmadan elde edilecek veriler ile ölçülerek, karşılaştırmalar yapılacaktır.

5.2. Araştırmanın Önemi

Sürekli değişen ve küresel rekabet ortamının var olduğu bir çevrede, örgütlerin başarıyı yakalayabilmesi, öncelikli olarak iç yapılarını bu değişime ayak uydurabilecek şekilde dizayn etmeye bağlıdır. Esnek bir yapıya sahip örgütler, bu özellikleri sayesinde değişen ve gelişen durumlara adapte olabileceklerdir. Bu adaptasyonu sağlayıp, değişimi kendi lehine çevirebilmek, örgüt için girişimcilik faaliyetlerinde bulunmaya bağlıdır. Yapılacak girişimcilik faaliyetlerinin başarıya ulaşması ve örgütsel düzeyde bir davranış biçimine dönüşmesi, örgütlerin literatürde de kabul görmüş ismiyle “Girişimcilik Yönelimi” özelliğine sahip olmasına bağlıdır. Örgütlere ve toplumlara sağladığı avantajları nedeniyle konu üzerine yapılan bilimsel çalışmaların sayısı gün geçtikçe artmaktadır. Bu nedenle de girişimcilik yönelimi faaliyeti örgütlerin en temel özelliği olarak karşımıza çıkmaya başlamıştır (Westfall, 1969; Khandwalla, 1977; Miller, 1983; Guth ve Ginsberg, 1990; Lumpkin ve Dess, 1996; Sharma ve Chrisman, 1999; Dess ve diğ., 2003; Wiklund ve Shepherd, 2005; Kaya, 2006; Hayton ve Kelley, 2006; Çetindamar ve Fiş, 2007; Bulut ve diğ., 2008).

Girişimcilik yönelimi özelliğine sahip örgütler, dinamik yetenekleri olan, yeni kurumsal stratejiler geliştirme şansı yakalayan, yeni pazarlara girebilen, yeni yetenekler kazanabilen, yenilikçi programlar ortaya koyabilen ve yeni girişimleri oluşturup, geliştirebilen örgütlerdir.

Literatür incelendiğinde özellikle batı ülkelerinde konu ile ilgili bilimsel çalışmalarda ciddi bir artış söz konusudur. Ülkemizde de konu ile ilgili çalışmaların sayısı yavaş yavaş artmaya başlamıştır. Bilişim sektöründe çalışan firmalar, teknolojik gelişmelerin merkezinde olan ve bu gelişime yön verebilen firmalardır. Bu nedenle bilişim sektöründeki firmaların girişimcilik yönelimini anlamak, yapacakları girişimlerde başarılı olmalarını sağlayabilmek adına oldukça önemlidir.

Bu çalışma kapsamında, bilişim sektöründe faaliyet gösteren bir firmadaki örgüt üyelerinin girişimcilik yönelimi, örgüt iklimi ve dışadönük kişilik özelliği

konusundaki algıları değerlendirmeye alınacaktır. Bu konuda bir model oluşturulmaya çalışılacak ve oluşturulan model test edilecektir. Araştırmaya konu olan değişkenlerin arasındaki ilişkinin tespiti, modelin oluşturulması ve elde edilecek sonuçların kullanılması ile örgütlerin girişimcilik yönelimi faaliyetlerinde başarı elde etme şansının artacağı öngörülmektedir.

5.3. Araştırmanın Kapsamı ve Sınırlılıklar

Araştırma kapsamında; örgüt iklimi, girişimcilik yönelimi ve dışadönük kişilik kavramları ele alınacaktır. Araştırma neticesinde ulaşılmak istenen sonuç; örgüt iklimi, girişimcilik yönelimi ve dışadönük kişilik kavramları arasındaki ilişkinin tespiti ve örgüt ikliminin girişimcilik yönelimi üzerindeki etkisinde dışadönük kişilik özelliğinin ılımlaştırıcı rolünün ölçülmesidir.

Araştırma kapsamındaki kavramlar bilişim sektöründe faaliyet gösteren bir firma üzerinde test edilecektir. Bilişim sektörü, ülke ekonomisi için önemli gelir kaynaklarının başında gelir. Günümüzde bilişim sektöründe faaliyet gösteren firmalar çok hızlı gelişmekte ve değişmektedir. Faaliyet kolu nedeniyle teknolojinin nabzını tutmakta ve bazı durumlarda teknolojiye yön vermektedirler. Yaptıkları yenilik ve gelişmelerle gerek ülke çapında gerekse de dünya piyasasında söz sahibi olabilmektedirler. Bu özellikleri nedeniyle, bilişim sektöründe faaliyet gösteren firmaların girişimcilik yönelimine sahip olmaları gerekir. Bu amaçla, gerçekleştirilen çalışma ile bilişim sektöründe faaliyet gösteren firmaların, girişimcilik yönelimi özelliklerine sahip olup olmadığı, bu sistemi etkin bir şekilde işletecek örgüt iklimi özelliklerinin neler olduğu, örgüt ikliminin girişimcilik yönelimi üzerindeki etkisini ve çalışanların dışadönük kişilik özelliklerinin bu iki değişken üzerinde herhangi bir ılımlaştırıcı rolü olup olmadığı konularına açıklık getirilmeye çalışılacaktır.

Araştırmanın bir diğer sınırlılığı, araştırma örneklemini oluşturan çalışanların algıları olacaktır. Sosyal Bilimler alanında yapılan çalışmalarda insan faktörü çok önemli olduğu için, anket sorularına katılımcıların verdikleri cevapların objektif olamayabileceği ifade edilmek istenen bir husustur.

Araştırmadaki bir diğer kısıt ise, araştırmanın yalnızca İstanbul ilinde teknopark bölgesinde bilişim sektöründe faaliyet gösteren tek bir firma üzerinde uygulanmış olmasıdır. Çıkan sonuçların genişletilebilmesi, literatüre farklı bakış açıları

getirilmesi açısından, farklı illerde ve farklı sektörlerde faaliyet gösteren örgütlerin incelenmesi araştırma sonuçlarının farklılık göstermesi ve konuya farklı ufuklar oluşturabilmesi açısından önem arz etmektedir.

5.4. Araştırma Metodolojisi

Bu bölümde araştırmaya konu olan verilerin toplama süreci, veri toplama araçları, elde edilen verilerin analizleri vb. konular ele alınacaktır.

5.4.1. Ölçüm Aracının Hazırlanması

Bu araştırma, kavramsal, teorik ve uygulamalı bir çalışmadır. Kavramsal ve teorik kısımda, örgüt iklimi, girişimcilik yönelimi ve dışadönük kişilik kavramları literatürden yararlanılarak tanımlanmış ve bu kavramlara ilişkin yaklaşımlar detaylı bir biçimde ele alınmıştır. Araştırmanın uygulama kısmında ise veri toplama aracı olarak anket kullanılmış; bilişim sektöründe faaliyet gösteren bir firmada çalışan kişilerin bu kavramlar üzerine algıları bir anket uygulaması ile ölçümlenmeye çalışılmıştır. Anket yöntemi, geniş katılımcı kitlelere uygulanabilmesi, çok sayıdaki veriyi kısa bir zamanda ve kolay bir şekilde toplama olanağı sağlayabilmesi, çok sayıdaki katılımcıya aynı sorular sorularak bir örnekliğin sağlanması ve elde edilen verilere istatistiksel analizlerin kolay bir şekilde uygulanabilmesi açısından bilimsel çalışmalarda sıkça kullanılan ölçüm araçlarından (Gürbüz ve Şahin, 2014, 173). Yapılan kapsamlı literatür çalışmasından sonra, değişkenleri en iyi ölçümleyebilmesi açısından, uluslararası yazında güvenilirliği ve geçerliliği kanıtlanmış ve farklı çalışmalarla test edilmiş ölçekler kullanılmıştır. Çalışanların algıladıkları örgüt ikliminin, girişimcilik yönelimine etkisini dışadönük kişilik özelliği bağlamında ölçen bir anket formu oluşturulmuş ve EK 1’de gösterilmiştir.

Bu araştırmada kullanılan anket formu; cevaplayacak kişilere hitaben yazılmış bir ön bilgi yazısı ile başlayarak, dört ana bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde, katılımcıların demografik özelliklerini belirleyen cinsiyet, yaş, eğitim durumu, kıdem vb. gibi sorular bulunmaktadır. İkinci bölümde, girişimcilik yönelimini ölçümlemeye yönelik sorular yer almaktadır. Üçüncü bölüm, örgüt iklimi algısının ölçülmesine yönelik soruların olduğu kısımdır. Dördüncü ve son bölümde ise, dışadönük kişilik özelliklerini ifade eden sorular bulunmaktadır.

5.4.1.1. Girişimcilik Yönelimi Ölçeği

Girişimcilik yönelimi ölçeği ilk olarak 1977 yılında Khandwalla tarafından oluşturulmuştur. Daha sonrasında çeşitli araştırmacılar tarafından kullanılmaya başlanan bu ölçek yenilik, risk alma, öngörölülük, saldırgan rekabetçilik ve özerklik olmak üzere beş boyut olarak geliştirilmiştir (Covin ve Slevin, 1989; Lumpkin ve Dess, 1996). Literatüre bakıldığında, ölçeğin beş boyutlu halinin ender olarak kullanıldığđ görölmektedir (Hughes ve Morgan, 2007). Ölçek son ve yaygın olarak kullanılan halini Covin ve Lumpkin (2011)'in çalışmasıyla almış ve risk alma, yenilik ve öngörölülük olarak üç boyuta indirgenmiştir. Araştırmacılar bu üç boyuttan birisinin eksik olması halinde girişimcilikten bahsetmenin mümkün olmadığını ifade etmişlerdir. (Covin ve Lumpkin, 2011, 862). Bu nedenle, çalışmamızda da daha iyi sonuçlar vereceği düşünölerek, Covin ve Slevin (1989)'inin geliştirdiğ ölçekten faydalanılmıştır. Bu ölçek 3 boyut ve her boyut 3 maddeden oluşacak şekilde toplam 9 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin boyutları; yenilikçilik (GY), öngörölülük (GO) ve risk alma (GR) şeklindeyir. Ölçekte cevaplar 5'li likert ölçeği ile alınmaktadır. Covin ve Slevin (1989) tarafından geliştirilen bu ölçeğin Cronbach alfa güvenirlik katsayısı 0,87'dir.

5.4.1.2. Örgüt İklimi Ölçeği

Çalışmanın örgüt iklimi ölçeği kısmında, Bock ve diğ. (2005) tarafından Kore'de faaliyet gösteren firmaların örgüt iklimi özelliklerini araştıran çalışmasında kullanılan örgüt iklimi ölçeği kullanılmıştır. Bu çalışmadaki örgüt iklimi boyutları; bağ kurma, adalet ve yenilikçiliktir. Yenilik boyutu girişimcilik yönelimi alt boyutlarında kullanıldığđ için, bu kısımda sadece bağ kurma ve adalet alt boyutları kullanılmıştır. Örgüt İklimi – Girişimcilik Yönelimi ilişkisinde iletişim önemli bir değişken olduğu için çalışmadaki iletişim boyutu ise, Coda ve diğ. (2015)'nin çalışmasından alınmıştır. Sonuç olarak örgüt iklimi ölçeğinde kullanılan alt boyutlar; Bağ Kurma, Adalet ve İletişim olarak belirlenmiştir. Bu boyutların güvenirlik katsayısı Bağ Kurma (0,898), Adalet (0,870) ve İletişim (0,786) olarak belirlenmiştir. Örgüt iklimi ölçeği 3 boyutu ölçöllemek üzere toplam 15 sorudan oluşmaktadır. Ölçekteki sorular; 4 soru bağ kurma, 3 soru adalet ve 8 soru da iletişim olarak dağılmaktadır. Ölçekte cevaplar 5'li likert ölçeği ile alınmaktadır.

5.4.1.3. Dışadönük Kişilik Özelliği Ölçeği

Kişilik özellikleri ölçeği, insanların kişilik özelliklerini belirleyebilmek amacıyla oluşturulmuş ve günümüzde birçok çalışmada kullanılmaktadır. “Beş Faktör Kişilik Ölçeği” olarak adlandırılan bu ölçek, Costa ve McCrae (1987) tarafından geliştirilmiş ve Türkçe’ye uyarlaması Somer ve arkadaşları (2002) tarafından yapılmıştır. Ölçek toplamda 25 sorudan oluşmaktadır. Bu 25 soru, dışadönüklük, uyumluluk, sorumluluk, duygusal denge ve deneyime açıklık olmak üzere 5 alt boyuttan oluşmaktadır. Ölçekteki ilk 5 soru dışadönüklük boyutu ile ilgilidir. Bu çalışmanın kapsamı ve ilişkileri gereği ölçeğin yalnızca dışadönüklük boyutu ile ilgili olan soruları kullanılmıştır. Ölçeğin güvenilirlik analizi değeri 0,85 olarak belirlenmiştir.

5.4.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni İstanbul ili teknopark bölgesinde bilişim sektöründe faaliyet gösteren bir firma olup, örnekleme de bu firmada çalışan 175 kişiden oluşmaktadır. Araştırmanın uygulama kısmı Ocak – Şubat 2019 tarih aralığında gerçekleştirilmiştir. Araştırmada seçilen örneklemin ana kütleyi temsil ettiği varsayılmıştır. Söz konusu işletmede toplam 500 çalışan bulunmaktadır. Ana kütleden %95 güvenilirlik sınırları ve %5 hata payı içerisinde olacak şekilde örneklem büyüklüğü 175 kişi olarak belirlenmiş ve bu sayıda anket çalışanlara uygulanmıştır.

5.4.3. Veri Toplama ve Değerlendirme Tekniği

Araştırmada demografik değişkenlere ait sorular ve örgüt iklimi, girişimcilik yönelimi ve dışadönük kişilik değişkenlerine ait ölçekler bir araya getirilerek Ek-1’de verilmiş olan anket formu kullanılmıştır.

Anket formu ile elde edilen veriler SPSS paket programı yardımıyla analiz edilmiştir. Ölçeklerin örnekleme uyumluluğunu belirlemek için yapı geçerlikleri faktör analizi kullanılarak yapılacaktır. Ölçeklerin güvenilirlik analizleri Cronbach alfa güvenirlik katsayısı kullanılarak belirlenecektir. Değişkenler arası ilişkiler ve dışadönük kişilik özelliğinin ılımlaştırıcı etkisinin ölçümünde istatistiksel analizler yapılacaktır.

5.5. Araştırmanın Hipotezi ve Modeli

Örgüt iklimi, örgüt üst yönetimi tarafından belirtilen ve örgütün tüm üyelerinin davranışını etkileyen bir örgütün tüm içsel yönlerini ifade eder. Örgüt iklimi;

bağlılık, güven, aidiyet duygusu, örgütlenme ve iş tatmini için sahiplenme gibi çeşitli faktörlere dayanır (Arabacı, 2010). Ayrıca, çalışanların tutumlarını geliştirerek, örgüte ait genel kavramları nasıl kavrayacaklarını belirtir (Luthans ve diğ., 2005). Örgüt iklimi, çalışanların olay algıları, örgütsel yöntem ve davranışlar olarak tanımlanabilir (Anderson, 2002).

Girişimcilik yönelimi, yeni ürünler ve uygulamaların geliştirilmesi ve mevcut prosedürlerin iyileştirilmesini içerir. Knight (1997), üretim teknikleri ve teknoloji gibi ürün ve hizmetlerin, örgütlerin, üretim, inovasyon ve girişimciliğinin bir parçası olarak geliştirilmesini ve iyileştirilmesini ele alır. Literatürde yapılan birçok çalışma, yönetim politikaları ve faaliyetleri ile örgütsel iklim arasındaki ilişkileri doğrulamaktadır (Wilson, 2005).

İşletmelerde organizasyon yapısı ile üst yönetim karar verme tarzı arasında teorik bir ilişki olduğu zaman, girişimcilik eğilimleri ile stratejik tepkiler arasında da pozitif bir ilişki olacaktır (Nayager ve Vuuren, 2005).

Yönetimin adil ve olumlu tutumu, çalışanların bu tutuma saygı duymalarına neden olacak ve bu durum yöneticilerine ve organizasyona olan güvenlerine katkıda bulunacaktır. Çalışanların kaynaklara, bilgilere ve desteklere erişebildiği bir ortamda, öğrenme fırsatları doğacak ve bu çalışanların yeteneklerini geliştirmesine neden olacaktır (Rhodes, 2001).

Kişilik, insanların tutum, davranış, yetenek, üslup, dış görünüm, çevreye uyum gibi bireye özgü özelliklerinin toplamıdır. Kişilik kavramına ait çok farklı tanım yapılmakla birlikte, bu konu uzun yıllardır psikoloji alanında araştırılmıştır. Araştırmacılar ve psikologlar, insanların neden birbirlerinden farklı olduklarını, insanların benzer durumlarda neden farklı davrandıklarını, bazılarının neden daha mutlu olduklarını ve bazılarının neden daha başarılı olduklarını bulmak için uzun yıllardır insanları araştırdılar. Zaman içinde kişilik kavramı sosyal bilimler için de önemli hale gelerek, kimler girişimci olur, insanlar neden girişimciliğe yönelir gibi sorular da gün yüzüne çıkmaya başlamış ve yapılan araştırmalar neticesinde, girişimcilerin sıradan insanlardan farklı davranıp, düşündükleri belirlenmiştir. Bazı kişilik özelliklerinin girişimcilik davranışıyla ilişkilendirildiği ve araştırmacıların dikkatini çektiği görülmüştür. Başarma ihtiyacı, risk alma, yenilikçilik, belirsizlik toleransı, kontrol odağı, özerklik ihtiyacı gibi bazı kişilik özelliklerinin, girişimcilik

yönelimi ile bağlantılı olduğu ortaya çıkmıştır. Girişimcilik yönelimi araştırmalarıyla ilgili öne çıkan önemli kişilik özellikleri ise, yenilikçilik, risk alma ve öngörülülüktür (Dinis ve diğ., 2013).

Yapılan araştırmalarda, örgütsel iklim ile yaratıcılık ve yenilikçilik arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür (Joanna, 2006). Ayrıca, iç kontrol odağına sahip çalışanların yüksek normatif ve etkileyici taahhütlere sahip olma olasılıkları daha yüksektir (Mehsoon ve Saima, 2010).

Davidsson ve arkadaşları (2001), yapısal faktörler ve örgütsel prosedürden kaynaklanan özgürlük ve teşvik arasında bir ilişki olduğunu ortaya koymuş ve söz konusu unsurlar takip edilirse, girişimcilik faaliyetinin aşağıdan yukarıya doğru olacak şekilde, bağımsız birimler ve grupların desteklendiği, riskten bağımsız ve bürokrasinin en az olduğu, esnek bir örgüt yapısı oluşturacaktır (Davidson ve diğ., 2001).

Snipes ve arkadaşları (2004), işyerinde güven ile örgütsel girişimcilik arasında anlamlı bir ilişki elde etmişlerdir. Güven, yenilikçilik üzerinde iletişim yoluyla olumlu bir etkiye sahiptir. İletişim kanallarının açılması, güveni artırır (Snipes ve diğ., 2004).

Brianing (2004) girişimcilik ve yönetim performansı arasındaki ilişkiyi incelediği çalışmada, 120 kişilik bir örneklem kullanarak girişimcilik ile işletme performansı arasında bir ilişki olduğunu göstermiştir (Brianing, 2004).

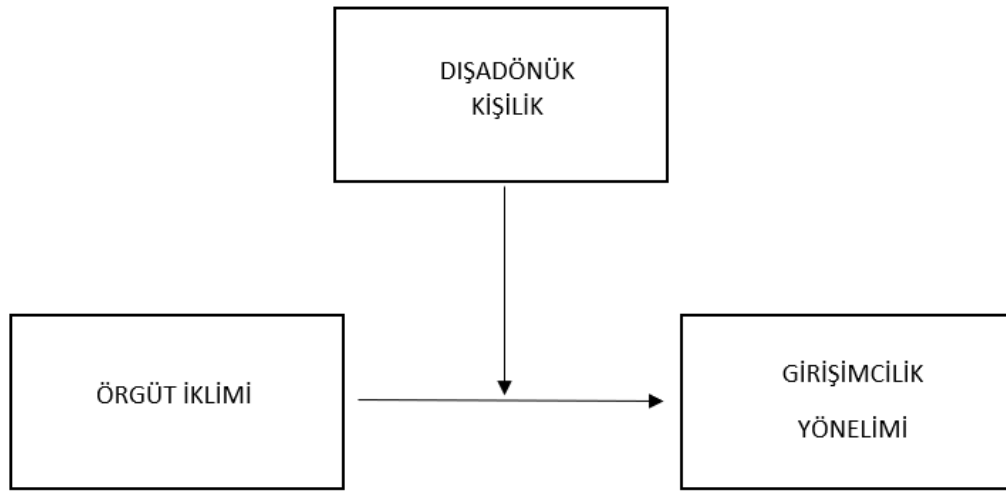
Hurley ve Holt tarafından yapılan bir araştırmada, öğrenme ve gelişme, organizasyonda karar alma sürecine katılım, yönetim desteği, organizasyondaki gücün koordinasyonu ve yoğunlaşması, iletişim, çatışma ve risk toleransı ve inovasyon gibi organizasyonel iklim boyutları arasındaki ilişki araştırılmıştır. Sonuçlar, en önemli inovasyon sonuçlarının katılım kararsızlığı ve örgütsel öğrenme ve büyümede görüldüğünü göstermektedir. Örgütsel iklim, öğrenme ve gelişme, örgütsel karar alma sürecine katılım ve yönetim desteği ile yenilikçilik arasında pozitif bir ilişki vardır (Hurley ve Hult, 1998).

West (1990) tarafından yapılan çalışmada, çalışma gruplarının ve örgütsel iklimin yeni ve orijinal fikir ve değerleri kabul etmek için en uygun çalışma ortamını yarattığını göstermiştir (West, 1990).

Tüm bu çerçeveden hareketle; örgüt ikliminin girişimcilik yönelimi üzerinde etkisi olduğu ve bu etkide kişilik özelliklerinden dışadönüklüğün ılımlatıcı bir rolü olduğu düşünülmektedir. Bu kapsamda çalışmanın ana hipotezi şu şekildedir:

H₁: Çalışanların algıladıkları örgüt iklimi ile girişimcilik yönelimi arasındaki ilişkide dışadönük kişilik özelliğinin ılımlatıcı rolü vardır.

Yukarıdaki hipotez doğrultusunda araştırmanın modeli Şekil 5.1’de belirtildiği gibi oluşturulmuştur.



Şekil 5.1: Araştırma Modeli

5.6. Verilerin Analizleri ve Bulgular

Anket formu ile elde edilen veriler SPSS programı ile analiz edilmiştir. Analiz aşamasında öncelikli olarak faktör analizi yapılacak ve bu şekilde modeli oluşturan değişkenlerin ölçümleri ve modeli karşılama yeterliliği test edilecektir. İkinci olarak, bağımlı ve bağımsız değişken arasındaki ilişki test edilerek bu ilişkideki ılımlatıcı değişkenin rolü ortaya koyularak analiz tamamlanacaktır.

5.6.1. Ölçeklerin Faktör Analizi

Faktör analizi, önceden geliştirilen, başka araştırmalarda kullanılmış veya kuramsal bir dayanağı bulunan ölçeklerin ya da modelin doğruluğunu teyit etmek için

gerçekleştirilen analizdir. Yani, ölçüm aracında kullanılan kavramların veri tarafından doğrulanıp doğrulanmadığıdır (Gürbüz ve Şahin, 2014, 301).

Faktör analizinde veri setinin uygunluğunu test etmek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği testi ile Bartlett küresellik testi uygulanır. KMO testinde sonuçların 0,70'in üzerinde olması ve Bartlett küresellik testinde “p” değerinin 0.05'ten küçük olması veri setinin faktör analizine uygunluğunu ifade etmektedir. Bu nedenle ölçek bazında faktör analizi öncesi her bir ölçeğe KMO örneklem yeterliliği testi ile Bartlett küresellik testi uygulanmış, sonrasında çıkan sonuca göre faktör analizleri yapılmıştır.

5.6.1.1. Örgüt İklimi Ölçeği Faktör Analizi

Çalışmada kullanılan örgüt iklimi ölçeği 15 sorudan oluşmaktadır. Bu sorulara göre oluşturulan ölçeğin KMO örneklem yeterliliği testi ile Bartlett küresellik testi sonuçları Tablo 5.1'deki gibidir.

Tablo 5.1: Örgüt İklimi Ölçeği KMO ve Bartlett Küresellik Testi Sonuçları

Değişken	Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)	Bartlett Küresellik Testi
Örgüt İklimi	0,931	0,000

Buna göre örgüt iklimi ölçeğine ait KMO değerlerinin 0,70'den büyük olduğu ve Bartlett testi sonuçları 0,05'ten küçük bulunmuştur. Bu sonuçlara göre veri seti faktör analizi için uygundur. Ölçeklere uygulanan güvenilirlik analizi için kullanılan temel analiz Cronbach's Alpha (α) değerinin bulunmasıdır. Tüm sorular için elde edilen α değeri o anketin toplam güvenilirliğini gösterir ve 0,7'den büyük olması beklenir, bu değerden düşük α değerleri anketin zayıf güvenilirliği olduğunu gösterir. Örgüt iklimi ölçeğinin güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 5.2'deki gibidir.

Tablo 5.2: Örgüt İklimi Ölçeği Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Cronbach's Alpha Değeri	Gözlem Sayısı
0,945	15

Tablo 5.2'deki Cronbach's Alpha (α) değeri 0,8'den büyük olduğu için örgüt iklimi ölçeğinin yüksek güvenilirliğe sahip olduğu görülmektedir.

Ölçeğin faktör analizi sonuçları ise aşağıdaki Tablo 5.3'te görülebilir.

Tablo 5.3: Örgüt İklimi Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

Örgüt İklimi Ölçeği	Bağ Kurma	Adalet	İletişim
İşletmemizde çalışanlar birbirleri ile yakın ilişki içerisindeyler.	0,774		
İşletmemizde çalışanlar birbirlerinin bakış açılarını fazlasıyla önemser.	0,723		
İşletmemizde çalışanların takımadaşlık duyguları çok güçlüdür.	0,851		
İşletmemizde çalışanlar birbirleri ile sıkı iş birliği halindedirler.	0,838		
Yöneticimin değerlendirmelerine güvenirim.		0,842	
İşletmemizde bana verilen hedefler mantıklıdır.		0,761	
Yöneticim hiçbir çalışana ayrıcalık tanımaz		0,741	
İşletmemizde işimi yapmam için gerekli olan bilgi, açık ve objektif olarak iletilir.			0,762
İşletmemizde değişiklikler önceden ilan edilir ve açıklanır			0,694
İşletmemizde yapılan iş toplantılarının sayısı, çalıştığım yerde neler olduğu konusunda insanları bilgilendirmek için yeterlidir.			0,674
İşletmemizde, farklı iletişim kanallarından gelen bilgiyi seçmek için az zaman harcarım.			0,582
İşletmemizde bilgi bütün çalışanlara eşit seviyede dağılır.			0,742
İşletmemizde iletişim tamamen karşılıklıdır. Herhangi sürpriz veya beklenmeyen tepki için endişe etmeye gerek yoktur.			0,68
Faaliyetlerimi yeterli seviyede icra etmek için gerekli olan bilgileri, İşletmemizin diğer bölümlerinden kolaylıkla elde ederim.			0,69
İşletmemizde iletişim ağı hızlı ve etkilidir			0,731

Faktör analizi tablosundan da görülebileceği gibi örgüt iklimi (15 soru), bağ kurma (4 soru), adalet (3 soru) ve iletişim (8 soru) olmak üzere 3 faktörden oluşmuştur.

5.6.1.2. Girişimcilik Yönelimi Ölçeği Faktör Analizi

Çalışmada kullanılan girişimcilik yönelimi ölçeği 9 sorudan oluşmaktadır. Bu sorulara göre oluşturulan ölçeğin KMO örneklem yeterliliği testi ile Bartlett küresellik testi sonuçları Tablo 5.4'teki gibidir.

Tablo 5.4: Girişimcilik Yönelimi Ölçeği KMO ve Bartlett Küresellik Testi Sonuçları

Değişken	Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)	Bartlett Küresellik Testi
Girişimcilik Yönelimi	0,829	0,000

Buna göre girişimcilik yönelimi ölçeğine ait KMO değerlerinin 0,70'den büyük olduğu ve Bartlett testi sonuçları 0,05'ten küçük bulunmuştur. Bu sonuçlara göre veri seti faktör analizi için uygundur. Girişimcilik yönelimi ölçeğinin güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 5.5'teki gibidir.

Tablo 5.5: Girişimcilik Yönelimi Ölçeği Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Cronbach's Alpha Değeri	Gözlem Sayısı
0,860	9

Tablo 5.5'deki Cronbach's Alpha (α) değeri 0,8'den büyük olduğu için örgüt iklimi ölçeğinin yüksek güvenilirliğe sahip olduğu görülmektedir.

Ölçeğin faktör analizi sonuçları ise aşağıdaki Tablo 5.6'da görülebilir.

Tablo 5.6: Girişimcilik Yönelimi Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

Girişimcilik Yönelimi Ölçeği	Yenilikçilik	Risk Alma	Öngörölülük
Genel olarak, İşletmemizde üst yönetim yenilikçiliğe önem verme yerine denenmiş ve başarılı olmuş ürün ve hizmetleri pazara sunmayı tercih eder.	0,635		
Son 5 yıl içinde piyasaya sunulan çok sayıdaki yeni ürün ve hizmet dikkate alındığında İşletmemizin hemen hemen hiçbir yeni ürün ya da hizmet pazarlamadığı görölmektedir.	0,686		
İşletmemizde ürün ve hizmet bazındaki değişiklikler genellikle geniş kapsamlı ve köklü değil aksine iyileştirmeler şeklindeyir.	0,62		
İşletmemiz, genel olarak rakiplerin daha sonra takip edeceği yeni ve öncü uygulamaları başlatmak yerine rakipleri takip edip onların hamlelerine cevap verir.		0,746	
Rakiplerle kıyaslandığında, işletmemiz, yeni ürünler ve hizmetler sunmada, yeni yönetim ve operasyon yöntemleri uygulamada nadiren öncü rolündeyir.		0,664	
İşletmemizde üst yönetim, rakiplerinin önüne geçmek için, pazara yeni ürünler sunmak ve yeni fikirler uygulamak yerine, “lideri takip etmek” eğilimindedir.		0,767	
İşletmemizde üst yönetim, büyük geri dönüş şansı olan yüksek riskli projeler yerine, garantili ve normal dönüşü olan düşük riskli projeleri tercih eder.			0,753
İşletmemizde üst yönetim, işletme amaçlarını gerçekteştirirken çevre koşullarına uyumda cesur ve geniş kapsamlı politikalar yerine, özenli ve dar kapsamlı politikaları tercih eder.			0,76
Belirsizlik içeren durumlarda karar verilirken, İşletmemiz, olası getiriyi en üst düzeye çıkarmak amacıyla, cesur ve saldırgan bir tutum takınmak yerine olası zararı en aza indirmek amacıyla, temkinli, “bekle ve gör” yaklaşımını uygular.			0,754

Faktör analizi tablosundan da görölebileceği gibi girişimcilik yönelimi (9 soru), yenilikçilik (3 soru), risk alma (3 soru) ve öngörölülük (3 soru) olmak üzere 3 faktörden oluşmuştur.

5.6.1.3. Dışadönük Kişilik Ölçeği Faktör Analizi

Çalışmada kullanılan dışadönük kişilik ölçeği 5 sorudan oluşmaktadır. Bu sorulara göre oluşturulan ölçeğin KMO örneklem yeterliliği testi ile Bartlett küresellik testi sonuçları Tablo 5.7'deki gibidir.

Tablo 5.7: Dışadönük Kişilik Ölçeği KMO ve Bartlett Küresellik Testi Sonuçları

Değişken	Kaiser-Meyer-Olkin (KMO)	Bartlett Küresellik Testi
Dışadönük Kişilik	0,824	0,000

Buna göre dışadönük kişilik ölçeğine ait KMO değerlerinin 0,70'den büyük olduğu ve Bartlett testi sonuçları 0,05'ten küçük bulunmuştur. Bu sonuçlara göre veri seti faktör analizi için uygundur. Dışadönük kişilik ölçeğinin güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 5.8'deki gibidir.

Tablo 5.8: Dışadönük Kişilik Ölçeği Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Cronbach's Alpha Değeri	Gözlem Sayısı
0,824	5

Tablo 5.8'deki Cronbach's Alpha (α) değeri 0,8'den büyük olduğu için dışadönük kişilik ölçeğinin yüksek güvenilirliğe sahip olduğu görülmektedir.

Ölçeğin faktör analizi sonuçları ise aşağıdaki Tablo 5.9'da görülebilir.

Tablo 5.9: Dışadönük Kişilik Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

Kişilik Özellikleri	Dışadönüklük
Kendimi konuşkan, neşeli, hareketli, arkadaş canlısı, topluluk içinde bulunmaktan hoşlanan birisi olarak görürüm.	0,851
Kendimi yarışmacı, baskın, birisi olarak görürüm.	0,709
Kendimi girişken birisi olarak görürüm.	0,861
Kendimi sosyal, rahat, dikkat çekmekten rahatsız olmayan biri olarak görürüm	0,826
Kendimi çekingen, sessiz, yalnızlığı seven, mesafeli, bireyselci birisi olarak görürüm.	0,65

Faktör analizi tablosundan da görülebileceği gibi dışadönük kişilik (5 soru) tek faktörden oluşmuştur.

5.6.2. Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırma sonuçlarında elde edilen verilerin sınıflandırılması, frekans dağılımlarının yapılması, bu dağılımların ortalama, standart sapma vb. ölçülerle tanımlanması ve bulguların tablo ve grafiklerle okuyuculara sunulması tanımlayıcı istatistiğin konusudur. Bu bölümde çalışma ile ilgili tanımlayıcı istatistiklere yer verilecektir.

Demografik özelliklerle ilgili katılımcıların yaş ve cinsiyetlerine göre dağılımı Tablo 5.10’da, katılımcıların eğitim durumuna göre dağılımı Tablo 5.11’de, katılımcıların mevcut pozisyonlarında yönetici olarak görev alıp almadığı Tablo 5.12’de ve katılımcıların bulunduğu şirkette ve tüm çalışma hayatındaki çalışma sürelerine göre dağılımı Tablo 5.13 ve Tablo 5.14’te gösterilmiştir.

Tablo 5.10: Katılımcıların Yaş ve Cinsiyetlere Göre Dağılımı

Değişkenler	Gruplar	Frekanslar - (Yüzde)
Yaş	20-29	113 - (%64,6)
	30-39	53 - (%30,3)
	40-49	6 - (%3,4)
	50-59	3 - (%1,7)

Tablo 5.10 - devam

Cinsiyet	Kadın	92 – (%52,6)
	Erkek	83 – (%47,4)

Katılımcıların cinsiyetlerine göre dağılımı incelendiğinde %52,6'sını oluşturan 92 kişinin kadın, %47,4'ünü oluşturan 83 kişinin de erkek olduğu görülmektedir. Söz konusu durum araştırmanın uygulandığı grup düşünüldüğünde hemen hemen eşit olduğu söylenebilir. Araştırma bilişim sektöründe yapıldığı için bu dağılım çok normaldir. Günümüzde kadınların bilişim sektöründeki sayısı her geçen gün daha da artmaktadır. Yaş dağılımına bakıldığında %64,6 yani 113 kişi ile genel katılımcı yaş aralığının 20-29 olduğu görülmektedir. %30,3 ile 30-39 yaş aralığı 2.sırada, %3,4 ile 40-49 yaş aralığı 3.sırada ve %1,7 ile 50-59 yaş aralığı da 4.sıradadır.

Tablo 5.11: Katılımcıların Eğitim Durumuna Göre Dağılımı

Değişken	Gruplar	Frekanslar - (Yüzde)
Eğitim Durumu	Ön Lisans	11 - (%6,3)
	Lisans	122 - (%69,7)
	Yüksek Lisans	32 - (%18,3)
	Doktora	3 – (%1,7)
	Diğer	7 – (%4)

Katılımcıların eğitim durumuna göre dağılımlarına bakıldığı zaman, %69,7 ile lisans mezunları sayısının oldukça yüksek olduğu görülmektedir. 2.sırada ise %18,3 ile yüksek lisans mezunları gelmektedir. Bilişim sektörü düşünüldüğünde katılımcıların eğitim seviyesinin yüksek olması normal bir durumdur.

Tablo 5.12: Katılımcıların Yönetici Rolüne Göre Dağılımı

Değişken	Gruplar	Frekanslar - (Yüzde)
Mevcut Pozisyonunuz “Yönetici” rolünde mi?	Evet	28 - (%16)
	Hayır	147 - (%84)

Katılımcıların mevcut rolleri baz alındığında %84’ü bulunduğu pozisyonda yöneticilik görevleri yapmamaktadır. Yalnızca %16 ile 28 kişi bulunduğu pozisyonda yönetici olarak görev almaktadır.

Tablo 5.13: Katılımcıların Mevcut İş Yerindeki Çalışma Süresine Göre Dağılımı

Değişken	Gruplar	Frekanslar - (Yüzde)
Bu İş Yerindeki Çalışma Süresi	1 Yıl'dan az	39 - (%22,3)
	1-5 Yıl	112 - (%64)
	6-10 Yıl	16 - (%9,1)
	10 Yıl Üstü	8 - (%4,6)

Katılımcıların şuanki iş yerinde olan çalışma süresine bakıldığında, katılımcıların %64’ü 1-5 yıl arasında bu iş yerinde çalışmaya devam etmektedirler. 2.sırada ise katılımcıların %22,3’ünün 1 yıldan az bir süredir bu iş yerinde çalıştıkları görülmüştür.

Tablo 5.14: Katılımcıların Çalışma Hayatındaki Toplam Çalışma Süresine Göre Dağılımı

Değişken	Gruplar	Frekanslar - (Yüzde)
Çalışma Hayatındaki Toplam Çalışma Süresi	1 Yıl'dan az	7 - (%4)
	1-5 Yıl	95 - (%54,3)
	6-10 Yıl	45 - (%25,7)
	10 Yıl Üstü	28 - (%16)

Katılımcıların toplam çalışma hayatındaki çalışma süresine bakıldığında, katılımcıların %54,3'ünün toplam iş tecrübesinin 1-5 yıl görülmektedir. 2.sırada ise katılımcıların %25,7'sinin toplam iş tecrübesinin 6-10 yıl olduğu görülmektedir.

5.6.3. Korelasyon Analizi

Aşağıdaki Tablo 5.15'te değişkenlere ait Pearson korelasyon katsayıları verilmiştir. Bu tablodaki korelasyon analizinde Girişimcilik Yönelimi alt boyutlarından olan Yenilikçilik, Risk Alma ve Öngörülülük, Örgüt İklimi alt boyutlarından Bağ Kurma, Adalet ve İletişim ile Dışadönük Kişilik Özellikleri boyutları arasındaki doğrusal ilişkilerin yönü ve şiddeti incelenmiştir. İlk sütunda değişkenlerin adları, ilk satırda da değişkenlere ait numaralar yer almaktadır. Korelasyon matrisinin köşegeni her zaman 1 rakamından oluşur. Bunun sebebi ise tüm değişkenlerin kendisi ile korelasyonunun her zaman 1 olmasıdır. Korelasyon katsayısı, iki değişken arasındaki doğrusal ilişkinin yönünün ve gücünün ölçülmesinde kullanılır. Bu katsayı -1 ile +1 arasında olmaktadır. -1 ve +1'e yakın olması aradaki ilişkinin güçlü, 0' a yakın olması ise zayıf bir ilişkinin varlığını göstermektedir (Akdeniz, 2006). Değişkenler arasındaki korelasyonlar incelendiğinde girişimcilik yönelimi ve alt boyutları ile örgüt iklimi ve alt boyutları arasında pozitif yönlü ve orta şiddetli korelasyon olduğu görülmektedir. Dışadönük kişiliğin ise yalnızca örgüt iklimi ve örgüt ikliminin alt boyutlarından bağ kurma arasında pozitif yönlü ve orta şiddetli korelasyona sahip olduğu görülmektedir. Korelasyon katsayılarının büyük çoğunluğunun 0,70 değerinin altında olması çoklu doğrusal bağlantı sorunun olmadığı şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 5.15: Değişkenlere Ait Korelasyon İlişkisi

Değişkenler	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Girişimcilik Yönelimi (GY)	1								
GY - Yenilikçilik	,812**	1							
GY - Öngörülülük	,887**	,625**	1						
GY - Risk Alma	,843**	,494**	,619**	1					
Örgüt İklimi (Öİ)	,188*	,194**	,206**	,083	1				
Öİ – Bağ Kurma	,188*	,194**	,206**	,083	1,000**	1			
Öİ - Adalet	,233**	,165*	,272**	,152*	,604**	,604**	1		
Öİ - İletişim	,253**	,190*	,240**	,210**	,646**	,646**	,727**	1	
Dışadönük Kişilik (DK)	,116	,080	,126	,087	,170*	,170*	,074	,133	1

** Korelasyon $p < 0.01$, * Korelasyon $p < 0.05$ seviyesinde anlamlıdır.

5.6.4. Regresyon Analizi

Regresyon analizi bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkileri göstermek ve araştırmayı modellemeye yardımcı olmak amacıyla kullanılan bir yöntemdir (Hair ve diğ., 1998). Bu bölümde SPSS paket programında regresyon analizi yapılarak araştırma hipotezi ve modeli test edilmiştir. Değişkenler arasında araştırılan ilişkilerin daha iyi anlaşılabilmesi için araştırmanın kavramsal modeli aşağıdaki Şekil 5.2’de belirtildiği gibidir.



Şekil 5.2: Araştırmanın Kavramsal Modeli

İki değişken arasındaki ilişkinin üçüncü bir değişkenin değerine bağlı olup olmadığını belirlemek için moderatör değişkenler kullanılır. Moderatör değişkenin etkisini belirlemek için ise çoklu regresyon modeli kullanılır. Bu analiz genel olarak moderatörlü çoklu regresyon olarak adlandırılır (Aguinis, 2004). Moderatör analizinde kullanılacak tüm değişkenlerin standardize edilmesi gereklidir. Çeşitli istatistiksel paket programı eklentileri bu süreci otomatik olarak yapmaktadır. Standardize edilen değişkenlerin ZScore ile oluşturulmuş yeni halleri birbiri ile çarpılarak yeni bir değişken oluşturulur ve bu değişken moderatör (ılımlatıcı) etkiye sahip olacak değişkeni ifade eder. Bu işlemin ardından normal doğrusal regresyon analizi yapılarak sonuçlar elde edilir. Modelin anlamlılığı testinin sonuçları Tablo 5.16'daki gibidir.

Tablo 5.16: Regresyon Modelinin Anlamlılık Sonuçları

Model	R	R ²	Düzeltilmiş R ²	Tahminin Std. Hatası
1	,287 ^a	0,82	0,66	7,09764

a. Açıklayıcılar: (Sabit), Moderator, DK, Öİ

Tablo 5.16 incelendiğinde modelin açıklayıcılığının %66 olduğu görülmektedir. Bu sonuç oluşturulan modelin ölçülmek istenen olguları ölçmek için yeterli açıklayıcılığa sahip olduğunu göstermektedir.

Oluşturulan modelin istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığı ise ANOVA testi ile kontrol edilmiştir. Yapılan test sonuçları Tablo 5.17'deki gibidir.

Tablo 5.17: Regresyon Modelinin ANOVA Testi Sonuçları

ANOVA ^b						
Model		Kareler Toplamı	df	Ort. Kare	F	p.
1	Regresyon	774,168	3	258,056	5,123	,002 ^a
	Hata	8614,381	171	50,376		
	Toplam	9388,549	174			

a. Açıklayıcılar: (Sabit), Moderator, DK, Öİ

b. Bağımlı Değişken: GY

Tablo 5.17 incelendiğinde regresyon modelinin anlamlılık düzeyinin 0,05'ten küçük olduğu için anlamlı olduğu görülmektedir.

Bu adımdan sonra modeli oluşturan değişkenlere ait katsayılar ve bu değişkenlerin tek tek anlamlı olup olmadığı kontrol edilir. Analiz sonucu Tablo 5.18'deki gibidir.

Tablo 5.18: Değişkenlerin ANOVA Testi Sonuçları

Katsayılar Tablosu ^a						
Model		Std. Edilmemiş Katsayılar		Standardize Edilmiş Katsayılar	t	p.
		B	Std. Hata	Beta		
1	(Sabit)	19,325	3,261		5,927	,000
	Öİ	,125	,044	,219	2,839	,005
	DK	,159	,145	,081	1,096	,275
	Moderator	,680	,527	,099	1,290	,199

a. Bağımlı Değişken: GY

Tablo 5.18 incelendiğinde modeli oluşturan değişkenlerden sadece örgüt ikliminin istatistiksel anlamlılık düzeyinde girişimcilik yönelimi üzerinde etkisi olduğu görülmektedir. Ilımlaştırıcı değişken olan dışadönük kişilik özelliğinin herhangi bir ılımlaştırıcı etkisi bulunmamıştır. Oluşturulan model ve katsayıları ise şu şekildedir:

$$\text{Girişimcilik Yönelimi} = 19,325 + 0,219 * \text{Örgüt İklimi}$$

Bu modelin sonucunda örgüt ikliminde oluşacak 1 birimlik değişim girişimcilik yönelimini 0,219 birimlik etkileyecektir. Yani örgüt iklimi girişimcilik yönelimi üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahiptir.

6. SONUÇ

Gelişen ve değişen teknoloji ile birlikte küreselleşmenin her geçen gün daha da artması; günlük yaşamımızı olduğu gibi örgütleri de etkilemektedir. Örgütlerde gerçekleşen değişim rüzgârı örgütün her aşamasını olduğu gibi, yönetim biçimlerini de bu sürece dahil etmektedir. Meydana gelen bu değişimler, örgüt üyelerine de yansımakta, iş gücü eğitim düzeyi yükselmekte, kişisel ve örgütsel beklentiler ve hedefler değişim ve dönüşüm geçirmekte ve işletmelerin de farklılaşmasına neden olmaktadır.

Günümüz koşullarında küresel olsun veya olmasın, her işletme çevresindeki faaliyetlerden etkilenmekte ve rekabetçi durumlarla karşı karşıya kalarak, bu zorlu süreçte ayakta kalma ve öne geçebilmek için farklılık yaratmak zorundadır. Bu farklılığı yaratabilmelerinin temel koşulu dinamik olmak ve örgüt yapısını da buna göre dizayn etmekten geçer. Ancak bu yapıya sahip işletmelerde girişimcilik yöneliminden bahsetmek mümkündür. Bu sistemi oluşturabilmek ve sürekli hale getirebilmek için en temel güç insandır. Örgütler, kendi vizyon ve misyonlarına uyacak, örgütü daha ileri taşıyabilecek ve aynı hedeflere yürümek isteyecek kişileri işe aldıktan sonra, bu sistemi sorunsuz işletebilecek örgüt iklimini de oluşturmak zorundadır. Bu sistemde örgüt iklimini benimseyecek ve örgüte fayda sağlayabilecek çalışanların hiç şüphesiz kişilikleri de önem arz etmektedir. Bu nedenle örgütler ulaşmak istedikleri hedefleri gerçekleştirebilecek kişileri, uygun örgüt iklimi ile buluşturarak diğer örgütlere karşı farklılık yaratabilecek bir sistem dizayn etmek zorundadır. Bu bağlamda, çalışmanın amacı; örgütlerin girişimcilik yönelimine katkı sağlayarak, örgüt iklimi, girişimcilik yönelimi ve dışadönük kişilik özelliği arasındaki ilişkiyi açıklayarak, yazına ilave bir bakış açısı ile birlikte katkı sağlamaktır. Bu çalışma ile birlikte bilişim sektöründe faaliyet gösteren bir firma üzerinden örgüt iklimi, girişimcilik yönelimi ve dışadönük kişilik özelliği arasındaki ilişki incelenmiştir. Çalışma kapsamında ilgili başlıklara ait yazın incelenmiş ve yazındaki çalışmalar ışığında çalışmanın hipotezi ileri sürülmüştür. Çalışmanın

hipotezi; “alışanların algıladıkları örgüt iklimi ile girişimcilik yönelimi arasındaki ilişkide dışadönük kişilik özelliğinin ılımlaştırıcı rolü vardır” şeklinde dir.

Araştırmanın başlangıç kısmında bu değişkenleri ölçen ölçeklerin yapı geçerliliğini test etmek için faktör analizi yapılmıştır. Ölçeklere ait tüm veriler, güvenirlik analizi sonuçlarının iyi seviyede olduğu tespit edilmiştir. Sonrasında çalışmanın ana hipotezi; yapılan istatistiksel analizler sonucunda, değişkenler arasındaki ilişki korelasyon testi ile ve ilişkinin etkisi ise regresyon analizi ile ortaya çıkarılmıştır. Yapılan analizler neticesinde örgüt iklimi ile girişimcilik yönelimi arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Yazın incelendiğinde bu ilişkinin yapılan araştırmalar ile tutarlık gösterdiği görülmüştür (Sepehri ve Khayati, 2013, 147; Burton ve diğ., 2004, 80; Ireland ve diğ., 2009, 32; Rangriz, 2012, 101). Örgüt iklimi ile girişimcilik yönelimi arasındaki ilişkide dışadönük kişilik özelliğinin ılımlaştırıcı rolünün olmadığı tespit edilmiştir. Bireyselliği ifade etmeyen örgüt iklimi ve girişimcilik yönelimi kavramlarında üyelerin kişilik yapılarının bu kavramlara bir etkisi olmamaktadır. Yani tüm üyelerin katılımıyla gerçekleşip başarıya ulaşılabilecek bu aktivitelerde, üyelerin kişilik özellikleri dışadönük olsun veya olmasın, uygun bir örgüt iklimi oluştuğunda girişimcilik yönelimi faaliyetleri gerçekleşecektir. Ek olarak kişilik kavramının çok boyutlu ve karmaşık bir yapıya sahip olması nedeniyle tek başına dışadönük kişilik özelliğinin örgüt iklimi ve girişimcilik yönelimi kavramlarının ilişkisinin yapısını veya yönünü dönüştürme gücüne sahip olmayabilir. Bu nedenle kişiliğın diğer boyutlarının da dahil edildiği benzer çalışmalarla konunun içeriği genişletilebilir.

Sonuç olarak; örgüt iklimi ile girişimcilik yönelimi arasında pozitif ve anlamlı bir ilişkinin olduğu ve bu ilişkide dışadönük kişilik özelliğinin ılımlaştırıcı rolünün olmadığı görülmüştür. Örgütler değişen ve gelişim gösteren çevrede varlıklarını sürdürebilmek ve girişimcilik yöneliminde bulunabilmek için uygun örgüt iklimini oluştırmak zorundadır. Araştırmanın hipotezleri neticesinde elde edilen bulgular değerlendirildiğinde şu sonuçlar çıkarılmıştır;

Çalışma ile birlikte örgütlerin girişimcilik yöneliminde bulunabilmesi ve rekabet avantajı kazanabilmesi için örgütte bulunan üyelerin örgüt ile ilgili algılarının çok önemli olduğunu ve üyelerin örgüte ait bakış açıları neticesinde oluşan iklimin girişimcilik yönelimini etkilediğini göstermiştir. Bulunduğu rgte girişimcilik yönelimi yetkinliği kazandırmak isteyen yöneticiler, örgüt içerisindeki iklimi

mutlaka gözden geçirmeli ve çalışanların kendilerini örgütle bağdaştırabileceği uygun örgüt iklimini mutlaka oluşturmalıdır. Aynı zamanda bu çalışma sadece girişimcilik yönelimine dikkat çekmekle kalmayıp, girişimcilik yönelimi ve örgüt iklimi üzerinde etkili olabilecek diğer kavramların da olabileceğinin yolunu açmıştır. Ülkemizin uzun vadedeki hedeflerini gerçekleştirebilmesi için odaklanılması gereken kavramlardan birisi de girişimciliktir. Bu nedenle ülkemizde yapılan bu tarz çalışmalar ile birlikte firma ve yöneticilere başarıya giden yolda, girişimcilik yöneliminde bulunabilmeleri için atmaları gereken adımlar konusunda yardımcı olabilecektir. Çıkan sonuçlar referans alınarak, çalışma daha ileri boyutlara, farklı değişkenler ve farklı sektörler üzerinde denenerek taşınabilir. Bu bakımdan gelecekteki akademik çalışmalara da ilham kaynağı olabileceği ve yazına katkı sağlayacağı umulmaktadır.

KAYNAKÇA

- Abdullaeva, Feruzahon. 2007. “Öğrencilerin Girişimcilik Özellikleri ve İş Değerleri: Kırgızistan, Özbekistan, Azerbaycan ve Türkiye Karşılaştırılması”. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aguinis, Herman. 2004. **Methodology in The Social Sciences. Regression Analysis for Categorical Moderators**. New York, NY, US: Guilford Press.
- Akarsu, Bedia. 1998. **Kişi Kavramı ve İnsan Olma Sorunu**. İstanbul. İnkılap Yayınları.
- Akdeniz, Fikri. 2006. **Olasılık ve İstatistik**. 12. Baskı, Nobel Yay.
- Aksoy, Hande. 2006. “Örgüt İkliminin Motivasyon Üzerine Etkisi”. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Altuntaş, Gültekin, Dilek Dönmez. 2010. Girişimcilik Yönelimi ve Örgütsel Performans İlişkisi: Çanakkale Bölgesinde Faaliyet Gösteren Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. **İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi**. c. 39, s. 1: 50-74.
- Anabela, Dinis, do Paço Arminda, Ferreira João, Raposo Mário, Gouveia Rodrigues Ricardo. 2013. Psychological Characteristics and Entrepreneurial intentions Among Secondary Students. **Education and Training**. c. 8, s. 55: 763-780.
- Anderson, Barbara, Chris Provis, Shirley Chappel. 2002. The Recognition and Management of Emotional Labour in the Tourism Industry. **CRC Sustainable Tourism Research Raport**.
- Antoncic, Bostjan, Evan Douglas, Jason R. Fitzsimmons, Robert Hisrich. 2005. Intrapreneurship in Australian Firms. **Journal of The Australian and New Zealand Academy of Management**. c. 1, s. 11: 17-27.
- Antoncic, Bostjan, Robert D. Hisrich. 2003. Privatization, Corporate Entrepreneurship and Performance: Testing a Normative Model. **Journal of Developmental Entrepreneurship**. c. 8, s. 3: 197-218.

- Antoncic, Bostjan, Robert D. Hisrich. 2004. Corporate Entrepreneurship Contingencies and Organizational Wealth Creation. **Journal of Management Development**. c. 23, s. 6: 518-550.
- Antoncic, Bostjan, Tina Bratkovič Kregar, Gangaram Singh, Alex F. DeNoble. 2015. The Big Five Personality-Entrepreneurship Relationship: Evidence from Slovenia. **Journal of Small Business Management**. c. 3, s. 53: 819-841.
- Arabacı, İmam Bakır. 2010. Academic and Administration Personnel's Perceptions of Organizational Climate (Sample of Educational Faculty of Fırat University). **Procedia-Social and Behavioral Sciences**. c. 2, s. 2: 4445-4450.
- Arslan, Kahraman. 2002. Üniversiteli Gençlerde Mesleki Tercihler ve Girişimcilik Eğilimleri. **Doğu Üniversitesi Dergisi**. c. 1, s. 6: 1-11.
- Asif, Farah. 2011. Estimating the impact of Denison's (1996), What is The Difference Between Organizational Culture And Organizational Climate? A Native's Point Of View On A Decade Of Paradigm Wars. **Journal of Business Research**. c. 5, s. 64: 454-459.
- Aslan, Gonca, Aylin Araza, Çağrı Bulut. 2012. Sosyal Girişimciliğin Kavramsal Çerçevesi. **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**. c. 2, s. 7.
- Atkinson, C. Richard, Rita Atkinson, Ernest R. Hilgard. 1995. **Psikolojiye Giriş I-II**. (Çev.: Kemal Atakay, Mustafa Atakay, Aysun Yavuz). İstanbul. Sosyal Yayınlar.
- Aydın, Ayhan. 2000. **Gelişim ve Öğrenme Psikolojisi**. İstanbul, Alfa Yayınları.
- Barutçugil, İsmet. 2004. **Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi**. İstanbul. Kariyer Yayınları.
- Bilir, Pervin. 2005. “Gençlik ve Spor Genel Müdürlüğü'nün Örgüt İklimi ve Çalışanların Katılımla İlgili Algılamaları”. Yayınlanmış Doktora Tezi. Çukurova Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Beden Eğitimi ve Spor Anabilim Dalı.
- Bock, Gee-Woo, Jae-Nam Lee, Robert W. Zmud, Young-Gul Kim. 2005. Behavioral Intention Formation In Knowledge Sharing: Examining The Roles Of Extrinsic Motivators, Social-Psychological Forces, and Organizational Climate. **MIS Quarterly**. c. 29, s. 1: 87-11.

- Bozkurt, Ömer, Turgay Ergun. 1998. **Kamu Yönetimi Sözlüğü, (Fransızca ve İngilizce Karşılıklarıyla)**. Ankara. TODAİE Yayınları.
- Bozkurt, Öznur. 2007. Girişimcilik Eğiliminde Kişilik Özelliklerinin Önemi. **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**. c. 1, s. 2: 93-113.
- Börü, Deniz. 2006. Girişimcilik Eğilimi: Marmara Üniversitesi İşletme Bölümü Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. Yayın No.733, İstanbul: Marmara Üniversitesi.
- Brianing, L. Scott. 2004. “Creating Value Through Entrepreneurship: A Reconceptualization, Theoretical Extension, and Conceptual Level Empirical Investigation of The Resource Based View of The Firm”. Ph. Dissertation, The State University of New Jersey – Newark.
- Brice, Jeff. 2004. “The Role Of Personality Dimensions On The Formation Of Entrepreneurial Intentions”. School of Business Hofstra University.
- Burger, M. Jerry. 2006. **Kişilik, Psikoloji Biliminin İnsan Doğasına Dair Söyledikleri** (1.Baskı). (Çev. İnan Deniz Erguvan) İstanbul. Kaknüs Yayınları.
- Burton, M. Diane, Jesper B. Sørensen, Christine M. Beckman. 2002. Coming from good stock: Career histories and new venture formation. Lounsbury M, Ventresca MJ, eds. Social Structure and Organizations Revisited. **Research in the Sociology of Organizations**. c. 19:229-262.
- Büber, Recep. 2011. “Girişimcilik Açısından Kültür ve Kişilik Özelliklerinin Analizi: Ostim Organize Sanayi Bölgesi’nde Bir Alan Araştırması”. Dumlupınar Üniversitesi.
- Covin, G. Jeffrey, Dennis P. Slevin. 1988. The Influence of Organization Structure on The Utility of an Entrepreneurship Top Management Style. **Journal of Management Studies**. c. 25, s. 3: 217-234.
- Covin, G. Jeffrey, Dennis P. Slevin. 1989. Strategic Management of Small Firms in Hostile and Bening Environments. Strategic Management Journal. c. 10: 75-87.
- Covin, G. Jeffrey, Dennis P. Slevin. 1991. A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior. **Entrepreneurship Theory and Practice**. c. 16: 7-25.

- Covin, G. Jeffrey, G. Tom Lumpkin. 2011. Entrepreneurial Orientation Theory and Research: Reflections on a Needed Construct. **Entrepreneurship Theory and Practice**. c. 35, s. 5: 855-872.
- Clarbour, Jane, D. Roger Jeremy, Miles R. Monaghan. 2009. Individual Differences in Young Offender Emotional Behaviour. **Legal and Criminological Psychology**. c. 2, s. 14: 227-240.
- Cropanzano, Russell, Jerald Greenberg. 1997. Progress in Organizational Justice: Tunneling Through The Maze. **International Review of Industrial and Organizational Psychology**. New York: 317–372.
- Çağlayan, Esin. 2014. “Okul Binaları ve Örgüt İklimi”. Yayınlanmış Doktora Tezi. Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Çetindamar, Dilek. 2002. Türkiye’de Girişimcilik. **TÜSİAD Yayını**. c. 12, s. 340: 33.
- Demirel, Erkan, Mehmet Tikici. 2004. Kültürün Girişimciliğe Etkileri. **Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları**: 49-58.
- Demirel, Yavuz, Zeynep İskan Kubba. 2014. Örgütsel Öğrenmenin Yenilikçilik Üzerine Etkisi: Otomotiv Sektöründe Bir Araştırma. **Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi**. c. 9, s. 2: 137-151.
- Denison, R. Daniel. 1996. What is the Difference between Organizational Culture and Organizational Climate? A Native's Point of View on a Decade of Paradigm Wars. **The Academy of Management Review**. c. 3, s. 21: 619-654.
- De Witt, Gerrit, Frans van Winden. 1989. An Empirical Analysis of Self-Employment in the Netherlands. **Small Business Economics**. c. 1, s. 4: 27-35.
- Dinis, Anabela, do Paço Arminda, Ferreira João, Raposo Mário ve Gouveia Rodrigues Ricardo. 2013. Psychological Characteristics And Entrepreneurial Intentions Among Secondary Students. **Emerald Insight**. c. 8, s. 55: 763-780.
- Dollinger, J. Marc. 1999. **Entrepreneursip: Strategies and Resources**. USA. Prentice Hall Inc: 320.
- Duobiene, Jurga, Justas Gavenas, Antanas Anskaitis. 2007. Applying Indicators of Orientation to Innovations, Potential of Growth and Strategic Objectives to

- Explain Corporate Entrepreneurship: Case Study of the Three Finnish Companies. **Problems and Perspectives in Management**. c. 3, s. 5: 31.
- Economist. 1999. Innovation in Industry: 5.
- Ensari, Hoşcan. 1998. Öğrenen Organizasyon Olarak Okul. **M.Ü. Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi**. c. 1, s. 10: 97-111.
- Erdem, Ferda. 2001. Girişimcilerde Risk Alma Eğilimi ve Belirsizliğe Tolerans İlişkisine Kültürel Yaklaşım. **Akdeniz İ.İ.B.F. Dergisi**.
- Erdoğan, İlhan. 1994. **İşletmelerde Davranış**. İstanbul. Beta Basım Yayın Dağıtım A.Ş., 4. Basım.
- Erdurur, Kutbettin. 2012. “Turizm Lisans Eğitimi Alan Öğrencilerin Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimine Etkisi: Akçakoca Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu Örneği”. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm ve Otel İşletmeciliği Ana Bilim Dalı.
- Eren, Erol. 2000. **Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi**. İstanbul. Beta Basın Yayın Dağıtım.
- Eroğlu, Feyzullah. 2011. **Davranış Bilimleri**. İstanbul. Beta Basım.
- Eryılmaz, Ali. 2009. Ergenlik Döneminde Stres ve Başa Çıkma. **Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Eğitim Fakültesi Dergisi**. c. 6, s. 2: 20-37.
- Evan, M. W. 1968. A Systems Model of Organizational Climate. In R. Tagiuri, & H. Litwin (Eds.), *Organizational Climate: Explorations of A Concept*. Division of Research Graduate School of Business Administration, Printed United States of America: 107-124.
- Feldman, S. Robert. 1996. **Understanding Psychology**. USA, McGraw-Hill Inc.
- Ferreira, João J. Matos. 2001. Corporate Entrepreneurship: A Strategic and Structural Perspective. **New England Journal of Entrepreneurship**. c. 2, s. 9: 59.
- Fisher, James Lee, James V. Koch. 2008. **Born, Not Made: The Entrepreneurial Personality**. Praeger Publishers.
- Fiş, Ahmet Murat, S. Arzu Wasti. 2009. Örgüt Kültürü ve Girişimcilik Yönelimi İlişkisi. **ODTÜ Gelişme Dergisi**. c. 35, Özel Sayı: 127-164.

- Friedman, A. Barry, Nergis Aziz. 2012. Turkey and The United States: Entrepreneurship Activity, Motives, Aspirations, and Perceptions. **International Journal of Business and Social Science**. c. 3, s. 3: 96-107.
- Fritzsche, J. David. 2000. Ethical Climates and the Ethical Dimension of Decision Making. **Journal of Business Ethics**. c. 2, s. 24.
- Goldberg, R. Lewis. 1996. Evidence for The Big Five in Analyses of Familiar English Personality Adjectives. **European Journal of Personality**. c. 1, s. 10: 61-77.
- Goldberg, R. Lewis, Gerard Saucier. 1995. So What Do You Propose We Use Instead? A Reply to Block. **Psychological Bulletin**. c. 2, s. 117: 221-225.
- Greenberg, Jerald, Robert A. Baron. 2000. **Behavior in Organizations: Understanding and Managing The Human Side of Work**. Upper Saddle River, N.J Prentice Hall 1997
- Guth, D. William, Ari Ginsberg. 1990. Guest Editors' Introduction: Corporate Entrepreneurship. **Strategic Management Journal**. Vol. 11: 5-15
- Güler, Burcu Kümbül. 2010. **Sosyal Girişimcilik**. Ankara. Efil Yayınevi.
- Güney, Salih. 2009. **Davranış Bilimleri**. Ankara: Nobel Dağıtım.
- Güney, Semra. 2008. **Girişimcilik, Temel Kavramlar ve Bazı Güncel Konular**. Ankara. Siyasal Kitabevi.
- Gürbüz, Sait, Faruk Şahin. 2014. **Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri**. Ankara. Seçkin Yayıncılık.
- Hair, F. Joseph, William C. Black, Barry J. Babin, Rolph E. Anderson. 1998. **Multivariate Data Analysis (7th Edition)**. Prentice Hall.
- Halis, Muhsin, Özlem Yaşar Uğurlu. 2008. Güncel Çalışmalar Işığında Örgüt İklimi. **The Journal of Industrial Relations and Human Resources**. c. 2, s. 10: 101-123.
- Halpin, Andres, Don Croft. 1966. The Organizational Climate of Schools. **Journal of Lifelong Learning**. c. 4, s. 22: 441-463.

- Hammond, S. Marie. 2001. The Use of The Five Factor Model of Personality As a Therapeutic Tool In Career Counselling. **Journal of Career Development**. c. 3, s. 27.
- Hayes, Natalie, Stephen Joseph. 2003. Big Five Correlates of Three Measures of Subjective Well-Being. **Personality and Individual Differences**. c. 4, s. 34: 723-727.
- Hayton, C. James, Donna J. Kelley. 2006. A Competency-Based Framework for Promoting Corporate Entrepreneurship. **Human Resource Management**. c. 3, s. 45: 407-427.
- Hearld, R. Larry, Jeffrey A. Alexander, Irene Fraser, H. Joanna Jiang. 2008. How Do Hospital Organizational Structure and Processes Affect Quality of Care? A Critical Review of Research Methods. **Medical Care Research and Review**. c. 3, s. 65: 259-299.
- Hiriyappa, B. 2009. **Organizational Behavior**. Delhi, New Age International Press.
- Hisrich, D. Robert. 1986. The Woman Entrepreneur: Characteristics, Skills, Problems and Prescriptions for Success. **The Art and Science of Entrepreneurship**. Massachusetts: Ballinger: 61-81.
- Holt, T. Daniel, Matthew W. Rutherford, Gretchen R. Clohessy. Corporate Entrepreneurship: An Empirical Look at Individual Characteristics, Context and Process. **Journal of Leadership and Organizational Studies**. c. 4, s. 13: 43.
- Howard, J. Pierce, Jane M. Howard. 1998. The Big Five Quickstart an Introduction To The Five Factor Model of Personality For Human Resource Professionals. **Centre for Applied Cognitive Studies**. Charlotte, NC.
- Hughes, Mathew, Robert Morgan. 2007. Deconstructing the Relationship Between Entrepreneurial Orientation and Business Performance at the Embryonic Stage of Firm Growth. **Industrial Marketing Management**. c. 1, s. 36: 651-661.
- Hurley, Robert, Tomas Hult. 1998. Innovation, Market Orientation, and Organizational Learning: An Integration and Empirical Examination. **Journal of Marketing**. c. 3, s. 62: 42-54.

- Ireland, R. Duane, Donald F. Kuratko, Michael H. Morris. 2006. A Health Audit for Corporate Entrepreneurship: Innovation at All Levels: Part 1. **Journal of Business Strategy**. c. 1, s. 27: 11.
- Ireland, R. Duane, Jeffrey G. Covin, Donald F. Kuratko. 2008. Conceptualizing Corporate Entrepreneurship Strategy. **Entrepreneurship: Theory and Practice**. c. 1, s. 33:19-46.
- Isır, Tamer. 2006. “Örgütlerde Personel Seçim Süreci: Bir Kamu Kuruluşundaki Yönetici Personelin Kişilik Özelliklerinin Tespit Edilerek Personel Seçim Sürecinin İyileştirilmesi Üzerine Bir Araştırma”. Yayınlanmış Doktora Tezi. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Adana.
- Iversen, Jorgensen, Malchow Moller. 2008. **Defining and Measuring Entrepreneurship, Foundation and Trends in Entrepreneurship**.
- İşcan, Ömer Faruk, Canan Nur Karabey. 2007. Örgüt İklimi ile Yeniliğe Destek Algısı Arasındaki İlişki. **Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**. c. 6, s. 2: 180-193.
- İşleyen, Fatma. 2013. “Lise Öğrencilerinin İnternet Bağımlılığı Düzeylerinin Kişisel ve Ailesel Faktörlerle İlişkinin İncelenmesi”. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Ege Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- İrmiş, Ayşe, İbrahim Durak, Lütfiye Özdemir. 2010. **Girişimcilik Kültürü Anadolu Girişimciliğinden Örnekler**. Bursa. Ekin Yayınevi, 1. Baskı.
- Kara, Taylan. 2011. “Görsel Medyanın Aile Bireyleri Üzerindeki Etkisi Üzerine Bir Araştırma”. T.C. Başbakanlık, T.D.K., TÜDK Uzmanlık Tezi, Manisa.
- Kao, John. 1989. **Entrepreneurship, Creativity & Organization**. London. Prentice Hall International Limited.
- Kaya, Ali. 2004. **Bilişim ve İletişim Işığında Girişimcilik ve Kobi Yönetimi**. Konya: Eğitim Kitapevi Yayınları.
- Keil, Thomas, Shaker A. Zahra, Markku V. J. Maula. “Explorative Learning From Corporate Venture Capital: A Model of Program Level Determinants”. Academy of Management Best Conference Paper.
- Kesim, Mustafa. 2010. **Girişimcilik Ders Kitabı**. Ankara. Sistem Yayınları.

- Khandwalla, Pooja. 1977. **The Design of Organizations**. HarcourtBrace Jovanovich, New York.
- Koçel, Tamer. 1998. **İşletme Yöneticiliği**. İstanbul. Beta Yayınları, Yenilenmiş 6. Baskı.
- Koçel, Tamer. 2001. **İşletme Yöneticiliği**. İstanbul: Beta Yayınevi.
- Koçel, Tamer. 2011. **İşletme Yöneticiliği**. İstanbul. Beta Yayınları, Yayın No: 2551.
- Köse, Sevinç, Aylin Ünal. 2000. “Türk Yönetim Kültürü Tarihi Açısından Çağdaş Türk İşletmelerinde Yönetim Değerleri”. **Erciyes Üniversitesi 8. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler**. Nevşehir.
- Krauss, I. Stefanie, Michael Frese, Chris Friedrich, Jens M. Unger. 2005. Entrepreneurial Orientation: A Psychological Model of Success Among Southern African Small Business Owner. **European Journal of Work and Organizational Psychology**. c. 3, s. 14: 315-344.
- Kreps, L. Gary. 1990. **Organizational Communication: Theory and Practice**. New York. Longman, 2nd Edition.
- Kuratko, F. Donald, Michael G. Goldsby. 2004. Corporate Entrepreneurs or Rogue Middle Managers? A Framework for Ethical Corporate Entrepreneurship. **Journal of Business Ethics**. c. 55: 13-30.
- Kültür, Yusuf Ziya. 2006. “Ortaöğretim Kurumlarındaki Yöneticilerin Liderlik Stilleri ve Kişilik Özelliklerinin Karşılaştırılması”. Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Kwapil, R. Thomas, Michael J. Wrobel, Cameron A. Pope. 2002. The Five Factor Personality Structure of Dissocreative Experiences. **Personality and Individual Differences**.
- Lebas, Michel, Ken Euske. (2002). **A conceptual and operational delineation of Performance, in Business Performance Measurement: Theory and Practice**. Neely, Andrew, Editor. Cambridge University Press.
- Lieberman, B. Marvin, David B. Montgomery. 1988. First-Mover Advantages. **Strategic Management Journal**. c. 1, s. 9: 41-58.

- Lin, Chien-Huang, Ching-Huai Peng, Danny Tengti Kao. 2008. The Innovativeness Effect of Market Orientation and Learning Orientation on Business Performance. **International Journal of Manpower**. c. 29, s. 8: 752-772.
- Liu, S. Sandra, Xueming Luo, Yi-Zheng Shi. 2002. Integrating Customer Orientation, Corporate Entrepreneurship, and Learning Orientation in Organizations-in-Transition: An Empirical Study. **International Journal of Research in Marketing**. c. 4, s. 19: 367-382.
- Lumpkin, G. Tom, Gregory G. Dess. 1996. Clarifying The Entrepreneurial Orientation Construction And Linking It To Performance. **Academy of Management Review**. c. 1, s. 21: 135-173.
- Luthans, Fred. 1992. **Organizational Behavior**. New York, McGraw Hill Co.
- Luthans, Fred, Steven M. Norman, Bruce J. Avolio, James B. Avey. 2008. The Mediating Role of Psychological Capital in the Supportive Organizational Climate–Employee Performance Relationship. **Management Department Faculty Publications**.
- Macdonald, M. Keith. 1995. **The Sociology of Professions**. London: Sage Publications.
- Madran, Canan, Tahsin Akdoğan. 2010. “Satıcıların Kişilikleri ile Performanslarının İlişkisi; Beş Faktör Modeline Göre Bir Analiz”. **Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**. c. 19, s. 1: 366-381.
- Marangoz, Mehmet. 2012. **Girişimcilik**. İstanbul. Beta Basım A.Ş.
- McCrae, R. Robert, Paul Costa. 1987. Validation of The Five-Factor Model of Personality Across Instruments and Observers. **Journal of Personality and Social Psychology**. c. 1, s. 52: 81-105.
- McCrae, R. Robert, Paul Costa. 1989. Reinterpreting The Myers-Briggs Type Indicator From The Perspective of The Five-Factor Model of Personality. **Journal of Personality**. c. 1, s. 57: 17-40.
- McCrae, R. Robert, Paul Costa. 1992. Four Ways Five Factors Are Basics. **Personality and Individual Differences**. c. 6, s. 13: 653-665.

- McGuire, J. J. Stephen. 2003. "Entrepreneurial Organizational Culture: Construct Definition and Instrument Development and Validation". USA. Doctorial Dissertation, The George Washington University: 41.
- Miller, Danny. 1983. The Correlates of Entrepreneurship in Three Types of Firms. **Management Science**. c. 29. s. 7: 770-791.
- Miller, Danny, Peter H. Friesen. 1983. Strategy-Making and Environment: The Third Link. **Strategic Management Journal**. c. 4, s. 2: 221-235.
- Mimir, Mustafa. 2008. "Liderlik Tarzlarının Firma Performansı ve Çalışanların Kuruma Olan Bağlılıklarına Etkisi Üzerine Bir Araştırma". Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Monsen, Erik, R. Wayne Boss. 2009. The Impact of Strategic Entrepreneurship Inside the Organization: Examining Job Stress and Employee Retention. **Entrepreneurship Theory and Practice**. c. 1, s. 33: 71-104.
- Moran, E. Thomas, Volkwein J. Fredericks. 1992. The Cultural Approach To The Formation Of Organizational Climate. **Human Relations**. c. 45, s. 1: 19-47.
- Moussavi, Farzad, Timothy Cronan, Thomas W. Jones. 1990. Perceptual Agreement as An Aggregation Criterion: An Empirical Study of A Debate in Climate Research. **Perceptual and Motor Skills**. c. 3, s. 70: 1335-1344.
- Muchinsky, M. Paul. 1976. An Assessment of The Litwin and Stringer Organization Climate Questionnaire: An Empirical and Theoretical Extension of The Sims And Lafollette Study. **Personnel Psychology**. c. 29: 371-392.
- Mucuk, İsmet. 2001. **Modern İşletmecilik**. İstanbul. Türkmen Kitabevi.
- Munir, Saima, Mehsoon Sajid. 2010. Examining Locus of Control (LOC) as a Determinant of Organizational Commitment Among University Professors in Pakistan. **Journal of Business Studies**. c. 3, s. 1: 78-93.
- Müftüoğlu, Tamer. 1994. **İşletme İktisadı**. Ankara.
- Müftüoğlu, Tamer, Tülin Durukan. 2004. **Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği**. Ankara. Gazi Kitabevi.

- Nair, R. Suja. 2010. **Organizational Behaviour**. Mumbai, Himalaya Publishing House.
- Nayager, T., Jurie Van Vuuren. 2015. An Analysis Of An Organisational Strategy, Structure And Culture That Supports Corporate Entrepreneurship in Established Organisations. **South African Journal of Economic and Management Sciences**. c. 1, s. 8.
- Obschonka, Martin, Rainer K. Silbereisen, Eva Schmitt-Rodermund. 2011. Successful Entrepreneurship as Developmental Outcome. **European Psychologist**. c. 3, s. 16: 174-186.
- Odabaşı, Yavuz, Gülfidan Barış. 2002. **Tüketici Davranışı**. İstanbul. Mediacat Kitapları.
- Ostroff, Cheri. 1993. The Effects Of Climate And Personal Influences On Individual Behavior And Attitudes in Organizations. **Organizational Behavior and Human Decision Processes**. c. 1, s. 56: 56-90.
- Ostroff, Cheri, Angelo J. Kinicki, Melinda M. Tamkins. 2003. Organizational Culture and Climate. **Handbook of Psychology**.
- Ostroff, Cheri, Teresa J. Rothausen. 1997. The Moderating Effect of Tenure in Person-Environment Fit: A Field Study in Educational Organizations. **Journal of Occupational and Organizational Psychology**. c. 2, s. 70: 173-188.
- Özdemir, Fatih. 2006. “Örgütsel İklimin İş Tatmin Düzeyine Etkisi: Tekstil Sektöründe Bir Araştırma”. Yayınlanmış Doktora Tezi. Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özer, Mustafa. 2008. **İktisada Giriş**. Eskişehir. Anadolu Üniversitesi Açıköğretim Fakültesi Yayınları.
- Özkalp, Enver, Çiğdem Kirel. 2001. **Örgütsel Davranış**. Eskişehir. Anadolu Üniversitesi, Eğitim, Sağlık ve Bilimsel Araştırma Çalışmaları Vakfı Yayınları, No.111.
- Özkalp, Enver, Çiğdem Kirel. 2010. **Örgütsel Davranış**. Bursa: Ekin Yayınevi.
- Özkul, Gökhan. 2008. “Girişimcilik Teorileri ve Girişimci Tipleri: Antalya-Burdur-Isparta İllerinde (İBBS Düzey 2 Tr61 Bölgesinde) İmalat Sanayi

- KOBİ'lerindeki Girişimciler Üzerine Bir İnceleme". Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi. Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Özsoy, İhsan. 2012. "Örgüt İklimi, Öz Liderlik ve İş Tatmininin Ar-Ge Performansına Etkisi: Savunma Sanayiinde Bir Araştırma". Yayınlanmış Doktora Tezi. Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü.
- Palich, E. Leslie, D. Ray Bagby. 1995. Using Cognitive Theory to Explain Entrepreneurial Risk-Taking: Challenging Conventional Wisdom. **Journal of Business Venturing**. c. 6, s. 10: 425-438.
- Parker, Christopher, Baltes, Boris Baltes, Scott A. Young, Joseph W. Huff, Robert A. Altmann, Heather LaCost, Joanne E. Roberts. 2003. Relationship Between Psychological Climate Perceptions Andwork Outcomes: A Meta-Analytic Review. **Journal of Organizational Behavior**. c. 24: 398-416.
- Paulin, Michèle, Ronald J. Ferguson, Jasmin Bergeron. 2003. Service Climate and Organizational Commitment: The Importance of Customer Linkages. **Journal of Business Research**. c. 1, s. 59: 906-915.
- Peña-Suárez, Elsa, José Muñiz, Angela Campillo-Álvarez, Eduardo Fonseca-Pedrero, Eduardo García-Cueto. 2013. Assessing Organizational Climate: Psychometric Properties of The CLIOR Scale. **Psicothema**. c. 1, s. 25: 137-144
- Porter, E. Michael. 2000. **Rekabet Stratejisi: Sektör ve Rakip Analizi Teknikleri** (Çeviren: Gülen Ulubilgen). Sistem Yayıncılık Yayın No: 206, İstanbul.
- Porterfield, Sheila Yvette Crowther. 1999. "U.S Fortune Companies Human Resource Directors Perception Regarding Competencies Required in the 21st Century of Entry-Level Business Employees With Four-Year Business Degrees". Doctorial Dissertation, Mississippi State University.
- Raina, Reeta. 2010. Timely, Continuous and Credible Communication and Perceived Organizational Effectiveness. **The Indian Journal of Industrial Relations**. c. 46, s. 2: 345-359.
- Rangriz, Hassan. 2012. Organizational Climate and Ambiguity Tolerance with Organizational Entrepreneurship: Empirical Study. **Journal of Asia Entrepreneurship and Sustainability**.

- Rauch, Andreas, Michael Frese. 2000. Psychological Approaches To Entrepreneurial Success: A General Model And An Overview Of Findings. **International Review of Industrial and Organizational Psychology**. Chichester: Wiley, 101-142.
- Reichers, E. Arnon, Benjamin Schneider. 1990. **Climate and Culture: An Evolution of Constructs**. San Francisco. Jossey-Bass: 5-39.
- Richardson, Nicole Marie. 2005. **What It Takes To Be A Successful Intrapreneur**. Black Enterprise. c. 35, s. 5: 94.
- Robbins, P. Stephen. 2001. **Organizational Behavior**. New York. Prentice-Hall, 9th Edition.
- Robbins, P. Stephen. 2003. **Organizational Behaviour** (10th ed). San Diego. Prentice Hall.
- Ruppel, Cynthia, Susan J. Harrington. 2000. The Relationship of Communication, Ethical Work Climate, and Trust to Commitment and Innovation. **Journal of Business Ethics**. c. 4, s. 25: 313-328.
- Saruhan, Neşe. 2013. "The Role of Trust in Organization in The Relationship Between Resistance To Change and Communication. The Moderating Effects of Organizational Justice and Psychological Capital on This Relationship". Yayınlanmış Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sayın, Aslıhan, Selçuk Aslan. 2005. Duygu Durum Bozuklukları ile Huy, Karakter ve Kişilik İlişkisi. **Türk Psikiyatri Dergisi**. c. 16, s. 4: 276-283.
- Sepehri, Somayyeh, Emad Khayati. 2013. The Relationship Between Organizational Culture And Corporate Entrepreneurship In Food And Beverage Industries. **Asian Journal Of Management Sciences And Education**. c. 3, s. 2.
- Schein, H. Edgar. 1992. **Organizational Culture and Leadership**. San Francisco. Jossey-Bass Publishers.
- Schneider, Benjamin, Arthur Brief, Richard A. Guzzo. 1996. Creating a Climate and Culture for Sustainable Organizational Change. **Organizational Dynamics**. c. 24: 6-20.

- Shadur, A. Mark, René Kienzle, John Rodwell. 1999. The Relationship Between Organizational Climate and Employee Perceptions of Involvement. **Group & Organization Management**. c. 4, s. 24: 479-503.
- Sharma, Pramodita, James J. Chrisman. 1999. **Toward a Reconciliation of the Definitional Issues in the Field of Corporate Entrepreneurship**. Baylor University.
- Shaw, Elizabeth, Andrew O’Loughlin, Elspeth McFadzean. Corporate Entrepreneurship and Innovation Part 2: A Role and Process Based Approach. **European Journal of Innovation Management**. c. 4, s. 4: 393.
- Slater, F. Stanley, John C. Narver. 1995. Market Orientation and the Learning Organization. **Journal of Marketing**. c. 3, s. 59: 63-74.
- Snipes, Robin, Sharon L. Oswald, Michael S. Latour, Achilles A. Armenakis. 2005. The Effects of Specific Job Satisfaction Factors on Customer Perceptions of Service Quality: An Employee-Level Analysis. **Journal of Business Research**. c. 1, s. 58: 1330-1339.
- Somer, Oya, Mediha Korkmaz, Arkun Tatar. 2004. **Kuramdan Uygulamaya Beş Faktör Kişilik Modeli ve Beş Faktör Kişilik Envanteri (5FKE)**. Bornova, İzmir, Ege Üniversitesi Basımevi.
- Suliman, Abubakr. 2002. Is it Really a Mediating Construct? The Mediating Role of Organizational Commitment in Work Climate-Performance Relationship. **Journal of Management Development**. c. 3, s. 21.
- Suliman, Abubakr, Paul Iles. 2000. The Multi-Dimensional Nature of Organizational Commitment in a Non-Western Context. **Journal of Management Development**. c. 1, s. 19: 71-83.
- Suls, Jerry, Peter Green, Stephen Hillis. 1998. Emotional Reactivity to Everyday Problems, Affective Inertia and Neuroticism. **Personality and Social Psychology Bulletin**. c. 2, s. 24: 127-136.
- Sürücü, Abdullah, Tuba Ceylan. 2013. Yatılı İlköğretim Bölge Okulundaki Öğrencilerin Kişilik Özelliklerinin Çatışma Çözme Davranışlarını Yordama Gücü. **Electronic Turkish Studies**. c. 6, s. 8: 687-695.

- Şengül, Canan Muter. 2008. “Örgüt Çalışanlarının Kişilik, İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılıkları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi”. Yayınlanmış Doktora Tezi. Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa.
- Taymur, İbrahim. M. Hakan Türkçapar. 2012. Kişilik: Tanımı, Sınıflaması ve Değerlendirmesi. **Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar**. c. 2, s. 4: 154-177.
- Top, Seyfi. 2006. **Girişimcilik Keşif Süreci**. İstanbul. Beta Basım Yayım.
- Tosun, Kemal. 1990. Yönetim ve İşletme Politikası. **İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Yayını**. İstanbul. 1. Cilt, No:232.
- Trapnell, D. Paul, Jerry S. Wiggins. 1990. Extension of The Interpersonal Adjective Scales to Include The Big Five Dimensions of Personality. **Journal of Personality and Social Psychology**. c. 4, s. 59: 781-790.
- Tutar, Hasan, Mehmet Altınöz. 2010. Örgütsel İklimin İşgören Performansı Üzerine Etkisi. **Ankara Üniversitesi SBF Dergisi**. c. 65, s. 2: 195-218.
- Wang, Clement, Poh Kam Wong. 2004. Entrepreneurial Interest Of University Students in Singapore. **Technovation**. c. 2, s. 24: 163–172.
- Watkins, Jean, David Watkins. 1983. **The Female Entrepreneur: Background And Determinants Of Business Choice**. Massachusetts: Babson College: 271-288.
- Way, Niobe, Ranjini Reddy, Jean Rhodes. 2008. Students’ Perceptions of School Climate During the Middle School Years: Associations with Trajectories of Psychological and Behavioral Adjustment. **American Journal of Community Psychology**. c. 1, s. 40: 194-213.
- West, A. Michael. 1990. **The Social Psychology of Innovation In Groups**. In: **M.A. West, J.L. Farr (Eds.), Innovation And Creativity At Work: Psychological And Organizational Strategies**. John Wiley. Chichester: England, 309–33.
- Westfall, Steven. 1969. Stimulating Corporate Entrepreneurship in U. S. Industry. **The Academy of Management Journal**. c. 12, s. 2: 235-246.

- Wiklund, Johan, Dean A. Shepherd. 2005. Entrepreneurial Orientation and Small Business Performance: A Configurational Approach. **Journal of Business Venturing**. c. 1, s. 20:71-91.
- Williamson, Ann, Anne-Marie Feyer, David Cairns, Deborah Biancotti. 1997. The Development Of A Measure Of Safety Climate: The Role Of Safety Perceptions And Attitudes. **Safety Science**. c. 1, s. 25: 15-27.
- Wilson, R. A. Bradley, Donald I. Wagner. 1997. Developing Organizational Health at the Worksite. **American Journal of Health Studies**. c. 2, s. 13: 105-108.
- Wimbush, C. James, Jon M. Shepard. 1994. Ethical Climates and Behavior: An Agenda for a Neglected Area of Research. **Journal of Business Ethics**. c. 13, s. 8: 637-648.
- Wood, C. Christopher, Daniel T. Holt, Timothy S. Reed, Bryan Hudgens. 2008. Perceptions of Corporate Entrepreneurship in Air Force Organizations: Antecedents and Outcomes. **Journal of Small Business and Entrepreneurship**. c. 1, s. 21: 117-132.
- Wood, J. Glenice, Marilyn J. Davidson. 2011. A Review of Male and Female Australian Indigenous Entrepreneurs Disadvantaged Past – Promising Future. **Australian Indigenous Entrepreneurs**. c. 4, s. 26: 311-326.
- Yüceler, Aydan. 2009. Örgütsel Bağlılık ve Örgüt İklimi İlişkisi: Teorik ve Uygulamalı Bir Çalışma. **Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**. c. 1, s. 22: 445-458.
- Zaccaro, J. Stephen, Richard J. Klimoski. 2001. **The Nature of Organizational Leadership Understanding the Performance Imperatives Confronting Today's Leaders**. San Francisco, CA.
- Zeffane, Rachid. 1994. Patterns of Organizational Commitment and Perceived Management Style: A Comparison of Public and Private Sector Employees. **Human Relations**. c. 8, s. 47: 977-1010.
- Zel, Uğur. 2011. **Kişilik ve Liderlik**. Ankara. Nobel Yayın Dağıtım.
- Zhao, Hao, Scott E. Seibert. 2006. The Big Five Personality Dimensions And Entrepreneurial Status: A Meta-Analytic Review. **Journal of Applied Psychology**. c. 2, s. 91: 259-271.

Zhao, Yongbin, Yuan Li, Long Bo Chen, Soo Hoon Lee. 2011. Entrepreneurial Orientation, Organizational Learning, and Performance: Evidence From China. **Entrepreneurship Theory and Practice**. s: 293-317.

EKLER

Ek 1.

ARAŞTIRMA ANKETİ

Sayın İlgili,

Bu anket formu, Yıldız Teknik Üniversitesi bünyesinde yürütülmekte olan “**Örgüt İkliminin Dışadönük Kişilik Özelliği Bağlamında Girişimcilik Yönelimine Etkisi**” adlı tez çalışmasının uygulama kısmı ile ilgilidir. Bu araştırma çalışması **tamamen akademik bir amaca yönelik** olup, elde edilen sonuçlarla girişimcilik alanındaki bilgi birikiminin ilerlemesine ve Türk iş dünyasının mevcut global ticaret ortamı içindeki rekabetçi yönünün gelişimine katkıda bulunmayı arzuluyoruz.

Bu araştırma çalışması **tamamen akademik bir amaca yöneliktir** ve bilimsel amaçlara yönelik olarak kullanılacaktır. Gönderilecek cevaplar gizli tutulacaktır. Katkılarınız için teşekkür ederiz.

Saygılarımızla

Tez Danışmanı: Doç. Dr. Serdar BOZKURT sbozkurt@yildiz.edu.tr

Yıldız Teknik Üniversitesi – İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi – İşletme Bölümü

Davutpaşa – İstanbul

Demografik Bilgiler:	Lütfen ☒ olarak iÇaretleyiniz				
Cinsiyetiniz:	Erkek ()	Kadın ()			
Yaşınız:	20-29 ()	30-39 ()	40-49 ()	50-59 ()	60-69 ()
Eğitim Durumunuz:	Lise ()	Önlisans ()	Lisans ()	Lisans Üstü ()	
Çalışılan Pozisyon:	Yönetici ()	İşçi ()			
İşyerindeki Çalışma Süresi:	1 Yıl'dan az ()	1-5 Yıl ()	6-10 Yıl ()	10 Yıl Üstü ()	
Çalışma Hayatındaki Toplam Çalışma Süresi:	1 Yıl'dan az ()	1-5 Yıl ()	6-10 Yıl ()	10 Yıl Üstü ()	

Girişimcilik Yönelimi Ölçeği	Kesinlikle Katılmıyor um	Katılmıyor um	Kısmen Katılmıyor um	Katılmıyor um	Kesinlikle Katılmıyor um
Genel olarak, İşletmemizde üst yönetim yenilikçiliğe önem verme yerine denenmiş ve başarılı olmuş ürün ve hizmetleri pazara sunmayı tercih eder.	1	2	3	4	5
Son 5 yıl içinde piyasaya sunulan çok sayıdaki yeni ürün ve hizmet dikkate alındığında İşletmemizin hemen hemen hiçbir yeni ürün ya da hizmet pazarlamadığı görülmektedir.	1	2	3	4	5
İşletmemizde ürün ve hizmet bazındaki değişiklikler genellikle geniş kapsamlı ve köklü değil aksine iyileştirmeler şeklindedir.	1	2	3	4	5
İşletmemiz, genel olarak rakiplerin daha sonra takip edeceği yeni ve öncü uygulamaları başlatmak yerine rakipleri takip edip onların hamlelerine cevap verir.	1	2	3	4	5
Rakiplerle kıyaslandığında, işletmemiz, yeni ürünler ve hizmetler sunmada, yeni yönetim ve operasyon yöntemleri uygulamada nadiren öncü rolündedir.	1	2	3	4	5
İşletmemizde üst yönetim, rakiplerinin önüne geçmek için, pazara yeni ürünler sunmak ve yeni fikirler uygulamak yerine, “lideri takip etmek” eğilimindedir.	1	2	3	4	5
İşletmemizde üst yönetim, büyük geri dönüş şansı olan yüksek riskli projeler yerine, garantili ve normal dönüşü olan düşük riskli projeleri tercih eder.	1	2	3	4	5
İşletmemizde üst yönetim, işletme amaçlarını gerçekleştirirken çevre koşullarına uyumda cesur ve geniş kapsamlı politikalar yerine, özenli ve dar kapsamlı politikaları tercih eder.	1	2	3	4	5
Belirsizlik içeren durumlarda karar verilirken, İşletmemiz, olası getiriye en üst düzeye çıkarmak amacıyla, cesur ve saldırgan bir tutum takınmak yerine olası zararı en aza indirmek amacıyla, temkinli, “bekle ve gör” yaklaşımını uygular.	1	2	3	4	5
Örgüt İklimi Ölçeği	Kesinlikle Katılmıyor um	Katılmıyor um	Kısmen Katılmıyor um	Katılmıyor um	Kesinlikle Katılmıyor um
İşletmemizde çalışanlar birbirleri ile yakın ilişki içerisindeyler.	1	2	3	4	5
İşletmemizde çalışanlar birbirlerinin bakış açılarını fazlasıyla önemser.	1	2	3	4	5
İşletmemizde çalışanların takımışlık duyguları çok güçlüdür.	1	2	3	4	5
İşletmemizde çalışanlar birbirleri ile sıkı iş birliği halindedirler.	1	2	3	4	5

Yöneticimin değerlendirmelerine güvenirim.	1	2	3	4	5
İşletmemizde bana verilen hedefler mantıklıdır.	1	2	3	4	5
Yöneticim hiçbir çalışana ayrıcalık tanımaz	1	2	3	4	5
İşletmemizde işimi yapmam için gerekli olan bilgi, açık ve objektif olarak iletilir.	1	2	3	4	5
İşletmemizde değişiklikler önceden ilan edilir ve açıklanır	1	2	3	4	5
İşletmemizde yapılan iş toplantılarının sayısı, çalıştığım yerde neler olduğu konusunda insanları bilgilendirmek için yeterlidir.	1	2	3	4	5
İşletmemizde, farklı iletişim kanallarından gelen bilgiyi seçmek için az zaman harcarım.	1	2	3	4	5
İşletmemizde bilgi bütün çalışanlara eşit seviyede dağılır.	1	2	3	4	5
İşletmemizde iletişim tamamen karşılıklıdır. Herhangi sürpriz veya beklenmeyen tepki için endişe etmeye gerek yoktur.	1	2	3	4	5
Faaliyetlerimi yeterli seviyede icra etmek için gerekli olan bilgileri, İşletmemizin diğer bölümlerinden kolaylıkla elde ederim.	1	2	3	4	5
İşletmemizde iletişim ağı hızlı ve etkilidir	1	2	3	4	5
Kişilik Özellikleri (Dışadönük Kişilik)	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kısmen Katılmıyorum	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
Kendimi konuşkan, neşeli, hareketli, arkadaş canlısı, topluluk içinde bulunmaktan hoşlanan birisi olarak görürüm.	1	2	3	4	5
Kendimi yarışmacı, baskın, birisi olarak görürüm.	1	2	3	4	5
Kendimi girişken birisi olarak görürüm.	1	2	3	4	5
Kendimi sosyal, rahat, dikkat çekmekten rahatsız olmayan biri olarak görürüm	1	2	3	4	5
Kendimi çekingen, sessiz, yalnızlığı seven, mesafeli, bireyselci birisi olarak görürüm.	1	2	3	4	5

ÖZ GEÇMİŞ

KİŞİSEL BİLGİLER

Adı Soyadı : Burkan YILMAZ

Doğum Tarihi ve Yeri : 14.06.1991 / Bakırköy - İSTANBUL

Yabancı Dili : İngilizce

E-posta : burkan.ylmz@gmail.com

ÖĞRENİM DURUMU

Derece	Alan	Okul / Üniversite	Mezuniyet Yılı
Lisans	İşletme	Yıldız Teknik Üniversitesi	2014
Lisans	İstatistik	Yıldız Teknik Üniversitesi	2014