

**T.C.
VAN YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLEME ANABİLİM DALI**

**İÇ GİRİŞİMCİLİK VE ÖRGÜTSEL FAKTÖRLERİN HİZMET
İNOVASYON PERFORMANSINA ETKİSİ: KAMU HASTANESİNDE
BİR UYGULAMA**

DOKTORA TEZİ


ERHAN EKİNGEN

TEZ DANIŞMANI

DR. ÖĞR. ÜYESİ ABDULLAH OĞRAK

VAN – 2019

KABUL VE ONAY SAYFASI

Erhan EKİNGEN tarafından hazırlanan “ <i>İç Girişimcilik ve Örgütsel Faktörlerin Hizmet İnovasyon Performansına Etkisi: Kamu Hastanesinde Bir Uygulama</i> ” adlı tez çalışması aşağıdaki jüri tarafından OY BİRLİĞİ / OY ÇOKLUĞU ile Yüzüncü Yıl Üniversitesi İŞLETME Anabilim Dalında DOKTORA TEZİ olarak kabul edilmiştir.	
Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Abdullah OĞRAK İşletme ABD, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Doktora Tezi olduğunu onaylıyorum/onaylamıyorum	
Başkan: Prof. Dr. Lütfiye ÖZDEMİR İşletme ABD, Malatya İnönü Üniversitesi Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Doktora tezi olduğunu onaylıyorum/onaylamıyorum	
Üye: Doç. Dr. Mahmut HIZIROĞLU İşletme ABD, İstanbul Üniversitesi Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Doktora tezi olduğunu onaylıyorum/onaylamıyorum	
Üye: Prof. Dr. Reha SAYDAN İşletme ABD, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Doktora Tezi olduğunu onaylıyorum/onaylamıyorum	
Üye: Dr. Öğr. Üyesi Abdulkadir GÜMÜŞ İşletme ABD, Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Doktora Tezi olduğunu onaylıyorum/onaylamıyorum	
Yedek Üye: Unvanı Adı SOYADI Anabilim Dalı, Üniversite Adı Bu tezin, kapsam ve kalite olarak Doktora Tezi olduğunu onaylıyorum/onaylamıyorum	
Tez Savunma Tarihi:20.09.2019	
Jüri tarafından kabul edilen bu tezin Doktora Tezi olması için gerekli şartları yerine getirdiğini ve imzaların sahiplerine ait olduğunu onaylıyorum.	
 Doç. Dr. Bekir KOÇLAR Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürü	

ETİK BEYAN

Van Yüzüncü Yıl Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü **Tez Yazım Kurallarına uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;**

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu

bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarımı kabullendiğimi beyan ederim.

Erhan EKİNGEN
20/09/2019

Doktora Tezi

Erhan EKİNGEN

VAN YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
Eylül, 2019

**İÇ GİRİŞİMCİLİK VE ÖRGÜTSEL FAKTÖRLERİN HİZMET
İNOVASYON PERFORMANSINA ETKİSİ: KAMU HASTANESİNDE BİR
UYGULAMA**

ÖZET

Hizmet ve ürünlerde gerçekleşen inovasyonlar, bir yandan işletmeye ve ekonomiye yeni katma değerler sağlarken diğer yandan da sektörlerin gelişimini desteklemektedir. Özellikle hizmet sektöründe gerçekleştirilen hizmet inovasyon performansı birçok işletmenin ayrılma noktasıdır. İnovasyonun tetikleyicisi olan örgütsel faktörler ve iç girişimcilik, hizmet inovasyon performansını arttırmada etkili bir araç olabilir. Bu araştırmanın amacı; iç girişimcilik ve örgütsel faktörlerin hizmet inovasyon performansına etkisini yapısal eşitlik modellemesi ile test etmektir. Yapılan analizler sonucu model uyumunun olduğu görülmüştür. Analiz sonuçlarına göre iç girişimcilikteki bir birimlik artış hizmet inovasyon performansında 0,83 birimlik artış meydana getirmektedir. Örgütsel faktörlerin hizmet inovasyon performansı üzerinde doğrudan etkisi 0,25 puan olarak ölçülmekteyken devreye iç girişimciliğin girmesi ile 0,64 düzeyinde dolaylı etkinin olduğu tespit edilmiştir. Buna göre örgütsel faktörler düzeyinde bir birimlik artış iç girişimcilik aracılığı ile hizmet inovasyon performans düzeyinde 0,89 birimlik artış (toplam etki) sağlamaktadır.

Çalışmada ayrıca hastane çalışanlarının mesleki ve demografik özelliklere göre iç girişimcilik ve hizmet inovasyon performansı puanlarının fark gösterip göstermediği de araştırılmıştır. Sonuç olarak, çalışanların örgütsel olarak desteklendiği bir yapıda iç girişimcilik eğilimi yüksek olan işletmelerinde hizmet inovasyon performans düzeyi yüksek olacaktır. Mesleki ve kişisel özelliklerden dolayı ortaya çıkan farklılıklarda dikkate alınarak, iç girişimcilik ve hizmet inovasyon performansını arttırmaya yönelik yapılacak çalışmalar ile kaynakların daha etkin ve verimli kullanılması sağlanacaktır.

Anahtar Kelimeler : İç girişimcilik, Örgütsel Faktörler, Hizmet İnovasyon Performansı, Hastane, Yapısal Eşitlik Modeli

Sayfa Adedi : 152

Tez Danışmanı : Dr. Öğr. Üyesi Abdullah OĞRAK

Ph. D. Thesis

Erhan EKİNGEN

VAN YÜZÜNCÜ YIL UNIVERSITY
INSTITUTE OF SOCIAL SCIENCES
September, 2019

**THE EFFECT OF INTRAPRENEURSHIP AND ORGANIZATIONAL
FACTORS ON THE INNOVATION PERFORMANCE: AN APPLICATION
IN PUBLIC HOSPITAL**

ABSTRACT

Innovations in services and products provide new added value to the enterprise and economy while supporting the development of the sectors. Service innovation performance, especially in the service sector, is the break point of many businesses. Organizational factors, which trigger innovation and intrapreneurship can be an effective tool to improve service innovation performance. The purpose of this research is to test the effect of intrapreneurship and organizational factors on service innovation performance with structural equation modelling. As a result of the analysis, it was seen that there was a model fit. According to the results of the analysis, one unit increase in intrapreneurship results in 0.83 units increase in service innovation performance. While the direct effect of organizational factors on service innovation performance was measured as 0.25 points, it was determined that there was an indirect effect at the level of 0.64 with the mediation of intrapreneurship. Accordingly, one unit increase in the level of organizational factors provides an increase of 0.89 units (total impact) in the level of service innovation performance through intrapreneurship.

In addition, intrapreneurship and service innovation performance scores of hospital employees according to occupational and demographic variables were investigated. As a result, the service innovation performance level will be high in the center which has a high intrapreneurship tendency in a structure where employees are supported organizationally. Taking into account the differences arising from professional and personal characteristics, with the efforts to increase the performance of intrapreneurship and service innovation, more efficient and effective use of resources will be ensured.

Anahtar Kelimeler : İnapreneurship, Organizational Factors, Service Innovation
Performance, Hospital, Structural Equation Modeling
Sayfa Adedi : 152
Tez Danışmanı : Dr. Öğr. Üyesi Abdullah OĞRAK

İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	iii
ABSTRACT.....	iv
İÇİNDEKİLER	v
SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ	ix
ÖNSÖZ.....	x
GİRİŞ	1
1. İÇ GİRİŞİMCİLİK.....	6
1.1. Girişiminden İç Girişimciliğe	6
1.2. Kavramsal Açıdan İç Girişimcilik	8
1.3. İç Girişimcilik Türleri	11
1.3.1. Sürdürülen Yenilenme	11
1.3.2. Örgütsel İyileştirme.....	12
1.3.3. Stratejik Yenilenme.....	12
1.3.4. Yeni Alan Tanımlama	13
1.4. İç Girişimcilik Modelleri.....	13
1.4.1. İç Girişimcilik Alan Modeli	13
1.4.2. İşletme Davranışı Olarak Girişimcilik Modeli.....	14
1.4.2.1. Covin ve Slevin'e Göre İşletme Davranış Modeli	14
1.4.2.2. Zahra' ya Göre İşletme Davranış Modeli.....	16
1.4.3. İnteraktif İç Girişimcilik Modeli	17
1.4.4. İç Girişimcilik ve Performans Modeli.....	18
1.4.4.1. Zahra'ya Göre İç girişimcilik ve Performans Modeli	18
1.4.4.2. Lumpkin ve Dess'e Göre İç Girişimcilik ve Performans Modeli	19
1.4.5. İç Girişimcilik Kişisel ve Örgütsel Faktörler Etki Modeli.....	20
1.4.6. İç Girişimcilik Sistem Modeli	21
1.5. İç Girişimcilik Boyutları	23
1.5.1. Risk Alma	24
1.5.2. Rekabetçi Girişkenlik.....	25

1.5.3.	Kendini Yenileme / Stratejik Yenilenme	26
1.5.4.	Otonomi (Özerklik)	27
2.	İNOVASYON	28
2.1.	İnovasyon Kavramı	28
2.2.	İnovasyon Türleri	30
2.2.1.	Artımsal İnovasyon	30
2.2.2.	Radikal İnovasyon.....	32
2.2.3.	Ürün/Hizmet İnovasyonu	34
2.2.4.	Süreç İnovasyonu	35
2.2.5.	Pazarlama İnovasyonu	36
2.2.6.	Örgütsel İnovasyon	37
2.3.	İnovasyon Stratejileri	38
2.3.1.	Gilbert İnovasyon Stratejisi.....	38
2.3.1.1.	Proaktif İnovasyon Stratejisi	38
2.3.1.2.	Reaktif İnovasyon Stratejisi	39
2.3.2.	Trott İnovasyon Stratejisi	40
2.3.2.1.	Saldırgan/Lider.....	41
2.3.2.2.	Savunmacı/Takipçi.....	42
2.3.2.3.	Maliyet Minimizasyonu/Taklitçi.....	42
2.3.2.4.	Pazar Bölümlendirme/Geleneksel.....	43
2.4.	Hizmet İnovasyon Performansı.....	44
2.4.1.	Hizmet İnovasyon Davranışı.....	46
2.4.2.	Yeni Hizmet Geliştirme	48
3.	İÇ GİRİŞİMCİLİK, ÖRGÜTSEL FAKTÖRLER VE HİZMET İNOVASYON PERFORMANSI	51
3.1.	İç Girişimcilik ve İnovasyon.....	51
3.2.	İç Girişimcilik ve İnovasyon Modelleri	53
3.2.1.	Makro Model.....	53
3.2.2.	Mikro Model	55
3.2.3.	Bütünleşik İç Girişimcilik ve İnovasyon Modeli	58

3.3.	İç Girişimcilik ve İnovasyon İlişkisinde Örgütsel Faktörlerin Rolü.....	59
3.3.1.	Liderlik.....	60
3.3.2.	Yapı.....	62
3.3.3.	Kültür.....	63
3.3.4.	Kaynak Kullanımı.....	64
4.	İÇ GİRİŞİMCİLİK VE ÖRGÜTSEL FAKTÖRLERİN HİZMET İNOVASYON PERFORMANSINA ETKİSİ: KAMU HASTANESİNDE BİR UYGULAMA.....	66
4.1.	Araştırmanın Amacı ve Problem Cümlesi.....	66
4.2.	Veri Toplama Aracı.....	70
4.3.	Evren ve Örneklem.....	71
4.4.	Verilerin Toplanması ve Analizi.....	72
4.5.	Araştırmaya Ait Bulgular.....	78
4.5.1.	Yapı Geçerliliği ve Güvenirliğine İlişkin Bulgular.....	78
4.5.1.1.	İç Girişimcilik Ölçeğine İlişkin Bulgular.....	78
4.5.1.2.	Örgütsel Faktörler Ölçeğine İlişkin Bulgular.....	80
4.5.1.3.	Hizmet İnovasyon Performans Ölçeğine İlişkin Bulgular.....	83
4.5.2.	Tanımlayıcı Bulgular.....	85
4.5.2.1.	Mesleki ve Demografik Özellikler.....	85
4.5.2.2.	İç Girişimciliğe İlişkin Değerlendirmeler.....	86
4.5.2.3.	Örgütsel Faktörlere İlişkin Değerlendirmeler.....	87
4.5.2.4.	Hizmet İnovasyon Performansına İlişkin Değerlendirmeler.....	88
4.5.3.	Hipotez Testlerine İlişkin Bulgular.....	89
4.5.3.1.	Değişkenlerin Demografik Özelliklerine Göre Farklılık Gösterip Göstermediğinin İncelenmesi.....	89
4.5.3.2.	İç Girişimcilik ve Örgütsel Faktörlerin Hizmet İnovasyon Davranışı, Yeni Hizmet Geliştirme ve Hizmet İnovasyon Performansları Üzerindeki Etkisini Belirlemek Üzere Yapılan Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları.....	99

4.5.3.3. Örgütsel Faktörler Alt Boyutlarının İç Girişimciliğe Etkisini Belirlemek Üzere Yapılan Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları	104
4.5.4. Yapısal Eşitlik Modellemesine İlişkin Bulgular	106
5. TARTIŞMA	112
6. SONUÇ VE ÖNERİLER.....	117
KAYNAKLAR	121
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	132
TABLolar LİSTESİ.....	133
EKLER.....	135
ÖZGEÇMİŞ	
TEZ ORJİNALLİK RAPORU	

SİMGELER VE KISALTMALAR DİZİNİ

AGIF	: Adjusted Goodness-Of-Fit Index
AMOS	: Analysis of Moment Structures
CFI	: Comparative Fit Index
DFA	: Doğrulayıcı Faktör Analizi
GFI	: Goodness-Of-Fit Index
HİD	: Hizmet İnovasyon Davranışı
İİBF	: İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi
KK	: Kaynak Kullanımı
KMO	: Kaiser Mayer Olkin
KY	: Kendini Yenileme
NFI	: Normed Fit Index
OECD	: Organisation for Economic Co-operation and Development
PLS	: Partical Least Square
YEM	: Yapısal Eşitlik Modellemesi
YHG	: Yeni Hizmet Geliştirme

ÖNSÖZ

İç girişimcilik ve örgütsel faktörlerin hizmet inovasyon performansına etkisi yapısal eşitlik modellemesi ile açıklanmaya çalışılan bu araştırmanın sağlık sektöründe yapılmasının nedeni sağlık sektöründeki hizmet sunum çıktılarının toplumun ve bireylerin sağlığını ve yaşam kalitelerini doğrudan etkilemesi bunun sonucunda da sosyal ve ekonomik etkiler yaratmasıdır.

İşletmelerde yaratılacak inovatif iklim ile sürekli iyileşme ve yenilikler gerçekleştirilerek yeni hizmetlerin ortaya çıkması sağlanabilir. Sağlık çalışanları üzerinde yapılan bu araştırma sonucu elde edilen yapısal eşitlik modellemesi bu alanda çalışma yapmak isteyen araştırmacılara ve literatüre katkı sağlayacaktır. Ayrıca inovatif bir işletme haline gelmek isteyen sağlık profesyonellerine de yön verecektir.

Çalışmam süresince, değerli katkılarını esirgemeyen danışman hocalarım Dr. Öğr. Üyesi Abdullah OĞRAK ve Dr. Öğr. Üyesi Mehmet Ali EKEMEN'e, her zaman desteğini hissettiğim kıymetli arkadaşım Dr. Öğr. Üyesi Ahmet YILDIZ'a, çalışmama zaman ayıran sağlık çalışanlarına ve en çok da her türlü desteğini benden esirgemeyen, tüm yaşamım boyunca yanımda olan sevgili eşime, oğlum Civanmert ve kızlarım Gülsu ile Ayşe'ye gösterdikleri sabırdan dolayı teşekkür ederim.

GİRİŞ

Bilimsel ve teknolojik gelişmeler tüm sektörlerde değişime yol açmıştır. Hiçbir sektör veya işletmenin bu değişime sesiz kalması söz konusu olamamıştır. Bu değişim, alışlagelmiş işletme anlayışını yıkan ve sonrasında daha canlı ve heyecanlı bir şekilde filizlenmeyi başaran bir tabiat olayı gibi yeni bir işletme anlayışının doğmasını sağlamıştır.

Bu yeni işletme anlayışı içinde yer alan inovasyon ve girişimcilik, işletmeleri daha güçlü kılarak, ortaya çıkabilecek risklerin olumsuz sonuçlarını en aza indirmeyi hatta bu riskleri fırsata çevirmeyi sağlayarak kısa sürede toparlanmalarına ve büyümelerine katkı sağlayacaktır. İşletmelerin bu gücünü daha etkin ve verimli kılacak eylem ise kendi içinde bir değer olarak yer alan çalışanları ile gerçekleştirecekleri inovasyonlardır. İşletme, gerçekleştirmek istediği inovasyonları, işletmeyi ve müşteriyi en iyi şekilde tanıyan ve gözlemleyebilen çalışanlarının iç girişimci tutum, davranış ve eylemleri ile gerçekleştirilebilir.

İç girişimcilik, hangi büyüklükte olursa olsun işletmelerin ulusal veya uluslararası pazardaki çabalarını kolaylaştırmak, hayatta kalabilmek, büyümek ve rekabet gücünü arttırmak için işletme sınırları içerisinde çalışanları ile gerçekleştirdiği girişimciliktir. İşletme sınırları içerisinde yer alan kaynakları daha etkin kullanarak çalışanların seviyesine göre girişimcilik ruhunun aşılması ile ortaya çıkacak iç girişimcilik, işletmede esnek, sürekli kendini yenileyen ve değişimden korkmayan inovatif bir yapının oluşmasına katkı sağlayabilir. (Hisrich ve Peter, 2002: 11; Ağca ve Kurt, 2007: 85).

Girişimciliğin bir çıktısı olarak karşımıza çıkan inovasyon; etkileme ve etkilenme alanlarının çok boyutlu olması nedeni ile literatürde farklı kavramları içinde barındırmaktadır. Bu etkiler çerçevesinde inovasyon, bir işletmeyi tedarikçisi, müşterisi ve çalışanları ile birlikte ele alan, ürün, hizmet veya süreçlerinde gerçekleştirileceği yenilikler ile işletmeye ve topluma katma değer sağlayan süreçler şeklinde tanımlanabilir.

İç girişimcilik ve inovasyon kavramları sadece teknolojik ve kurumsal anlamda değil, mikro ve makro anlamda da tüm ekonomik ve sosyal yapıların inşasında da etkin rol almaktadır. Gerçekleştirilen inovasyonlar ile işletmeler karlarını maksimize etmeleri ile birlikte sağlamış oldukları bireysel ve sosyal faydalar, kaynakların daha etkin ve verimli kullanılması ve makroekonomik bazlı iyileşmeler ile toplumsal refah seviyesinin gelişmesine katkı sağlamaktadır.

Tüm sektörlerde yaşanan inovasyonlar birbirini etkilemekte ve çıktıları ile tüm toplumu etkileyebilmektedir. Hizmeti alanlar ile doğrudan temas halinde olan ve çıktıları ile toplumsal hayatta birçok alanı etkileyen sağlık sektöründeki inovasyonlar, bireysel kazançların toplumsal kazançlara dönüşebildiği daha hızlı ve daha güçlü bir yapıya sahiptir. Sağlık sektöründe yaşanan inovasyonların çok boyutlu etkilerini görebileceğimiz, bireysel, toplumsal ve ekonomik çıktıları bir arada barındıran randevu sistemleri, hizmet inovasyon örneklerinden sadece bir tanesidir. Randevu sistemleri ile hastaların ve refakatçilerinin hastanede gereksiz bekleme süreleri azaltılarak, hizmeti alanların iş ve sosyal hayatta kaybedecekleri zaman azaltılır ve hastane içi gereksiz yığılmaların önüne geçilerek temizlik ve güvenlik gibi destek hizmetlerine ayrılacak kaynaklardan tasarruf sağlanır. Tasarruflar sonrası ortaya çıkan kaynaklar ile yeni hizmetlerin geliştirilmesine katkı sağlanabilir. Bununla da bitmeyip, hastanede ortamında bulaşma riski olan hastalıklara maruz kalma riskinde azaltarak birey ve toplumun sağlık seviyesinde iyileşmelere katkı sağlayacaktır. Bu örnek hastanelerde sadece süreç inovasyonunu içinde barındıran en basit hizmet inovasyon örnekleri arasında yer almasına rağmen hem işletme içi hem de işletme dışı birçok olumlu çıktısı ile tüm paydaşlarına yeni değerler katacaktır.

Tüm sektörlerde olduğu gibi sağlık sektöründe yaşanan yenilikler sağlık işletmelerinde daha dinamik bir yapının oluşmasına neden olmuştur. Önceden de bahsettiğimiz gibi bu dinamik yapı içerisinde hizmeti alanların ihtiyaç ve beklentileri anlayacak ve bunlara en kısa sürede yanıt verecek kişiler, hasta ile birebir iletişim halinde olan çalışanların kendileri olacaktır. Bu yüzden sağlık kuruluşlarındaki güçlü iç girişimcilik ve destekleyici örgütsel yapılar ile kurumda inovatif bir ortam yaratılabilir. Kurumda iç girişimciliğin yüksek olması sağlık hizmetlerinin sunumunda

ihtiyaç duyulan kaynakların geliştirilmesi ve yeni hizmet/ürünlerin üretilmesine de katkı sağlayacaktır.

Bu kapsamda yapılan çalışmanın amacı, hizmet inovasyon performansına etkisi görülen iç girişimcilik ve örgütsel faktörleri birlikte ele alan bir model oluşturmaktır. Çalışmada ayrıca iç girişimciliğin aracılık rolünde incelenmiştir.

Bu çalışmanın önemi ise araştırma sonuçlarının inovasyon ve iç girişimcilik literatürüne önemli katkılar sağlayacağı ve çıktıları ile hizmeti alanlar ile birlikte tüm toplumu ilgilendiren sağlık kuruluşlarındaki iç girişimciliği ve inovasyonu artırmaya yönelik çalışmalarda politika belirleyicilere ve yöneticilere yön vereceği düşünülmektedir.

İç girişimcilik boyutlarını belirlemeye yönelik temel iki yaklaşım vardır. Bu yaklaşımlar girişimcilik eğilimi yaklaşımı ve kurumsal girişimcilik yaklaşımıdır. Girişimcilik eğilimi yaklaşımını sergileyen çalışmalarda iç girişimcilik boyutları risk alma, yenilik, proaktiflik, özerklik ve rekabetçi girişkenlik etrafında şekillenmektedir (Ağca ve Kurt, 2007: 91 - 92). Proaktiflik ve rekabetçi girişkenlik boyutları, girişimcilik eğilimi yaklaşımında iki farklı boyut olarak ele alınsa da, bazı araştırmacılar tarafından bu kavramlar arasındaki benzerlikten dolayı tek boyut olarak ele alınması gerektiği ifade edilmiştir (Arslan, 2012: 199). Bu çerçevede iç girişimcilik boyutları araştırmada “risk alma, rekabetçi girişkenlik, kendini yenileme ve otonomi” toplam dört boyut olarak ele alınmıştır.

İç girişimcilik ve hizmet inovasyon performansı üzerinde etkisi olduğu düşünülen ve iç girişimcilik modellerinde örgütsel faktörlere ait iç değişkenler arasında yer alan liderlik, yapı, kültür ve kaynak kullanımı araştırma modelindeki örgütsel faktörler değişkenine ait boyutlardır (Covin ve Slevin, 1991:10; Zahra, 1993:13).

Hizmet inovasyon performansı ise Hu, Horng ve Christine Sun (2009: 49) araştırmacıları tarafından hizmet sektöründe yaptıkları çalışmada geliştirdikleri ve Ayazlar (2012: 116) tarafından Türkçeye uyarlanarak geçerlilik ve güvenilirliği test

edilmiş ‘‘hizmet inovasyon davranışı ve yeni hizmet geliştirme’’ boyutları ile ele alınmıştır.

Araştırmada birincil verilerden faydalanılmıştır. Veri toplama aracı olarak anket formu kullanılmıştır. Anket formu ile sağlık çalışanlarına yedi maddeden oluşan mesleki ve demografik bilgiler ile birlikte 46 maddeden oluşan araştırma modelinde yer alan değişkenlere ait ve toplamda 53 soru yöneltilmiştir. Ankette yer alan maddeler 5’li Likert tipinde ölçeklendirilmiştir.

Araştırmadaki temel değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemek için birçok bilim dalı tarafından kullanılan, belirli bir teoriye dayalı olarak gözlemlenen ve gözlenemeyen değişkenlerin nedensel ve ilişkisel bir model içerisinde tanımlanmasına dayalı çok değişkenli istatistiksel bir model olan yapısal eşitlik modellemesi (YEM) kullanılmıştır (Meydan ve Şeşen, 2011: 57).

Çalışmanın sağlık sektöründe yapılmasının nedeni yapılan literatür taramasında güncel bir konu olan iç girişimcilik ile inovasyon ilişkisini belirlemeye yönelik yapılan çalışmaların çoğunun sağlık sektörü dışında yapılması, sağlık sektöründe yapılan araştırmaların ise sadece yöneticiler, hekimler veya hemşireler üzerinde ayrı ayrı yapılan iç girişimcilik ve inovasyon çalışmalarına rastlanılmıştır. Ancak sağlık çalışanlarının tamamının dâhil edildiği ve örgütsel faktörlerinde yer aldığı çalışmalara rastlanılmamıştır. Bu çalışmada, alandaki bu eksikliği gidermek üzere hizmet sunum aşamasında ortak hareket etmek zorunda olan tüm sağlık çalışanları araştırmaya dâhil edilmiştir. Araştırma kapsamı içinde tüm cerrahi ve dahili branşları bulunan, üçüncü basamak yoğun bakım ünitesi dahil birçok birimi içinde barındıran ve bölge hastanesi statüsünde olan araştırma evreni olarak belirlediğimiz kamu hastanesi için örneklem seçilmemiş ve sağlık çalışanlarının tamamına ulaşılmaya çalışılmıştır.

Araştırmaya katılan sağlık çalışanların mesleki ve demografik özellikleri ve ankette yer alan sorulara katılma düzeyleri, standart sapma ve ortalama gibi betimleyici istatistiklerle incelenmiştir. Çalışmada yapıların birincil düzey faktörlerle açıklandığı test edildikten sonra ikincil düzey çok faktörlü doğrulayıcı faktör analizi (DFA) ile değişkenin faktör yapısı test edilmiştir. İkincil seviye DFA uyum

indekslerine bakıldıktan sonra modifikasyon indekleri incelenmiştir. Modifikasyon indeksi, gözlenen ve gizil değişkenler arasındaki kovaryansa bakarak modele ilişkin oluşturulan modifikasyon önerileridir. Kuramsal çerçeveden çıkmadan gerçekleştirilen modifikasyon önerileri sonrası tekrar yapılan analizler sonucu ortaya çıkan uyum indeks değerleri analiz edilerek DFA'lar tamamlanmıştır.

Araştırmada, örgütsel faktörler ve iç girişimcilik bağımsız değişkenler, hizmet inovasyon performansı ise bağımlı değişken olarak ele alınmıştır. Örgütsel faktörler ile iç girişimcilik arasındaki ilişkide ise iç girişimcilik bağımlı değişken olarak değerlendirilmiştir. Araştırmada iç girişimcilik ve örgütsel faktörlerin alt boyutlarının hizmet inovasyon performansı üzerindeki etkisi de araştırılmıştır. Bunun için ise Çoklu Doğrusal Regresyon analizinden yararlanılmıştır. Ayrıca bağımsız değişkenler ile bağımlı değişkenler arasındaki ilişkiyi test etmek için Pearson Korelasyon analizi kullanılmıştır.

Araştırmanın ilk bölümünde girişimciliğin bir alt konsepti bağlamında iç girişimcilik kavramı, türleri, modelleri ve boyutları hakkında teorik bilgiler verilmiştir. İkinci bölümünde inovasyon kavramı, türleri, strateji açıklandıktan sonra hizmet inovasyon performansı alt boyutları açıklanmıştır. Üçüncü bölümde ise araştırmanın değişkenleri olan iç girişimcilik, örgütsel faktörler ve hizmet inovasyon performans ilişkilerini açıklamaya yönelik literatürde yer alan bazı modeller anlatılmıştır. Dördüncü bölümde araştırmaya ait gereç ve yöntemler açıklandıktan sonra elde edilen bulgulara, beşinci bölümde ise sonuç ve önerilere yer verilmiştir.

1. İÇ GİRİŞİMCİLİK

Bu bölümde tarihsel gelişimleri ile birlikte girişimcilik ve iç girişimcilik kavramları açıklanarak, iç girişimcilik türleri, iç girişimcilik modelleri ve iç girişimcilik boyutları anlatılmıştır.

1.1. Girişiminden İç Girişimciliğe

17. yüzyıla kadar girişimci kavramı, büyük ölçekli projeleri yöneten ve risk almadan aktarılan kaynakları kullanarak üretim faaliyetlerini sürdüren kişi şeklinde ifade edilmekteydi. İrlandalı ekonomist Richard Cantillon, girişimciyi iktisadi anlamda kullanarak, girişimcinin ekonomideki mübadele ve dolaşımdan sorumlu olduğunu ifade ederek, girişimciyi harcamaların belirli, gelirlerin belirsiz, olduğu koşullarda iş yapanlar şeklinde tanımlamıştır. Richard Cantillon belirsizlikler üzerine odaklanan ve sadece girişimciliğin yenilik olmadığı savı üzerinden girişimcilik kavramına katkı sağlamıştır. Cantillon, girişimciliğin risk alma özelliği üzerinde durmuştur. Fransız iktisatçı Jean Baptiste Say'da girişimcinin risk alma özelliği üzerinde dururken, girişimcinin üretim faktörlerin etkin kullanım için örgütlenme ve yönetebilme becerilerine de olması gerektiğini belirtmiştir. Jean Baptiste Say ayrıca klasik olarak bilinen üretim faktörlerine (emek, sermaye ve doğal kaynaklar) girişimcilik kavramını da eklemiştir. Say, girişimcinin yönetsel rolü ile birlikte sermaye sahipleri ile girişimci arasındaki ayrımı yaparak literatüre katkı sağlamıştır (Hisrich ve Peters, 1995: 6; Müftüoğlu, 2003: 430; Praag, 1999: 312).

Joseph Schumpeter yenilikçi bir kişi olarak tanımladığı girişimciyi, sadece sermaye koyan veya risk alan değil yenilik yaratan ve liderlik yapan bireyler olduğunu ifade etmiştir. Girişimciliği sadece yeni ürün veya teknoloji üretme şeklinde tanımlamayıp, yeni süreçler ve tedarik kaynakları yaratma, yeni pazar ve organizasyon şekilleri yaratma kavramlarını da girişimcilik bileşenleri olarak tanımlayarak girişimcilik teorisine önemli katkı sağlamıştır (Müftüoğlu, 2003: 430).

Neoklasik yaklaşımın öncüllerinden olan Alfred Marshall girişimci kişilik özellikleri üzerinde yoğunlaşmış ve girişimcinin doğal lider olması gerektiğini ve başarılı bir girişimcilik için iyi iş fırsatlarını kollamakla birlikte şansa da ihtiyaç olduğunu söylemiştir. Marshall'a göre girişimci, mal ve hizmetleri üretmek ve

yenilikler için, bütün sorumluluğu üstlenecek ve kontrol fonksiyonunu yerine getirecektir. Ayrıca girişimcinin aynı anda birçok farklı konuyu aklında tutabilme, çabuk karar verebilme ve sorunlara en kısa sürede çözüm üretebilme yeteneklerinin olduğu ve bu yeteneklerin eğitim, aile ve doğuştan gelen yetenekler olduğunu ifade etmiştir (Güney, 2008: 6).

Ekonomik gelişmelerin bireysel girişimciliğe bağlı olduğunu savunan David McClelland 1961 yılında yayınladığı “The Achieving Society” eserinde; girişimciyi, başarı güdüsü olan ve ortalama hedefler çerçevesinde amaçları olan kişiler şeklinde ifade etmiştir (Can, 1985’ten aktaran Güney, 2008: 14). Bir başka çalışmada da girişimci, değişimi bir fırsat olarak gören, yenilikçi, yaratıcı, esnek ve belirsizliğe tahammül edebilen, uyarlanabilir, güvenilir, risk alabilen, kalıcı, sorumlu ve kendine güvenen kişiler şeklinde ifade edilmiştir (Chell, Hawort ve Brearley, 1991: 47).

Richard Cantillon’a (1725) göre girişimci, sermaye sağlayan bir kişiden farklı olarak riski üstlenen ve belirsiz koşullar altında iş yapabilen kişi; Beaudou’a (1797) göre girişimci, risk alan, organize eden, pazarlama ve denetleme yapan kişi; Joseph Schumpeter’a (1934) göre yenilikçi ve yeni teknolojiyi deneyerek geliştiren kişi; Peter Drucker’ a (1964) göre fırsatları maksimize eden kişi; Robert Hisrich’e (1985) göre finansal, fiziksel ve sosyal riskleri üstlenerek zaman ve çaba sarf eden kişi şeklinde tanımlandığı ifade edilmiştir (Soyşekerci, 2013: 14).

Girişimcilik kavramı içinde yar alan risk ve belirsizlik arasındaki ilişkiye odaklanan çalışması ile Frank Knight, girişimcinin başarılı olması için belirsizlik üstlenmesi ve yargısal karar verebilme gücüne sahip olması gerektiğini söylemiştir (Praag, 1999: 322).

Girişimcilik kavramını 1976 yılında ilk olarak kullanan Pinchot, 1985 yılında girişimciliği örgütsel boyutları ile ele alarak iç girişimciliği kavramsallaştırmış (Başar, Ürper ve Tosunoğlu, 2013: 21 - 23). Pinchot öncesi Schumpeter girişimciliğin yenilik ve dinamik yapısından bahsederken; insan kaynağının girişimciliğin temel yapı taşı olduğunu ve örgüt içinde çalışanların da girişimci olabileceğini ifade etmiştir. Aynı şekilde Norman Macrae “The Coming Entrepreneurial Revolution” adlı makalesinde işletme içinde girişimciliğin öneminden bahsetmiştir. Fakat iç girişimcilik kavramını

Pinchot'a kadar hiçbir araştırmacı kavramlaştırmamıştır. 20. yuzyılın sonlarına doğru kavramsal olarak karşımıza çıkan i girişimcilik hızlı bir şekilde araştırma konuları içerisinde yer almaya başladığı görülmüştür (Başar ve Tosunoğlu, 2006: 125).

Pinchot (1985), Ellis (1985), Carbone (1986), Luchsinger ve Ross (1987), Bagby (1987), Lessem (1987), Bordeaux (1987), Ronen (1988) ve Jones ve Butler (1992)'in yapmış olduğu araştırmalarda i girişimcinin bireylerin özellikleri üzerinde durmuşlardır (Carrier, 1996: 6).

Burgelman (1983), Rule ve Irwen (1988) ve Guth ve Ginsberg (1990) ise i girişimciliği teşvik etmeye yönelik yönetim stratejilerine odaklı araştırmalar yapmışlardır. Stevenson ve Jarillo (1990), Covin ve Slevin (1991), Kuratko, Hornsby, Naffziger ve Montagno (1993), Zahra ve Pearce (1994), Zahra ve Garvis (2001) ve Antoncic ve Hisrich (2001, 2003) gibi araştırmacılar ise i girişimcilik sürecini ortaya çıkaran süreçler üzerinde durmuşlardır (Ağca ve Kurt, 2007: 86 - 87).

i girişimcilik üzerine yapılan ilk araştırmalarda i girişimci bireylerin psikolojik ve kişisel özellikleri üzerinde durulduğu daha sonra yapılan çalışmalarda ise i girişimcilik süreçleri ve i girişimciliği teşvik etmeye yönelik yönetim stratejileri üzerine odaklanıldığı söylenebilir.

1.2. Kavramsal Açıdan i Girişimcilik

i girişimcilik (intrapreneurship) gerçekleşmesi hayal edilen değişimleri en kısa sürede gerçekleştirecek ve girişimcilik faaliyetlerine en güçlü katkırı sağlayacak bir kurumsal değer olarak görülmektedir.

Örgüt içinde gerçekleştirilen girişimcilik faaliyetlerini tanımlaya yönelik yapılan araştırmalarda, kurumsal girişimcilik, kurum içi girişimcilik ve i girişimcilik kavramları etrafında yoğunlaşan farklı tanımların yapıldığı görülmektedir. Belirtilen kavramların kullanıldığı araştırmalar aşağıda gösterilmiştir (Arslan, 2012: 106 – 107; Christensen, 2004: 302):

1- i girişimcilik (intrapreneurship) : Pinchot (1985); Luchsinger ve Bagby (1987); Kuratko vd. (1990); Carrier (1996); Antoncic ve Hisrich (2001).

2- Kurumsal girişimcilik (corporate entrepreneurship) : Kuratko vd. (1990); Covin ve Slevin (1991); Zahra (1991; 1993; 1995; 1996); Covin ve Miles (1999); Dess vd. (1999); Zahra vd. (2000); Thornberry (2001); Thornberry (2003); Sharma ve Chrisman (2007); Zahra vd. (2009).

3- Kurum içi girişimcilik (internal corporate entrepreneurship): Schollhammer (1981; 1982) ; Jones ve Butler (1992); Kuratko vd. (2005).

Bu kavramlar dışında MacMillan (1986) “şirket girişimciliği” (corporate venturing), Lumpkin ve Dress (1996) “firma düzeyli girişimcilik eğilimi” (firm-level entrepreneurship orientation), Davidsson (1990) “sürekli girişimcilik” (Continued entrepreneurship), Stevenson ve Jarillo (1990) “girişimci yönetim” (entrepreneurial management; Hitt vd. (2001) “stratejik girişimcilik” (strategic entrepreneurship) kavramlarını kullanmışlardır (Arslan, 2012: 107). Christensen’a (2004: 304) göre kurum içinde yapılan girişimcilik faaliyetleri tanımlayacak en uygun kavramın iç girişimcilik (intrapreneurship) olduğu belirtilmiştir.

İç girişimcilik kavramına yönelik olarak üzerinde uzlaşmaya varılmış bir tanım bulunmamaktadır. İç girişimcilik ile ilgili yapılan ilk çalışmalarda iç girişimcilik, çalışanların, örgüt içinde elinde hazır bulunan kaynaklardan bağımsız örgüt içinde fırsatları kovaladığı bir süreç, fırsatları yakalamak için standartların dışına çıkmak ve yeni şeyleri yapmak, bir organizasyon tarafından yeni bir yapının yaratılması veya örgüt içerisinde yenilenme ve inovasyonların desteklenmesi şeklinde tanımlanmıştır (Antoncic ve Hisrich, 2003: 9; Sharma ve Chrisman, 2007: 99; Zahra, 1991: 260).

İç girişimcilik Pinchot (1985: 18) tarafından “*yenilik yaratmak için sorumluluk üstlenmiş hayalperest kişilerin yaptığı iş*” olarak tanımlamıştır. Bu hayalperestler fikirlerini ya da düşüncelerini gerçeğe dönüştürerek kar elde ederler. Antoncic ve Hisrich (2003: 9) ise iç girişimciliği daha geniş biçimde; risk alma, kendini yenileme, yeni iş yaratma, yenilik ve öngörücü olma gibi birçok faktörü içerecek şekilde tanımlanmıştır.

John Naisbitt, iç girişimciliği mevcut işletmenin yeni ürünler ve piyasalar bulması için kullanması gereken bir yöntem olduğunu ifade ederken, Rosabeth Moss

Kanter de iç girişimciliğin işletmelerin hayatta kalabilmeleri için önemli bir araç olduğunu belirtmiştir (Başar ve Tosunoğlu, 2006: 125).

Sathe'ye (1989: 31) göre iç girişimcilik, örgütsel dönüşüm sürecidir. Pearce ve Carland (1996: 88) iç girişimciliği, örgüt içindeki çalışanlarla yeni ürün geliştirme veya maliyetleri düşürme faaliyetleri şeklinde tanımlamıştır.

Antoncic ve Hisrich'e (2003: 16) göre iç girişimcilik, bir örgüt içinde işletme büyüklüğünün önemi olmaksızın sürekli devam eden yeni ticari girişimlerle birlikte yeni ürün, hizmet, teknoloji, yönetim teknikleri, stratejiler ve başka inovatif faaliyetleri içeren süreçlerdir. İç girişimcilik, mevcut bir organizasyonun yeni işler gerçekleştirmesi, çalışanların yeni ürün fikirlerinin örgütsel bağlamda desteklemesi ve inovatif kültürün bütün organizasyonun yaklaşım ve eylemlerine hakim olmasıdır (Covin ve Miles, 1999: 47 - 50).

Naktiyok'a (2004: 37) göre iç girişimcilik, olağan dışı faaliyetler yapmak yoluyla organizasyon içinde girişimsel ruh ve davranışı besleme ve geliştirme sürecidir. Sharma ve Chrisman (2007: 92) iç girişimciliği, kişi veya grubun yeni organizasyonlar yaratma veya bir organizasyon içerisinde yenilenmeyi veya inovasyonu başlatma süreci olarak tanımlanmışlardır. Bir başka tanımda ise iç girişimcilik, organizasyondaki girişimcilik ruhu şeklinde ifade edilmiştir (Antoncic, 2007: 310). Ağca ve Kurt (2007: 89) ise iç girişimciliği, bir organizasyondaki fikirleri somut gerçeklere dönüştürmek için bağımsız hareket etme niyetinin ve yeni alışkanlıklarla ilgili farklı davranışların sergilendiği girişimcilik eğilimi şeklinde tanımlamışlar.

Tüm bu tanımlardan yola çıkarak iç girişimcilik, örgütlerin kendi çalışanları ile ürün, hizmet, süreç ve pazarda gerçekleştirdikleri, işletmeye katma değeri sağlayan yenilikler şeklinde tanımlanabilir.

İç girişimciliğin temelinde, işletme içindeki girişimci fikirlerin kurum içine doğru yönlendirilmesi yatmaktadır (Naktiyok ve Kök, 2006: 81). İç girişimcilik, faaliyetleri içsel ya da dışsal yönelimli olabilir. İçsel faaliyetler, büyük örgütler içerisinde içsel pazarlar geliştirmek ve göreceli olarak küçük ve bağımsız birimler

tasarlamak olarak görülebilir. Dışsal faaliyetler ise birleşme, ortaklık ya da devralmadır (Zahra, 1991: 261).

İç girişimcilik, kişisel ve kurumsal gelişmeyi destekleyen bir iş çevresi yaratarak hissedarların değerini artırabilir, çalışanlara yaratıcı becerilerini kullanma fırsatı verebilir, işletmenin pazara tepki vermesini hızlandırabilir, çapraz fonksiyonel işbirliğini teşvik eden bir örgütsel kültür yaratabilir. Bu değişimler yeni kazanç dalgaları yaratacak girişimsel çabaları artırabilir. İç girişimcilik, inovasyonu artırarak, kurum faaliyetlerini ve iş düşüncelerini değiştirerek, kurumsal karlılığı ve büyümeyi sağlamada temel bir unsur olarak görülmektedir (Yurtseven, Atış ve Yurtsever, 2006: 10).

İç girişimcilik bir işletmenin kendi iş ağları içerisinde de gelişebilir. İç girişimcilik, çekici bir girişim veya işletmenin etrafında oluşan cazibeden kaynaklanır. Tıpkı bir atom çekirdeğinin etrafındaki elektronlar ve nötronlar gibi iç girişimciliği de; örgütsel yapı, kültür, organizasyonlar, faaliyetler ve iş süreçleri şekillendirir (Top, 2012: 10).

1.3. İç Girişimcilik Türleri

İç girişimcilik kurum içi çalışanlar tarafından gerçekleştirilen girişimcilik faaliyetlerini kapsamı ile birlikte, iç girişimcilik faaliyetleri ile ilgili odak noktalarının ve süreçlerin farklılık göstermesi, iç girişimcilik ile ilgili farklı sınıflandırmaların doğmasına neden olmuştur. Covin ve Miles (1999; 50 - 54) iç girişimciliğin sürdürülen yenilenme, örgütsel iyileştirme, stratejik yenilenme ve yeni alan tanımlama olmak üzere dört farklı türü olduğunu belirtmiştir.

1.3.1. Sürdürülen Yenilenme

Sürdürülen yenilenme iç girişimcilik çabaları ile yeni ürün veya hizmetler geliştirme veya yeni pazarlara girme becerisini sağlayarak bunu düzenli ve sürekli hale getirme süreçlerini kapsamaktadır. Bu süreçlerde başarı sağlayan işletmeler, yeniliği destekleyici kültür, yapı ve teşvik sistemlerine sahip olma eğilimindedirler ve aynı zamanda öğrenen örgütlerdir.

Yeni hizmet ve ürün üreten veya yeni pazarlara giren bu işletmeler genellikle eski ile yeniyi ayırarak ürün yaşam döngüsü yönetimiyle rekabetçi pozisyonunu güçlendirmeye çabalarlar. Sürdürülebilir yenilenmeyi kurumsal bir kültür haline getiren işletmeler artık bir inovasyon makinası haline dönüşmektedir. Sürekli yeni hizmet, ürün ve pazar yaratma çabası; 3M, Mitsubishi ve Apple firmalarında olduğu gibi işletmenin doğal yaşam döngüsü içinde rutin bir hal almaktadır (Covin ve Miles, 1999; 51, Soyşekerci, 2013: 137 - 141).

1.3.2. Örgütsel İyileştirme

Örgütsel iyileştirme örgütün içsel süreçlerini, yapılarını veya yeteneklerini değiştirerek rekabetçi pozisyonunu sürdürme veya güçlendirme çabalarıdır. Bu şekilde örgütün daha güçlü bir girişimci olabileceği ifade edilmektedir. Örgütsel iyileştirme örgütsel yenilenme, kurumsal yenilenme veya kurumsal iyileştirme olarak da ifade edilmektedir. Örgütsel iyileştirme sıklıkla işletmenin değer zincirinin yeniden şekillendirilmesini veya içsel kaynak dağılımını değiştirmesini gerektirmektedir. Procter& Gamble ve General Electric bu iç girişimcilik türünü gerçekleştirerek önemli inovasyonlar gerçekleştirmişlerdir (Covin ve Miles,1999: 52; Dess, Ireland, Zahra, Floyd, Janney ve Lane, 2003: 355).

1.3.3. Stratejik Yenilenme

Organizasyonel yenilenme veya kendini yenileme şeklinde ifade edilen stratejik yenilenme, temelde rekabet etme yöntemini değiştirerek işletmenin pazarlarıyla veya endüstrideki rakipleriyle ilişkilerini yeniden tanımlama çabalarıdır. Literatürde stratejik yenilenme; örgütsel dönüşüm ve yeni bir stratejinin uygulanması olarak ele alınmıştır. Bu bağlamda stratejik yenilik için yeni bir stratejinin uygulanması gerektiği ifade edilmektedir. IBM ve Harley-Davidson şirketleri radikal değişiklikler yaparak stratejik yenilenmeyi başarılı biçimde gerçekleştirmişlerdir (Covin ve Miles, 1999: 53; Fitzsimmons, Douglas, Antoncic ve Hisrich, 2005: 18 - 19).

1.3.4. Yeni Alan Tanımlama

İşletmenin proaktif biçimde henüz rakipleri tarafından kullanılmamış veya keşfedilmemiş ürün veya pazarları keşfetmesidir. Proaktiflik (proactive), sorunları önceden görerek, olaylar gerçekleştiikten sonra tepki göstermek yerine geleceğe yönelik mücadele yeteneğidir (Friedman, 1994: 477). Bir başka tanımda benzer şekilde proaktiflik gelecekte ortaya çıkabilecek ihtiyaç, değişim ve problemleri algılama ve bunlara karşı önceden harekete geçme yeteneği şeklinde tanımlanmıştır (Lumpkin ve Dess, 1996: 146).

Yeni alan tanımlama ile işletme sürdürülebilir rekabet avantajı için çeşitli avantajlara sahip olabileceği yeni bir alana yönelir. Proaktiflik girişimciliğin bir yönünü açığa çıkartan bir eylemdir (Lumpkin ve Dess, 1996: 146).

İşletmelerin yenilik yapmada öncü olması, artan rekabet koşullarında işletmenin hayatta kalması ve yüksek başarı sağlaması için önemli bir araçtır. Sony'nin walkman cihazını piyasaya ilk sürmesi (Covin ve Miles, 1999: 54), IBM akıllı telefonları ilk piyasaya sürmesi, lazer ile ilk göz ameliyatının yapılması girişimcilerin kendilerine yeni alan tanımlama çabalarına örnektir.

1.4. İç Girişimcilik Modelleri

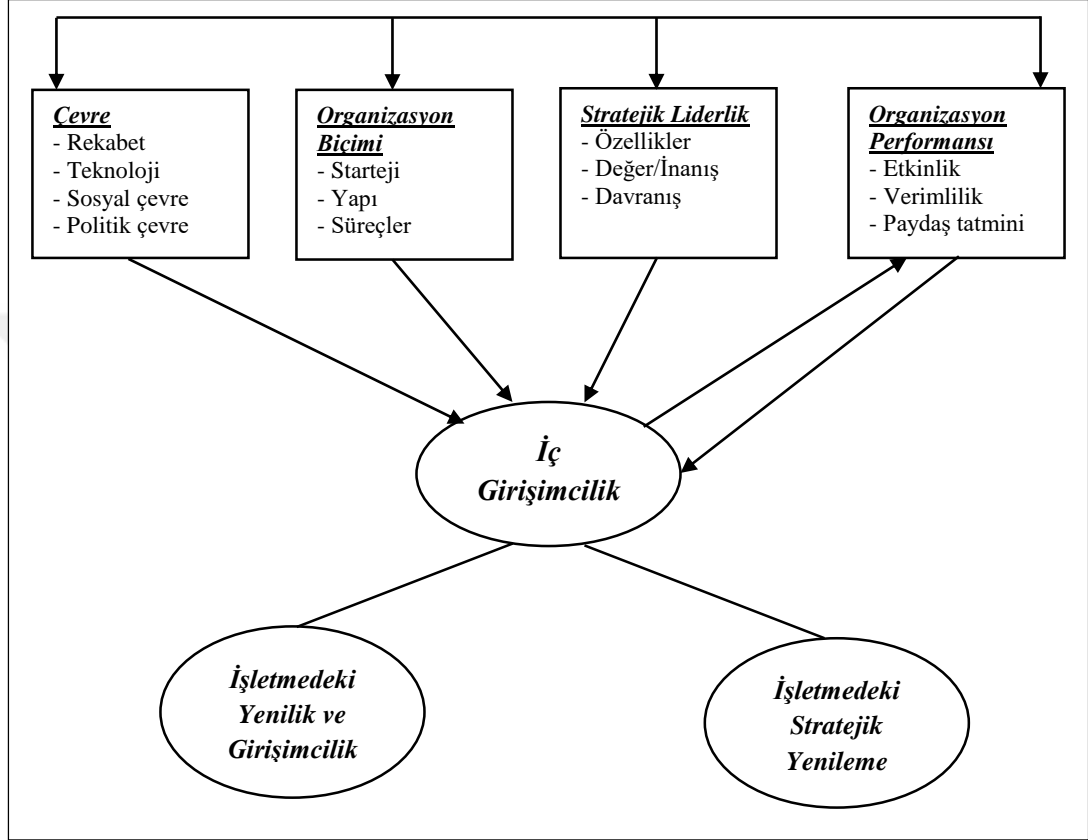
Covin ve Slevin ile Lumpkin ve Dess girişimcilik odaklı yaklaşımların öncülleri, Zahra ile Guth ve Ginsberg'in ise iç girişimcilik yaklaşımlarının oluşmasında etkili oldukları görülmektedir. İç girişimcilik ile ilgili 1990'lı yıllarda çeşitli modeller geliştirilmiştir (Özer, 2011: 25). Bu bölümde iç girişimciliği açıklamaya yönelik geliştirilmiş modeller gelişim sırasına göre ele alınmıştır.

1.4.1. İç Girişimcilik Alan Modeli

Guth ve Ginsberg (1990: 5 - 8) tarafından geliştirilen iç girişimcilik alan modelinde, yenilik ile iç girişimcilik arasındaki ilişki ve iç girişimciliği etkileyen faktörler modellemede yer almıştır.

Şekil 1.1'de incelendiğinde iç girişimciliği etkileyen temel unsurlar çevre, organizasyon biçimi, stratejik liderler ve organizasyon performansdır. Ayrıca iş

girişimcilik ile organizasyonel performans arasında karşılıklı ilişki olduğu ve i girişimciliğin işletme içi yenilik ve stratejik yenilenme etrafında çevrelendiği görülmektedir. Bu unsurların her biri i girişimcilik üzerinde önemli etkiye sahiptir (Guth ve Ginsberg, 1990: 7 - 8).



Şekil 1.1. İ Girişimcilik Alan Modeli

Kaynak: Guth ve Ginsberg, 1990: 7.

1.4.2. İşletme Davranışı Olarak Girişimcilik Modeli

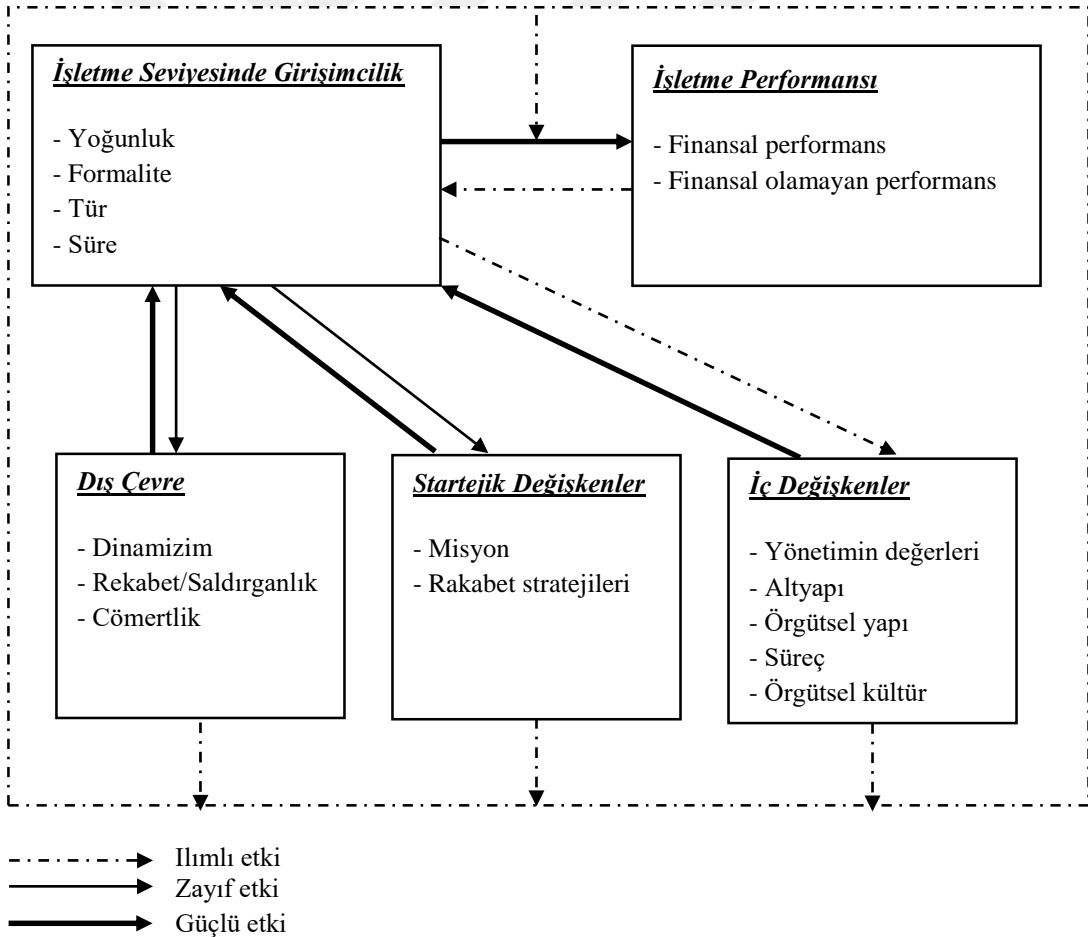
İşletme davranışı olarak girişimcilik ile ilgili Covin-Slevin (1991) ve Zahra (1993) tarafından geliştirilen iki farklı model bulunmaktadır.

1.4.2.1. Covin ve Slevin'e Göre İşletme Davranış Modeli

Covin ve Slevin'in (1991: 7 - 25) tarafından geliştirilen, işletmenin girişimci tavrı ile dışsal değişkenler, stratejik değişkenler, içsel değişkenler ve işletme performansı arasındaki ilişkileri gösteren işletme davranış modeli, Şekil 1.2'de verilmiştir.

1.4.2.2. Zahra' ya Göre İşletme Davranış Modeli

Zahra (1993) tarafından geliştirilen modelde, kurumsal ölçekte yenilikçi davranışlar sergilemek, rekabette güçlü ve etkili olmak için işletmelerin, örgütsel faaliyetlerini dinamik hale getirilmesi esas alınmıştır. Bu kapsamda kurumsal girişimcilik, işletmenin rekabetçi yapısını güçlendirerek karlılığın artması için işletme içerisinde yeni yapılanmalar oluşturulması ve yeni pazar yaratma sürecini içinde gerçekleştirilen stratejik yenilenme süreci şeklinde tanımlanmıştır. Covin ve Slevin (1991) tarafından geliştirilen modelden farklı olarak formal ve informal iç girişimciliğin, iç girişimcilik türlerinin, iç girişimcilik süreçlerinin dikkate alınması gerektiği savunulmuştur. Ayrıca model, tüm örgütü ve spesifik birimlerin dikkate alınması gerektiğini savunmaktadır (Zahra, 1993: 12 - 13).



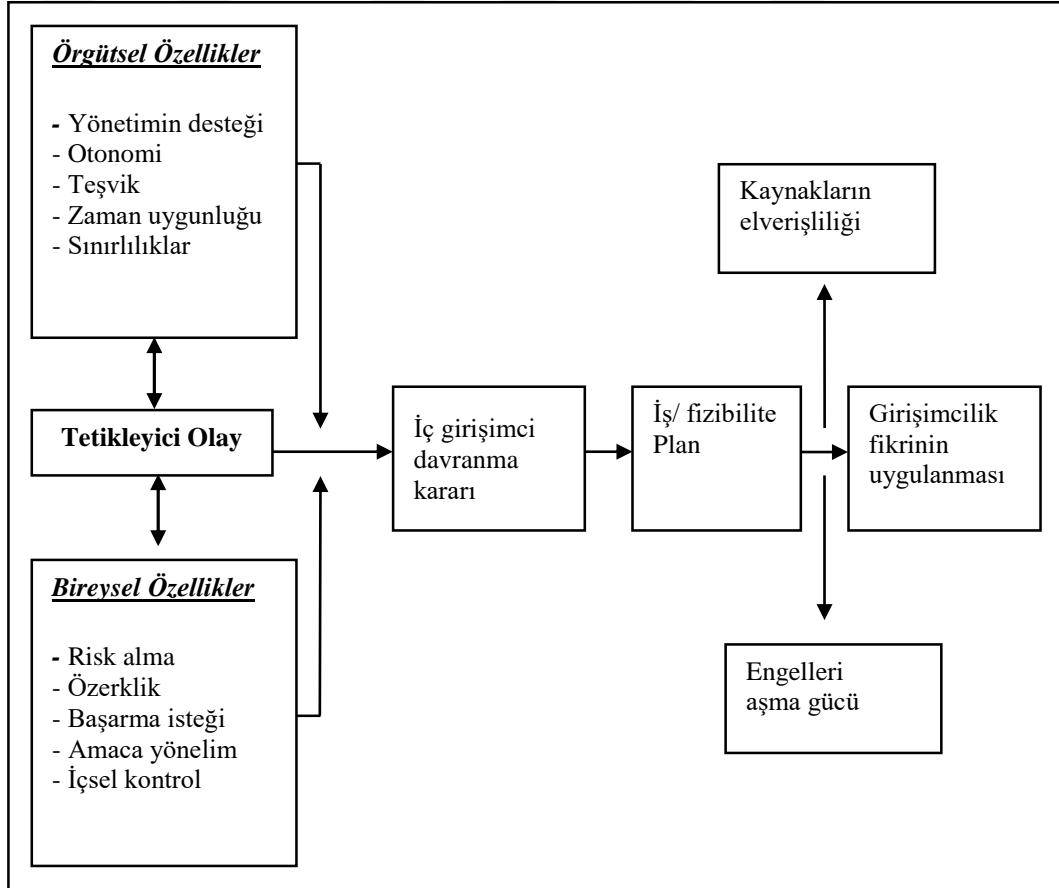
Şekil 1.3. İşletme Davranış Modeli (Zahra)

Kaynak: Zahra, 1993: 13.

Şekil 1.3'te görüldüğü gibi modelde teknolojik gelişme kavramı çevresel dinamizm kapsamına, işletme amaç ve faaliyetleri rekabetçi taktikler kapsamına alınmak suretiyle ortadan kaldırmış ve işletme içi süreçler modele dâhil edilmiştir. Modelde dikkat çekici bir başka nokta ise işletme performansının finansal ve finansal olmayan çıktılar şeklinde değerlendirilmesidir.

1.4.3. İnteraktif İç Girişimcilik Modeli

Hornsby, Naffziger, Kuratko ve Montagno (1993: 31) tarafından geliştirilen modelde, iç girişimcilik ve iç girişimcilik başarısının, örgütsel ve bireysel özelliklerin etkileşimi sonucunda gerçekleşebileceği görülmektedir.



Şekil 1.4. İnteraktif İç Girişimcilik Modeli

Kaynak: Hornsby vd., 1993: 31.

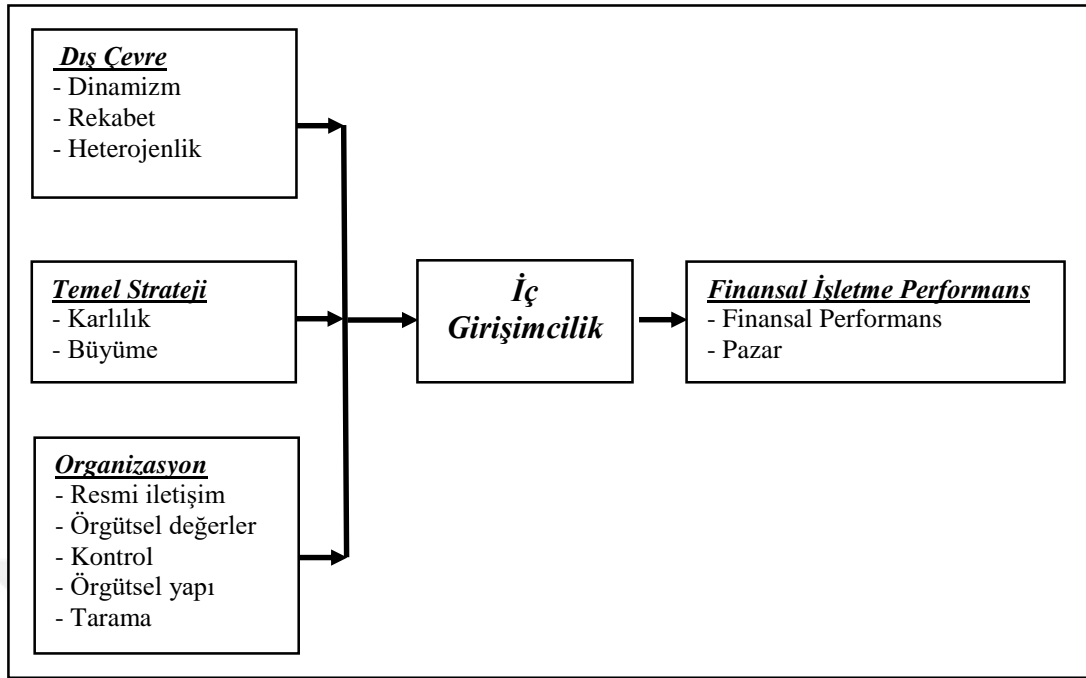
Şekil 1.4'te ayrıntılı bir şekilde verilen modelde iç girişimcilik davranışının kurum içinde gerçekleşebilmesi için bireysel özellikler (risk alma, özerklik, başarıma isteği, amaca yönelim ve içsel kontrol yeteneği) ve örgütsel özellikler (yönetimin desteği, otonomi, teşvik, zaman ve sınırlıklar) ile birlikte tetikleyici bir olayında gerçekleşmesi gerektiği görülmektedir. Bu tetikleyiciler rakiplerin gücü, işletmenin dinamik yapısı, yeni pazar stratejileri gibi çevresel faktörler olabilir. İç girişimcilik davranışının başarılı bir şekilde girişimcilik uygulamasına dönüşebilmesi için; etkin bir iş planı, örgüt içi bariyerlerin aşılması ve yeterli kaynakların elverişliliği gerekir (Hornsby vd., 1993: 31 - 35).

1.4.4. İç Girişimcilik ve Performans Modeli

İç girişimcilik ve performans ilişkisini belirlemeye yönelik Zahra (1991) ve Lumpkin ve Dess (1996) tarafından geliştirilen iki farklı model bulunmaktadır.

1.4.4.1. Zahra'ya Göre İç girişimcilik ve Performans Modeli

Bu model, Zahra (1991) tarafından iç girişimcilik ile işletme performansı arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik geliştirilmiştir. İç girişimciliğin öncülleri ve iç girişimcilik ile işletme performansı arasındaki ilişkiyi belirlemek için geliştirilen modelde üç değişken kümenin iç girişimciliği etkilediği görülmektedir. Şekil 1.5'te görüldü gibi bu kümeler dış evre, genel strateji ve iç organizasyondur. Bu kapsamda Zahra (1991) yapmış olduğu çalışmada, dış çevresel faktörler içerisinde yer alan dinamizm, düşmanlık ve heterojenliğin iç girişimciliği tetiklediğini ifade etmiştir. Ayrıca araştırma sonuçlarına göre büyüme odaklı kurumsal stratejiler ile iç girişimcilik arasında pozitif bir ilişkili olduğu; resmi iletişim, piyasa araştırması ve farklılaşmanın iç girişimcilik ile ilişkili olduğu; çalışanları destekleyici ve rekabet odaklı örgütsel değerlerin iç girişimciliği etkilediği ve iç girişimcilik ile kurumsal finansal performans arasında pozitif ilişkinin olduğunu söylenebilir. (Zahra, 1991: 276 - 277).



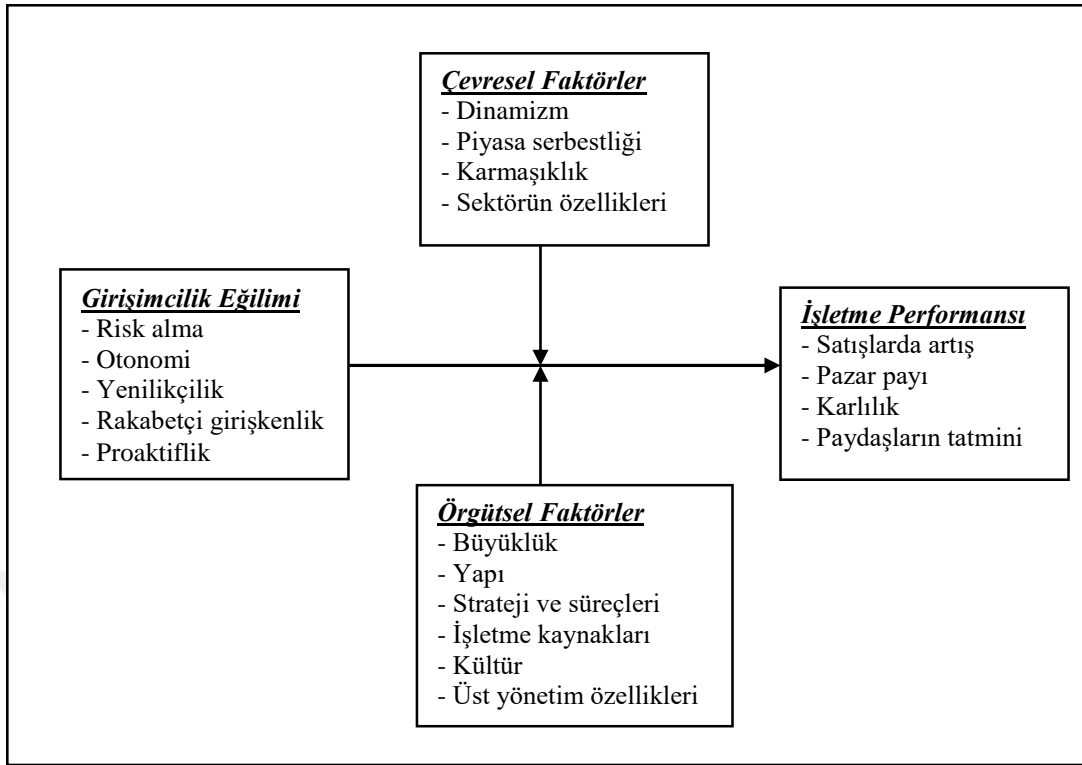
Şekil 1.5. İç Girişimcilik ve Performans Modeli (Zahra)

Kaynak: Zahra, 1991: 262.

1.4.4.2. Lumpkin ve Dess'e Göre İç Girişimcilik ve Performans Modeli

Lumpkin ve Dess (1996) tarafından örgütsel bağlamda girişimcilik yönelimi ile işletme performansı arasındaki (finansal ve finansal olmayan) ilişkiyi belirlemek için oluşturulmuştur. Model, girişimcilik faaliyeti ile sonuçlanan süreçleri, iç girişimcilik eğilimi öncesi etkenler ile iç girişimcilik sonrası organizasyonda meydana gelebilecek sonuçları değerlendirmiştir. Model, uygulama ve karar alma süreçlerine odaklanmıştır (Lumpkin ve Dess, 1996: 135 - 152).

Şekil 1.6'da görüldüğü gibi Zahra'nın geliştirdiği modelden farklı olarak strateji, örgütsel faktörler içerisinde yer almış ve işletme performansını, finansal ve finansal olmayan (satış, pazar, karlılık, genel performans ve paydaşlar) boyutları ile birlikte değerlendirilmiştir. İşletme performansına doğrudan etki eden girişimcilik eğilimini destekleyen çevresel (Dinamizm, piyasa serbestliği, karmaşıklık ve sektörün özellikler) ve örgütsel faktörlerin (Büyüklik, yapı, kültür, kaynaklar ve üst yönetimin desteği) olduğu modelde ifade edilmiştir (Lumpkin ve Dess, 1996: 135 - 152).

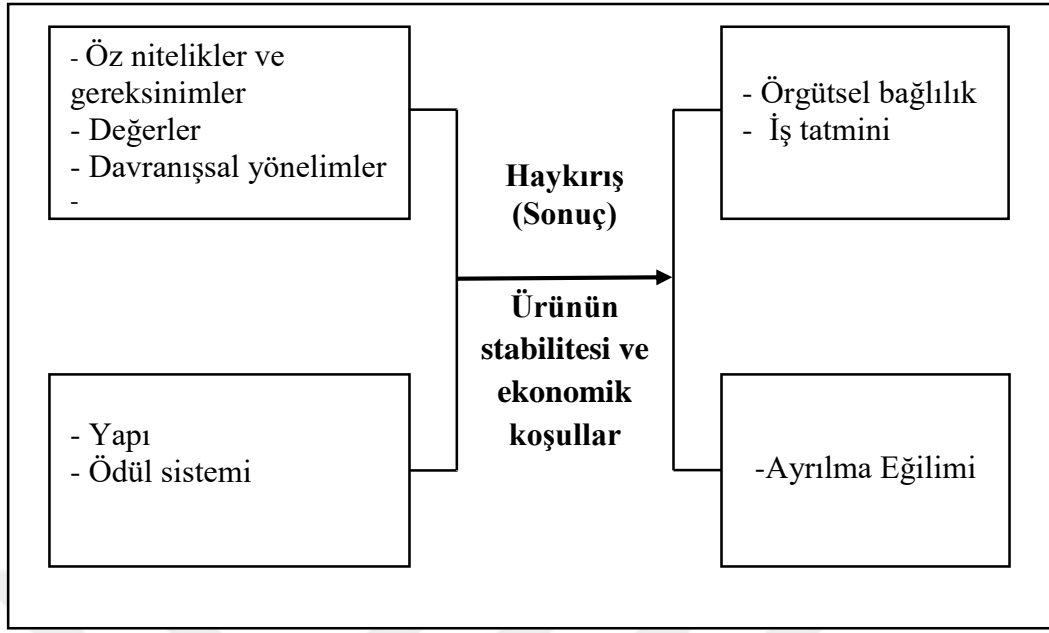


Şekil 1.6. İç Girişimcilik ve Performans Modeli (Lumpkins ve Dess)

Kaynak: Lumpkin ve Dess, 1996: 152.

1.4.5. İç Girişimcilik Kişisel ve Örgütsel Faktörler Etki Modeli

Brazeal (1993) tarafından geliştirilen iç girişimcilik modelinde, dış çevrenin etkisi kapsam dışı bırakılarak, kişisel ve örgütsel faktörlerin iç girişimciliğe etkisi değerlendirilmiştir. Şekil 1.7’de model incelendiğinde; örgütlerin, iç girişimciliği teşvik etmek için kişisel faktörlere (öz nitelik ve gereksinimler, değerler ve davranışsal yönelimler) ve örgütsel faktörlere (örgütsel yapı ve ödül sistemi) özen göstermeleri gerektiği ve bu değişkenleri bütüncül ele alan organizasyonlar da örgütsel bağlılık ve iş tatmininin artacağı, bunun gerçekleşmemesi durumunda ise örgütten ayrılma eğiliminin olacağı görülmektedir. Modelde dikkat çeken en önemli nokta çalışanların örgüt içinde yaşananlara duyarsız kalmadığı ve örgüt içerisinde gerçekleşen olaylar sonucunda olumlu veya olumsuz sonuç olduğudur (Brazeal, 1993: 78 - 79).



Şekil 1.7. İç Girişimciliğe Kişisel ve Örgütsel Faktörlerin Etki Modeli

Kaynak: Brazeal, 1993: 80.

1.4.6. İç Girişimcilik Sistem Modeli

İç girişimcilik sistem modeline göre (1) yönetim kurulu sistemi ve yönetim, (2) girişimci niteliği (kalitesi) ve (3) kurumsal stratejik girişimcilik yönetimi ve işletme koşulları iç girişimciliği etkilemekte ve iç girişimcilik ile aralarında pozitif yönlü bir ilişki vardır (Chen, Zhu ve Anquan, 2005: 529 - 530).



Şekil 1.8: İç Girişimcilik Sistem Modeli

Kaynak: Chen vd., 2005: 530.

İç girişimcilik sistem modelinde örgütlerin koşullara göre esnek stratejiler geliştirme, inovasyon eğilimli kültür yaratma ve fırsatları yakalama becerilerine sahip olmalarının kurumsal iç girişimciliği etkileyeceği görülmektedir. İç girişimcilik sistem modeli araştırmasında kurumsal tutum ve davranışların iç girişimciliği etkilediği ve iç girişimci bir işletme için gerekli şartların neler olduğu belirtilmiştir (Chen vd., 2005: 540 - 541):

- ✓Yönetim kurulunda CEO'lar bulunmamalı,
- ✓Üst yönetim hisse payları ile ödüllendirilmeli,
- ✓Dış direktörlere pay vererek şirkete çekilmeli,
- ✓Üst yöneticilerin, belirsiz koşullara dayanma yeteneği artırılmalı,
- ✓Üst yöneticilerin, risk alma(fırsat yakalama) kapasitesi geliştirilmeli,
- ✓Başarısızlıklardan öğrenme yeteneği geliştirilmeli,
- ✓Öz yetkinlik,
- ✓Yeni fikirler ve risk için bağımsızlık,
- ✓Yöneticilerin stratejik planlamalarda yer almalı,
- ✓Esnek stratejiler olmalı,
- ✓Finansal kontrole önem verilmeli,
- ✓Girişimci stratejiler geliştirilmeli,
- ✓Örgüt yapısı düzleştirilmelidir,
- ✓Yenilik ve girişimcilik için yeni birimler kurulmalı,
- ✓Yenilik odaklı bir örgüt kültürü oluşturulmalı.

1.5. İç Girişimcilik Boyutları

İç girişimcilik boyutlarıyla ilgili temel iki yaklaşım vardır. Bunlar; girişimcilik eğilimi yaklaşımı ve kurumsal girişimcilik yaklaşımıdır. Girişimcilik eğilimi yaklaşımını sergileyen çalışmalarda iç girişimcilik boyutları risk alma, yenilik, proaktiflik, özerklik ve rekabetçi girişkenlik etrafında şekillenmektedir. Kurumsal girişimcilik yaklaşımında iç girişimcilik boyutları yenilikçilik, kendini yenileme, stratejik yenilik ve içsel iş girişimleri başlatma etrafında şekillenmektedir (Ağca ve Kurt, 2007: 91 - 92).

İç girişimcilik alt boyutlarını belirlemeye yönelik yapılan bazı araştırmalar aşağıda verilmiştir:

Miller ve Friesen (1983: 227): “Risk alma, proaktiflik ve yeni ürünler geliştirme.”

Covin ve Slevin (1991: 20): “Yenilikçilik, risk alma ve proaktiflik.”

Lumpkin ve Dess (1996: 136): “Yenilikçilik, risk alma, rekabetçi girişkenlik, proaktiflik ve özerklik.”

Knight (1997: 218): “İnovasyonluk ve proaktif davranma” (Rekabetçi girişkenlik ve risk alma proaktiflik boyutu ile birleştirilmiştir.)

Antoncic ve Hisrich (2003: 17): “Risk alma, rekabetçi girişkenlik, ürün/hizmet inovasyonu, yeni iş girişim, özerklik, kendini yenileme ve proaktiflik.”

İç girişimcilik boyutları ile ilgili yapılan çalışmalar sonucunda araştırmacılar, yedi boyutlu bir kavramsal çerçevede iç girişimciliği açıklamaya çalışmışlardır (Antoncic ve Hisrich, 2003: 17). Tablo 1.1’de Ağca ve Kurt’un (2007: 92) çalışmalarında iç girişimcilik boyutları ile ilgili derledikleri tanımlara yer verilmiştir. Araştırmaya dahil edilen “risk alma, rekabetçi girişkenlik, kendini yenileme ve otonomi” boyutları ayrıca açıklanmıştır.

Tablo 1.1: İç Girişimcilik Boyutları ve Tanımları

Risk Alma	“Kaybetme olasılığına rağmen yeni fırsatları değerlendirmek için belirsizlik ortamında yatırım kararları alma ve stratejik eylemlerde bulunma”
Kendini yenileme/ Stratejik Yenilenme	“Amaç ve stratejinin yeniden formüle edilmesi, iş konseptinin yeniden tanımlanması, re-organizasyon ve organizasyonel değişim”
Rekabetçi Girişkenlik	“Rakiplere yönelik girişken (saldırgan) pozisyon alma veya pazarda doğrudan ve yoğun bir biçimde rakiplere meydan okuma”
Proaktiflik	“Özellikle üst yönetimin başta olmak üzere, organizasyonun öncü olma ve ilk girişim başlatma”
Özerklik	“Bir bireyin, grubun ya da organizasyonun bir fikri ya da vizyonu ortaya koymada ve onu başarmada sergilediği bağımsızlık”
Yenilik Yapma/ İnovasyon	“Yeni ürünler, hizmetler, süreçler, teknolojiler ve metotlar yaratma süreci”
Yeni İş Girişimi	“Mevcut organizasyonlarda yeni ürünler, yeni işler ve yeni özerk birimler veya yarı özerk firmalar yaratma”

Kaynak: Ağca ve Kurt, 2007: 92.

1.5.1.Risk Alma

Risk alma, başkalarının almak istemediği sorumlulukları üstlenme becerisidir. Bir bireyin kişisel ve bulunduğu koşulların özellikleri risk almasının nedenleri arasında sayılabilmektedir.

Miller ve Friesen (1983: 234) risk almayı “başarısızlıktan dolayı üst yönetimin ortaya çıkabilecek yüksek maliyetleri üstlenme derecesi” şeklinde tanımlarken; Covin ve Slevin (1991: 7) ise “belirsizlik altında yatırım kararı ve stratejik hedefleri gerçekleştirme derecesi” şeklinde tanımlamaktadırlar.

İç girişimcilik boyutları arasında yer alan risk alma, iç girişimci ve girişimcinin karakteristik bir boyutudur. Girişimciliğin temel bir unsuru olan risk alma, girişimci ile iç girişimcinin makul riskler almada ortak davranışlar gösterdikleri ifade edilmektedir (Antoncic ve Hisrich, 2003:17; Hisrich ve Peters, 2002: 48).

Girişimcilerin, yöneticilerin veya çalışanların aldıkları kararların tamamı belli bir derecede risk içermektedir. Bu yüzden risk alma yapılacak birçok eylemin temelini oluşturmaktadır. Girişimcinin gerçekleştirmeyi amaçladığı eylemin sosyal ve ekonomik sonuçlarını bir arada barındırması risk almayı girişimciliğin temeline yerleştirmektedir. İç girişimci de benzer şekilde risk almanın sonucunda ortaya çıkabilecek olumlu çıktılarının kendisine kazanç sağlayacağını düşünmekle birlikte başarısız bir girişimcilik eyleminden dolayı yönetim veya arkadaşları tarafından yadrganma ve işini kaybetme korkusu risk almayı iç girişimciliğin temeline yerleştirmektedir. Bu nedenle çalışanların iç girişimcilik eylemlerini destekleyen bir yönetim anlayışının olması ve iç girişimcilik faaliyetlerinin tüm çıktıları ile işletmeye bir değer katacağının bilinmesi, işletmede iç girişimcilik kültürünün oluşmasına ve çalışanların risk alarak işletmeye yeni katma değerler yaratmalarını sağlayabilir.

1.5.2. Rekabetçi Girişkenlik

Rekabetçi girişkenlik, işletmenin piyasaya girişte veya konumlandığı pazarda güçlenme çabasını ve rakipleri ile gerçekleştirdiği mücadeleyi ifade etmektedir (Covin ve Covin, 1990: 36). Ağca ve Kurt (2007: 99) ise rekabetçi girişkenliği, “ bir işletmenin pazara girişte ve/veya pazarda var olan pozisyonunu güçlendirmede rakiplerine meydan okuma eğilimi” şeklinde açıklamışlardır. Her iki tanımdan yola çıkarak rekabetçi girişkenliği, işletmenin rekabet avantajı sağlamaya yönelik sergilemiş olduğu davranış yeteneği şeklinde tanımlanabilir.

Rekabetçi girişkenlik, işletmenin geleneksel rekabet metotlarından ayrılarak alışılmışın dışında olma arzusunu yansıtır. Rekabetçi girişkenlik için üç yaklaşım ileri sürmektedir (Porter 1985’den aktaran Lumpkin ve Dess, 1996: 149).

1. İşleri farklı (alışılmışın dışında) biçimlerde yapma
2. Ürün veya hizmetim içeriğini farklılaştırma
3. Sektör liderinden daha fazla harcama

Bu üç yaklaşımın sergilenmesi ile kaynak bileşenlerinin yeniden düzenleneceği ve ürün, hizmet ve pazar ile ilgili sahaların ve dağıtım kanallarının yeniden tanımlanacağı ifade edilmiştir.

Rakiplerine karşı üstün gelme ve rakiplerinden gelebilecek tehditlere karşı güçlü olmak arzusu içinde olan organizasyonlar, sahip olmak istedikleri bu özelliği ancak rekabetçi girişkenlik ile sağlayabilir. Organizasyonlar iç girişimcilik faaliyetleri sonucu ortaya çıkan olumlu değişimlerin birçoğunu ancak rekabetçi girişkenlik becerisi ile gerçekleştirirler (Lumpkin ve Dess, 1996: 149).

1.5.3. Kendini Yenileme / Stratejik Yenilenme

Kendini yenileme, stratejik yenilenme veya organizasyonel yenilenme şeklinde tanımlanmaktadır. İşletmenin üzerine inşa edildiği temel fikirlerin yenilenmesi yoluyla işletmedeki değişim ve dönüşümü meydana getirmeyi ifade eden kendini yenileme örgütün tekrar yapılanmasını veya yapının tamamıyla değişimini içermektedir. (Antoncic ve Hisrich, 2001: 498, Fitzsimmons vd., 2005: 19).

Kendini yenileme boyutunda bahsedilen temel fikirlerin yenilenmesi işletmenin sahip olduğu yetenekler olarak ifade edilmektedir. Karmaşık ve devamlı bir etkileşim neticesinde meydana gelen bu temel beceriler, bir anda meydana gelmemekte aksine zamanla gelişim göstermekte ve elde edilen beceriler olarak değerlendirilmektedir. Bir temel becerinin meydana gelmesi ve örgüt içerisinde uygulanması verimliliği ve performansı artırırken beraberinde bağımlılık ve atalet getirmektedir. Buradaki manasıyla atalet, örgütte geçerli olan stratejiye bağlılık olarak ifade edilmektedir. İşletmelerde meydana gelen söz konusu bu atalet veya var olan stratejiye bağlılık, yenilenmeye yönelik sonsuz bir değişim gereksinimini ortaya çıkarmaya başlar. Bir başka deyişle ataletin fark edilmesi yenilenme çabalarının başlaması anlamını taşımaktadır. Esasında ifade edilen bu durum, değişen içsel ve dışsal isteklerin işletmenin var olan stratejilerini devamlı olarak yenilemeye zorlamasından başka bir şey değildir. Bu açıdan bakıldığında “stratejik yenilenme” evrimsel bir süreç gibi gözükmektedir (Ağca ve Kurt, 2007: 98).

1.5.4. Otonomi (Özerklik)

Otonomi, öz yönetim isteği ve yeteneği anlamına gelmektedir. Otonomi, bir kişi veya takımın amaçlarına ulaşmak için bağımsız hareket etmesidir (Lumpkin ve Dess, 1996: 140). Otonomi, çalışanların örgüt kaynaklarını kullanarak girişimleri gerçekleştirebilmeleri için cesaretlendirilmeleri olarak da ifade edilmektedir. Otonomi, çalışanların işlerini kontrol etme ve etkileme derecesini göstermek olup ayrıca çalışanların fikir ve görüşlerini özgürce ifade etmeleridir. Diğer yandan otonomi, işe yönelik özgürlük, bağımsızlık sağlama, bireysel olarak kişilerin işlerini planlama ve karar verme düzeyini göstermekle birlikte yöneticilerin çalışanlarını karar alma süreçlerinde serbest bırakmasıdır (Pakdemir, Koçoğlu ve Gürkan, 2014: 333 - 334; Papatya, Papatya ve Hamşioğlu, 2016: 22).

İşletmelerdeki yeni girişimler işletmeyi tüm boyutları (işletmenin amaçları, ürün veya sunulan hizmetlerin özellikleri, müşteri beklentileri vb.) ile tanıyan, stratejik girişkenliğine izin verilen ve karar alma noktalarında serbert bırakılmış çalışanlarla daha kısa sürede gerçekleşebilir. Özerklik, çalışanların işe olan bağlılığını, üretkenliğini ve ürün veya hizmet kalitesini de etkilemektedir. Bu bağlamda otonomi (özerklik), iç girişimciliğin itici gücü ve radikal inovasyon için en uygun örgütsel yapıdır (Burgelman, 1983: 241; Esser ve Olsen, 2012: 445).

2. İNOVASYON

Bu bölümde iç girişimciliğin çıktısı olarak karşımıza çıkan inovasyon kavramı, inovasyon türleri ve inovasyon stratejileri açıklandıktan sonra araştırmanın değişkenleri arasında yer alan hizmet inovasyon performansı alt boyutları ile ele alınmıştır.

2.1. İnovasyon Kavramı

Latince’de “yenilenme” anlamına gelen “innovore” kelimesinden türetilmiş olan inovasyon, yenilik, farklılaşma ve değişime bağlı olarak ekonomik ve toplumsal sonuçları olan süreçleri ifade etmektedir. Türk dilinde inovasyon kavramının yerine geçecek bir kelime bulunmadığından inovasyon kavramı dilimize de aynı şekilde yerleşmiştir (Kuşat ve Kösekahyaoglu, 2012: 183).

Ortaya çıkış, etkileme ve etkilenme alanlarının çok boyutlu olması nedeni ile araştırmacılar tarafından inovasyon kavramı ile ilgili farklı tanımlar yapılmış olup literatür taramasında da bu farklı tanımlar karşımıza çıkmaktadır.

İnovasyon kavramı, Joseph Schumpeter’in 1934 yılında İngilizce çevirisi yapılan “The Theory of Economic Development” kitap ile hayatımıza girmiştir. O günden bu güne girişimcilik ve inovasyon kavramları ile ilgili yapılan tüm çalışmaların ve teorilerin ilham kaynağı olmuştur. Yeniliğin yol göstericisi olarak ünlenen ekonomist-politika bilimcisi Schumpeter, inovasyonu yeni bir mal veya mevcut malın kalitesini geliştirme, yeni pazarlar yaratma, yeni arz kaynakları bulma, yeni organizasyonlar yaratma ve yeni bir üretim metodu geliştirme biçiminde yapılan yeni eylemler şeklinde tanımlarken kalkınmanın itici gücünün inovasyon olduğunu ifade etmiştir (Schumpeter, 1934: 66).

Druker (1954) inovasyonun bir işletmenin temel fonksiyonu olduğunu ifade ederken, Howard ve Sheth (1969) ise inovasyonu mal veya hizmeti alanlar için yaratılan yeni bir eylem şeklinde tanımlamıştır (Popa, Preda ve Boldea, 2010: 151).

Porter’a göre inovasyon, işletmenin kullandığı teknolojiye yenilikleri ve yeni yöntemlerle ürün, hizmet ve süreçlerde gerçekleştirdikleri değişimleri ifade etmektedir. Ayrıca inovasyon işletmenin rekabet üstünlüğü sağlaması için de

zorunludur (Porter, 1990: 75). Damanpour (1991) ise inovasyonu, işletmenin yeni fikirler geliştirilmesi ve bu fikirleri kabul etmesi şeklinde tanımlamıştır (Popa vd., 2010: 152).

İnovasyon, kuruluşa, tedarikçilere, müşterilere katma değer sağlayan, yeni prosedürler, ürünler, hizmetler ve yeni pazarlama yolları sunan süreçtir (Popa vd., 2010: 152). Padmore, Schuetze ve Gibson (1998: 606) ise inovasyonu, işletmenin sektördeki pozisyonu güçlendiren kaynaklarda, yöntemlerde ve çıktılarda meydana gelen değişimler şeklinde tanımlamışlardır.

Boer ve Daring (2001: 85) inovasyonu, işletmelerin ürün, pazar, teknoloji ve organizasyonları üzerinde yeni bir kombinasyon oluşturması şeklinde ifade etmişlerdir. Söz konusu yazarlar ayrıca inovasyonun bir süreç olduğunu ifade ederken, inovasyonun gerçekleşebilmesi için bu kombinasyonlardan bir tanesinin yeniden dizayn edilmesinin yeterli olduğunu söylemişlerdir.

Güleş ve Bülbül (2004: 125) inovasyonu, “İşletme tarafından bir düşüncenin, aracın, sistemin, politikanın, programın, ürünün, hizmetin veya sürecin ilk kez sunulması veya kullanılması.” şeklinde tanımlamışlardır. 2005 yılında OECD yayınladığı ve Tübitak tarafından 2006 yılında Türkçe’ye çevrilen OSLO kılavuzunda (2006: 50) inovasyon (yenilik) aşağıdaki şekilde tanımlanmıştır:

İşletme içi uygulamalarda, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş bir ürün (mal veya hizmet) veya süreç, yeni bir pazarlama yöntemi ya da yeni bir organizasyonel yöntemin gerçekleştirilmesidir.

Rogers’a (1983: 11) göre inovasyon, bir fikrin, bir nesnenin veya bir uygulamanın başkaları tarafından yeni olarak algılanması veya uygulanmasıdır. Tiwari (2007: 33) ise inovasyon kavramını, işletmenin üretmiş olduğu bir mal veya hizmetin iyileştirilmesi, yeni bir mal veya hizmetin işletmede katma değer sağlaması şeklinde tanımlamıştır.

İnovasyon girişimciliğin özel aracısı olup girişimciler bu araç vasıtası ile farklı bir iş veya farklı bir hizmet fırsatı olarak değişimden yararlanırlar. İnovasyon bir

disiplin olarak sunulabilir, öğrenilebilir, uygulanabilir. Girişimciler inovasyon kaynaklarını, başarılı inovasyon fırsatlarını gösteren değişiklikleri ve bu değişikliklerin belirtilerini amaçlı bir şekilde arayarak inovasyonu gerçekleştirebilirler (Drucker, 1996; 2017: 31).

İnovasyon kavramının açıklanmaya çalışıldığı bu bölümde araştırmacıların inovasyon kavramlarını farklı yaklaşımlar çerçevesinde ele aldıkları görülmüştür. Tüm bu kavramlardan yola çıkarak inovasyon; bir işletmeyi tedarikçisi, müşterisi ve çalışanları ile birlikte ele alan ürün, hizmet veya süreçlerinde gerçekleştirileceği yenilikler ile işletmeye katma değer sağlayan süreçler şeklinde tanımlanabilir.

2.2. İnovasyon Türleri

İnovasyonun türleri değişim ve farklılığın derecesine, işletme veya toplum üzerindeki etkisine, gerçekleşme süresi ve süreçlerine göre farklılıklar göstermektedir. Yapılan literatür taramasında, inovasyonun yapısı, konusu, kaynağı, sonuçların yenilik derecesi ve inovasyon stratejileri açısından farklı sınıflandırmalar mevcuttur. Bu çerçevede inovasyon türlerinin açıklandığı fakat sınıflar arasında kesin çizgilerin oluşmadığı gözlemlenmiştir. Bu bölümde inovasyon türleri, sınıflandırma yapılmadan açıklanacaktır.

2.2.1. Artımsal İnovasyon

İşletmede gerçekleştirilmek istenen inovasyon mevcut ürün, süreç ve pazarda köklü değişiklikleri bir anda yaratabildiği gibi bu değişiklikler işletmenin kendi yapısı veya dış çevre (pazar, rakipler, makroekonomik göstergeler vb.) koşulları nedeni ile aşamalı bir şekilde de gerçekleşebilir. Aşamalı bir şekilde gerçekleşen bu değişim literatürde artımsal inovasyon şeklinde tanımlanmıştır.

Artımsal inovasyon, aslını değiştirmeden önceden yapılan inovasyonlara eklemeler yapılmasıdır. Artımsal inovasyon, bir ürüne yeni özellikler ilave etme, ürünün kullanım alanlarını farklılaştırma, kullanılabilirliğini kolaylaştırma gibi yenilik olgusu ile ürünün gelişimi sağlar (Dewar ve Dutton, 1986: 1423 - 1424).

Norman ve Vergant (2014: 82 - 84) artımsal inovasyonu mevcut bir sürecin iyileştirilmesi ve mevcut faaliyetlerin daha iyi yapılması için değişimin gerçekleşmesi şeklinde ifade etmiştir. Artımsal inovasyon mevcut ürün veya hizmetleri geliştirmek, genişletmek için adım adım gerçekleşen ve işletmeye katma değer sağlayan iyileştirme, geliştirme faaliyetleri şeklinde ifade edilebilir. Artımsal inovasyon belirli bir alandaki iyileştirme süreçlerini ifade ederken daha iyisini yapmayı amaçlamaktadır.

İşletmelerde gerçekleştirilen inovasyon büyük ölçüde artımsaldır. İşletmeler önceki deneyimlerden yola çıkarak, işletmenin sahip olduğu bilgi, beceri ve kaynakları kullanarak var olan ürünleri/hizmetleri geliştirmeyi veya maliyetleri azaltmayı hedeflerler. Ayrıca artımsal inovasyon ile işletmeler yeni temel yatırımlar yapmadan iş modellerindeki ve teknolojisindeki ufak değişimlerle pazar payını ve karını arttırabilirler (Davila, Epstein ve Shelton, 2009: 42 – 43; Freel, 2005: 124). Artımsal inovasyon stratejisine ait özellikler aşağıda sıralanmıştır (Luecke, 2008: 8-9)

- ✓ Belirli bir zaman diliminde ve riski daha az olan bir inovasyon türüdür.
- ✓ Güvenilir ve ucuzdur.
- ✓ Riski az olmasına karşın daha hızlı sonuçlar alınır.
- ✓ Kazanılan tecrübeler ile yeni ürün üreten bir yapıya dönüşülebilir.
- ✓ Ürün çeşitlendirme de müşteri beklentilerine uygun ve müşteriyi rahatsız etmeyecek eklentiler yapılmaz.

Akıllı cep telefonları ve bilgisayar gibi bilişim ve teknoloji sektörlerinde yaşanan sürekli model iyileştirmeleri, beyaz eşya sektöründe kapasite artırımı (5kg-7kg), modellerin dış görünüşlerinde yapılan farklılaştırma ve iyileştirmeler, sağlık sektöründe randevu sistemlerindeki iyileştirme ve çeşitlendirmeler, bakım hizmetlerin çeşitlendirilmesi, refakatçilere otelcilik hizmetlerinin sunulması artımsal inovasyon örnekleri arasında yer almaktadır. Ayrıca ulaşım sektöründe yemek, bagaj, erken rezervasyon çeşitlendirmeleri, otomobil modellerinin güvenlik, verimlilik ve konfor açısından yıllık iyileştirmeler yapılarak pazara sunulması, işletmelerin gerçekleştirdiği artımsal inovasyonlara örnek gösterilebilir.

2.2.2. Radikal İnovasyon

Radikal inovasyon, önemli değişiklik kavramını içinde barındırırken, kavramla ilgili yapılan literatür taramasında yıkıcı inovasyon, süreksiz inovasyon, öncü inovasyon, atılımsal inovasyon şekillerinde de tanımlandığı görülmüştür (Amara, Landry, Becheikh ve Ouimet, 2008: 451).

Tushman ve Nadler (1986: 75 - 76) inovasyonu önemli yeni teknolojilerin, fikirlerin geliştirilmesi veya uygulanması şeklinde ifade ederek; başarılı bir radikal inovasyon için ürün (yeni fikir veya teknoloji) ve süreç (tüketicilere yeni ürün ve hizmet sunum yöntemleri) kombinasyonunun olması gerektiğini belirtmişlerdir.

Norman ve Vergant (2014: 82) radikal inovasyonun bir çerçeve (yapı, iskelet) değişikliği olduğunu ifade etmişlerdir.

Leifer, O'connor ve Rice (2001: 103) radikal inovasyonu, mevcuttan farklı özelliklere sahip, önemli bir katma değer yaratan ürün, hizmet ve süreçleri içinde barındıran inovasyon türü şeklinde tanımlamışlardır.

Yiğit ve Özyer'e (2011: 345 - 346) göre radikal inovasyon, yoğun araştırma ve geliştirme süreci neticesinde, mevcut ürün yöntem ve teknolojiden ayrı olarak devamlılığı olmayan köklü değişikliklerdir.

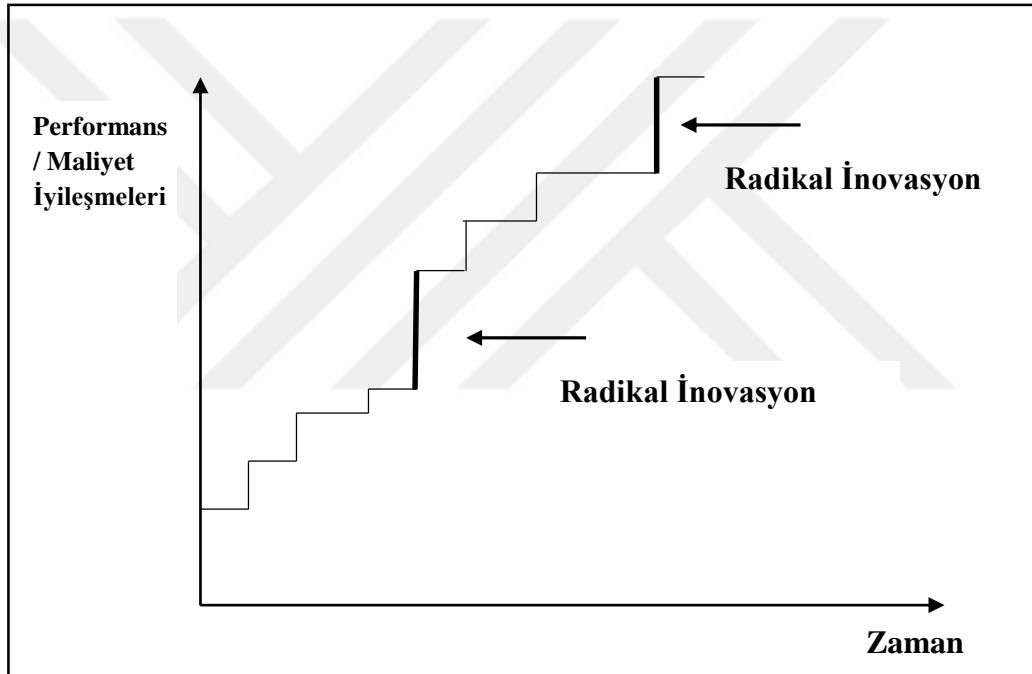
Radikal inovasyonun özellikleri şu şekilde sıralanmaktadır (Rice ve Veryzer, 2000: 5):

- ✓ Maliyetler en az %30 azaltmalı
 - ✓ Rekabetin temelini değiştirme gücüne sahip olmalı
 - ✓ Yeni performans özellikleri içermeli
 - ✓ Ürün veya süreçlerin ticarileşerek işletmeye yeni katma değer sağlamalı
- Mevcut ürün ve performansına göre beş katı ve daha üstü katlarda özellik göstermeli.

Radikal inovasyon ile işletme yeni pazarlar yaratmakta veya mevcut pazarı yeniden yapılandırmakta, piyasaya yeni ürünler sunarak var olan ürünlerin ortadan

kalkmasına sebep olmakta, müşteri ve tedarikçiler arasındaki ilişkilere farklı boyutlar kazandırarak işletmeye değer katmaktadır (Aboulnasr, Narasimhan, Blair ve Chandy, 2008: 94; Leifer vd., 2001: 102)

Radikal inovasyon, bir işletmenin yapısını (teknolojik alt yapısı, çalışma modeli, vb.) etkileyen önemli bir yeniliktir. Radikal inovasyon sadece işletmeyi değil, sektörde de köklü değişikliklerin yaşanmasına, sektördeki oyun kurallarının değişmesine ve yeni yapıların oluşmasına neden olabilir. Bir başka ifade ile radikal inovasyon, işletmede yeni bir yapının ortaya çıkması ve işletmenin temel olarak yeniden kavramsallaşmasıdır.



Şekil 2.1. Radikal ve Aşamalı İlerleme

Kaynak: Luecke, 2008: 6.

Artımsal ve radikal inovasyon birbirini takip eden süreçler şeklinde karşımıza çıkmaktadır. Radikal inovasyonun gerçekleşmesinin ardından ortaya çıkan yeni bileşenler (ürün, pazar, tedarikçi, müşteri vb.) yeni bir radikal inovasyon sürecine girene kadar belirli bir süre artımsal inovasyonla hayatta kalmayı sürdürür. Şekil 2.1’de görüldüğü gibi artımsal inovasyonlar ile başlayan süreç radikal inovasyonu ortaya çıkarmaktadır. Radikal inovasyonlar ile artımsal inovasyonlar birbirini takip eden süreçler olup performans ve maliyetlerde iyileşmeler görülmektedir.

2.2.3. Ürün/Hizmet İnovasyonu

Ürün inovasyonu, bir işletmenin sunduğu ürün/hizmetlerde meydana gelen değişikliklerdir (Tidd, 2001: 75 - 76). Ürün inovasyonu, ihtiyaçları karşılamak için yeni ürün/hizmet geliştirmeyi ifade eder. Ürün inovasyonu, tamamen yeni ürün geliştirme olabileceği gibi ürün ile bileşenleri açısından önemli ölçüde meydana gelen değişimleri kapsayabilir. Bu tür yenilikler ile benzersiz ve performansı yüksek ürünler geliştiren işletmeler müşteri ihtiyaçlarına daha kısa sürede yanıt verebilirler (Damanpour, 1991: 556; Utterback ve Abernathy, 1975: 643).

Eski ürün/hizmetler yerine farklılaştırılmış daha iyi veya yeni ürünlerin üretilip pazarda satışa sunulması sürecini kapsayan ürün inovasyonu dünya için yeni olabileceği gibi üretiminin gerçekleştiği ülke veya işletme için de yeni olabilir (Edquist, Hommen ve Mckelvey, 2001:12). Ürün inovasyonu, ürün ve hizmeti içermektedir. Yeni ürün ve hizmetler tek başına inovasyon yaratabildikleri gibi birbirlerini etkileme yeteneğini de sahiptirler. Akıllı cüzdan, stres çarkı, dokunmatik mouse, gravity ağırlıklı battaniye, işletim sistemlerinde meydana gelen değişiklikler, sadece soğutma sistemine sahip klimaların üretilmesi, slim fit elbise tasarımları, elektrik üreten panjur sistemleri, ev tipi çamaşır kurutma sistemleri, akıllı evler, yanmayan ayakkabı üretimi ve daha birçok yenilik ürün inovasyonlarına örnekler teşkil etmektedir. Bu ürünler arasında ilke defa üretilenler olduğu gibi mevcut ürünlere yeni özellikler eklenmesi veya çıkarılması ile piyasaya sunarak ürün inovasyonu yaratılmıştır. Banka şubeleri dışından para transferleri gerçekleştirme, sigorta şirketlerinin çevrimiçi hizmet sunmaya başlaması, provizyon işlemlerinin online yapılması, otelcilik hizmetlerinde ev konforu ve ofis teknolojisinin sunulması, yemek hizmetlerinin online gerçekleşmesi, sağlık hizmetlerinde triaj uygulamaları, refakatçi otel hizmetleri, klinik bazlı sekreterliklerin kurulması, kapalı ameliyatların gerçekleştirilmesi ve daha birçok yenilik hizmet sektöründe yer alan inovasyon örnekleri içinde yer almaktadır.

Ürün ve hizmet inovasyonunun birlikte gerçekleştiği en dikkat çekici örnek ise çağrı merkezleridir. Bu çağrı merkezleri sadece şikâyet dinleme yerleri olarak değil, çağrı merkezleri aracılığı ile randevu sistemleri oluşturulmuştur. Mal veya hizmet

üreten özel veya kamu hemen hemen tüm kurumlarda çağrı merkezi sistemlerinin kurulduğu görülmektedir. Böylelikle hem müşterinin işletmeye ulaşma hem de işletmenin müşteriye ulaşma süreçleri kısalmakta, problem kaynakları daha kısa sürede tespit edilmekte ve gereksiz personel yığılmalarını önleyerek maliyetleri azaltıcı şekilde işletmelere katma değer sağlamaktadır.

2.2.4. Süreç İnovasyonu

Süreç inovasyonu, ürün/hizmet inovasyonları sonrası mevcut kaynakları farklı yöntemler kullanarak işletmenin verimliliğini arttırmaya odaklanıldığı süreçleri kapsamaktadır. Hjalager (2002: 476) süreç inovasyonunu, üretimi gerçekleştirilen mevcutları, yeni teknoloji veya farklı iş süreçlerini kullanarak ortaya çıkan yeni üretim süreçleri şeklinde tanımlamıştır. Ürün ve hizmet sürecindeki inovasyonlar, işletmenin rekabet gücünü arttıran ve işletmenin hayatta kalma mücadelesinde önemli bir yer tutmaktadır.

Süreç inovasyonu, verimliliği arttırmaya yönelik ürünün üretilmesinden teslimine kadar geçen tüm süreçleri kapsayan inovasyon türüdür. Bessant ve Tidd (2007: 21 - 23) süreç inovasyonunu, müşteri ihtiyaçlarına daha iyi cevap verebilmek, rakiplerden daha hızlı ve daha düşük maliyetli ürün veya hizmet üretebilmek için üretim ve lojistik hizmetlerinde değişim yapılması şeklinde tanımlamıştır.

Süreç inovasyonu işletmenin tüm fonksiyonlarında gerçekleştirilebilen kaynakların tedarikinden depolamaya, talep edilen mal/hizmetleri karşılanmasından yeni mal/hizmet geliştirmeye, dağıtımdan yeni pazarlar oluşturmaya kadar birçok eylemin yeni yöntemlerle yapmayı ve bunun sonucunda işletmenin verimliliğini ve karlılığını artırmayı hedefleyen inovasyon türüdür.

Süreç inovasyonu işletmeler için önemli bir rekabet avantajı sağlayabilmektedir. Aynı imkânlarla sahip olunan şartlarda farkındalık yaratacak yeni süreçler geliştirmek, kaynakları daha etkin ve verimli kullanabilecek yeni iş süreçlerini yaratmak ve zor zamanlarda yapılacak süreç inovasyonları ile işletme rakipleriyle mücadele etme gücünü arttıracaktır.

Petrol krizinde ulaşım maliyetlerini azaltmak amacıyla Walmart mağaza zincirinin depolarına en fazla on iki saat uzaklıkta mağazalar açması, cam sanayisinde birbirinden farklı çalışan mekanizmaları tek bir bant üzerinde çalıştırılarak maliyetlerin düşürülmesi, günümüzde birçok gıda ve tekstil sektöründe zincir haline gelmiş işletmelerin belli bölgelerde ana ve ara depolar konumlandırarak bu depolara yakın şehirlerde mağazalarını açıp bu şehirlerdeki yapılandırmaları tamamladıktan sonra yeni depolara ve şehirlere yönelmeleri, yabancı işletmelere fason denim pantolon üreten Arvind Mill, Hindistan'daki dar gelirli tüketicilerin kendilerinin veya terzilerin dikebileceği denim pantolona verebileceği Ruf & Tuf markası ile tüm gerekli kesimleri tamamlanmış kumaş ve ürün aparatlarını içeren paketler haline getirerek yeni bir iş modeli gerçekleştirerek satışa sunması süreç inovasyonlar için gösterilebilecek örnekler arasındadır (Gross, 2007'den aktaran Arslan, 2012: 38; Hart ve Milstein, 1999: 30).

2.2.5. Pazarlama İnovasyonu

Pazarlama inovasyonu, müşteri beklentilerine daha iyi yanıt verebilmek, yeni pazarlar yaratabilmek veya işletmenin mevcut ürünlerini pazarda yeniden konumlandırarak satışları arttırmayı amaçlayan bir inovasyon türüdür. Pazarlama inovasyonu, pazarlama karmasının tamamında veya birinde meydana gelen önemli değişiklikler içeren bir yenilik sürecidir (Yiğit ve Özyer, 2011: 346).

Pazarlama inovasyonu, pazarlama karması (fiyat stratejisi, ürün ambalaj tasarımı özellikleri, dağıtım ve tutundurma) faaliyetleriyle ilişkili olup, bu karmanın birinde veya birkaçında meydana gelen önemli değişiklikleri kapsamaktadır.

Porter'a (1998:30) göre pazarlama inovasyonu, ürün ve hizmetleri farklılaştırarak marka tanınırlığını artırmaktır. Pazarlama inovasyonu, talep ile temas süreçlerinin iyileştirilmesini içermekte olup yaratıcı fikirler pazarlama iletişimi alanında uygulanabilmektedir. Alışveriş etkinliği alanında da veya alışılmış bir pazarlama karması olan bir sektörde de pazarlama karması yeniden tasarlamak şeklinde pazarlama inovasyonu gerçekleştirilebilir (Kırım, 2006: 23). Pazarlama inovasyonu ile pazarlama karmasında yapılacak yenilikler ürün veya hizmetin yaşam seyrini olumlu yönde değiştirebilir. Bu yenilikler ilk etapta satış bağlamında

hissedilemese de ilerleyen dönemlerde yapılan bu yenilikler müşteri beklentilerine yanıt verme ve marka imajını yaratma bağlamında ilerleyen zamanlarda finansal çıktıları da olan bir eyleme dönüşür.

2.2.6. Örgütsel İnovasyon

Örgütsel inovasyon, işletmenin ürün/hizmet, süreç ve pazarlama inovasyonları dışında gerçekleştirdiği, yönetimin etkileşim halinde olduğu inovasyon türüdür. Pek çok araştırmacı ‘‘Daft ve Becker (1978); Hage (1980); Hage ve Aiken (1970); Zaltman vd. (1973); Oerlemans vd. (1998); Wood (1998); Zummato ve O’Connor (1992)’’ tarafından yeni düşünce ve eylemlerin örgüt tarafından kabulü ve hayata geçirilme süreçleri şeklinde tanımlanmıştır. Örgütsel inovasyon yeni bir ürün/hizmet ve yeni bir teknolojinin kullanılması olabileceği gibi yeni bir yönetim uygulaması da olabilir (Hage, 1999: 599).

Örgütsel inovasyon oldukça yeni olan çalışma ve iş yapış tekniklerinin geliştirilmesi veya mevcut tekniklerin işletme koşullarına uyum sağlatılarak kullanılmasıdır. Örgütsel inovasyon çalışanların görevlendirme, sorumlulukların belirlenmesi, koordinasyon ve kontrol süreçleri ile ilgili yeni metotları kapsayan süreçlerdir. Örgütsel inovasyon işletmenin organizasyon yapısı, yönetim anlayışı, finansal yapısı ve insan kaynakları yönetimini kapsayan yeni çalışma ve iş yöntemlerini kapsamaktadır (Toraman, Abdioğlu ve İşgüden, 2009: 103).

Örgütsel inovasyon işletmenin yeni üretim süreçleriyle sınırlı kalmayıp işletmenin dış çevre ile olan süreçlerini de kapsar. Örgütsel inovasyon organizasyonun iş uygulamaları, işyeri organizasyonu ya da dış ilişkilerinde yeni olarak ifade edilebilecek bir örgütsel faaliyettir. Örgütsel yenilikler işlem maliyetlerini azaltarak, işyerindeki memnuniyeti artırarak örgütlerin performansını yükseltmeyi hedefler (Yiğit ve Özyer, 2011: 346).

İşletme içinde kalite çemberlerinin oluşturulması, Kaizen (sürekli iyileştirme) modelinin benimsenmesi, elektronik bilgi yönetim sistemlerinin kullanılması, işletmelerin misyon ve vizyonlarını belirleyerek hedeflerine ulaşmalarını takip etmeleri, çalışan memnuniyetini artırarak diğer işletmelere göre örgütsel bağlılığı

artırmak, performans uygulamalarına geçilmesi ve daha birçok örgüt içinde gerçekleşen yenilikler örgütsel inovasyon örnekleri arasında yer almaktadır.

Bir işletmenin rakiplerine karşı üstünlük elde etmesi ve bunun sürdürülebilir olması için mal ve hizmetlerle ilgili gerçekleştirdiği inovasyonlar ile birlikte yeni iş akışı yöntemlerinin geliştirilmesi, yeni ticari yöntemlerin oluşturulması, çalışma ortamların dizaynı, dış çevre ile yeni yapı ve ilişkiler kurması bir başka ifade ile ihtiyaç duyduğu yeni örgütsel inovasyonlar ile gerçekleştirmelidir.

2.3. İnovasyon Stratejileri

Sürekli değişimin yaşandığı ve artan rekabet koşulların gerçekleştiği günümüzde işletmelerin inovatif faaliyetlere duyarsız kalmaları imkânsız hale gelmiştir. İşletmeler inovasyon faaliyetlerini şansa bırakmadan amaçlarına uygun örgütsel inovasyon stratejilerini geliştirerek, geliştirilmiş stratejilerini örgütsel yapıya uygun bir şekilde karakterize ederek kaynaklarını da etkin bir şekilde kullanarak hayatta kalabilirler (Saleh ve Wang, 1993: 4; Trott, 2005: 199).

İnovasyon stratejileri ile ilgili yapılan literatür taramasında araştırmacıların farklı sınıflandırmalar yaparak inovasyon stratejilerine açıkladıkları görülmüştür. Bu bölümde Gilbert ve Trott sınıflandırmasına yer verilmiştir.

2.3.1. Gilbert İnovasyon Stratejisi

Hızın ve inovasyonun her zaman ve her yerde iyi olmayacağını ifade eden Gilbert, işletmelerin inovasyon stratejisini, örgütsel ve çevresel koşullara göre proaktif veya reaktif bir konumlandırma yaparak inovasyonu gerçekleştirebileceklerini ifade etmiştir (Gilbert, 1994: 19).

2.3.1.1. Proaktif İnovasyon Stratejisi

Proaktif inovasyon stratejisi piyasada önemli pozisyon elde etme amacı içeren, inovasyonu ilk gerçekleştiren ve yüksek miktarlarda yatırım maliyeti gereken bir inovasyon stratejisidir. Bunu gerçekleştirmek isteyen işletmelerin çok çeşitli teknolojik bilgi kaynaklarını kullanmaları beklenmektedir (Peterková ve Gruberová, 2012: 226; Hadjimanolis ve Dickson, 2000: 65).

Proaktif inovasyon stratejisi ile işletmenin içinde bulunduğu ve şüana kadar keşfedemediği kaynakları kullanarak, yeni alanlar yaratarak, işletmeye rekabet üstünlüğü sağlamaktadır (Peterková ve Gruberová, 2012: 235).

Proaktif inovasyon stratejisine sahip işletmeler pazarda ilk olmanın avantajına sahip olup güçlü Ar-Ge ve pazar yapısına sahiptir. Ayrıca bu işletmeler bir teknoloji pazarının lideri konumundadırlar. 3M, Apple, Motorola, Dupont ve Singapur Havayolları proaktif inovasyon stratejileri ile pazarda hâkim konuma gelmişlerdir. Söz konusu bu şirketler geniş bir yelpazedeki kaynaklardan bilgiye erişirler ve yüksek riskler alırlar.

Teknolojik veya süreç yenilikleri ile ürün/hizmetin doğasını değiştiren radikal değişiklikler, ürün/hizmetin farklılaşmasını ve daha iyi performans göstermesini sağlayacak proaktif inovasyon stratejisinin temel özellikleridir. Ayrıca proaktif inovasyon stratejisine sahip olan işletmeler (3M, Facebook, Google, Motorola ve Hewlett Packard) yaratıcı yapıları ve yaratıcı zekâyı (çaba veya sonuç) teşvik eden ödül sistemleri aracılığıyla inovasyonları teşvik ederler (Gilbert, 1994: 20).

2.3.1.2. Reaktif İnovasyon Stratejisi

Reaktif inovasyon stratejisi ile işletme mümkün olan en az riskle pek çok basit başarıyı hedefler. Reaktif inovasyon stratejisini benimseyen işletme rakip işletmenin gerçekleştirdiği inovasyonları kendi tarafına çekerek en az riskle inovasyon gerçekleştirir. Reaktif inovasyon stratejisi ile piyasa tarafından kabul edilmiş inovasyonlar kopyalanarak artımsal inovasyon gerçekleştirilmiş olunur. Aslında bu stratejiyi benimseyen işletmeler piyasa takipçiliği yaparlar. Bu işletmeler bekle ve gör yaklaşımı ile düşük risklerle fırsatları araştırırlar (Hadjimanolis ve Dickson, 2000: 66).

Reaktif inovasyon stratejisi ile gerçekleştirilen yenilikler tek başına başarı elde ettirebilirken işletmeyi bütün bileşenleri ile tamamen başarıya ulaştırmayabilir. Bu inovasyonlar artımsal, taklitçi ve geç kalınmış yenilikleri kapsamakla birlikte işletmeye yeterli faydası olmayabilir. Bu işletmeler proaktif inovatörlükten daha az dinamik bir yapıya sahiptirler. Reaktif inovasyon stratejisi daha çok ürün inovasyonunda gerçekleştirilebilir. Reaktif inovasyon yaklaşımını benimseyen

işletmeler, pazardaki mevcut konumunu korumak, piyasaya yeni giren bir ürün veya hizmetin taklitçiliğini yapmak dışında yeni bir ürün veya yeni fikir yaratmaz dolayısıyla da rekabette üstün başarı sağlayamazlar (Saleh ve Wang, 1993: 15 - 17; Gilbert, 1994: 20 - 21).

Reaktif inovasyon stratejisine sahip işletmeler mantıklı bir şekilde adım adım ilerleyenlere daha yakın olma eğilimindedirler. Reaktif inovatörler, proaktif inovatörler tarafından gerçekleştirilen inovasyonları benimseyip yeni bir inovasyon yaratabilmeleri için yeniliğin neler getirdiği, hangi ihtiyaçlara cevap verdiği, kimler tarafından talep edildiği ve artımsal inovasyon için en uygun zamanın ne olduğu hakkında bilgilere sahip olmalıdırlar (Gilbert, 1994: 20 - 21).

2.3.2. Trott İnovasyon Stratejisi

Trott (2005) işletmelerin büyümesi ve hayatlarını devam ettirebilmeleri için yeni ürün ve süreçlerin geliştirilmesi gerektiğini ifade ederken bunları gerçekleştirebilecekleri alternatif stratejilerin olduğunu ve bu stratejilerin işletmelerin kaynaklarına, miraslarına, yeteneklerine ve isteklerine bağlı olarak farklılık gösterebileceğini ifade etmiştir. Trott inovasyon stratejilerini aşağıdaki gibi sınıflandırmıştır (Trott, 2005: 200 - 201):

- 1- Saldırgan/lider,
- 2- Savunmacı/takipçi,
- 3- Maliyet minimizasyonu/taklitçi,
- 4- Pazar bölümlendirme/geleneksel.

Bu inovasyon stratejilerine ait özellikler ayrıntılı bir şekilde açılarak aşağıda yer alan Tablo 2.1’ de temel özellikleri verilmiştir.

Tablo 2.1. İnovasyon Stratejilerin Özellikleri

<i>Strateji</i>	<i>Temel özellikleri</i>
Saldırgan/Lider	Bilim/teknolojisi tabanlı Yoğun, Yüksek risk içerir
Savunmacı/Takipçi	Güçlü teknoloji tabanlı, Tasarımda çeviklik İmalat
Maliyet Minimizasyonu/Taklitçi	Düşük maliyetli üretim Sınırlı teknoloji tabanı
Pazar Bölümlendirme/Geleneksel	Niş market En az teknolojik değişiklik

2.3.2.1. Saldırgan/Lider

Saldırgan/Lider İnovasyon Stratejisi ile işletmeler pazara girmemiş ve rekabet ortamı oluşmamış ürün veya hizmetleri üreterek pazara derinlemesine girip yüksek kazanç sağlayacak pazar payına ulaşmayı, orta ve uzun vadede rekabet avantajı sağlamayı amaçlar. Saldırgan inovasyon stratejisiyle rakip işletmelerin hamleleri bozulur ve rakip işletmelere karşılık vererek onların pazar paylarına sert şekilde müdahale etme imkânı sağlanır. Bu stratejiyi benimseyen işletmeler Ar-Ge birimlerini güçlendirerek, teknolojiyi yakın takibe alarak pazarın kaymağını yemeyi amaçlar (İraz, 2010: 100; Uzkurt, 2008: 33).

Bu strateji ile rekabet oluşmadan önce ürün veya hizmeti pazara sürerek belli bir süre tekel olmanın avantajı ile pazara güçlü bir şekilde nüfuz eden işletmeler pazarın kaymağını en kısa sürede alabilmektedirler (Trott, 2005: 200).

İraz'a (2010: 100) göre bu stratejiyi benimseyen işletmelerin, esnek bir örgüt yapısına, iyi bir iletişim sistemine, çok güçlü bilgi birikimi ve öğrenen bir örgüt yapısına sahip olması, ayrıca üst düzey yöneticilerin de yeniliklere ve risk almaya açık olmaları gerektiğini ifade etmiştir.

Polaroid'in anlık filmi ve Toshiba' nın ilk dizüstü bilgisayarını piyasaya sürülmesi uluslararası saldırgan inovasyona örnek gösterilebileceği gibi Dünya Göz Hastanesinin ilk özel göz hastanesi olarak açılması ve teknoloji destekli ilk ameliyatları gerçekleştirmesi ulusal anlamda saldırgan inovasyon stratejisine örnektir.

2.3.2.2. Savunmacı/Takipçi

Savunmacı/takipçi inovasyon stratejisi, imkânların yetersizliği (teknoloji, insan kaynakları, finans vb.) veya riskten kaçınma amacı ile pazara ilk ürün veya hizmeti sunamayan işletmelerin, saldırgan/lider inovatör işletmelerin gerçekleştirdiği yeniliklere ek özellikler ekleyerek geliştirme, çeşitlendirme ve daha düşük maliyet yaratma amacı ile gerçekleştirdikleri inovasyon stratejisidir.

Savunmacı/taklitçi inovasyon stratejisini benimseyen işletmeler, tasarım, geliştirme, üretim ve pazar konusunda çevik olmalıdır. Bu stratejide işletme öncü olmayı amaçlamaz. Kendinden önce piyasada yer alan ürün veya fikirleri geliştirerek kendisi için yenilik yaratmış olur. Bu işletmeler her ne kadar saldırgan olmasa da gelişmelere karşı duyarlıdırlar. İyileştirdikleri ürün veya hizmetleri yoğun çaba sarf ederek pazarda etkin olmaya çalışırlar. Risk almaktan kaçınan savunmacı/taklitçi işletmeler inovatörlerin hatalarından veya yarattığı pazarlardan yararlanarak yeni bir patent konusu olabilecek ürün geliştirmeye çalışırlar. İşletmeler özellikle acımasız bir rekabet ortamlarında hem saldırgan hem de savunmacı stratejiyi izleyebilirler. Bazen ilk ürünü piyasaya sunduğu gibi bazen de rakip işletmeyi taklit ederek savunmaya geçebilirler. Bu stratejiler işletmeler için sağlıklı bir yöntem olabilir (Durna, 2002: 134; Trott, 2005: 201; İraz, 2010:101).

Belli bir pazarda konumlanmış özel bir hastanede saç ekim kliniğinin açılması ile birlikte diğer özel hastanelerin de saç ekim kliniğine entegre edilmiş bakım veya güzellik kliniklerini açmaları, doku yapıştırıcısını geliştirilmesi ile rakip işletmelerin doku yapıştırıcı içeren bant üretmesi, bilişim ve teknoloji sektöründeki firmaların ürünlerin kullanım kapasitesi ve diğer özelliklerinde yaptıkları ufak değişikliklerle rakiplerinin pazara ilk sundukları ürünleri çeşitlendirmeleri savunmacı/taklitçi inovasyon stratejiler arasında yer alır.

2.3.2.3. Maliyet Minimizasyonu/Taklitçi

Bu strateji ile işletmenin esas amacı piyasadaki kendine çekmeyi planladığı yenilikleri düşük maliyetlerle gerçekleştirmesidir. Savunmacı inovasyon stratejisine benzer özellikler içermektedir. Her iki inovasyon strateji ile yenilikleri takip eden

firmalar pazarda öncü olma gibi bir hedefleri olmayıp, pazarda ilk olmanın getirdiği risklerden uzak durarak taklitçi bir yapı içerisinde inovasyonu gerçekleştirme çabasındadırlar.

Maliyet minimizasyon stratejisi, ürün ve proses yönetiminde özel yetenek ve becerilere sahip işletmelerin düşük maliyetlerde üretim yapma stratejisidir. Bu strateji ile işletmeler güçlü bir teknolojik altyapıya sahip olunmadan düşük işgücü veya girdi maliyetleriyle ile piyasadaki ürünleri taklit etme, pazara girme ve tutunma şansını amaçlar. Bu stratejiyi benimseyen işletmelerin uzmanlaşması, bilgi kapasitesinin yüksek olması, girişimcilik kabiliyeti, üretim ve idari maliyetlerinin düşük olması ve ulusal üstünlüklerinin olması işletmenin hedeflerine kısa sürede ulaşmasını katkı sağlayabilir. Bu strateji oldukça önemli başarı ve hatta pazar payı açısından lider olmayı bile sağlayabilir. HP bu sayede esasen IBM'in klonları ile diğer pek çok rakipten daha kaliteli ve ucuz fiyata bilgisayar satarak sektörde başarı kazanmıştır (Barutçugil, 1981: 38 – 39; Trott, 2005: 201).

Hobday, Rush ve Bessant (2004: 1434 - 1456) maliyet minimizasyon stratejisinin düşük işgücü maliyetlerine sahip Asya ekonomisindeki işletmelerin sıklıkla kullandığı bir strateji olduğunu ve işletmelerin mevcut ürünleri daha düşük maliyetlerle taklit etme, pazara girme şansı yakaladıklarını belirtmişlerdir.

2.3.2.4. Pazar Bölümlendirme/Geleneksel

Büyük ölçekli üretimin gerek olmadığı ve az sayıda ürün değişikliğinin yapıldığı bu strateji ile belirli bir pazar bölümünün veya bir niş pazarın ihtiyaçlarını tam olarak karşılamaya dayalıdır. Pazarda ilk olmanın avantajlarını içinde barındıran bu stratejiyi gerçekleştiren işletmeler, ilerleyen dönemlerde gerçekleştirecekleri inovatif eylemlerinden dolayı ortaya çıkan başarısızlıkları, üretilen ürün ve marka imajından dolayı müşterileri tarafından göz ardı edilebilmektedir. Örneğin, teknoloji pazarının ilkelerinden olan Sony, Betamax ev video teknolojisi ile istenilen başarıyı elde edememiş olsa da, teknoloji bilimi için kıskanılacak bir pozisyon geliştirmiştir (Trott ve Hartman, 2013: 371).

Potansiyel olarak işletmelerin çok sayıda pazar fırsatı vardır. Bir işletme ona açık olan tüm pazarlarda kazanamaz. Nitelikli pazar şampiyonları, işlerinin bir şekilde tedarik edebilecekleri ve hükmedebilecekleri pazarların gelişimi için mücadele etmektedirler. Etkili piyasa şampiyonluğu, işletmenin rekabet gücünü geliştirebileceği ve koruyabileceği pozisyonlar belirlemeyi içerir. İşletmenin zaman içinde takip etme araçlarından yoksun olduğu bir inovasyon stratejisini seçmenin hiçbir anlamı yoktur. Pazar bölümlendirme, bir işletmenin rekabet stratejisine odaklanmaya yardımcı olur. Müşteri analizi, rakip analizi ve tedarik yeterlilik analizi temel bileşenleridir (Johne,1999: 7 - 8).

2.4. Hizmet İnovasyon Performansı

İşletmeler, marka değerlerini arttırmak, hedeflerine kısa sürede ulaşmak ve sürekliliklerini sağlamak için müşteri beklentilerine ve piyasa koşullarına kısa sürede yanıt verebilecek inovasyon yeteneğine sahip olmalıdırlar. İşletmenin gerçekleştireceği inovasyonlar, yeni ürün, hizmet, sistem, süreç veya mevcut olanın yeniden uyarlanması şeklinde olabilir. İnovasyon da pazarın yeni olmasının, inovasyonun işletmenin kendisi veya başka bir işletme tarafından geliştirilmesinin de önemi yoktur. İnovasyonda önemli olan gerçekleştirilen faaliyetin yeni olarak algılanması ve bir sorunu çözmesidir (Ottenbacher ve Gnoth, 2005: 206; Orfila-Sintes ve Mattsson, 2009: 381).

İnovasyonların işletmenin finansal performansına katkısı oldukça önemlidir (Meeus ve Oerlemans, 2000: 47). Finansal olmayan bir boyut olarak karşımıza çıkan hizmet inovasyon performansı işletmenin güçlü ve zayıf yönlerini dolaylı olarak yansıtan ek bilgiler sağlayarak işletmenin rekabet gücünün artmasını sağlar. İşletmelerde gerçekleştirilen finansal olmayan performans değerlendirmeleri zaman içerisinde finansal performans sonuçlarına etki etmektedir. Bu bağlamda finansal olmayan performansın ile finansal performansın birbirinden bağımsız olmadığını söyleyebilir (Ahmad ve Zabri, 2016: 482).

İşletmelerdeki hizmet inovasyon performansını ölçmek tartışmalı konulardan biridir (Atuahene-Gima, 1996: 36 - 37; Avlonitis, Papastathopoulou ve Gounaris, 2001: 324; Dobni, 2008; 539-540 Zhao, 2005: 26-29). Ürünün yaygınlaşması, organizasyonel etkinliği, ürün yelpazesinin genişletilmesi gibi daha görünür kriterler, bir ürünün geliştirilmesi sırasında önerilmekle birlikte, hizmet sektörlerinde farklı kriterler önerilmektedir (Alegra, Lapiedra ve Chiva, 2006: 345).

Hizmet sektörünün bir parçası olan sağlık hizmetlerinde kurum içi çalışanların tutum ve davranışları hizmet inovasyon performansını etkilemektedir. García-Goñi, Maroto ve Rubalcaba (2007: 350 - 354) yapmış oldukları çalışmada sağlık çalışanlarının motivasyon ve inovasyona yönelik tutumları, inovasyonların gerçekleştirilmesinde ve gerçekleştirilen inovasyonların kolay uygulanıp, kabul edilmesinde önemli bir etkiye sahip olduğunu ifade etmişlerdir. Bir anlamda, gerçekleştirilmek istenen inovasyonların gerçekleşmesi ve gerçekleştirilen inovasyonların diğer çalışanlar tarafından kabullenilmesi ve hizmet sunumunda kullanılması ayrıca yeni inovatif hizmetlerin de gerçekleştirilmesi için çalışanlar yenilikçi davranışlar sergilemelidir. Yöneticilerinin temel rolü inovasyon için doğru ortamı yaratmak ve inovatif bir yapıya sahip sistemler kurmaktır (Lega, 2009: 81).

Hastaneler büyük, karmaşık ve dinamik organizasyonlardır (Dias ve Escoval, 2013: 269). Bu nedenle hastanelerdeki yeniliklerin bir hizmet sektörü olarak farklı yapısal özelliklere sahip olduğunu iddia etmek yanlış olmayacaktır. Bir hizmet işletmesi olan hastanelerde hizmet inovasyon performansı, hastane çalışanlarının yeni hizmetleri tasarlaması ve yenilikçi davranışlarını içerir.

Sağlık hizmetlerinde mükemmel bir bakım, başarı ve rekabet gücü için hizmet inovasyonunun varlığı önemli bir unsurdur. Hastane inovasyonu tıbbi ve idari olarak tanımlanmaktadır. Tıbbi inovasyon, yeni bir teknolojiyi veya hastalığın etkin teşhisi, tedavisi ve önlenmesi için yeni bir yöntemi içerir. İdari yenilik ise iç veya dış işler için yeni hizmet süreçlerini içerir (Alexander, Weiner, Shortell, Baker ve Becker, 2006: 11 - 18; Wu ve Hsieh, 2011: 28-29).

Bir hizmet işletmesi olan hastane bağlamında yukarıda yapılan açıklamalar, Hu, Horng ve Christine Sun (2009: 41) tarafından yapılan çalışma çerçevesinde yeni hizmet geliştirme ve hizmet inovasyon davranışının inovasyon performansı için belirleyici olduğu söylenebilir.

2.4.1. Hizmet İnovasyon Davranışı

Hizmet inovasyon davranışı, bir işletmenin hizmet sunum yeteneğini iyileştirme veya çeşitlendirme temel hedef ve tasarım süreçlerini içeren rekabet ve inovasyon stratejisidir (Hussain, Konar ve Ali, 2016: 42).

Hizmet inovasyon davranışı, mevcut hizmetleri iyileştirme veya geliştirme amacı ile ortaya atılan yeni fikirlerin yeni hizmetlerin yaratılmasına kadar geçen süreçte gerçekleştirilen bireysel ve kurumsal davranışlardır. Çalışanların bilgi, beceri, iç girişimcilik davranışları ve destekleyici örgüt yapısı ile müşteri beklentilerine daha kısa sürede yanıt verebilir. Hizmet inovasyon davranışı işletmeyi daha güçlü kılmak, sektöründe söz sahibi olmak ve karını arttırmak için yeni hizmet sunumları gerçekleştirilmektedir. Ayrıca hizmet sunumunun gerçekleştiği aşamalarda daha kaliteli hizmet sunmak amacı ile bir hatanın tespiti ve bu hata ile bir daha karşılaşmamak için düzeltici ve önleyici faaliyetler çalışmalarında yeni fikirler geliştirilme süreçlerinde de hizmet inovasyon davranışı gerçekleşebilir. Bu süreç hataların tespitinden başlar ve hataların iyileştirmesini için yeni fikirlerin ortaya atılması ile devam eder (Scott ve Bruce, 1994: 581 - 582). Hizmet inovasyon davranışı geliştirmede vizyon, örgütsel kültür, örgütsel yapı (süreç ve sistemler) proje yönetim becerisi önemli faktörlerdendir (Matear, Gray ve Garrett, 2004: 284 - 285).

Hizmet işletmelerinde hataları tespit edecek ve bu hataların nasıl ortadan kaldıracacağı ile ilgili fikirler sunabilecek ve yeni hizmetleri en kısa sürede geliştirecek bir başka ifade ile hizmet inovasyonu gerçekleştirecek inovatörler yine kurum içindeki çalışanlar olacaktır. Çünkü kurumu en iyi şekilde tanıyan, süreçleri bilen, müşteriler ile doğrudan temas halinde olduğu için müşteri beklentilerin neler olduğunu bilen kurum içi çalışanlardır. Bu yüzden destekleyici bir yapıdaki kurumlarda hizmet inovasyonunu en kısa sürede gerçekleştirecekler yine kurum çalışanlardır. Kurum çalışanların hizmet inovasyon davranışlarının yüksek olması örgütsel anlamda da

hizmet inovasyon davranışının yüksek olmasına ve inovatif bir iklim yaratılarak yeni hizmetlerin hayata geçmesinde etkin rol oynayacaktır.

Müşteriler ve çalışanlar arasındaki ilişkinin iyi olması çalışanların yenilikçi davranış geliştirmesini sağlayacaktır. Müşterilerle kurulan iletişim, çalışan açısından müşterinin ne istediğini anlamayı kolaylaştırdığı gibi hizmet geliştirme eğilimini de arttıracaktır. Diğer yandan çalışanlar ve müşteriler arasındaki bilgi paylaşımı artırılabilir, yaratıcı düşünce geliştirilebilir ve çalışanların daha fazla yenilikçi davranış geliştirmesi sağlanabilir (Li ve Zheng, 2014: 446 - 447)

Lee ve Hong (2014: 152 - 154) yapmış oldukları çalışmada sağlık hizmetlerinde yeniliklerin gerçekleşmesi için çalışanların hizmet inovasyon davranışlarının yüksek ve bunu destekleyecek bilgi paylaşımının olması gerektiği bunun içinde kurumsal olarak hedeflerin belirlenmesi ve çalışanların uzmanlık bilgilerini ve inovasyonları meslektaşları ile paylaşmaları için teşvik verilmesinin önemini vurgulamışlardır. Yapılan başta bir çalışmada da benzer sonuçların çıktığını ve çalışanların güç kaynağı olarak gördüğü bilgi, beceri ve yeni fikirleri meslektaşları ile paylaşmaktan kaçındıkları ifade edilmiştir (Aziz vd., 2012'den aktaran Lee ve Hong, 2014:154).

Hizmete inovasyon davranışının gerçekleşmesi veya etkililiğinin artarak hizmet inovasyonuna dönüşebilmesi için; çalışanların yeni hizmet geliştirme tutumları, kendini kurumunun yaratıcı bir üyesi olarak görmesi, çalışma arkadaşları ile yaratıcı fikirleri paylaşması, bu yeni fikirleri gerçekleştirmek için planlı bir süreçlerin takip edilmesi ve kaynakların doğru kullanılması gerekir.

Son zamanlarda, medikal pazarın açılması, medikal teknoloji ve bilginin geliştirilmesi ve yeni yüksek teknolojili tıbbi ekipmanların piyasaya sürülmesi, hem ulusal hem de uluslararası sağlık piyasalarında rekabeti artırmıştır. Çevrede yaşanan bu rekabetçi ve dinamik yapıda yeniliklerin ortaya çıkması daha önemli bir hal almıştır. Bu nedenle, inovasyon davranışı, uzun vadede hastane kuruluşlarının hayatta kalmasında ve büyümesinde önemli bir faktördü. (Lee ve Hong, 2014: 148).

2.4.2. Yeni Hizmet Geliştirme

Yeni hizmet geliştirme, tamamen yeni kaynaklarla “teknoloji, bilgi, insan kaynağı vb.” gerçekleşen, önceden sunulmamış hizmetleri kapsadığı gibi mevcut bir hizmet sunumunun yeni bir yöntemle gerçekleşmesini, belirli bir bölgenin ihtiyacına yönelik sunulan yeni bir hizmetleri ve mevcut hizmetlerin geliştirilmesi/genişletilmesi ile sunulan yeni hizmetleri kapsamaktadır.

Hizmet sektöründeki yenilikler genellikle teknolojik değildir. Çoğunlukla süreç ve prosedürler de küçük ve artımlı değişiklikler içerirler. Birçok hizmet yeniliği çok radikal karakterlere sahip değildir ve çoğu zaman başka hizmet kuruluşlarında da uygulanmaktadır (De Jong, Bruins, Dolfsma ve Meijaard, 2003: 16 - 20)

Tether (2005: 179-180) imalat sektöründe işletmelerin ürün ve süreç inovasyonlarına odaklandığı, hizmet sektöründe ise organizasyonel inovasyonun ön plana çıktığını belirtmiştir. Hizmet yeniliğinin karmaşıklığına neden olan bir diğer konu da faaliyetlerinin hem hizmet hem de imalatçılarda bulunmasıdır (Aas ve Pedersen, 2011: 2082). Hizmet sunumdaki faaliyetlerin eşzamanlılığı nedeniyle, ürün ve süreç inovasyonları genellikle çakışmaktadır.

Çoğu araştırmacı hizmet işletmelerindeki inovasyonun imalatçılardan daha farklı karakterlere sahip olduğunu kabul eder (De Jong vd., 2003: 15; Johne ve Storey, 1998: 231 - 251). Firma düzeyinde yenilikler, genellikle ürün veya süreç yenilikleri olarak kabul edildiğinden, geleneksel kategoriler, hizmet ile ilgili yenilikler için yeterli olmayabilir (De Jong vd., 2003: 17).

Yeni hizmet geliştirmeyi yeni ürün geliştirmeden ayıran önemli farklılar üç ana başlık altında ele alınabilir. (Johne ve Storey, 1998: 187 - 188).

Dokunulmazlık: Hizmet ürünlerinin somut olması, hizmetlerin fiziksel bir varlık olmaması önceden bunları test etme sürecini zorlaştırmakla birlikte, kalitesizlik maliyetlerine de yol açabilir. Ayrıca başarılı bir şekilde gerçekleştirilen yeni hizmetler pazardaki rakipler tarafından rahatlıkla kopyalanabilir.

Heterojenlik: Personel-müşteri ara yüzünde gerçekleşen hizmet üretimi, hizmet deneyiminin her seferinde değişmesi yol açabilir. Hem personel hem de müşteriler hizmet sunumunda rol oynamaktadır. Değişimin derecesi, hizmetin standardizasyon derecesine, müşteri ara yüzünde uygulanan teknoloji miktarına, müşterilerin satın almadan önce beklenti ve davranışları gibi birçok faktöre bağlı olarak değişiklik gösterebilir.

Eş zamanlılık: Servis ürünleri tipik olarak aynı anda üretilir ve tüketilir. Bu, çoğu hizmetin doğal olarak bozulacağı ve bu nedenle stokta bulunamayacağı anlamına gelir. Kapasite planlaması servis tedarikçilerinde kritik öneme sahiptir. Talep büyük ölçüde değişebilir, ancak derhal karşılanması veya kaybedilmesi beklenir

Ottenbacher ve Harrington (2010: 9) yeni hizmet geliştirmeyi örgütlerin yaşamını sürdürme becerisi ve rekabet üstünlüğü sağlamanın bir aracı olduğunu ifade edilmiştir. De Jong ve Vermeulen (2003: 845 - 846) yeni hizmet geliştirilmeyi, yönetsel ana faaliyetler ile örgütsel iklim aşamaları ile değerlendirmiş ve ilk aşamanın yeni hizmet geliştirmeyi ikinci aşamanın ise inovasyon sürekliliğini sağlama amaçlı olduğunu belirtmiştir. Bu sayede sağlanacak inovatif iklim ile sürekli bir gelişim sürecine girecek işletmelerin, rekabet avantajı sağlayacağı söylenebilir.

Yeni hizmet geliştirme süreçleri; fikir oluşturma ve eleme, iş analizi ve pazarlama stratejileri belirleme, sistem ve süreç tasarımı, pazarlama ile ilgili testler ve performans değerlendirme aşamalarından oluşmaktadır (Avlonitis vd., 2001: 326)

Matear vd. (2004: 286) yeni hizmet geliştirmenin, marka yatırımının yanı sıra kurumsal konuma katkıda bulunacağını, böylelikle işletmenin inovatif performansının artacağını belirtmektedirler.

De Jong ve Vermeulen (2003: 849) ise işletmelerde yeni hizmet geliştirme sürecini iki aşamalı olarak değerlendirmektedirler. Birinci aşama yeni hizmet geliştirme sürecinin yönetim boyutundaki ana faaliyetlerini kapsamaktadır. İkinci aşama ise işletmede inovasyon sürekliliğinin sağlanması için örgütsel bir iklim oluşturmayı içermektedir. Her iki aşama da inovasyon sürecinin farklı bölümleriyle

ilgilidir. Hizmet işletmelerinde oluşturulacak olan inovatif iklim, rekabet avantajı sağlayan sürekli bir yenilenme ve gelişimin temelini oluşturacaktır.

Yeni hizmet geliştirme, dünya için yeni kabul edilebilecek hizmetler geliştirilmesi, mevcut bir hizmetin geliştirilmesi ve revize edilmesi, yeni hizmet hatları oluşturulması, mevcut hizmet hatlarına ilaveler, yeniden konumlandırma ve maliyet düşürme çalışmaları şeklinde kategorilere ayrılmıştır (Booz vd., 1982'den aktaran Johne ve Storey: 1998: 189).

Yapılan tanımlamalar ve açıklamalar çerçevesinde yeni hizmet geliştirme, tamamen değiştirilmiş veya önemli ölçüde hizmet sunumunda veya pazarlarda gerçekleştirilen yenilikler ve farklılıklar şeklinde tanımlanabilir. İşletmenin teknolojik ve örgütsel yetenekleri ile birlikte insan kaynakları becerilerinin artırıldığı ve desteklendiği bir yapıda daha fazla yeni hizmetlerin geliştirileceği söylenebilir.

3. İÇ GİRİŞİMCİLİK, ÖRGÜTSEL FAKTÖRLER VE HİZMET İNOVASYON PERFORMANSI

Bu bölümde iç girişimcilik ve inovasyon ilişkisi, yapılan literatür araştırmaları doğrultusunda açıklanmaya çalışıldıktan sonra iç girişimcilik ve inovasyon üzerinde etkisi olan örgütsel faktörler ele alınmıştır.

3.1. İç Girişimcilik ve İnovasyon

Literatürde, iç girişimcilik ile inovasyon ilişkisi üzerine yapılan araştırmalarda, araştırmacılar iç girişimcilik ile inovasyon arasında bir ilişki olduğunu ve iç girişimciliğin, işletmenin büyüme ve finansal performansında sürdürülebilir iyileşmeler gerçekleştirdiğini ifade etmişlerdir (Russell, 1999: 73; Wiklund, 1999: 45; Zahra ve Covin, 1995: 44 - 47).

McFadzean, O'loughlin ve Shaw (2005: 353) yapmış oldukları çalışmada, Covin ve Slevin (1991); Knox (2002) ve Lumpkin ve Dess'in (1996) çalışmalarından yola çıkarak inovasyonu, yeni prosedürler, çözümler, ürünler ve hizmetlerin yanı sıra yeni ticarileştirme yöntemlerinin geliştirilmesi yoluyla organizasyona ve tedarikçilerine/müşterilerine yeni bir katma değer ve yenilik derecesi sağlayan bir süreç olarak tanımlayarak basit bir iç girişimcilik ve inovasyon ilişki modeli geliştirmişlerdir. Bu modelde iç girişimcilik davranışının teşviklerle inovasyon sürecine gireceği ve bu süreçlerin tamamlanması ile inovasyon çıktılarının işletmeye katma değer yaratacağı belirtilmiştir. Ekonomik koşulların, finansal ve kamusal yardımların, yeterli pazar imkanlarının vb. kaynakların yeterli olması tek başına inovasyonu yaratmaya yeterli olmayacağını, bunun için bu faktörleri bir araya getirmesini sağlayabilecek girişimcilerin inovasyon yaratabileceği ifade edilmiştir (McFadzean vd., 2005: 364).

Lassen, Gertsen ve Rıis (2006: 369) örgütlerin iç girişimcilik ile radikal inovasyon arasında bir ilişki olduğunu ve kuruluşların girişimcilik eğilimleriyle radikal yenilikler yapabilecekleri ifade edilmiştir. Bir başka çalışmada, araştırmacılar teorik olarak geliştirdikleri modelde iç girişimciliğin inovasyon performansını etkilediğini ifade etmişlerdir (Ergün, Bulut, Alpkın ve Demircan, 2004: 260).

Gapp ve Fisher'in (2007: 330) üç boyutlu invasyon modelinde, iç girişimciliğin, hizmet ve ürün inovasyonları için bir ön koşul olduğunu ifade etmişlerdir. Salge'nin (2012: 721) sağlık sektöründe yapmış olduğu bir araştırmada bilime dayalı inovatif faaliyetleri sürdürme stratejileri için kurum içerisinde gerçekleştirilebilecek sürekli yeni hizmet, ürün ve süreç akışlarına bağlı olduğu ifade etmiştir. Wu ve Hsieh'in (2011) Tayvan'daki hastanelerde yapmış oldukları araştırmada ise yeniliklerin bakım kalitesini artırdığını ve kaynakların daha verimli kullanılmasıyla işletmenin rekabet avantajı sağlayabileceğini ifade etmişlerdir.

Goodale, Kuratko, Hornsby ve Covin (2011: 123) girişimcilik ile inovasyon performansı arasındaki ilişkiyi incelemeye yönelik yapmış oldukları araştırmada, iç girişimcilik ve hizmet inovasyon performansını etkileyen örgütsel faktörlerden yönetim desteğinin inovasyon performansını pozitif yönde etkilediğini belirtmişlerdir. Lee ve Hong (2014: 153) yapılan işlerde destekleyici liderlik ve güvenin yenilikçi davranışları etkilediğini ifade etmişlerdir. İran sağlık işletmeleri üzerine yapılan bir araştırmada, yöneticilerin girişimci davranışları, çalışanların girişimciliği ve örgütsel girişimcilik üzerinde olumlu bir etkisi olduğu ifade edilmiştir (Raadabadi, Fayaz-Bakhsh, Nazari, Mousavi ve Fayaz-Bakhsh, 2014: 249 - 250).

İç girişimciliğin inovasyona dönüşebilmesi için çalışanların kendini güvende hissetmesini gerekir. Yapılan iç girişimcilik faaliyetleri sonucu somut çıktılar elde edilmese dahi iç girişimcinin teşvikinin kırılmaması ve statüsünün korunması bir sonraki aşamalarda daha güçlü inovasyonun yaratılmasına katkı sağlayacaktır. Örgütsel kültür ve yönetim tarzının destekleyici ve inovasyon odaklı olması işletmeye dinamik bir yapı kazandıracaktır (Işık, Işık ve Kılınç, 2015: 68). İç girişimciliğin inovasyona dönüşebilmesi için örgütsel faktörlerin destekleyici bir yapıda olması ve üst yönetimin inovatif liderlik özellikleri taşıması gerekmektedir. İşletmeler güçlü ve ilgili bir kurumsal kültür ile teknolojiye gelişim ve yenilikçiliğe önem veren bir bakış açısıyla ürün ve hizmet inovasyonlarını gerçekleştirebilir (Özdemirci, 2011: 612 - 613).

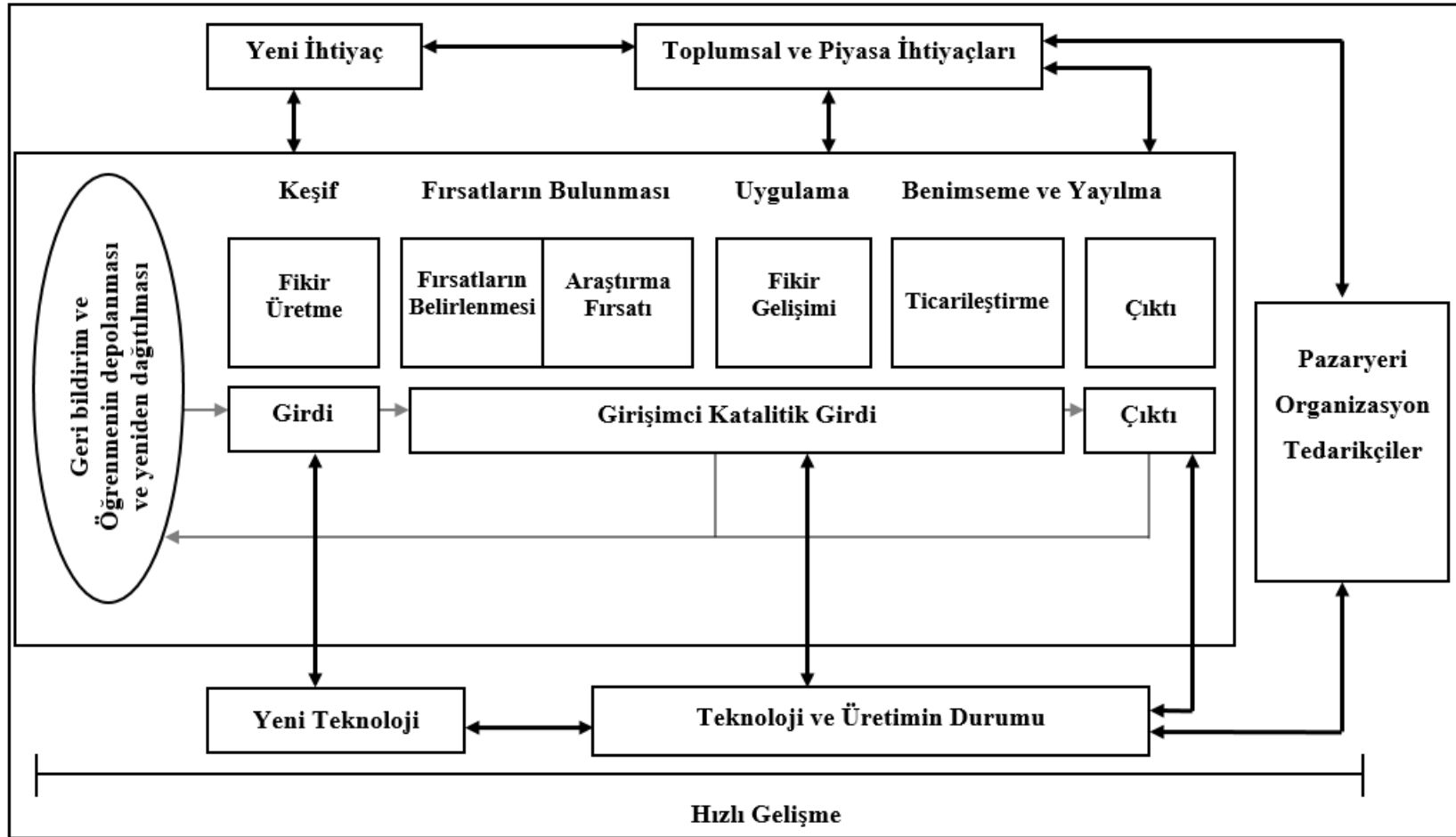
Ağca ve Yörük'e (2006: 162) göre, ekonomik ve kurumsal gelişme için önemli bir unsur olan iç girişimcilik, işletmenin temel dinamikleri arasında yer almalıdır. İşletmede yaratılan iç girişimcilik davranışları işletmenin kurumsal inovasyona doğru yöneldiğini göstermektedir. Bu nedenle, iç girişimcilik ile gerçekleştirilen inovasyonlar sonucunda ortaya çıkan işletme performansı arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir (Yazgan, Erdirençelebi ve Şendoğdu, 2016: 62).

İç girişimcilik ve inovasyon ilişkisini açıklamaya yönelik olarak araştırmacıların yapmış oldukları çalışmalarda; çeşitli sektörlerde ve farklı boyutlarla bu ilişkiyi açıklamaya yönelik modeller geliştirdikleri gözlemlenmiştir. Makro, mikro veya bütünleşik yapılar ile ilişkiler ortaya koymaya çalışıldığı gibi, iç girişimcilik öncülleri ve örgütsel faktörler de araştırmalara dâhil edilerek modeller geliştirilmiştir.

3.2. İç Girişimcilik ve İnovasyon Modelleri

3.2.1. Makro Model

Shaw, O'loughlin ve Mcfadzean (2005) tarafından literatürün gözden geçirilmesiyle sentezlenen makro modelde, iç girişimcilik ile inovasyon koşullarına ve inovasyonun çevresel itici güçlerine odaklanılmıştır. Bu modelde toplumun ihtiyaçları ve yeni teknolojik ilerlemeler ile birlikte inovasyonun gelişim sıklığına dikkat çekilmiştir.



Şekil 3.1. Makro Model

Kaynak: Shaw, O'Loughlin ve McFadzean, 2005: 395.

İç girişimcilik ve inovasyon ilişki arasında yer alan faktörlerin nasıl bir rol üstlendiği Şekil 3.1’de gösterilmiştir. Toplum ve piyasa ihtiyaçları sonucu ortaya çıkan yeni ihtiyaçların belirlenmesiyle inovasyon sürecinin başladığı görülen bu modelde yeni teknolojik gelişmeler, piyasa, organizasyonlar ve tedarikçilerin karşılıklı etkileşiminin yeni ihtiyaçları ortaya çıkardığı görülmektedir. Makro modele göre (Shaw vd., 2005: 394 - 396):

İnovasyon tetikleyicileri: Belirli bir amaca ihtiyaç duyan inovasyonun gerçekleşmesi için ihtiyaçların tanınması, piyasaya yeni ihtiyaçların tanıtılması ve ek teknolojilerin geliştirilmesi gerekir. Bunları tetikleyen etkenler ise risk, belirsizlik ve değişiklik gibi çevresel faktörlerdir.

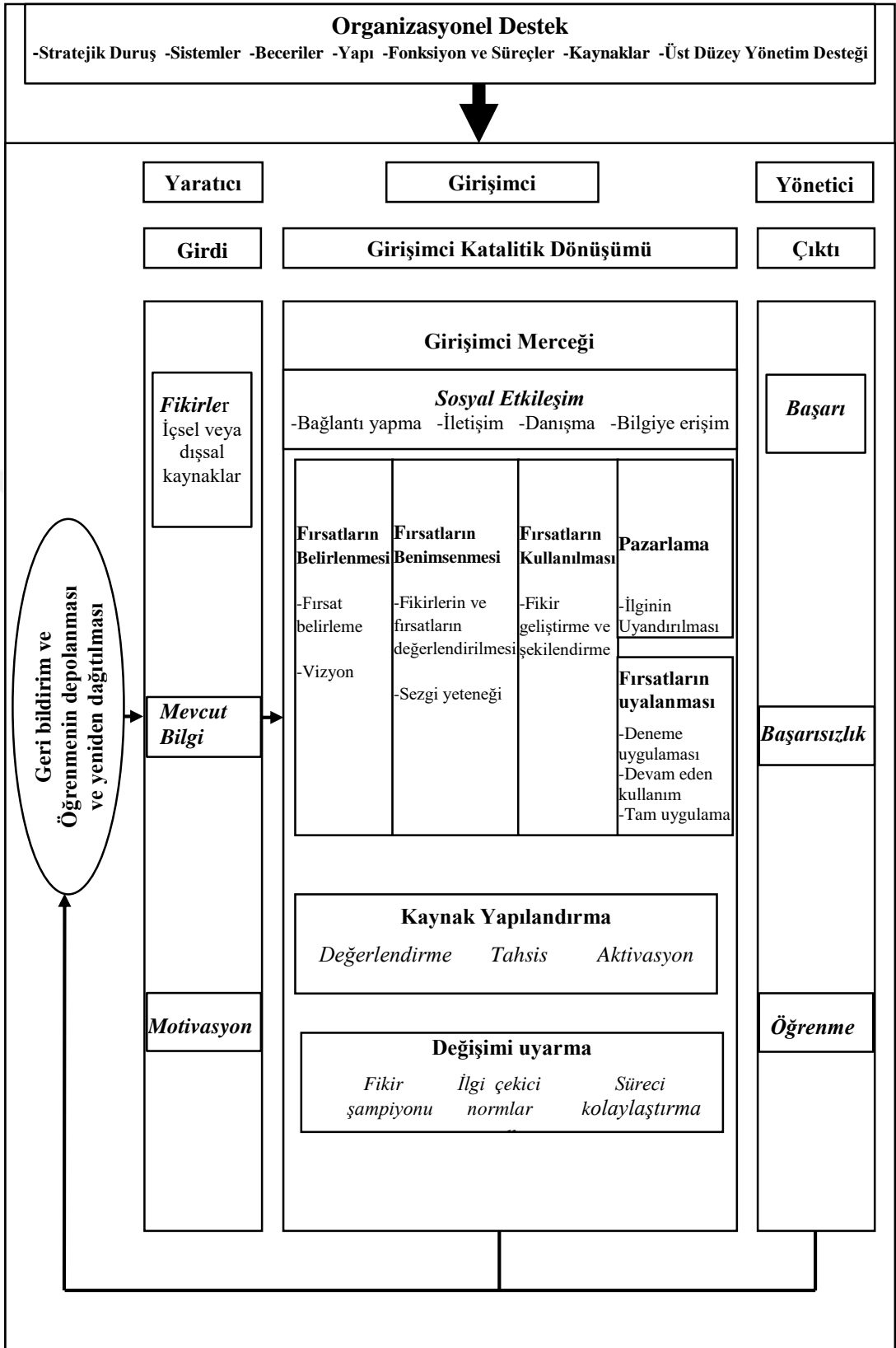
İnovasyon süreci: Makro modelde inovasyon süreci fikrin üretilmesi ile başlayıp bu fikrin fırsata dönüşmesi için uygun fırsatın belirlenmesi ve bu fırsatın araştırılması süreci ile devam eder. Uygun araştırma fırsatları hayata geçirilerek fikrin geliştirilmesi bir sonraki süreci kapsamaktadır. Son olarak kabullenilen ve yayılma sürecine giren fikirler ticarileşerek inovasyon çıktısına dönüşür.

Faktörler arası ilişkiler: Yeni pazar ve teknoloji ile ortaya çıkan radikal veya artımsal inovasyonlar yeni inovasyonların gerçekleşmesini sağlayan bir güce sahiptir.

Hızlı gelişme: Bir inovasyon fikrinin ortaya çıkışından, ticarileşmiş bir ürüne doğru evrilmesine kadar geçen süreyi kapsar. Hızlı gelişme pazardaki değişim hızına bağlıdır. Pazar yeri, teknolojik değişimin yüksek oranları ve devamlılığı ile aynı zamanda organizasyonun ve yenilik sürecine dahil olan bireylerin yönlendirilmesi hızlı gelişimin tetikleyicileridir.

3.2.2. Mikro Model

İç girişimcilik ve inovasyon sürecini destekleyen önemli faktörleri vurgulayan mikro model Şekil 3.2’de gösterilmiştir. Mikro modelde bu faktörler girdiler, girişimci katalitik dönüşüm, çıktılar, içeriksel faktörler ve farklı öğeler arasındaki ilişkiler olmak üzere beş temel sınıflandırma içine alınmıştır.



Şekil 3.2. Mikro Model

Kaynak: Shaw, O'Loughlin ve McFadzean, 2005: 397.

İnovasyon aktivitesinin öngörülemez süreçleri kapsadığı ve zor olduğu için sürecin proaktif olarak yönetilmesi gerektiği açıklanan mikro modelde inovasyonun yüksek risk ve belirsizlik ortamında etkin bir şekilde nasıl yönetilebileceğini göstermektedir. Mikro modele göre (Shaw vd., 2005: 396 - 402):

Girdiler: İnovasyon sürecinin yapılandırılmasında tetikleyici rolde olan yaratıcılık, yeni ve yenilikçi bilgilerin doğmasını sağlayacaktır. Bu bağlamda yaratıcılık inovasyon girdilerinin oluşmasında etkin rol almaktadır. İnovasyon girdisinin oluşmasında mevcut bilginin, inovasyon güdüsünün ve içeriden veya dışarıdan elde edinilen bilginin de katkısı vardır.

Girişimsel katalizör (Girişimsel lens): Başkalarının göremediği süreç ve bilgileri kendi süzgecinden geçirerek girişimsel açıdan değerlendiren iç girişimcileri inovasyonun merkezine alan ve yaratıcı fikirleri iletirmek için gerçekleştirilen inovatif faaliyetlerin yeniden yapılandırma süreçlerini kapsar. İç girişimciliğin başarıya ulaşabilmesi için inovasyon süreçlerinin proaktif bir şekilde yönetilmesi gerekmektedir. İnovasyon süreci sonrası olumlu veya olumsuz çıktıların proaktif bir şekilde yönetilmesi, yeni öğrenme süreçlerinin tekrar başlanmasına ve gelecekte gerçekleşebilecek önemli girişimci faaliyetlerin nasıl gerçekleştirileceği konusuna katkı sağlayacaktır.

Çıktılar: İnovasyon için iç girişimci süzgecinden geçen (girişimci merceği) başarılı veya başarısız faaliyetler (olaylar), gelecekteki girişimcilik faaliyetlerinin nasıl gerçekleştirileceği konusunda yeni öğrenmeleri ortaya çıkarır.

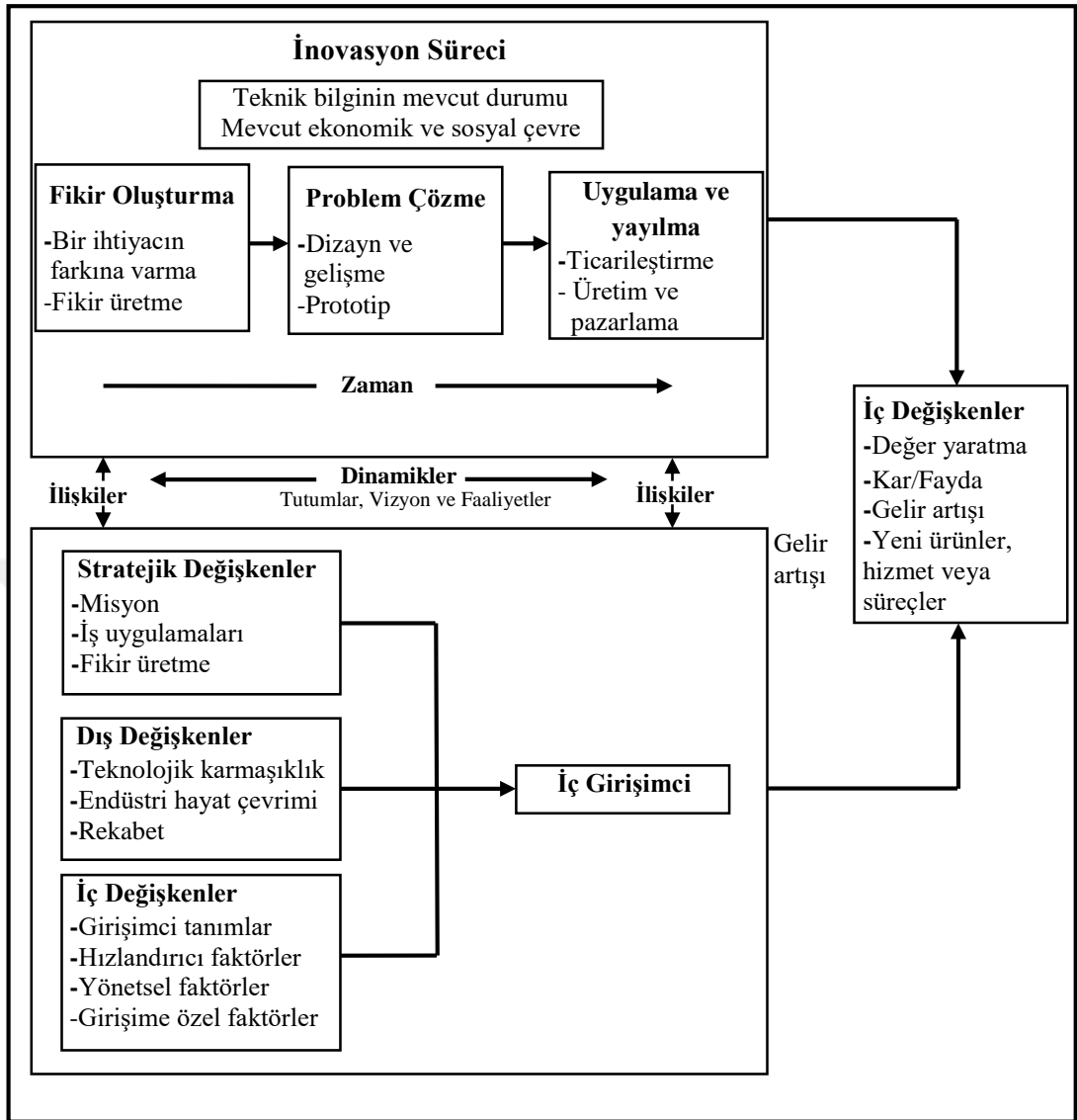
İçeriksel faktörler: İçeriksel faktörler, inovasyon sürecinde girişimcinin harekete geçmesini sağlayacak destekleyici örgütsel faktörler üzerine odaklanmıştır. İşletmede girişimci bir iklimin yaratılması için destekleyici örgütsel faktörlerin oluşturulması gerekmektedir. İşletmenin stratejik duruşu, kurumsal olarak yetenekleri, kaynakların kullanımı, işletmenin fonksiyonları, yapı ve üst düzey yönetimin desteği işletmede yaratılmak istenen girişimciliği destekleyici unsurlardır.

Faktörler arası ilişkiler: Girdilerin çıktıya dönüşmesindeki tüm süreçlerde geribildirimler söz konusudur. Herhangi bir aşamada gerçekleşen geribildirimler ile bir önceki aşama veya aşamalar gözden geçirilebilir. Çünkü girişimcilik ve öğrenme faaliyetleri arasındaki ilişkinin varlığı gözardı edilemeyecek kadar güçlüdür. Geribildirimlerden dolayı öğrenilen yeni bilgiler depolanıp, bu bilgilerin ihtiyaç halinde tekrar kullanılması ile iç girişimciliğe yön verilerek inovasyonların gerçekleşmesine katkı sağlanmaktadır.

3.2.3. Bütünleşik İç Girişimcilik ve İnovasyon Modeli

McFadzean vd. 2005'te, iç girişimcilik ve inovasyonun ilişkisini belirlemeye yönelik yapmış oldukları çalışmada, iç girişimcilik ve inovasyon süreçlerine yönelik iki ayrı sentez modeli geliştirmişlerdir. Bu sentez modellerini konu edinerek iç girişimcilik ve inovasyon ilişkisi ile bu ilişkiye etki eden faktörleri de araştırmaya dâhil ederek bütünleşik bir iç girişimcilik ve inovasyon modeli geliştirmişlerdir. İşletme dinamiklerinin (girişimci tutumlar, vizyon ve davranışlar) iç girişimcilik ve inovasyon arasındaki etkileşimde bütünleşik modele dahil edilmiştir. Bütünleşik modelde yeni ürün/ hizmetler, prosedürler, çözümler ve yeni ticarileştirme yöntemlerinin geliştirilmesi yoluyla organizasyona ve tedarikçi/müşterilere yeni bir katma değer sağlayacağı ifade edilmektedir. Basit bir iç girişimcilik ve inovasyon ilişki modeline ek olarak çevresel iç girişimciliği etkileyen dış çevre ve işletme dinamiklerinin önemini de vurgulamaktadır (McFadzean vd., 2005: 351-366).

Şekil 3.3 incelendiğinde stratejik değişiklikler, iç değişkenler ve dış değişkenler iç girişimciliği yaratacağı gibi inovasyon sürecinin tetikleyicisi konumundadır. İnovasyon süreci içinde yer alan fikir oluşturma, problem çözme ile uygulama ve yayılma aşamasıyla işletmenin performansını etkileyecektir. Bu süreçte girişimci tutumlar, vizyon ve davranışlar gibi işletme dinamikleri iç girişimciliği ve inovasyon süreçleri etkileyecektir.



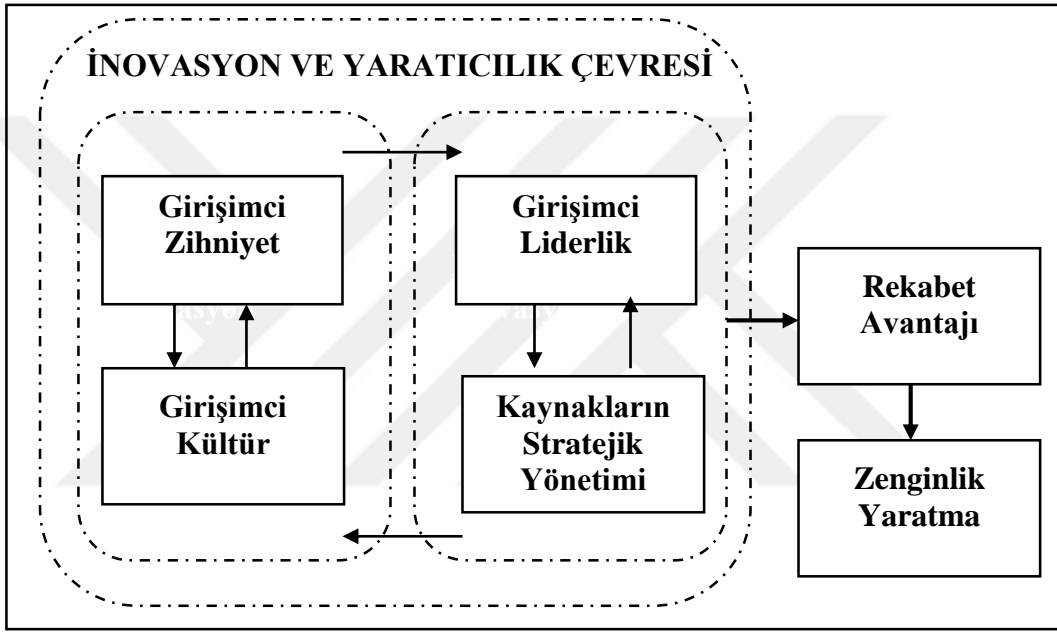
Şekil 3.3. Bütünleşik İç Girişimcilik ve İnovasyon Modeli

Kaynak: McFadzean, 2005: 366.

3.3. İç Girişimcilik ve İnovasyon İlişkisinde Örgütsel Faktörlerin Rolü

İç girişimcilik ve inovasyon ilişkisini açılmaya çalışan bir diğer model ise Lassen (2007: 109 - 131) tarafından geliştirilmiş örgütsel faktörleri de ele alan stratejik girişimciliğin bütünleştirici modelidir. Modelin isminde her ne kadar girişimcilik kavramı kullanılsa da kurumsal değişkenlere vurgu yaparak iç girişimcilik üzerine odaklanılmıştır.

İç girişimcilik kriterlerini taşıyan işletmelerde yapılan çalışmada örgüt kültürü, kaynakların kullanımı ve örgütsel zihniyetin (yapı) önemli olduğunu ve radikal inovasyonlar için girişimci liderliğin gerekliliği vurgulanmıştır. Olaylara stratejik yaklaşılması gerektiği savunulan bu modelde ayrıca başarının elde edilebilmesi için bireysel düzeyde, grubun düzeyinde ve üst yönetimin düzeyde stratejik değerlendirmelerin yapılması gerektiği ifade edilmiştir (Lassen, 2007:125-126).



Şekil 3.4. Lassen Bütünleştirici Model

Kaynak: Lassen, 2007: 126.

İç girişimcilik ve inovasyonu etkileyen örgütsel faktörlerin farklılıklar gösterdiği ve araştırmacılar tarafından farklı boyutlarıyla ele alındığı görülmüştür. Arslan, 2012 tarafından araştırmasına dâhil edilen liderlik, yapı, kültür ve kaynak kullanımı araştırmaya dâhil edilmiştir.

3.3.1. Liderlik

Liderlik kavramı örgütsel literatürde farklı anlamlar ile karşımıza çıkmaktadır. Liderlik kavramını bir davranışın türü, bir kişilik özelliği veya bir makamın niteliği olarak kullanıldığı görülmektedir. Bu bağlamda liderlik; amaçların oluşturulması ve

gerçekleşmesi için grubun oluşturulması, yönlendirilmesi, harekete geçmesi ve etkilenme sürecidir (Tengilimoğlu, Atilla ve Bektaş, 2013: 132).

Yukarıdaki tanıma göre liderlik başkalarını etkileme ve harekete geçirme sanatıdır. Lider duygularını kontrol eder, değişimin arkasındaki düşünceleri anlayabilme yeteneğini kullanır, değişimin olumlu noktalarının ön planda tutar, kendini takip edenleri bilgilendirir ve inovasyona açtır.

İç girişimcilik ve inovasyon süreçlerine bakıldığı zaman kurum içerisinde gerçekleşecek değişimleri yaratabilecek çalışanlara, yön verecek, yeniliğin gerçekleşmesi için destek sağlayacak ve onları harekete geçirecek işletme içerisinde destekleyici bir liderlik tarzının olması gerektiği görülmektedir.

Üst kademe yöneticilerin destekleyici liderlik yaklaşımı ile çalışanların geliştirdiği iş metotlarını kullanmaları, yeni fikir ve önerilere açık olmaları, kendi fikirleri ile gelen çalışanlara destek olmaları, risk alan kişilere başarılı veya başarısız olsalar bile saygı göstermeleri kurum içi girişimciliğin güçlendirilmesinde, inovatif bir örgüt kültürünün yaratılmasında etkin rol oynayacaktır.

İşletmelerde, inovasyonu geliştirmek için çalışanların, yeni fikirler üretmesi ve bunları çekinmeden sunmaları ve gerekli teşviklerin sağlanarak çalışanlara kendi kararlarının alabilecekleri izinler verilmekle birlikte inovasyon süreçlerini etkin yönetme ve entegre etme becerisine sahip destekleyici bir liderlik tarzına sahip olunmalıdır. (Mumford, 2000: 340-341; Halbesleben, Novicevic, Harvey ve Buckley, 2003: 449).

Liderler çalışanlarına yeterli kaynak sunmakla birlikte karar verme özgürlüğü, yönetici ve örgüt teşvikleriyle işletme içerisinde yaratıcılığın benimsenmesini sağlar. Liderlerin tutum ve davranışları çalışanların girişimcilik davranışlarının ve inovasyon gerçekleştirme çabalarının gelişmesinde veya körelmesinde önemli bir etkiye sahiptir. Liderler iç girişimcilere destekleri ile hem onu izleyen çalışanlarına hem de işletmenin gelişimine katkı sağlarlar (Rice, 2006: 239, Zorlu ve Tetik, 2018: 297 - 301).

3.3.2. Yapı

Örgütsel yapı olarak, esnek bir yapıya sahip olan ve çalışanların desteklendiği işletmelerde çalışanların iç girişimcilik eğilimleri de yüksek olacaktır. Departmanlara arası rahat iletişim kurulabilen, resmi iletişim kanallarının aşılabildiği, alanında uzman kişilerin görüşlerinin alındığı, proje süreçlerinde brokratik engellerin olmadığı, iş süreçlerinde çalışanların kendi iş metodlarını geliştirebildiği işletmelerde, çalışanların işletmeye olan bağlılıkları arttığı gibi çalışanların girişimci olmalarına ve inovasyon yaratmalarına katkı sağlayacaktır. Bir önceki bölümde ayrıntılarına yer verilen İç girişimcilik ve inovasyon ilişkisini açıklamaya çalışan makro modelde de organizasyonel destek içinde yer alan yapının girişimciliği doğrudan etkiledi ve bunun sonucu olarak çalışanların yaratıcı fikir ve eylemlerini inovasyona dönüştürmelerinde destekleyici rol üstlendiği görülmektedir. İç girişimcilik ve inovasyon ilişkisini açıklamaya çalışan diğer araştırmalar ve modellemelerde örgütsel yapının iç girişimcilik ve inovasyon süreçleri üzerinde etkisi olduğu görülmektedir.

İşletmenin esnek ve organik bir yapıya sahip olması hızlı değişen ve çalkantılı çevreye tepki gösterme yeteneğiyle inovasyonu kolaylaştırmaktadır. İşletmelerin iç girişimciliği bir kurum kültürü haline dönüştürebilmesi için daha esnek olmalı, başarı ve başarısızlıkları bir öğrenme süreci olarak değerlendirip girişimci faaliyetleri teşvik etmelidir (Kuratko ve Montagno, 1989: 83).

İç girişimcilik süreçlerinin başlayabilmesi için işletme içindeki kişi veya birimlerin desteklenmesi ve iş süreçlerinde özgür bırakılması ve işletme politikası ve prosedürlerin daha esnek olması gerekmektedir. Bürokrasinin asgari seviyeye indirildiği ölçüde sistematik olarak yenilik güçlenir (Schuler, 1986: 615).

Radikal inovasyon yaratmak isteyen işletmelerin, daha esnek bir yapıya sahip olmaları çalışanların yeni fikirler üretmelerini ve bunları hayata geçirerek inovasyonu yaratmalarını sağlayacaktır.

3.3.3. Kültür

İç girişimciliği ve inovasyonu tetikleyen bir diğer faktör olan kültür, işletme faaliyetlerini biçimlendiren yapısal düzenlemeler, davranışsal normları içeren değerler ve inançlar sistemidir (Ireland, Hitt ve Sırmon, 2003: 970). Her işletme ortamı kendine ait bir kültür geliştirir. Örgüt kültürü tabandan ve çalışanların ortaklaşa geliştirdikleri değer ve dzglerden oluşur. Bir işletmede bulunan ve paylaşılan değerler, inançların ve dzglerin yayılmış bütünselliğini örgüt kültüründe görebiliriz (Soyşekerci, 2013; 175).

Örgüt kültürü çalışanların iç girişimcilik davranış kalıplarının oluşmasında önemli bir örgütsel gerekliliktir (Basım, şeşen ve Meydan, 2009: 28). Başaran'ın (1992) yapmış olduğu araştırmada, örgüt kültürü ile yönetici davranışları arasında bir etkileşim olduğu ve çalışanların da bundan etkilendiğini belirterek örgüt kültürü ve iç girişimcilik arasında ilişki oluğunu belirtmiş ve kendi yapmış oldukları çalışmada da örgüt kültürünün, girişimcilik yönelimi ve performans üzerinde etkisinin olduğu ifade edilmiştir (Yeşil, Doğan ve Doğan, 2016: 156 - 165).

Örgüt kültürü işletmenin olası tehditlerle baş etme, yaratılacak inovasyon türü ve inovasyonun nasıl gerçekleştireceği hakkında işletmeye yön verir. Bazı araştırmacılar örgüt kültürünün yenilik yaratmaya etki ettiği hatta işletmede gerçekleşecek yeniliklerin merkezinde yer aldığını ifade etmişlerdir (Tushman ve O'Reilly, 1997: 111; Uzkuurt ve şen, 2012: 48).

İç girişimcilik, yalnızca uygun koşullarda yaşayabilecek bir ruhtur. Bu nedenle, çalışanların girişimci davranışları örgütsel inanç ve değerlerden büyük ölçüde etkilenmektedir. Girişimcilik, bir kurumun kültüründe kök salmış bir yaşam biçimi olarak düşünülebilir. Bir olaydan ziyade bir süreçtir. Bir işletmede, iç girişimcilik, kültürel olarak türetilen norm ve inançlar tarafından teşvik edilebilir (Behram ve zdemirci, 2014: 266).

Kültür, işletmenin varoluş ve hayatını devam ettirmesinde bir toplumun içinde yer alan değerler gibi derinliklerde yer alan temel değerler, inanışlar ve varsayımlardır. Bir işletme içine yerleşmiş ve örgütün derinliklerinde yer alan destekleyici örgüt

kültürü çalışanlarda özgüven yaratarak iç girişimcilik ve yenilik yapma isteklerini ayakta tutacaktır. Örgüt kültürü işletmenin nereye doğru gitmek istediğine de yön verecektir. Risk almayı olumlu gören, başarısızlıkları bir öğrenme süreci olarak değerlendiren ve başarılı projeleri standart ödüllendirme sistemleri dışında ödüllendirerek teşvik eden işletmeler ancak gerçekleştirmek istedikleri değişimleri en kısa sürede gerçekleştirebilirler.

3.3.4. Kaynak Kullanımı

Sürekli değişimin ve yeniliklerin gün yüzüne çıktığı günümüzde, artan rekabet koşulları işletmelerin hayatlarını devam ettirme mücadelelerini zorlaştırmakta ve kaynakların daha etkin ve verimli kullanması kaçınılmaz bir hal almıştır. Tabii bu kaynakların etkin ve verimli kullanılması sadece kaynak tasarrufu yapmak veya çalışanlardan bu kaynakları kısmak anlamına gelmez. Kaynakların doğru süreç ve projelerde kullanılması bu kaynakların verimliliğini arttıracaktır. İşletmeye yeni katma değer yaratacak yeniliklere yöneltilen kaynakların çıktıları girdi maliyetlerinden daha fazla kazanç sağlayacak ve işletmenin rekabet gücünü arttıracaktır.

İşletme içerisinde iyi bir fikir ile gelen çalışanlara fikirlerini geliştirmeleri ve gerçekleştirmeleri için zaman verilmesi, yeni fikir ve projeler için bütçe ayrılması ve iş yükünün yeni fikirler geliştirecek şekilde planlanması çalışanların gerçekleştirmek isteyecekleri iç girişimcilik davranışlarını güçlendirerek bu fikirlerin yeni hizmet ve ürünlere dönüşmesine katkı sağlayacaktır.

İşletmede inovatif bir iklim yaratma ve çalışanların iç girişimci olarak işletmeye değer katmalarını sağlamak için çalışanlarını yenilik yaratmaları için teşvik eden Google ve 3M şirketleri teknolojik gelişmelere ayak uydurarak yeni ürün ve hizmetleri bünyelerine katarak her geçen gün büyüyen işletmelerdir. Bu işletmeler çalışanlarına kendi proje ve fikirleri geliştirmeleri için çalışma zamanlarının %15-20 süresini özgürce kullanmalarına izin vermektedirler (Anonymous, 2002: 22; Hamel, 2006: 10).

İşletmede üst düzey yöneticilerin kaynak kullanım süreçlerini etkili bir şekilde yönetmesiyle çalışanların ürün, süreç ve idari yenilikler peşinde yaratıcı olarak hareket etme çabalarını kolaylaştıracağı gibi değer yaratan yenilikler geliştirmek, işletmeyi çevresel değişiklikler ve beklenmedik olaylara karşı daha güçlü kılacaktır.



4. İÇ GİRİŞİMCİLİK VE ÖRGÜTSEL FAKTÖRLERİN HİZMET İNOVASYON PERFORMANSINA ETKİSİ: KAMU HASTANESİNDE BİR UYGULAMA

Bu bölümde, araştırmanın amacı ve problem cümlesi, evren ve örnekleme, sınırlılıkları, veri toplama araçları ve bu araçlarla ilgili yapılan geçerlik ve güvenilirlik test yöntemleri, verilerin analizine ilişkin bilgiler, çalışma için önerilen yapısal eşitlik modellemesine (YEM) yönelik istatistiksel yöntemlere ve bulgulara yer verilmiştir.

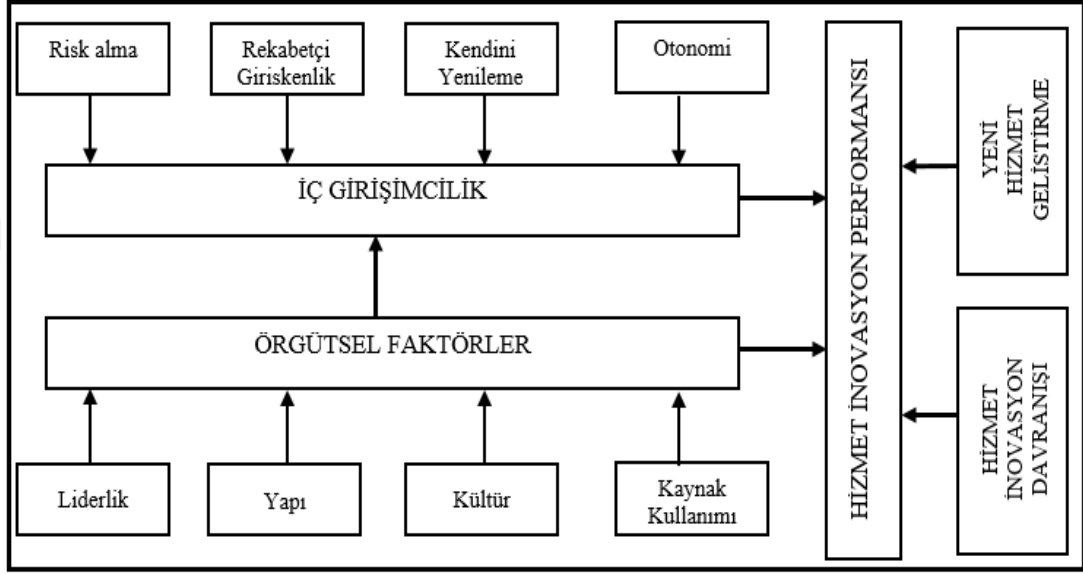
4.1. Araştırmanın Amacı ve Problem Cümlesi

Bilgi ve teknolojiye yaşanan gelişmelerin tüm sektörlerde hızlı bir değişim yaratmıştır. Bu değişim mal veya hizmeti satın almak isteyen tüketicilerin ihtiyaç ve beklentilerinin kısa sürede değişmesine neden olmuştur. Mal ve hizmet üretenlerin bu değişime en kısa sürede yanıt vermesi, hatta beklentilerin ötesine geçmeleri varoluşlarını sürdürebilmeleri için kaçınılmaz bir yükümlülük haline gelmiştir. Bir hizmet işletmesi olan hastanelerde hizmeti alanların ihtiyaç ve beklentilerini en iyi anlayacak ve bu beklentilere en kısa sürede yanıt verecek kişiler, hizmet sunumunda aktif rol alan ve hizmeti alanlar ile birebir iletişim halinde olan güçlü iç girişimcilik davranışına sahip ve örgütsel yapı olarak desteklenen sağlık çalışanlarıdır. Sağlık çalışanlarının kendilerini destekleyici bir çalışma ortamında hissetmesi ve iç girişimcilik davranışlarının yüksek olması sağlık hizmetlerinin sunumunun çeşitlendirilmesinde, süreçlerin iyileştirilmesinde, ihtiyaç duyulan malzemelerin geliştirilmesinde hatta yeni hizmetler ile birlikte yeni ürünlerin üretilmesinde de etkilidir

Yapılan literatür taramasında güncel bir konu olan iç girişimcilik ile inovasyon ilişkisini belirlemeye yönelik yapılan çalışmaların çoğunun sağlık sektörü dışında yapıldığı, sağlık sektöründe yapılan araştırmalarda ise sadece yöneticiler, hekimler veya hemşireler üzerinde ayrı ayrı yapılan iç girişimcilik ve inovasyon çalışmalarına rastlanılmıştır. Ancak sağlık çalışanlarının tamamının dâhil edildiği ve örgütsel faktörlerinde yer aldığı çalışmalara rastlanılmamıştır. Bu çalışmada alandaki bu eksikliği gidermek üzere hizmet sunum aşamasında ortak hareket etmek zorunda olan

tüm sağlık çalışanları araştırmaya dâhil edilerek i girişimcilik ve örgütsel faktörlerin hizmet inovasyon performansına etkisini araştırmaktır. Araştırmanın problem cümlesi şu şekilde belirlenmiştir:

İ girişimcilik ve örgütsel faktörler, hizmet inovasyon performansında etkili midir? Bu amaçla şekil 4.1’de gösterilen araştırma modeli çizilmiştir.



şekil 4.1. Araştırma Modeli

Çalışmada ayrıca i girişimcilik, örgütsel faktörler ve hizmet inovasyon performans puanlarının mesleki ve demografik özelliklere göre farklılıklarda araştırılmıştır.

Belirtilen problem cümlesi çerçevesinde araştırma ile ilgili hipotezler ve bu hipotezlerden hareketle belirlenen alt hipotezler aşağdaki gibidir:

H1: İ girişimciliğin hizmet inovasyon performansı üzerinde,

H1_a: Risk almanın hizmet inovasyon performansı üzerinde,

H1_b: Rekabetçi girişkenliğin hizmet inovasyon performansı üzerinde,

H1_c: Kendini yenilemenin hizmet inovasyon performansı üzerinde,

H1_d: Otonominin hizmet inovasyon performansı üzerinde pozitif ve anlamlı etkisi vardır.

H2: İç girişimciliğin hizmet inovasyon davranışı üzerinde,

H2_a: Risk almanın hizmet inovasyon davranışı üzerinde,

H2_b: Rekabetçi girişkenliğin hizmet inovasyon davranışı üzerinde,

H2_c: Kendini yenilemenin hizmet inovasyon davranışı üzerinde,

H2_d: Otonominin hizmet inovasyon davranışı üzerinde pozitif ve anlamlı etkisi vardır.

H3: İç girişimciliğin yeni hizmet geliştirme üzerinde,

H3_a: Risk almanın yeni hizmet geliştirme üzerinde,

H3_b: Rekabetçi girişkenliğin yeni hizmet geliştirme,

H3_c: Kendini yenilemenin yeni hizmet geliştirme üzerinde,

H3_d: Otonominin yeni hizmet geliştirme üzerinde pozitif ve anlamlı etkisi vardır.

H4: Örgütsel faktörlerin hizmet inovasyon performansı üzerinde,

H4_a: Örgütsel yapının hizmet inovasyon performansı üzerinde,

H4_b: Liderliğin hizmet inovasyon performansı üzerinde,

H4_c: Örgütsel kültürün hizmet inovasyon performansı üzerinde,

H4_d: Kaynak kullanımının hizmet inovasyon performansı üzerinde pozitif ve anlamlı etkisi vardır.

H5: Örgütsel faktörlerin hizmet inovasyon davranışı üzerinde,

H5_a: Örgütsel yapının hizmet inovasyon davranışı üzerinde,

H5_b: Liderliğin hizmet inovasyon davranışı üzerinde,

H5_c: Örgütsel kültürün hizmet inovasyon davranışı üzerinde,

H5_d: Kaynak kullanımının hizmet inovasyon davranışı üzerinde pozitif ve anlamlı etkisi vardır.

H6: Örgütsel faktörlerin yeni hizmet geliştirme üzerinde,

H6_a: Örgütsel yapının yeni hizmet geliştirme üzerinde,

H6_b: Liderliğin yeni hizmet geliştirme üzerinde,

H6_c: Örgütsel kültürün yeni hizmet geliştirme üzerinde,

H6_d: Kaynak kullanımının yeni hizmet geliştirme üzerinde pozitif ve anlamlı etkisi vardır.

H7: Örgütsel faktörlerin iç girişimcilik üzerinde,

H7_a: Örgütsel yapının iç girişimcilik üzerinde,

H7_b: Liderliğin iç girişimcilik üzerinde,

H7_c: Örgütsel kültürün iç girişimcilik üzerinde,

H7_d: Kaynak kullanımının iç girişimcilik üzerinde pozitif ve anlamlı etkisi vardır.

H8: Hizmet inovasyon performansı mesleki ve demografik özelliklere göre fark gösterir.

H8_a: Cinsiyet göre farklılık gösterir.

H8_b: Yaşa göre farklılık gösterir.

H8_c: Eğitim durumuna göre farklılık gösterir.

H8_d: Ünvana göre farklılık gösterir.

H8_e: Kurumdaki çalışma süresine göre farklılık gösterir.

H8_f: Çalışılan birime göre farklılık gösterir.

H9: İç girişimcilik mesleki ve demografik özelliklere göre fark gösterir.

H9_a: Cinsiyete göre farklılık gösterir.

H9_b: Yaşa göre farklılık gösterir.

H9_c: Eğitim durumuna göre farklılık gösterir.

H9_d: Ünvana göre farklılık gösterir.

H9_e: Kurumdaki çalışma süresine göre farklılık gösterir.

H9_f: Çalışılan birime göre farklılık gösterir.

H10: Örgütsel faktörlerin hizmet inovasyon performansına etkisi üzerinde iç girişimciliğin aracılık rolü vardır.

4.2. Veri Toplama Aracı

Çalışmada, veri toplama aracı olarak anket formu (Ek: 2) kullanılmıştır. Çalışmada, iç girişimcilik, örgütsel faktörler ve hizmet inovasyon performansı araştırmanın temel değişkenleri olarak belirlenmiştir.

İç girişimcilik düzeylerini belirlemek üzere bu araştırma kapsamında iç girişimcilik ölçeği kullanılmıştır. Literatür incelemesinde ilk ölçek (Entrescale) Khandwalla (1977) tarafından geliştirilmiş olup, ikinci ölçek ise (corporate entrepreneurship scale) Zahra (1991; 1993) tarafından geliştirilmiştir. Birinci ölçekte örgütün iç girişimciliğe yönelimini ölçmeye yönelik, ikinci ölçekte ise örgütün iç girişimcilik, yenilik ve proaktiflik yeteneğini ölçmeye yönelik ifadeler bulunmaktadır. (Arslan, 2012: 207 - 208; Naktiyok ve Kök, 2006: 84). Araştırmada kullanılan “İç Girişimcilik Ölçeği” Arslan (2012) tarafından yapılan çalışmada kullanılan ölçekten uyarlanmıştır. Girişimcilik eğilimi yaklaşımını sergileyen çalışmalarda iç girişimcilik boyutları risk alma, yenilik, proaktiflik, özerklik ve rekabetçi girişkenlik etrafında şekillenmektedir. Proaktiflik ve rekabetçi girişkenlik boyutları, girişimcilik eğilimi yaklaşımında iki farklı boyut olarak ele alınsa da, bazı araştırmacılar tarafından bu kavramlar arasındaki benzerlikten dolayı tek boyut olarak ele alınması gerektiği ifade

edilmiştir (Ağca ve Kurt, 2007: 91 – 92; Arslan, 2012: 199). İç Girişimcilik Ölçeği, “risk alma (dört madde), rekabetçi girişkenlik (dört madde), kendini yenileme (üç madde) ve otonomi (üç madde) olmak üzere toplam dört boyut ve 14 maddeden oluşmaktadır.

İç girişimcilik ile hizmet inovasyon performansını etkilediğini düşünülen Örgütsel Faktörler Ölçeği, Arslan (2012) tarafından yapılan çalışmada kullanılan ölçekten uyarlanmıştır. Örgütsel faktörlere ait literatür de farklı çalışmalar gözlemlenilmiş olup, araştırmada önceden geçerliliği ve güvenilirliği Arslan (2012) tarafından hizmet sektöründe test edilmiş “liderlik, yapı, kültür ve kaynak kullanımı” alt boyutları ile kullanılan ölçek araştırmaya dahil edilmiştir. Liderlik (beş madde), yapı (altı madde), kültür (dört madde), kaynak kullanımı (üç madde) olmak üzere örgütsel faktörler ölçeği dört boyut ve toplam 18 maddeden oluşmaktadır.

Hizmet inovasyon performansını ölçmek için Hu vd. (2009) tarafından geliştirilen, hizmet sektöründe yapılan bir araştırmada geçerlilik ve güvenilirliği Ayazlar (2012: 116) tarafından test edilmiş olan Hizmet İnovasyon Performans Ölçeği kullanılmıştır. Ölçek “hizmet inovasyon davranışı ve yeni hizmet ve ürün geliştirme” alt boyutlarından oluşmaktadır. Çalışan inovasyon davranış alt boyutu altı, yeni hizmet geliştirme alt boyutu ise sekiz madde ile ölçülmüştür.

Ölçeklere ait alt boyutlar, kendi içlerinde değerlendirilerek her bir alt boyut için sonuçlar alınabildiği gibi, alt boyutlarının toplanması ile ölçeklere ait toplam puanlar elde edilmektedir. Ölçeklerde yer alan sorular sağlık işletmelerindeki sağlık çalışanlarına yöneltilecek ifadeler şeklinde düzenlenmiştir. Ankette yer alan maddeler 5’li Likert tipinde (1= Kesinlikle Katılmıyorum - 5= Tamamen Katılıyorum) şeklinde ölçeklendirilmiştir.

4.3. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni, Batman ili merkezinde bulunan Türkiye Cumhuriyeti Sağlık Bakanlığı Sağlık Hizmetleri Daire Başkanlığı tarafından ülke genelinde bölge sağlık merkezleri ve her bir bölge için bölge sağlık merkezi konumunu üstlenecek merkezlerin tanımlanması doğrultusunda A-II statüsünde olan Batman Bölge Devlet

Hastanesindeki sağlık çalışanlarından oluşmaktadır. Batman Bölge Devlet Hastanesi bünyesinde; en az dört uzmanlık branşının her birinden altı ve üzeri uzman tabip bulundurmakta, ağır ve yüksek riskli hastaların yatırılarak takip ve tedavilerini sağlamakta ve bünyesinde III. Seviye Acil Servis ve III. Basamak yoğun bakım nitesi bulundurmaktadır.

Sağlık kuruluşlarında hekimin arzı ile başlayan hizmetlerin doğru ve eksiksiz bir şekilde tamamlanmasında tüm sağlık çalışanlarının etkin rolü vardır. Sağlık hizmetlerinin karmaşık bir yapıda olması ve birçok birim ve çalışanın etkileşim halinde olması, tüm sağlık çalışanlarının ortak hareket etmelerini zorunlu kılmaktadır. Çalışma hastanedeki tüm birimlerde çalışan sağlık personellerinin tamamını kapsayacak şekilde yürütülmüştür. Böylelikle alışanların i girişimcilik ve hizmet inovasyon performansı ile ilgili olan tutum, davranış ve düşüncelerini hem kurumsal olarak hem de nvan bazlı değerlendirme imkânı olmuştur. Hastane yönetimlerinden alınan bilgilere göre, araştırmanın yapıldığı hastanede 168 doktor, 458 yardımcı sağlık personeli (Hemşire, Sağlık Memuru, Acil Tıp Teknikeri ve Ebe), 161 diğer sağlık alışanı (Anestezi, Radyoloji, Laboratuvar, Tıbbi Sekreter, Fizyoterapistler) görev yapmaktadır. Çalışmada idari birimlerde görev alan, araştırmanın yapıldığı tarihlerde izinde bulunan ve bir yıldan daha az çalışma süresine sahip 78 sağlık çalışanı evrenin dışında tutulmuştur. Araştırma için örneklem seçilmemiş, araştırma evrenindeki tüm sağlık çalışanlarına ulaşmak hedeflenmiştir. Dağıtılan anketlerin 426'sından geri dönüş sağlanmıştır. Eksik doldurulan 21 anket kapsam dışı bırakılmış ve toplam 405 anket araştırmaya dâhil edilmiştir. Araştırmada evrenin %57,1'ine ulaşılmıştır.

4.4. Verilerin Toplanması ve Analizi

Hastane yönetiminden gerekli izinler alındıktan sonra yapılan ön uygulamada 25 sağlık çalışanı ile yapılan anket değerlendirmesinde soruların açık ve anlaşılır olduğu tespit edilmiş ve asıl uygulama için anket formları araştırmacı tarafından katılımcılara dağıtılarak uygulanmıştır.

Anketler toplandıktan sonra elde edilen veriler bilgisayar ortamına aktarılmış ve “Statistical Package for Social Science for Windows (SPSS) 22.0” ve “AMOS 21” programlarında gerekli istatistiksel analizlerle değerlendirilmiştir. Araştırmaya katılan

sağlık çalışanların mesleki ve demografik özellikleri ve ankette yer alan sorulara katılma düzeyleri, standart sapma ve ortalama gibi betimleyici istatistiklerle incelenmiştir.

Ölçeklerin yapı geçerliliği önceden test edilmesine karşın bazı araştırmacılar tarafından soruların ölçeklerden çıkarılması ve modelin sağlık işletmelerinde ilk kez kullanılacak olmasından dolayı bu çalışmada ölçeğin yapı geçerliliği ayrıca test edilmiştir. Ölçeğin yapı geçerliliğini test etmek için açımlayıcı ve yapısal eşitlik modellemesinin “structural equation modeling” özel uygulama tipi olan doğrulayıcı faktör analizi “confirmatory factor analysis” kullanılmıştır. Faktör yapısının geçerliliği konusunda araştırmada açımlayıcı faktör analiz ile birlikte doğrulayıcı faktör analizinin (DFA) yapılmasının nedeni kuramsal olarak çok daha sağlıklı bilgi vermesidir (Şencan, 2005).

Ölçeğin faktör analizine uygunluğunu sınamak için Kaiser Mayer Olkin (KMO) ve Bartlett testi yapılmıştır. Analiz sürecinde izlenilmesi gereken yol ve değerlendirmeler aşağıda ifade edilmiştir.

KMO katsayıları ile ilgili:

0,71’in üzerinde olması “varyansın %50’sini açıklar”: Mükemmel,

0,63 - 0,70 arasında olması “varyansın %40’ını açıklar”: Çok iyi,

0,55 – 0,62 arasında olması “varyansın %30’unu açıklar”: İyi,

0,45 – 0,54 arasında olması “varyansın %20’sini açıklar”: Vasat,

0,44 - 0,32 arasında olması “varyansın %10’nunu açıklar”: Zayıf, değerlendirilmesi yapılmıştır (Tabachnick ve Fidel (2001) ’den aktaran Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2012: 194).

YEM, değişkenler arasındaki ilişkilerin tespiti ve değişkenlerin birbiri üzerindeki etkisini tahmin etmek için kullanılan, bağımlı değişkenler ile gizil değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik kapsamlı bir istatistik yöntemidir (MacCallum ve Austin, 2000: 2002 - 203). Bir başka yazar tarafından ise “Birçok bilim dalı tarafından kullanılan, belirli bir teoriye dayalı olarak gözlemlenen ve gözlenemeyen değişkenlerin nedensel ve ilişkisel bir model içerisinde tanımlanmasına

dayalı çok değişkenli istatistiksel bir model” şeklinde tanımlanmıştır (Meydan ve Şeşen, 2011: 57).

DFA ise önceden tanımlanmış ve sınırlandırılmış bir yapının, bir model olarak doğrulanıp doğrulanmadığını test etmek için kullanılan bir analizdir.

“Doğrulayıcı faktör analizi yaparken

1- İlişkisiz modelin analizi




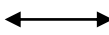
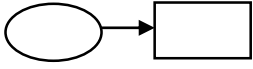
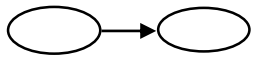
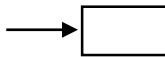

2- Birincil düzey DFA

3- İkincil düzey DFA

4- Tek faktörlü model için DFA” yapılmadır (Meydan ve Şeşen, 2011: 57).

Bu çalışmada yapıların birincil düzey faktörlerle açıklandığı test edildikten sonra ikincil düzey çok faktörlü DFA ile değişkenin faktör yapısı test edilmiştir. İkinci düzey faktör analizi “gözlenen değişkenlerin birden fazla, birbiriyle bağlantısız faktör altında toplandığı model” olarak tanımlanabilir (Meydan ve Şeşen, 2011: 23). YEM şematik olarak gösterilirken kullanılan şekiller ve anlamları Tablo 4.1’ de açıklanmıştır.

Tablo 4.1: Yapısal Eşitlik Modellemesinde Kullanılan Şekil ve Anlamları

Şekil	Anlamı
	“Gizil değişkenleri simgeler”
	“Gözlemlenen değişkenleri simgeler”
	“Bir değişkenin diğer değişken üzerindeki etkisini gösterir”
	“İki değişken arasındaki kovaryansı veya varyansı gösterir”
	“Gözlemlenen bir değişkenin gizil bir değişken üzerindeki yol katsayısı”
	“Gizil bir değişkenin, bir başka gizil değişken üzerindeki yol katsayısı”
	“Gözlemlenen bir değişkenle ilgili ölçüm hatası”
	“Gizil bir faktörün tahminindeki artık hatası”

Kaynak: Meydan ve Şeşen, 2011: 11.

YEM, oluşturulurken dikdörtgen içinde yer alan değişkenler gözlenen (observed) değişkenleri, elips içinde gösterilen değişken ise gizil (latent) değişkeni temsil etmektedir. Gözlenen değişken, bireye ait özellik hakkında etkisi incelenen değişkendir. Madde ya da gösterge olarak da adlandırılır. Gizil değişken, birden fazla gözlenen değişkeni etkileyen ve bu gözlenen değişkenler arasındaki ilişkiyi açıklamaya çalışan gözlenemeyen bir değişkendir.

Analizler yapılırken verilerin programlara daha kolay aktarımı ve analizlerde kolaylık sağlayacağı düşünülerek ifadeler Tablo 4.2' de görüldüğü gibi kodlanmıştır.

Tablo 4.2: Ölçek Kodlamaları

Ölçeklere ait alt boyutlar	Kodlamalar
Risk Alma	R1-R4
Rekabetçi Girişkenlik	RK1-RK4
Kendini Yenileme	KY1-KY3
Otonomi	O1-O3
Liderlik	L1-L5
Yapı	Y1-Y6
Kültür	K1-K4
Kaynak Kullanımı	KK1-KK3
Hizmet İnovasyon Davranışı	HD1-HD6
Yeni Hizmet Geliştirme	YH1-YH8

Literatüre dayandırılarak oluşturulan modelin veri ile uyumunu test etmek için analiz sonuçlarından elde edilen uyum indekslerin değerlendirilmesi yapılmalıdır. Modelin uyumluğunu test etmek için kullanılan paket programları birçok farklı indeks hesaplamaktadır. YEM modelinin raporlanmasında hangi uyum indekslerinin raporlanacağı kesin olmamakla birlikte ki-kare, serbestlik derecesi (SD) ve iyilik uyum indeksi (GFI) tüm çalışmalarda verilmesi gereken indekslerdir. Araştırmada kullanılacak uyum indeksleri ve kabul edilebilir indeks değerleri Tablo 4.3' te sunulmuştur.

Tablo 4.3: Yapısal Eşitlik Modellemesi Uyum İndeksleri

Uyum istatistiği	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum
χ^2 Uyum Testi	Anlamli olmamalı	-
χ^2/SD	≤ 3	$\leq 4-5$
AGFI	$\geq 0,90$	$>0.89-0,85$
GFI	$\geq 0,90$	$>0.85-0,89$
RMSEA	$\leq 0,05$	0,06-0,08
CFI	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$

Kaynak: Meydan ve Şeşen, 2011:37; Çokluk, Şekercioğlu ve Büyüköztürk, 2012: 271-272.

İkincil seviye DFA uyum indekslerine bakıldıktan sonra modifikasyon indeksleri (MI) incelenmiştir. Gözlenen ve gizil değişkenler arasındaki kovaryanslara bakılarak modele ilişkin oluşturulan modifikasyon önerileridir. Kuramsal çerçeveden çıkmadan gerçekleştirilen modifikasyon önerileri sonrası tekrar yapılan analizler sonucu ortaya çıkan uyum indeks değerleri analiz edilerek DFA'lar tamamlanmıştır.

Ölçeklerin ve alt boyutlarının güvenilirliğinin değerlendirilmesinde Cronbach alfa katsayısı kullanılmıştır. Ölçeklerin iç tutarlılığının bir ölçüsü olan Cronbach alfa katsayısı değerinin yüksek olması ölçekte bulunan maddelerin o ölçüde birbirleriyle tutarlı ve aynı özelliğin öğelerini yoklayan maddelerden oluştuğu ya da tüm maddelerin o ölçüde birlikte çalıştığı şeklinde yorumlanır. Sonuç olarak, Cronbach alfa'nın yüksek olması ölçek maddelerine verilen yanıtların tutarlı olduğu gösterir. Alfa katsayısı aşağıdaki gibi nitelendirilmektedir (Alpar, 2014: 484- 485):

0,80 - 1,00: “Ölçek yüksek güvenilirliğe sahiptir.”

0,60 - 0,79: “ Ölçek oldukça güvenilirdir.”

0,40 - 0,59: “Ölçeğin güvenilirliği düşüktür. ”

0,00 - 0,39: “Ölçek güvenilir değildir.”

İç girişimcilik ve örgütsel faktörlerin hizmet inovasyon performansına etkisi YEM ile değerlendirilmiştir. Araştırmada, örgütsel faktörler ve iç girişimcilik bağımsız değişkenler, hizmet inovasyon performansı ise bağımlı değişken olarak ele alınmıştır. Örgütsel faktörler ile iç girişimcilik arasındaki ilişkide ise iç girişimcilik bağımlı değişken olarak değerlendirilmiştir.

Araştırmada iç girişimcilik ve örgütsel faktörlerin alt boyutlarının (risk alma, kendi yenileme, rekabetçi girişkenlik, otonomi, liderlik, yapı, kültür, kaynak kullanımı) hizmet inovasyon performansı (çalışan inovasyon davranış ve yeni hizmet geliştirilme) üzerindeki etkisi de araştırılmıştır. Bunun için ise Çoklu Doğrusal Regresyon analizinden yararlanılmıştır. Ayrıca bağımsız değişkenler ile bağımlı değişkenler arasındaki ilişkiyi test etmek için Pearson Korelasyon analizi kullanılmıştır.

Araştırmada ayrıca, sağlık çalışanlarının iç girişimcilik ile hizmet inovasyon performansı arasındaki ilişkinin mesleki ve demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediği de araştırılmıştır. Parametrik testler için gerekli normallik varsayımının karşılanıp karşılanmadığı, değişkenlere ait basıklık ve çarpıklık değerleri, histogram ve saçılım grafikleri incelenerek değerlendirilmiştir. İki grup arasında fark olup olmadığını sınamak için iki ortalama arasındaki farkın önemlilik testi (t test) yapılmış ve ikiden fazla gruplarda ise tek yönlü varyans analizi (ANOVA) kullanılmıştır. Varyansların homojenliği varsayımı Levene's istatistiği ile test edilmiştir. Varyansların homojenliği varsayımı sağlanamadığında varyansların homojenliği varsayımı gerektirmeyen Welch istatistiği kullanılmıştır. Yapılan analiz sonucunda istatistiksel olarak anlamlı farklılıkların bulunması durumunda ise post-hoc testleri yapılmıştır. Bu çalışmada tek yönlü varyans analizi için post-hoc testi olarak varyansların homojenliği varsayımı karşılandığında Tukey testi ve varyansların homojenliği varsayımı karşılanmadığında ise Tamhane'nin T2 istatistiği kullanılmıştır (Alpar, 2014: 256) .

4.5. Araştırmaya Ait Bulgular

Araştırmaya ait bulgular “yapı geçerliliği ve güvenilirliğine ilişkin bulgular”, “tanımlayıcı bulgular”, “hipotez testlerine ilişkin bulgular” ve “yapısal eşitlik modellemesine ilişkin bulgular” olmak üzere dört temel başlık altında sunulmuştur.

4.5.1. Yapı Geçerliliği ve Güvenirliğine İlişkin Bulgular

Ölçeklerin yapı geçerliliğini test etmek için, açımlayıcı faktör analizi ve YEM’in özel uygulama tipi olan DFA yapılmıştır. Araştırmanın güvenilirliği ise Cronbach alfa katsayılarına bakılarak test edilmiştir. Bu çalışmada birincil düzey faktör yapı testi yapıldıktan sonra ikincil düzey çok faktörlü DFA ile değişkenin faktör yapısı test edilmiştir. Analiz sonuçları aşağıdaki başlıklar altında sunulmuştur.

4.5.1.1. İç Girişimcilik Ölçeğine İlişkin Bulgular

İç girişimcilik düzeyi, risk alma dört, kendi yenileme üç, rekabetçi girişkenlik dört, otonomi üç ve toplamda 14 ifade ile ölçülmüştür.

Tablo 4.4: İç Girişimcilik Ölçeğine İlişkin Faktör ve Güvenilirlik Analizi

<i>İFADELER</i>	Faktör Yükleri	Faktör Yüzdeleri	Alt Boyutlara Ait Cronbach Alfa	İç Girişimcilik Cronbach Alfa
Risk alma				
R2	,781			
R1	,733	17,584	0,78	
R3	,647			
R4	,584			
Rekabetçi Girişkenlik				
RK4	,905			
RK3	,896	25,921	0,95	
RK1	,864			
RK2	,859			0,84
Kendini Yenileme				
KY1	,788	15,504	0,80	
KY2	,787			
KY3	,620			
Otonomi				
O3	,850			
O1	,833	18,647	0,93	
O2	,804			
Toplam: 77,656				
KMO: ,907				
Bartlett testi: Ki-kare: 4678,701; Df: 91; p: ,000				

Ölçeklere ait açımlayıcı faktör analiz değerleri ve Cronbach alfa katsayıları Tablo 4.4' te gösterilmiştir.

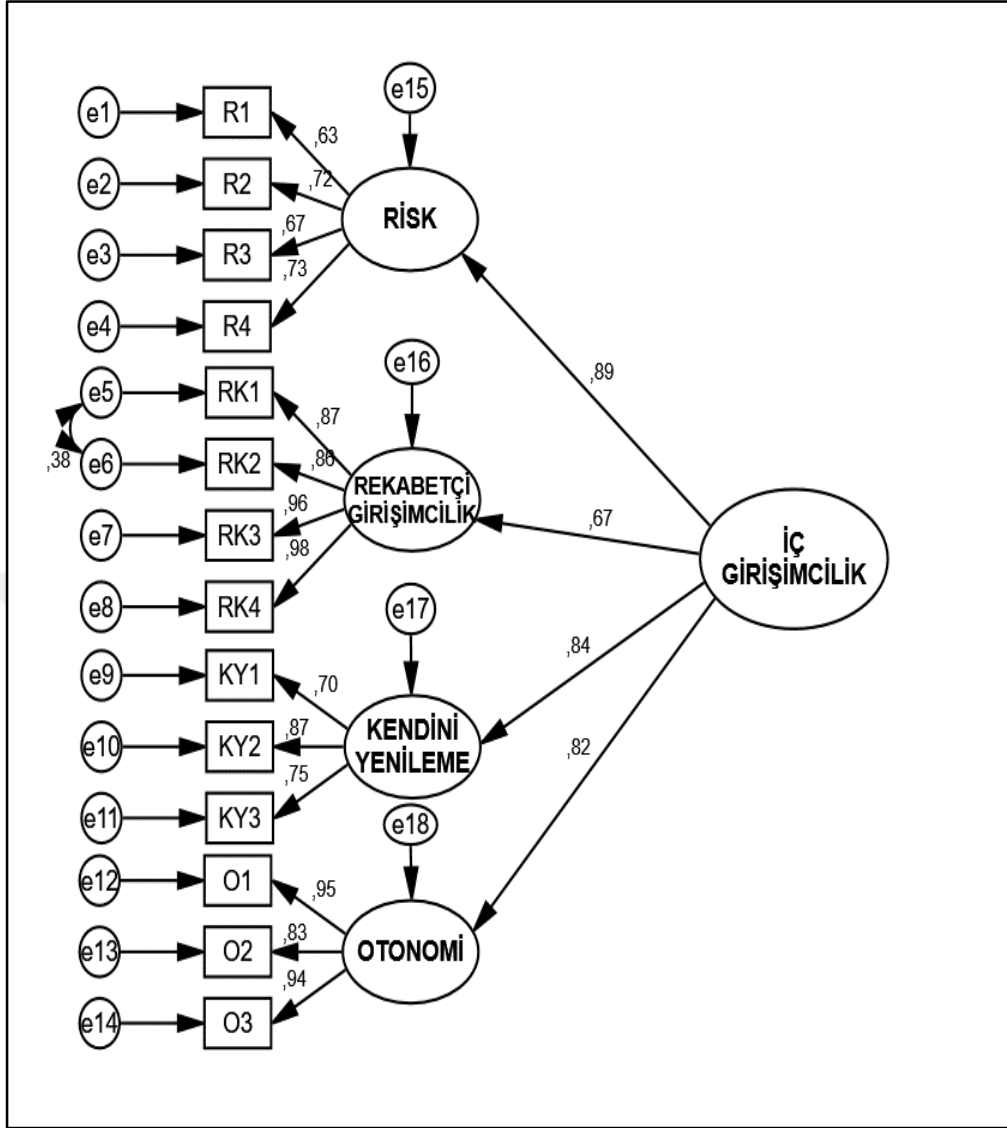
Tablo 4.4' de yer alan iç girişimcilik alt boyutlarına ait faktör yükleri incelendiğinde, ölçeğin yapı geçerliliği için yeterli olduğu belirlenmiştir. Ölçek yüksek düzeyde güvenilirliğe sahip olup, tüm maddeler için ölçeğin toplam varyansı açıklama yüzdesi 77,65; Cronbach alfa katsayısı 0,84 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 4.5'te iç girişimcilik uyum indekslerine ait değerlendirme kriterleri ve analiz sonucu elde edilen uyum iyiliği değerleri sunulmuştur.

Tablo 4.5: İç Girişimcilik Modeli Uyum İndeks Değerleri

Uyum Ölçüsü	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Model	Uyum
X²/sd	≤ 3	≤ 4-5	2,58(185/72)	İyi uyum
RMSA	≤ 0,05	0,06-0,08	0,06	Kabul edilebilir uyum
CFI	≥0,95	≥0,90	0,97	İyi uyum
GFI	≥0,90	>0.85-0,89	0,93	İyi uyum
AGFI	≥0,90	>0.89-0,85	0,91	İyi uyum

X²/sd, GFI, CFI, NFI ve AGIF değerlerinin iyi uyum düzeyinde, RMSA değerinin ise kabul edilebilir uyum düzeyinde olduğu görülmektedir. Buna göre iç girişimcilik ölçeği için kurgulanan ikincil düzey çok faktörlü yapının doğrulandığı söylenebilir. İkincil düzey çok faktörlü iç girişimcilik modeli Şekil 4.2'de sunulmuştur.



Şekil 4.2. İkincil Düzey Çok Faktörlü İç Girişimcilik Modeli

4.5.1.2. Örgütsel Faktörler Ölçeğine İlişkin Bulgular

Örgütsel faktörler liderlik beş, yapı altı, kültür dört, kaynak kullanımı üç ve toplamda 18 ifade ile ölçülmüştür. Ölçeklere ait açımlayıcı faktör analizi değerleri ve Cronbach alfa katsayıları Tablo 4.6’da gösterilmiştir.

Tablo 4.6: Örgütsel Faktörler Ölçeği Faktör ve Güvenilirlik Analiz Sonuçları

<i>İFADELER</i>	Faktör Yükleri	Faktör Yüzdeleri	Alt Boyutlara Ait Cronbach Alfa	Örgütsel Faktörler Cronbach Alfa
Liderlik				
L2	,779			
L1	,724			
L5	,674	20,78	0,86	
L3	,669			
L4	,665			
Yapı				
Y6	,804			
Y5	,778			
Y4	,680			
Y3	,628	19,90	0,92	
Y1	,602			
Y2	,582			0,83
Kültür				
K3	,880			
K1	,829	17,46	0,87	
K2	,795			
K4	,731			
Kaynak Kullanımı				
KK1	,813			
KK2	,733	12,61	0,75	
KK3	,615			
Toplam: 70,766				
KMO: ,928				
Bartlett testi: Ki-kare: 4978,858; Df: 153; p: ,000				

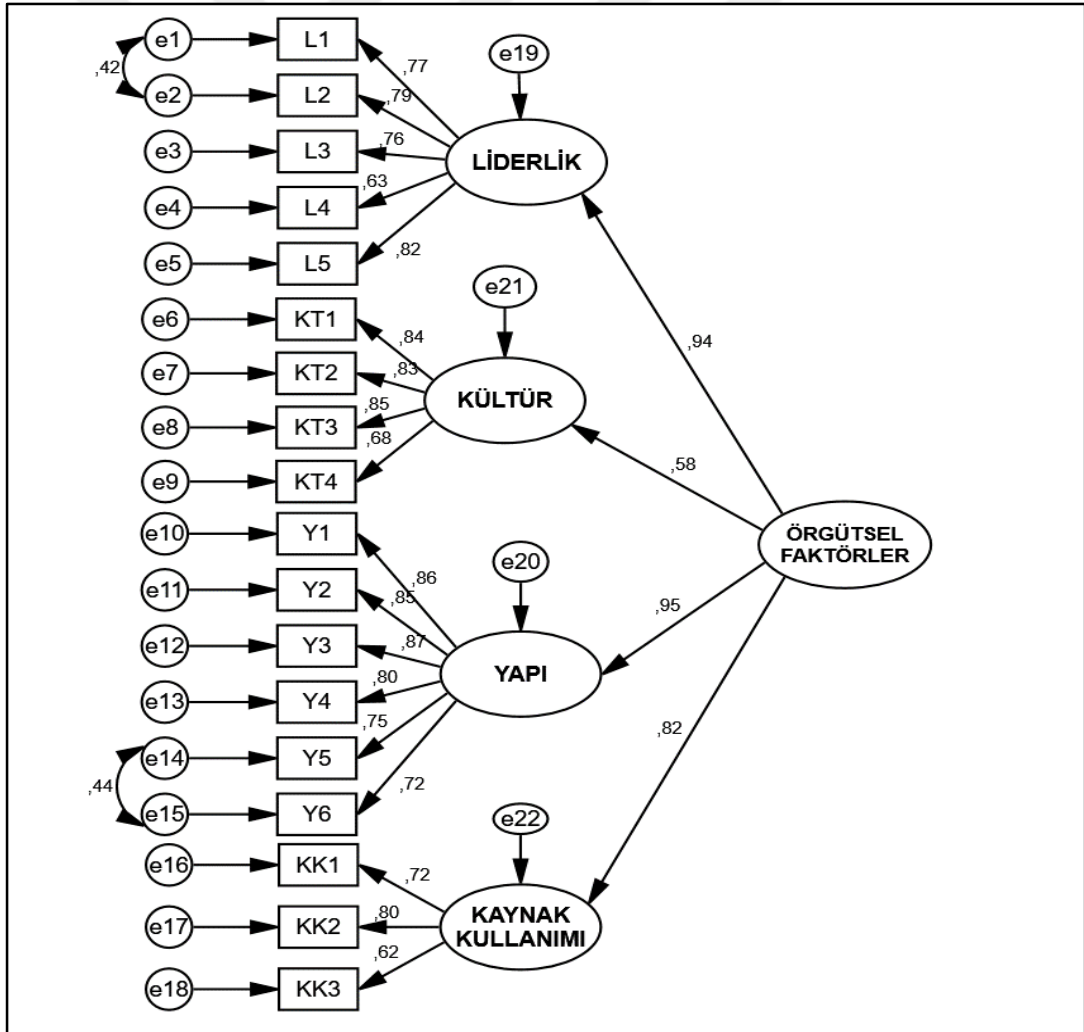
Tablo 4.6’ da yer alan liderlik, yapı, kültür ve kaynak kullanımı alt boyutlarına ait faktör yükleri incelendiğinde, bulunan değerlerin ölçeğin yapı geçerliliği için yeterli olduğu belirlenmiştir. Tüm maddeler için ölçeğin toplam varyansı açıklama yüzdesi 70,766; Cronbach alfa katsayısı 0,83 olarak hesaplanmıştır. Buna göre ölçek yüksek düzeyde güvenilirliğe sahiptir.

Tablo 4.7’de uyum indekslerine ait değerlendirme kriterleri ve analiz sonucu elde edilen uyum iyiliği değerleri verilmiştir. X²/sd ve GFI değerlerinin iyi uyum düzeyinde, CFI, AGIF ve RMSA değerinin ise kabul edilebilir uyum düzeyinde olduğu görülmektedir. Buna göre örgütsel faktörler ölçeği için kurgulanan ikincil düzey çok faktörlü yapının doğrulandığı söylenebilir.

Tablo 4.7: İkincil Düzey Çok Faktörlü Örgütsel Faktörler Modeli

Uyum Ölçüsü	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Model	Uyum
X ² /sd	≤ 3	≤ 4-5	2,82(364/129)	İyi uyum
RMSA	≤ 0,05	0,06-0,08	0,06	Kabul edilebilir uyum
CFI	≥ 0,95	≥ 0,90	0,95	İyi uyum
GFI	≥ 0,90	> 0,85-0,89	0,91	İyi uyum
AGFI	≥ 0,90	> 0,89-0,85	0,88	Kabul edilebilir uyum

Örgütsel faktörler ölçeği DFA için oluşturulan model Şekil 4.3'te sunulmuştur.



Şekil 4.3. İkincil Düzey Çok Faktörlü Örgütsel Faktör Modeli

4.5.1.3.Hizmet İnovasyon Performans Ölçeğine İlişkin Bulgular

Hizmet inovasyon performans ölçeği, çalışan inovasyon davranış alt boyutunda yer alan 6, yeni hizmet geliştirme alt boyutunda yer alan 8 ve toplamda 14 ifade ile ölçülmüştür. Ölçeklere ait açımlayıcı faktör analizi değerleri ve Cronbach alfa katsayıları Tablo 4.8’ de gösterilmiştir.

Tablo 4.8: Hizmet İnovasyon Performans Ölçeğine ait Faktör ve Güvenilirlik Analiz Sonuçları

<i>İFADELER</i>	Faktör Yükleri	Faktör Yüzdeleri	Alt Boyutlara Ait Cronbach Alfa	H.İ.P Cronbach Alfa
Hizmet İnovasyon Davranışı				
HD1	,803			
HD2	,783			
HD4	,731	34,882	0,82	
HD6	,675			
HD3	,594			
HD5	,587			
Yeni Hizmet Geliştirme				
YHU2	,778			
YHU1	,651			
YHU6	,646			
YHU7	,604	24,050	0,81	
YHU8	,600			
YHU5	,586			
YHU3	,586			
YHU4	,544			
Toplam: 58,932				
KMO: ,848				
Bartlett testi: Ki-Kare:2264,718; Df: 91; p: ,000				

Tablo 4.8’ de yer alan hizmet inovasyon davranışı ve yeni hizmet geliştirme alt boyutlarının faktör yükleri incelendiğinde, bulunan değerlerin ölçeğin yapı geçerliliği için yeterli olduğu belirlenmiştir. Tüm maddeler için ölçeğin toplam varyansı açıklama yüzdesi 58,93, Cronbach alfa katsayısı 0,73 olarak hesaplanmıştır. Buna göre ölçek oldukça güvenilirdir.

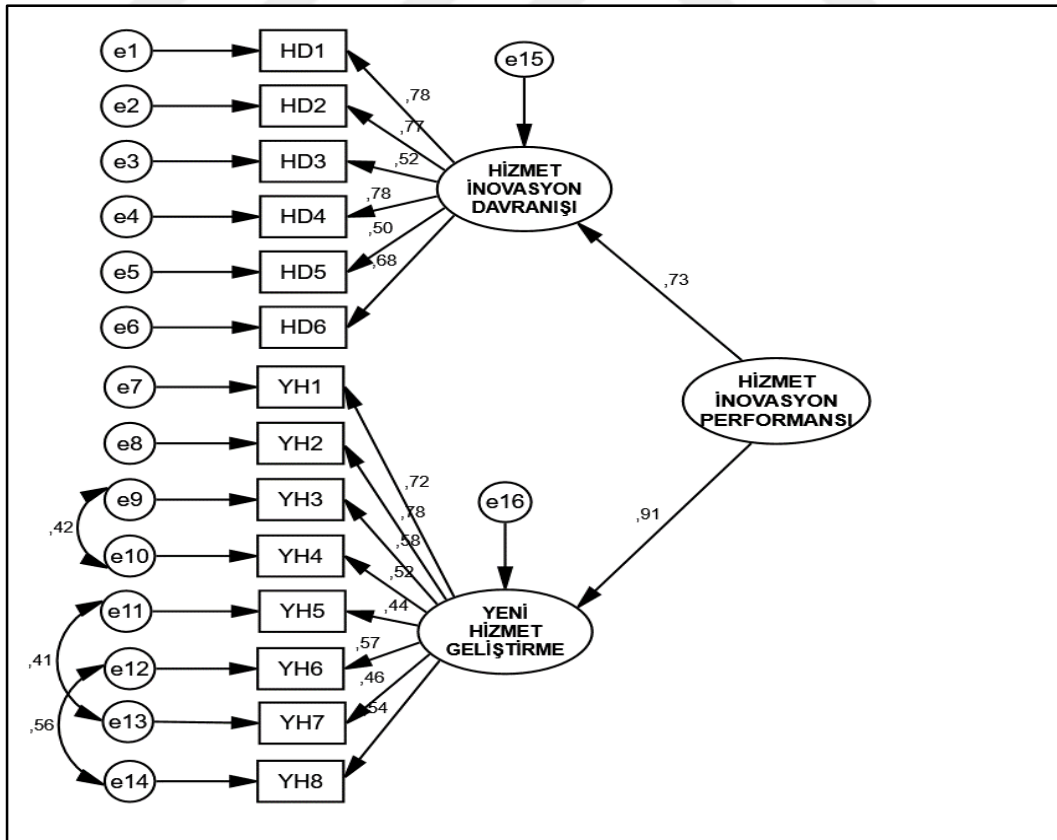
Tablo 4.9’da uyum indekslerine ait değerlendirme kriterleri ve analiz sonucu elde edilen uyum iyiliği değerleri verilmiştir. X^2/sd , CFI ve GIF değerlerinin iyi uyum düzeyinde, RMSA ve AGFI değerinin ise kabul edilebilir uyum düzeyinde olduğu

görülmektedir. Buna göre hizmet inovasyon performans ölçeği için kurgulanan ikincil düzey çok faktörlü yapının doğrulandığı söylenebilir.

Tablo 4.9: Hizmet İnovasyon Performansı Modeli Uyum İndeks Değerleri

Uyum Ölçüsü	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Model	Uyum
X ² /sd	≤ 3	≤ 4-5	3,28(239/73)	İyi uyum
RMSA	≤ 0,05	0,06-0,08	0,07	Kabul edilebilir uyum
CFI	≥ 0,95	≥ 0,90	0,93	İyi uyum
GFI	≥ 0,90	> 0,85-0,89	0,92	İyi uyum
AGFI	≥ 0,90	> 0,89-0,85	0,88	Kabul edilebilir uyum

Hizmet İnovasyon Performans Ölçeği DFA için oluşturulan model Şekil 4.4'te sunulmuştur.



Şekil 4.4. İkincil Düzey Çok Faktörlü Hizmet İnovasyon Performans Modeli

4.5.2. Tanımlayıcı Bulgular

Tanımlayıcı bulgular aşağıdaki başlıklar altında sunulmuştur:

- Mesleki ve demografik özellikler,
- İç girişimcilğe ilişkin değerlendirmeler,
- Örgütsel faktörlere ilişkin değerlendirmeler,
- Hizmet inovasyon performansına ilişkin değerlendirmeler.

4.5.2.1. Mesleki ve Demografik Özellikler

Mesleki ve demografik bilgiler; yaş, cinsiyet, eğitim durumu, meslek, görev yapılan birim ve hastanede çalışma süresi sorularından oluşmaktadır. Tablo 4.10'da araştırmaya katılanların mesleki ve demografik bilgileri yer almaktadır.

Tablo 4.10: Mesleki ve Demografik Özellikler

		Sayı	Yüzde	Ort. ^a ± SS ^b (Mak. ^c – Min. ^d)
Yaş (Yıl)	≤ 30	107	26,4	28,21 ± 5,42 (49 – 24)
	31 - 40	241	59,5	
	≥ 41	57	14,1	
Cinsiyet	Kadın	187	46,2	
	Erkek	218	53,8	
Eğitim	Sağlık Lisesi	44	10,9	
	Ön lisans	89	22,0	
	Lisans	142	35,1	
	Lisansüstü	130	32,0	
Meslek	Yardımcı Sağlık	230	56,8	
	Doktor	91	22,5	
	Diğerleri	84	20,7	
Görev Yapılan Birim	Dahili Servisler	132	32,6	
	Cerrahi Servisler	123	30,4	
	Yoğun Bakım	49	12,0	
	Ameliyathane	46	11,4	
	Acil Servis	55	13,6	
Kurumda Çalışma Süresi	≤ 3	61	15,1	5,57± 1,81 (9-3)
	4 - 7	215	53,0	
	≥ 8	129	31,9	

^aOrtalama, ^bStandart Sapma, ^cMaksimum, ^dMinimum

Tablo 4.10 incelendiğinde araştırmaya katılan çalışanların önemli bir kısmının (%59,5) 31-40 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Ankete katılan çalışanların yarısından fazlası (%53,8) erkektir. Eğitim durumlarına bakıldığında lisan mezunlarının ağırlıkta (%35,1) olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan çalışanların görev yapılan birime göre dağılımı incelendiğinde dahili servislerde çalışan sayısı (%32,6) ile cerrahi serviste çalışan sayısının (%30,4) birbirine yakın olduğu fakat dahili servis çalışanlarının daha fazla olduğu görülmektedir. Çalışanların kurumda çalışma süreleri 3 ile 9 yıl (Hastanenin kuruluş tarihi 2009) arasında değişmekte olup, ortalama 5,5 yıldır.

4.5.2.2. İç Girişimciliğe İlişkin Değerlendirmeler

Bu bölümde, sağlık çalışanlarının iç girişimcilik alt boyutlarına ve iç girişimcilik ölçeğine ait değerlendirmelerine yer verilmiştir. Elde edilen bulgular Tablo 4.11’de sunulmuştur.

Tablo 4.11: İç Girişimciliğe İlişkin Değerlendirmeler

Boyutlar / İfadeler	n	Ortalama	Standart Sapma
Risk alma	405	3,47	0,68
R1	405	3,38	0,88
R2	405	3,45	0,83
R3	405	3,56	0,81
R4	405	3,52	0,96
Rekabetçi Girişkenlik	405	3,31	0,87
RK1	405	3,33	0,88
RK2	405	3,29	0,90
RK3	405	3,32	0,95
RK4	405	3,30	0,96
Kendini Yenileme	405	3,27	0,68
KY1	405	3,11	0,76
KY2	405	3,28	0,82
KY3	405	3,45	0,84
Otonomi	405	3,48	0,85
O1	405	3,57	0,98
O2	405	3,46	0,80
O3	405	3,43	0,92
Genel	405	3,38	0,64

Sağlık çalışanlarının iç girişimcilik ile ilgili ifadelerden en çok katıldıkları ifade “otonomi” boyutunda yer alan “Kurumda, yeni ve yaratıcı fikirleri olan kişi, grup

veya birimlere uygulama fırsatı verilmektedir.” (3,57±0,98) ifadesidir. Sağlık çalışanlarının en az katıldıkları ifade ise “kendini yenileme” boyutunda yer alan “Kurumda her birim için farklı stratejik planlar geliştirilmiştir.” (3,11±0,76) ifadesidir. Ortalaması en yüksek boyut “otonomi” (3,48±0,85) boyutu iken ortalaması en düşük boyut “kendini yenileme” (3,27±0,68) boyutudur. Sağlık çalışanlarının iç girişimciliğe ilişkin değerlendirmelerinin genel ortalamasının ise 3,38±0,64 olduğu görülmektedir.

4.5.2.3. Örgütsel Faktörlere İlişkin Değerlendirmeler

Bu bölümde, sağlık çalışanlarının liderlik, yapı, kültür ve kaynak kullanımını alt boyutları ve örgütsel faktörlere ölçeğine ait değerlendirmelerine yer verilmiştir. Elde edilen bulgular Tablo 4.12’de sunulmuştur.

Tablo 4.12: Örgütsel Faktörlere İlişkin Değerlendirmeler

Boyutlar / İfadeler	n	Ortalama	Standart Sapma
Liderlik	405	3,67	0,84
L1	405	3,66	1,18
L2	405	3,88	1,06
L3	405	3,71	0,86
L4	405	3,60	1,19
L5	405	3,51	0,88
Yapı	405	3,57	0,58
Y1	405	3,72	0,67
Y2	405	3,70	0,64
Y3	405	3,59	0,71
Y4	405	3,50	0,72
Y5	405	3,48	0,66
Y6	405	3,43	0,67
Kültür	405	3,24	0,66
K1	405	3,36	0,78
K2	405	3,32	0,78
K3	405	3,18	0,74
K4	405	3,10	0,80
Kaynak Kullanımı	405	3,47	0,54
KK1	405	3,61	0,63
KK2	405	3,48	0,68
KK3	405	3,35	0,66
Genel	405	3,49	0,54

Sağlık çalışanlarının örgütsel faktörler ile ilgili ifadelerden en çok katıldıkları ifade “liderlik” boyutunda yer alan “Üst yönetim fikirlere ve önerilere açık olup, destekler.” (3,88±1,06) ifadesidir. Sağlık çalışanlarının en az katıldıkları ifade ise “kültür” boyutunda yer alan “Yeni ve yaratıcı fikirler geliştiren çalışanlar bu uygulanmamış olsa bile ödüllendirilir.” (3,10±0,80) ifadesidir. Ortalaması en yüksek

boyut ‐liderlik‐ (3,67±0,84) boyutu iken ortalaması en düşük boyut ‐kültür‐ (3,24±0,66) boyutudur. Sağlık çalışanlarının örgütsel faktörler ilişkin değerlendirmelerinin genel ortalamasının ise 3,49±0,54 olduğu görülmektedir.

4.5.2.4. Hizmet İnovasyon Performansına İlişkin Değerlendirmeler

Bu bölümde, sağlık çalışanlarının hizmet inovasyon davranışı ve yeni hizmet geliştirme alt boyutları ve hizmet inovasyon performansı ölçeğine ait değerlendirmelerine yer verilmiştir. Elde edilen bulgular Tablo 4.13’te sunulmuştur.

Tablo 4.13: Hizmet İnovasyon Performansına İlişkin Değerlendirmeler

Boyutlar / İfadeler	n	Ortalama	Standart Sapma
Hizmet İnovasyon Davranışı	405	3,65	,59
HD1	405	3,63	,77
HD2	405	3,74	,76
HD3	405	3,46	,83
HD4	405	3,82	,81
HD5	405	3,64	,90
HD6	405	3,62	,81
Yeni Hizmet Geliştirme	405	3,43	,48
YH1	405	3,55	,66
YH2	405	3,55	,64
YH3	405	3,40	,75
YH4	405	3,29	,73
YH5	405	3,41	,80
YH6	405	3,42	,74
YH7	405	3,35	,76
YH8	405	3,47	,77
Genel	405	3,54	,48

Sağlık çalışanlarının hizmet inovasyon performansı ile ilgili ifadelerden en çok katıldıkları ifade ‐hizmet inovasyon davranışı‐ alt boyutunda yer alan ‐Çalışırken yenilikçi düşünceler üretirim.‐ (3,82±0,813) ifadesidir. Sağlık çalışanlarının en az katıldıkları ifade ise ‐yeni hizmet geliştirme‐ boyutunda yer alan ‐Hastanedeki tüm bölümler yeni işler geliştirmek için iyi bir etkileşime sahiptir.‐ (3,29±0,73) ifadesidir. Ortalaması en yüksek boyut ‐hizmet inovasyon davranışı‐ (3,65±0,59) boyutu iken ortalaması en düşük boyut ‐yeni hizmet geliştirme‐ (3,43±0,48) boyutudur. Sağlık çalışanlarının hizmet inovasyon performansına ilişkin değerlendirmelerinin genel ortalamasının ise 3,54±0,48 olduğu görülmektedir.

4.5.3. Hipotez Testlerine İlişkin Bulgular

Hipotez testlerine ilişkin bulgular aşağıdaki başlıklar altında sunulmuştur:

- Değişkenlerin demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediğinin incelenmesi,
- İç girişimcilik ve örgütsel faktörlerin hizmet inovasyon davranışı, yeni hizmet geliştirme ve hizmet inovasyon performansları üzerindeki etkisini belirlemek üzere yapılan çoklu doğrusal regresyon analizi sonuçları,
- Örgütsel faktörler alt boyutlarının iç girişimciliğe etkisini belirlemek üzere yapılan çoklu doğrusal regresyon analizi sonuçları.

4.5.3.1. Değişkenlerin Demografik Özelliklerine Göre Farklılık Gösterip Göstermediğinin İncelenmesi

Bu bölümde, yaş, cinsiyet, eğitim durumu, kurumdaki çalışma süresi, çalıştığı birim ve meslek gruplarına göre iç girişimcilik, örgütsel faktörler ve hizmet inovasyon performansı düzeylerinde fark olup olmadığı incelenmiştir. Ayrıca, belirtilen değişkenlere göre sağlık çalışanlarının iç girişimcilik, örgütsel faktörler ve hizmet inovasyon performansı alt boyutlarına ilişkin puanlarda da fark olup olmadığı test edilmiştir.

Sağlık çalışanlarının iç girişimcilik, örgütsel faktörler ve hizmet inovasyon performansı ile alt boyutlara ilişkin puanlarının cinsiyete göre anlamlı fark gösterip göstermediğini test etmek için iki ortalama arasındaki farkın önemlilik testi (independent samples t-test) yapılmış ve sonuçlar Tablo 4.14'te gösterilmiştir.

Sağlık çalışanlarının iç girişimcilik, örgütsel faktörler ve hizmet inovasyon performans ölçeği ile alt boyutlarına ilişkin puanların cinsiyet gruplarına göre dağılımı incelendiğinde, tüm ölçekler ve alt boyutlarda erkek sağlık çalışanlarının puanlarının daha yüksek olduğu görülmektedir.

Cinsiyet grupları arasındaki bu fark, risk, rekabetçi girişkenlik, kendini yenileme, otonomi, liderlik, yapı, kültür, kaynak kullanımı, hizmet inovasyon

davranışı ve yeni hizmet geliştirme alt boyutları ve iç girişimcilik, örgütsel faktörler, hizmet inovasyon performansı ölçeklerinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($p<0,05$).

Tablo 4.14: İç Girişimcilik, Örgütsel Faktörler ve Hizmet İnovasyon Performansı ile Alt Boyutlara İlişkin Puanlarının Cinsiyete Göre Dağılımı ve Karşılaştırılması

Değişkenler	Cinsiyet	n	Ort. ^a	SS ^b	t	p																																																																																																																																	
İç Girişimcilik	Erkek	218	3,5112	0,61	4,246	0,000																																																																																																																																	
	Kadın	187	3,2458	0,64			Risk Alma	Erkek	218	3,6479	0,62	5,597	0,000	Kadın	187	3,2821	0,68	Rekabetçi Girişkenlik	Erkek	218	3,4312	0,85	3,025	0,003	Kadın	187	3,1698	0,87	Kendini Yenileme	Erkek	218	3,3735	0,67	3,051	0,002	Kadın	187	3,1666	0,69	Otonomi	Erkek	218	3,5899	0,78	2,684	0,008	Kadın	187	3,3636	0,90	Örgütsel Faktörler	Erkek	218	3,1484	0,53	4,472	0,000	Kadın	187	2,9556	0,52	Liderlik	Erkek	218	3,8055	0,81	3,392	0,001	Kadın	187	3,5208	0,86	Yapı	Erkek	218	3,6707	0,58	3,382	0,000	Kadın	187	3,4528	0,55	Kültür	Erkek	218	3,3361	0,68	4,258	0,000	Kadın	187	3,0092	0,61	Kaynak Kullanımı	Erkek	218	3,5600	0,52	3,281	0,001	Kadın	187	3,3853	0,54	Hizmet İnovasyon Performansı	Erkek	218	3,6541	0,46	5,190	0,000	Kadın	187	3,4109	0,48	Hizmet inovasyon Davranışı	Erkek	218	3,8110	0,56	6,009	0,000	Kadın	187	3,4672	0,58	Yeni Hizmet Geliştirme	Erkek	218	3,4960	0,46	2,957	0,003	Kadın
Risk Alma	Erkek	218	3,6479	0,62	5,597	0,000																																																																																																																																	
	Kadın	187	3,2821	0,68			Rekabetçi Girişkenlik	Erkek	218	3,4312	0,85	3,025	0,003	Kadın	187	3,1698	0,87	Kendini Yenileme	Erkek	218	3,3735	0,67	3,051	0,002	Kadın	187	3,1666	0,69	Otonomi	Erkek	218	3,5899	0,78	2,684	0,008	Kadın	187	3,3636	0,90	Örgütsel Faktörler	Erkek	218	3,1484	0,53	4,472	0,000	Kadın	187	2,9556	0,52	Liderlik	Erkek	218	3,8055	0,81	3,392	0,001	Kadın	187	3,5208	0,86	Yapı	Erkek	218	3,6707	0,58	3,382	0,000	Kadın	187	3,4528	0,55	Kültür	Erkek	218	3,3361	0,68	4,258	0,000	Kadın	187	3,0092	0,61	Kaynak Kullanımı	Erkek	218	3,5600	0,52	3,281	0,001	Kadın	187	3,3853	0,54	Hizmet İnovasyon Performansı	Erkek	218	3,6541	0,46	5,190	0,000	Kadın	187	3,4109	0,48	Hizmet inovasyon Davranışı	Erkek	218	3,8110	0,56	6,009	0,000	Kadın	187	3,4672	0,58	Yeni Hizmet Geliştirme	Erkek	218	3,4960	0,46	2,957	0,003	Kadın	187	3,3543	0,50								
Rekabetçi Girişkenlik	Erkek	218	3,4312	0,85	3,025	0,003																																																																																																																																	
	Kadın	187	3,1698	0,87			Kendini Yenileme	Erkek	218	3,3735	0,67	3,051	0,002	Kadın	187	3,1666	0,69	Otonomi	Erkek	218	3,5899	0,78	2,684	0,008	Kadın	187	3,3636	0,90	Örgütsel Faktörler	Erkek	218	3,1484	0,53	4,472	0,000	Kadın	187	2,9556	0,52	Liderlik	Erkek	218	3,8055	0,81	3,392	0,001	Kadın	187	3,5208	0,86	Yapı	Erkek	218	3,6707	0,58	3,382	0,000	Kadın	187	3,4528	0,55	Kültür	Erkek	218	3,3361	0,68	4,258	0,000	Kadın	187	3,0092	0,61	Kaynak Kullanımı	Erkek	218	3,5600	0,52	3,281	0,001	Kadın	187	3,3853	0,54	Hizmet İnovasyon Performansı	Erkek	218	3,6541	0,46	5,190	0,000	Kadın	187	3,4109	0,48	Hizmet inovasyon Davranışı	Erkek	218	3,8110	0,56	6,009	0,000	Kadın	187	3,4672	0,58	Yeni Hizmet Geliştirme	Erkek	218	3,4960	0,46	2,957	0,003	Kadın	187	3,3543	0,50																			
Kendini Yenileme	Erkek	218	3,3735	0,67	3,051	0,002																																																																																																																																	
	Kadın	187	3,1666	0,69			Otonomi	Erkek	218	3,5899	0,78	2,684	0,008	Kadın	187	3,3636	0,90	Örgütsel Faktörler	Erkek	218	3,1484	0,53	4,472	0,000	Kadın	187	2,9556	0,52	Liderlik	Erkek	218	3,8055	0,81	3,392	0,001	Kadın	187	3,5208	0,86	Yapı	Erkek	218	3,6707	0,58	3,382	0,000	Kadın	187	3,4528	0,55	Kültür	Erkek	218	3,3361	0,68	4,258	0,000	Kadın	187	3,0092	0,61	Kaynak Kullanımı	Erkek	218	3,5600	0,52	3,281	0,001	Kadın	187	3,3853	0,54	Hizmet İnovasyon Performansı	Erkek	218	3,6541	0,46	5,190	0,000	Kadın	187	3,4109	0,48	Hizmet inovasyon Davranışı	Erkek	218	3,8110	0,56	6,009	0,000	Kadın	187	3,4672	0,58	Yeni Hizmet Geliştirme	Erkek	218	3,4960	0,46	2,957	0,003	Kadın	187	3,3543	0,50																														
Otonomi	Erkek	218	3,5899	0,78	2,684	0,008																																																																																																																																	
	Kadın	187	3,3636	0,90			Örgütsel Faktörler	Erkek	218	3,1484	0,53	4,472	0,000	Kadın	187	2,9556	0,52	Liderlik	Erkek	218	3,8055	0,81	3,392	0,001	Kadın	187	3,5208	0,86	Yapı	Erkek	218	3,6707	0,58	3,382	0,000	Kadın	187	3,4528	0,55	Kültür	Erkek	218	3,3361	0,68	4,258	0,000	Kadın	187	3,0092	0,61	Kaynak Kullanımı	Erkek	218	3,5600	0,52	3,281	0,001	Kadın	187	3,3853	0,54	Hizmet İnovasyon Performansı	Erkek	218	3,6541	0,46	5,190	0,000	Kadın	187	3,4109	0,48	Hizmet inovasyon Davranışı	Erkek	218	3,8110	0,56	6,009	0,000	Kadın	187	3,4672	0,58	Yeni Hizmet Geliştirme	Erkek	218	3,4960	0,46	2,957	0,003	Kadın	187	3,3543	0,50																																									
Örgütsel Faktörler	Erkek	218	3,1484	0,53	4,472	0,000																																																																																																																																	
	Kadın	187	2,9556	0,52			Liderlik	Erkek	218	3,8055	0,81	3,392	0,001	Kadın	187	3,5208	0,86	Yapı	Erkek	218	3,6707	0,58	3,382	0,000	Kadın	187	3,4528	0,55	Kültür	Erkek	218	3,3361	0,68	4,258	0,000	Kadın	187	3,0092	0,61	Kaynak Kullanımı	Erkek	218	3,5600	0,52	3,281	0,001	Kadın	187	3,3853	0,54	Hizmet İnovasyon Performansı	Erkek	218	3,6541	0,46	5,190	0,000	Kadın	187	3,4109	0,48	Hizmet inovasyon Davranışı	Erkek	218	3,8110	0,56	6,009	0,000	Kadın	187	3,4672	0,58	Yeni Hizmet Geliştirme	Erkek	218	3,4960	0,46	2,957	0,003	Kadın	187	3,3543	0,50																																																				
Liderlik	Erkek	218	3,8055	0,81	3,392	0,001																																																																																																																																	
	Kadın	187	3,5208	0,86			Yapı	Erkek	218	3,6707	0,58	3,382	0,000	Kadın	187	3,4528	0,55	Kültür	Erkek	218	3,3361	0,68	4,258	0,000	Kadın	187	3,0092	0,61	Kaynak Kullanımı	Erkek	218	3,5600	0,52	3,281	0,001	Kadın	187	3,3853	0,54	Hizmet İnovasyon Performansı	Erkek	218	3,6541	0,46	5,190	0,000	Kadın	187	3,4109	0,48	Hizmet inovasyon Davranışı	Erkek	218	3,8110	0,56	6,009	0,000	Kadın	187	3,4672	0,58	Yeni Hizmet Geliştirme	Erkek	218	3,4960	0,46	2,957	0,003	Kadın	187	3,3543	0,50																																																															
Yapı	Erkek	218	3,6707	0,58	3,382	0,000																																																																																																																																	
	Kadın	187	3,4528	0,55			Kültür	Erkek	218	3,3361	0,68	4,258	0,000	Kadın	187	3,0092	0,61	Kaynak Kullanımı	Erkek	218	3,5600	0,52	3,281	0,001	Kadın	187	3,3853	0,54	Hizmet İnovasyon Performansı	Erkek	218	3,6541	0,46	5,190	0,000	Kadın	187	3,4109	0,48	Hizmet inovasyon Davranışı	Erkek	218	3,8110	0,56	6,009	0,000	Kadın	187	3,4672	0,58	Yeni Hizmet Geliştirme	Erkek	218	3,4960	0,46	2,957	0,003	Kadın	187	3,3543	0,50																																																																										
Kültür	Erkek	218	3,3361	0,68	4,258	0,000																																																																																																																																	
	Kadın	187	3,0092	0,61			Kaynak Kullanımı	Erkek	218	3,5600	0,52	3,281	0,001	Kadın	187	3,3853	0,54	Hizmet İnovasyon Performansı	Erkek	218	3,6541	0,46	5,190	0,000	Kadın	187	3,4109	0,48	Hizmet inovasyon Davranışı	Erkek	218	3,8110	0,56	6,009	0,000	Kadın	187	3,4672	0,58	Yeni Hizmet Geliştirme	Erkek	218	3,4960	0,46	2,957	0,003	Kadın	187	3,3543	0,50																																																																																					
Kaynak Kullanımı	Erkek	218	3,5600	0,52	3,281	0,001																																																																																																																																	
	Kadın	187	3,3853	0,54			Hizmet İnovasyon Performansı	Erkek	218	3,6541	0,46	5,190	0,000	Kadın	187	3,4109	0,48	Hizmet inovasyon Davranışı	Erkek	218	3,8110	0,56	6,009	0,000	Kadın	187	3,4672	0,58	Yeni Hizmet Geliştirme	Erkek	218	3,4960	0,46	2,957	0,003	Kadın	187	3,3543	0,50																																																																																																
Hizmet İnovasyon Performansı	Erkek	218	3,6541	0,46	5,190	0,000																																																																																																																																	
	Kadın	187	3,4109	0,48			Hizmet inovasyon Davranışı	Erkek	218	3,8110	0,56	6,009	0,000	Kadın	187	3,4672	0,58	Yeni Hizmet Geliştirme	Erkek	218	3,4960	0,46	2,957	0,003	Kadın	187	3,3543	0,50																																																																																																											
Hizmet inovasyon Davranışı	Erkek	218	3,8110	0,56	6,009	0,000																																																																																																																																	
	Kadın	187	3,4672	0,58			Yeni Hizmet Geliştirme	Erkek	218	3,4960	0,46	2,957	0,003	Kadın	187	3,3543	0,50																																																																																																																						
Yeni Hizmet Geliştirme	Erkek	218	3,4960	0,46	2,957	0,003																																																																																																																																	
	Kadın	187	3,3543	0,50																																																																																																																																			

^aOrtalama, ^bStandart Sapma

Sağlık çalışanlarının iç girişimcilik, örgütsel faktörler ve hizmet inovasyon performansı ile alt boyutlara ilişkin puanlarının sağlık çalışanlarının yaş gruplarına göre dağılımı ve karşılaştırılması Tablo 4.15'te verilmiştir.

Tablo 4.15: İç Girişimcilik, Örgütsel Faktörler ve Hizmet İnovasyon Performansı ile Alt Boyutlara İlişkin Puanlarının Yaş Gruplarına Göre Dağılımı ve Karşılaştırılması

Değişkenler	Yaş (Yıl)	n	Ort. ^a	SS ^b	F	p	AF ^c
İç Girişimcilik	A. ≤ 30	107	3,17	0,59	9,911	0,000	A-B
	B. 31-40	241	3,49	0,64			
	C. ≥ 41	57	3,34	0,60			
Risk Alma	A. ≤ 30	107	3,25	0,60	8,261	0,001	A-B
	B. 31-40	241	3,57	0,69			
	C. ≥ 41	57	3,50	0,67			
Rekabetçi Girişkenlik	A. ≤ 30	107	3,09	0,82	7,142	0,000	A-B
	B. 31-40	241	3,44	0,88			
	C. ≥ 41	57	3,16	0,86			
Kendini Yenileme	A. ≤ 30	107	3,07	0,65	7,771	0,006	A-B
	B. 31-40	241	3,37	0,69			
	C. ≥ 41	57	3,23	0,6			
Otonomi	A. ≤ 30	107	3,27	0,84	5,165	0,000	A-B
	B. 31-40	241	3,58	0,87			
	C. ≥ 41	57	3,46	0,85			
Örgütsel Faktörler	A. ≤ 30	107	3,31	0,50	7,981	0,000	A-B
	B. 31-40	241	3,56	0,54			
	C. ≥ 41	57	3,52	0,56			
Liderlik	A. ≤ 30	107	3,39	0,82	8,181	0,000	A-B
	B. 31-40	241	3,77	0,83			
	C. ≥ 41	57	3,70	0,85			
Yapı	A. ≤ 30	107	3,42	0,56	4,902	0,008	A-B
	B. 31-40	241	3,62	0,57			
	C. ≥ 41	57	3,50	0,59			
Kültür	A. ≤ 30	107	3,07	0,55	5,906	0,003	A-B
	B. 31-40	241	3,31	0,69			
	C. ≥ 41	57	3,25	0,66			
Kaynak Kullanımı	A. ≤ 30	107	3,37	0,51	4,127	0,017	A-B
	B. 31-40	241	3,54	0,53			
	C. ≥ 41	57	3,47	0,55			
Hizmet İnovasyon Performansı	A. ≤ 30	107	3,40	0,41	7,155	0,001	A-B
	B. 31-40	241	3,59	0,50			
	C. ≥ 41	57	3,56	0,48			
Hizmet inovasyon Davranışı	A. ≤ 30	107	3,43	0,72	12,111	0,000	A-B
	B. 31-40	241	3,74	0,58			
	C. ≥ 41	57	3,65	0,62			
Yeni Hizmet Geliştirme	A. ≤ 30	107	3,37	0,43	1,259	0,285	
	B. 31-40	241	3,44	0,49			
	C. ≥ 41	57	3,48	0,66			

^aOrtalama, ^bStandart Sapma, ^cAnlamlı Fark

Yapılan tek yönlü varyans analizi (ANOVA) sonuçlarına göre sağlık çalışanlarının iç girişimcilik, örgütsel faktörler ve hizmet inovasyon performans ölçeği ile alt boyutlara ilişkin puanların yaş gruplarına göre dağılımı incelendiğinde, yeni

hizmet geliştirme alt boyutu dışında kalan alt boyutlar ve tüm ölçeklerde 31-40 yaş grubunda bulunan sağlık çalışanlarının puanlarının diğer yaş gruplarına göre daha yüksek olduğu görülmektedir.

Yaş grupları arasındaki bu fark risk alma, kendini yenileme, rekabetçi girişkenlik, otonomi, liderlik, yapı, kültür, kaynak kullanımı, hizmet inovasyon davranışı alt boyutları ile iç girişimcilik, örgütsel faktörler, hizmet inovasyon performansı ölçeklerinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($p<0,05$). Yeni hizmet geliştirme alt boyutunda ise istatistiksel olarak anlamsız bulunmuştur ($p>0,05$). Farkın hangi gruplardan kaynaklandığını test etmek için yapılan Tukey ve Tamhane'nin T2 testinde anlamlı fark bulunan tüm alt boyutlar ve ölçeklerde iki yaş grubu arasında (30 yaş altı ile 31-40 yaş) istatistiksel olarak anlamlı fark gösterdiği görülmüştür ($p<0,05$).

Sağlık çalışanlarının iç girişimcilik, örgütsel faktörler ve hizmet inovasyon performansı ile alt boyutlara ilişkin puanlarının sağlık çalışanlarının hastanede çalışma sürelerine göre anlamlı fark gösterip göstermediğini test etmek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Sağlık çalışanlarının, çalışma sürelerine göre dağılımı 3 grupta incelenmiştir. Analiz sonuçları Tablo 4.16' da sunulmuştur.

Tablo 4.16 incelendiğinde, iç girişimcilik, örgütsel faktörler ve hizmet inovasyon performans ölçekleri ile alt boyutlarına ilişkin puanlarında çalışma süresi 4 ile 7 yıl arasında olan sağlık çalışanlarının puanlarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Çalışma süresi ile iç girişimcilik, hizmet inovasyon performansı, rekabetçi girişkenlik ve kendini yenileme arasında istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($p<0,05$), diğer ölçek ve alt boyutlarda istatistiksel olarak anlamlı fark göstermediği görülmektedir ($p>0,05$). Farkın hangi gruplardan kaynaklandığını test etmek için yapılan Tukey ve Tamhane'nin T2 testinde, iç girişimcilik ve hizmet inovasyon performansı ölçeklerinde 4-6 yıl arasında çalışanlar ile 7-9 yıl arasında çalışanlar arasında anlamlı bir fark olduğu görülmektedir ($p<0,05$).

Tablo 4.16: İç Girişimcilik, Örgütsel Faktörler ve Hizmet İnovasyon Performansı ile Alt Boyutlara İlişkin Puanlarının Çalışma Sürelerine Göre Dağılımı ve Karşılaştırılması

Değişkenler	Çalışma Süresi (Yıl)	n	Ort. ^a	SS ^b	F	p	AF ^c
İç Girişimcilik	A. 1-3	61	3,36	0,60	4,286	0,14	B-C
	B. 4-6	215	3,46	0,63			
	C. 7-9	129	3,26	0,65			
Risk Alma	A. 1-3	61	3,38	0,65	2,708	0,068	
	B. 4-6	215	3,55	0,68			
	C. 7-9	129	3,40	0,68			
Rekabetçi Girişkenlik	A. 1-3	61	3,34	0,80	5,525	0,004	B-C
	B. 4-6	215	3,42	0,86			
	C. 7-9	129	3,10	0,90			
Kendini Yenileme	A. 1-3	61	3,36	0,64	3,623	0,028	B-C
	B. 4-6	215	3,33	0,68			
	C. 7-9	129	3,14	0,70			
Otonomi	A. 1-3	61	3,37	0,84	2,212	0,111	
	B. 4-6	215	3,56	0,84			
	C. 7-9	129	3,39	0,86			
Örgütsel Faktörler	A. 1-3	61	3,40	0,54	1,072	0,343	
	B. 4-6	215	3,52	0,53			
	C. 7-9	129	3,48	0,56			
Liderlik	A. 1-3	61	3,58	0,84	,561	0,571	
	B. 4-6	215	3,70	0,83			
	C. 7-9	129	3,65	0,87			
Yapı	A. 1-3	61	3,55	0,46	,181	0,889	
	B. 4-6	215	3,58	0,56			
	C. 7-9	129	3,55	0,61			
Kültür	A. 1-3	61	3,08	0,59	2,039	0,132	
	B. 4-6	215	3,27	0,68			
	C. 7-9	129	3,25	0,64			
Kaynak Kullanımı	A. 1-3	61	3,41	0,52	,995	0,371	
	B. 4-6	215	3,51	0,32			
	C. 7-9	129	3,45	0,56			
Hizmet İnovasyon Performansı	A. 1-3	61	3,49	0,42	3,779	0,024	B-C
	B. 4-6	215	3,60	0,47			
	C. 7-9	129	3,46	0,51			
Hizmet inovasyon Davranışı	A. 1-3	61	3,58	0,57	4,936	0,008	B-C
	B. 4-6	215	3,73	0,59			
	C. 7-9	129	3,53	0,60			
Yeni Hizmet Geliştirme	A. 1-3	61	3,39	0,40	1,304	0,273	
	B. 4-6	215	3,46	0,46			
	C. 7-9	129	3,38	0,48			

^aOrtalama, ^bStandart Sapma, ^cAnlamlı Fark

Sağlık çalışanlarının iç girişimcilik, örgütsel faktörler ve hizmet inovasyon performansı ile alt boyutlara ilişkin puanlarının sağlık çalışanlarının eğitim durumuna göre anlamlı fark gösterip göstermediğini test etmek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Sağlık çalışanlarının eğitim durumları sağlık meslek lisesi, ön lisans, lisans ve lisansüstü mezunları olmak üzere 4 grupta incelenmiştir. Analiz sonuçları Tablo 4.17’ de sunulmuştur.

Sağlık çalışanlarının iç girişimcilik, örgütsel faktörler ve hizmet inovasyon performans ölçekleri ile alt boyutlara ilişkin puanların eğitim durumuna göre dağılımı incelendiğinde, lisansüstü eğitim görmüş sağlık çalışanlarının puanlarının diğer eğitim seviyelerine göre daha yüksek olduğu görülmektedir. Eğitim seviyesi yüksek olan sağlık çalışanlarının, eğitim seviyesi daha düşük olanlara göre tüm ölçek ve alt boyutları puanlarının daha yüksek olduğu görülmektedir.

Eğitim durumu arasındaki bu fark risk alma, kendini yenileme, rekabetçi girişkenlik, otonomi, liderlik, yapı, kültür, kaynak kullanımı, hizmet inovasyon davranışı ve yeni hizmet geliştirme alt boyutları ile iç girişimcilik, örgütsel faktörler, hizmet inovasyon performansı ölçeklerinde istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($p<0,05$).

Farkın hangi gruplar arasında olduğunu belirlemek için yapılan analizlere göre risk alma, rekabetçi girişkenlik, yeni hizmet geliştirme alt boyutlarında ve hizmet inovasyon performansı ölçeğindeki farkın sağlık meslek lisesi mezunları ile lisans mezunları, sağlık meslek lisesi mezunları ile lisansüstü mezunları, ön lisans mezunları ile lisans mezunları, ön lisans mezunları ile lisansüstü mezunlar arasındaki farktan kaynaklandığı görülmüştür ($p<0,05$).

Tablo 4.17: İç Girişimcilik, Örgütsel Faktörler ve Hizmet İnovasyon Performansı ile Alt Boyutlara İlişkin Puanlarının Eğitim Durumuna Göre Dağılımı ve Karşılaştırılması

Değişkenler	Eğitim	n	Ort. ^a	SS ^b	F	p	AF ^c
İç Girişimcilik	A. SML	44	2,67	0,50	65,700	0,000	A-B,A-C, A-D,B-C, B-D,C-D
	B. Ön lisans	89	3,02	0,49			
	C. Lisans	142	3,48	0,54			
	D. Lisansüstü	130	3,77	0,53			
Risk alma	A. SML	44	2,85	0,57	48,779	0,000	A-C,A-D, B-C,B-D
	B. Ön lisans	89	3,05	0,49			
	C. Lisans	142	3,63	0,56			
	D. Lisansüstü	130	3,80	0,66			
Rekabetçi Girişkenlik	A. SML	44	2,60	0,86	30,909	0,000	A-C,A-D, B-C,B-D
	B. Ön lisans	89	2,93	0,75			
	C. Lisans	142	3,37	0,83			
	D.Lisansüstü	130	3,73	0,74			
Kendini Yenileme	A. SML	44	2,52	0,59	50,946	0,000	A-B,A-C, A-D,B-C, B-D,C-D
	B. Ön lisans	89	3,01	0,62			
	C. Lisans	142	3,34	0,63			
	D.Lisansüstü	130	3,64	0,51			
Otonomi	A. SML	44	2,71	0,82	36,724	0,000	A-B,A-C, A-D,B-C, B-D,C-D
	B. Ön lisans	89	3,11	0,81			
	C. Lisans	142	3,57	0,74			
	D. Lisansüstü	130	3,91	0,71			
Örgütsel Faktörler	A. SML	44	2,84	0,44	56,558	0,000	A-B,A-C, A-D,B-C, B-D,C-D
	B. Ön lisans	89	3,22	0,45			
	C. Lisans	142	3,61	0,46			
	D.Lisansüstü	130	3,75	0,46			
Liderlik	A. SML	44	2,73	0,68	53,619	0,000	A-B,A-C, A-D,B-C, B-D,C-D
	B. Ön lisans	89	3,22	0,77			
	C. Lisans	142	3,91	0,73			
	D. Lisansüstü	130	4,03	0,68			
Yapı	A. SML	44	2,98	0,55	37,028	0,000	A-B,A-C, A-D,B-C, B-D,C-D
	B. Ön lisans	89	3,30	0,45			
	C. Lisans	142	3,68	0,53			
	D.Lisansüstü	130	3,81	0,44			
Kültür	A. SML	44	2,67	0,44	31,617	0,000	A-B,A-C, A-D,B-C, B-D,
	B. Ön lisans	89	3,03	0,53			
	C. Lisans	142	3,30	0,58			
	D.Lisansüstü	130	3,50	0,72			
Kaynak Kullanımı	A. SML	44	3,00	0,63	20,840	0,000	A-B,A-C, A-D,B-C, B-D,C-D
	B. Ön lisans	89	3,31	0,50			
	C. Lisans	142	3,54	0,50			
	D.Lisansüstü	130	3,68	0,42			
Hizmet İnovasyon Performansı	A. SML	44	3,06	0,41	63,213	0,000	A-C,A-D, B-C,B-D
	B. Ön lisans	89	3,23	0,38			
	C. Lisans	142	3,61	0,39			
	D. Lisansüstü	130	3,83	0,40			
Hizmet inovasyon Davranışı	A. SML	44	2,97	0,52	77,300	0,000	A-B,A-C, A-D,B-C, B-D,C-D
	B. Ön lisans	89	3,28	0,40			
	C. Lisans	142	3,73	0,48			
	D. Lisansüstü	130	4,04	0,50			
Yeni Hizmet Geliştirme	A. SML	44	3,14	0,41	24,231	0,000	A-C,A-D, B-C,B-D
	B. Ön lisans	89	3,17	0,49			
	C. Lisans	142	3,49	0,45			
	D. Lisansüstü	130	3,62	0,42			

^aOrtalama, ^bStandart Sapma, ^cAnlamlı Fark

Sağlık çalışanlarının iç girişimcilik, örgütsel faktörler ve hizmet inovasyon performansı ile alt boyutlara ilişkin puanlarının, sağlık çalışanlarının meslek gruplarına göre anlamlı fark gösterip göstermediğini test etmek için yapılan tek yönlü varyans analiz (ANOVA) sonuçları Tablo 4.18’de sunulmuştur.

Tablo 4.18: İç Girişimcilik, Örgütsel Faktörler ve Hizmet İnovasyon Performansı ile Alt Boyutlara İlişkin Puanların Meslek Gruplarına Göre Dağılımı ve Karşılaştırılması

Değişkenler	Meslek	n	Ort. ^a	SS ^b	F	p	AF ^c
İç Girişimcilik	Yard.Sağ.	230	3,32	0,59	47,756	0,000	A-B,A-C B-C
	Doktor	91	3,84	0,50			
	Diğer S.	84	3,05	0,62			
Risk alma	Yard.Sağ.	230	3,45	0,62	30,933	0,000	A-B,A-C B-C
	Doktor	91	3,87	0,59			
	Diğer S.	84	3,11	0,70			
Rekabetçi Girişkenlik	Yard.Sağ.	230	3,27	0,88	25,159	0,000	A-B,A-C B-C
	Doktor	91	3,74	0,70			
	Diğer S.	84	2,94	0,84			
Kendini Yenileme	Yard.Sağ.	230	3,17	0,68	38,881	0,000	A-B,A-C B-C
	Doktor	91	3,72	0,50			
	Diğer S.	84	3,08	0,67			
Otonomi	Yard.Sağ.	230	3,41	0,80	37,173	0,000	A-B,A-C B-C
	Doktor	91	4,02	0,69			
	Diğer S.	84	3,09	0,88			
Örgütsel Faktörler	Yard.Sağ.	230	3,46	0,52	46,394	0,000	A-B,A-C B-C
	Doktor	91	3,83	0,39			
	Diğer S.	84	3,17	0,54			
Liderlik	Yard.Sağ.	230	3,64	0,82	28,741	0,000	A-B,A-C B-C
	Doktor	91	4,11	0,59			
	Diğer S.	84	3,29	0,94			
Yapı	Yard.Sağ.	230	3,55	0,56	32,956	0,000	A-B,A-C B-C
	Doktor	91	3,87	0,39			
	Diğer S.	84	3,27	0,62			
Kültür	Yard.Sağ.	230	3,20	0,60	24,320	0,000	A-B,A-C B-C
	Doktor	91	3,61	0,69			
	Diğer S.	84	2,92	0,60			
Kaynak Kullanımı	Yard.Sağ.	230	3,46	0,52	29,893	0,00	A-B,A-C B-C
	Doktor	91	3,75	0,38			
	Diğer S.	84	3,21	0,58			
Hizmet İnovasyon Performansı	Yard.Sağ.	230	3,49	0,43	70,510	0,000	A A- B,A-C B-C
	Doktor	91	3,51	0,31			
	Diğer S.	84	3,26	0,51			
Hizmet inovasyon Davranışı	Yard.Sağ.	230	3,57	0,55	32,758	0,000	A-B,A-C B-C
	Doktor	91	4,13	0,40			
	Diğer S.	84	3,35	0,59			
Yeni Hizmet Geliştirme	Yard.Sağ.	230	3,41	0,44	39,069	0,000	A-B,A-C B-C
	Doktor	91	3,69	0,34			
	Diğer S.	84	3,16	0,56			

^aOrtalama, ^bStandart Sapma, ^cAnlamlı Fark

Tablo 4.19 incelendiğinde, iç girişimcilik, örgütsel faktörler ve hizmet inovasyon performans ölçekleri ile alt boyutlarına ilişkin puanlarda doktorların ortalama puanlarının daha yüksek olduğu görülmektedir. Yardımcı sağlık çalışanlarının ortalamalarının da diğer sağlık çalışanlarının ortalamalarından daha yüksek olduğu görülmüştür. Meslek ile iç girişimcilik, örgütsel faktörler ve hizmet inovasyon performans ölçekleri ile alt boyutları arasındaki ilişki istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur ($p<0,05$), Farkın hangi gruplardan kaynaklandığını test etmek için yapılan Tukey ve Tamhane'nin T2 testinde, tüm meslek grupları arasında anlamlı fark olduğu görülmektedir ($p<0,05$).

Sağlık çalışanlarının iç girişimcilik, örgütsel faktörler ve hizmet inovasyon performansı ile alt boyutlara ilişkin puanlarının sağlık çalışanlarının çalıştıkları birimlere göre anlamlı fark gösterip göstermediğini test etmek için tek yönlü varyans analizi (ANOVA) yapılmıştır. Sağlık çalışanları eğitim durumlarına göre sağlık meslek lisesi, ön lisans, lisans ve lisansüstü mezunları olmak üzere 4 grupta incelenmiş. Sonuçlar Tablo 4.19' da verilmiştir.

Tablo 4.19 incelendiğinde, iç girişimcilik, örgütsel faktörler ve hizmet inovasyon performans ölçekleri ile alt boyutlarına ilişkin puanların çalıştıkları birime göre dağılımı incelendiğinde tüm alt boyutlarda ve tüm ölçeklerde istatistiksel olarak anlamlı fark göstermediği görülmektedir ($p>0,05$).

Tablo 4.19: İç Girişimcilik, Örgütsel Faktörler ve Hizmet İnovasyon Performansı ile Alt Boyutlara İlişkin Puanların Birimlere Göre Dağılımı ve Karşılaştırılması

Değişkenler	Çalışılan Birim	n	Ort. ^a	SS ^b	F	p	AF ^c
İç Girişimcilik	A.Dahiliye	132	3,30	0,60	1,873	0,118	
	B.Cerrahi	123	3,39	0,61			
	C.Yoğunbakım	49	3,54	0,69			
	D.Ameliyathane	46	3,30	0,81			
	E.Acil	55	3,49	0,55			
Risk alma	A.Dahiliye	132	3,39	0,66	1,802	0,128	
	B.Cerrahi	120	3,54	0,62			
	C.Yoğunbakım	47	3,65	0,81			
	D.Ameliyathane	46	2,41	0,76			
	E.Acil	51	3,43	0,60			
Rekabetçi Girişkenlik	A.Dahiliye	132	3,22	0,87	1,110	0,351	
	B.Cerrahi	120	3,32	0,89			
	C.Yoğunbakım	47	3,41	0,97			
	D.Ameliyathane	46	3,20	0,83			
	E.Acil	51	3,47	0,75			
Kendini Yenileme	A.Dahiliye	132	3,20	0,68	2,400	0,050	
	B.Cerrahi	120	3,23	0,69			
	C.Yoğunbakım	47	3,49	0,58			
	D.Ameliyathane	46	3,20	0,80			
	E.Acil	51	3,41	0,62			
Otonomi	A.Dahiliye	132	3,40	0,82	1,415	0,228	
	B.Cerrahi	120	3,47	0,83			
	C.Yoğunbakım	47	3,61	0,83			
	D.Ameliyathane	46	3,39	0,75			
	E.Acil	51	3,67	0,82			
Örgütsel Faktörler	A.Dahiliye	132	3,44	0,54	0,757	0,554	
	B.Cerrahi	120	3,50	0,51			
	C.Yoğunbakım	47	3,59	0,59			
	D.Ameliyathane	46	3,49	0,54			
	E.Acil	51	3,46	0,58			
Liderlik	A.Dahiliye	132	3,57	0,83	1,566	0,183	
	B.Cerrahi	120	3,76	0,82			
	C.Yoğunbakım	47	3,82	0,90			
	D.Ameliyathane	46	3,71	0,85			
	E.Acil	51	3,53	0,84			
Yapı	A.Dahiliye	132	3,53	0,54	0,482	0,749	
	B.Cerrahi	120	3,61	0,58			
	C.Yoğunbakım	47	3,60	0,68			
	D.Ameliyathane	46	3,57	0,61			
	E.Acil	51	3,50	0,53			
Kültür	A.Dahiliye	132	3,17	0,71	2,316	0,057	
	B.Cerrahi	120	3,18	0,59			
	C.Yoğunbakım	47	3,45	0,66			
	D.Ameliyathane	46	3,22	0,58			
	E.Acil	51	3,35	0,70			
Kaynak Kullanımı	A.Dahiliye	132	3,48	0,51	0,54	0,995	
	B.Cerrahi	120	3,46	0,55			
	C.Yoğunbakım	47	3,50	0,56			
	D.Ameliyathane	46	3,47	0,53			
	E.Acil	51	3,47	0,55			
Hizmet İnovasyon Performansı	A.Dahiliye	132	3,50	0,45	0,277	0,893	
	B.Cerrahi	120	3,55	0,47			
	C.Yoğunbakım	47	3,57	0,53			
	D.Ameliyathane	46	3,53	0,56			
	E.Acil	51	3,56	0,46			
Hizmet inovasyon Davranışı	A.Dahiliye	132	3,57	0,52	1,764	0,135	
	B.Cerrahi	120	3,64	0,60			
	C.Yoğunbakım	47	3,81	0,65			
	D.Ameliyathane	46	3,61	0,74			
	E.Acil	51	3,73	0,55			
Yeni Hizmet Geliştirme	A.Dahiliye	132	3,43	0,48	0,726	0,575	
	B.Cerrahi	120	3,46	0,46			
	C.Yoğunbakım	47	3,34	0,53			
	D.Ameliyathane	46	3,46	0,47			
	E.Acil	51	3,40	0,50			

^aOrtalama, ^bStandart Sapma, ^cAnlamlı Fark

4.5.3.2. İç Girişimcilik ve Örgütsel Faktörlerin Hizmet İnovasyonu Davranışı, Yeni Hizmet Geliştirme ve Hizmet İnovasyonu Performansları Üzerindeki Etkisini Belirlemek Üzere Yapılan Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Çoklu regresyon analizinde bağımsız değişkenler arasında çoklu bağlantı olarak tanımlanan bir sorunla karşılaşılabilir. Çoklu bağlantı (multi-collinearity) olup olmadığını anlamak için ilk olarak bağımsız değişkenler arasındaki ikili korelasyonlar incelenir. 0,80 üzerindeki korelasyon çoklu bağlantı olabileceğini, 0,90 üzerindeki korelasyon ise ciddi bir bağlantı sorununun olabileceğini gösterir. (Büyüköztürk, 2013: 100):

Bu yüzden regresyon analizinden önce bağımsız değişkenler (iç girişimcilik ve örgütsel faktörler alt boyutları) arasındaki korelasyona bakılmıştır. Korelasyon analizine ayrıca bağımlı değişkenler de (hizmet inovasyonu davranışı ve yeni hizmet geliştirme) dâhil edilerek bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişki de incelenmiştir. Korelasyon katsayısı aşağıdaki şekilde tanımlanmaktadır (Büyüköztürk, 2013: 32).

“Korelasyon katsayısı 1’e yakın ise pozitif ilişkiyi; -1’e yakın ise negatif bir ilişkiyi; 0 olması ise ilişkinin olmadığını gösterir. Korelasyon katsayısının mutlak değeri olarak 0,70 - 1,00 arasında olması yüksek, 0,70 – 0,30 arasında olması orta, 0,30 – 0,00 arasında olması ise, düşük düzeyde bir ilişki”

Çoklu bağlantı problemini incelemenin bir diğer yolu da bağımsız değişkenlere ait Varyans Şişme Faktör (Variance Inflation Factor-VIF) katsayılarının incelenmesidir. “VIF değerlerinin 10’dan küçük olması çoklu bağlantı probleminin olmadığını göstermektedir” (Büyüköztürk, 2013: 100).

İç girişimcilik ve örgütsel faktör alt boyutları arasındaki korelasyon katsayılarının 0,80’den büyük değeri olmadığı Tablo 4.23’te görülmektedir. Tablo 4.20’de bağımsız değişkenlere ait VIF değerleri gösterilmiştir. Bu çalışmadaki VIF

değerleri 1,518 ile 3,654 arasında değişmektedir. Buna göre çoklu bağlantı problemlerinin olmadığı söylenebilir.

Tablo 4.20: İç Girişimcilik ve Örgütsel Faktörler Alt Boyutlarının Hizmet İnovasyon Davranışı Üzerine Etkisini Belirlemek Üzere Yapılan Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	B	Standart Hata	β	t	p	VIF
Risk alma	,280	,032	,319	8,897	,000	3,126
Rekabetçi Girişkenlik	,101	,018	,148	5,604	,000	1,708
Kendini Yenile	,115	,026	,132	4,489	,000	2,101
Otonomi	,123	,021	,176	5,916	,000	2,148
Liderlik	,071	,027	,101	2,599	,010	3,654
Yapı	,129	,038	,125	3,396	,001	3,280
Kültür	,120	,023	,133	5,317	,000	1,518
Kaynak Kullanımı	,051	,031	,046	1,624	,105	1,942

F=255,115 R²=0,837 R=0,915p<0,001
Bağımlı Değişken: Hizmet İnovasyon Davranışı

Tablo 4.20’ de iç girişimcilik ve örgütsel faktörler alt boyutlarının hizmet inovasyon davranışına etkisini belirlemek için yapılan analiz sonuçları gösterilmiştir. Model istatistiksel olarak anlamlıdır (F=255,115; p<0,001). Ayrıca bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni açıklama oranının %83,7 olduğu hesaplanmıştır (R²=0,837). Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçlarına göre risk alma, otonomi, rekabetçi girişkenlik, kültür, kendini yenileme, yapı, liderlik, değişkenlerinin hizmet inovasyon davranışı üzerinde önemli (anlamlı) bir yordayıcı olduğu görülmektedir (p<0,05). Kaynak kullanımı değişkeni ise anlamlı bir etkiye sahip değildir (p>0,05).

Veri analizinde regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçları incelendiğinde, hizmet inovasyon davranışı üzerindeki görece önem sırası; risk alma, rekabetçi girişkenlik, otonomi, kültür, kendini yenileme, yapı, liderliktir.

Tablo 4.21’ de iç girişimcilik ve örgütsel faktörler alt boyutlarının yeni hizmet geliştirmeye etkisini belirlemek üzere yapılan regresyon analizi sonuçları gösterilmiştir.

Tablo 4.21: İç Girişimcilik ve Örgütsel Faktörler Alt Boyutlarının Yeni Hizmet Geliştirmeye Etkisini Belirlemek Üzere Yapılan Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	B	Standart Hata	β	t	p	VIF
Risk Alma	,117	,047	,164	2,477	,014	3,126
Rekabetçi Girişkenlik	,018	,027	,032	,664	,507	1,708
Kendini	,006	,038	,009	,168	,866	2,101
Otonomi	,056	,031	,099	1,804	,072	2,148
Liderlik	,212	,041	,371	5,192	,000	3,654
Yapı	,041	,057	,049	,730	,466	3,280
Kültür	,026	,034	,036	,780	,436	1,518
Kaynak Kullanımı	,028	,047	,031	,592	,554	1,942

F=39,830 R²=0,446R=0,668 p<0,001

Bağımlı Değişken: Yeni Hizmet Geliştirme

Model istatistiksel olarak anlamlıdır (F=39,830; p<0,001). Ayrıca bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni açıklama oranının %44,6 olduğu saptanmıştır (R²=0,446). Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçlarına göre liderlik ve risk alma değişkenlerinin yeni hizmet geliştirme üzerinde önemli (anlamlı) bir yordayıcı olduğu görülmektedir (p<0,05). Diğer değişkenler ise anlamlı bir etkiye sahip değildir (p>0,05).

Veri analizinde regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçları incelendiğinde, yeni hizmet geliştirme üzerindeki görece önem sırası; liderlik ve risk almadır.

Tablo 4.22’ de iç girişimcilik ve örgütsel faktörler alt boyutlarının hizmet inovasyon performansına etkisini belirlemek için yapılan regresyon analizine göre model istatistiksel olarak anlamlıdır (F=184,203; p<0,001).

Tablo 4.22: İç Girişimcilik ve Örgütsel Faktörler Alt Boyutlarının Hizmet İnovasyon Performansına Etkisini Belirlemek Üzere Yapılan Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	B	Standart Hata	β	t	p	VIF
Risk Alma	,199	,029	,279	6,826	,000	3,126
Rekabetçi Girişkenlik	,060	,017	,108	3,589	,000	1,708
Kendini Yenile	,060	,024	,086	2,562	,011	2,101
Otonomi	,090	,019	,158	4,665	,000	2,148
Liderlik	,141	,025	,247	5,590	,000	3,654
Yapı	,085	,035	,102	2,423	,016	3,280
Kültür	,073	,021	,100	3,501	,001	1,518
Kaynak Kullanımı	,039	,029	,043	1,345	,179	1,942

F=184,203 R²=0,788R=0,888 p<0,001
Bağımlı Değişken: Hizmet İnovasyon Performansı

Ayrıca bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni açıklama oranının %78,2 olduğu saptanmıştır (R²=0,788). Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçlarına göre risk alma, liderlik, otonomi, rekabetçi girişkenlik, kültür, kendini yenileme, yapı değişkenlerinin hizmet inovasyon performansı üzerinde önemli (anlamlı) bir yordayıcı olduğu görülmektedir (p<0,05). Kaynak kullanımı değişkeni ise anlamlı bir etkiye sahip değildir (p>0,05).

Veri analizinde regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçları incelendiğinde, hizmet inovasyon performansı üzerindeki görece önem sırası; risk alma, liderlik, otonomi, rekabetçi girişkenlik, yapı, kültür ve kendini yenilemedir.

Yukarıda alan yazısı çerçevesinde Tablo 4.23 incelendiğinde iç girişimcilik ve örgütsel faktörler alt boyutları ile hizmet inovasyon performansına ait alt boyutlar arasında orta düzeyde (korelasyon katsayıları 0,643 – 0,351 arasında değişmektedir) ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olduğu söylenebilir (p<0,001).

Tablo 4.23: İç Girişimcilik ve Örgütsel Faktör Alt Boyutları, Hizmet İnovasyon Davranışı ve Yeni Hizmet Geliştirme Değişkenleri Arasındaki Pearson Kolerasyon Katsayıları

Değişkenler		Risk Alma	RG	KY	Otonomi	Liderlik	Yapı	Kültür	KK	HİD	YHG
Risk alma	r	1									
RG	r	,513	1								
KY	r	,597	,590	1							
Otonomi	r	,667	,508	,612	1						
Liderlik	r	,720	,383	,509	,494	1					
Yapı	r	,611	,395	,457	,479	,787	1				
Kültür	r	,515	,238	,376	,383	,501	,515	1			
KK	r	,490	,284	,385	,419	,627	,671	,361	1		
HİD	r	,830	,611	,693	,724	,734	,701	,580	,563	1	
YHG	r	,583	,351	,424	,464	,631	,545	,392	,444	,597	1

RG: Rekabetçi Girişkenlik, **KY:** Kendini Yenileme, **KK:** Kaynak Kullanımı, **HİD:** Hizmet İnovasyon Davranışı, **YHG:** Yeni Hizmet Geliştirme, $p < 0,001$ (Tüm kolerasyon katsayıları için $p = 0,000$ bulunmuştur)

4.5.3.3. Örgütsel Faktörler Alt Boyutlarının İç Girişimciliğe Etkisini Belirlemek Üzere Yapılan Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Regresyon analizinden önce bağımsız değişken (örgütsel faktörler alt boyutları) arasındaki korelasyona bakılmıştır. Korelasyon analizine ayrıca bağımlı değişken de (iç girişimcilik) dâhil edilerek bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişki de incelenmiştir.

Tablo 4.24: Örgütsel Faktör Alt Boyutları ile İç Girişimcilik Arasındaki Pearson Korelasyon Katsayıları

Değişkenler	Liderlik	Yapı	Kültür	Kaynak Kullanım	İç Girişim
Liderlik	r 1				
Yapı	r ,787	1			
Kültür	r ,501	,515	1		
Kaynak Kullanım	r ,627	,671	,361	1	
İç Girişim	r ,623	,580	,447	,471	1

$p < 0,001$ (Tüm korelasyon katsayıları için $p = 0,000$ bulunmuştur)

Yapılan korelasyon analizi sonuçları Tablo 4.24'te gösterilmiştir. Buna göre, örgütsel faktörler alt boyutları ile iç girişimcilik arasında orta düzeyde (korelasyon katsayıları 0,787 – 0,361 arasında değişmektedir) ve istatistiksel olarak anlamlı bir ilişkinin olduğu söylenebilir ($p < 0,001$). İç girişimcilik ve örgütsel faktör alt boyutları arasındaki korelasyon katsayılarına bakıldığında da 0,80'den büyük değer olmadığı ve Tablo 4.25 'te bağımsız değişkenlere ait VIF değerlerine de bakıldığında 1,407 ile 3,197 arasında olduğu için araştırmanın çoklu bağlantı problemlerinin olmadığı söylenebilir.

Tablo 4.25: Örgütsel Faktörlerin İç Girişimciliğe Etkisini Belirlemek Üzere Yapılan Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	B	Standart Hata	β	t	p	VIF
Liderlik	,237	,071	,236	3,313	,001	2,851
Yapı	,186	,111	,126	1,678	,094	3,197
Kültür	,195	,064	,152	3,038	,003	1,407
Kaynak Kullanımı	,208	,092	,132	2,265	,024	1,911

F=40,898 R²=0,290 R=0,539 p<0,001

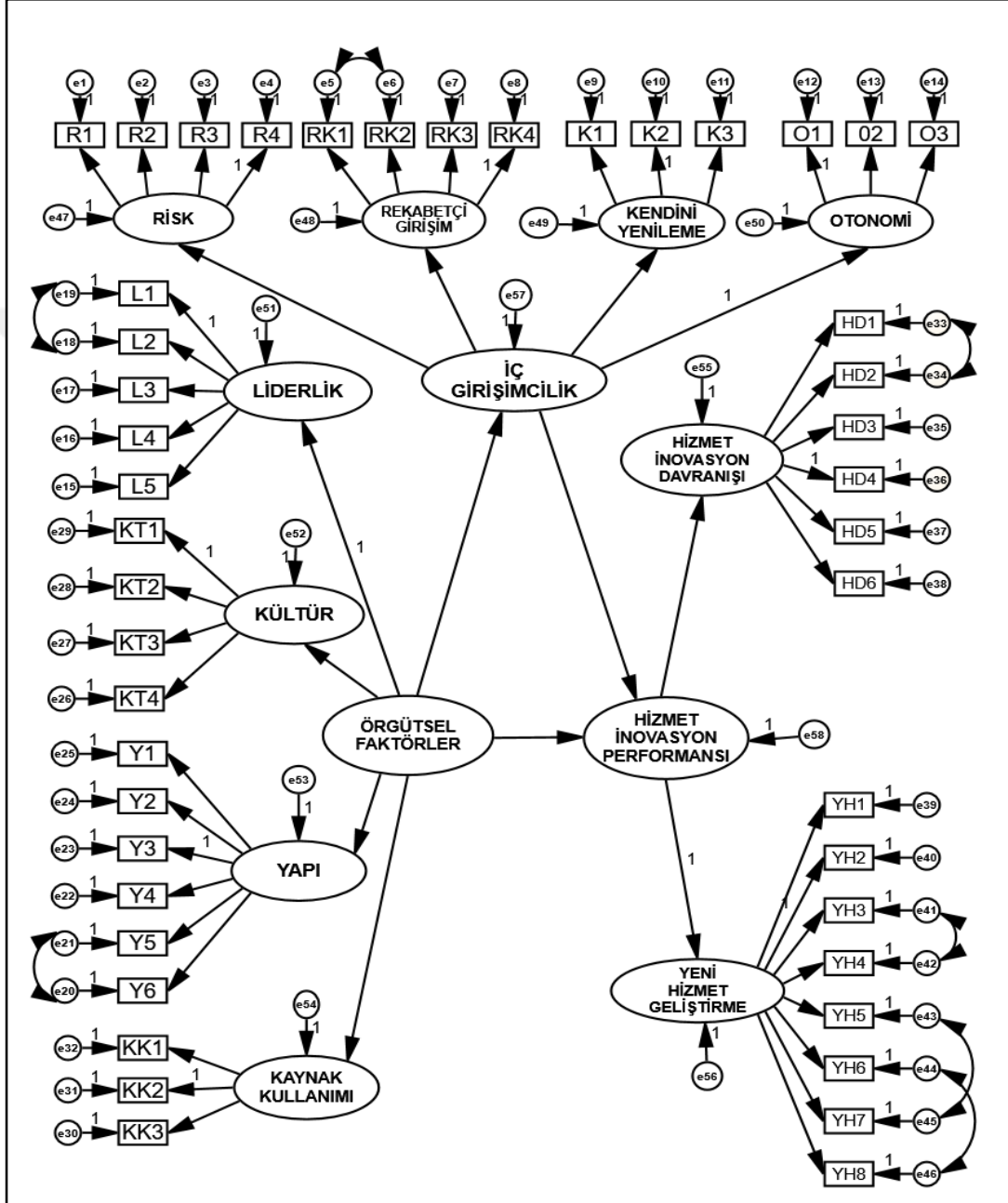
Bağımlı Değişken: İç Girişimcilik

Tablo 4.25’ te örgütsel faktörler alt boyutlarının iç girişimciliğe etkisini belirlemek için yapılan regresyon analizi sonuçları gösterilmiştir. Kurulan regresyon modeli doğrusaldır ve model istatistiksel olarak anlamlı bulunmuştur (F=40,893; p<0,001). Ayrıca R²=0,290 olarak hesaplanmış olup bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni açıklama oranının % 29 olduğu saptanmıştır. Regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçlarına göre liderlik, kültür ve kaynak kullanımı değişkenlerinin iç girişimcilik üzerinde önemli (anlamlı) bir yordayıcı olduğu görülmektedir (p<0,05). Yapı değişkeni ise istatistiksel olarak anlamlı bir etkiye sahip değildir (p>0,05).

Veri analizinde regresyon katsayılarının anlamlılığına ilişkin t-testi sonuçları incelendiğinde, iç girişimcilik üzerindeki görelî önem sırası; liderlik, kültür ve kaynak kullanımındır.

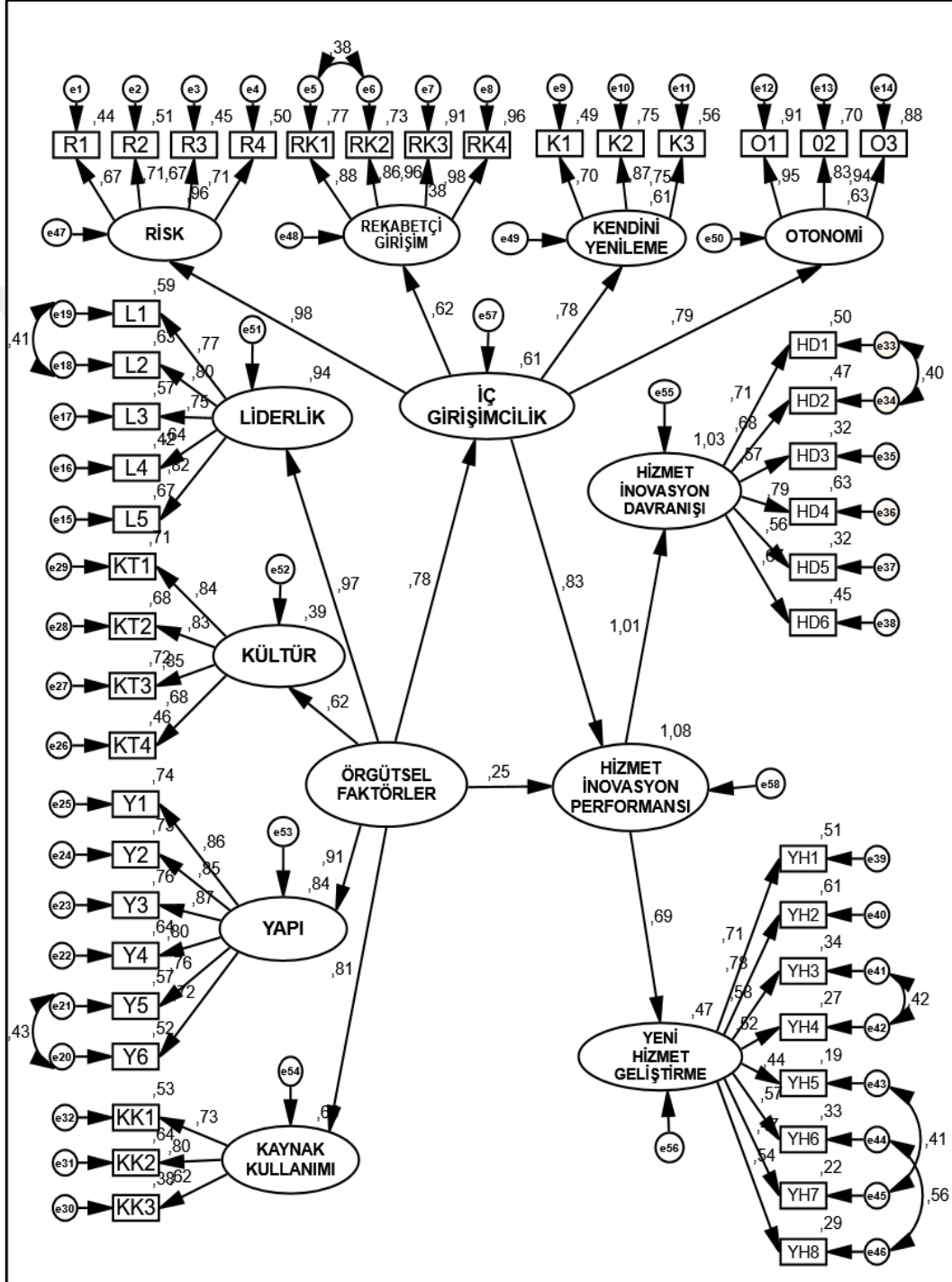
4.5.4. Yapısal Eşitlik Modellemesine İlişkin Bulgular

Yapısal eşitlik modellemesi ile test edilmek istenen araştırma modeli Şekil 4.5'te gösterilmiştir.



Şekil 4.5. Test Edilmek İstenen Ön Model

İç girişimcilik, örgütsel faktörler ve hizmet inovasyon performans ölçekleri için ayrı ayrı yapılan DFA'ya sonucu modifikasyon önerileri çerçevesinde model yeniden düzenlenmiş olup; yeni bir modifikasyon önerisine gerek kalmadan araştırma modeli son halini almıştır. Test edilen araştırma modeli Şekil 4.6 'da gösterilmiştir.



Şekil 4.6. Araştırmaya Ait Yapısal Eşiklik Modellemesi

Tablo 4.26: Araştırma Modelinin Uyum İndeks Değerleri

Uyum Ölçüsü	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Model	Uyum
X ² /sd	≤ 3	≤ 4-5	1,81(1714/969)	İyi uyum
RMSA	≤ 0,05	0,06-0,08	0,04	İyi uyum
CFI	≥ 0,95	≥ 0,90	0,94	Kabul edilebilir uyum
GFI	≥ 0,90	0,85-0,89	0,85	Kabul edilebilir uyum
AGFI	≥ 0,90	0,89-0,85	0,83	****

Tablo 4.26’ da uyum indekslerine ait değerlendirme kriterleri ve analiz sonucu elde edilen uyum iyiliği değerleri sunulmuştur. Modelin test edilmesi neticesinde elde edilen uyum indeks değerlerine göre X²/sd ve RMSA değerlerinin iyi uyum düzeyinde, CFI ve GFI değerinin ise kabul edilebilir uyum düzeyinde olduğu görülmektedir.

Şekil 4.6’ da oklar üzerinde gösterilen sayılar path katsayılarıdır (path coefficients). Path katsayıları, bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki doğrudan etkisini gösteren standartlaştırılmış regresyon katsayılarıdır (beta-β). Bir path katsayısı, bağımsız değişkende bir standart sapmalık bir değişim olduğunda bağımlı değişkende kaç standart sapmalık değişim olduğunu gösterir (Alpar, 2013: 793).

Yukarıdaki açıklamalar ışığında Şekil 4.6 incelendiğinde, iç girişimcilik düzeyindeki bir birimlik artış hizmet inovasyon performans düzeyinde 0,83 birimlik bir artış, örgütsel faktörlerdeki bir birimlik artışın ise iç girişimcilik düzeyinde 0,78 birimlik ve hizmet inovasyon performans düzeyinde ise 0,25 birimlik bir artış sağladığı söylenebilir.

Örgütsel faktörler iç girişimcilik ve hizmet inovasyon performansına hem doğrudan hem de dolaylı etkisi vardır. Model de gözükten okların üzerindeki path katsayılar doğrudan etkileri göstermektedir. Dolaylı etki ise bir bağımsız değişkenin bir bağımlı değişkene etkisinin bir ya da daha fazla aracı değişken ile ortaya konmasıdır (Çokluk vd., 2012: 340). Buna göre örgütsel faktörlerin (ÖF), hizmet

inovasyon performansı (HİP) üzerinde iç girişimcilik (İG) aracılığıyla dolaylı etkisi bulunmaktadır. Dolaylı etkiler yol üzerinde bulunan path katsayılarının çarpımıyla elde edilmektedir. Doğrudan ve dolaylı etkilerin toplanması ile de toplam etkiler elde edilmektedir (Alpar, 2013: 806).

Tablo 4.27: Doğrudan, Dolaylı ve Toplam Etkiler

Bağımlı Değişkenler	Bağımsız Değişkenler	Doğrudan Etki	Dolaylı Etki	Toplam Etki
HİP	ÖF	0,25	$0,78*0,83=0,64$	0,89
	İG	0,83	-	0,83

İç girişimcilikteki bir birimlik artış hizmet inovasyon performansında 0,83 birimlik artış meydana getirmektedir. Örgütsel faktörlerin hizmet inovasyon performansı üzerinde doğrudan etkisi 0,25 puan olarak ölçülmekteyken Tablo 4.27’ de görüldüğü gibi devreye iç girişimciliğin girmesi ile 0,64 düzeyinde dolaylı etkinin olduğu tespit edilmiştir. Bu da bize örgütsel faktörler ile hizmet inovasyon performansı arasındaki ilişkiye iç girişimciliğin aracılık yapmış olduğunu göstermektedir. Buna göre örgütsel faktörler düzeyinde bir birimlik artış iç girişimcilik aracılığı ile hizmet inovasyon performans düzeyinde 0,89 birimlik artış (toplam etki) sağlamaktadır.

Yukarıda belirtilen problem cümlesi çerçevesinde belirlenen temel hipotezler, alt hipotezler ve bu hipotezlerin kabul ve red durumları Tablo 4.28’ de verilmiştir.

Tablo 4.28: Hipotez Testi Sonuçları

TEMEL VE ALT HİPOTEZLER	KABUL/RED
H1: İç girişimciliğin hizmet inovasyon performansı üzerinde istatistiksel olarak “pozitif ve anlamlı” etkisi vardır.	Kabul
H1 _a : Risk almanın hizmet inovasyon performansı üzerinde istatistiksel olarak “pozitif ve anlamlı” etkisi vardır.	Kabul
H1 _b : Rekabetçi girişkenliğin hizmet inovasyon performansı üzerinde istatistiksel olarak “pozitif ve anlamlı” etkisi vardır.	Kabul
H1 _c : Kendini yenilemenin hizmet inovasyon performansı üzerinde istatistiksel olarak “pozitif ve anlamlı” etkisi vardır.	Kabul
H1 _d : Otonomi, hizmet inovasyon performansı üzerinde istatistiksel olarak “pozitif ve anlamlı” etkisi vardır.	Kabul
H2: İç girişimciliğin hizmet inovasyon davranışı üzerinde istatistiksel olarak “pozitif ve anlamlı” etkisi vardır.	Kabul
H2 _a : Risk almanın hizmet inovasyon davranışı üzerinde istatistiksel olarak “pozitif ve anlamlı” etkisi vardır.	Kabul
H2 _b : Rekabetçi girişkenliğin hizmet inovasyon davranışı üzerinde istatistiksel olarak “pozitif ve anlamlı” etkisi vardır.	Kabul
H2 _c : Kendini yenilemenin hizmet inovasyon davranışı üzerinde istatistiksel olarak “pozitif ve anlamlı” etkisi vardır.	Kabul
H2 _d : Otonominin hizmet inovasyon davranışı üzerinde istatistiksel olarak “pozitif ve anlamlı” etkisi vardır.	Kabul
H3: İç girişimciliğin yeni hizmet geliştirme üzerinde istatistiksel olarak “pozitif ve anlamlı” etkisi vardır.	Kabul
H3 _a : Risk almanın yeni hizmet geliştirme üzerinde istatistiksel olarak “pozitif ve anlamlı” etkisi vardır.	Kabul
H3 _b : Rekabetçi girişkenliğin yeni hizmet geliştirme üzerinde istatistiksel olarak “pozitif ve anlamlı” etkisi vardır.	Red
H3 _c : Kendini yenilemenin yeni hizmet geliştirme üzerinde istatistiksel olarak “pozitif ve anlamlı” etkisi vardır.	Red
H3 _d : Otonominin yeni hizmet geliştirme üzerinde istatistiksel olarak “pozitif ve anlamlı” etkisi vardır.	Red
H4: Örgütsel faktörlerin hizmet inovasyon performansını üzerinde istatistiksel olarak “pozitif ve anlamlı” etkisi vardır.	Kabul
H4 _a : Örgütsel yapının hizmet inovasyon performansı üzerinde istatistiksel olarak “pozitif ve anlamlı” etkisi vardır.	Kabul
H4 _b : Liderliğin hizmet inovasyon performansı üzerinde istatistiksel olarak “pozitif ve anlamlı” etkisi vardır.	Kabul
H4 _c : Örgütsel kültürün hizmet inovasyon performansı üzerinde istatistiksel olarak “pozitif ve anlamlı” etkisi vardır.	Kabul
H4 _d : Kaynak kullanımının hizmet inovasyon performansı üzerinde istatistiksel olarak “pozitif ve anlamlı” etkisi vardır.	Red
H5: Örgütsel faktörlerin hizmet inovasyon davranışı üzerinde istatistiksel olarak “pozitif ve anlamlı” etkisi vardır.	Kabul
H5 _a : Örgütsel yapının hizmet inovasyon davranışı üzerinde istatistiksel olarak “pozitif ve anlamlı” etkisi vardır.	Kabul
H5 _b : Liderliğin hizmet inovasyon davranışı üzerinde istatistiksel olarak “pozitif ve anlamlı” etkisi vardır.	Kabul
H5 _c : Örgütsel kültürün hizmet inovasyon davranışı üzerinde istatistiksel olarak “pozitif ve anlamlı” etkisi vardır.	Kabul
H5 _d : Kaynak kullanımının hizmet inovasyon davranışı üzerinde istatistiksel olarak “pozitif ve anlamlı” etkisi vardır.	Red

Tablo 4.28: Hipotez Testi Sonuçları (Devam)

ANA VE ALT HİPOTEZLER	KABUL/RED
H6: Örgütsel faktörlerin yeni hizmet geliştirme üzerinde istatistiksel olarak “pozitif ve anlamlı” etkisi vardır.	Kabul
H6 _a : Örgütsel yapının yeni hizmet geliştirme üzerinde istatistiksel olarak “pozitif ve anlamlı” etkisi vardır.	Kabul
H6 _b : Liderliğin yeni hizmet geliştirme üzerinde istatistiksel olarak “pozitif ve anlamlı” etkisi vardır.	Red.
H6 _c : Örgütsel kültürün yeni hizmet geliştirme üzerinde istatistiksel olarak “pozitif ve anlamlı” etkisi vardır.	Red
H6 _d : Kaynak kullanımının yeni hizmet geliştirme üzerinde istatistiksel olarak “pozitif ve anlamlı” etkisi vardır.	Red
H7: Örgütsel faktörlerin iç girişimcilik üzerinde istatistiksel olarak “pozitif ve anlamlı” etkisi vardır.	Kabul
H7 _a : Örgütsel yapının iç girişimcilik üzerinde istatistiksel olarak “pozitif ve anlamlı” etkisi vardır.	Red
H7 _b : Liderliğin iç girişimcilik üzerinde istatistiksel olarak “pozitif ve anlamlı” etkisi vardır.	Kabul
H7 _c : Örgütsel kültürün iç girişimcilik üzerinde istatistiksel olarak “pozitif ve anlamlı” etkisi vardır.	Kabul
H7 _d : Kaynak kullanımının iç girişimcilik üzerinde istatistiksel olarak “pozitif ve anlamlı” etkisi vardır.	Kabul
H8: Hizmet inovasyon performansı mesleki ve demografik özelliklere göre farklılıklar gösterir.	Kısmen Kabul
H8 _a : Cinsiyete göre farklılık gösterir.	Kabul
H8 _b : Yaşa göre farklılık gösterir	Kabul
H8 _c : Eğitim durumuna göre farklılık gösterir.	Kabul
H8 _d : Ünvana göre farklılık gösterir.	Kabul
H8 _e : Kurumdaki çalışma süresine göre farklılık gösterir.	Kabul
H8 _f : Çalışılan birime göre farklılık gösterir.	Red
H9: İç girişimcilik mesleki ve demografik özelliklere göre farklılıklar gösterir.	Kısmen Kabul
H9 _a : Cinsiyete göre farklılık gösterir.	Kabul
H9 _b : Yaşa göre farklılık gösterir.	Kabul
H9 _c : Eğitim durumuna göre farklılık gösterir.	Kabul
H9 _d : Ünvana göre farklılık gösterir.	Kabul
H9 _e : Kurumdaki çalışma süresine göre farklılık gösterir.	Kabul
H9 _f : Çalışılan birime göre farklılık gösterir.	Red
H10: Örgütsel faktörlerin hizmet inovasyon performansına etkisi üzerinde iç girişimciliğin aracılık rolü vardır.	Kabul

5. TARTIŞMA

Literatürde iç girişimcilik ve inovasyon ilişkisini belirleme yönelik yapılan çalışmaların sıklıkla üretim sektörlerinde yapıldığı, hizmet sektöründe iç girişimcilik ve inovasyon kavramları üzerine yapılan araştırmaların son zamanlarda ilgi gördüğü ve sağlık sektöründe ise bu çalışmalara daha az rastlanıldığı görülmüştür. Oysa emeğin yoğun olduğu ve direkt hizmeti arz eden ile talep edenin aynı anda bir araya geldiği sağlık hizmetlerinde beklentilere en kısa sürede yanıt verecek kişilerin hizmeti sunan sağlık çalışanlarının olması sağlık işletmelerinde iç girişimciliği daha önemli bir kavram haline getirmektedir.

Bu çalışmada, iç girişimciliğin hizmet inovasyon performans etkisini belirlemeye yönelik yapılan literatür taramasında, iç girişimcilik ve hizmet inovasyon performansına etkisi olduğu düşünülen örgütsel faktörler de araştırmaya dâhil edilerek yapısal eşitlik modellemesi oluşturulmuştur. Araştırma bir kamu hastanesinde gerçekleştirilmiş olup, iç girişimcilik, örgütsel faktörler ve hizmet inovasyon performansı temel değişkenler olarak belirlenmiştir.

Araştırmada, iç girişimcilik “risk alma, rekabetçi girişkenlik, kendini yenileme ve otonomi”, örgütsel faktörler “liderlik, yapı, kültür ve kaynak kullanımı” ve hizmet inovasyon performansı “hizmet inovasyon performansı ve yeni hizmet geliştirme” değişkenlerinin yaş, cinsiyet, eğitim durumu, kurumda çalışma süresi, unvan ve çalışılan birim değişkenlere göre fark gösterip göstermediği incelenmiştir.

Araştırmada kullanılan ölçeklerin 5’li Likert tipinde olduğu bu çalışmada, hizmet inovasyon performansı üzerinde pozitif ve anlamlı etkisi olan iç girişimcilik ölçeğine ait ortalama puanın (3,38±0,64) olduğu görülmüştür. Otonomi alt boyutunun (3,48±0,85) en yüksek puan ortalamasına ve kendini yenileme (3,27±0,68) alt boyutunun ise en düşük puan ortalamasına sahip olduğu gözlemlenmiştir. Çalışanların tüm alt boyutlara vermiş oldukları cevap ortalamalarına göre kurumun orta düzeyin biraz üzerinde iç girişimci bir yapıya sahip olduğu söylenebilir. Ayrıca araştırmaya katılan sağlık çalışanlarının iç girişimcilik ölçeği ve alt boyutlarına ilişkin yapmış oldukları değerlendirmelere ait puanlar cinsiyet, yaş, çalışma süresi, mezuniyet durumu ve meslek gruplarına göre farklar görülmüştür. Öktem, Leblebici, Arslan,

Kılıç ve Aydın (2003: 180) hizmet sektöründe yapmış oldukları bir araştırmada benzer sonuçlara ulaşarak iç girişimcilik ile cinsiyet, yaş, çalışma süresi, mezuniyet durumuna itibari ile anlamlı bir fark olduğunu ifade etmişlerdir. Bir başka çalışmada da erkeklerin kadınlara göre girişimcilik niyetlerinin daha yüksek olduğu ifade edilmiştir (Şeşen ve Basım, 2012: 25). Araştırmaya katılan erkek sağlık çalışanlarının, dört ile altı yıl arasında çalışma süresi olanların, 31-40 yaş gurubu arasında olanların, lisansüstü mezunların ve hekimlerin iç girişimcilik ölçeğine ilişkin puan ortalamalarının daha yüksek olduğu görülmüştür. Eğitim seviyesi yüksek olan çalışanların hizmet inovasyon performans düzeylerinin daha yüksek olduğu, bu yüzden de eğitim seviyesi düşük olan çalışanlara verilecek girişimcilik eğitimleri ile bu çalışanlarında kurumda yaratılmak istenen inovasyonlara katkıları olacağı düşünülmektedir. Ayrıca hekim dışı sağlık personelin kendini esas hizmeti sunan kişi olmadığı algısına sahip olması, döner sermaye gelirlerinden hekimlere göre daha az pay almaları puanlarının düşük çıkmasına neden olmuştur.

Araştırmada modelinde iç girişimciliğin hizmet inovasyon performansını olumlu yönde etkilediği (beta- β : 0,84) görülmüştür. İç girişimcilik alt boyutlarının tamamının “risk alma (β : 0,98), otonomi (β : 0,79), kendini yenileme (β : 0,78) ve rekabetçi girişkenlik (β : 0,68)” hizmet inovasyon performansını olumlu yönde etkilediği görülmüştür. Bir başka ifade ile çalışanların risk aldığı, rekabetçi girişkenliğe sahip, kendini sürekli yenileyen ve otonomi (çalışan özerkliği) özelliğinin güçlü olduğu kurumlardaki çalışanların hizmet inovasyon performansını arttıracığı beklenmektedir. Bu değişkenler ile ilgili yapılan literatür taramasında benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Norton ve Moore (2006: 224) çalışmalarında, risk alma yeteneğinin girişimcilerin önemli bir özelliği olduğunu belirtmişlerdir. Ören ve Biçkes (2011: 83), başarıya ihtiyacı ve risk alma eğilimi ile girişimcilik potansiyeli arasında pozitif ilişki bulmuştur. Lassen vd. (2006: 360 - 369) tarafından iç girişimcilik ve radikal inovasyon arasında bir ilişki olduğunu ifade edilmiştir. Larsson (2010) ise araştırmasında yüksek yenilikçilik performansına sahip işletmelerin iç girişimcilik faaliyetlerinin daha fazla yer aldığını saptamıştır (Arslan, 2012: 177). Ergün vd. (2004: 263) proaktiflik, risk alma ve yenilikçilik alt boyutları ile iç girişimcilik ile inovasyon performansı arasında pozitif bir ilişki olduğunu ifade etmişlerdir. Ağca ve Yörük'e göre (2006: 163) iç girişimcilik örgütlerde yeniden canlanma ve performans artışı

sağlamaktadır. Benzer şekilde Thornberry (2001: 526) iç girişimcilik davranışının, örgütü yeniliklere doğru yönlendirdiğini belirtmiştir. Araştırmada iç girişimciliğin esas tetikleyicisi risk alma gözükrken iç girişimcilik üzerine yapılan diğer çalışmalarda incelendiğinde iç girişimciliğin tetikleyicileri arasında yer alan iç girişimcilik boyutları, farklılaşabilmektedir. Kimi zaman risk alma iç girişimciliğin esas tetikleyicisi iken, kimi zamanda rekabetçi girişkenlik iç girişimcilik için esas tetikleyici olabilir.

İç girişimcilik ve hizmet inovasyon performansı üzerine anlamlı etkisi olan örgütsel faktörler ölçeğine ait ortalama puanın (3,49±0,54) olduğu, liderlik boyutunun (3,67±0,84) en yüksek ortalama puana ve yapı (3,57±0,58) alt boyutunun ise en düşük ortalama puana sahip olduğu belirlenmiştir. Çalışanların tüm alt boyutlara vermiş oldukları cevap ortalamalarına göre kurumun destekleyici bir yapıya sahip olduğu söylenebilir. Araştırmaya katılan sağlık çalışanlarının örgütsel faktörlere ilişkin değerlendirmelerine ait puanları cinsiyet, yaş, mezuniyet durumu ve meslek gruplarına göre analiz edildiğinde araştırmaya katılan erkek sağlık çalışanlarının, 31-40 yaş gurubu arasında olanların, lisansüstü mezunların ve hekimlerin örgütsel faktörlere ilişkin puan ortalamalarının daha yüksek olduğu görülmüştür.

Araştırma modelindeki örgütsel faktörler içerisinde yer alan liderlik (β : 0,97), yapı (β : 0,91), kültür (β : 0,62) değişkenlerinin hizmet inovasyon performansını olumlu yönde etkilediği görülmüştür. Bu değişkenler ile ilgili yapılan literatür taramasında benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Damanpour (1991: 556 - 562) yapmış olduğu çalışmada esnek örgüt yapısı ile yenilik arasında pozitif yönde birbiri ile ilişkili olduğunu ve örgütsel yapının inovasyon sürecinin başarısı ve işletme performansı arasındaki ilişkiyi etkileyen bir başka önemli değişken olduğunu belirtmiştir. Büte (2008: 41- 46) iç iletişim, yönetsel destek, örgütsel değerler ve iç girişimcilik için kilit konumunda olan biçimsel kontrolün iç girişimcilik üzerinde belirleyici etkiye sahip örgütsel faktörlerden oldukları ifade etmiştir. Gürbüz, Bekmezci ve Mert (2010) yapmış oldukları çalışmada, Antoncic (2000), Kuratko ve Hodgetts (2004), Büte (2008) tarafından yapılmış çalışmalar ile benzer sonuçlar elde ettiklerini ve çalışmalarında yer alan, örgütsel yapı, kurallar, ödül sistemi ve örgütsel iletişim faktörlerinin iş görenlerin iç girişimcilik davranışlarına olumlu ve anlamlı derecede etkilediği ifade edilmiştir

(Gürbüz vd. 2010: 132). Sonuç olarak çalışanlar için yaratılacak katılımcı bir iş ortamı çalışanların farkındalığını, bağlılığını arttırarak iç girişimciliği ve inovasyon gücünü arttıracaktır.

Hizmet inovasyon performans ölçeği puan ortalaması (3,54±0,48) olup, alt boyutlardan hizmet inovasyon davranışı puan ortalaması (3,65±0,59), yeni hizmet geliştirme alt boyut puan ortalaması ise (3,43±0,48) bulunmuştur. Çalışanların alt boyutlara vermiş oldukları cevap ortalamalarına göre yeni hizmet hizmetler geliştirme eğiliminde olan ve bu anlamda hizmet inovasyon davranışına sahip çalışanlardan oluşan bir örgütsel yapıdan söz edilebilir.

Araştırmaya katılan sağlık çalışanlarının hizmet inovasyon performans ölçeğine ilişkin değerlendirmelerine ait puanlar incelendiğinde erkek çalışanların, dört ile altı yıl arasında çalışanların, 31-40 yaş gurubu arasında olanların, lisansüstü mezunların ve hekimlerin, hizmet inovasyon performansına ilişkin puan ortalamalarının daha yüksek olduğu görülmüştür. Ayazlar (2012:139) hizmet sektöründe yapmış olduğu bir çalışmada çalışma sonucumuza benzer olarak eğitim düzeyi ile hizmet inovasyon performansı arasında anlamlı bir ilişki olduğunu ve lisansüstü eğitimi gören çalışanların sıra ortalamasının daha yüksek olduğunu, cinsiyet ve yaş gruplarına göre istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığını ifade etmiştir. Çalışma süresi ve yaş sınıflandırmasında orta seviye gruplarda yenilikler için dinamik ve motivasyonu yüksek bir çalışma grubunun olduğu ve bu nedenle hizmet inovasyon performans ortalamalarının yüksek çıktığı söylenebilir.

Araştırmaya katılan sağlık çalışanlarının hizmet inovasyon davranışına ilişkin değerlendirmelerine ait puanlar cinsiyet, yaş, çalışma süresi, mezuniyet durumu ve meslek gruplarına göre incelenmiştir. Erkek çalışanların, dört ile altı yıl arasında çalışanların, 31-40 yaş gurubu arasında olanların, lisansüstü mezunların ve hekimlerin hizmet inovasyon davranışına ilişkin puan ortalamalarının daha yüksek olduğu görülmüştür. Hu vd. (2009: 46) yapmış oldukları çalışmada da sadece cinsiyet ile çalışanların hizmet inovasyon davranışı arasında anlamlı bir ilişki olduğunu ifade etmişlerdir.

Yeni hizmet geliştirme alt boyutuna ilişkin değerlendirmelere ait puanlar analiz edildiğinde, lisansüstü mezunların ve hekimlerin yeni hizmet geliştirmeye ilişkin puan ortalamalarının daha yüksek olduğu görülmüştür. Eğitim düzeyi yüksek olan sağlık çalışanların sahip oldukları bilgi ve becerilerinin daha fazla olmasından dolayı değerlendirmelerine ait puanları yüksek çıkmıştır. Sağlık hizmetleri sunumu her ne kadar ekip çalışmasını gerektirirse de hizmetin esas arz edeni hekim olduğu için yeni hizmet geliştirme ortalama puanı diğer sağlık çalışanlarının ortalama puanlarına göre daha yüksek çıkmıştır.

İç girişimciliğin aracılık rolünün de analiz edildiği araştırma sonucuna göre iç girişimcilik örgütsel faktörlerin hizmet inovasyon performansı üzerinde doğrudan etkisi 0,25 puan olarak ölçülmekteyken devreye iç girişimciliğin girmesi ile 0,64 düzeyinde dolaylı etkinin olduğu görülmektedir. Bu da bize örgütsel faktörler ile hizmet inovasyon performansı arasındaki ilişkiye iç girişimciliğin aracılık yapmış olduğunu göstermektedir. Buna göre örgütsel faktörler düzeyinde bir birimlik artış iç girişimcilik aracılığı ile hizmet inovasyon performans düzeyinde 0,89 birimlik artış (toplam etki) sağlamaktadır. Goodale vd.'nin (2011: 123) yaptıkları çalışmada, iç girişimciliğin yönetsel destek ve örgütsel sınırlar ile ilgili öncüllerinin yenilik performansını belirlediğini ifade etmişlerdir. Diğer yandan Gapp ve Fisher (2007: 346) hizmet ve üretim sektöründe yaptıkları çalışmada işletmelerin iç girişimcilik aracılığı ile inovasyonları gerçekleştirdiklerini ifade etmişlerdir. Her iki çalışmada araştırmamıza benzer sonuçlar bulunmuş ve iç girişimciliğin inovasyon performansı üzerine etkisi ve önemi vurgulanmıştır.

Araştırmanın bulgularına göre destekleyici bir örgütsel yapı ve iç girişimcilik ile hizmet inovasyon performansı üzerinde güçlü bir etki yaratılabilir. Yaratılan bu inovasyon performansının gücü işletmenin kaynaklarını çok daha etkin kullanmasına, risklerine ve risklere karşı çok daha güçlü olmasına, hizmet çıktıları boyutları ile mikro ve makro anlamda toplumsal, ekonomik ve sosyal faydalar yaratmasına katkı sağlayacaktır.

6. SONUÇ VE ÖNERİLER

Hızla değişen ve gelişen dünyanın hayatımıza kattığı yeni kavramlar arasında yer alan inovasyon ve girişimcilik artık birçok işletmelerin temel fonksiyonları haline gelmiştir. İnovasyon ve girişimcilik, işletmeleri daha güçlü kılarak, ortaya çıkabilecek risklerin olumsuz sonuçlarını en aza indirmeyi hatta bu riskleri fırsata çevirmeyi sağlayarak, kısa sürede toparlanmalarına ve büyümelerine katkı sağlayacaktır. İşletmeler için önemli bir değer ifade eden çalışanların inovatif yetenekleri sayesinde daha etkin ve verimli örgütsel bir yapıya kavuşacaklardır. İşletme, gerçekleştirmek istediği inovasyonu, destekleyici bir örgüt yapısı ile işletmeyi ve müşteriyi en iyi şekilde tanıyan ve gözlemleyebilen çalışanlarının iç girişimci tutum, davranış ve eylemleri ile gerçekleştirilebilir.

Bu çalışmada, iç girişimcilik ve örgütsel faktörlerin hizmet inovasyon performansına etkisi araştırılmıştır. İç girişimciliğin aracılık rolünün de analiz edildiği bu çalışmada ilk önce çalışmanın teorik çerçevesi belirlenip açıklanmış, daha sonra yapılan çalışmada, iç girişimcilik ve örgütsel faktörlerin hizmet inovasyon performansına etkisi araştırılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemek için yapısal eşitlik modellemesini kullanılmıştır. Çalışmaya ait sonuçlar ve bu sonuçlara ilişkin yapılan öneriler aşağıda sunulmuştur:

Araştırmada, iç girişimcilik ve örgütsel faktörlerin, hizmet inovasyon performansını arttırmada değerli bir araç olabileceği görülmüştür. Ayrıca araştırma modeline göre örgütsel faktörler boyutunda desteklenen bir işletmede gerçekleşen iç girişimcilik eylemlerinin inovasyona dönüşmesi daha kolay olacaktır.

Araştırmada, hizmet inovasyon davranışı ve yeni hizmet geliştirme puanlarının ortalamasının üstünde olduğu görülmüştür. Çalışanların vermiş oldukları cevap ortalamalarına göre, yeni hizmetler geliştirme eğiliminde olan ve bu anlamda hizmet inovasyon davranışına sahip çalışanlardan oluşan bir işletmeden söz edilebilir.

Araştırmada, iç girişimciliğin hizmet inovasyon performansı üzerinde etkili olduğu ve iç girişimcilik düzeyi yüksek olan kurumlarda hizmet inovasyon performansının da daha yüksek olacağı tespit edilmiştir. İç girişimciliğin hizmet

inovasyon performansını etkileme gücü yüksektir. Çalışanların iç girişimcilik boyutlarına verdikleri cevaplar arasında en yüksek ortalama puan risk alma değişkenidir. Bu da araştırma yapılan hastanenin yüksek kazanç sağlayacak projelere girme eğilimde olduğu, yeni fikirleri hayata geçirmede cesur bir tavır sergilediği söylenebilir. Risk alma girişimciliğin önemli bir özelliğidir. Ayrıca, analiz sonuçlarımıza göre hizmet inovasyon performansı üzerinde iç girişimcilik alt boyutlarının görece önem sırası; risk alma, otonomi, rekabetçi girişkenlik ve kendini yenilemedir.

Araştırmada, iç girişimciliğin hizmet inovasyon davranışı üzerinde etkili olduğu ve iç girişimcilik düzeyi yüksek olan işletmelerde hizmet inovasyon davranışının yüksek olacağı görülmüştür. İç girişimcilik alt boyutlarının hizmet inovasyon davranışı üzerindeki görece önem sırası; risk alma, rekabetçi girişkenlik, otonomi ve kendini yenilemedir. İç girişimci yeteneğine sahip işletmede çalışanlar, iş ile ilgili yeni hizmet tekniklerini araştırma, çalışırken yenilikçi düşünceler üretme, yenilikleri uygulamak için gerekli olan kaynakları güvence altına alma, yeni fikirler geliştirmek için uygulanabilir planlar hazırlama ve yaratıcı fikirleri çalışma arkadaşlarıyla paylaşma gibi hizmet inovasyonunu artırıcı davranışlarda bulunurlar.

Araştırmada ulaşılan bir diğer sonuç da, iç girişimciliğin yeni hizmet geliştirme üzerinde etkili olduğu ve iç girişimcilik düzeyi yüksek olan kurumlarda yeni hizmet geliştirme çabalarının daha yüksek olacağı söylenebilir. Risk almanın yeni hizmet geliştirme üzerinde anlamlı bir etkisi vardır. Hizmet inovasyon performansı ve alt boyutlarına ilişkin analizler incelendiğinde risk alma, inovasyon tetikleyicileri arasında yer aldığı söylenebilir. Önceden de ifade edildiği gibi risk alma, hem iç girişimcilik hem de inovasyon için esas tetikleyiciler arasında yer almaktadır.

Araştırmada elde edilen bulgulara göre, örgütsel faktörlerin hizmet inovasyon performansı üzerinde etkili olduğu ve örgütsel anlamda desteklenen işletmelerde hizmet inovasyon performansının da daha yüksek olacağı belirlenmiştir. Örgütsel faktörlerin hizmet inovasyon performansına etkisi orta seviyenin altında ve iç girişimciliğe göre çok daha düşük olduğu görülmüştür. Örgütsel faktörler ölçeğine ait liderlik boyutunun en yüksek ortalama puana ve yapı alt boyutunun ise en düşük ortalama puana sahip olduğu belirlenmiştir. Üst yönetimin çalışanların geliştirdiği iş

metotlarını kullanmaları, yeni fikir ve eylemlerin hayata geçmesi için çalışanlara destek ve öncülük etmeleri kurumsal anlamda daha hızlı ve güçlü bir şekilde yeniliklerin hayata geçirilmesine katkı sağlayacaktır. Çalışanların tüm alt boyutlara vermiş oldukları cevap ortalamalarına göre kurumun destekleyici bir örgütsel yapıya sahip olduğu söylenebilir. Ayrıca, analiz sonuçlarına göre, hizmet inovasyon performansı üzerinde örgütsel faktörlerin görece önem sırası liderlik, yapı, kültür ve kaynak kullanımındır.

Örgütsel faktörlerin hizmet inovasyon davranışı üzerinde etkili olduğu ve örgütsel anlamda desteklenen kurumlarda hizmet inovasyon davranışının daha yüksek olacağı sonucuna varılmıştır. Buna göre, inovatif bir kültüre sahip, kurumsal yapı olarak destekleyici özellikleri içinde barındıran işletmelerde çalışanlar, iş ile ilgili yeni teknikler araştırma, yenilikçi düşünceler üretme, yenilikleri için gerekli kaynakları koruma, yaratıcı fikirleri paylaşma gibi inovatif davranışlarda bulunarak örgütün inovasyon gücünü artıracakları araştırma bulgularından anlaşılmaktadır.

Araştırmada, örgütsel faktörlerin yeni hizmet geliştirme üzerinde etkili olduğu ve örgütsel anlamda desteklenen kurumlarda yeni hizmetler geliştirme için daha yüksek olacağı belirlenmiştir. Kurum içi rahat iletişim kanalları olan, resmi iletişim kanallarının yeri geldiğinde azaltılabildiği, karar alma süreçlerinde işin uzmanının söz sahibi olduğu, çalışanlarının kendi iş metotlarını kullanmalarına izin verildiği esnek bir örgüt yapısı ile yeni hizmetler üretilebilir. Araştırmada sadece esnek örgütsel yapının yeni hizmet geliştirmeyi olumlu etkilediği görülmüştür.

Araştırmada, örgütsel faktörlerin iç girişimcilik üzerinde etkili olduğu ve örgütsel anlamda desteklenen kurumlarda iç girişimcilik düzeyinin daha yüksek olacağı görülmüştür. Örgütsel faktörlerin iç girişimciliğe etkisi, hizmet inovasyon performansına olan etkisinden yüksektir.

Mesleki ve demografik değişkenlerden cinsiyet, eğitim ve meslek grubu sınıflarının tüm değişkenler üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bunun sonucu olarak, işletme içerisinde, kadın çalışanlara, lise ve ön lisans düzeyinde çalışanlara ve hekim dışı sağlık personellerinin iç girişimcilik yeteneğinin artırılması

için kurumsal boyutta destekleyici uygulamalar ile hizmet inovasyon performansını arttırılabilir.

Bu çalışmada, iç girişimcilik ve örgütsel faktörlerin hizmet inovasyon performansı üzerinde önemli bir etkisi tespit edilmiştir. Ayrıca, örgütsel faktörlerin hizmet inovasyon performansı üzerindeki etkisinde iç girişimciliğin aracılık rolünün olduğu görülmüştür.

Araştırma sonuçlarına göre yöneticiler, inovasyon performanslarını iyileştirebilmek için iç girişimciliğe ve örgütsel faktörlere öncelik vermelidirler. Çalışanlara girişimcilik ile ilgili eğitimlerin planlanması, kurum içerisinde gerçekleştirilen inovasyon sonucunda kişi ve ekiplere sabit ödemler dışında ek ödemelerin yapılması, esnek örgüt yapılarının oluşturulması ve serbest çalışma zamanları kurumsal boyutta yapılabilecek bazı eylemlerdir.

Sağlık sektöründeki politika belirleyicileri ve üst düzey yöneticiler, kaynakların etkin kullanımını sağlamak, verimliliği artırmak, hasta ve çalışan memnuniyetini yükseltmek amacıyla yapmış oldukları kalite ve performans çalışmalarına iç girişimcilik ve inovasyon süreçlerini de ekleyerek amaçlarına daha kolay ulaşabilirler. Bu çalışma sonucu ortaya çıkan bulgular ve literatürden elde edilecek verilere göre sağlıkta kalite ve performans standartlarının geliştirilmesi süreçlerinde iç girişimciliği destekleyici standartlarda geliştirilerek, sağlık kurumlarında girişimci ve inovatif bir yapının oluşmasına katkı sağlanabilir.

Araştırma sonuçlarının inovasyon ve iç girişimcilik literatürüne önemli katkılar sağlayacağı düşünülmektedir. Araştırma kapsamının genişletilmesi ve geçerliliğinin yükseltilmesi için araştırmanın başka hastanelerde yapılması, ayrıca destek hizmetlerinde yer alan temizlik, güvenlik ve bilgi işlem personelleri üzerinde de çalışmalar yapılması önerilmektedir.

KAYNAKLAR

- Aas, T. H. ve Pedersen, P. E. (2011). “The Impact of Service Innovation on Firm Level Financial Performance”. *The Service Industries Journal*, 31(13), 2071-2090.
- Aboulnasr, K., Narasimhan, O., Blair, E. ve Chandy, R. (2008). “Competitive Response to Radical Product Innovations”. *Journal of Marketing*, 72, 94-110.
- Ağca, V. ve Kurt, M. (2007). “İç Girişimcilik ve Temel Belirleyicileri: Kavramsal Bir Çerçeve”. *Erciyes Üniversitesi İİBF Dergisi*, 29, 83-112.
- Ağca, V. ve Yörük, D. (2006). “Bağımsız Girişimcilik ve İç Girişimcilik Arasındaki Farklar: Kavramsal Bir Çerçeve”. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 8(2), 155-173.
- Ahmad, K. ve Zabri, S. M. (2016). “The Application of Non-Financial Performance Measurement in Malaysian Manufacturing Firms”. *Procedia Economics and Finance*, 35, 476-484.
- Alegra, J., Lapedra, R. ve Chiva, R. (2006). “A Measurement Scale for Product Innovation Performance”. *European Journal of Innovation Management*, 9(4), 333-346.
- Alexander, J. A., Weiner, B. J., Shortell, S. M., Baker, L. C. ve Becker, M. P. (2006). “The Role of Organizational Infrastructure in Implementation of Hospitals’ Quality Improvement”. *Hospital Topics*, 84(1), 11-20.
- Alpar, R. (2013). *Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistiksel Yöntemler*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Alpar, R. (2014). *Spor, Sağlık ve Eğitim Bilimlerinden Örneklerle Uygulamalı İstatistik ve Geçerlik-Güvenirlik*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Amara, N., Landry, R., Becheikh, N. ve Ouimet, M. (2008). “Learning and Novelty of Innovation in Established Manufacturing SMEs ”. *Technovation*, 28(7), 450-463.
- Anonymous. (2002). *A Century of Innovation: The 3m Story*. <http://Multimedia.3m.Com/Mws/Media/171240o/3m-Century-Of-Innovation-Book.Pdf> (Erişim Tarihi: 9 Aralık 2017).
- Antoncic, B. (2007). “İntrepreneurship: A Comparative Structural Equation Modeling Study”. *Industrial Management&Data Systems*, 107(3), 309-325.
- Antoncic, B. ve Hisrich, R. D. (2001). “İntrepreneurship: Construct Refinement and Cross-Cultural Validation”. *Journal of Business Venturing*, 16, 495-527.
- Antoncic, B. ve Hisrich, R. D. (2003). “Clarifying The İntrepreneurship Concept”. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10(1), 7-24.
- Arslan, T. (2012). *İnovasyon İle İç Girişimcilik Etkileşimi: Bilişim 500 Şirketlerinde Bir Araştırma*. Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi, Isparta.

- Atuahene-Gima, K. (1996). “Differential Potency of Factors Affecting Innovation Performance in Manufacturing and Services Firms in Australia”. *Journal of Product Innovation Management*, 13(1), 35-52.
- Avlonitis, G. J., Papastathopoulou, P. G. ve Gounaris, S. P. (2001). “An Empirically-Based Typology of Product Innovativeness for New Financial Services: Success and Failure Scenarios”. *Journal of Product Innovation Management*, 18(5), 324-342.
- Ayazlar, G. (2012). *Otel İşletmelerinde Örgütsel Öğrenme ve Bilgi Paylaşımının Hizmet İnovasyon Performansına Etkisi: Kuşadası 5 Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma*. Doktora Tezi, Adnan Menderes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aydın.
- Barutçugil, İ. S. (1981). *Teknolojik Yenilik ve Araştırma–Geliştirme Yönetimi*. Bursa: Bursa Üniversitesi Basımevi.
- Basım, N., Şeşen, H. ve Meydan, C. H. (2009). “Öğrenen Örgüt Algısının Örgüt İçi Girişimciliğe Etkisi: Kamuda Bir Araştırma”. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 64(3). 27-44.
- Başar, M. ve Tosunoğlu, B. T. (2006). “Değer Yaratımında İç Girişimciliğin Değişen Boyutu: Bilgi Girişimcilerinin Rolü”. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1 (1), 123-134.
- Başar, M., Ürper, Y. ve Tosunoğlu, B. T. (2013). *Girişimcilik*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi, Web-Ofset Tesisleri.
- Behram, K. N. ve Özdemirci, A. (2014). “The Empirical Link Between Environmental Conditions, Organizational Culture, Corporate Entrepreneurship and Performance: The Mediating Role of Corporate Entrepreneurship”. *International Journal of Business and Social Science*, 5(2), 264-276.
- Bessant J. ve Tidd, J. (2007). *Innovation and Entrepreneurship*. Chichester, West Sussex, UK: John Wiley & Sons.
- Boer, H. ve During, W. E. (2001). “Innovation, What Innovation? A Comparison Between Product, Process and Organisational Innovation”. *International Journal of Technology Management*, 22, 83-107.
- Brazeal, D. V. (1993). “Organising for Internally Developed Corporate Ventures”. *Journal of Business Venturing*, 8,75-90
- Burgelman, Robert A. (1983). “A Process Model of Internal Corporate Venturing in The Diversified Major Firm”. *Administrative Science Quarterly*, 28, 223-244.
- Büte, M. (2008). “Örgütsel Faktörlerin İç Girişimcilik Üzerine Etkileri”. *Ekev Akademi Dergisi*, 37, 41-60.
- Carrier, C. (1996). “Intrapreneurship in Small Businesses: An Exploratory Study”. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21(1), 5-20.
- Chell, E., Hawort, J. ve Brearley, S. (1991). *The Entrepreneurial Personality*. London: Routledge.
- Chen J., Zhu Z. ve Anquan W. (2005). “A System Model For Corporate Entrepreneurship”. *International Journal of Manpower*, 26 (6), 529-543.

- Christensen, K. S. (2004). "A Classification of The Corporate Entrepreneurship Umbrella: Labels and Perspectives". *Int. J. Management Enterprise Development*, 1(4), 301-315.
- Covin, J. G. ve Covin T. (1990). "Competitive Aggressiveness, Environmental Context, and Small Firm Performance". *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 4(4), 35-50.
- Covin, J. G. ve Miles, M. P. (1999). "Corporate Entrepreneurship and The Pursuit of Competitive Advantages". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(3), 47-63.
- Covin, J. G. ve Slevin, D. P. (1991). "A Conceptual Model of Entrepreneurship As Firm Behavior". *Entrepreneurship Theory and Practic*, 16(1). 7-25.
- Çokluk, Ö., Şekercioğlu, G. ve Büyüköztürk, Ş. (2012). *Sosyal Bilimler İçin Çok Değişkenli İstatistik*. Ankara: Pegem Akademi.
- Damanpour, F. (1991). "Organizational Innovation: A Meta-Analysis of Effects of Determinants and Moderators". *Academy of Management Journal*, 34(3), 555-590.
- Davila, T., Epstein, M. J. ve Shelton, R. (2009). *Making Innovation Work How to Manage it, Measure it and Profit From it*. New Jorsy Nj: Prentice Hall.
- De Jong, J. P. J. ve Vermeulen P. A. M. (2003). "Organizing Successful New Service Development: A Literature Review". *Management Decision*, (41)9, 844-858.
- De Jong, J. P. J., Bruins, A., Dolfsma, W. ve Meijaard, J. (2003). *Innovation in Service Firms Explored: What, How and Why*. Zoetermeer: Eim Business and Policy Research.
- Demiroğlu, Y. (2007). *Firma Davranışı Olarak Girişimcilik*, Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Dess, G. G., Ireland, R. D., Zahra, S. A., Floyd, S. W., Janney, J. J. ve Lane, P. J. (2003). "Emerging Issues in Corporate Entrepreneurship". *Journal of Management*, 29(3) 351-378.
- Dewar, R. D. ve Dutton, J. E. (1986). "The Adoption of Radical and Incremental Innovations: An Empirical Analysis". *Management Science*, 32(11), 1422–1433.
- Dias, C. ve Escoval, A. (2013). "Improvement of Hospital Performance Throughinnovation: Toward the Value of Hospital Care". *The Health Care Manager*, 32(3), 268-279.
- Dobni, C. B. (2008). "Measuring Innovation Culture in Organizations: The Development of A Generalized Innovation Culture Construct Using Exploratory Factor Analysis". *European Journal of Innovation Management*, 11(4), 539-559.
- Drucker, P. F. (2017). *İnovasyon ve İç Girişimcilik Uygulama ve İlkeleri*. (Çev. İ. Gülfidan). İstanbul: Optimist Kitap. (Eserin orijinali 1996' da yayımlanmıştır).
- Durna, U. (2002). *Yenilik Yönetimi*. Ankara: Nobel Yayınları.

- Edquist, C., Hommen, L. ve Mckelvey, M. (2001). *Innovation and Employment: Process Versus Product Innovation*. Cheltenham: Edward Elgar Publishing.
- Ergün, E., Bulut Ç., Alpkın, L. ve Demircan, N. (2004). Connecting The Link Between Corporate Entrepreneurship and Innovative Performance”. *Global Business and Technology Association. Cape Town, South Africa*, June, 259-264.
- Esser, I. ve Olsen, K. M. (2012). “Perceived Job Quality: Autonomy and Job Security Within A Multi-Level Framework”. *European Sociological Review*, 28(4), 443-454.
- Fitzsimmons, J. R., Douglas, E. J., Antoncic, B. ve Hisrich, R. D. (2005). “Intrapreneurship in Australian Firms”. *Journal of Management & Organization*, 11(1), 17-27.
- Freel, M. S. (2005). “Patterns of Innovation and Skills in Small Firms”. *Technovation*, 25(2), 123-134.
- Friedman, J. P. (1994). *Dictionary of Business Terms*. (İkinci Baskı). New York, Ny: Barron’s.
- Gapp, R. ve Fisher, R. (2007). “Developing An Intrapreneur-Led Three-Phase Model of Innovation”. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 13(6), 330-348.
- García-Goñi, M., Maroto, A. ve Rubalcaba, L. (2007). “Innovation and Motivation in Public Health Professionals”. *Health Policy*, 84, 344-358.
- Gilbert, J. T. (1994). “Choosing An Innovation Strategy: Theory and Practice”. *Business Horizons*, 37(6), 16-22.
- Goodale, J. C., Kuratko, F. D., Hornsby, J. S. ve Covin, J. G. (2011). “Operations Management and Corporate Entrepreneurship: The Moderating Effect of Operations Control on The Antecedents of Corporate Entrepreneurial Activity İnrelation To Innovation Performance”. *Journal of Operations Management*, 29, 116-127.
- Guth, W. D. ve Ginsberg, A. (1990), “Guest Editors’ Introduction: Corporate Entrepreneurship”. *Strategic Management Journal*, 11, 5-15.
- Güleş, K. H. ve Bülbül, H. (2004). *Yenilikçilik*. Ankara: Nobel Yayınları.
- Güney, S. (2008). *Girişimcilik Temel Kavramları ve Bazı Güncel Konular*. Ankara: Siyasal Kitap Evi.
- Gürbüz, S., Bekmezci, M. ve Mert, İ. S. (2010). “Örgütsel Faktörlerin İç Girişimciliğe Etkisi: İş Tatminini Aracı Değişken mi?” *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(2), 127-135.
- Hadjimanolis, A. ve Dickson, K. (2000). “Innovation Strategies of Smes in Cyprus, A Small Developing Country”. *International Small Business Journal*, 18(4), 62-79.
- Hage, J. T. (1999). “Organizational Innovation and Organizational Change”. *Annual Review of Sociology*, 25(1), 597-622.

- Halbesleben, J. R. B., Novicevic, M. M., Harvey, M. G. ve Buckley, M. R. (2003). "Awareness of Temporal Complexity in Leadership of Creativity and Innovation: A Competency-Based Model". *The Leadership Quarterly*, 14, 433-454.
- Hamel, G. (2006). "The Why, What and How of Management Innovation". *Harvard Business Review*, 84(2), 72-84.
- Hart, S. L. ve Milstein M. B. (1999). "Global Sustainability and The Creative Destruction of Industries". *Sloan Management Review*, 41(1), 23-33.
- Hisrich, R. D. ve Peters, M. P. (1995). *Entrepreneurship—Starting Developing and Managing A New Enterprise*. ABD: Irwin Publishing.
- Hisrich, R. D. ve Peters, M. P. (2002). *Entrepreneurship*. Newyork, Ny: Mc Graw Hill International Edition.
- Hjalager, A.M. (2002). "Repairing Innovation Defectiveness in Tourism". *Tourism Management*, 23, 465-474.
- Hobday, M., Rush, H. ve Bessant, J. (2004). "Approaching The Innovation Frontier in Korea: The Transition Phase to Leadership". *Research Policy*, 33(10), 1433-1457.
- Hornsby, J. S., Naffziger, D. W., Kuratko, D. F. ve Montagno, R. V. (1993). "An Interactive Model of The Corporate Entrepreneurship Process". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(2): 29-37.
- Hu, M. L. M., Horng, J. S. ve Christine Sun, Y. H. (2009). "Hospitality Teams: Knowledge Sharing and Service Innovation Performance". *Tourism Management*, 30(1), 41-50.
- Hussain, K., Konar, R. ve Ali, F. (2016). "Measuring Service Innovation Performance Through Team Culture and Knowledge Sharing Behaviour in Hotel Services: A Pls Approach". *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 224, 35-43.
- Ireland, R. D., Hitt, M. A. ve Sirmon, D. G. (2003). "A Model of Strategic Entrepreneurship: The Construct and Its Dimensions". *Journal of Management*, 29(6), 963-989.
- Işık, Nihat., Işık, H. B. ve Kılınç, C. E. (2015). "Girişimcilik ve İnovasyon İlişkisi: Teorik Bir Değerlendirme". *Ekonomi, İşletme, Siyaset ve Uluslararası İlişkiler Dergisi*, 1(2), 57-90.
- İraz, R. (2010). *Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve Kobiler*. Konya: Çizgi Kitabevi.
- Johne, A. (1999). "Successful Market Innovation". *European Journal of Innovation Management*, 2(1), 6-11.
- Johne, A. ve Storey, C. (1998). "New Service Development: A Review of The Literature and Annotated Bibliography". *European Journal of Marketing*, 32(3-4), 184-251.
- Kırım, A. (2006). *Deneyim İnovasyonu*. İstanbul: Sistem Yayıncılık.

- Knight, G. A. (1997). "Cross-Cultural Reliability and Validity A Scale To Measure Firm Entrepreneurial Orientation". *Journal of Business Venturing*, 12(3), 213-225.
- Kuratko, D. F. ve Montagno, R. V. (1989). "The Intrapreneurial Spirit". *Training and Development Journal*, 43(10), 83-87.
- Kuşat, N. ve Kösekaşyaoğlu L. (2012). "Gıda Sektöründe Firmaların İnovasyon Kararlarını Olumsuz Yönde Etkileyen Faktörler Üzerine Bir İnceleme: Batı Akdeniz Bölgesi Örneği". *Neşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2012(1), 180-205.
- Lassen, A. H. Gertsen, F. ve Rııs, J. O. (2006). "The Nexus of Corporate Entrepreneurship and Radical İnnovation". *Creativity and İnnovation Management*, 15(4), 359-372.
- Lassen, A. H. (2007). "Corporate Entrepreneurship: An Empirical Study of The Importance of Strategic Considerations in The Creation of Radical İnnovation". *Managing Global Transition*, 5(2), 109-131.
- Lee, S. H ve Hong, A. E. (2014). "Factors Affecting Hospital Employees' Knowledge Sharing İntention and Behavior, and İnnovation Behavior". *Osong Public Health and Research Perspectives*, 5(3), 148-155.
- Lega, F. (2009). "Strategic, Organisational and Managerial İssues Related To İnnovation, Entrepreneurship and İnapreneurship in The Hospital Context: Remarks From The Italian Experience". *Journal of Management & Marketing in Healthcare*, 2(1), 77-93.
- Leifer, R., O'connor, G. C. ve Rice, M. (2001). "Implementing Radical İnnovation in Mature Firms: The Role of Hubs". *The Academy of Management*, 15(3), 102-113.
- Li, X. ve Zheng, Y. (2014). "The İnfluential Factors of Employees' İnnovative Behavior and The Management Advices". *Journal of Service Science and Management*, 7, 446-450.
- Luecke, R. (2008). *İş Dünyasında Yenilik ve Yaratıcılık*. (Çev. T. Parlak). İstanbul: İş Bankası Yayınları. (Eserin orijinali 2003'te yayımlanmıştır).
- Lumpkin, G. T. ve Dess, G. G. (1996). "Clarifying The Entrepreneurial orientation Construct and Linking It To Performance". *Academy of Management Review*, 21(2), 135-172.
- Maccallum, R. C. ve Austin, J. T. (2000). "Applications of Structural Equation Modeling in Psychological Research". *Annual Review of Psychology*, 51, 201-226.
- Macrae, N. (1976). The Coming Entrepreneurial Revolution". *The Economist*, 25-31, December, 41-65.
- Matear, S., Gray, B. J. ve Garrett, T. (2004). "Market Orientation, Brand İvestment, New Service Development, Market Position and Performance For Service Organisations". *International Journal of Service Industry Management*, 15(3), 284-301.

- Mcfadzean., E. O'loughlin, A. ve Shaw. E. (2005). "Corporate Entrepreneurship and Innovation". *European Journal of Innovation Management*, (8)3, 350-372.
- Meeus, M. T. H. ve Oerlemans, L. A. G. (2000). "Firm Behaviour and Innovative Performance: An Empirical Exploration of The Selection-Adaptation Debate". *Research Policy*, 29, 41-58.
- Meydan, C. H. ve Şeşen, H. (2011). *Yapısal Eşitlik Modellemesi – Amos Uygulamaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Miles, M. P. ve Covin, J. G. (2002). "Exploring The Practice of Corporate Venturing: Some Common Forms and Their Organizational Implications". *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21-40.
- Miller, D. ve Friesen P. H. (1983). Strategy-Making and Environment: The Third Link". *Strategic Management Journal*, 4(3), 221-235.
- Mumford, M. D. (2000). "Managing Creative People: Strategies and Tactics For Innovation". *Human Resource Management Review*, 10(3), 313-351.
- Müftüoğlu, T. (2003). *Girişimciler İçin İşletme Yönetimi*. (Editör: Tülin Durukan), Ankara: Gazi Kitap Evi.
- Naktiyok, A. (2004). *İç Girişimcilik*. İstanbul: Beta Yayıncılık.
- Naktiyok, A. ve Bayrak Kök, S. (2006). "Çevresel Faktörlerin İç Girişimcilik Üzerine Etkileri". *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 8(2), 77-96.
- Norman, D. A. ve Verganti, R. (2014). "Incremental and Radical Innovation: Design Research vs. Technology and Meaning Change". *Design Issues*, 30(1), 78-96
- Norton, W. ve Moore, W. (2006). "The Influence of Entrepreneurial Risk Assessment on Venture Launch Or Growth Decisions". *Small Business Economics*, 26 (3), 215-226.
- Oecd. (2006). *Yenilik Verilerinin Toplanması ve Yorumlanması İçin İlkeler*. Oslo Klavuzu, 3. Baskı, Tübitak.
- Orfila-Sintes, F. ve Mattsson, J. (2009). "Innovation Behavior in The Hotel Industry". *Omega*, 37, 380-394.
- Ottenbacher, M. ve Gnoth, J. (2005). "Develop Successful Hospitality Innovation, Cornell Hotel and Restaurant Adminis". *How To Tration Quarterly*, 46(2), 205-222.
- Ottenbacher, M. C ve Robert J. H. (2010). "Strategies For Achieving Success For Innovativeversus Incremental New Services". *Journal of Services Marketing*, 24(1), 3-15.
- Öktem, M. K., Leblebici, D. N., Arslan, M., Kılıç, M. ve Aydın, M. D. (2003). "Girişimci Örgütsel Kültür ve Çalışanların İç Girişimcilik Düzeyi: Uygulamalı Bir Çalışma". *Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 21(1) , 169-188.

- Ören, K. ve Biçkes, M. (2011). “Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Potansiyeli Üzerindeki Etkileri: Nevşehir’deki Yükseköğrenim Öğrencileri Üzerinde Yapılan Bir Araştırma”. *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi*, 16(3), 67-86.
- Özdemirci, A. (2011). “Corporate Entrepreneurship and Strategy Process: A Performance Based Research on İstanbul Market”. *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 24, 611-626.
- Özer, Ö. (2011). *Kurumsal Girişimcilik ve İşletme Performansı İlişkisi: Dört ve Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Uygulama*. Doktora Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Padmore, T., Schuetze, H. ve Gibson, H. (1998). “Modeling Systems of Innovation: An Enterprise-Centered View”. *Research Policy*, 26(6), 605-624.
- Pakdemir, I., Koçoğlu, M. ve Gürkan G. Ç. (2014). “Özerklik ve Ödüllendirme Algılarının Çalışan Performansı Üzerindeki Etkisinde Çalışanın İnovasyona Yönelik Davranışının Aracılık Rolüne Yönelik Bir Araştırma”. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 43(2), 332-350.
- Papatya, G., Papatya N. ve Hamşioğlu, A. B. (2016). “Girişimci Yönlülük, İç-Girişimcilik ve İşletme Performans İlişkisi: Türkiye Tekstil Sektörü İşletmelerinde Bir Araştırma”. *Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 34(4), 19-48.
- Pearce, J. W. ve Carland, J. W. (1996). “Intrapreneurship and Innovation in Manufacturing Firms: An Empirical Study of Performance Implications”. *Academy of Entrepreneurship Journal*, 1(2), 87-96.
- Peterková, J. ve Gruberová, V. (2012). “Proactive Innovative Strategy”. *China-USA Business Review*, 11(2), 225-236.
- Pinchot, Gifford III (1985); *Intrapreneuring: Why You Don't Have To Leave The Corporation To Become An Entrepreneur*. New York: Harper and Row.
- Popa, I. L., Preda, G. ve Boldea. M. (2010). “A Theoretical Approach of The Concept of Innovation”. *Managerial Challenges of The Contemporary Society*, 2010(1), 151-156.
- Porter, M. E. (1990). “Competitive Advantage of Nations”. *Harvard Business Review*, 73-91.
- Porter, M. E. (1998). *The Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance*. Newyork, Ny: Free Press.
- Praag, C. M. V. (1999). “Some Classic Views on Entrepreneurship”. *De Economist*, 147(3), 311-335.
- Raadabadi, M., Fayaz-Bakhsh, A., Nazari, A., Mousavi, S. M. ve Fayaz-Bakhsh, M. (2014). “Organizational Entrepreneurship and Administrators of Hospitals: Case Study of Iran”. *Global Journal of Health Science*, 6(3), 249-255.
- Rice, G. (2006). “Individual Values, Organizational Context, and Self-Perceptions of Employee Creativity: Evidence From Egyptian Organizations”. *Journal of Business Research*, 59, 233-241.

- Rice, M. ve Veryzer, R. (2000). *Radical Innovation*. Boston, Harvard Business School Press.
- Rogers, E. M. (1983). *Diffusion of Innovations*. (Üçüncü Baskı). New York, Ny: Free Press.
- Russell, R. D. (1999). “Developing A Process Model of Intrapreneurial Systems: A Cognitive Mapping Approach”. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(3), 65-84.
- Saleh, S. ve Wang, C. K. (February 1993). “The Management of İnnovation: Strategy, Structure, and Organizational Climae”. *Ieee Transactions on Engineering Management*, 40(1), 14-21.
- Salge, T. O. (2012). “The Temporal Trajectories of İnnovative Search: İnsights From Public Hospital Services”. *Research Policy*, 41, 720-733.
- Sathe, V. (1989). “Fostering Entrepreneurship in The Large, Diversified Firm”. *Organizational Dynamics*, 18(1), 20-32.
- Schuler, R. S. (1986). “Fostering and Facilitating Entrepreneurship in Organizations: İmplications For Organization Structure and Human Resource Management Practices”. *In Human Resource Management*, 25(4), 607-629.
- Schumpeter, J. A. (1934). *The Theory of Economic Development*. Cambridge Mass: Harvard University Press.
- Scott, S. ve Bruce, R. (1994). “Determinants of İnnovative Behavior: A Path Model of İndividual İnnovation in the Workplace, *The Academy of Management Journal*, 37, 580-607.
- Sharma, P. ve Chrisman, S. J. J. (2007). “Toward A Reconciliation of The Definitional İssues in The Field of Corporate Entrepreneurship”. *Entrepreneurship*, 83-103.
- Shaw, E., O'loughlin, A. ve Mcfadzean, E. (2005). “Corporate Entrepreneurship and İnnovation: A Role-and Process-Based Approach”. *European Journal of Innovation Management*, 8(4), 393-408.
- Soyşekerci, S. (2013). *Uygulamalar ve Şirket Örnekleri ile Girişimcilik*. İstanbul: Kriter Yayın Evi.
- Şeşen, H. ve Basım, H. N. (2012). Demografik Faktörler ve Kişiliğin Girişimcilik Niyetine Etkisi: Spor Bilimleri Alanında Öğrenim Gören Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma, *Ege Academic Review*, 12, 21-28.
- Tengilimoğlu, D., Atilla, A. ve Bektaş, M. (2013). *İşletme Yönetimi*. Ankara: Şeçkin Kitap Evi.
- Tether, S. B. (2005). “Do Services İnnovate (Differently)? İnsights From The European İnnobarometer Surveys”. *Industry and Innovation*, 12(2), 153-184.
- Thornberry, N. (2001). “Corporate Entrepreneurship: Antidote Or Oxymoron?”. *European Management Journal*, 19(5), 526-533.

- Tidd, J. (2001). "Innovation Management in Context: Environment, Organization and Performance". *International Journal of Management Reviews*, 3(3), 169-183.
- Tiwari, R. (2007) . "The Early Phases of Innovation: Opportunities and Challenges in Public-Private Partnership". *Asia Pacific Tech Monitor*, 24(1), 32-37.
- Top, S. (2012). *Girişimcilik Keşif Süreci*. İstanbul: Beta.
- Toraman, C., Abdioğlu, H. ve İşgüden, B. (2009). "İşletmelerde İnovasyon Sürecinde Entelektüel Sermaye ve Yönetim Muhasebesi Kapsamında Değerlendirilmesi". *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi*, 11(1), 91-120.
- Trott, P. (2005). *Innovation Management and New Product Development*. (Üçüncü Baskı). London: Prentice Halls.
- Trott, P. ve Hartman, D. (2013). Open Innovation: Old Ideas in A Fancy Tuxedo Remedy A False Dichotomy. In J. Tidd (Ed.), *Open Innovation Research, Management and Practice*. London: Imperial College Press. 359-386.
- Tushman, M. ve Nadler, D. (1986). "Organizing For Innovation". *California Management Review*, 28(3), 74-92.
- Tushman, M. ve O'reilly, C. (1997). *Winning Through Innovation: A Practical Guide To Leading Organizational Change and Renewal*. Boston, MA: Harvard Business School Press.
- Utterback, J. M. ve Abernathy, J. W.(1975). "A Dynamic Model of Process and Product Innovation". *Omega*, (3)6, 639-656.
- Uzkurt, C. (2008). *Pazarlamada Değer Yaratma Aracı Olarak Yenilik Yönetimi ve Yenilikçi Örgüt Kültürü*. İstanbul: Beta Basım.
- Uzkurt, C. ve Şen, R. (2012). "Örgüt Kültürü ve Örgütsel Yeniliğin Pazarlama Yeniliğine Etkisi: Gazlı İçecek Sektöründe Bir Araştırma". *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(3), 27-50.
- Wiklund, J. (1999). The Sustainability of The Entrepreneurial Orientation Performance Relationship". *Entrepreneurship: Theory & Practice*, 24(1), 37-48.
- Wu, I. L. ve Hsieh, P. J. (2011). "Understanding Hospital Innovation Enabled Customer-Perceived Quality of Structure, Process, and Outcome Care". *Total Quality Management*, 22(2), 227-241.
- Yazgan, A. E., Erdirençelebi, M. ve Şendoğdu, A. A. (2016) "Şirket İçi Girişimcilik İkliminin Şirket Performansına Etkisine Yönelik Bir Araştırma". *Karamanoğlu Mehmet Bey Üniversitesi Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 18(30), 57-64.
- Yeşil, S., Doğan, İ. F. ve Doğan, Ö. (2016). "Örgüt Kültürünün Girişimcilik Yönelimi ile Örgütsel Performans Üzerindeki Etkisi: Kahramanmaraş İli Tekstil Sektörü Örneği". *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 14(1), 150-172.
- Yiğit, S. ve Özyer, K. (2011). "Sürdürülebilir Rekabet Kaynağı Olarak Bilgi". *Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 21(1), 333-360.

- Yurtsever, G., Atış, C. ve Yurtsever Ş. (2006). *Girişimcilik*. Adana: Karahan Kitap Evi.
- Zahra, S. A. (1991). “Predictors and Financial Outcomes of Corporate Entrepreneurship: An Exploratory Study”. *Journal of Business Venturing*, 6, 259-285.
- Zahra, S. A. ve Covin, J. G. (1995). “Contextual Influences on The Corporate Entrepreneurship-Performance Relationship: A Longitudinal Analysis”. *Journal of Business Venturing*, 10(1), 43-58.
- Zahra, S. A. (1993). “A Conceptual Model of Entrepreneurship As Firm Behavior: A Critique and Extension”, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 17(4), 5-21.
- Zhao, F. (2005). “Exploring The Synergy Between Entrepreneurship and Innovation”. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 11(1), 25-41.
- Zorlu, K. ve Tetik, F. (2018). “Girişimci Liderlik Davranışının Çalışan Yaratıcılığına Etkisi”. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 3, 297-307.

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1.1. İç Girişimcilik Alan Modeli.....	14
Şekil 1.2. İşletme Davranış Modeli (Covin-Slevin).....	15
Şekil 1.3. İşletme Davranış Modeli (Zahra).....	16
Şekil 1.4. İnteraktif İç Girişimcilik Modeli.....	17
Şekil 1.5. İç Girişimcilik ve Performans Modeli (Zahra)	19
Şekil 1.6. İç Girişimcilik ve Performans Modeli (Lumpkins ve Dess).....	20
Şekil 1.7. İç Girişimciliğe Kişisel ve Örgütsel Faktörlerin Etki Model.....	21
Şekil 1.8: İç Girişimcilik Sistem Modeli.....	21
Şekil 2.1. Radikal ve Aşamalı İlerleme.....	33
Şekil 3.1. Makro Model	54
Şekil 3.2. Mikro Model	56
Şekil 3.3. Bütünleşik İç Girişimcilik ve İnovasyon Modeli.....	59
Şekil 4.4. Lassen Bütünleştirici Model	60
Şekil 4.1. Araştırma Modeli	67
Şekil 4.2. İkincil Düzey Çok Faktörlü İç Girişimcilik Modeli	80
Şekil 4.3. İkincil Düzey Çok Faktörlü Örgütsel Faktör Modeli.....	82
Şekil 4.4. İkincil Düzey Çok Faktörlü Hizmet İnovasyon Performans Modeli	84
Şekil 4.5. Test Edilmek İstenen Ön Model	106
Şekil 4.6. Araştırmaya Ait Yapısal Eşiklik Modellemesi	107

TABLolar LİSTESİ


Tablo 1.1: İç Girişimcilik Boyutları ve Tanımları	24
Tablo 2.1. İnovasyon Stratejilerin Özellikleri.....	41
Tablo 4.1: Yapısal Eşitlik Modellemesinde Kullanılan Şekil ve Anlamları.....	74
Tablo 4.2: Ölçek Kodlamaları.....	75
Tablo 4.3: Yapısal Eşitlik Modellemesi Uyum İndeksleri.....	76
Tablo 4.4: İç Girişimcilik Ölçeğine İlişkin Faktör ve Güvenilirlik Analizi.....	78
Tablo 4.5: İç Girişimcilik Modeli Uyum İndeks Değerleri.....	79
Tablo 4.6: Örgütsel Faktörler Ölçeği Faktör ve Güvenilirlik Analiz Sonuçları	81
Tablo 4.7: İkincil Düzey Çok Faktörlü Örgütsel Faktörler Modeli	82
Tablo 4.8: Hizmet İnovasyon Performans Ölçeğine ait Faktör ve Güvenilirlik Analiz Sonuçları	83
Tablo 4.9: Hizmet İnovasyon Performansı Modeli Uyum İndeks Değerleri.....	84
Tablo 4.10: Mesleki ve Demografik Özellikler	85
Tablo 4.11: İç Girişimciliğe İlişkin Değerlendirmeler.....	86
Tablo 4.12: Örgütsel Faktörlere İlişkin Değerlendirmeler.....	87
Tablo 4.13: Hizmet İnovasyon Performansına İlişkin Değerlendirmeler	88
Tablo 4.14: İç Girişimcilik, Örgütsel Faktörler ve Hizmet İnovasyon Performansı ile Alt Boyutlara İlişkin Puanlarının Cinsiyete Göre Dağılımı ve Karşılaştırılması.....	90
Tablo 4.15: İç Girişimcilik, Örgütsel Faktörler ve Hizmet İnovasyon Performansı ile Alt Boyutlara İlişkin Puanlarının Yaş Gruplarına Göre Dağılımı ve Karşılaştırılması	91
Tablo 4.16: İç Girişimcilik, Örgütsel Faktörler ve Hizmet İnovasyon Performansı ile Alt Boyutlara İlişkin Puanlarının Çalışma Sürelerine Göre Dağılımı ve Karşılaştırılması	93
Tablo 4.17: İç Girişimcilik, Örgütsel Faktörler ve Hizmet İnovasyon Performansı ile Alt Boyutlara İlişkin Puanlarının Eğitim Durumuna Göre Dağılımı ve Karşılaştırılması	95
Tablo 4.18: İç Girişimcilik, Örgütsel Faktörler ve Hizmet İnovasyon Performansı ile Alt Boyutlara İlişkin Puanların Meslek Gruplarına Göre Dağılımı ve Karşılaştırılması	96

Tablo 4.19: İç Girişimcilik, Örgütsel Faktörler ve Hizmet İnovasyon Performansı ile Alt Boyutlara İlişkin Puanların Birimlere Göre Dağılımı ve Karşılaştırılması	98
Tablo 4.20: İç Girişimcilik ve Örgütsel Faktörler Alt Boyutlarının Hizmet İnovasyon Davranışı Üzerine Etkisini Belirlemek Üzere Yapılan Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları.....	100
Tablo 4.21: İç Girişimcilik ve Örgütsel Faktörler Alt Boyutlarının Yeni Hizmet Geliştirmeye Etkisini Belirlemek Üzere Yapılan Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları	101
Tablo 4.22: İç Girişimcilik ve Örgütsel Faktörler Alt Boyutlarının Hizmet İnovasyon Performansına Etkisini Belirlemek Üzere Yapılan Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları	102
Tablo 4.23: İç Girişimcilik ve Örgütsel Faktör Alt Boyutları, Hizmet İnovasyon Davranışı ve Yeni Hizmet Geliştirme Değişkenleri Arasındaki Pearson Kolerasyon Katsayıları	103
Tablo 4.24: Örgütsel Faktör Alt Boyutları ile İç Girişimcilik Arasındaki Pearson Korelasyon Katsayıları.....	104
Tablo 4.25: Örgütsel Faktörlerin İç Girişimciliğe Etkisini Belirlemek Üzere Yapılan Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları	105
Tablo 4.26: Araştırma Modelinin Uyum İndeks Değerleri.....	108
Tablo 4.27: Doğrudan, Dolaylı ve Toplam Etkiler	109
Tablo 4.28: Hipotez Testi Sonuçları	110

EKLER

EK 1: İzin Formu

Kamu Hast

	<p style="text-align: center;">TÜRKİYE KAMU HASTANELERİ KURUMU BATMAN İLİ KAMU HASTANELERİ BİRLİĞİ GENEL SEKRETERLİĞİ BATMAN BÖLGE DEVLET HASTANESİ</p> <p style="text-align: center;">BİLİMSEL ARAŞTIRMA ÖN İZİN FORMU</p>
---	---

1. Araştırma Sahibinin	Adı Soyadı/Unvanı: Erhan EKİNGEN
	Kurumu: LEFKE AVRUPA ÜNİVERSİTESİ(DOKTORA) BATMAN ÜNİVERSİTESİ
2. Araştırmanın statüsü	<input type="checkbox"/> Klinik Araştırma <input type="checkbox"/> Girişimsel Olmayan Klinik Araştırma <input checked="" type="checkbox"/> Bilimsel Araştırma ve Projeler <input type="checkbox"/> Tezsiz Yüksek Lisans Projesi <input checked="" type="checkbox"/> Doktora Tezi <input type="checkbox"/> Lisans Bitirme Projesi <input type="checkbox"/> Uzmanlık Tezi <input type="checkbox"/> Yüksek Lisans Tezi <input type="checkbox"/> Bireysel Araştırma Projesi <input type="checkbox"/> Diğer ise, belirtiniz.
3. Araştırmanın Konusu	Sağlık İşletmelerinde İç Girişimcilik ve İnovasyon İlişkisi Kamu Hastanelerinde Bir Araştırma
4. Araştırmanın yapılacağı öngörülen tarih aralığı	01.06.2017- 28.07.2017
5. Araştırmanın yöntemi/veri toplama araçları	Bu araştırmada Bırak - topla yöntemi ile anket çalışması yapılacaktır
6. Araştırmanın evreni/örnekleme	Batman Bölge Devlet Hastanesi Sağlık Çalışanları
7. Sorumlu araştırmacının/danışman anın ünvanı-adı-soyadı	Öğr.Gör.Erhan EKİNGEN/ Yrd.Doç.Dr.M.Ali EKEMEN
8. Diğer araştırmacılar	Adı-soyadı/Unvanı
9. Çalışmaya katılan merkezler (çalışma çok merkezli ise ve belirlenmişse diğer merkezleri belirtiniz)	<input type="checkbox"/> Çok merkez <input checked="" type="checkbox"/> Tek merkez
10. Etik Kurul Kararı	<input type="checkbox"/> Var <input checked="" type="checkbox"/> Yok
11. Ön izin için görüş alınan birim sorumlusu	Adı-soyadı-Ünvanı-Birim adı
12. Diğer belgeler (Belirtiniz)	
13. Diğer hususlar (belirtiniz)	

Tarih : 22.05/2017

BATMAN İLİ KAMU HASTANELERİ BİRLİĞİ
GENEL SEKRETERLİĞİ - BATMAN BÖLGE
DEVLET HASTANESİ

22.05/2017 15.26 - 751.44452-702.99-3805



00045694550

Batman Bölge Devlet Hastanesi
Uzm. Dr. İdris Ali EKEMEN
Hastane Yöneticisi
Dir. Teş. No: 130449
(İmza/Kaşe)

Ek 2: Anket Formu.

Değerli Katılımcı;

Bu anket bilimsel bir araştırmada kullanılmak amacıyla hazırlanmıştır. Araştırmada veri toplamak amacıyla değerli görüşlerinize başvurulacaktır. Araştırmanın doğru sonuçları yansıtması, sorulara içtenlikle vereceğiniz cevaplara bağlı olacaktır. Vereceğiniz cevaplar, bu araştırma dışında başka hiçbir amaçla kullanılmayacak ve araştırmacılar tarafından gizli tutulacaktır. Çalışmaya göstereceğiniz ilgi ve katkılarınızdan dolayı teşekkür ederim.

Öğr. Gör. Erhan EKİNGEN

A- Demografik Değişkenler

1- Yaşınız:				
2- Cinsiyetiniz:	Erkek ()	Kadın ()		
3- Eğitim durumunuz:	Meslek Lisesi ()	Önlisans ()		
	Lisans ()	Y. Lisans ()	Doktora- Uzmanlık ()	
4- Mesleğiniz:				
5- Çalıştığınız birim:				
6- Kaç yıldır çalışıyorsunuz:				
7- Bu hastanede kaç yıldır çalışıyorsunuz:				

B- Aşağıdaki ifadelere ne ölçüde katıldığınızı belirtiniz. (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kısmen Katılmıyorum, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum)

<i>İÇ GİRİŞİMCİLİK</i>	1	2	3	4	5
Kurumda yüksek kazanç olasılığı bulunan projelere karşı güçlü bir eğilim vardır.					
Belirsizlik içeren bir karar verme sürecinde kurumumuz cesur bir tavır sergiler.					
Rekabet ortamında kurumumuz genelde öncü davranır.					
Üst yönetimin, yeni fikir ve ürün/hizmet sunmada güçlü bir eğilimi vardır.					
Kurumumuz sektördeki diğer kurum ve kuruluşlara göre daha fazla agresif olmuştur.					
Kurumumuz diğer sektörler ile işbirliği yapmaktadır.					
Kurumda çeşitli yeni girişimler gerçekleştirmiş veya desteklemiştir.					
Bulduğumuz sektörde, yeni fikir ve ürün/hizmet geliştirerek sektördeki diğer kurum ve kuruluşlara yön vermek kurumumuz açısından önemlidir.					
Kurumda her birim için farklı stratejik planlar geliştirilmiştir.					
Kurumda birimler arası iletişim ve koordinasyon artışını sağlamak için faaliyetlerini yeniden organize edilmiştir.					
Kurumda karlı olmayan çeşitli iş birimleri ortadan kaldırılmıştır.					
Kurumda, yeni ve yaratıcı fikirleri olan kişi, grup veya birimlere uygulama fırsatı verilmektedir.					
Kurumdaki birimler daha fazla bağımsızlaştırılmıştır.					
Kurumda, yeni ve yaratıcı projelerin gelişimi konusundaki kararlar proje ekibi tarafından verilmektedir.					

Ek 2: Anket Formu (Devam).

C- Kurumunuzdaki süreçleri, uygulamaları ve yönetim felsefesini değerlendirerek aşağıdaki ifadelere katılma derecenizi belirtiniz.

ÖRGÜTSEL FAKTÖRLER	1	2	3	4	5
Üst yönetim çalışanların geliştirdiği iş metotlarını kullanmaya isteklidir.					
Üst yönetim fikirlere ve önerilere açık olup, destekler.					
Kendi inovatif fikirleri ile gelen çalışanlar faaliyetleri için yönetimden destek alır.					
Risk alan kişiler başarısız da olsa saygı görür.					
Çalışanların kendi fikrini geliştirmesi teşvik edilir.					
Kurumumuzda departmanlar arası oldukça rahat iletişim kurulabilir.					
İşlerin yapılabilmesi için resmi iletişim kanalları gerektiğinde azaltılabilir.					
Karar alma sürecinde en çok söz hakkının o konuyla ilgili uzman olanlara tanınması yönünde güçlü bir eğilim vardır.					
İşi yapanlara projeye ilgili ayrıntılı gerekçe ve resmi izin olmaksızın karar verme izni verilir.					
Çalışanlara işleri yürütmede kendi metodunu deneme şansı verilir.					
İşleri bitirmek için gerektiğinde resmi süreçler göz ardı edilir.					
Risk alma olumlu bir özellik olarak kabul edilir.					
Başarısızlıklar bir öğrenme süreci olarak değerlendirilir.					
Başarılı projesi olan kişiler standart ödül sistemi dışında mükâfatlandırılır.					
Yeni ve yaratıcı fikirler geliştiren çalışanlar bu uygulanmamış olsa bile ödüllendirilir.					
İyi bir fikri olan çalışana fikrini geliştirmesi için serbest zaman verilir.					
Kurum tarafından her zaman yeni fikir/projeler için bütçede kaynak yaratılır.					
Çalışanların iş yükü yeni fikirler geliştirmesini engellemeyecek biçimde belirlenmiştir.					

D- Aşağıdaki ifadelere ne ölçüde katıldığınızı belirtiniz.

HİZMET İNOVASYON PERFORMANSI	1	2	3	4	5
Çalışırken işimle ilgili yeni hizmet tekniklerini araştırırım.					
Çalışırken yenilikçi düşünceler üretirim.					
İşyerinde, yenilikleri uygulamak için gerekli olan kaynakları güvence altında tutmaya çalışırım.					
İşyerinde, yaratıcı fikirlerimi çalışma arkadaşlarıma anlatırım.					
İşyerinde, yeni fikirler geliştirmek için, uygulanabilir bir plan oluştururum.					
Genel olarak kendimi çalıştığım bölümün yaratıcı bir üyesi olarak görürüm.					
Mevcut insan gücü, hizmetlerin geliştirilmesi için yeterlidir.					
Bu kurumda yeni işlerin geliştirilmesinden başarılı olan çalışanlar ödüllendirilir.					
Yeni hizmetler geliştirmek için çalıştığım kurum uygun bir ortam sunmaktadır.					
Kurumdaki tüm bölümler yeni işler geliştirmek için iyi bir etkileşime sahiptir.					
Yeni hizmet projeleri yürürlüğe konulduğunda, yöneticiler ve ön plandaki hizmet personeli yakın işbirliği içerisinde dilerler.					
Yeni hizmet geliştirilmesi için kurum bazı kaynaklarını tahsis etmektedir.					
Çalıştığım bölüm, yeni hizmetler geliştirilmesinde profesyoneldir.					
Çalıştığım bölüm tarafından geliştirilen yeni hizmetler, kaynakların kullanım bakımından etkin olur.					

ÖZGEÇMİŞ

Kişisel Bilgiler

Soyadı, Adı :Ekingen, Erhan
Uyruğu :T.C
Doğum Tarihi ve Yeri :1981/BATMAN
Telefon :04882173540
E-mail :erhan.ekingen@batman.edu.tr



Eğitim

Derece	Eğitim Birimi	Mezuniyet Tarihi
Doktora	Van YYÜ İşletme	2019
Yüksek Lisans	Van YYÜ İşletme	2013
Lisans	Hacettepe Üniversitesi Sağlık İdaresi	2004

İş Deneyimi

Yıl	Yer	Görev
2002- 2009	Sağlık Bakanlığına Bağlı Kamu Hastaneleri.	Kalite Koordinatörü
2009- Devam	Batman Üniversitesi, S.H.M. Y., S.K.İ. Programı	Öğr. Görevlisi

Yabancı Dil

İNGİLİZCE

Yayımlanan Makaleler

1. Ekingen, E., Ekemen, M.A., Yıldız, A. ve Korkmazer F. (2018). The effect of intrapreneurship and organizational factors on the innovation performance in hospital, *Revista de Cercetare si Interventie Sociala*, 62, 196-219.
2. Ekingen, E., Yıldız A., Korku, C. ve Korkmazer, F. (2017). Hastanelerde uygulanan performansa dayalı ek ödeme sisteminin çalışanların motivasyonu ve performansına etkisi üzerine bir araştırma, *Dicle Üniversitesi İİBF Dergisi*, 7(12), 71-83.

3. Korkmazer, F. ve Ekingen, E. (2017). Örgütsel yabancılaşma'nın iş tatmini ile ilişkisi: sağlık sektöründe bir uygulama, *The Journal of Academic Social Science Studies*, 63, 459-470.

4. Korkmazer, F., Ekingen, E. ve Yıldız A. (2016). Psikolojik sermayenin çalışan performansına etkisi: Sağlık çalışanları üzerinde bir araştırma, *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 19(3), 271-281.

5. Korkmazer, F., Yıldız, A. ve Ekingen, E. (2016). Sağlık personeli hasta güvenliği kültürü algılarının değerlendirilmesine yönelik bir araştırma. Anemon Muş *Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 4(2), 141-154.

Yayımlanan Bildiriler

1. Ekingen, E., Korkmazer, F. ve Aslan, T. (2018). Sağlık çalışanlarının bilgi paylaşımının hizmet inovasyon davranışına etkisi: Bir kamu hastanesi araştırması *ASOS IV. Uluslararası Sosyal Beşeri ve İdari Bilimler Sempozyumu Özet Kitapçığı*. Isbn: 978-605-2132-34-0. s.302

2. Korkmazer, F., Aslan, T. ve Ekingen, E. (2018). Sağlık çalışanlarının sağlıkta dönüşüm programı ile yaşanan değişime karşı tutumlarının incelenmesi. *IV. ASOS Uluslararası Sağlık ve Spor Bilimleri Sempozyumu Özet Kitapçığı*. Isbn: 978-605-2132-30-2. s.36

3. Yıldız, A., Ekingen, E. ve Korkmazer, F. (2017). Hemşirelerin psikolojik ve yapısal güçlendirme algılarının değerlendirilmesine yönelik bir araştırma. *Dicle Üniversitesi Uluslararası Ekonomi, Siyaset ve Yönetim Sempozyumu (ISEPA) Bildiri Özetleri Kitabı*. Isbn: 978 – 605 – 83573 -1-0, s.188

4. Korkmazer, F. ve Ekingen, E. (2017). Örgütsel yabancılaşmanın iş tatmini ile ilişkisi: Sağlık sektöründe bir uygulama. *ASOS 2. Uluslar Arası Sosyal Bilimler Sempozyumu Özet Kitapçığı*. Isbn: 78-605-82968-6-2. s.855

5. Fırat İ., Çiçek İ. ve Ekingen E.(2017). Genel öz yeterlilik ile bireysel yaratıcılık ilişkisinde MYO öğrencilerinin demografik özelliklerinin rolü. 1. Uluslararası Kültür ve Medeniyet Kongresi Özet Kitap

6. Fırat İ., Çiçek İ. ve Ekingen E.(2017). Öğrencilerin girişimcilik eğilimleri: Meslek Yüksekokulu öğrencileri üzerine bir araştırma. 1. Uluslararası Kültür ve Medeniyet Kongresi Özet Kitap

Hobiler

Yüzme, takım sporları ve hastane ziyaretleri





VAN YÜZÜNCÜ YIL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

LİSANSÜSTÜ TEZ ORJİNALLİK RAPORU

16/09/2019

**İÇ GİRİŞİMCİLİK VE ÖRGÜTSEL FAKTÖRLERİN HİZMET İNOVASYON PERFORMANSINA
ETKİSİ: KAMU HASTANESİNDE BİR UYGULAMA**

Yukarıda başlığı/konusu belirlenen tez çalışmamın Kapak sayfası, Giriş, Ana bölümler ve Sonuç bölümlerinden oluşan toplam 120 sayfalık kısmına ilişkin, 16/09/2019 tarihinde şahsım/tez danışmanım tarafından Turnitin intihal tespit programından aşağıda belirtilen filtreleme uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezin benzerlik oranı % 14 (on dört) tir.

Uygulanan Filtreler Aşağıda Verilmiştir:

- Kabul ve onay sayfası hariç,
- Teşekkür hariç,
- İçindekiler hariç,
- Simge ve kısaltmalar hariç,
- Gereç ve yöntemler hariç,
- Kaynakça hariç,
- Alıntılar hariç,
- Tezden çıkan yayınlar hariç,
- 7 kelimedenden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç (Limit match size to 7 words)

Yüzüncü Yıl Üniversitesi Lisansüstü Tez Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılmasına İlişkin Yönergeyi inceledim ve bu yönergede belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tez çalışmamın herhangi bir intihal içemediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini bilgilerinize arz ederim.

16/09/2019
ERHAN EKİNGEN

Adı Soyadı : ERHAN EKİNGEN
Öğrenci No : 18920013086
Anabilim Dalı : İŞLETME
Programı : İŞLETME
Statüsü : Doktora

**DR. ÖĞR. ÜYESİ
ABDULLAH OĞRAK**

16/09/2019

**ENSTİTÜ ONAYI
UYGUNDUR**

16/09/2019
Doç. Dr. Bekir KOÇLAR
Enstitü Müdürü