



T.C.
GAZİOSMANPAŞA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ÇALIŞANLARIN BİREYSEL YARATICILIK DÜZEYLERİNİN
İÇ GİRİŞİMCİLİK PERFORMANSLARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE
ALGILANAN ÖRGÜTSEL DESTEĞİN ARACILIK ROLÜ

Hazırlayan
Engin KANBUR

İşletme Ana Bilim Dalı
Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı
Doktora Tezi

Danışman
Doç. Dr. Kubilay ÖZYER

TOKAT – 2015



T.C.
GAZİOSMANPAŞA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

ÇALIŞANLARIN BİREYSEL YARATICILIK DÜZEYLERİNİN
İÇ GİRİŞİMCİLİK PERFORMANSLARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE
ALGILANAN ÖRGÜTSEL DESTEĞİN ARACILIK ROLÜ

Hazırlayan
Engin KANBUR

İşletme Ana Bilim Dalı
Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı
Doktora Tezi

Danışman
Doç. Dr. Kubilay ÖZYER

TOKAT – 2015

**ÇALIŞANLARIN BİREYSEL YARATICILIK DÜZEYLERİNİN
İÇ GİRİŞİMCİLİK PERFORMANSLARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE
ALGILANAN ÖRGÜTSEL DESTEĞİN ARACILIK ROLÜ**

Tezin Kabul Ediliş Tarihi: 10/04/2015

Jüri Üyeleri (Unvanı, Adı Soyadı)

İmzası

Başkan : Prof. Dr. Mehmet TIKICI

Üye : Doç. Dr. Kubilay ÖZTER (Danışman)

Üye : Yrd. Doç. Dr. Ali Rıza İNCE

Üye : Yrd. Doç. Dr. Baki DEMİREL

Üye : Yrd. Doç. Dr. Yücel ERGİL

Bu tez, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yönetim Kurulunun 26/03/2015 tarih ve 02. sayılı oturumunda belirlenen jüri tarafından kabul edilmiştir.

Enstitü Müdürü: Prof. Dr. Mustafa ÇOLAK
Enstitü Müdürü

Mühür
İmza

M. Mustafa Çolak

T.C.
GAZİOSMANPAŞA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜ'NE

Bu belge ile, bu tezdeki bütün bilgilerin akademik kurallara ve etik ilkelere uygun olarak toplanıp sunulduğunu, bu kural ve ilkelerin gereği olarak, çalışmada bana ait olmayan tüm veri, düşünce ve sonuçlara atıf yaptığımı ve kaynağını gösterdiğimi beyan ederim.

(10/04/2015)

Engin KANBUR

İmzası

TEŞEKKÜR

Çalışmanın tüm süreçlerinde vizyonu ile cesaretlendirerek çalışmanın coşkusunu sürekli paylaşan, öneri ve katkılarıyla beni bilgilendiren değerli tez danışmanım Doç.Dr. Kubilay ÖZYER'e, akademik öğrenimim boyunca bilgi birikimimi geliştirerek zorlu kariyer yolunda çalışma anlayışlarıyla ve bilgileriyle bana yol gösteren çok değerli tüm hocalarıma teşekkürlerimi sunarım. Bununla birlikte, daima kalbimde olacak, sıcaklığını ve şefkatini her zaman hissedeceğim, her geçen gün daha da özlediğim ve hiçbir zaman hakkını ödeyemeyeceğim rahmetli canım annem Sevim KANBUR'a, varlığı ve desteğiyle yanımda olan babama, hayatıma anlam katan biricik oğlum Korkut Efe KANBUR'a ve bu çalışmaya katkılarının yanı sıra beni bu uzun hayat yolunda yalnız bırakmayan ve hayatta attığım her adımı büyük bir özveriyle benimle paylaşan değerli eşim Dr. Aysun KANBUR'a teşekkürü borç bilirim.

Engin KANBUR

ÖZET

Küreselleşen günümüz iş dünyasında örgütler rakipleriyle rekabet edebilmek ve küresel bir oyuncu olarak hayatta kalabilmek için rakiplerinden farklılaşmalı, özgün olabilmeli, yaratıcı fikirleri ortaya koyup yenilik yapabilmelidirler. Her geçen gün daha da birbirine benzeyen, taklit edilebilen yönetim anlayışları, teknolojileri, ürün yelpazeleri ve sürekli değişen tüketici davranışları karşısında örgütler, çalışanlarına yaratıcılık düzeylerini yükseltebilmesi, iç girişimcilik performanslarını harekete geçirebilmesi ve sürekliliğini sağlayabilmesi için her konuda destek olmalıdırlar. Bireysel yaratıcılığın artmasının çalışanların iç girişimcilik performanslarını (yenilik, risk alma, proaktiflik, özerklik) olumlu bir şekilde etkileyebileceği ve bu durumun sürekli rekabet ortamında örgütlerin başarısında kilit bir rol oynayabileceği söylenebilir.

Bu çalışmanın amacı, çalışanların bireysel yaratıcılık düzeylerinin iç girişimcilik performansları üzerindeki etkisinde, algılanan örgütsel desteğin aracılık rolünün irdelenmesidir. Araştırmanın yapı geçerliliğini test etmek amacıyla faktör analizi, değişkenler arasındaki ilişkiyi ölçmek için korelasyon analizi, nedenselliği ölçmek için regresyon analizi, aracılık rolünü ölçmek için hiyerarşik regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Değişkenler ile katılımcıların demografik özellikleri arasındaki farklılıkları ölçmek için t-testi ve varyans analizlerinden yararlanılmıştır. Araştırmanın sonunda; çalışanların bireysel yaratıcılık düzeyleri ile iç girişimcilik alt boyutları “risk alma ve özerklik” performansları arasındaki ilişkide algılanan örgütsel desteğin aracılık rolünün olmadığı, ancak, çalışanların bireysel yaratıcılık düzeylerinin, iç girişimcilik performansları ve alt boyutları olan “yenilik ve proaktiflik” performansları üzerindeki etkisinde algılanan örgütsel desteğin kısmi aracılık rolünün olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Bireysel yaratıcılık, iç girişimcilik, algılanan örgütsel destek.

ABSTRACT

Organizations in today's globalizing business world should become different and unique from their competitors and present creative ideas for making innovation in order to compete with their rivals and to survive as global actors. Organizations facing more and more copying and imitating management styles, technologies, product spectrums and continuously changing customer behaviors should support their employees in all aspects for increasing their creativity levels, improving intrapreneurship performance and providing sustainability of this performance. Intrapreneurship performance (innovation, risk taking, proactiveness and autonomy) of employees will be affected positively by the development of personal creativity, and this case play a key role of organization's success in the continuous competition environments.

The purpose of this study is to examine the mediating role of perceived organizational support on the effects of personal creativity levels of employees on their intrapreneurship performance. To examine the structural validity of this study, factor analysis; to measure the relationships among the variables, correlation analysis; to measure the causality, regression analysis; to measure the mediating role, hierarchical regression analysis were utilized. In order to measure the dissimilarities between variables and demographics of the participants, t-test and variance analysis were used. In the end of the research it is found that perceived organizational support has no mediation effect on the relationship between personal creativity levels of employees and risk taking and autonomy, however, it has partial mediation effect on the effects of personal creativity levels of employees on their general intrapreneurship performance and innovation and proactiveness as dimensions of intrapreneurship performance.

Key Words: Personal creativity, intrapreneurship, perceived organizational support.

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ETİK SÖZLEŞME	i
TEŞEKKÜR.....	ii
ÖZET.....	iii
ABSTRACT.....	iv
İÇİNDEKİLER	v
TABLolar LİSTESİ	x
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xii
KISALTMALAR LİSTESİ	xiii
1. GİRİŞ.....	1
1.1. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ	3
1.2. ARAŞTIRMANIN AMACI.....	3
1.3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ.....	3
1.4. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI.....	5
1.5. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI	5
2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE	6
2.1. YARATICILIK	6
2.1.1. Yaratıcılık Tanımı.....	6
2.1.2. Yaratıcı Düşünce	8
2.1.3. Yaratıcılık, Değişim, Girişimcilik, Yenilik ve Buluş.....	10
2.1.4. Bireysel Yaratıcılık ve Örgütsel Yaratıcılık	12
2.1.5. Yaratıcılığın Önemi.....	15
2.1.5.1. Bireyler Açısından Önemi	16
2.1.5.2. Örgütler Açısından Önemi	16
2.1.6. Yaratıcılık ile İlgili Kuramlar	17
2.1.6.1. Psikoanalitik Kuram.....	17
2.1.6.2. Gestalt Kuramı.....	18
2.1.6.3. Bilişsel-Gelişimsel Kuram	18
2.1.6.4. Çağrışım Kuramı	18
2.1.6.5. Faktöriyalist Kuram.....	19
2.1.6.6. İnsancıl Kuram	19

2.1.6.7. <i>Algı Kuramı</i>	19
2.1.7. Yaratıcılık Süreci	20
2.1.8. Yaratıcı Birey ve Özellikleri	22
2.1.9. Yaratıcılığı Engelleyen Faktörler	23
2.1.9.1. <i>Bireysel Faktörler</i>	23
2.1.9.2. <i>Örgütsel Faktörler</i>	24
2.1.9.3. <i>Toplumsal Faktörler</i>	24
2.1.10. Yaratıcılığın Pozitif ve Negatif Sonuçları	25
2.1.11. Yaratıcılık ile İlgili Yapılan Araştırmalar	26
2.1.11.1. <i>Yaratıcılık ile İlgili Yapılan Yerli Araştırmalar</i>	26
2.1.11.2. <i>Yaratıcılık ile İlgili Yapılan Yabancı Araştırmalar</i>	29
2.2. İÇ GİRİŞİMCİLİK	32
2.2.1. Girişim, Girişimci ve Girişimcilik Kavramları	32
2.2.2. Girişimcilik Türleri	34
2.2.3. İç Girişimcilik Tanımı	36
2.2.4. Girişimcilik ve İç Girişimcilik Kavramlarının Karşılaştırılması	39
2.2.5. İç Girişimcilik Kavramının Tarihsel Gelişimi	41
2.2.6. İç Girişimciliğin Önemi	42
2.2.7. İç Girişimcilik Türleri	43
2.2.7.1. <i>Sürdürülen Yenilenme</i>	43
2.2.7.2. <i>Örgütsel İyileştirme</i>	44
2.2.7.3. <i>Stratejik Yenilenme</i>	44
2.2.7.4. <i>Yeni Alan Tanımlama</i>	45
2.2.8. İç Girişimcilik Boyutları	45
2.2.8.1. <i>Yenilik (İnovasyon)</i>	46
2.2.8.2. <i>Risk Alma</i>	47
2.2.8.3. <i>Proaktiflik</i>	47
2.2.8.4. <i>Özerklik</i>	48
2.2.9. İç Girişimcilik Süreci	49
2.2.10. İç Girişimciliğin Belirleyicileri	51
2.2.10.1. <i>Örgütsel Belirleyiciler</i>	51
2.2.10.2. <i>Çevresel Belirleyiciler</i>	52

2.2.11. İç Girişimciliğin Başarı Koşulları.....	53
2.2.12. İç Girişimciliğin Sonuçları.....	54
2.2.13. İç Girişimcilik ile İlgili Yapılan Araştırmalar	55
2.2.13.1. İç Girişimcilik ile İlgili Yapılan Yerli Araştırmalar	55
2.2.13.2. İç Girişimcilik ile İlgili Yapılan Yabancı Araştırmalar	58
2.3. ALGILANAN ÖRGÜTSEL DESTEK.....	61
2.3.1. Algılanan Örgütsel Destek Tanımı.....	61
2.3.2. Algılanan Örgütsel Destek Kavramının Önemi	64
2.3.3. Algılanan Örgütsel Desteğin Kuramsal Temelleri.....	67
2.3.4.1. Sosyal Mübadele Kuramı	67
2.3.4.2. Karşılıklı İlişki Norm Kuramı.....	68
2.3.4.3. Örgütsel Destek Kuramı.....	69
2.3.4.4. Lider-Üye Değişimi Kuramı	70
2.3.4.5. ERG Kuramı	71
2.3.4. Algılanan Örgütsel Desteğin Özellikleri	72
2.3.5. Algılanan Örgütsel Desteğin Öncülleri	73
2.3.5.1. Bireysel Faktörler... ..	74
2.3.5.2. Örgütsel ve Yönetimsel Faktörler... ..	75
2.3.5.3. İşin Yapısıyla İlgili Faktörler	78
2.3.6. Algılanan Örgütsel Desteğin Sonuçları	78
2.3.6.1. Psikolojik Sonuçları	78
2.3.6.2. Davranışsal Sonuçları.....	80
2.3.7. Algılanan Örgütsel Destek ile İlgili Yapılan Araştırmalar.....	81
2.3.7.1. Algılanan Örgütsel Destek ile İlgili Yapılan Yerli Araştırmalar.....	81
2.3.7.2. Algılanan Örgütsel Destek ile İlgili Yapılan Yabancı Araştırmalar	85
3. YÖNTEM	87
3.1. ARAŞTIRMANIN MODELİ.....	87
3.2. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ	88
3.3. EVREN VE ÖRNEKLEM.....	91
3.4. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI ve ÖN UYGULAMA.....	92
3.4.1. Anket Formu ve Kullanılan Ölçekler	92

3.4.2. Ön Uygulama (pilot çalışma).....	94
3.5. VERİ ANALİZ YÖNTEMLERİ.....	95
3.6. VERİLERİN ANALİZİ.....	96
3.6.1. Güvenilirlik Analizleri.....	96
3.6.2. Faktör Analizi.....	97
3.6.3. Verilere İlişki Tanımlayıcı İstatistikler.....	105
4. BULGULAR.....	115
4.1. DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERE İLİŞKİN BULGULAR.....	115
4.2. HİPOTEZLERİ TEST EDİLMESİNE YÖNELİK YAPILAN ANALİZLER ve BULGULARI.....	117
4.2.1. İlişkileri İncelemeye Yönelik Yapılan Analizler ve Bulguları.....	117
4.2.1.1. Değişkenler Arasındaki Korelasyon Analizi ve Bulguları.....	119
4.2.1.2. Bireysel Yaratıcılığın İç Girişimcilik Üzerindeki Etkisini İncelemeye Yönelik Regresyon Analizi ve Bulguları.....	122
4.2.1.3. Bireysel Yaratıcılığın İç Girişimcilik Boyutları Üzerindeki Etkisini İncelemeye Yönelik Regresyon Analizi ve Bulguları.....	123
4.2.1.4. Bireysel Yaratıcılığın Algılanan Örgütsel Destek Üzerindeki Etkisini İncelemeye Yönelik Regresyon Analizi ve Bulguları.....	124
4.2.1.5. Algılanan Örgütsel Desteğin İç Girişimcilik Üzerindeki Etkisini İncelemeye Yönelik Regresyon Analizi ve Bulguları.....	125
4.2.1.6. Algılanan Örgütsel Desteğin İç Girişimcilik Boyutları Üzerindeki Etkisini İncelemeye Yönelik Regresyon Analizi ve Bulguları.....	126
4.2.1.7. Bireysel Yaratıcılığın İç Girişimcilik Üzerindeki Etkisinde Algılanan Örgütsel Desteğin Aracılık Rolünü İncelemeye Yönelik Hiyerarşik Regresyon Analizi ve Bulguları.....	128
4.2.1.8. Bireysel Yaratıcılığın İç Girişimciliğin “Yenilik” Boyutu Üzerindeki Etkisinde Algılanan Örgütsel Desteğin Aracılık Rolünü İncelemeye Yönelik Hiyerarşik Regresyon Analizi ve Bulguları.....	129
4.2.1.9. Bireysel Yaratıcılığın İç Girişimciliğin “Risk Alma” Boyutu Üzerindeki Etkisinde Algılanan Örgütsel Desteğin Aracılık Rolünü İncelemeye Yönelik Hiyerarşik Regresyon Analizi ve Bulguları.....	131

4.2.1.10. Bireysel Yaratıcılığın İç Girişimciliğın “Proaktiflik” Boyutu Üzerindeki Etkisinde Algılanan Örgütsel Desteğın Aracılık Rolünü İncelemeye Yönelik Hiyerarşik Regresyon Analizi ve Bulguları.....	133
4.2.1.11. Bireysel Yaratıcılığın İç Girişimciliğın “Özerklik” Boyutu Üzerindeki Etkisinde Algılanan Örgütsel Desteğın Aracılık Rolünü İncelemeye Yönelik Hiyerarşik Regresyon Analizi ve Bulguları.....	134
4.2.2. Farklılıkları İncelemeye Yönelik Yapılan Analizler ve Bulguları.....	138
4.2.2.1. Bireysel Yaratıcılık Puanlarının Çalışanların Demografik Özelliklerine Göre Farklılaşmasına Yönelik Analizler ve Bulguları	139
4.2.2.2. İç Girişimcilik Puanlarının Çalışanların Demografik Özelliklerine Göre Farklılaşmasına Yönelik Analizler ve Bulguları	142
4.2.2.3. Algılanan Örgütsel Destek Puanlarının Çalışanların Demografik Özelliklerine Göre Farklılaşmasına Yönelik Analizler ve Bulguları	144
5. SONUÇLAR ve ÖNERİLER.....	148
5.1. SONUÇLAR	148
5.2. ÖNERİLER	159
KAYNAKÇA.....	162
EKLER	210
ÖZGEÇMİŞ	213

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 2.1. İşletmeler ve Yenilikçi Fikirler.....	10
Tablo 2.2. Yaratıcı Birey ve Yaratıcı Örgüt Karşılaştırması	14
Tablo 2.3. Yaratıcılık Süreci ile İlgili Modeller.....	21
Tablo 2.4. İç Girişimcilikle İlgili Tanımlar.....	37
Tablo 2.5. Girişimci ile İç Girişimci Kavramlarının Karşılaştırılması.....	39
Tablo 3.1. Ön Uygulama Sonucu Ölçeklere İlişkin Güvenilirlik Analizi	94
Tablo 3.2. Ölçeklere İlişkin Güvenilirlik Değerleri	96
Tablo 3.3. Bireysel Yaratıcılık Ölçeğine İlişkin KMO ve Barlett Testleri.....	99
Tablo 3.4. Bireysel Yaratıcılık Ölçeğine İlişkin Döndürülmüş Bileşenler Matrisi.....	99
Tablo 3.5. Bireysel Yaratıcılık Ölçeğine İlişkin Top. Varyansı Açıklayan Bulgular ..	100
Tablo 3.6. Bireysel Yaratıcılık Ölçeğine İlişkin Faktörler ve Değişkenleri	100
Tablo 3.7. İç Girişimcilik Ölçeğine İlişkin KMO ve Barlett Testleri.....	101
Tablo 3.8. İç Girişimcilik Ölçeğine İlişkin Döndürülmüş Bileşenler Matrisi.....	101
Tablo 3.9. İç Girişimcilik Ölçeğine İlişkin Toplam Varyansı Açıklayan Bulgular	102
Tablo 3.10. İç Girişimcilik Ölçeğine İlişkin Faktörler ve Değişkenleri.....	102
Tablo 3.11. Algılanan Örgütsel Destek Ölçeğine İlişkin KMO ve Barlett Testleri	103
Tablo 3.12. Algılanan Örgütsel Destek Ölçeğine İlişkin Döndürülmüş Bileşenler Matrisi.....	103
Tablo 3.13. Algılanan Örgütsel Destek Ölçeğine İlişkin Toplam Varyansı Açıklayan Bulgular	104
Tablo 3.14. Algılanan Örgütsel Destek Ölçeğine İlişkin Faktörler ve Değişkenleri....	104
Tablo 3.15. Bireysel Yaratıcılık Ölçeğine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikleri.....	107
Tablo 3.16. İç Girişimcilik Ölçeğine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikleri	109
Tablo 3.17. İç Girişimcilik Ölçeğine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikleri (Devam).....	111
Tablo 3.18. Algılanan Örgütsel Destek Ölçeğine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikleri.....	113
Tablo 4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular	116
Tablo 4.2. Değişkenler Arasındaki Korelasyon Analizi ve Bulguları.....	121
Tablo 4.3. Bireysel Yaratıcılığın İç Girişimcilik Üzerindeki Etkisini İncelemeye Yönelik Regresyon Analizi ve Bulguları.....	122

Tablo 4.4. Bireysel Yaratıcılığın İç Girişimcilik Boyutları Üzerindeki Etkisini İncelemeye Yönelik Regresyon Analizi ve Bulguları.....	123
Tablo 4.5. Bireysel Yaratıcılığın Algılanan Örgütsel Destek Üzerindeki Etkisini İncelemeye Yönelik Regresyon Analizi ve Bulguları.....	124
Tablo 4.6. Algılanan Örgütsel Desteğin İç Girişimcilik Üzerindeki Etkisini İncelemeye Yönelik Regresyon Analizi ve Bulguları.....	125
Tablo 4.7. Algılanan Örgütsel Desteğin İç Girişimcilik Boyutları Üzerindeki Etkisini İncelemeye Yönelik Regresyon Analizi ve Bulguları.....	127
Tablo 4.8. Bireysel Yaratıcılığın İç Girişimcilik Üzerindeki Etkisinde Algılanan Örgütsel Desteğin Aracılık Rolünü İncelemeye Yönelik Hiyerarşik Regresyon Analizi ve Bulguları.....	128
Tablo 4.9. Bireysel Yaratıcılığın İç Girişimciliğin “Yenilik” Boyutu Üzerindeki Etkisinde Algılanan Örgütsel Desteğin Aracılık Rolünü İncelemeye Yönelik Hiyerarşik Regresyon Analizi ve Bulguları.....	130
Tablo 4.10. Bireysel Yaratıcılığın İç Girişimciliğin “Risk Alma” Boyutu Üzerindeki Etkisinde Algılanan Örgütsel Desteğin Aracılık Rolünü İncelemeye Yönelik Hiyerarşik Regresyon Analizi ve Bulguları.....	132
Tablo 4.11. Bireysel Yaratıcılığın İç Girişimciliğin “Proaktiflik” Boyutu Üzerindeki Etkisinde Algılanan Örgütsel Desteğin Aracılık Rolünü İncelemeye Yönelik Hiyerarşik Regresyon Analizi ve Bulguları.....	132
Tablo 4.12. Bireysel Yaratıcılığın İç Girişimciliğin “Özerklik” Boyutu Üzerindeki Etkisinde Algılanan Örgütsel Desteğin Aracılık Rolünü İncelemeye Yönelik Hiyerarşik Regresyon Analizi ve Bulguları.....	135
Tablo 4.13. Bireysel Yaratıcılık Puanlarının Çalışanların Demografik Özelliklerine Göre Farklılaşmasına Yönelik Analizler ve Bulguları.....	140
Tablo 4.14. İç Girişimcilik Puanlarının Çalışanların Demografik Özelliklerine Göre Farklılaşmasına Yönelik Analizler ve Bulguları.....	143
Tablo 4.15. Algılanan Örgütsel Destek Puanlarının Çalışanların Demografik Özelliklerine Göre Farklılaşmasına Yönelik Analizler ve Bulguları.....	145

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1. Girişimcilik Süreci.....	49
Şekil 2.2. İç Girişimcilik Bileşenleri.....	50
Şekil 3.1. Araştırmanın Modeli.....	87
Şekil 3.2. Araştırmanın Birinci Hipotezinin Modeli.....	88
Şekil 3.3. Araştırmanın Birinci Hipotezine Ait Alt Hipotezlerin Modeli	88
Şekil 3.4. Araştırmanın İkinci Hipotezinin Modeli	89
Şekil 3.5. Araştırmanın Üçüncü Hipotezinin Modeli	89
Şekil 3.6. Araştırmanın Üçüncü Hipotezine Ait Alt Hipotezlerin Modeli.....	89
Şekil 3.7. Araştırmanın Dördüncü Hipotezi ve Alt Hipotezlerinin Modeli	90
Şekil 4.1. Analizler Sonucunda Oluşan Araştırma Modeli	137

KISALTMALAR LİSTESİ

AR-GE	: Araştırma Geliştirme
AÖD	: Algılanan Örgütsel Destek
SMK	: Sosyal Mübadele Kuramı
ÖDK	: Örgütsel Destek Kuramı
LÜDT	: Lider-Üye Değişimi Teorisi
VİG	: Varolma İlişki Gelişme

1. GİRİŞ

Hızla değişen ve gelişen günümüz küresel dünyasında örgütler de kendilerini bu duruma hazırlamak ve fark yaratmak için yeni çözümler ve uygulamalara yönelmek durumundadırlar. Teknolojinin ve ürün çeşitliliğinin çok hızlı taklit edildiğı, rekabetin acımasızlaştığı, hayatta kalmanın son derece zorlaştığı iş dünyasında örgütlerin en önemli silahı “insan” faktörüdür. Örgütler var oluş nedeni olan amaçlarına ulaşabilmek, sürekliliğini sağlayabilmek ve fark yaratabilmek için çalışanlarının bireysel yaratıcılık özelliklerine ihtiyaç duyarlar.

“Bir işi en iyi onu yapan bilir” sözünden hareketle, iş ile ilgili fikirlerin ortaya konulması, geliştirilmesi, farklılaştırılması ve sonunda yenilik olarak ortaya çıkarılması, çalışanların bireysel yaratıcılık düzeyleri ile ilgilidir. Bireysel yaratıcılık, iş mükemmelliğini ve örgütsel performansı arttırmak, rekabet avantajını geliştirmek ve örgütün sürdürülebilirliğini elde etmek için yeni yollar, yeni teknolojiler, yeni süreçler, yeni teknikler ve yeni pratik ürün fikirleri geliştirmektir (Ussahawanitchakit, 2011:3). Bireysel yaratıcılık, özellikle örgütlerin yenilik yapabilmesi, rakiplerinden farklılaşabilmesi ve sektöre yön veren lider bir örgüt olabilmesi için son derece önemli olan stratejik bir özelliktir.

Hızla değişen dinamik örgüt çevresinde belirsizlikler artmakta, yeni fırsat ve tehditler çoğalmakta, karmaşıklık ve kaotik ortamlar oluşmaktadır. Örgütler, bu belirsizlik ve kaotik ortamlarda tehditlere karşı önceden hazırlıklı olmalı ve bunları fırsatlara çevirip yeniliğe dönüştürerek rakiplerine karşı rekabet avantajı sağlamalıdırlar. Mevcut örgüt içerisinde bu tür girişimcilik faaliyetlerini gerçekleştirmek “iç girişimcilik” kavramını ortaya çıkarmaktadır. İç girişimcilik, mevcut girişimcilik kaynaklarının ve çalışanların yaratıcılıklarının kullanılarak örgüt içinde yeni

faaliyetlerin oluşturulması sürecidir (Chang, 2001:154). İç girişimcilik, örgütlerin dinamik ve belirsizliklerle dolu iş çevresinde rekabet avantajı elde etmelerinde bilgi, beceri ve yeteneklerini güçlendirirken, yetkinliklerini arttırmaktadır. Örgütler, içinde buldukları sektörün tehditlerini öngörüp fırsata çeviren, belirsizlik anında risk alabilen, özgün ve yaratıcı fikirlere sahip olan ve bunları yeniliğe dönüştürebilen, takım sinerjisine uyum sağlayabilen çalışanlara ihtiyaç duyarlar.

Örgütler, çalışanlarının bireysel yaratıcılık düzeylerini arttırmak ve iç girişimcilik performanslarını yükseltmek için her konuda örgütsel destek sağlamalı ve devam ettirmelidir. Sosyal mübadele kuramının temelindeki “kazan-kazan” mantığı içerisinde örgütler amaçlarına ulaşabilmek için çalışanlarına her konuda destek olurlar. Çalışanlar ise, örgütün desteği karşısında daha etkin ve verimli çalışarak performanslarını yükseltebilirler. Ayrıca, örgüt tarafından sağlanan destek, örgütün amaçlarına ulaşmada, iş doyumunu sağlamada, işten ayrılma niyetini azaltmada ve örgütsel performansı yükseltmede oldukça önemli bir faktör olabilecektir.

Çalışma, çalışanların yaratıcılık düzeylerinin, iç girişimcilik performansları üzerinde ne ölçüde etkisi olduğunun ortaya konulmasında algılanan örgütsel desteğin aracılık rolünün irdelenmesi amacıyla hazırlanmıştır. Bu kapsamda, çalışmanın birinci bölümünde araştırmanın problemi, amacı, önemi, varsayımları ve sınırlılıkları ele alınırken; ikinci bölümde, yaratıcılık, iç girişimcilik ve algılanan örgütsel destek kavramları ve ilgili araştırmalar alanyazın içerisinde incelenmiştir. Üçüncü bölümde, araştırmanın modeli, hipotezleri, evren ve örnekleme, kullanılan ölçekleri, pilot uygulaması, veri analiz yöntemleri ve verilerin analizleri ele alınmış ve dördüncü bölümde ise, verilerin analizinden elde edilen bulgular ışığında yorumlara yer verilmiştir.

1.1. ARAŞTIRMANIN PROBLEMİ

Araştırmanın temel problemi, çalışanların bireysel yaratıcılık düzeylerinin, iç girişimcilik performansları üzerinde ne ölçüde etkisi olduğunun ortaya konulmasında algılanan örgütsel desteğin aracılık rolünü tespit etmektir.

1.2. ARAŞTIRMANIN AMACI

Araştırmanın temel amacı; çalışanların bireysel yaratıcılık düzeylerinin, iç girişimcilik performansları üzerinde ne ölçüde etkisi olduğunun ortaya konulmasında algılanan örgütsel desteğin aracılık rolünün irdelenmesidir. Ayrıca çalışanların; yaratıcılık düzeylerinin, iç girişimcilik performanslarının ve algılanan örgütsel desteğin, demografik özelliklerine göre ne düzeyde farklılaşma gösterdiğinin incelenmesidir. Tüm bu analiz sonuçlarının yorumlanıp alanyazına, yöneticilere, paydaşlara katkı sağlaması ve araştırmacılara konu ile ilgili olarak farklı çalışma yapmaları konusunda yol göstermesi hedeflenmektedir.

1.3. ARAŞTIRMANIN ÖNEMİ

Günümüzün kaotik ortamında örgütlerin rekabet avantajı elde etmesi ve sürdürmesinde yaratıcılık yeteneklerinin gelişmiş olması örgütler için son derece önemlidir (Arshi, 2013:171). Yaratıcılık, buluşlara; buluşlar ise teknoloji ve üretime yerini bırakmakta, böylece ekonomik kalkınmaya ve toplumun genel refah seviyesini arttırmaya neden olmaktadır (Erdoğan, 2006: 96). Yaratıcılık, bireyin hayatının her anında varolan bir yetenek, rutin hayattan akademik araştırmalara kadar uzanan süreçler ile bir tutum ve davranış olarak belirtilmektedir (Aral, Akyol ve Sığırtmaç, 2006:1).

İç girişimcilik, mevcut girişimcilik kaynaklarının veya çalışanların yaratıcılıklarının kullanılarak örgüt içinde yeni faaliyetlerin oluşturulması sürecidir (Chang, 2001:154). Mevcut örgüt içinde ekonomik değer yaratmanın, yeni imkanları kullanmanın ve yeni girişim geliştirmenin önemli bir yoludur (Parker, 2011:19).

Örgütsel performans, büyüme ve gelişme önemli ölçüde örgüt içindeki girişimlere (iç girişimcilik) bağlıdır (Antoncic ve Antoncic, 2011:489).

Algılanan örgütsel destek; örgütün, bireylerin örgüt için yaptıklarına değer vermesi ve mutluluğunu düşünmesine yönelik algılar ve bireyleri etkileyen faaliyetleri örgütün isteyerek gerçekleştirdiği ile ilgili duygular şeklinde tanımlanmakta (Akkoç, Çalışkan ve Turunç, 2012:113; Hellman, Fuqua ve Worley, 2006:631) ve bireylerin örgüte karşı olan yükümlülük duygularını geliştirme eğilimindedir (Hashemi, Nadi, Hosseini ve Rezvanfar, 2012:84). Algılanan örgütsel destek, bireylerin örgütlerine olan aidiyetlerini, örgütün bireylerin çalışmalarına değer vermesini ve onların huzurlarıyla ilgilenmesini kapsayan evrensel inançları gözettiğinden dolayı önemlidir (Demirel, 2013:224; Dyk, Chaffe, Sanchez ve Olson, 2006:52).

Araştırma kapsamında yapılan alanyazın taraması sonucunda; yaratıcılık, iç girişimcilik ve algılanan örgütsel destek kavramları ile ilgili çok sayıda çalışma incelenmiştir. Yaratıcılık ile iç girişimcilik kavramlarının birlikte ele alındığı (Gürbüz, 2004; Tunç, 2007; Duran ve Saraçoğlu, 2009; Sezgin, Zerenler ve Karaman, 2008; Yeloğlu, 2007; Ahlin, Drnovsek ve Hisrich, 2013; Arshi, 2012; Dayan, Zacca ve Benedetto, 2013; Jiang, Wang ve Zhao, 2012; Peng, 2013; Wang ve Tsai, 2013), yaratıcılık ile algılanan örgütsel destek kavramlarının birlikte çalışıldığı (Diliello, Houghton ve Dawley, 2011; Yu ve Frenkel, 2013; Stierand, Dörfler ve MacBryde, 2014) ve iç girişimcilik ile algılanan örgütsel destek kavramlarının birlikte ele alındığı (Yılmaz ve Görmüş, 2012; Alpkan, Bulut ve Günday, 2010; Zhang ve Mia, 2010; Polat ve Aktop, 2010) birçok çalışma yürütülmüştür. Ancak, yaratıcılık, iç girişimcilik ve algılanan örgütsel destek kavramlarının birarada kullanıldığı yerli ve yabancı herhangi bir çalışmaya rastlanmamıştır.

Bu araştırma yaratıcılık, iç girişimcilik ve algılanan örgütsel destek kavramlarının aynı platformda değerlendirildiği bir araştırma modeli sunarak yazına katkı sağlayacak olması nedeniyle önemlidir. Araştırma günümüz örgütlerine, yöneticilerine, çalışanlarına ve tüm paydaşlara yol göstermek, strateji geliştirmelerine yardımcı olmak ve önerilerde bulunmayı hedeflemesi açısından da önem taşımaktadır.

1.4. ARAŞTIRMANIN SINIRLILIKLARI

Araştırmanın sınırlılıkları aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Araştırmanın, Türkiye’de ankastre üretiminde faaliyetlerini sürdüren ve 80 ülkeye ihracat yapan Silverline A.Ş.’de ankete katılan çalışanlar ile yürütülmesi.
- Araştırmada, veri toplama aracı olarak anket yönteminden yararlanılması ve kullanılan ölçeklerle sınırlandırılması.
- Araştırma verilerinin betimsel ve çıkarımsal istatistik teknikleri doğrultusunda tek değişkenli ve çok değişkenli istatistiksel analizler ile değerlendirilmesi.

1.5. ARAŞTIRMANIN VARSAYIMLARI

Araştırmanın temel varsayımına göre; çalışanların bireysel yaratıcılık düzeylerinin, iç girişimcilik performansları üzerindeki etkisinde algılanan örgütsel desteğin aracılık rolü vardır. Bu temel varsayımın yanı sıra araştırmada;

- Araştırmanın uygulandığı örneklemin, araştırma sonuçlarının genellenebilirliğini sağlayacak nitelikte ve büyüklükte olduğu,
- Araştırma ölçeklerinin araştırmanın önemini ve amacını yansıttığı,
- Veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmasının araştırma için uygun olduğu,
- Verilerin değerlendirilmesi ve yorumlanmasında kullanılan istatistiksel teknikler ile araştırmanın amacına etkin biçimde ulaşıldığı varsayılmaktadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE ve İLGİLİ ARAŞTIRMALAR

Bu bölümde, yaratıcılık, iç girişimcilik ve algılanan örgütsel destek kavramları ayrıntılı olarak incelenmiş ve bu kavramlarla ilgili yapılan yerli ve yabancı araştırmalara yer verilmiştir.

2.1. YARATICILIK

Küresel rekabet, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, yaratıcılığın önemini arttırmıştır. Günümüzde örgütler müşterilerine farklılıklar ve değer yaratmak için yaratıcılık faaliyetinde bulunurlar (Karcıoğlu ve Kaygın, 2013:101). Yaratıcılık örgütün etkinliği bakımından önemli bir zorunluluktur. Tüm örgütler için yeniliğin önemli bir kaynağı bireylerin yaratıcılıklarıdır (Çekmecelioğlu, 2006:295).

Yaratıcılık her bireyde mevcut olan ve bireyin hayatının her anında olan bir yetenek, günlük rutin hayattan bilimsel araştırmalara kadar uzanan süreçler bütünü, bir tutum ve davranış biçimi olarak belirtilmektedir (Aral vd., 2006:1). Toplumun ve insanoğlunun ilerlemesinde önem arzeden ve insanın önemli bir yeteneğini ortaya çıkaran yaratıcılık, doğuştan gelen gizli bir güç olduğu gibi, rutin hayatımızda sık sık kullanılan algılama, bilinçlilik, hassasiyet, yeniliğe açıklık, esneklik, orijinallik, akıcılık, sezgi, kavrama yeteneği ve buluş gibi zihinsel süreçleri içeren bir kavramdır (Çakmak, 2010:1; Reinartz ve Saffert, 2013:108).

2.1.1. Yaratıcılık Tanımı

Bilimsel ve teknolojik gelişmelerin yaşamsal süreçlere yön verdiği bilgi toplumunda yaratıcılık olgusu, çağa ilişkin değişim ve dönüşümlerin temelinde yatan gizli bir güç olarak kritik bir öneme sahiptir (Yalçın, 2013:12). Özellikle küreselleşme süreci ve modern teknolojinin çok hızlı gelişmesi ile yaratıcılık artık örgütler için küresel pazarlarda uzun süreli hayatta kalma ve rekabet etmenin en etkili

yoludur (Shoghi, Asgarani ve Ashnagohar, 2013:65; Yu ve Frenkel, 2013:1170). Yaratıcılık, rekabet avantajının kaynağı olan sürdürülebilir yenilik için önemli olmakla beraber son zamanlarda büyüyen küresel stratejinin bir sonucu olarak yönetim alanına girmiştir (Bissola ve Imperatori, 2011:77).

Yaratıcılık; psikoloji, sosyoloji, sanat, eğitim gibi birçok disiplinin ilgi alanına giren (Amabile ve Khaire, 2008:101; George, 2007; Sullivan ve Ford, 2010:505), çok kullanılan ve yanlış anlaşılan bir kelimedir. Yaratıcılık, olmayan bir şeyi var etmek anlamında değil; bireyin, beyninde mevcut bilgiler arasından daha önce kimsenin fark edemediği ilişkileri fark etmesi ve ortaya çıkarması süreci olarak belirtilebilir (Acuner, Baki ve Cengiz, 2004: 325; Ahlin vd., 2013:3).

Yaratıcılık kavramı Latince “Creativität”, İngilizce “Creativity” ve Fransızca “Creer” fiilinden türetilen “Creativite” kelimelerinin karşılığı olarak dilimize çevrilmiştir. Bu kelime “yaratmak, meydana getirmek, doğurmak” anlamındadır (Özen, 2012:232). Yaratıcılık, problemlere, bilgi eksikliğine, mevcut olmayan elemanlara, uyumsuzluklara karşı hassas olma, sıkıntıları belirleme, çözüm yolları bulma, tahminlerde bulunma ve eksikliklerle ilgili olarak hipotezler oluşturma veya onları değiştirme (Chen ve Chen, 2012:1627), çözüm yollarından birini tercih etme ve uygulama, yeniden uygulama, sonra da sonuçları ortaya çıkarma şeklinde tanımlanmaktadır (Torrance, 1968; Akkaş, 2013:110).

Yaratıcılık, orijinallik (özgün) (Beghetto ve Kaufman, 2013:12), hayal gücü, yeni şeyler keşfetme, yapılamayanları yapma, söylenmeyenleri söyleme olarak tanımlanabileceği gibi “farklı düşünme süreci” olarak da tanımlanabilir (İşler ve Bilgin, 2002:134; Schmidt, Soper ve Bernaciak, 2013:32). Diğer yandan, yaratıcılık, akıcılık, orijinallik, esneklik ve detay gibi bileşenlerden oluşur (Torrance, 1962:7).

Yaratıcılık = Orijinallik X Kullanışlılık (yarar), şeklinde ifade edilebilir. Bu formül, yaratıcılığın oluşması için özgünlük ve kullanılabilirliğe ihtiyaç olduğunu göstermektedir (Dreu, 2010:439).

Yaratıcılık, geleneksel olarak hem sosyo-bilişsel yeteneklerin bir ölçüsü, hem de soruna uygun ve yeni çözüm önerileri ortaya çıkartan aktif bir bilişsel süreç olduğu gibi, yeni, alışılmamış, uygun fikir, çözüm ve iş süreçlerinin ürünüdür (Cengiz, Acuner ve Baki, 2006:423). Yaratıcılık, hem bir süreç hem de bu sürecin sonunda özgün bir ürün veya düşünceler ortaya koyabilmektir (Yenilmez ve Yolcu, 2007:96).

Yaratıcılık, bilimden sanata, eğitime, iş dünyasına, günlük yaşamın her alanına kadar uzanan insan davranışlarında özgün, orijinal ürünlerin ve yaratıcı fikirlerin ortaya çıkartılması, geliştirilmesi ve uygulanmasıdır (Amabile, 1997:40; Chua, 2013:1545; Gilson, Lim, Luciano ve Choi, 2013:204; Rego, Sousa, Marques ve Cunha, 2012:245; Wang ve Tsai, 2013:1). Ayrıca yaratıcılık, yenilikçi çabaların peşindeki örgütler, bireyler ve gruplar için bir temel oluşturur (Cerne, Nerstad ve Skerlavaj, 2014:172). Yaratıcılık, örgüt performansını artırırken (Gong, Zhou ve Chang, 2013:444), örgütler için iyileştirme sürecinde ve iş yapma yöntemlerinde (Zhou ve Su, 2010:391) önemli bir rol oynar. Ekonominin, kültürün, teknoloji ve bilimin gelişiminde itici bir güçtür (Chang ve Hsu, 2013:1). Özellikle yaratıcılık ile kültür arasında birbirini etkileyen (Hempel ve Sue-Chan, 2010:415), karmaşık bir ilişki (Chiu ve Kwan, 2010:458) vardır.

2.1.2. Yaratıcı Düşünce

Bilim ve teknolojideki gelişmeler uluslararası bir nitelik göstermekte, değişim yaratmakta ve rekabeti etkilemektedir. Rekabet arttıkça yaratıcı düşüncenin de önemi artmaktadır. Örgütler için önemli olan çalışanın içinde saklı kalmış olan yaratıcı düşünceyi ortaya çıkaracak ve örgütün geneline yayacak bir ortam oluşturabilmektir

(Çavuş ve Akgemci, 2008:232). Yaratıcı düşünce; esnek düşünme ile anlayışın, yenilikçi fikirler ile yeni veya alışılmışın dışında çözüm yolları bulacak şekilde yeniden organize edilmesinin birleşimi, her açıdan yeni olan bir şey üretmenin dışında, genellikle mevcut bilginin bileşenlerinden faydalanarak, yeni çağrışımlar, yeni sentezler veya yeni olasılıklar oluşturma olarak tanımlanabilir (Çıncı ve Diri, 2013:68). Bu tanımlar çerçevesinde yaratıcı düşünmenin kapsamı içerisinde bir fikri, bir ürünü değiştirme, birleştirme, geliştirme, yeni bilgiler, fikirler üretme, olaylara farklı bakabilme ve buluşlar yapabilme gibi eylemlerin yer aldığı söylenebilir (Kaplan ve Ercan, 2011:768; Torrance, 1993:232).

Örgütlerin başarısında rol oynayan en önemli faktörün entellektüel sermayenin ve yaratıcı fikirlerin geliştirildiği ve bu fikirlerin yenilik süreciyle yeni sonuçlara dönüştürüldüğü yaratıcı düşünme süreci ve onun geliştirilmesi olduğu açıktır (Kapu ve Baştürk, 2009:524). Yaratıcı düşünme süreci tüm duyuşsal ve düşünsel faaliyetlerde, her türlü çalışmanın ve uğraşının içerisinde yer alır (Altındağ, Göksel, Koray ve Koray, 2012:2). Yaratıcı düşünenler, diğer insanlara karşı daha esnektirler ve yeni durumlara daha çabuk uyum sağlarlar, daha dikkatlidirler, başkalarının değer verdiği şeyleri fark ederler ve onlara değer verirler (Erdoğdu, 2006:62). Yaratıcı düşüncelerin hayata geçirilmesi buluş ve yeniliklerin ortaya çıkması için önemli bir kaynak teşkil eder. Her yenilik ve buluşun temelinde yaratıcılık sayesinde elde edilmiş fikirler vardır (Balay, 2010:44). Toplumların elinde bulundurdukları tüm özgün ve üstün eserler yaratıcı düşünceye sahip bireylerin yarattığı yapıtlardır (Ersoy ve Başer, 2009:128). Elektrik, televizyon, otomobil, buhar makinesi, uçak, telefon gibi insanoğlunun yararlandığı birçok eserin icadı yaratıcı düşünce sayesinde ortaya çıkmıştır. Örgütler yenilik

yapabilmek için çalışanlarının yaratıcı düşüncelerine ihtiyaç duyarlar. Bununla ilgili bazı işletme örnekleri tablo 2.1’de görülebilir.

Tablo 2.1. İşletmeler ve Yenilikçi Fikirler

İşletme	Toplanan Fikir Sayısı (yıllık)	Projelendirilen Fikir Sayısı (%)
BASF	38.000	53
Migros	18.500	30
Pepsico Türkiye	3.333	6
Arçelik	1.000	15
Cloudarena	1.000	50
Lidyana.Com	1.000	75
TAV Havalimanları	1.000	20
Petkim	450	30
Abdi İbrahim İlaç	230	15
Borusan Holding	100	40

Kaynak: Ayracı, A. Özlem (2013). “Fikir Yarışı”, *Inovation ve Strategy*, 1(1), s. 9.

Örgütlerin rekabetçi ortamda ayakta kalabilmesi ve yenilik yapabilmesi çalışanlarının fikirlerine önem vermesi ve onları projelendirip hayata geçirmesiyle mümkün olabilir. “Bir işi en iyi onu yapan bilir.” mantığı çerçevesinde örgütler işin ehli olan çalışanlarının fikir ve önerilerini değerlendirip, projelendirdikten sonra yeni bir mal veya hizmet olarak pazara sunacak ve sürdürülebilirliğini sağlayabileceklerdir.

2.1.3. Yaratıcılık, Değişim, Girişimcilik, Yenilik ve Buluş

Bilim ve teknolojide yaşanan gelişmeler ve buna paralel gerçekleşen değişimler toplumları, örgütleri ve bireyleri değiştirmektedir. Bunun sonucu olarak günümüz iş dünyası ve çalışma koşulları ile gereksinim duyulan insan gücü profilinde de köklü değişiklikler meydana gelmiştir (Erol ve Taş, 2012:83). Geleceğin başarılı örgütleri, kendi kendini geliştirebilen, yaratıcı düşünebilen bireylerden oluşan akıllı örgütler olmak durumundadırlar. Akıllı örgütler, değişime ayak uydurabilecek ve böylece rakipleriyle aralarında fark oluşturabileceklerdir (Yıldırım, 2007:111).

Girişimcilik, yenilikçilik ve yaratıcılık kapsamında fırsatları yakalamak ve onları kullanmak için gerekli kaynakları sağlayabilme yeteneğidir (Kwiatkowski, 2004:218). Girişimcilik faaliyetinin kaynağını yeni olan bir şeyin potansiyeli ile onun gerçekleştirilmesi arasındaki dengesizlik oluşturur. Bu dengesizlikte, yaratıcılık kullanılabilir bir fırsata dönüştürülürse daha önce olmayan bir mal veya hizmet biri ya da birileri tarafından yaratılmış olur (Saraçoğlu, Duran ve Taşkın, 2010:2). Bir bireyin girişimci olarak kabul edilebilmesi için yaratıcı düşüncüyü hayal aşamasından sistemli, mantıklı ve uygulanabilir bir hale getirmesi gerekmektedir (Sezgin vd., 2008:133).

Yaratıcılık ve yenilik kavramları alanyazında sık sık birbiri yerine ve aynı anlamda kullanılır. Aslında her iki kavramda farklı kökenden gelir (Sousa, Pellissier ve Monteiro, 2012:27). Yaratıcılık yenilik getiren, zorunlu bir faaliyettir; yenilik ise yaratıcı düşünce ile başlar (Allen, Shore ve Griffeth, 2013:30; Caniels ve Rietzschel, 2013:100; Chen ve Chang, 2013:109) ve yaratıcılığın görünen somut ve fiziki sonucudur (Çavuş ve Akgemci, 2008:234). Yaratıcılık, yeni düşünceleri oluşturma süreciyle ilgili iken, yenilik bu yeni düşüncelerin ürünlere dönüştürülmesi sürecini hedef alır (Duran ve Saraçoğlu, 2009:60). Bu bağlamda yenilik, değer yaratmak için eskiyi geliştirerek yeni ürünlerin, üretim süreçlerinin, hizmet ve organizasyonların araştırılması, bulunması, planlanması, denenmesi, geliştirilmesi, izlenmesi ve benimsenmesidir (Koç ve Mente, 2007:1; Warrian ve Mulhern, 2005:163; Moura ve Abrunhosa, 2007:58). Yaratıcılığın, yenilikten önceki ürünü buluştur. Buluş araştırmacının bir uyarı veya dürtü hissetmesi ile başlar, ardından kavramların oluşması ve önerilerin geliştirilmesi sürecini kapsar. Bu sürecin bitiminde fikir somutlaşır ve bir model oluşur. Yenilik ise, bu noktada başlayan, buluşun özümsemesi, ürün haline getirilmesi ve pazarlanmasını içine alan süreç olarak belirtilebilir (Aksüzek, 2008:31).

2.1.4. Bireysel Yaratıcılık ve Örgütsel Yaratıcılık

Günümüzde bireylerin yaratıcılık özellikleri, örgütsellerin yaratıcılık faaliyetlerinin ortaya çıkmasında oldukça önem arzetmekte ve örgütlerin başarısı ve sürdürülebilirliği ile ilişkilendirilmektedir. Başka bir ifadeyle, örgütsel yaratıcılığın oluşmasında, bireysel yaratıcılığın gerçekleşmesi önemlidir (Yılmaz ve İraz, 2013:834). Örgüt içindeki bireysel yaratıcılık, uzun süreli örgütsel büyüme ve hayatta kalmak için bir etken, örgütsel yeniliği teşvik etmek için önemli bir unsurdur (Diliello vd, 2011:152). Bireysel yaratıcılık, iş mükemmelliğini ve örgütsel performansı arttırmak, rekabet avantajını geliştirmek ve örgütün sürdürülebilirliğini elde etmek için yeni yollar, teknolojiler, süreçler, teknikler ve pratik ürün fikirleri geliştirmektir (Ussahawanitchakit, 2011:3).

Bireysel yaratıcılık, örgütler için somut ve yararlı çıktılar sağlayarak işyeri sorunlarının çözümünde yeni ve pratik yöntemler geliştirir (Zhou, Hirst ve Shipton, 2012:895). Ayrıca, bireysel yaratıcılık, bilişsel düşünme biçimi, kabiliyet ve cesaretlendirme gibi bireysel özellikleri kapsar (Yılmaz, 2009:478). Uzun yıllardan beri yaratıcılık üzerine çalışan araştırmacılar bireysel farklılıklar üzerine odaklanmış ve yaratıcı birey ile onun diğer bireyden nasıl farklılaştığı sorusuna cevap aramışlardır (Amabile, 1997:42).

Bazı bireyler, uğraştıkları işten zevk almada ya da uğraş gerektiren bir işi yapmada diğerlerine göre daha fazla içsel düzeyde güdülenirler. Bu bireyler kabiliyet yönünden farklı özelliklere sahiptirler ve daha fazla yaratıcı oldukları söylenebilir (Chamakiotis, Dekoninck ve Panteli, 2013:266; Nylund, 2013:198). Yüksek düzeyde yaratıcı bireyler genellikle diğerlerine göre daha farklı değerleri, amaçları, yaklaşımları ve stilleri olan insanlardır (Balay, 2010:47). Örgütsel yaratıcılığın artırılması ve iş

üzerinde yeni yeteneklerin uygulanabilmesi için bireysel yaratıcılık teşvik edilmeli ve uygun ortam oluşturulmalıdır (Shin, Park ve Lim, 2013:73). Yaratıcılık, bireylerin ve örgütlerin uzun yaşam maratonu boyunca devam eden bir süreçtir. Örgütlerde her bir bireyin yaratıcı özelliğe sahip olması, o örgütün yaratıcı bir örgüt olduğunu yani yaratıcı özelliklere sahip olduğunu gösterir (Gu, Tang ve Jiang, 2013:1). Bireysel yaratıcılık, örgütün, karmaşık ve rekabetçi ortamlara ve değişime uyum sağlayabilmesi, yenilik yapabilmesi, performansını geliştirebilmesi, rekabetçi avantaj sağlayabilmesi, başarıya ulaşabilmesi ve sektörde hayatta kalabilmesi için kritik bir öneme sahiptir (Hirst, Knippenberg, Chen ve Sacramento, 2011:624; Janssen ve Giebels, 2013:574; Hirst, Knippenberg ve Zhou, 2009:280; Joo, Song, Lim ve Yoon, 2012:78; Martinaityte ve Sacramento, 2013:974; Nosouhi, Shirvani ve Ansari, 2013:1923; Rodrigues ve Veloso, 2013:549).

Küreselleşmenin artmasıyla beraber örgütün çevresindeki değişikliklerin ivmesi de sürekli artmaktadır. Sürekli değişen şartlara uyum, sürekli yeni fikirlerin üretilmesini gerektirir. Bir örgütte sürekli yeni fikirlerin üretilmesi ise örgütsel yaratıcılığın yüksek oranda olması ile mümkün olur (Derin ve Demirel, 2011:256). Örgütsel yaratıcılık karmaşık sosyal bir sistem içerisinde birlikte çalışan bireyler tarafından değerli, yararlı yeni bir ürün, hizmet, fikir, prosedür veya sürecin oluşturulması olarak tanımlanır (Lang ve Lee, 2010:47; Parjanen, 2012:111; Beheshtifar ve Fard, 2013:98; Peng, Zhang, Fu ve Tan, 2013:8; Eren ve Gündüz, 2002:66). Örgütsel yaratıcılık ile örgütlerin bütün süreçlerinde ve bölümlerinde tam ve sorunsuz olarak yaratıcı düşüncenin uygulanması ve bu sayede elde edilecek sinerji ile bireysel yaratıcılık sonucu meydana gelecek yararların çok daha fazlası örgütsel yararlar için sağlanabilecektir (Cengiz, Acuner ve Baki, 2007:98).

Tablo 2.2. Yaratıcı Birey ve Yaratıcı Örgüt Karşılaştırması

Yaratıcı Birey	Yaratıcı Örgüt
Yüksek düzeyde kavrama yeteneği vardır. Çeşitli görüşleri kolaylıkla yansıtır.	Fikir adamları vardır. Haberleşme kanalları açıktır. Öneri sistemleri ve fikir kuruluşları vardır. Dış kaynaklarla olan ilişkileri teşvik eder.
Orijinaldir, ilginç görüşler getirir.	Çok değişken özellikleri bulunan kişilerden yararlanır. Problemlerin çözümü için, birtakım personeli işe alır.
Farklı görüşleri doğu kaynakları bakımından değil, örgüt içi taşıdıkları değerleri açısından göz önüne alır. Onu teşvik eden problemin kendisidir. Problemi çözünceye kadar uğraşır.	Bir amacı vardır. Yaklaşımı temel esaslara dayanır. Görüşleri liyakata göre değerlendirir. Statüyü ve görünüşün nasıl olduğunu dikkate almaz. Liyakat esasına göre seçer ve terfi ettirir.
Yargılamada ve sorunları değerlendirme konusunda erken kararlardan kaçınır. İnceleme ve açıklamalar için büyük zaman harcar.	Mevcut ürünlere yapılan harcamaların yetersiz olduğunu belirtir. Temel araştırmalara yatırım yapar. Esnek, uzun vadeli planlar yapar. Yeni fikirlerle uğraşır, fakat bunların üzerinde ussal temellere göre ön yargılarda bulunmaz. Her şey için bir şans tanır.
Daha az otoriterdir. Daha esnektir. İçgüdüleri onu yöneltir. Buluşları düzensizdir.	Oldukça merkezileşmemiş bir düzene sahiptir. Yanlışları düzeltme konusunda zaman ve çaba harcar. Risk yüklenmeyi ve toleranslı davranmayı amaçlar. Sabit rotalı bir gemi gibi yönetilmez. Çalışanlar değişik görüşleri serbestçe tartışırlar.
Yargılamada bağımsızdır. Her fikre hemen katılmaz. Genel kabul gören görüşlerden sık sık ayrılabilir. Kendini diğer çalışanlardan farklı görür.	Bağımsızdır. Orijinal ve değişik amaçları vardır. Kendi liderlerini izlemeye çalışmaz.
Zengin ve fantezi yaşantısı olup, gerçekleri yakından izleyebilir.	Günlük işler konusunda yeterli güvenlik tedbirleri vardır. Görüşlerin değerlendirilmesine karşılık, yeni görüşleri doğuran bağımsız üniteler ya da fırsatlar yaratır. Yaratıcı işlevleri verimli işlevlerden ayırır.

Kaynak: Bakan, İsmail (2013). *Çağdaş Yönetim Yaklaşımları: İlkeler, Kavramlar ve Yaklaşımlar*, Beta Kitap:İstanbul, s.15.

Tablo. 2.2’de görüldüğü gibi yaratıcı birey ile yaratıcı örgüt benzerliklere sahiptir. Yaratıcı bir örgütün yaratıcı özelliklere sahip bireylerden oluşacağı düşünüldüğünde bu beklenen bir durumdur (Bakan, 2013:15).

Yaratıcılık bireyseldir; ancak işbirliği ve güvene dayanan bir takım ortamında daha çabuk gelişir. Örgütler, işbirliği ve dayanışma ortamı yaratarak (grup etkisi), ortak hedef ve amaçlar saptayarak, belirli sistem ve modeller kullanarak, bireysel yaratıcılığı

geliştirirler, açığa çıkarırlar ve örgütsel amaçlar için kullanırlar (Ulutaş, 2011:600). Yaratıcılık örgütsel seviyede bazı faktörlerden etkilenmektedir. Bunlar, örgütsel iklim, liderlik stilleri, örgütsel kültür, örgütün sahip olduğu kaynak ve yetenekler, örgütün sistemi ve yapısıdır (Andriopoulos, 2001:836).

2.1.5. Yaratıcılığın Önemi

Örgütler tüketici ihtiyaçlarını karşılayabilmek, başarılı ve sürdürülebilir rekabet üstünlüğü sağlayabilmek ve bununla birlikte bölgesel ekonomik kalkınmaya katkı sağlamak (Audresch ve Belitski, 2013:820) için en iyi ürünleri, en hızlı şekilde, farklı ve en uygun fiyatla pazara sunmak durumundadırlar. Bunu sağlamanın en önemli yolu yaratıcılığı arttırmaktır (Akın, 2010:213). Günümüzün kaotik ortamında örgütlerin rekabet avantajı elde etmesi ve sürdürebilmesi için yaratıcılık yeteneğinin gelişmiş olması son derece önemlidir (Arshi, 2012:171). Alanyazında yapılan araştırmalar, rekabetçi ve karmaşık çevrelerde örgütlerin hayatta kalması ve gelişmesinde yaratıcılığın önemli bir rol oynadığını göstermektedir (Dayan vd., 2013:223).

Yaratıcılık, öncelikle buluşlara dönüşmekte, daha sonra buluşlar teknoloji ve üretime dönüşmekte, sonuçta ise ekonomik anlamda kalkınma ve toplumun genel refah düzeyi yükselmektedir (Erdoğan, 2006:96). Yaratıcılığın önemini arttıran faktörler; piyasada lider olmak, küreselleşme, çalışanların ve toplumun değer yargılarının değişmesi, müşteri bilincinin artması, teknolojinin hızla gelişmesi ve toplumun demografik yapısının değişmesi olarak sıralanabilir (Marangoz, 2012:39). Bununla beraber, yaratıcılık bireysel ve örgütsel sonuçlar üzerindeki etkisi sayesinde örgütlerin başarıya ulaşması için bireylerin gönüllü olarak problemlerin çözülmesini, yeni ürün geliştirilmesini ve örtülü bilginin açığa çıkarılmasını sağlamaktadır (Castro, Gomes ve Sousa, 2012:171).

2.1.5.1. Bireyler Açısından Önemi

Değişimin ve gelişimin hızlı yaşandığı günümüz iş dünyasında, araştırabilen, eleştirel bakış açısına sahip, sorunlara çözüm üreten, proaktif davranan, özgür ve yaratıcı düşünen bireylere duyulan gereksinim giderek artmaktadır (Gürgen ve Bilen, 2005:326). Yaratıcı düşünceye sahip bireyler aynı amaca farklı yollarla ulaşmaya çalışan, diğer insanlarla birlikte ekip halinde çalışabilen, farklı kültürleri deneyime gönüllü olarak hazır olan, alışılmamış görev ve durumları araştırmaya motive edilmiş kişilerdir (Acuner vd., 2004: 326-327).

Günümüz örgütlerinin insan kaynakları departmanları, bireylerin örgüte kabul edilmeleri ve örgütten ayrılmaları aşamalarında bireylerin yaratıcılık yeteneklerini değerlendirmektedirler (Jiang vd., 2012:4029). Çünkü yeni ve yararlı fikirlerin gelişmesi olarak tanımlanan yaratıcılık, dinamik ve karmaşık organizasyonlardaki çalışanların birey-örgüt uyumu için son derece önemlidir (Bledow, Rosing ve Frese, 2013:432).

2.1.5.2. Örgütler Açısından Önemi

Yaratıcılığın “yeni ve farklı bir şey yapmak” olduğu araştırmacılar tarafından üzerinde durulan ortak bir görüştür. Yaratıcılık, yeni ve farklı fikirlerin ileri sürülmesi ve bu fikirlerin bireyin kendi iş yapma usullerine, örgütsel bir takım süreç ve uygulamalara veya üretilen ürünlere olumlu yansımadır. Bu nedenle çalışanların yaratıcı davranışları örgütler açısından oldukça önemlidir (Özsoy, 2013: 264). Yaratıcılık, etkileşimin ve hoşgörünün olduğu ortamlarda daha hızlı gelişir. Yaratıcılığı geliştirmek için, yöneticilerin özellikle yaratıcılık sürecini iyi anlamaları, yaratıcı davranışı özendirmeleri ve yaratıcılığın gelişebileceği örgüt kültürünü oluşturmaları ve geliştirmeleri gerekmektedir (Yılmaz ve Karahan, 2010:147).

Yaratıcılığın örgüt açısından önemi gün geçtikçe artmakta ve bunun nedeni olarak da tüketicilerin istek ve beklentilerinin sürekli olarak değişmesi gelmektedir. Tüketiciler günlük yaşamlarında sürekli olarak yeni problemlerle karşılaşmakta ve bunlara çözüm beklemektedir. Örgütler de yaratıcılıklarını ön plana çıkartarak birbirinden bağımsız fikir ve düşünceleri biraraya getirebilir, bu sayede yeni çözüm önerileri geliştirebilirler (Bakan, 2013:8). Yaratıcılık, özellikle kriz anlarında sorunların çözümünde yeni düşüncelerin ortaya konulması (olaylara karşı proaktif düşünülmesi ya da olay gerçekleştiğinde reaktif bir hareketle sorunun çözülmesi) için gerekli en temel özelliktir (Çelebi, 2009:30).

2.1.6. Yaratıcılık ile İlgili Kuramlar

Yaratıcılıkla ilgili kuramları; Psikoanalitik Kuram, Gestalt Kuramı, Bilişsel-Gelişimsel Kuram, Çağrışım Kuramı, Faktöriyalist Kuram, İnsancıl Kuram ve Algı Kuramı şeklinde sıralayabiliriz.

2.1.6.1. Psikoanalitik Kuram

Psikoanalitik kuram, yaratıcılığın kökenleri, anlatımları, güdülenmeleri, sapmaları ve verimleriyle en çok ilgilenen kuramdır. Psikoanalitiklere göre yaratıcılık, içgüdüsel dürtülerle atılganlığın ürünüdür. Bu tür davranışlar kişinin iç çatışmaları ve saldırgan enerjisinin toplumca benimsenen ürünlere dönüşmesiyle ortaya çıkar (Acıbozlar, 2006:59). Birey engellendiğinde, suçluluk duygusu taşıdığında, korkulara kapıldığında yaratıcılığı da engellenmiş olacaktır. Yaratıcılığı biyolojik ve psikolojik özellikler açısından irdeleyen kuramı diğerlerinden ayıran en önemli fark bireyin içsel süreçlerine önem vermesidir. Bireyin arzuları, istekleri, çatışmaları ve çabaları ile ilgilenmektedir (Akıllı, 2012:25).

2.1.6.2. Gestalt Kuramı

Gestalt kuramına göre önemli olan unsur sorunların düşünürlerde yarattığı stres kavramıdır. Eğer düşünür, stresi takip ederse onun etkisini azaltacak ve sorunları çözmek için farklı yönere sapabilecektir (Gürbüz, 2004:16). Gestalt kuramı yaratıcı sürecin bileşenleriyle ve ürünün doğası ile ilgilenir. Bir keşif süreci olarak bir durumun yeniden keşfedilmesi olarak belirtilebilir. Birey kendine özgü bilgileri toplayarak sorunu çözer (Tezci, 2002:84). Bu bilgiler; bireyin değerleri, korkuları, güduları, inançları, istekleri, acıları ve umutları olarak değerlendirilebilir (Hunter ve Bullis, 1991:342).

2.1.6.3. Bilişsel-Gelişimsel Kuram

Bu teori, bireyin kendisi ve diğerlerine ilişkin bilgilerin, geniş ve karmaşık yapıların koordine edilmesi, yorumlanması ve değerlendirilmesinin nasıl olduğunu tanımlayan bilişsel yapılar üzerine kurulmuştur (Karacabey, 2011:9). Bilişsel Gelişim Kuramı'nda Feldman, Piaget'nin gelişim kuramı ile yaratıcı başarıma arasında benzerlikler bulunmuştur. Bu benzerlikler ile Feldman yaratıcılığı, Piaget'nin gelişim kuramını da içeren genel zihinsel gelişmenin özel bir durumu olarak görmektedir. Feldman, zihinsel gelişmelerle yaratıcı başarıyı temsil eden bir düşünce ve eylem alanının yeniden örgütlenmeleri arasında bir süreklilik ileri sürmüştür (Akıllı, 2012:26).

2.1.6.4. Çağrışım Kuramı

Çağrışım kuramı yaratıcı düşünceyi çağrışımlarla açıklamaya çalışmaktadır. Bu kuramın ünlü ismi Mednick, yaratıcı çözümlerin rastlantı, benzerlik ve aracılık yollarıyla oluşabileceği görüşünü öne sürmektedir. Uyarıcılar, istenilen çağrışım elemanlarını bir rastlantı sonucu yan yana getirerek yaratıcı süreci oluştururlar (Altın, 2010:11). Yaratıcılık bu çağrışımların sayısına ve alışılmamış olmasına bağlıdır.

Yaratıcılık, çözümlere ulaşmada birbirinden uzak, bir araya gelmeyecek gibi görünen düşünceleri bir araya getirebilen bir yetenek ve eğilim ile gerçekleşir (Şenol, 2013:24).

2.1.6.5. Faktöriyalist Kuram

Bu kuramın temsilcisi J. P. Guilford, yaptığı faktör analizi çalışmaları sonucunda zekayı oluşturan yüzlerce özelliği saptamış ve bunları temel faktöre indirgeyerek “insan zekasının yapısı” modelini ortaya koymuştur. Zekanın üç boyutunu işlemler, içerik ve ürünler olarak belirlemiştir (Karacabey, 2011:11; Vernon, 1984:438). İşlemler, aşamalı bir sıra ile biliş, hafıza, yakınsak ve ıraksak düşünme ile değerlendirmeden oluşmakta; içerik, zihinsel işlemlerin hangi materyallerden yararlanılarak yürütüldüğünü ortaya koymakta; ürünler ise; işaretler, ilişkiler, sistemler ve dönüşümlerden oluşmaktadır (Tezci, 2002:84).

2.1.6.6. İnsancıl Kuram

“Hümanist kuram” olarak da adlandırabilecek olan bu kuramın geliştiricileri arasındaki ilk isimler Rogers ve Maslow’dur (Altın, 2010:10). Rogers’a göre iyi veya kötü yaratıcılık olmadığı gibi, yaratıcılık belirli alanlarla da sınırlanamaz. Maslow ise yaratıcılığı bir ürün, karakter, etkinlik, süreç veya tutum olarak görmektedir (Şenol, 2013:25). Yaratıcılığın insancıl teorisi insana olumlu bir bakış açısıyla bakar. İnsancıl kuram insana değer verir. İnsanın doğuştan iyi olduğu ancak toplum içine girdikten sonra toplum tarafından mayasının bozulduğuna inanılır. Bu nedenle insan toplum içinde kendi öz gerçekleştirimini sağlayabilir (Tezci, 2002:82).

2.1.6.7. Algı Kuramı

Algı kuramına göre yaratıcılık, bir objeye değişik ve farklı görüş açılarından yaklaşabilmeye olanak sağlayan algısal bir açıklıktan ortaya çıkar (Gürbüz, 2004:17). Bu kurama göre yaratıcı bir tavır ortaya koymak için gereken güdülenme, dış dünya ile

ilişki kurma ihtiyacından kaynaklanmaktadır. Bu algısal eylem geleneksel kurallar ile sınırlandırılmayacağı için de yeterince özgür ve özgündür (Altın, 2010:12).

2.1.7. Yaratıcılık Süreci

Yaratıcılık süreci ortaya yeni bir şeyin çıkarıldığı akıl yürütme ve işlem basamaklarını içerir. Alanyazında yaratıcılık süreçleri ile ilgili dört model oluşturulmuştur. Bu bölümde, alanyazında daha fazla kabul gördüğü ve yaratıcılık sürecini daha iyi ifade ettiği düşünülen Wallas tarafından oluşturulan model üzerinde durulmaktadır. Wallas tarafından ele alınan bu süreç; hazırlık, kuluçka, aydınlanma ve doğrulama gibi dört aşamadan meydana gelmektedir (Tezci, 2002:91; Saraçoğlu vd., 2010:5):

Hazırlık aşamasında sorun, gereksinim ya da gerçekleştirilmek istenen şey saptanır ve tanımlanır. Çözüm ya da gereklilikler için ise malzeme toplanır ve çözümün gerekliliği bakımından kıstaslara başvurulur. Bu aşama bireyi psikolojik olarak hazırlayıp başarıma isteğini güçlendirdiği gibi konuya odaklanmayı da kolaylaştırmaktadır (Temizkalp, 2010:14).

Hazırlık aşamasını **kuluçka** aşaması izler. Sorundan çıkarak geriye gidilir. Sorun zihnin irdelemesine, incelemesine bırakılır. Dalgın düşünme, derin düşünme, bilinçaltı süreçler, görselleştirme ve duyuşsal algılama ile yetiler çalışır. Kuluçka aşamasında birey, sorun hakkında bilinçli düşünmez. Bu aşamada birey, değişik düşünce ve fikirleri birleştirmiş, problemi tanımlamış ve çözümler üretmeye başlamıştır (Akıllı, 2012:28). Böylece elde edilen bilgi tam anlamıyla özümsemeye çalışılacaktır (Çavuş, 2006:85).

Aydınlanma aşaması, sorunun çözümünde kullanılacak yeni bir fikrin ortaya çıkması, sorunun çözümünü oluşturacak parçaların biraraya geldiği ve bütünleştiği ani bir şimşek çakmasıdır (Aktamış ve Ergin, 2007:13). Problem ne olursa olsun, çözümün

herhangi bir anda ve hiç düşünülmediği bir sırada ortaya çıkmasıdır. Araştırmacı bir anda buluş ışığının zekasını aydınlattığını ve çözüme ulaştığını fark eder. Bu noktada sorun çözüme kavuşmaktadır (Karacabey, 2011:22).

Doğrulama aşaması, sorunun çözümünde kullanılacak yeni yöntemin, uygulamaya değer bir çözüm olup olmadığını araştırma ve uygulama aşamasıdır. Aydınlanma aşamasında ortaya çıkan bütün sonuçların ihtiyaçları karşılayıp karşılamayacağını, hazırlık aşamasında saptanan ölçütlere uyup uymayacağını anlaşıması ve gösterilmesi için bir dizi etkinliği içerir (Şenol, 2013:21).

Tablo 2.3. Yaratıcılık Süreci ile İlgili Modeller

Wallas (1926)	Rossmann (1931)	Osborn (1953)	Isaksen ve Treffinger (1985)
<i>Hazırlık</i> ; problem veya ihtiyaç durumu, beyin fırtınası	Bir ihtiyaç veya zorluğu gözleme,	<i>Yönlendirme</i> ; problemi gösterme	Hedefi bulma
<i>Kuluçka</i> ; fikirleri sindirme, düşünme sürecini gözden geçirme, bilgiyi düzenleme, bilişsel süreçleri kullanma ve bir noktaya ulaşma	İhtiyacı analiz etme,	<i>Hazırlık</i> ; uygun veriyi toplama	Gerçeği bulma
<i>Aydınlanma</i> ; yeni bir fikrin ortaya çıktığı an, bir fikir veya çözümün aniden şimşek çakması,	Elde edilen bilgilerin incelenmesi	<i>Analiz</i> ; konu ile ilgili materyali dağıtmak	Problemi bulma
<i>Doğrulama</i> ; Kontrol etme, eğer çözüm ihtiyaç durumu için uygunsu çözümün genellenmesi ve uygulanabilirliği	Çözümlerin formüle edilmesi	<i>Düşünce</i> ; düşüncelerle alternatifleri yığmak	Düşünceyi bulma
	Çözümlerin avantajları ve dezavantajlarının analiz edilmesi	<i>Kuluçka</i> ; aydınlanmaya izin verme, davet etme	Çözümü bulma
	Yeni fikrin doğumu, keşif	<i>Sentez</i> ; parçaları bir araya koyma	Kabulü bulma.
	En çok umut verici çözümü ve seçimi deneme ve somutlaştırma	<i>Değerlendirme</i> ; sonuç düşünceleri değerlendirme/ yargılama	

Kaynak: Aktamış, Halil ve Ergin, Ömer (2007). “Bilimsel Süreç Becerileri İle Bilimsel Yaratıcılık Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi”, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, Sayı. 33, ss. 11-23.

Tablo 2.3’de Graham Wallas (1926) tarafından oluşturulan dört aşamalı yaratıcılık süreci modeli alanyazında yer alan, Rossman (1931)’ın yedi aşamalı, Osborn (1953)’un yedi aşamalı ve Isaksen ve Treffinger (1985)’in altı aşamalı yaratıcılık sürecini anlatan modelleri ile karşılaştırılmaktadır.

2.1.8. Yaratıcı Birey ve Özellikleri

Günümüzde; yaşanan hızlı gelişim ve değişime uyum sağlayabilecek, eleştirel bakış açısına sahip, problemlere çözüm üretebilen, özgür ve yaratıcı düşünen bireylere duyulan ihtiyaç gittikçe artmaktadır (Dilmaç, 2010:80). Yaratıcı birey, başarılı, merak sahibi, daha az biçimsel ve geleneksel, bağımsız, sürekli eleştirdiği için mutsuz, geniş bilgi ve ilgiye sahip, duygu ve heyecanlara açık, kadınımsı ilgileri olan, erkekçe saldırganlıktan yoksun olan kişidir (Çekmecelioğlu ve Eren, 2007:18). Örgüt içindeki süreçler, ürünler, prosedürler ile ilgili yararlı ve orijinal fikirler üreten kişiler olarak da tanımlanabilir (Hou, Gao, Wang, Li ve Yu, 2011:413).

Alanyazında yaratıcı bireyin özellikleri ile ilgili birçok farklı özelliğe rastlamak mümkündür. Bu özelliklerden bazıları aşağıda sıralanmaktadır. Buna göre, yaratıcı bireyler (Emir, Ateş, Aydın, Bahar, Durmuş, Polat ve Yaman, 2004:107; Erez ve Nouri, 2012:352; Marangoz, 2012:12; Gong, Kim, Lee ve Zhu, 2013:839);

- Akıcılığa sahip (verilen sürede çok sayıda fikir üretme),
- Açıklamaya eğilimli (görsel ve sözel detaylandırma),
- Güvenilir, doğal, engel tanımayan,
- Orijinal, meraklı, hevesli, detaylı düşünen,
- Bilinenlere bağlı olmayan, şaşırtıcı ve gizli yanıtlar verebilen,
- Düşüncelerinde özgür, kolay çözümlerden hoşlanmayan,
- Yeni fikirlere açık, eleştirel düşünebilen, risk almaktan kaçınmayan,

- Paylaşmaya istekli, enerjik, sezgili ve dış dünyaya açık,
- Belirsizlikleri tolere edebilen,
- Dikkatli ve idealist,
- Birbiri ile ilişkisiz fikirler arasında bağlantı kurabilen,
- Yaratıcılığı destekleyen bir örgüt iklimi oluşturabilen,
- Azimli, sorunlarla uğraşırken güdülenen,
- Belirsizlikten, bilinmeyenlerden veya karmaşık durumlardan korkmayan,
- Başkalarından çok kendi ile rekabet eden, mükemmeliyetçi bir yapıya sahip,
- Araştırmacı, kavrama düzeyi ve öğrenme arzusu yüksek,
- Esnek ve uyum sağlayıcı bir düşünce yeteneğine sahip,
- Güçlü ve espri yeteneği yüksek,
- Çevrelerine duyarlı ve başkalarının duygularını anlayabilen (empatik),
- Farklılıklar ve zıtlıklardan kaynaklanan çatışmaların üzerine gidebilme yeteneğine sahip,
- Gelenekçi değil, yenilikçi kişilerdir.

2.1.9. Yaratıcılığı Engelleyen Faktörler

Yaratıcılığı engelleyen faktörler; bireysel faktörler, örgütsel faktörler, toplumsal faktörler olarak belirtilebilir (Çiçek, 2011:49).

2.1.9.1. Bireysel Faktörler

Yaratıcılığı engelleyen bireysel faktörleri aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Şen, Yılmaz ve Gürdoğan, 2013:4):

- Bireyin refahına olan düşkünlüğü,
- İçsel özgürlükten yoksun olma,
- Çalıştığı konu veya alan hakkında yeterli bilgi sahibi olmama,

- Korku, kuşku ve belirsizliklerin hayatın yönlendiricileri olması,
- Hata yapmaktan, yenilmekten ve alay edilmekten korkma,
- Hırsı olumlu yönde kullanamama,
- Belli bir otoriteye bağımlı olma,
- Aşırı mükemmelliyetçi olma,
- Eğitim ve öğretim hayatında akıl ve mantık ağırlıklı bir sistemden geçmiş olma.

Bireysel faktörlere, “Bundan iyisi can sağlığı.”, “Azıcık aşım, kaygısız başım.”, “Bana dokunmayan yılan bin yaşasın.”, “Çoğu zarar, azı karar.” ve “Gelen ağam, giden paşam.” gibi atasözleri örnek olarak gösterilebilir (Özen, 2012:254).

2.1.9.2. Örgütsel Faktörler

Örgütsel yaratıcılığın engeli, değişime direnen bir yönetim, eski modellerin baskısı ve bunlara eklenen hiyerarşi, üst mevkilerde bulunanların astlarına güvensizliği ve kurulu düzene bağlılığıdır. Baskıcı, hiyerarşi ile donatılmış bir örgüt yaratıcı düşünceye sahip bireylerin örgütten kaçmasına neden olmaktadır (Ceylan ve Savi, 2003:154). Örgütsel engellerin başında yöneticilerin, “saçmalama”, “bu, kurallara aykırıdır”, “bu riski göze alamayız” şeklindeki tutum ve davranışlarının önemli bir yer tuttuğu belirtilmektedir. Bu tür tutum ve davranışlar henüz yeni filizlenmekte olan orijinal fikirleri olgunlaşmadan bastırmaktadır (Karacabey, 2011:19).

2.1.9.3. Toplumsal Faktörler

Değişim ve yenilik, her zaman şaşırtıcı, güvensizlik yaratan ve bazı toplumsal dengeleri sarsan olaylardır. Bir uygarlık, kendi gelişim sürecine uygun teknikler, ideolojiler, inançlar ve dünya görüşünden oluşan veriler yelpazesine sahiptir. Bütün bunlar da gerek yaratıcılık gerekse de yenilik sürecinde önemli rol oynarlar (Altın, 2010:25). Değişimi ve yeniliği hoş gören değer sistemini destekleyen toplumlar

yaratıcılığı geliştirebilir. Doğrudan doğruya cezalandırma ya da dolaylı olarak toplumdan geri itme, ayırma, ilişkiyi kestirme biçimlerinde topluma uyma baskılarının şiddet derecesine göre yaratıcılık desteklenir veya engellenir (Çavuş, 2006:99). Bu engeller; fantezi ve hayal kurmanın zaman kaybı olduğu, hatta çılgınlık olduğu, sorunların tek ve doğru bir çözümü bulunduğu, sorunların çözümünde sayısal düşünmenin gerektiği, sezgi, heyecan, saçma düşünme ve yanılığın kötü olduğu vb. olarak sıralanabilir (Ceylan ve Savi, 2003:154).

2.1.10. Yaratıcılığın Pozitif ve Negatif Sonuçları

Yaratıcılığın hem pozitif hem de negatif sonuçları bulunmaktadır (Amabile, Barsade, Mueller ve Staw, 2005:369). Yaratıcılığın sadece pozitif yönden ele alınması ise yaratıcılığın etkisinin anlaşılmasında ve sonuçlarının değerlendirilmesinde eksik kalacaktır (Yeloğlu, 2007:140). Yaratıcılığın örgütlere sağladığı pozitif sonuçlar ışığında örgütler (Aksüzek, 2008:90);

- Hızlı değişen pazara daha kolay ayak uydurabilmekte,
- Rakiplerden önce müşteriye özel çıkarılan ürünlerde öncelik sağlayabilmekte,
- Yeni alanlarda endüstri standartlarını oluşturabilmekte,
- Ürünün başlangıç safhasında tekel konumu yaratmak suretiyle kar marjlarını yükseltebilmekte,
- Müşterilerin gözünde tanınırlığını arttırmakta ve böylece yaratıcı düşünce bir örgütte dış müşteri memnuniyeti ve sadakati, iç müşteri memnuniyeti ve sadakati, sürdürülebilir rekabet üstünlüğü, ürün, süreç ve pazar geliştirmeye yardımcı olmakta,
- Rakip ürünler pazara sunulana kadar ürünlerini geliştirip çeşitlendirme imkanı bulabilmekte,

- Ürünle ilgili bilgi ve becerilerini geliştirebilmekte, rakiplerden önce maliyetleri düşürebilmekte ve ölçek ekonomisi yaratabilmektedir.

Diğer yandan yaratıcılığın örgütleri karşı karşıya bıraktığı negatif sonuçları şu şekilde sıralamak mümkündür (Yeloğlu, 2007:141; James, Karla ve Russell, 1999:214; James ve Drown, 2008:121; Clark ve James, 1999:313);

- Çalışanların veya grupların birbirlerinden ürettikleri, geliştirdikleri yeni fikirleri, projeleri vb. çalması,
- Çalışanların kendi örgütlerine ait sınırlarının, teknolojilerinin, stratejilerinin vb. diğer özelliklerinin yasal olmayan yöntemlerle başka örgütlere taşınması,
- Birey ve grupların istedikleri hedeflere yıkıcı, zarar verici, adil ve yasal olmayan yöntemlerle ulaşması,
- Yaratıcı düşünceye sahip çalışanlar arasındaki olumsuz sonuç doğurabilen çatışmalar,
- İş memnuniyetsizliği, örgütsel bağlılık ve işten ayrılma niyetinde artış,
- Performans ve verimlilikte düşüş, stres düzeylerinde artış,
- Yenilik faaliyetlerinde bulunamamak, dolayısıyla pazara yeni ürün sunamamak.

2.1.11. Yaratıcılık ile İlgili Yapılan Araştırmalar

Araştırmacılar tarafından yaratıcılık ile ilgili yerli ve yabancı çeşitli araştırmalar yapılmıştır. Yapılan alanyazın taramasında önemli olduğu düşünülen bazı araştırmalar aşağıda özetlenmiştir.

2.1.11.1. Yaratıcılık ile İlgili Yapılan Yerli Araştırmalar

Çekmecelioğlu (2006) tarafından Gebze-Dil ovası bölgesinde, kimya sektöründe faaliyet gösteren dört boya sanayi işletmesinde çalışan 450 beyaz yakalı çalışan üzerinde uygulanan araştırmada, duygusal bağlılık, örgüt iklimi ve yaratıcılık arasındaki

ilişkiler incelenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, örgüt iklimi değişkenlerinden örgütsel cesaretlendirme unsurunun ve işin niteliğinin duygusal bağlılığı pozitif yönde etkilediği vurgulanmaktadır. Ayrıca örgüt ikliminin örgütsel cesaretlendirme, yönetimin desteği, takım desteği ve işin niteliği değişkenlerinin yaratıcılığı da pozitif yönde etkilediği saptanmıştır.

Çekmecelioğlu ve Eren (2007) tarafından Kocaeli Üniversitesi Tıp Fakültesi öğretim üyeleri ile gerçekleştirilen çalışmada, psikolojik güçlendirmenin dört boyutu ile örgütsel bağlılık ve yaratıcı davranış arasındaki ilişkilerin irdelenmesi amaçlanmıştır. Psikolojik güçlendirmenin anlam, otonomi ve etki boyutlarının yaratıcı davranışı pozitif yönde etkilediği vurgulanmıştır. Diğer taraftan, psikolojik güçlendirmenin anlam ve otonomi boyutlarının örgütsel bağlılığı pozitif yönde etkilediği aynı zamanda örgütsel bağlılık ve yaratıcılık arasında da pozitif bir ilişkinin olduğu saptanmıştır.

Akın (2010) tarafından büyük ölçekli bir imalat işletmesinde gerçekleştirilen araştırmada, bireyin yaratıcı kişilik özelliklerinin, algılanan yaratıcı iklim ve çalışanı güçlendirme algılamasının örgüt düzeyinde yaratıcı çıktılarla ilişkileri değerlendirilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, yaratıcı kişilik özellikleri, çalışanı güçlendirme algılaması ve algılanan yaratıcı iklim ile örgüt düzeyinde yaratıcı çıktılar arasında anlamlı ve pozitif bir ilişkinin olduğu vurgulanmıştır. Ayrıca yaratıcı örgüt iklimi algılamasının, yaratıcı kişilik özellikleri ile örgüt düzeyinde yaratıcı çıktılar arasında anlamlı bir aracılık rolü olduğu, çalışanı güçlendirme algılamasının ise anlamlı bir aracılık rolünün bulunmadığı belirtilmiştir.

Aksüzek (2008) tarafından TC. Ziraat Bankası Eğitim Daire Başkanlığı'nda görev yapan çalışanlar üzerinde gerçekleştirilen çalışmada, çalışanların örgütlerinde yaratıcı düşünceden yararlanılmasına ilişkin değerlendirmelerinin ortaya çıkarılması

amaçlanmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre, yaratıcı düşünceyi etkileyen kültür, insan kaynakları politikaları ve iletişim faktörlerinde yaratıcı düşünceden yararlanma düzeyinin orta seviyede, eğitim, bilgi sistemi ve müşteri beklentileri faktörlerinde yaratıcı düşünceden yararlanma düzeyinin az seviyede olduğu tespit edilmiştir.

Duran ve Saraçoğlu (2009) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, yaratıcılık ve yenilik kavramları ve aralarındaki ilişki incelenerek, yenilikçi ve yaratıcı bireylerin kişilik ve düşünce yapılarını karşılaştırmalı olarak değerlendirmek ve aynı zamanda yenilik sürecinin en etkin biçimde nasıl kullanılabileceğini ortaya koymak amaçlanmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre, yaratıcı ve yenilikçi bireylerin çoğu özelliklerinin birbirine benzediği, ancak yenilikçi bireylerde yaratıcı bireylerden daha fazla sorumluluk ve inisiyatif alma ve dışa dönüklük gibi farklı özellikler olduğu görülmüştür. Ayrıca, yaratıcı bireylerin daha fazla belirsizliğe karşı tolerans gösterme, entelektüel özerklik ve bireysellik gibi özelliklerinin yenilikçi bireylerden farklı olduğu belirtilmiştir. Buna ek olarak, yenilikçi bireylerde dikey (derinlemesine) düşünce yeteneği, yaratıcı bireylerde ise yatay düşünce yapısı görüldüğü üzerinde durulmuştur.

Temizkalp (2010) tarafından gerçekleştirilen araştırmada, öğretmen adaylarının yaratıcılık düzeylerinin; öğrencilerin cinsiyeti, öğrenim gördükleri bölüm, üniversiteye giriş puan türü ve en uzun süre yaşadıkları yer değişkenlerine bağlı olarak incelenmesi amaçlanmıştır. Sonuçlara göre, öğretmen adaylarının yaratıcılık düzeylerinin; uzun süre yaşadıkları yere göre ve cinsiyetlerine göre değişmediği, öğrenim gördükleri bölüm ve üniversiteye giriş puan türüne göre ise değişiklik gösterdiği vurgulanmıştır.

Ulutaş (2011) tarafından imalat sektöründe faaliyet gösteren bir işletmedeki çalışanlar üzerinde yapılan araştırmada, katılımcı yönetimin örgütsel bağlılığı ve yaratıcılığı nasıl etkilediğinin ortaya çıkartılması amaçlanmıştır. Araştırma sonucunda,

katılımcılık düzeyindeki artışın örgütsel bağlılığı anlamlı bir şekilde arttırdığı belirtilirken, katılımcılık ile yaratıcılık arasında da pozitif anlamlı ilişkiye rastlanmıştır. Sonuç olarak, çalışanların yönetime katılmasının, hem örgütsel bağlılık hem de yaratıcılık üzerinde arttırıcı bir etkisi olduğu vurgulanmıştır.

Karcioğlu ve Kargın (2013) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, dönüştürücü liderlik anlayışının yaratıcılığı ve yeniliği nasıl etkilediğini açıklamak amaçlanmıştır. Araştırma sonucuna göre, dönüştürücü liderlik, vizyon sağlamak ve rol modeli olmak, entelektüel teşvik sağlamak, takipçilerden yüksek başarı beklemek ve onlara bireysel ilgi göstermek gibi özellikleri içerisinde barındırdığından, takipçileri cesaretlendirir, onları harekete geçirir ve iş yapma isteklerini arttırır. Dönüştürücü liderler yaratıcılığı teşvik ederek ve yeniliği destekleyerek rakipleriyle rekabet edebilir ve sektörde sürdürülebilir bir başarı elde edebilirler.

Yılmaz ve İraz (2013) tarafından devlet ve katılım bankalarındaki çalışanlar üzerinde uygulanan çalışmada, çalışanların yaratıcılık yönetimiyle ilişkili tutumlarını ölçmek ve karşılaştırmak amaçlanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, katılım bankası çalışanlarının, devlet bankası çalışanlarına göre daha yüksek ve pozitif yaratıcılık yönetimi ve örgütsel yaratıcılık kültürü tutumlarına sahip oldukları belirlenmiştir. Buna ek olarak cinsiyet, yaş ve çalışma süresi gibi demografik değişkenler arasında da anlamlı ilişkiler ortaya konmuştur. Ayrıca beklenilenin aksine katılım bankalarında yaratıcı örgüt kültürünün ve çalışanlardaki yaratıcılık algısının daha baskın ve yüksek olduğu tespit edilmiştir.

2.1.11.2. Yaratıcılık ile İlgili Yapılan Yabancı Araştırmalar

Bissola ve Imperatori (2011) tarafından gerçekleştirilen ve örgütlerde ortak yaratıcı projeler ile takım yaratıcılığının tasarımı üzerinde duran ve 24 yönetici ile 11

kişilik 98 grubu içeren bir araştırmadan elde edilen bulgular; yaratıcılığın sadece yaratıcı deha ile ilgili olmadığını ve yaratıcılık için tasarımın doğrusal korelasyon dışında, ortak bir yaratıcılık performansı üretmek için her biri diğeri ile etkileşim içinde olan, bireyin yaratıcı becerileri, takım dinamikleri ve örgütsel çözümler gibi faktörlere göre bütünleştirici ve daha karmaşık bir yaklaşımı belirttiğini ileri sürmektedir.

Castro, Gomes ve Sousa (2012) tarafından gerçekleştirilen ve liderin duygusal zekasının takipçilerinin yaratıcılığı üzerindeki etkisinin ele alındığı araştırmanın bulguları, liderin duygusal zekası ve takipçilerin yaratıcılığı arasındaki pozitif yönlü ilişkiyi ortaya koymakta ve bu ilişkide örgütsel iklimin aracı rolü olmadığını belirtmektedir. Araştırmada aracı rolün yokluğu ilginç bulunurken, örgütsel iklim önemsenmeden liderin duygusal zekasının çalışanların yaratıcılığında doğrudan belirleyici olacağı vurgulanmakta ve bireysel ve örgütsel davranışları şekillendirmede liderin eşsiz rolüne dikkat çekilmektedir.

Bledow, Rosing ve Frese (2013) tarafından gerçekleştirilen araştırmada, yaratıcılığın pozitif ve negatif duyguların dinamik olarak karşılıklı etkileşiminden de etkilendiği vurgulanmaktadır. Duygu ve yaratıcılık ilişkisini ele alan araştırmada ayrıca, duygu kayması olarak adlandırılan süreçte, negatif duygulardan pozitif duygulara geçildikçe yaratıcılığın artacağı belirtilmektedir.

Chang ve Hsu (2013) tarafından gerçekleştirilen araştırma, bilgi teknolojileri çağında işle ilgili konularla ilgilenirken çalışanların bilgi okuryazarlığının yaratıcılık ile ilişkisini ele almıştır. Bu doğrultuda yürütülen araştırmanın bulguları, çalışanların bilgi okuryazarlığının çalışanların yaratıcılığı ile anlamlı ve pozitif yönlü ilişkili olduğunu belirtirken çalışanların mutluluğunun bu ilişkide aracı rol üstlenebileceğini ve

Çalışanların mutluluğu ile yaratıcılıkları arasında da anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğunu vurgulamaktadır.

Gong, Zhou ve Chang (2013) tarafından gerçekleştirilen ve çalışanların yaratıcılığının firma performansı ile ne zaman pozitif veya negatif ilişkisi olduğunu inceleyen araştırmanın bulguları, risk uyumu yüksek olduğunda yaratıcılığın performans ile negatif ve özümleme kabiliyeti yüksek olduğunda yaratıcılığın performans ile pozitif yönlü ilişkili olduğunu, küçük firmalarda ise aralarındaki ilişkinin daha pozitif olduğunu belirtmektedir.

2.2. İÇ GİRİŞİMCİLİK

İç girişimcilik, “bir örgütte yeni pazar fırsatlarını araştırmak ve karlı fırsatları belirlemek amacıyla kaynakları bir araya getirme, üretme ve satışı başlatma süreci” olarak ifade edilirken “var olan ve işleyen bir örgüt içindeki risk ve girişim” olarak da açıklanmaktadır (Çetin, 2011:70). İç girişimcilik, örgüt içinde ekonomik değer yaratmanın, yeni imkanları kullanmanın ve yeni girişim geliştirmenin önemli bir yoludur (Parker, 2011:19). Ayrıca iç girişimciliğin, örgütlerin sürekli yenilik yapmalarını kolaylaştırabilecek ve küresel pazarlarda rekabet ederken karşılaştıkları rekabet gerçekleri ile etkili bir biçimde mücadele edebilmelerini sağlayacak bir süreç olarak da tasarlandığı iddia edilmektedir (Ağca ve Kurt, 2007:85).

2.2.1. Girişim, Girişimci ve Girişimcilik Kavramları

Girişim, bireylerin başkalarına bağımlı olmadan hayallerini gerçekleştirmeyi, yeteneklerini kanıtlamayı ya da yaratıcılık özelliklerini ortaya çıkarmayı amaçlamaları ve bu amaçları gerçekleştirmek için de risk üstlenerek örgüt kurmaları veya harekete geçmeleri şeklinde tanımlanabilir (Yıldız, 2007:4). Girişim, yeni bir girişime yol açan süreçler, uygulamalar, karar verme ve imkanların en iyi şekilde kullanılması faaliyetleridir (Jabiecka, 2001:376). Kültürel bir süreç olarak ele alınmakta olan girişim, ürün hayat eğrisinin kısaldığı, örgütlerin sürekli yeni fırsatlar araştırdığı günümüz iş hayatında yüksek örgüt performansının olmazsa olmazlarından kabul edilmektedir (Özşahin ve Zehir, 2011:48).

Girişimci, üretim faktörlerini sistemli ve bilinçli bir şekilde bir araya getirerek (Bakan, Eytmiş, Büyükmeşe ve Erşahan, 2012:260), iktisadi mal ve hizmet üretimi için gerekli girişimi başlatan, üretim için gerekli parasal kaynakları ve ürünlerin satılabileceği pazarları bulan kişidir (Bozkurt ve Alparslan, 2013:9). Ayrıca girişimci

cesur, atak, istekli, yenilikçi, fırsatları gören, değerlendiren ve dönüştürebilen ve risk üstlenebilen bir kişi olarak görülür (Özkara, Karayormuk ve Köseoğlu, 2006:221; Güler, 2010:5; Ekankumo ve Kemebaradikumo, 2011:197). Girişimci, başarılı olmak için bir amaca, bir fikre, bir misyona ve bir bireysel odağa sahiptir (Bernstein, 2013:12). Girişimci tutum ve davranışları rekabetçi ortamlarda geliştirmek her ölçekteki örgüt için önemli ve gereklidir (Balasundaram ve Uddin, 2009:29).

Girişimciler, yeni pazarlar, yeni ürünler ve yeni hizmetler yaratan, değişimi gerçekleştiren, yeni sistemler tanıtan, zenginlik yaratmak için yeni kapasiteleri bulan ve kaynakları kullanan kişilerdir (Al-Askari, 2011:109). Girişimciler, faaliyette bulunan bir örgüt içinde yenilenmeyi ve yeniliği teşvik eden veya yeni organizasyonlar yaratan bir örgütün parçası olarak ya da bağımsız bir şekilde faaliyette bulunan birey veya birey gruplarıdır (İşcan ve Kaygın, 2011:277). Girişimci, başkalarının baktığı ama göremediği fırsatları görüp, bunları iş fikrine dönüştürebilen, araştırma ve geliştirme faaliyetlerine önem veren ve aynı zamanda risk almaya yatkın kişidir (Kızılırmak ve Oktay, 2006:131;141; Gürol, 2006:254; Hisrich, Peters ve Shepherd, 2006). Diğer taraftan faaliyet alanlarında daha profesyonel davrandıkları, insanlarla iletişim kurmada yetenekli ve amaçlarına ulaşmada daha fazla motivasyona sahip oldukları ve ileriye görerek ona göre stratejileri oluşturdukları söylenebilir (Ceylan ve Demircan, 2002:7).

Girişimcilik, küreselleşme ile birlikte daha çok kullanılmaya başlanan bir kavram haline gelmiştir (Yan, 2012:16). Küresel ekonomik büyümenin öncüsü (Jimenez, Brust ve Ubeda, 2011:1379) krizlerin ve artan işsizlik oranlarının çözümü, ülke kalkınması, ekonomi dinamiklerinin işleyişini güçlendirmek gibi ekonomik, sosyal, psikolojik ve teknolojik hayata olumlu etkileri nedeni ile “girişimcilik” özellikle son yıllarda çok popüler ve sıkça anılan bir kavram olmuştur (Öneren, 2012:8). Özellikle

ekonomik büyüme ve teknolojik gelişmeyi sağlayan en önemli faktörlerden biridir (Ming, 2013:450; Mohamad, Ramayah, Herianto ve Saerang, 2011:7). Fransız iktisatçı J.B. Say'dan itibaren girişimcilik dördüncü üretim faktörü olarak kabul görmüş ve klasik üretim faktörleri emek, sermaye ve doğa faktörlerine girişimcilik de dahil edilmiştir (Bilge ve Bal, 2012:132; Çelik ve Akgemci, 2007:25).

Girişimcilik, örgütün içinde veya dışında meydana gelen yaratıcılık eylemleri, yenilenme ya da yenilik faaliyetlerini içerir. Girişimcilik, piyasa yapıları, müşteri ihtiyaçları, teknoloji ve toplumsal değerler ile sektörde hızlı değişim geçiren örgütler için özellikle önemlidir (Kuratko, Ireland ve Hornsby, 2001:60; Johannesson, 2012:182). Girişimcilik bireyin, bağımsız olarak ya da bir örgüt içinde, bir fırsatı saptama ve yeni bir değer yaratma ya da ekonomik başarı elde etmek için bu fırsatın üzerine gitme motivasyonunu ve kapasitesini tanımlar (Serhateri ve Coşkun, 2006:111). Aynı zamanda yenilik üretme, risk alma, fırsatları görme ve uygulamaya geçme faaliyetlerinin genelini adlandıran kavram olarak nitelendirilebilir (Ercan ve Gökdeniz, 2009:67). Girişimcilik, örgüt karlılığını yükseltmek ve sürdürülebilirliğini sağlamak amacıyla örgütü yeni bir iş geliştirmek için cesaretlendirir (Farahmand, Tagizadeh ve Kheirandish, 2011:1222).

2.2.2. Girişimcilik Türleri

Girişimcilik ekonomik gelişme sürecinin son derece önemli bir değişkeni olup, girişimcinin bu süreçte önemli bir fonksiyonu bulunmaktadır. Alanyazında yer alan girişimcilik türleri; orijinal girişimcilik, kurumsal girişimcilik, profesyonel (yönetici) girişimcilik, teknik girişimcilik, girişimci girişimciliği, çevreci girişimcilik, fırsat girişimciliği, yaratıcı girişimcilik, kamu girişimciliği ve iç girişimciliğidir (Göçmen, 2007:19).

Orijinal girişimcilik, girişimcilerin öncelikle kendi güç, yetenek, algı sezgi, beceri, ustalık, tecrübe, bilgi gibi özelliklerine dayanarak hayallerini gerçekleştirmek üzere harekete geçtikleri ve temelden başlayarak kurdukları girişimlerdir (Göçmen, 2007:19). **Kurumsal girişimcilik**, büyük veya küçük örgütlerin kendi aralarında küçük girişimcileri organize ettiği üst girişimdir. Girişimcilik ruhunu canlı tutan ve toplumun değişim yönündeki taleplerine cevap veren bir girişimcilik türüdür (Top, 2006:12). **Profesyonel (yönetici) girişimcilik**, kriz, kötü yönetim ya da girişimcinin ölüm, miras paylaşımı gibi nedenleriyle girişimin, örgüt içerisinden veya örgüt dışından birine devredilmesi veya satılması iken, **teknik girişimcilik**, yenilik, yaratıcılık ve araştırma geliştirme faaliyetlerinin finansal açıdan desteklenmesini ve yönetilmesini içine alan ve daha çok teknolojik alanda ortaya çıkan ekip girişimciliğidir (Çiğdem, 2011:47). **Girişimci girişimciliği**, daha önce belli alanlarda girişimcilik yapmış ve daha sonra örgütünü satmış olan deneyimli girişimcilerin fırsat alanı olarak yeni girişimcileri hedef almaları şeklinde gelişen girişimcilik türüdür (Marangoz, 2012:13). **Çevreci girişimcilik**, çevre ile ilgili sorunlara çözüm bularak ortaya çıkan fırsatları değerlendiren girişim türüdür. Atıkların değerlendirilmesi, yeniden dönüşüm faaliyetlerinin yaygınlaştırılması, çevreye zarar vermeyen yeni üretim yöntemlerinin geliştirilmesi ve hava, su, toprak kirliliğini önleyici yeni teknik gelişmeler çevreci girişimlere fırsatlar sunmaktadır (Göçmen, 2007:20). **Fırsat girişimciliği**, pazardaki mevcut fırsatları görerek ya da olası fırsatları öngörerek mevcut olan mal veya hizmeti pazara sunmaktır (Tutar ve Küçük, 2003:171). **Yaratıcı girişimcilik**, pazarlanabilir veya geliştirilmiş yeni ürün, yeni yönetim ve üretim yöntemleri için, yeni teknolojiler geliştirebilme ve inovatif düşünebilme yeteneğidir (Özkara vd., 2006:426). **Kamu girişimciliği**, topluma kamusal hizmet sunan kamu kaynaklarını ve kamu yetkilerini kullanan girişimciliktir (Göçmen,

2007:21). *İç girişimcilik*, bir örgüt içerisinde, örgütsel karlılığı ve örgütün rekabet gücünü yükseltmek ve stratejik yenilenmeyi gerçekleştirebilmek için yeni iş yaratma sürecidir (Gürel, 2012:59).

2.2.3. İç Girişimcilik Tanımı

Günümüz örgütleri, faaliyet gösterdikleri rekabetçi ve dinamik iş çevresi koşulları içerisinde ekonomik yaşamlarına devam edebilmek ve yaşam sürelerini uzatabilmek için farklı çıkış yolları aramaya başlamışlardır. İş dünyasında yaşanan değişimler ve bilgi çağının getirdikleri, örgütleri ve örgüt yapılarını etkilemektedir (Kızıloğlu ve İbrahimoglu, 2013:105). Hızlı teknolojik değişim, ekonomik krizler, uluslararası artan rekabet, örgütlerin değişen yetenekleri, yeni değer yaratmak ve geliştirmek örgütler için oldukça önem arz etmektedir (Rigtering ve Weitzel, 2013:338).

İç girişimcilik kavramının, sürdürülebilir örgütsel rekabet ve gelişme için çok önemli bir faktör olduğu uzun zamandan beri kabul edilmiştir (Duobiene, 2008:350). İç girişimcilik, küreselleşme ile tek pazar haline gelen dünyada, örgütlerin ayakta kalabilmeleri ve rekabet üstünlüğünü sağlayabilmeleri açısından büyük önem taşımaktadır (Basım, Meydan ve Şeşen, 2009:4). Aynı zamanda, iç girişimcilik, stratejik yenilenmeyi, rekabet pozisyonunu, örgütsel karlılığı, süreçleri, hizmeti, imkanları ve yeni fikirleri geliştirmeyi amaçlamaktadır (Ramanigopal, Palaniappan, Hemalatha ve Murugesan, 2012:51; Wyk ve Adonisi, 2002:66; Rigtering ve Weitzel, 2013:340; Scott, Gibbons ve Coughlan, 2013:331).

İç girişimcilik kavramı 1980'lerin ortasında ayrı bir araştırma konusu olarak alanyazındaki yerini almıştır. Günümüzde hala açık ve ortak bir tanımı bulunmayan ama her geçen gün önemi daha da artan bir kavram haline gelmiştir (Christensen, 2005:307; Ebner, Korunka, Frank ve Lueger, 2007:291). Araştırmacılar iç girişimciliğin

farklı yönlerini ortaya koymak için farklı kavramlar kullanmışlardır. Bunlar, intrapreneurship (iç girişimcilik), corporate entrepreneurship (kurumsal girişimcilik), internal corporate entrepreneurship (iç kurumsal girişimcilik), exopreneurship (yenilik için seçenek), corporate ventures (kurumsal girişimler), new ventures (yeni girişimler) gibi kavramlardır (Borza ve Maier, 2012:15; Chang, 2001:154; Molina ve Callahan, 2009:389).

Tablo 2.4. İç Girişimcilikle İlgili Tanımlar

Kaynak	Tanım
Pinchot (1985)	Örgütsel çevre içerisinde yaratıcılık ve yeniliğe odaklanmış bireyler tarafından yararlı girişimlerin fikre dönüştürülmesidir.
Engle, Mah ve Sadri (1997)	Herhangi bir konuda yenilik yapabilmek için önceden kabul edilmiş düşünceleri reddeden veya değiştiren yaratıcı düşüncedir.
Borch, Huse ve Senneseth (1999)	Bir işletmenin girişimciliği ve yeniliği anlaması ve eylemlerine yansıtmasıdır.
Chang (2001)	Girişimcilik faaliyetlerinin örgüt içine uyarlanmasıdır.
Antoncic ve Hisrich (2001)	Çalışanların örgüt içindeki mevcut kaynakları dikkate almadan yeni fırsatları takip etmeleridir.
Saetre (2004)	Mevcut bir organizasyon içindeki girişimcilik faaliyetidir.
Hayton ve Kelley (2006)	Örgüt genelinde yenilik, yeni iş yaratma ya da yeni iş modellerini ortaya çıkarma ile keşif ve yeni fırsatlar peşinde gerçekleştirilen faaliyetler kümesidir.
Antoncic (2007)	Kurulu bir örgüt içindeki girişimcilik ruhudur.
Farahmand ve diğ. (2011)	Yeni pazarların veya ürünlerin gelişmesi için bir süreçtir.
Maier ve Zenovia (2011)	Örgüt içindeki sistemin yenilenmesi ve değişimini sağlayan devrim niteliğinde bir süreçtir.
Felicio, Rodrigues ve Caldeirinha (2012)	Boyutu ne olursa olsun, örgüt içinde yürütülen yenilikçi faaliyetler ve projelerdir.
Hornsby, Bloodgood, Hayton ve Kuratko (2013)	Örgüt içerisinde yenilenme ve yenilik başlatan süreçtir.
Kocjancic ve Stefan Bojnec (2013)	İşletme verimliliğinin ve pazar rekabetinin kaynağıdır.
Moriano, Molero, Topa ve Mangin (2014)	Mevcut bir örgüt içindeki girişimci davranışları açıklamak için kullanılan bir kavramdır.

Yenilik ve farklılaşmanın rekabet açısından temel zorunluluk haline gelmesi ile birlikte ön plana çıkan iç girişimcilik, örgüt kurulurken söz konusu olan girişimci heyecanının kurulu bir organizasyonda devamını sağlamayı amaçlayan bir kavramdır (Akdoğan ve Cingöz, 2006:49). Diğer taraftan, örgüt için fırsatlar yaratabilmek ve örgütün sürekli gelişimini sağlayabilmek için hayal gücünden uygulamaya yansıtılan fikirlerin eylemleştirilmesi faaliyetleridir (Zeren, 2012:100). Günümüz küreselleşen, rekabetçi ve teknolojik iş yaşamında hayatta kalmak için elde edilecek başarı faktörlerinin anahtarıdır (Platzek, Winzker ve Pretorius, 2011:97; Sarkar, 2006:168).

İç girişimcilik, mevcut girişimcilik kaynaklarının veya çalışanların yaratıcılıklarının kullanılarak örgüt içinde yeni faaliyetlerin oluşturulması sürecidir (Chang, 2001:154). Ayrıca iç girişimcilik, “örgüt içinde yenilikçi düşünceleri somut gerçeklere dönüştürme sürecinde özgür hareket etme niyetlerinin ve sıradanlığın haricinde yeni alışkanlıklarla ilgili davranışların hedeflendiği ve sergilendiği girişimcilik eğilimleri” şeklinde belirtilmektedir (Ağca ve Kurt, 2007:89). İç girişimcilik, örgütlerin rekabet avantajı elde etmelerinde beceri ve yeteneklerini güçlendirirken, yetkinliklerini artırır (Felicio, Rodrigues ve Caldeirinha, 2012:1720).

İç girişimcilik, radikal bir örgütsel yenilenme süreci, yenilik ve farklılaşma aracı olduğundan örgüte kayda değer bir rekabet üstünlüğü sağlamaktadır. Ayrıca, bireylerin yaratıcılık düzeylerini yükseltmek ve örgütü bürokrasiden arındırmak, örgütü esneklik yeteneğini arttırmaya yönelten bir önemli unsurdur (Gürel, 2012:60). Örgüt yönetimi, iç girişimcilik sürecini kolaylaştırmak ve paydaşlarına gerçek değer yaratmak için iç girişimcilik yeteneklerini güçlendirmeli, geliştirmeli ve yenilik ve örgütsel performans üzerindeki etkisini teşvik etmelidir (Adonisi ve Wyk, 2012:478).

2.2.4. Girişimcilik ve İç Girişimcilik Kavramlarının Karşılaştırılması

Girişimcilik, “ekonomik fırsatların yeni değerlere dönüştürüldüğü bir süreç” olarak tanımlanabilir. İç girişimciliği ise, bir örgütte her alanda yenilik yapabilmek amacıyla rutin düşünce ve iş yapma yöntemlerini değiştirerek, risk almaya ve yenilikçi olmaya yönelik davranışlar şeklinde tanımlamak mümkündür (Gürbüz, Bekmezci ve Mert, 2010:128). Girişimci ve iç girişimci kavramlarının karşılaştırılması aşağıdaki tablo yardımı ile görülebilir (Akoğan ve Cingöz, 2006:51; Gürel, 2012:69):

Tablo 2.5. Girişimci ile İç Girişimci Kavramlarının Karşılaştırılması

Girişimci	İç Girişimci
Girişimciler iç girişimcilere oranla daha fazla risk alırlar.	İç girişimciler görece olarak daha az risk almayı tercih ederler.
Özgüveni yüksek, özgür ve kendi kendini motive eder.	Serbest olmak ve işletme kaynaklarına erişmek ister. Kendi kendine motive olur, ödüllere ve takdire karşılık verir.
Girişimciler kendileri için yenilik yaparlar.	İç girişimciler var olan bir örgütte başkaları adına yenilik yaparlar.
Yetki devretmemeyi tercih eder.	Yetki devrini iyi bilir. Gerekli olduğunda ve gerekli ve önemli işlerin yapılması için yetkiyi ne zaman devredeceğini bilir.
İyimser, cesaretli ve özgüvenlidir.	Cesaretli ve özgüven sahibidir. Sistemden kaynaklanan sorunların kendi yetenekleri ile üstesinden gelebileceğini düşünür, bu konuda oldukça iyimserdir.
Girişimciler kendi istekleriyle girişimsel bir faaliyette bulunurlar.	İç girişimciler örgüt içinde başkaları tarafından seçilirler ve örgüte kendilerini kabul ettirirler.
Önceliği teknoloji ve pazardır.	Örgütün içi ve çevresi önceliğidir. Girişimcinin ve pazarın ihtiyaçlarını birlikte değerlendirir ve aynı zamanda müşteri odaklıdır.
Girişimciler kendi, sermayelerini riske ederler.	İç girişimciler çalıştığı firmanın sermayesini riske ederler.
Kararlı ve faaliyet odaklıdır.	Sabırlı, uzlaşmacı, azimli ve dirayetlidir. Aynı zamanda kararlıdır.
İnsani ilişkiler karşılıklı ilişki ve anlaşmaya dayalıdır.	Hiyerarşi kuralları içerisinde karşılıklı ilişkiye dayalıdır.
Girişimcinin risk tercihi para ve saygınlık kazanmaya dönüktür.	İç girişimcinin risk tercihi kariyer ve işe yöneliktir.
Girişimciyi motive eden ana unsur, yeni bir iş kurma, kendi işine başlama ve finansal kazanç elde etme düşüncesidir.	İç girişimciler terfi, prim, yüksek ücret ve gelir artışı gibi faktörlerle motive olurlar.

Kaynak: Akdoğan, Asuman ve Cingöz, Ayşe (2006). *İç Girişimciliğe Verilen Önem Düzeyi ve İç Girişimciliği Etkileyen Örgütsel Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Kayseri İlinde Bir Araştırma*, Uluslararası Girişimcilik Kongresi Bildiri Kitabı, s. 51.

Girişimcilik ve i girişimcilik kavramlarının karşılaştırılmasında ne çıkan bazı özellikler şu şekilde sıralanabilir (ktem, Leblebici, Arslan, Kılıç ve Aydın, 2003:175; Gürel, 2012:68):

- Kaynaklarla ilgili olarak girişimci, kaynakları örgüt dışından toplayıp bir araya getirerek elde ederken, i girişimci kaynakları i fazlalıklardan çıkarma özelliğine sahiptir.
- evre bakımından girişimci, makro ve mikro çevreye odaklanmakta iken, i girişimci bu açıdan oldukça benzerlik göstermektedir.
- Başarısızlıklar ve hatalar açısından girişimci, açık ve görünür biçimde hatalarından ders almakta ve hatalarının bedelini ödemekte iken, i girişimci de başarısızlıklarından ders alır, ancak örgüt kültürü cezalandırıcı ise hatalarını gizleyebilir.
- Girişimci karar alırken azimlidir ve bu karardan vazgeçmez, i girişimci ise karar süreçlerinde uzmanlaşma arayışındadır.
- Girişimcinin risk tercihi para ve saygınlık kazanmaya dönük iken, i girişimcinin risk tercihi kariyer ve işe yöneliktir.
- Girişimciliğin ardındaki motifler, özgürlük, amaç odaklı olmak, öz güven iken, iç girişimcilik ile ilgili motifler özgürlük, kaynaklara erişim, özerk olmaktır.
- Girişimciler, sert kurallarla ve yoğun bir hiyerarşik yapı ile karşı karşıya kalmazlar. İ girişimciler ise, mevcut örgüt kaynaklarını bir çatı altında birleştirerek, örgütün faydası olabilecek şekilde, örgütün çevresindeki fırsat ve tehditleri de analiz ederek, yetenekleri doğrultusunda yeni fikirler üretilip bunları örgüt adına hayata geçirirken içinde buldukları örgütün kural, politika ve prosedürlere uymak zorundadırlar.

2.2.5. İç Girişimcilik Kavramının Tarihsel Gelişimi

İç girişimcilikle ilgili söylemler 1970’li yılların ortalarında oluşmaya başlarken 1980’li yılların ortalarında ayrı bir araştırma konusu haline gelmiştir (Christensen, 2005:306). İç girişimcilik kavramı ilk kez Gifford ve Elizabeth Pinchot tarafından 1976 yılında yayınlanan çalışmada ele alınmıştır. Bu çalışmaları sonucunda elde edecekleri getirinin bir kısmını ödül olarak alabileceklerini, diğer kısmını da gelecekteki iç girişimcilik faaliyetlerinin desteklenmesinde kullanabileceklerini ortaya koymuşlardır (Çiğdem, 2013:50). İç girişimciler için oluşturulan “Mr. Bob Schwartz’s Tarrytown School for Entrepreneurs” isimli okul New York yakınlarında Pinchot tarafından açılmıştır. İç girişimcilikle ilgili ilk akademik çalışma ise 1982 yılında Howard Edward Haller tarafından gerçekleştirilmiştir (Arslan, 2012:114). Daha sonra Bulgelman 1983 yılında yayınlanan tezinde iç girişimcilik kavramını ve sürecini deneysel araştırmalarla incelemiştir (Carland ve Carland, 2007:83; Chang, 2001:154; Chang, 2000:70).

1984 yılında bilimsel dergilerde iç girişimcilik kavramı kullanılmaya başlanmıştır (Bouchard ve Basso, 2011:221). Ian Hamilton-Fazy 1984 yılında Financial Times’da yayınlanan makalesinde “intrapreneurialism” kavramını kullanmıştır. Ayrıca 1985 yılında Gifford Pinchot örgüt içindeki girişimci aktiviteleri açıklamak için “intrapreneurship” terimini kullanmıştır (Feyzbakhsh, Sadeghi ve Shoraka, 2008:172; Stull ve Aram, 2010:17; Urbano ve Turro, 2013:379; Zahra, Randerson ve Fayolle, 2013:365). 1992 yılında The American Heritage Dictionary of the English Language sözlüğüne iç girişimci kelimesi eklenmiştir (Toftoy ve Chatterjee, 2004:2).

2.2.6. İç Girişimciliğin Önemi

Ülkelerin ekonomik kalkınması, örgütlerin amaçlarına ulaşabilmesi, performanslarını yükseltmesi ve hayatta kalabilmesi, büyümesi, karlılığı, sürdürülebilir rekabet avantajı sağlaması, çalışanların kendilerini gerçekleştirebilmesi ve motive olabilmesi için girişimcilik fikirlerinin ve girişimcilerin desteklenmesi oldukça önemlidir (Karabayır, Gülşen, Çifci ve Muzaffar, 2012:70; Hitt, Ireland, Camp ve Sexton, 2001:484; Sun ve Pan, 2009:277; Zahra, Filatotchev ve Wright, 2009:248). İç girişimcilik, büyük çaplı örgütlerin performansının iyileştirilmesinde ve yeniden canlandırılmasında önemli bir unsur olarak akademik ortamda kabul görmüştür (Antoncic, 2007:309). Örgütsel performans, büyüme ve gelişme önemli ölçüde mevcut örgüt içindeki girişimlere (iç girişimcilik) bağlıdır (Antoncic ve Antoncic, 2011:489).

Tüketicilerin sürekli değişen ve farklılaşan ihtiyaç ve isteklerini karşılayabilmenin en önemli yollarından biri, yaratıcı düşünceye sahip olmak, yenilikçi olmak ve bu yenilikleri hızla hayata geçirebilmektir (Gürel, 2012:64). Günümüz örgütlerinin rekabetin yoğun yaşandığı ortamda sürdürülebilirliklerini sağlayabilmeleri “sürekli yenilik” anlayışını temel yetenekleri haline getirmeleriyle mümkündür. Örgütler, çalışanlarına daha fazla özerklik (otonomi), özgürlük ve kaynak kullanma imkanı veren ve yaratıcı enerjilerini kullanarak yenilik yapmalarını sağlayan “iç girişimcilik” kavramına daha fazla önem vermelidirler (Ağca ve Kurt, 2007:84). İç girişimcilik, mevcut kaynakların kontrol edilmesi, fırsatların takip edilmesi, gönüllü olarak risk alınması, daha fazla değer sağlanması, örgüt performansını artırıcı, inovasyonla sonuçlanan fırsatlar sunması ile örgütler için önemini bir kez daha ortaya koymaktadır (İbrahimoglu ve Uğurlu, 2013:105).

Pazardaki yeni rakiplerin sayısındaki hızlı artış, teknolojide yaşanan devrim, yoğun küresel rekabet, klasik yönetim uygulamalarına duyulan güvensizlik ve zayıflık duygusu, piyasalardaki durgunluk ve değişim, yenilik ve iyileştirme gereksinimleri, artan küresel rekabet, yenilik odaklı düşünen çalışanların katı bürokratik yapılar nedeniyle hayal kırıklığına uğramaları gibi sorunlar örgütler için iç girişimciliğin önemini bir kat daha arttırmıştır (Ağca ve Kandemir, 2008:213; Ferdousi, 2012:3). Bu nedenle hem ulusal hem de uluslararası düzeyde faaliyet gösteren örgütler, daha fazla yenilikçi faaliyette bulunmaya ve değişime karşı uyum sağlamaya zorlanmaktadır. Bu gelişmeler sonucunda modern örgütler iç girişimciliği geliştirecek farklı yollar aramaya ve geliştirmeye başlamışlardır (Onay ve Çavuşoğlu, 2010:51). Çünkü iç girişimcilik ile örgütün kuruluş aşamasındaki heyecanını canlı tutabilmek, çalışanları motive edebilmek, çalışanların yaratıcılıklarını beslemek, örgütün performansını arttırabilmek, nitelikli çalışanların örgütte kalmasını sağlayabilmek, örgütün gelişimini sürekli hale getirmek ve sürekli değişen tüketici taleplerini karşılayabilmek mümkün olabilmektedir (İçerli, Yıldırım ve Demirel, 2011:178).

2.2.7. İç Girişimcilik Türleri

İç girişimcilik kavramını daha iyi açıklayan ve önemini vurgulayan iç girişimcilik türlerini; sürdürülebilir yenilenme, örgütsel iyileştirme, stratejik yenilenme ve yeni alan tanımlama şeklinde sıralamak mümkündür.

2.2.7.1. Sürdürülebilir Yenilenme

Sürdürülebilir yenilenme, örgütün düzenli ve sürekli olarak yeni ürün veya hizmetler geliştirmesi ya da yeni pazarlara girmesi ile ilgilidir (Covin ve Miles, 1999:50). Örgüt, yeni ürün ve hizmetlerin sürekli tanıtılmasını teşvik etmek ve desteklemek için süreçleri, yapıları ve kültürü geliştirmelidir (Des, Ireland, Zahra,

Floyd, Janney ve Jane, 2003:354). Bu çaba örgütün inovasyon üretme yeterliliğini kullanarak henüz fark edilmemiş pazar fırsatlarından yararlanmaya yöneliktir. Başarılı örgütler yeniliği destekleyici kültür, yapı ve teşvik sistemlerine sahip olma eğiliminde ve öğrenen örgütlerdir (Arslan, 2012:116). 3M, Motorola ve Mitsubishi gibi örgütler sürdürülebilir yenilenmeye örnek olarak gösterilebilir (Covin ve Miles, 1999:51).

2.2.7.2. Örgütsel İyileştirme

Örgütlerin, dinamik çevre şartlarına uyum sağlayabilmek ve lider olabilmek amacıyla fırsat ve tehditleri iyi analiz edip örgütsel yapı ve süreçlerini değiştirmeleri ve geliştirmeleri gerekmektedir (İçerli vd., 2011:181). Örgüt içi süreçler, örgüt yapıları ve örgütsel beceriler, örgütsel iyileştirmenin hedeflediği noktalarıdır. Örgüt, ürün yeniliklerinden çok, süreçlerinde ve yönetsel yapısında gerçekleştirdiği iyileştirmeler ile ön plana çıkar. Bu yaklaşıma göre örgütler, yeni ürünler geliştirerek ve mevcut ürünleri ile yeni pazarlara girmesiyle olduğu kadar, süreçleri ve yapıları ile de girişimci nitelik kazanabilirler (Çiğdem, 2011:57; Brunaker ve Kurvinen, 2006:120).

2.2.7.3. Stratejik Yenilenme

Örgütlerin temel amaçlarının yenilenmesi yoluyla organizasyonda değişim ve dönüşüm yaratılması (Kozak ve Yılmaz, 2010:90) olarak tanımlanabilen stratejik yenilenme; tüketicilerin sosyo-kültürel değişimler gibi bazı faktörlerin etkisi ile istek ve ihtiyaçlarında veya hitap edilen pazarlarda yaşanan rekabet dolayısıyla pazar yapılarında meydana gelen dönüşümlerin, örgütler tarafından mal veya hizmetler doğrultusunda yeteneklerini ve kaynaklarını yeniden şekillendirmesidir (Öğüt, Bülbül ve Yılmaz, 2006:84). Örgütler stratejik yenilenme ile mevcut şartların ve amaçların değişmesine paralel olarak faaliyetlerini yeniden gözden geçirerek, stratejilerini yenileyerek, şartlara ve amaçlara uygun bir yapısal dönüşüm gerçekleştirerek

faaliyetlerini daha sağlıklı bir şekilde sürdürürler (Kaygın, 2012:98). Stratejik yenilenme, büyük stratejik ve/veya yapısal değişiklikleri içeren örgütsel yenilenme ile ilgilidir (Balasundaram ve Uddin, 2009:30).

2.2.7.4. Yeni Alan Tanımlama

Etki alanının yeniden tanımlanması sayesinde, örgüt proaktif bir şekilde, diğer örgütlerin göremediği veya faaliyet göstermediği yeni bir ürün-pazar konumu yaratır (Covin ve Miles, 1999:54). Burada, pazardaki mevcut kullanılabilir fırsatlardan ziyade, olması muhtemel fırsatların incelenmesi önem kazanır. Etki alanını yeniden tanımlayan örgütün amaçlarından biri de pazara ilk giren olma avantajını kullanmaktır (Dess vd., 2003:355). Pazara ilk giren örgüt olarak yeni ürün kategorisinde bir sunuş yapmak (Golder ve Teller, 1993:159), etki alanını yeniden tanımlayan örgütün proaktif ve güçlü girişimci yönünü gösterir (Lumpkin ve Dess, 1996:136). Sony'nin yeni bir ürün olarak walkman'ı pazara sürmesi buna örnek olarak verilebilir (Dess vd., 2003:355).

2.2.8. İç Girişimcilik Boyutları

Rekabetin hızla küreselleştiği, bilgi ve iletişim teknolojilerindeki değişimin günlük yaşamın bir parçası haline geldiği, iş çevresinin sıklıkla karmaşık ve belirsiz olarak şekillendiği bir ortamda örgütlerin rekabet üstünlüklerini, başarılarını koruyabilmeleri, hatta hayatta kalabilmeleri *proaktif* davranmalarına, *risk* almalarına, *özerk* (otonomi) olmalarına ve *yenilikçi* olmalarına bağlıdır (Altuntaş ve Dönmez, 2010:49; Bouchard ve Basso, 2011:221; Covin ve Slevin, 1989:77; Farahmand vd., 2011:1222; Felicio vd., 2012:1718; Fitzsimmons, Douglas, Antoncic ve Hisrich, 2005:18;Ramanigopal vd., 2012:52; Ireland, Covin ve Kuratko, 2009:24; Mohamad, 2011:8; Soleimani, Hamidibeinabaj ve Bafrani, 2013:1644; Moriano, Molero, Topa ve Mangin, 2014:103).

2.2.8.1. Yenilik (İnovasyon)

Girişimcilerin sahip oldukları kişilik özelliklerinin en önemlilerinden biri yeniliktir. Yenilik, girişimcilik veya iç girişimcilikten ayrı ve ilişkisiz olarak düşünülemez (Antoncic ve Hisrich, 2003:13). Yenilik, iç girişimciliğin çekirdek yeteneğidir (Schmelter, Mauer, Börsch ve Brettel, 2010:718). Yenilik, Avrupa Komisyonu tarafından, “ürünlerin ve ilgili pazarların yenilenmesi ve genişletilmesi; yeni üretim, tedarik ve dağıtım yöntemlerinin kurulması; yönetimdeki, iş organizasyonlarındaki ve çalışma koşulları ile işgücünün yeteneklerindeki değişimlerin başlangıcı” olarak tanımlanmaktadır (Moura ve Abrunhosa, 2007:58). Drucker’a göre yenilik, “girişimcilerin farklı bir iş veya hizmet ortaya koymak için değişiklik yapmalarını sağlayan araç”tır. Porter ise örgütlerin, yenilik ile rekabet avantajı yakalayabileceği üzerinde durmakta ve örgütlerin yeniliğe hem yeni teknolojileri hem de yeni iş yapış şekillerini kapsayacak şekilde geniş bir açıdan yaklaştığını ifade etmektedir (Kanbur ve Kanbur, 2008:576).

Yenilik, örgütlere hızla değişen çevrelerinde rakiplerine karşı rekabet avantajı sağlamak ve bunu sürdürülebilir kılmaktadır (Kurotka vd., 2001:61). Örgütlerin yeni ürün veya teknolojik süreçlere yol açacak yeni fikirleri, yeniliği, deneyimleri ve yaratıcı süreçleri destekleme ve bunlarla meşgul olma eğilimini yansıtmaktadır (Özşehin ve Zehir, 2011:51). Bununla beraber yenilik, yaratıcılığın ortaya çıkması, ürünlerin tanıtılması, ürün süreçleri ve örgütsel sistem için bir gerekliliktir (Zahra, 1996:1715). Yenilik, geniş ve büyük örgütlerde yeni ürün, yeni pazar, yeni iş imkanı gibi farklı şekillerde ortaya çıkabilir (Ming, 2013:443). İç girişimcilik, örgütlerin yenilik yapımları konusunda önemli bir belirleyici ve aynı zamanda örgüt stratejisinin en önemli bileşenidir (Amado, Montes ve Arostegui, 2010:550; Hitt vd., 2011:484).

2.2.8.2. Risk Alma

Küreselleşmenin getirdiği değişimin bir sonucu olarak artan belirsizlik ortamında, çalışanlar, belirli ölçülerde risk alarak faaliyetlerini sürdürmek ve karar vermek durumundadırlar. Belirsizlikten kaynaklanan bilgi yetersizliği nedeniyle zamanında verilmeyen kararlar, örgütlerin iyi fırsatları kaçırmalarına ve rekabet avantajlarını kaybetmelerine sebep olabilmektedir (Basım, Korkmazzyürek ve Tokat, 2008:123). Girişimci fırsatı uygulanmaya başladığı andan itibaren risk almaktadır. Ancak, risk, sadece sürecin başında değil, her aşamasında mevcuttur (Durak, 2011:197). Risk alma, örgütün sonucunu bilmeden yabancı pazarlara girişi (Stull ve Aram, 2010:19) veya yenilikçi projeleri desteklemeye yönelik örgütün eğilimidir (Zahra ve Garvis, 2000:471).

Girişimcilerin göze aldığı riskler fırsatlarla birlikte oluşan tehditlerin bir sonucudur. Fırsatlar ve tehditler, örgütlerin faaliyetler alanlarında meydana gelen hızlı değişim ve gelişim sonucu olarak ortaya çıkmakta ve örgütler için yararlı veya zararlı olabilmektedirler (Meydan, 2010:198; Doğaner, 2006:83). Bilindiği gibi risk alma bağımsız girişimcilerin en ayırt edici özelliklerinden biridir. Bağımsız bir girişimci kadar olmasa da iç girişimciler de örgütsel sonuçların getireceği karı ya da zararı üstlenmek durumunda kalabilmektedirler (Kozak ve Yılmaz, 2010:89). Ayrıca iç girişimcilerin bir ölçüde risk alabiliyor ve fırsatları değerlendirebiliyor olması örgütsel boyutta yenilik yapmanın bir ön şartıdır (Basım, Şeşen ve Meydan, 2009:31).

2.2.8.3. Proaktiflik

Proaktiflik, örgütlerin faaliyet gösterdikleri alanlarında lider olma girişimleri bakımından rakiplerine göre yeni mal/hizmetleri, teknolojileri ve yönetim tekniklerini daha önce öngörmesi ve pazara sunması ile ilgili stratejilerin oluşturulmasıdır (Altuntaş

ve Dönmez, 2010:55). Proaktiflik, üst yönetimin faaliyet ve yönelimlerinde inisiyatif kullanmayı, risk almayı, rekabetçi saldırganlığı ve cesaretli olmayı içerir (Antocic, 2007:311). Ayrıca proaktiflik; fırsatlara odaklanma, olayları tatmin edilmemiş ihtiyaçlar olarak görebilme, pazarı ve pazardaki boşlukları görüp hangi yeni ürünlerin geliştirilebileceğini ayırt edebilme ve tüm bunları sürdürülebilir rekabet avantajı yaratabilmek için kullanma olarak tanımlanabilir (Çetin, 2011:72).

Örgütlerin hızla değişen dinamik çevresel koşullara ayak uydurabilmek ve bir adım öne geçebilmek amacıyla çevrenin gelecekte olabilecek taleplerini öngörerek sözkonusu taleplere rakiplerinden daha önce cevap verebilecek yapıda lider olabilmesi sürdürülebilirlik için son derece önem arz etmektedir (İçerli vd., 2011:180). Burada gelecekteki taleplerini öngörerek yenilik yapmanın yanı sıra bu yeniliği ilk yapan olma da proaktifliğin koşullarındandır (Özşahin ve Zehir, 2011:52).

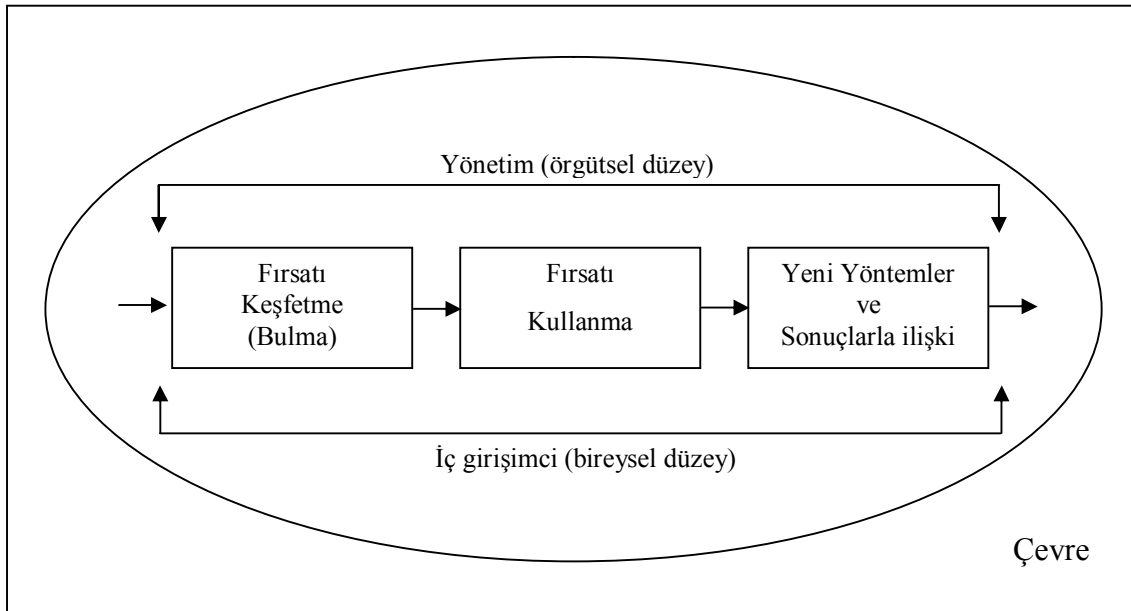
2.2.8.4. Özerklik

Özerklik bir iş fikrini ortaya çıkarmak, geliştirmek ve sonuna kadar götürmek konusunda birey ya da ekip tarafından yürütülen bağımsız davranışlar olarak tanımlanabilir (Fiş ve Wasti, 2009:132). Diğer bir tanımla özerklik, bireyin ya da grubun bağımsız olarak kendi fikir ve düşüncelerini eyleme dönüştürmesi, çalışanların özgür hissetmesini sağlayarak kendilerine tahsis edilen yetkileri korkmadan kullanmalarına olanak sağlanmasıdır (İbrahimoğlu ve Uğurlu, 2013:106). Özellikle, yeni fikirlerin hayata geçirilmesinde bireylerin sürecin akışını etkileyecek önemli kararları herhangi bir örgütsel baskı olmaksızın alabilmeleri önemlidir. Çünkü yeni fikirlerin ortaya çıkabilmesi ve uygulamaya geçirilebilmesi için bireylere ve ekiplere özerklik verilmesi gerekmektedir (Kozak ve Yılmaz, 2010:89). Böylece özerklik ile, örgütün performansı, karlılığı, süreç verimliliği ve kapasitesi artmış olur (Felicio vd.,

2012:1721). Fırsatları kovalama, kendi kendini yönlendirme imkan ve arzusu, iş tasarımı çerçevesinde ele alınan ve geliştirilen iş özerkliği, iş yapış yöntemlerinin seçilmesi, iş programı üzerindeki kontrol ve bireyin kendi performans kriterini seçme konularını kapsamaktadır (Ağca ve Kurt, 2007:96; Lumpking ve Dess, 1996:136).

2.2.9. İç Girişimcilik Süreci

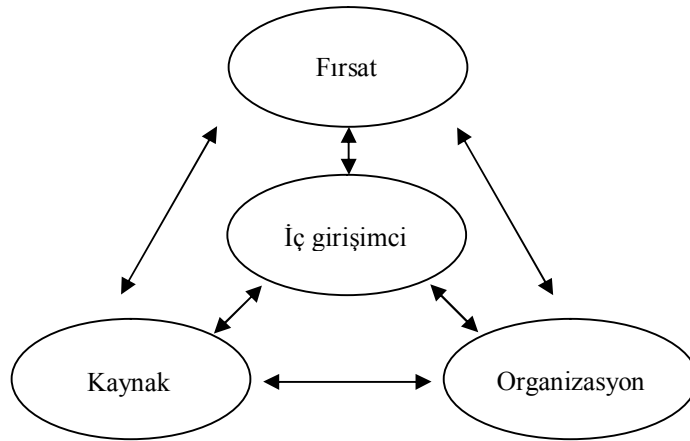
İç girişimcilik süreci girişimsel bir fırsatın fark edilmesiyle başlar, fırsatlardan yararlanma ile devam eder, yeni yöntemlerin (yeni bir ürün veya hizmetin) uygulanmasıyla son bulur (Menzel, Aaltio ve Ulijn, 2007:734; Gringarten, Knowles, Calienes ve Gariboldi, 2011:113). Fırsatların farkına varılması ve fırsatlardan yararlanılması iç girişimci ve yönetim arasında sıkı bir etkileşim ve işbirliği gerektirmektedir. Her ikisinin de fırsatları anlama ve kullanma konusunda ortak bir anlayışa sahip olması gerekir (Arslan, 2012:123):



Şekil 2.1. Girişimcilik Süreci

Kaynak: Menzel, C. Hanns, Aaltio, Iris ve Ulijn, M. Jan (2007), "On The Way to Creativity: Engineers as Intrapreneurs in Organizations", *Technovation*, No: 27, ss. 732-743.

Girişimcilik olgusunun temelinde, değer yaratmak amacıyla çevredeki fırsatları fark etme ve kaynaklarla fırsatları yaratıcı bir şekilde bir araya getirme düşüncesi vardır. Bu nedenle, girişimcilik süreci; fırsat, kaynak ve örgüt gibi üç temel olgunun karşılıklı ilişkisine dayanmakta olup, bu sürecin merkezinde örgüt içi girişimci yer alır (Naktiyok ve Kök, 2006:81).



Şekil 2.2. İç Girişimcilik Bileşenleri

Kaynak: Arslan, T. Emine (2012), *İnovasyon ile İç Girişimcilik Etkileşimi: Bilişim 500 Şirketlerinde Bir Araştırma*”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta, s.124.

Fırsatları keşfetme (bulma), girişimcilik sürecinin ilk aşamasıdır. Fırsat, yenilik yapmak ve değer yaratmak için, örgüte eşsiz ve farklı olanaklar sağlayan, dışsal çevredeki oluşumlar veya değişimlerdir. Faaliyet gösterilen pazarda diğer örgütler tarafından doldurulmamış olan bir boşluk, bir şeyi farklı ve daha iyi yapmak için bir şans ve müşterilere daha iyi hizmet verme potansiyeli olarak görülebilir (Naktiyok ve Kök, 2006:81). **Kaynaklar**, örgütlerin görevlerini yapabilmeleri ve amaçlarına ulaşabilmeleri için gerekli olan unsurları içerir. Bir görevin icrası için gerekli olan ve görevin başarı ile yapılıp yapılmamasını etkileyen insan, bilgi, beceri, alet, makine, çevre gibi akla gelebilecek her şey kaynakları oluşturmaktadır (Terzioğlu, 2007:29).

Organizasyon, örgütlerin amaçlarına ulaşabilmesi için hangi işlevleri yapması gerektiği ve bunları yapacak kısımların birbirleriyle uyumlu çalışacak şekilde oluşturulmasıdır (Eren, 2009:215). Diğer bir ifadeyle, grubun faaliyetlerini koordine eden ve birbiriyle uyumlu hale getiren mekanizmalardır (Koçel, 2001:22). Kişiler, tek başlarına başaramayacakları işleri organizasyonlar sayesinde başarabilir (Genç, 2012:51). **İç girişimci**, örgüt içerisinde girişimci ruhuna sahip, fırsatları gören ve uygulayan, kaynakları en verimli şekilde kullanan, sadece yeniliği getirmekle yetinmeyen bu fikirlerini ve modellerini çalıştığı örgütün karlılığını ve rekabet gücünü yükseltecek faaliyetlere dönüştürebilen kişidir (Onay ve Çavuşoğlu, 2010:49).

2.2.10. İç Girişimciliğin Belirleyicileri

İç girişimciliğin belirleyicileri iki temel grupta sınıflandırılmaktadır. Birinci grupta örgüt içi çevreye ilişkin içsel ve dışsal özelliklerin yer aldığı örgütsel belirleyiciler, ikinci grupta ise, örgütün dış çevresine ilişkin faktörlerin bulunduğu çevresel belirleyiciler yer almaktadır. Bu gruplardaki faktörlere ilişkin çalışmalarda işletme performansı iç girişimciliğe bağlı bir değişken olarak ele alınmaktadır (Ağca ve Kut, 2007:100; Antoncic ve Hisrich, 2004:524).

2.2.10.1. Örgütsel Belirleyiciler

İç girişimciliğin performansını ve başarısını etkileyen örgütsel belirleyiciler; örgütün büyüklüğü, kontrol mekanizmaları, risk alması, etkili iletişim, örgüt ve yönetim desteği, kaynakları etkin ve verimli kullanması, örgüt kültürü, etkili liderlik, örgüt yapısı, takdir edilme ve örgütsel değerlere bağlılık olarak sıralanabilir (Antoncic, 2007:312). Etkili iletişim, iletişimin kalitesi ve sıklığı ile ilgilidir. Örgüt içerisinde bilginin doğru ve hızlı bir şekilde hedefine ulaşması için önemlidir (Chadam ve Pastuszak, 2005:460). Kontrol mekanizmaları, iç girişimcilik faaliyetlerinin

gözlenmesinde, değerlendirilmesinde ve analiz edilmesinde yöneticiler için çok önemlidir (Kuratko, Hornsby, Naffziger ve Montagno, 1993:32).

Örgüt ve yönetim desteği, iç girişimcilik faaliyetlerinin öncüsü olarak kabul edilebilir ve iç girişimciliğin belirleyicilerinin en önemlisi olduğu düşünülebilir (Antoncic ve Hisrich, 2004:526). Üst yönetimin desteği yenilik yapmaları konusunda çalışanları cesaretlendirebilir (Lee ve Tsai, 2005:332; Antoncic ve Antoncic, 2011:593). Örgütsel değerler örgüt içindeki tüm çalışanları kendilerini ortak vizyonun bir parçası olarak hissetmeye yönelterek sinerji oluşumunu kolaylaştırabilir (Chen ve Tjosvold, 2008: 94-95). Örgütsel değerler çalışanları bilgi, çözüm ve yeni fikir üretmeye devamlı olarak cesaretlendirir (Wong, 2005:269).

2.2.10.2. Çevresel Belirleyiciler

Çevresel belirleyiciler, iç girişimciliğin temel özelliklerinden biri olan örgütsel yenilik üzerinde önemli bir rol oynar (Duobiene, 2008:351). İç girişimciliğin performansını ve başarısını etkileyen çevresel belirleyiciler; teknolojideki gelişmeler, değişken çevre, teknolojik fırsatlar, endüstrinin büyümesi ve fırsatlar, inovasyon, ölçsüz ve yoğun rekabet ve değişim, yeni ürün talepleri ve rakipler olarak sıralanabilir (Antoncic ve Hisrich, 2004:523; Gürbüz vd., 2010:129).

Ayrıca çevresel belirleyicileri, Zahra (1993), dinamizm, teknolojik imkanlar, endüstrinin büyümesi ve yeni ürün talepleri olarak dört faktöre ayırmıştır. Dinamizm, işletmenin piyasalardaki algılanan istikrarsızlık ve sürekli değişim karşısındaki durumudur. Teknolojik imkanlar, lider örgütler için girişimsel faaliyetleri ve iç girişimciliği yoğunlaştırmak eğilimindedir (Antoncic, 2007:311). Endüstrinin büyümesi iç girişimciliği canlandırabilir, yenilenme faaliyetleri içerisinde olan örgütler için ileriye

doğru bir ivme kazandırır. Yeni ürün taleplerinin önemli bir talep enflasyonu sunması iç girişimciliği teşvik eder (Zahra, 1993).

2.2.11. İç Girişimciliğin Başarı Koşulları

İç girişimcilik kavramı bir örgütte büyümeden değişime, rekabet üstünlüğünden sürekliliğe kadar örgütün amaçlarına ulaşmasına katkıda bulunan bir süreçtir. Ancak iç girişimcilik uygulamalarının başarılı olabilmesi ve bu potansiyel faydaları sağlaması belirli koşullara bağlıdır (Carland ve Carland, 2007:84; Akdoğan ve Cingöz, 2006:55; Kayış, 2010:96; Arıkan, 2004:190; Zahra, 1991:266):

- İç girişimcilik uygulamalarının başarısı için dış çevre, özellikle de rekabet çevresi hakkında bilgilerin sistematik olarak toplanması, analiz edilmesi ve yorumlanması gerekmektedir.
- İçsel araştırma ve geliştirme programları oluşturulmalıdır.
- Üst düzey yönetimin ve örgüt sahiplerinin tam desteği sağlanmalıdır.
- Yeniliğe ulaşmak için stratejik planlar uygulanmalıdır.
- İşe alımlarda yeni ve yaratıcı fikirlere sahip çalışanlar tercih edilmelidir.
- Bir iç girişimcilik yöneticisi atanmalı ve desteklenmelidir.
- İletişim kanalları açık tutulmalıdır.
- Yönetmel becerilerin arttırılması sağlanmalıdır.
- İç girişimci olabilecek çalışanlar saptanmalı ve teşvik edilmelidir.
- Yeni fikirlere ve düşünelere önem verilmeli, dikkate alınmalıdır.
- İç girişimcilere, örgütün müşterileri hakkında eğitim verilmelidir.
- İç girişimcilere örgütün değişim süreci ve ürün iyileştirmenin değeri hakkında bilgi verilmelidir.
- İç girişimcilere kaynak sağlanmalıdır.

- İç girişimcilere uygun örgütsel iklim sağlanmalıdır.
- Pazarlama, finans, üretim, teknoloji vb., alanlardan uzman bireylerin içinde bulunduğu iç girişimci takımlar oluşturulmalı ve desteklenmelidir.
- İç girişimcilik faaliyetleri ödüllendirilmelidir.
- İç girişimciliğin başarısı için yapılması gereken bir diğer şey ise örgütsel engellerin ortadan kaldırılmasıdır.

2.2.12. İç Girişimciliğin Sonuçları

Örgütler için oldukça önemli olan iç girişimcilik faaliyetlerinin sonuçlarını aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür (Hacısalıhoğlu, 2007:15; Thornbery, 2001:536; Heinonen ve Korvela, 2006:5; Akdoğan ve Cingöz, 2006:52;);

- Sağlanan yenilik ve farklılık örgüt açısından önemli bir rekabet üstünlüğü sağlar,
- Örgütün esneklik kabiliyeti artar,
- Örgütlerin büyük ölçeklerinden dolayı kaybettikleri esneklik ve yenilik yapma kabiliyetlerini yeniden kazandırır,
- Yeni üretim, metot ve süreçleri geliştirmede örgütleri destekler,
- Örgüt kaynaklarının etkin kullanımını sağlar,
- İş tatminini artırır, kalifiye işgücü devir hızını azaltır ve işe devamı artırır,
- Örgütlerin finansal ve finansal olmayan performansını artırır,
- Örgütlerin performansını iyileştirir,
- Örgütlerin rekabet avantajı sağlamasını ve sürdürmelerini sağlar.

2.2.13. İç Girişimcilik ile İlgili Yapılan Araştırmalar

Yapılan alanyazın taramasında iç girişimcilik ile ilgili önemli olduğu düşünülen yerli ve yabancı bazı araştırmalar aşağıda özetlenmiştir

2.2.13. İç Girişimcilik ile İlgili Yapılan Yerli Araştırmalar

Naktiyok ve Kök (2006) tarafından Denizli Ticaret Odası'na kayıtlı 59 işletmedeki çalışanlar ile yürütülen araştırmada, girişim yönelimlerini etkileyen faktörleri tespit etmek amaçlanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, işletmelerin çoğunun yenilikçi bir yaklaşım ve dışsal büyüme yerine istikrar stratejilerini takip ettikleri; iç girişimciliği önemli/çok önemli görmekte beraber, eğitim dışında yeni girişimleri teşvik edecek şekilde çalışanları yönlendirmedikleri saptanmıştır. Ayrıca, yüksek risk taşıyan projelerden ve yeni girişim yönelimlerinden uzak durdukları ve yeni endüstrilere girmeyi düşünmedikleri, bu kapsamda da çevresel faktörlerin tehdidini çok yüksek algıladıkları vurgulanmıştır.

Akdoğan ve Cingöz (2006) tarafından Kayseri'de faaliyette bulunan araştırma kapsamındaki işletmelerde üst düzey yöneticiler üzerinde uygulanan çalışmada, iç girişimciliği oluşturan boyutlar itibariyle bir durum tespiti yapmak, bu işletmelerde çalışan üst düzey yöneticilerin iç girişimciliğe verdikleri önem düzeyini belirlemek amaçlanmıştır. Bu kapsamda, iç girişimcilik üzerinde etkili olduğu düşünülen üç örgütsel faktör (örgütsel destek, ödül ve teşvik sağlama ve kaynak sağlama) ortaya çıkmıştır. Çalışmaya katılan yöneticiler iç girişimciliğin başarısı için gerekli olan bu üç örgütsel faktörün kendi işletmelerinde var olduğunu belirtmişlerdir.

Ağça ve Kandemir (2008) tarafından Afyonkarahisar ilinde imalat sektöründe faaliyet gösteren 206 aile işletmesinde yürütülen araştırmada, aile işletmelerindeki iç girişimcilik davranışları, dışsal çevre faktörleri ve işletme performansı arasındaki ilişkilerin incelemesi amaçlanmıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre, büyüme, karlılık ve verimlilik göstergeleriyle sadece iç girişimcilik boyutlarından yenilik arasında pozitif ve anlamlı ilişki ortaya çıkmıştır. Proaktiflik boyutuyla sadece verimlilik göstergesi

arasında pozitif ve anlamlı ilişki olduğu vurgulanmıştır. Diğer taraftan, risk alma boyutuyla her hangi bir performans göstergesi arasında anlamlı ilişki çıkmamıştır. İç girişimcilikle çevresel elverişlilikler arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki ortaya çıkarken, çevresel elverişsizliklerle bir ilişki çıkmamıştır.

Basım, Meydan ve Şeşen (2009) tarafından çeşitli bakanlıklar ve bunların bağlı/ilgili kuruluşlarında; şef, kısım amiri ve şube müdürü pozisyonlarında görev yapan 116 alt ve orta kademe yöneticisi üzerinde yürütülen araştırmada, adalet algısının iç girişimcilik davranışı üzerinde nasıl bir etkisi olduğunu belirlemek amaçlanmıştır. Sonuçlara göre, adalet algısı ve iç girişimcilik davranışı alt boyutları değişken olarak alınmış, bu değişkenler arasındaki ilişkinin istatistiksel analizi yapılmış ve adalet algısının bireyin iç girişimcilik davranışının iki alt boyutu (yenilikçilik ve risk alma) üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı, bir boyutu (fırsatlara odaklanma) üzerinde ise zayıf anlamlı bir ilişkisi olduğu görülmüştür.

Kozak ve Yılmaz (2010) tarafından Frigya bölgesinde yer alan dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinin yöneticileriyle yürütülen araştırmada, bunların iç girişimcilik konusu ile ilgili algılarının ortaya konulması hedeflenmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, otel yöneticileri yenilik yapma ve stratejik yenilenme konularını iç girişimcilik kapsamında önemli bulurken; yeni iş girişimi başlatma ve sektöre öncülük etme konularında rakiplerini takip etmeyi tercih etmediği üzerinde durulmuştur. Ayrıca aile işletmelerinde ya da sahibi tarafından yönetilen otel işletmelerinde çalışanlar örgütlerinin yenilik kültürüne sahip olmadıklarını ifade etmişlerdir.

Meydan (2010) tarafından Ankara ilinde bulunan ve toplam 390 çalışanı olan bir kamu kurumunun farklı birimlerinde görev yapan 149 çalışan ile yürütülen araştırmada, bir kişilik değişkeni olarak kontrol odağının, bireylerin adalet algısı ile iç girişimci

davranışları ilişkisi üzerinde şekillendirici etki yapabileceği ortaya konulmaktadır. Araştırma sonuçları adalet algısının iç girişimci davranışlar üzerinde etkili olduğunu ve kontrol odağının bu ilişkide şekillendirici etki yaptığını belirtmektedir.

Onay ve Çavuşoğlu (2010) tarafından İzmir ve Manisa’da üç farklı sektörde faaliyet gösteren altı işletmedeki çalışanlarla yürütülen araştırmada, örgüt içerisinde gerçekleşen girişimcilik faaliyetlerine ve çevresel özellikler ile örgütsel performansın bu faaliyetlerle olan ilişkisini ortaya çıkarmak ve bu değişkenler arasında herhangi bir farklılığın olup olmadığını tespit etmek amaçlanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; örgütün girişim yönelimlerini oluşturan faktörlerden “yenilik boyutu”nun; örgütlerin girişimciliğe verdiği önemi etkileyen örgütsel değişkenlerden “örgütsel ve yönetsel destek boyutu”nun; dış çevresel özelliklerin iç girişimciliğe verilen önemini vurgulayan çevresel algı düzeyinde “çevresel dinamizm boyutu”nun diğer boyutlara göre iç girişimcilik üzerinde daha etkili olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, iki şehirde otomotiv ve gıda sektöründe faaliyette bulunan işletmelerin “yenilik boyutu”nda, kimya sektöründe ise “yenilenme boyutu”nda farklılıklar bulunmuştur.

Çetin (2011) tarafından Ankara’da bilişim sektöründe faaliyet gösteren 7 özel işletmede görev yapan toplam 211 çalışan üzerinde gerçekleştirilen çalışmada, kişiliği niteleyen özelliklerden öz yeterlilik ve kontrol odağının örgüt içi girişimcilik süreçlerinde bir rolü olup olmadığının ortaya çıkarılması hedeflenmiştir. Çalışmanın sonucuna göre, kontrol odağının, iç girişimciliğin bileşenleri konumunda olan yenilikçilik, risk alma ve bireysel ağları genişletme boyutlarıyla ters yönlü, öz yeterlilik inancının ise, yenilikçilik, risk alma, proaktiflik, özerklik ve bireysel ağları genişletme ile aynı yönlü ilişki içinde olduğu görülmüştür.

İbrahimoglu ve Ugurlu (2013) tarafından Gaziantep Sanayi ve Ticaret Odası'na kayıtlı, makine halıcılığı sektöründe KOBİ olarak faaliyette bulunan anonim şirket statüsüne sahip üretim işletmelerindeki 175 çalışan ile yürütülen araştırma, küçük ve orta boy işletmelerde iç girişimcilik davranışı ile örgüt kültürü arasındaki ilişkiyi analiz etmeyi amaçlamıştır. Araştırmanın sonuçlarına göre, örgüt kültürü tiplerinden adokrasi ve pazar kültürü tipinin iç girişimcilik davranışının tüm alt boyutlarını pozitif yönde etkilediği görülürken; klan ve hiyerarşi kültürünün sadece yenilik ve risk alma boyutu üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu saptanmıştır.

Kızıloğlu ve İbrahimoglu (2013) tarafından Gaziantep Sanayi ve Ticaret Odası'na kayıtlı ve 2010 yılında yenilik dalında ödül alan işletmelerdeki çalışanlarla yürütülen araştırmada, örgütlerdeki iç girişimcilik düzeyinin yenilik yapabilme becerisine olan etkisini tespit etmek ve iç girişimcilik düzeyi ile yenilik arasındaki ilişkinin boyutlarını ortaya çıkartmak amaçlanmıştır. Sonuç olarak, iç girişimcilik ile yenilik arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu ve iç girişimciliğin yenilik üzerinde belirleyici bir etkiye sahip olduğu vurgulanmıştır. Buna ek olarak, iç girişimcilik olgusunun alt faktörleri olan yönetim ve organizasyon teşviki, bireysel motivasyon, yapıcı iş çevresi ve yeniliğe teşvik ile yenilik arasında olumlu bir ilişkinin olduğu, şeffaflık ve açıklık, bireysel yetkinlik ve gelişme faktörleri ile yenilik arasında ise olumsuz bir ilişkinin olduğu gözlemlenmiştir.

2.2.13. İç Girişimcilik ile İlgili Yapılan Yabancı Araştırmalar

Benitez-Amado, Llorens-Montes ve Perez-Arostegui (2010) tarafından gerçekleştirilen ve sağlanan iç girişimcilik kültürünün bilgi teknolojisi ve firma performansı ile ilişkisinin incelendiği araştırmanın bulguları, fimanın pazar performansını belirlemede içgirişimcilik kültürünün kilit bir yetenek olduğunu

vurgularken, hem teknolojik hem de yönetsel bilgi teknolojilerinin firmanın içgirişimcilik kültürünün gelişiminde pozitif etkisi olduğunu ortaya koymaktadır. Bunun yanı sıra araştırmada, hem teknolojik hem de yönetsel bilgi teknolojisi kaynaklarına yapılacak yatırımların içgirişimcilik kültürü yeteneği aracılığıyla firma performansını pozitif olarak etkileyeceği belirtilmektedir.

Felicio, Rodrigues ve Caldeirinha (2012) tarafından gerçekleştirilen ve iç girişimciliğin kurumsal performans üzerindeki etkisini inceleyen araştırmada, bu etkiyi inceleyen bir model ileri sürülmektedir. Modelde, iç girişimciliği oluşturan yenilik, risk, rekabetçi enerji, proaktiflik ve özerklik boyutlarının performans açısından ele alınan finansal performans, büyüme ve gelişme üzerindeki etkisi incelenmekte ve yapısal eşitlik modeli ile incelenen veriler büyüme ve gelişme açısından bu etkiyi desteklemektedir. Araştırmanın asıl amacının ise iç girişimciliğin çok boyutlu yapısını oluşturan faktörlere teorik açıdan katkı sağlamak olduğu ifade edilmektedir.

Rigtering ve Weitzel (2013) tarafından gerçekleştirilen ve iç girişimciliğin öncüllerini ele alan araştırmanın bulguları, biçimsel örgütsel faktörlerin (yatay katılım, kaynak uygunluğu) çalışanların iç girişimcilik davranışını etkilediğini ve yenilikçilik ile bireysel teşebbüslerin, ancak risk almanın değil, çalışanların davranışlarının iç girişimciliğe dönüşümünde rol oynadığını ortaya koymaktadır.

Antoncic ve Antoncic (2011) tarafından gerçekleştirilen ve iç girişimciliğin çalışan tatmini ve firma büyümesi ile ilişkisini ele alan araştırmada, araştırma modeli test edilmiştir. Araştırma modelinin doğrulanmasıyla birlikte firmanın büyümesinin güçlü bir biçimde iç girişimciliğe, iç girişimciliğin ise çalışan tatmini gibi çalışan ile ilgili belirleyicilere dayandığı sonucu vurgulanmıştır.

Moriano, Molero, Topa ve Mangin (2014) tarafından gerçekleştirilen ve yöneticilerin liderlik biçimlerinin iç girişimcilik üzerine etkisinin ve örgütsel kimliğin bu ilişkiyi düzenleyici rolünün incelendiği araştırmanın bulgularında, dönüşümcü liderliğin çalışanların iç girişimcilik davranışında pozitif bir etkisi olduğu ancak etkileşimci liderliğin iç girişimciliği negatif yönde etkilediği ve bu ilişkilerde örgütsel kimliğin kısmi aracılık etkisinin olduğu belirtilmektedir.

San ve Pan (2011) tarafından, Pazar yönelimi, iç girişimcilik davranışı ve örgüt performansı arasındaki ilişkiyi ortaya çıkartmak amacıyla Çin Halk Cumhuriyeti'nde bulunan 143 imalat işletmesindeki çalışanlar üzerinde araştırma gerçekleştirilmiştir. Regresyon sonuçları örgütsel yapının pazar yönelimi ile örgütsel performans ve pazar yönelimi ile iç girişimcilik davranışı arasındaki ilişkiyi yumuşattığını göstermektedir. İç girişimcilik davranışı, pazar yöneliminin interaktif etkileri ile örgütsel performans üzerindeki organizasyon yapısında tamamen aracılık etmektedir. Bu nedenle, pazar yönelimi ile organizasyon yapısı arasındaki etkileşim iç girişimcilik davranışını olumlu olarak etkilemekte ve bunlarda sırasıyla örgütsel performansı etkilemektedir.

2.3. ALGILANAN ÖRGÜTSEL DESTEK

Rekabet edebilmenin zorlaştığı iş dünyasında, eğitim seviyesi yüksek, teknolojiyi iyi kullanabilen, örgütler ve sektörler arasında kıyaslama yapabilen, yetenek ve tecrübelerini diğer çalışanlarla karşılaştırabilen çalışanların örgütten beklentilerinin arttığı günümüzde (Turunç ve Çelik, 2010:184), örgütleri destekleyecek çalışan tutumları ve algılarının oluşturulmasının, örgütlerin önünde zorlu bir mücadele alanı olarak durduğunu söylemek mümkündür (Tozgöz, 2011:364). Örgütler ve çalışanları gelecekteki hedeflerine emin adımlarla ilerlerken, amaçlarına ulaşmaları açısından uyumlu ve birbirinin çıkarlarını gözetten bir biçimde çalışmalarını için, karşılıklı olarak belirli sorumlulukları almaları ve çeşitli davranışları yerine getirmeleri gerekmektedir (Duygulu, Çıraklar ve Mohan, 2008:109). Günden güne büyüyen ve değişen iş dünyasında, çalışanlar insan psikolojisi gereği örgütlerinden destek alma gereksinimi duyarlar. Çalışanların başarısı ve performansı için kritik bir öneme sahip olan örgütsel destek; saygı duyulma, kabul görme, değer verilme gibi duygusal ihtiyaçların karşılanması için önemli kaynaklardan birisi olmuştur (Eğriboyun, 2013:30).

2.3.1. Algılanan Örgütsel Destek Tanımı

Algılanan örgütsel destek (AÖD) kavramını tanımlamadan önce “algı”, “algılama” ve “örgütsel destek” kavramlarının açıklanması konunun daha iyi anlaşılmasını sağlayabilir. Algı, bireyleri, olayları ve ilişkileri anlama ve tanıma çabasıdır. Algının, bireylerin olaylara karşı bakış açılarının ve tutumlarının şekillenmesinde önemli bir etkisi vardır (Bashir, 2012:64). Bireylerin algıları, onların tutum ve davranışlarının en önemli belirleyicisidir. Bireyler örgüt ile ilişkilerinin dengesini ölçmek için algılarını kullanırlar (Shusha, 2013:22).

Algılama, insanların görme, duyma, koklama, dokunma ve tatma duyuları yardımıyla çevrelerinden elde ettikleri bilgileri toparlayarak kendileri için anlamlı bir hale getirme sürecidir. Algılama ile birey, bazı çevresel bilgilere kayıtsız ya da isteksiz dururken; bazen de çevrede ilgi duyduğu hususları seçmektedir (Kalağan, 2009:8). Bireylerin geçmişte algılama süreciyle oluşturdukları kanaat, varsayım, kuram ve fikirler zaman içerisinde değişebilir. Çünkü bireylerde algılama süreci süreklidir. Zaman içerisinde elde edilen yeni bilgiler ve bunların işlenmesi ve anlama kavuşturulması, yeni tecrübeler edinilmesi, yeni keşif, inanç, kanaat ve kuramlara neden olur ve eskilerin ya değişmesine ya da bütünüyle ortadan kalkmasına sebep olur (Eren, 2004:69). Algılanan ifadesinden kastedilen “bireyin çevresinde olup bitenleri algılaması” şeklindedir.

Örgütsel destek ise, bir örgütün, çalışanın örgüte katkılarının bilincinde olması ve çalışanın refahına önem vermesidir (Akın, 2008:142; Giray ve Şahin, 2012:2; Zacher ve Winter, 2011:665). Örgütsel destek, çalışanın örgüt içinde amaçlarını gerçekleştirebilmesi için verdiği katkı sonucunda, örgütün de çalışana verdiği destek, maddi ve manevi ödül olarak tanımlanabilir (Eisenberger, Fasolo ve Lamastro, 1990:51; Eisenberger, Jones, Aselage ve Sucharski, 2004:565). Ayrıca, örgütsel destek, bireyin örgüt tarafından kendisine ne kadar destek verildiğini hissetmesi ve düşünmesi, örgütteki çalışanların kendisine değer verildiği ve mutluluğunun önemsendiğine yönelik bir algılama tarzıdır (Kasalak ve Aksu, 2014:117; Bashir, 2012:66; Cao, Hirschi ve Deler, 2014:2014; Oktuğ, 2013:372; Turunç ve Çelik, 2010:211; Eisenberger, Huntington, Hutchison ve Sowa, 1986:501; Bogler ve Nir, 2012:288; Byrne ve Hochwarter, 2008:54).

AÖD çalışmaları yönetim ve psikoloji alanlarını yapılan araştırmalarla uzun yıllar meşgul eden ve cevabı aranan en önemli konulardan biri olmuştur (Chuebang ve

Baotham, 2011:1; Hakkak, Gashti ve Nawaser, 2014:195). Rekabetin, kaosun, belirsizliğin olduğu küresel iş dünyasında örgütlerin ayakta kalabilmesi, sürdürülebilir rekabet avantajı yakalayabilmesinde örgüt-çalışan işbirliği büyük önem kazanan konulardan biri olmuştur. Bundan dolayı örgütlerin, çalışanlarının ihtiyaçlarını bilmesi ve onları gidermeye yönelik çalışması; çalışanların kendisini değerli, kabiliyetli, yararlı ve önemli hissetmelerini sağlamaktadır. Tüm bunlar beraberinde örgütsel destek kavramını gündeme getirmektedir (Eğriboyun, 2013:23).

AÖD, sosyal mübadele kuramı ve karşılıklı ilişkiler normundan doğmakta (DeConinck ve Johnson, 2009:335; Hellman vd., 2006:632; Moon, Hur ve Jun, 2013:109; Suazo ve Turnley, 2010:628) ve en temel anlamıyla örgütsel destek, örgüt ile çalışanlar arasındaki sosyal bir değişim ilişkisini ifade etmektedir (Allen ve Shanock, 2013:353). AÖD, çalışanlar ve örgütleri arasındaki sosyal değişim sürecinde kritik bir rol oynamakla (Hu, Wang, Yang ve Wu, 2014:24) beraber, örgütsel bağlılığı etkileyen en önemli ölçüdür (Panaccio ve Vandenberghe, 2009:224; Nayir, 2012:99; Narang ve Singh, 2012:239).

AÖD, örgütün çalışanın katılımına önem vermesi ve refahını önemsemesine yönelik algılar ve çalışanları etkileyen faaliyetleri örgütün gönüllü olarak gerçekleştirdiğine ilişkin duygular olarak tanımlanmakta (Akkoç vd., 2012:113; Hellman vd., 2006:631) ve örgüte karşı yükümlülük duygusunu geliştirme eğilimindedir (Hashemi vd., 2012:84). Çalışanların örgütün faydasına yönelik davranışları göstermeleri ise, ancak örgütün çalışanlara verdiği değer ve sağladığı destek, çalışanların örgütten duydukları tatmin ve örgüte olan bağlılıkları sonucunda gerçekleşebilmektedir (Duygulu vd., 2008:109; Gavino, Wayne ve Erdogan, 2012:666). AÖD örgütsel amaçlara ulaşmada, iş doyumunu sağlamada ve örgütsel performansı

yükseltmede oldukça önemli bir yere sahiptir (Boyer, Artis, Fleming ve Solomon, 2014:87; Eder ve Eisenberger, 2008:55; Neves ve Eisenberger, 2012:455; Potts ve Reynolds, 2010:94).

Örgütsel destek teorisine göre, çalışanların sosyo-duygusal ihtiyaçlarının karşılanmasında (Chen, Eisenberger, Johnson, Sucharski ve Aselage, 2009:120; Leveson, Joiner ve Bakalis, 2009:381; Moon vd., 2013:109; Yu ve Frenkel, 2012:1166), arttırılan çabalarının ödüllendirilmesinde örgütün gönüllü olduğu fikrine vardıklarında, mutluluklarının önemsendiği, çabalarına ve katkılarına değer verildiğine ilişkin inançlar oluştururlar. Bu inanç, örgütsel destek olarak adlandırılmaktadır (Yıldız, 2008:24; Rhoades ve Eisenberger, 2002:698; Koçoğlu, 2013:5; Eser, 2011:367; Rhoades, Eisenberger ve Armeli, 2001:826; Abdollahi, Piri ve Azimi, 2013:475; Conklin, Lambert, Brenner ve Cranage, 2009:112).

AÖD, çalışanların niteliklerini ve faaliyetlerin kalitesini geliştirmenin (Liu ve Ding, 2012:2716) yanı sıra çalışanların, örgütün amaçlarına ulaşmasına yardımcı olmaya dair bir zorunluluk hissi, örgüte karşı duygusal bir bağlılık, örgütte kalma isteği, bireyin becerilerine dair bir güven, ihtiyaç duyulduğunda örgütün kendilerine yardımcı olacağına ait bir inanış ve örgütün çalışanın üstün iş başarımını fark edeceğine ve ödüllendireceğine dair bir inanç yaratmak suretiyle hedeflenen sonuçları doğurmaktır (Akalan, 2006:9; Conklin ve diğ. 2009:113; Stassen ve Ursel, 2009:204).

2.3.2. Algılanan Örgütsel Destek Kavramının Önemi

AÖD, küreselleşen günümüz iş dünyasında, rekabetin, kaosun, değişimin ve belirsizliğin yarattığı ortamlardan dolayı önem kazanmıştır. Küreselleşmenin etkisi sonucunda örgütler, değişen teknolojik koşullar, artan rekabet ortamı, ekonomik belirsizlikler gibi nedenlerden dolayı varlıklarını sürdürebilmek için çalışanlarında

yüksek düzeyde örgütsel bağlılık yaratacak iş programları geliştirmek zorunda kalmışlardır. Bu programlar çerçevesinde temel amaç örgütün etkinliğini, verimliliğini arttırmak, rekabet üstünlüğünü sağlamak ve kararlı, örgütlerine bağlı çalışanlar yaratmaktır. Bu nedenle örgütlerin, çalışanlarının ihtiyaçlarını bilmesi ve bu ihtiyaçlara yönelik tatmin edici faaliyetlerde bulunması, çalışanların ise kendisini değerli, yetenekli, önemli, yararlı ve örgüt için gerekli olduklarını hissetmelerini sağlamaktadır (Köse ve Gönüllüoğlu, 2010:87).

Günümüzde giderek artan nitelikli işgücü gereksinimi, insan faktörünü örgütlerin en değerli yapıtaşı haline getirmiştir. Çalışanların örgüt yararına olacak davranışlarda bulunmalarını sağlayabilmenin tek yolunun maddi ödüller olmadığının anlaşılması ile beraber, yöneticiler nitelikli çalışanları örgütlerinde tutmanın ve onlardan daha fazla verim elde edebilmenin yollarını aramışlardır (Üren ve Çorbacıoğlu, 2012:31). AÖD ile övgü ve onaylama ihtiyaçlarının karşılanması durumunda, çalışanlar örgütlerine karşı duygusal bir bağ geliştirecekler, böylelikle çalışanlar daha fazla katılımcı, istekli ve azimli davranışlarını ortaya koyarak, örgütsel amaçlara ulaşma çabalarını arttırmış olacaklardır (Altınöz, Çöp, Çakıroğlu, Kervancı ve Keskin, 2012:104). AÖD, çalışanların örgütlerine bağlılıklarını, örgütün çalışanların katkılarına değer vermesi, örgütsel güven ortamı sağlaması ve refahıyla ilgilenmelerini kapsayan evrensel inançları belirttiği için önemlidir (Demirel, 2013:224; Dyk vd., 2006:52; Wang ve Hsieh, 2013:786; Eisenberger vd., 2004:207). Ayrıca örgütsel destek algısı, işteki stresli ortamlarla başa çıkabilmek ve işle ilgili sorumlulukları etkili bir şekilde yerine getirebilmek için ihtiyaç duyulan yardımın örgüt tarafından sağlanacağına inanılması açısından da büyük öneme sahiptir (Giray, 2013:68; Conklin vd., 2009:112).

AÖD, çalışanların işleri ile ilgili davranışları ve bu davranışların sonuçları üzerine odaklanmaktadır. Alanyazında algılanan örgütsel desteğin yüksek düzeyde olmasının olumlu iş sonuçlarının elde edilmesinde önemli payı olduğu gibi düşük düzeyde veya olmadığı durumlarda ise olumsuz sonuçları olduğunu gösteren pek çok araştırma vardır (Tokgöz, 2011:369). AÖD, işe devam etme, iş performansı, iş doyumunu, örgütsel vatandaşlık davranışı, motivasyon ve özellikle de örgütsel bağlılıkla pozitif ilişkili iken işten ayrılma niyeti, iş stresi, geri çekilme ve işgücü devir oranı ile negatif ilişkilidir (Allen vd., 2003:100; Rhoades ve Eisenberger, 2002:702; Baranik, Roling ve Eby, 2010:367; Bashir, 2012:65; Cao vd., 2014:2015; Dawley, Andrews ve Bucklew, 2008:236; Francis, 2012:59; Lynch, Eisenberger ve Armeli, 1999:469; McCarthy, Cleveland, Hunter, Darcy ve Grady, 2013:1260; Pohl, Battistelli ve Librecht, 2012:195; Rahaman, 2012:8; Wang, Liu ve Wang, 2011:423).

Örgütsel destek algısı yüksek olan çalışanlar, örgütsel destek algısı düşük olan çalışanlar ile kıyaslandığında, örgütsel bağlılığı daha yüksek olmakta ve daha fazla sorumluluk almakta ve yüksek derecede örgütsel vatandaşlık davranışı göstermektedirler. Ayrıca örgütsel destek algısının örgüte sağladığı faydalar kadar çalışana da fayda sağladığı görülmektedir (Aykan, 2007:127). Örgütsel destek kavramı değişim teorisinin yanı sıra çalışanların sosyo-duygusal ihtiyaçları ile de doğrudan ilişkilidir. Örgütsel destek sayesinde sosyo-duygusal ihtiyaçları tatmin olan çalışanlar daha yüksek sorumluluk duygusuna sahip olup, örgütlerine daha yüksek iş çıktıları ve performans sunduklarını belirtmektedirler (Üren ve Çorbacıoğlu, 2012:32; Dawley vd., 2008:236; Riggle, Edmondson ve Hansen, 2009:1027; Eisenberger vd., 1986:500).

2.3.3. Algılanan Örgütsel Desteğin Kuramsal Temelleri

Algılanan örgütsel desteğin kuramsal temellerini; sosyal mübadele kuramı, karşılıklı ilişki norm kuramı, örgütsel destek kuramı, lider-üye değişimi kuramı ve ERG kuramı oluşturmaktadır.

2.3.3.1. Sosyal Mübadele Kuramı

“Sosyal Mübadele Kuramı (SMK)”nı geliştiren Blau, sosyal değişimi ekonomik değişimden ayıran ilk davranış bilimci olmuştur. Blau’ya göre, bireylerin ekonomik değişimde olduğu gibi sosyal değişimde de yaptıkları katkıların gelecekte kendilerine geri döneceği, kazanç getireceği yönünde beklentileri vardır (Karakurt, 2012:35). Burada iki birey arasında karşılıklı şarta bağlı iyiliklerin değişimi vardır. İyilik gören kişi belirsiz bir zamanda bu iyiliğe fırsatını bulduğunda karşılık vermekle yükümlüdür (Özdemir, 2010:133; Tokgöz, 2011:369). SMK’nın bireylerin örgüte güven ve bağlılıkları üzerinde önemli bir etkisi vardır (Sivalogathan ve Hashim, 2014:43).

SMK, çalışanların tutum ve davranışlarını kavramada en önemli paradigmalardan biridir. Aynı zamanda sosyoloji, sosyal psikoloji ve lider-üye etkileşimi, dönüşümsel liderlik, örgütsel adalet ve güven gibi örgütsel davranış teorileri için bir temel oluşturur (DeConinck, 2010:1310). SMK’nın iki yönü büyük öneme sahiptir. İlki, çalışan ile yönetici arasındaki lider-üye etkileşimi, diğeri ise, çalışan ile örgüt arasındaki algılanan örgütsel destek faaliyetleridir (Shelton, Waite ve Makela, 2010:99). Kurama göre, çalışanlar örgütlerinden yüksek düzeyde destek algılamaları sonucunda, bu desteğin karşılığını ödemek için daha fazla örgütsel vatandaşlık davranışı gösterecek, bağlılıkları ve iş ile ilişkili davranışları artacaktır (Proenca, 2014:142).

SMK, bireylerin kendilerine yardım eden kişilere/örgütlere yardıma ihtiyaçları olduğu zaman yardım etmeleri gerektiğini hissetmesi prensibine dayanmaktadır. Yani,

örgüt çalışanlarına değer verir ve onlara iyi davranırsa çalışanlar da karşılığında örgütün amaçlarına ulaşabilmesi için daha fazla çaba gösterebilir (Gül, 2010:14; Cao vd., 2014:2015). SMK, çalışanların örgütleri tarafından sağlanan iyiliklere karşı nasıl motive olduğu ve pozitif davranışlar gösterdiği konusunda önemli bilgiler verir (Cho ve Treadway, 202011:634; Perryer, Jordan, Firms ve Travaglione, 2010:913). Örgüt ile çalışanlar arasında gelişen karşılıklı ilişkileri daha iyi anlamak ve yorumlamak için de oldukça önemlidir (Dawley vd., 2008:235).

SMK'ya göre, çalışanlar iş yaparken gösterdikleri çabalarını ve performanslarını, örgütün gelecekte kendilerine sağlamasını bekledikleri maddi ve manevi ödüllere göre şekillendirebilirler. Aynı biçimde algılanan örgütsel destek de çalışanların zaman içerisinde örgütleri ile etkileşimi sonucunda gelişir ve örgütün çalışanlara olan bağlılığının algılanma düzeyini yansıtır (Kaplan ve Ögüt, 2012:389). Kurama göre, örgütler ile çalışanlar arasında mevcut olan fakat açık bir biçimde ifade edilemeyen, ihlal edildiğinde önemli olumsuz sonuçlar ortaya çıkaran karşılıklı zorunluluklar olduğu ifade edilmektedir. Örgütler çalışanlarının refahı için yatırım yaptıkları ve bunun çalışanlar tarafından doğru algılanmasını sağladıkları sürece sosyal değişimi başlatıp devam ettirmektedirler (Turunç ve Çelik, 2010:185; Rhoades ve Eisenberger, 2002:703).

2.3.3.2. Karşılıklı İlişki Norm Kuramı

Karşılıklı ilişki normu, çalışan-örgüt ilişkisine, “örgütün gösterdiği iyi tavırlara karşı çalışanda uyanan karşılık verme zorunluluğu” olarak uygulanabilir. Bu ilke, iş hayatında örgütün gösterdiği iyi muameleye karşılık, çalışanın da pozitif olarak cevap verme zorunluluğu hissetmesini öngörmektedir (Bozkurt, 2007:154; Shelton vd., 2010:99). Çalışanlar, örgütle olan ilişkilerinde bir denge sağlanmasını isterler. Bu

kapsamda çalışanlar, örgütün kendilerine verdiği değer ve yöneticiler tarafından dikkate alınma konusundaki algılamaları ile örgütün kendilerinden beklenen davranışları göstermeleri durumunda örgüt tarafından ödüllendirilecekleri konusunda güven duymaya başlarlar (Yılmaz ve Görmüş, 2012:4489; Eisenberger, Armeli, Rexwinkel, Lynch ve Rhoades, 2001:42). Diğer taraftan çalışanların örgüte karşı düşük destek algılamaları durumunda örgütü terk etme olasılıkları vardır (Allen vd., 2003:103).

Bu kuram, evrensel (genel) bir özelliğe sahip olmakla beraber, karşılaşılan durumun şartlarına, bireylerin karakter özelliğine ve normun sonuçlarına verilen değere göre değişebilmektedir. Bireye yapılan bir yardım sonucunda elde edilen kazancın değeri, bireyin o an bu yardıma ne kadar ihtiyacı olduğuna bağlıdır. Aynı şekilde, bireye yardım sağlayan vericinin kaynakları ve vericinin güdülere, karşılıklı ilişki norm kuramını etkilemektedir (Kalağan, 2009:12).

2.3.3.3. Örgütsel Destek Kuramı

Örgütsel destek kuramı (ÖDK)'na göre, örgütün çalışanlara yönelik davranışları çeşitli boyutlardan etkilenmekte ve karşılığında da, çalışanların bu davranışlar altında yatan örgütsel güdülere dair yorumlarını etkilemektedir. Yani, çalışanın, çok çeşitli durumlar karşısında örgütten bekleyeceği desteğin derecesi konusunda bir anlaşma olacaktır (Akalan, 2006:12). ÖDK'ya göre, örgüt çalışanlarının sosyo-duygusal gereksinmelerinin karşılanması ve onların başarıları karşısında ödüllendirilmeleri, çalışanların işlerini yaparken gösterdikleri çabaların giderek artmasına ve kendilerine değer ve önem verildiği yönündeki inançları ve örgütün kendi yararları doğrultusunda fedakarlık yaptığı düşüncesini geliştirmelerine yardımcı olur (Yılmaz ve Görmüş, 2012:4489; Eder ve Eisenberger, 2008:56; Shanock ve Eisenberger, 2006:689).

ÖDK, algılanan örgütsel desteğin sonuçlarını oluşturan psikolojik süreçlere hitap eder. Öncelikle, karşılıklı norm üzerine algılanan örgütsel destek örgütün refahıyla ilgilenmek ve örgütün amaçlarına ulaşmasına yardımcı olmak için zorunluluk hissini ortaya çıkarmalıdır. İkincisi, algılanan örgütsel destek tarafından gösterilen ilgi, onay ve saygı çalışanların örgütsel üyeliğini ve rol statülerini kendi sosyal kimlikleriyle birleştirmelerine yol açan sosyo-duygusal ihtiyaçları yerine getirmelidir. Üçüncüsü, algılanan örgütsel destek örgütün tanımladığı ve artan performansı ödüllendirdiği yönündeki çalışan inançlarını güçlendirmelidir (Kaplan, 2010:43; Rhoades ve Eisenberger, 2002:699; Conklin vd., 2009:112; Eisenberger, Cummings, Armeli ve Lynch, 1997:812). Bu süreçler, çalışanlarda artan iş doyumu ve olumlu duygular sağlarken, örgütlerde ise artan duygusal bağlılık ve performans ile azalan işgücü devri gibi sonuçları ortaya çıkaracaktır (Duygulu vd., 2008:111).

Kurama göre, örgütteki adalet ve eşitlik, yöneticinin desteği, örgütsel ödüller ve iş imkanları çalışanları istenen davranışlara sevk edecektir. Çalışanların algılanan örgütsel desteğini, performansını ve örgüte bağlılıklarını arttıracak, çalışanları iş gerginliklerini ve stresi azaltıcı davranışlara yönlendirecektir (Ghasemizad ve Mohammadkhani, 2013:431). Örgütsel destek, çalışanların bazı sosyal ihtiyaçlarının doyum kaynağı, kendine saygı, kimlik ve ait olma ihtiyacının karşılanmasıdır (Hakkak vd., 2014:195).

2.3.3.4. Lider-Üye Değişimi Kuramı

Lider-Üye Değişimi Teorisi (LÜDT-Leader-Member Exchange Theory) temel olarak sosyal değişim kuramı ve karşılıklı ilişki normuna dayanmaktadır (Chen ve Eldridge, 2011:72). LÜDT, örgüt içerisinde lider ve izleyenler arasında kurulan ilişkilere geleneksel liderlik teorilerinden farklı bir yaklaşım getirmiştir. Geleneksel

liderlik teorileri, liderin izleyenlerinin tümüne karşı tek ve ortalama bir liderlik tarzı ortaya koyduğunu savunurken, LÜDT ise liderin izleyenlerine gösterdiği davranışlar arasında farklılıklar bulunduğunu vurgulamaktadır (Erdaş, 2010:33). Buna ek olarak, LÜDT, bir süreç yaklaşımı şeklinde kabul edilebilir. Bir lider ve onun arkasındaki takipçilerin arasındaki dinamik etkileşimin önemini vurgulamaktadır (Breukelen, Schyns ve Blanc, 2006:296).

LÜDT, grup içerisinde zahmetsizce bilgiye erişimi, karar alma sürecinde katılım ve desteği, iş ile ilgili problemlerin çözümünü kolaylaştırmayı savunur (Farr-Whartone, Brunetto ve Shacklock, 2011:3498). LÜDT'ye göre, değişimin kalitesi ne kadar yüksek olursa hem lider hem de izleyicilerine (üyeler) fayda sağlayacaktır. Bu faydalar, artan performans, bağlılık, iş memnuniyeti şeklinde ortaya çıkabilir (Jha ve Jha, 2013:47; Pellegrini, Scandura ve Jayaraman, 2010:398).

Lider-üye değişiminin kusursuz olması üç nedene bağlıdır. Bunlar, yüksek kalitede bir ilişki, bu ilişkide lider-üye anlaşması ve bir çalışma grubunda lider ile üyeleri arasındaki uzlaşmadır (Schyns ve Day, 2010:4). Ayrıca LÜDT, lider ile üye arasında üç farklı ilişkinin olduğundan bahseder. İlki, lider ile üye arasındaki ilişki, diğeri, lider ile grup üyeleri arasındaki ilişki ve son olarak, lider ile iki farklı grup üyeleri arasındaki ilişkidir (Yu ve Liang, 2004:252).

2.3.3.5. ERG Kuramı

Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi teorisini desteklemek ve eksik yönlerini gidermek amacıyla Alderfer tarafından ortaya atılmış bir kuramdır. Alderfer, Maslow'dan farklı olarak üç ihtiyaçtan söz etmiştir. Bunlar; varolma (existence) ihtiyacı, ilişki (relatedness) ihtiyacı ve gelişme (growth) ihtiyacıdır (Deniz, 2005:148). Varolma ihtiyacı, güvenlik, barınma vb. gibi bireyin yaşamını sürdürebilmesi için en

temel ihtiyaçları içerir. İlişki ihtiyaçı, bireyin kişilerarası ilişkilerinin olmasını ve devamlılığını arzulamasıdır. Bunlar, bireyin toplumsallaşması, ait olması, kabullenilmesi şeklinde sıralanabilir. Son olarak gelişme ise, bireyin kendini gerçekleştirme, kişisel gelişim gibi arzularını içerir (Arnolds ve Boshoff, 2002:698).

ERG kuramına göre, bireyler arasındaki ilişkinin kalitesi örgütler tarafından kurulmakta ve çalışanların ihtiyaçlarını karşılamak için çaba gösterilmektedir. Böylece, örgüt tarafından sağlanan desteğin değerlendirilmesinde çalışanlar, yöneticileriyle olan iş ilişkilerini dikkate almakta ve göz önünde bulundurmaktadır (Derinbay, 2011:18).

ERG kuramı, lider-üye değişimi ve algılanan örgütsel destek arasındaki pozitif ilişkiyi dengede tutmaktadır. Kurama göre, bireyler arasındaki ilişkinin kalitesi örgütler tarafından kurulmakta ve çalışanların ihtiyaçlarını karşılamak için çaba gösterilmektedir. Böylece, örgüt tarafından sağlanan desteğin değerlendirilmesinde çalışanlar, yöneticileriyle olan iş ilişkilerini dikkate almakta ve göz önünde bulundurmaktadır (Karakurt, 2012:39).

2.3.4. Algılanan Örgütsel Desteğin Özellikleri

AÖD kavramını oluşturan özellikler aşağıdaki gibi sıralanabilir (Özdevecioğlu, 2003:117; Karakurt, 2012:33; Bozkurt, 2007:148; Derinbay, 2011:19; Eisenberger vd., 1986:501):

- **Örgütün çalışanın katkısına değer vermesi:** Çalışanlar kendi fikirlerinin önemsendiğini, değer verildiğini, kararlara katılımının sağlandığını, eleştirilerinin dikkate alındığını ve bu eleştiriler çerçevesinde örgütte değişiklikler yapıldığını bilirlerse, bu çalışanlara destek olarak algılanacaktır.
- **Örgütün çalışanın mutluluğunu önemsemesi:** Çalışanların mutluluğunun önemsenmesi, örgütsel amaç ve hedeflere ulaşmada yardımcı olmaktadır.

Çalışanlar örgüt içinde birer sosyal varlıktır. Kendilerinin önemsenmesini, başarıları ile övünülmesini ve takdir edilmeyi beklerler.

- **Çalışanı etkileyen politika, kural ve faaliyetlerin gönüllü olması:** Örgütsel destek; örgütün, politika, kural ve faaliyetlerine atfedilen bir algı olduğu için, gönüllülük, örgütsel desteğin oluşmasını sağlayan önemli bir faktördür. Örgütün isteyerek yaptığı ve çalışanlarının yararına olan olumlu faaliyetler, onlarda örgütün çalışanını önemsendiği inancını oluşturmakta ve örgütün verdiği ödül olarak kabul edilmektedir. Böylelikle çalışanlar örgütsel desteği örgütün kendi isteği ile ortaya koyduğu faaliyetlerin sonucu olarak ortaya çıkan potansiyel maddi ve manevi yarar olarak değerlendirebilmektedirler.
- **Örgüt ve çalışanların birbirlerine güvenmesi:** Çalışanlar örgüt içinde kendilerini güvende hissetmek isterler. Kendileri hakkında verilecek kararlarda, gelecekleri ile ilgili yapılan planlanmalarda çalışanın örgüte güvenmesi önemlidir. Örgüt içinde yönetime yakın kişilerin kayırılması, yöneticilerin haksız taraf tutmaları, destek açısından olumsuz algılanacaktır.
- **Anlık olaylara göre değişmemesi:** Örgütsel destek anlık uygulamalara göre değişen bir duygu değildir. Örgütte çalışanı iyi veya kötü yönde etkileyebilecek olan tavır ve uygulamalar örgüt hakkındaki diğer kararlar ile birleştirilmekte ve zaman içinde örgütsel destek düzeyi değişebilmektedir.

2.3.5. Algılanan Örgütsel Desteğin Öncülleri

Algılanan örgütsel desteğin öncülleri (belirleyicileri); bireysel faktörler, örgütsel ve yönetsel faktörler ile iş ile ilgili faktörler şeklinde üç başlık altında toplanabilir (Rhoades ve Eisenberger, 2002:698).

2.3.5.1. Bireysel Faktörler

Algılanan örgütsel desteği etkileyen bireysel faktörler; yaş, eğitim, cinsiyet ve hizmet süresi olarak dört başlık altında sınıflandırılabilir (Rhoades ve Eisenberger, 2002:701; Karakurt, 2012:44; Derinbay, 2011:26; Eisenberger, Rhoades ve Cameron, 1999:1034; Kalağan, 2009:19;).

- **Yaş:** Bireyler, yaş gruplarına göre farklı ihtiyaçlara, isteklere, düşüncelere ve bakış açılarına sahiptirler. İş hayatına yeni başlamış bir gencin çalışma hayatına ilişkin bakış açısı ile orta yaşlı bir bireyin bakış açısı oldukça farklıdır. Düşük bir maaşla yeni bir işe başlamak ya da hastalık nedeniyle uzun bir süre işine devam edememek yaşlı ya da işe yeni başlamış bir çalışan tarafından farklı algılanabilir. Bu doğrultuda, yaş ile algılanan örgütsel destek arasında ilişki olduğundan bahsedilebilir.
- **Eğitim:** Bireylerin örgütsel destek algılamalarında eğitim oldukça önemli bir yere sahiptir. Bireylerin iş yaşamından beklentileri vardır ve eğitim de bu beklentilerini etkileyen, şekillendiren önemli bir faktördür. Eğitim seviyesi yükseldikçe bireylerin iş hayatından da beklentileri yükselmektedir. Bu beklentilerini gerçekleştirebilmek için örgütlerinden destek almalarına ihtiyaç duymaktadırlar. Yapılan araştırmalar eğitim ile algılanan örgütsel destek arasında pozitif bir ilişkinin olduğunu göstermektedir.
- **Cinsiyet:** Kadınların daha çok ilişki, erkeklerin ise başarı odaklı olması nedeniyle iş hayatından farklı beklentileri olmakta; dolayısıyla iş koşullarıyla ilgili değerlendirmeleri de farklı olmaktadır. Birçok araştırmacı cinsiyetin örgütsel destek algılarında farklılığa neden olduğunu ileri sürmektedir. Yani; genelde kadın çalışanlar yönetici ve çalışma arkadaşları ile olan ilişkilerini,

erkekler ise kişisel gelişim olanakları ve ödülleri daha destekleyici bulmaktadır. Kadın çalışanlar örgütlerinde cinsiyet ayrımcılığını hissederlerse, daha düşük düzeyde örgütsel destek algılamaktadırlar.

- **Hizmet süresi:** Hizmet süresi ile algılanan örgütsel destek arasında pozitif bir ilişki olduğu belirtilmektedir. Hizmet süreleri fazla olan çalışanların algılanan örgütsel destek düzeyleri, hizmet süreleri daha düşük olan çalışanlara göre daha yüksektir. Bunun nedeni, çalışanların örgütlerinden memnun olmaları ve dolayısıyla işlerinden ayrılmak istememeleri şeklinde belirtilebilir.

2.3.5.2. Örgütsel ve Yönetimsel Faktörler

Algılanan örgütsel desteği etkileyen örgütsel ve yönetimsel faktörler; yönetici desteği, örgütsel adalet, örgütsel ödül sistemi, kişisel gelişim olanakları, destekleyici örgüt kültürü ve psikolojik güvenlik olmak üzere altı başlıkta sınıflandırılabilir (Karakurt, 2012:39; Yıldız, 2008:26; Bozkurt, 2007:164; Patrick ve Laschinger, 2006:15; Akın, 2008:143; Özdemir, 2010:98; Üren ve Çorbacıoğlu, 2012:33; Emhan, Kula ve Töngür, 2013:55; Altınöz vd., 2012:104; Beugre, 2002:1093; Rhoades ve Eisenberger, 2002:699):

- **Yönetici desteği:** Örgütün yöneticisi, örgütün temsilcisi durumunda olduğundan, yönetici desteğinin örgütsel destek üzerinde önemli etkileri bulunmaktadır. Çalışanlar, örgütten yaptıkları iş karşılığında bazı beklentiler içerisinde olurlar. Yani kişiler harcadıkları çaba, örgüte yaptıkları katkı sonucunda bazı şeyler elde etmek isterler. Örgütsel destek kuramına göre, yöneticiden gelen destek, çalışan ve örgüt arasında uyumlu bir ilişki sağlamaktadır. Çalışanın yöneticisi ile iyi ilişkiler geliştirmesi örgüt içinde güvene ve bağlılığa yol açacaktır. Çünkü çalışanlar yöneticilerinin kendilerine yardım ettiğini ve örgütte kendilerine değer

verildiğini hissedecektir. Yöneticilerin, çalışanı yönlendirme ve değerlendirme yetkileri bulunduğu için bu beklenen bir sonuçtur. Yapılan çalışmalarda, yönetici desteğinin yüksek olduğu ortamlarda çalışanların performanslarının, iş memnuniyetlerinin ve örgütsel bağlılıklarının yüksek olduğu, diğer çalışanlar ile iyi ilişki içinde oldukları, örgütsel sorunlara karşı duyarlı oldukları görülmüştür.

- **Örgütsel adalet:** Örgütsel desteği en fazla etkileyen faktörlerden biri örgütsel adalettir. Örgütsel adalet hem çalışan bireylerin kişisel doyumlarını hem de örgütlerin işlevlerini etkili bir şekilde yerine getirebilmeleri için gereklidir. Örgütsel adalet, çalışanların adalet algılarına dayanmaktadır. Eğer çalışanlar örgüt içerisinde adaletsizliklerle karşılaştıklarına inanırlarsa örgütün amaçlarına ulaşmasını zorlaştıran davranışlarda bulunabilirler. Ancak, çalışanlar adil davranışlarla karşılaştıklarına inanırlarsa da olumlu tutumlar sergileyebilirler. Bu durumda çalışanların örgütteki işlemlerin adil olduğuna duydukları inanç çalışanların çalışma arkadaşlarıyla, yöneticileriyle uyumlu ve güvene dayalı ilişkiler geliştirmelerini sağlamaktadır.
- **Örgütsel ödül sistemi:** Örgütün çalışanlara sunduğu maddi ve manevi ödüller çalışanların örgütsel destek algılarını etkilemektedir. Örgütsel destek kuramına göre, örgütsel ödül sistemi, çalışan ile örgüt arasında değişim ilişkisi göstermektedir. Çalışanlar, örgütten alacakları ücret, takdir, terfi gibi ödüller karşılığında örgüte girerler. Örgüt de çalışana katkıları ve performansından dolayı çeşitli ödüller sunar. Bu değişim ilişkisi sürdüğü müddetçe çalışanda örgütsel destek algısı güçlenir ve örgüte bağlılık gösterir.
- **Kişisel gelişim olanakları:** Kişisel gelişim olanakları, becerilerin değerini arttırmakta ve böylece çalışanlar da örgüte katkılarını arttırarak, eninde sonunda

kendi iş güvenliklerini sağlamaktadırlar. Kişisel gelişim olanakları çalışanın işe getirdiği beklentileriyle ilişkilidir ve eğer bu beklentileri karşılanırsa çalışanlar bağlılık durumlarına bakmaksızın örgütte kalmayı sürdürmektedirler. Çalışanların bu tür gelişim ihtiyaçlarının karşılanması örgütsel destek algılarını da arttırmaktadır.

- **Destekleyici örgüt kültürü:** Örgüt kültürü, üyeler tarafından paylaşılan, nesilden nesile aktarılan ve bir örgütü diğerlerinden ayırt eden bir sistemdir. Bu sistem, örgütün değer verdiği bir dizi özellikleri içermektedir. Örgüt kültürü ortak değer ve inançları içinde bulundurmaktadır. Kültürü biçimlendirmek ilişkilerin oluşturulmasına katkı sağlamaktadır. Örgütler ve yöneticiler kendi değerlerinden emin olmalı ve davranışlarının bu değerleri yansıtmasına dikkat etmelidirler. Destekleyici örgüt kültürünü biçimlendirmenin en önemli yolu karşılıklı iletişimden geçmektedir. Çalışanlar örgüt ve diğer çalışanlarla etkileşim içinde bulundukça, değer ve inançlar güçlenmektedir. Örgütüne ve işe bağlı, doyumlu ve sağlıklı bir işgücü için destekleyici bir örgüt kültürünün varlığı çok önemlidir.
- **Psikolojik güvenlik:** Çalışanlar örgütsel desteği hissederken aslında psikolojik güvenlik göstergesi olan psikolojik iklimin çeşitli boyutlarından etkilenmektedir. Psikolojik iklimin destekleyici yönetim, açıklık ve kendini ifade etme şeklinde üç boyutu bulunmaktadır. Destekleyici yönetim işlerin yapılmasında esnekliklere imkan veren dolayısıyla çalışanda işi üzerinde kontrol ve özerklik hissi uyandıran bir yönetim anlayışıdır. Ayrıca örgütün politika ve stratejilerinin açıkça ifade edilmesi sonucunda yaptıkları iş konusunda asla güvensizlik

hissetmeyen ve kendini rahatça ifade edebilen çalışanların örgütsel desteği daha yüksek seviyede algıladıkları ileri sürülmektedir.

2.3.5.3. İşin Yapısıyla İlgili Faktörler

Harvard Üniversitesi'nden Elton Mayo ve arkadaşları tarafından gerçekleştirilen araştırma, çalışanlar yaptıkları işlerinden memnun oldukları takdirde daha verimli çalıştıklarını ortaya koymuştur (Eren, 2004:21; Sökmen, 2010:66; Bolat, Seymen, Bolat ve Erdem, 2009:39). Çalışanların örgüt içinde yaptıkları işin yapısı örgütsel desteği etkilemektedir. Çalışanlar yaptıkları işleri kendilerini geliştirici, yararlı, ödüllendirici olarak değerlendirdiklerinde işlerini anlamlı bulurlar. Sonuç olarak, çalışanlar işlerini anlamlı bulduklarında örgütün katkılarına daha çok değer vereceğine inanırlar ve böylelikle örgütsel destek algısı artar (Köse ve Gönüllüoğlu, 2010:88).

2.3.6. Algılanan Örgütsel Desteğin Sonuçları

Örgütün bakış açısından, çalışanların destek algılarının maksimize edilmesi olumlu davranışlarının karşılanması açısından kritiktir. Çalışanlar örgütlerinin onların mutluluk ve katkılarına değer verdiğini düşündüklerinde, bu duygularının karşılığını vermektedirler (Bozkurt, 2007:168). Bu kapsamda, algılanan örgütsel desteğin sonuçları, psikolojik ve davranışsal olarak ele alınmaktadır (Derinbay, 2011:29).

2.3.6.1. Psikolojik Sonuçları

Algılanan örgütsel desteğin psikolojik sonuçları; yükümlülük duygusu, duygusal bağlılık, performans-ödül beklentisi ve stres olmak üzere dört sınıf altında toplanabilir (Eisenberger vd., 2004:212-213; Derinbay, 2011:29; Kaplan, 2010:56; Kalağan, 2009:29; Üren ve Çorbacıoğlu, 2012:32; Rhoades ve Eisenberger, 2002:701).

- **Yükümlülük duygusu**, örgütün hedeflerine ulaşmasına yardımcı olmalı, örgüte karşı etkili bağlılığı arttırmalı, performans-ödül beklentilerini güçlendirmeli ve

örgütün amaçlarını başarmasına yardımcı olmak için genel bir yükümlülük duygusu oluşturmalıdır. Yükümlülük duygusu sonucunda gönüllü olarak fayda sağlayan davranışlar sergileyen çalışanlar, zamanla beklentilerinin karşılanmasıyla daha yüksek beklentiler içine girerler. Çalışanlarının artan beklentilerini karşılayabilen örgütler ise karşılık olarak çalışanlarından daha fazla fayda sağlarlar.

- **Duygusal bağlılık**, çalışanları örgüte duygusal olarak bağlayan ve örgütün üyesi olmaktan dolayı mutlu olmalarını sağlayan bireysel ve örgütsel değerlerin birbirleriyle uyumlu olması sonucu oluşmaktadır. Çalışan, kendi değerleriyle örgütün değerlerinin birbiriyle örtüştüğünü hissettiği zaman örgüte duygusal olarak bağlanmaktadır. Bu tür bağlılıkta çalışan kendisini örgüt ile birlikte tanımlama isteği duyar ve örgütte kalmayı arzular. Örgütsel destek algısı çalışanlar için bir grubun üyesi olma, takdir görme, saygı duyulma, değer verilme ve duygusal destek gibi sosyo-duygusal ihtiyaçların karşılanması sonucu duygusal bağlılığı olumlu olarak etkilemektedir.
- **Performans-ödül beklentisi**, algılanan örgütsel destek ile performans-ödül beklentileri arasında pozitif ilişki vardır. Ödüller için olumlu fırsatlar sağlamak, çalışanlar için yüksek saygı ifade edecek ve algılanan örgütsel desteği arttırabilecektir. Yüksek seviyede örgütsel destek algılayan çalışanlar ise iyi bir performansın örgüt tarafından tanınacağı ve ödüllendirileceği inancına sahiptir.
- **Stres**, algılanan örgütsel destek ile stres sonucunda meydana gelen bitkinlik, psikolojik çöküntü, kaygı ve baş ağrıları değişkenleri arasında negatif bir ilişkinin olduğu yapılan araştırmalar sonucunda ortaya konulmaktadır. Ayrıca AÖD, psikolojik ve psikometrik tepkileri de azaltmaktadır.

2.3.6.2. Davranışsal Sonuçları

Algılanan örgütsel desteğin davranışsal sonuçları, örgütsel bağlılık, işe bağlılık, işe ilişkin duygular, performans, geri çekilme davranışını içermektedir (Derinbay, 2011:30; Eğriboyun, 2013:30; Erdaş, 2010:53; Akın, 2008:147; Noruzy, Shatery, Rezazadeh ve Hatami-Shirkouhi, 2011:843; Kalağan, 2009:30; Gül, 2010:45; Rhoades ve Eisenberger, 2002:702):

- **Örgütsel bağlılık**, çalışanın örgütte kalma ve onun için çaba gösterme arzusu ile örgütün amaç ve değerlerini benimsemesi, örgütte kalma isteği duyarak örgütün amaç ve değerleriyle birincil hedef olarak maddi kaygılar gütmeksizin özdeşleşme ve çalışanın işyerine psikolojik olarak bağlanmasıdır.
- **İşe bağlılık**, çalışan destekleyici bir iş ortamında olduğunu hissederse, işi için yaptığı her türlü yatırımın güvende olduğunu, birileri tarafından kollandığını, iş çevresinin daha az stresli ve daha fazla memnuniyet verici olduğunu düşünecek, kaynaklarını, zamanını ve enerjisini örgüte ayırarak işe olan bağlılığı artacaktır.
- **İşe ilişkin duygular**, iş doyumunu ve olumlu ruh hali olmak üzere iki şekilde ele alınmaktadır. İş doyumunu, çalışanların işlerine ilişkin davranışların hepsini oluşturmaktadır. Algılanan örgütsel destek çalışanların, sosyo-duygusal ihtiyaçlarını karşılamakta; böylece, ödül-performans beklentilerini arttırarak iş doyumuna katkıda bulunurken; çalışanların yetenek ve değer duygularına da katkıda bulunarak çalışanların olumlu ruh halini arttırmaktadır.
- **Performans**, algılanan örgütsel desteğin artmasıyla çalışanların örgütsel üyeliği ve rol statüsünün kendi kimliği ile bütünleşmesi, standart iş tanımlarının ötesinde yer alan davranışları sergilemesi sonucunu doğurmaktadır. Ancak çalışanlar örgütsel destek algıları yüksek olmazsa, hem rolleri gereği yapmaları

gereken işleri, hem de rolleri dışındaki işleri istenildiği şekilde yapmazlar. Bu nedenle performanslar düşebilir.

- ***Geri çekilme***, çalışanın örgütteki aktif katılımını kısıtlaması, yavaşlatması şeklinde belirtilmektedir. Örgütsel destek algılamaları sayesinde çalışanın, işten ayrılma niyeti, işe geç gelme isteği ve devamsızlığı azalacak, örgütsel bağlılığı ise artacaktır.

2.3.7. Algılanan Örgütsel Destek ile İlgili Yapılan Araştırmalar

Yapılan alanyazın taramasında algılanan örgütsel destek ile ilgili önemli olduğu düşünülen yerli ve yabancı bazı araştırmalar aşağıda özetlenmiştir

2.3.7.1. Algılanan Örgütsel Destek ile İlgili Yapılan Yerli Araştırmalar

Akın (2008) tarafından yapılan araştırma, sık sık gece nöbetlerinde görev aldıkları için yüksek iş/aile çatışması olasılığına sahip olan hemşireler üzerinde gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre, örgütsel ve sosyal desteğin yaşam tatmini ile pozitif yönlü bir ilişkiye, örgütsel desteğin iş-aile çatışması ile negatif yönlü bir ilişkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Ayrıca iş/aile çatışmalarının yaşam tatmini ile negatif yönlü bir ilişkisinin bulunduğu ve iş-aile çatışmalarının yaşam tatminini azalttığı tespit edilmiştir. Çalışanların yaşam tatminlerinin yükseltilmesi hedefleniyor ise örgütsel ve sosyal desteğin artırılmasının ne denli önemli olduğu ortaya çıkartılmıştır.

Duygulu, Çıraklar ve Mohan (2008) tarafından Dokuz Eylül Üniversitesi İİBF öğretim elemanları üzerinde gerçekleştirilen “algılanan örgütsel destek, işe bağlılık ve iş doyumunun, örgütsel bağlılık üzerine etkisi” konulu araştırma sonuçlarına göre, akademik personelin örgütlerinden aldıkları desteğin, duygusal bağlılığa; iş doyumunun, devam bağlılığına ve işe bağlılık ile birlikte örgütsel desteğin, normatif bağlılığa yol açtığı saptanmıştır.

Uçar ve Ökten (2010) tarafından 148 beyaz yakalı çalışan üzerinde gerçekleştirilen çalışma, algılanan örgütsel destek ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi ve ayrıca bu değişkenler arasında örgüt temelli özsaygının ara değişken olarak rolünü incelemiştir. Sonuçlar algılanan örgütsel destek ve duygusal bağlılık ve normatif bağlılık arasında anlamlı pozitif bir ilişkinin ancak devam bağlılığı ile negatif bir ilişkinin olduğunu ortaya koymuştur. Örgüt temelli özsaygının ise algılanan örgütsel destek ile duygusal bağlılık arasında kısmi, algılanan örgütsel destek ve devam bağlılığı arasında ise tam olarak ara değişken rolü gördüğü saptanmıştır. Ayrıca, örgüt temelli özsaygının normatif bağlılık açısından herhangi bir ara değişken rolü olmadığı üzerinde durulmuştur.

Turunç ve Çelik (2010) tarafından, Savunma sektörü çalışanları üzerinde gerçekleştirilen araştırmada, örgütsel desteğin çalışanların örgütsel özdeşleşme düzeyini, iş-aile ve aile-iş çatışması düzeyi ile işten ayrılma niyetine etkilerini belirlemek amaçlanmıştır. Söz konusu değişkenler yapısal eşitlik modeli ile analiz edilmiş ve sonuçlar ortaya konulmuştur. Buna göre, algılanan örgütsel desteğin iş-aile çatışmasını, aile-iş çatışmasını ve işten ayrılma niyetini negatif yönde, örgütsel özdeşleşmeyi ise pozitif yönde etkilediği belirtilmiştir. Ayrıca, algılanan örgütsel desteğin işten ayrılma niyetine etkisinde iş-aile çatışması ve örgütsel özdeşleşmenin kısmi aracılık rolü üstlendiği tespit edilmiştir.

Akkoç, Çalışkan ve Turunç (2012) tarafından çalışanların iş performansında etkili olduğu varsayılan gelişim kültürü, algılanan örgütsel destek, iş tatmini ve güven faktörleri gibi değişkenler ele alınarak gerçekleştirilen araştırma sonucunda, algılanan örgütsel desteğin ve gelişim kültürünün çalışanların iş tatmini ve iş performansı üzerine etkilerinin bulunduğu, iş tatmininin iş performansını pozitif ve anlamlı olarak etkilediği

tespit edilmiştir. Algılanan örgütsel destek ve gelişim kültürünün çalışanların hem iş tatmini hem de iş performansı üzerine etkisinde güvenin kısmi aracılık rolü olduğu belirlenmiştir.

Kaplan ve Öğüt (2012) tarafından Nevşehir il sınırları içerisinde bulunan 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerindeki çalışanların örgütsel destek algılamaları ile örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişkiyi ortaya çıkaran araştırma sonucunda; algılanan örgütsel destek ile duygusal ve normatif bağlılık arasında pozitif yönlü bir ilişki gözlemlenirken, algılanan örgütsel destek ile devam bağlılığı arasında negatif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Ayrıca, algılanan örgütsel desteğin duygusal, normatif ve devam bağlılığını etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Üren ve Çorbacıoğlu (2012) tarafından Uşak il sınırları içerisinde imalat sektöründe faaliyet gösteren bir örgütün yönetici ve işgörenlerini içeren 323 çalışan üzerinde yapılan araştırmada örgütsel desteğin, örgütsel bağlılık ve örgütsel bağlılığın boyutlarından duygusal, devam ve normatif bağlılık üzerindeki etkisini belirlemek amaçlanmıştır. Araştırma sonuçlarına göre, örgütsel destek ile örgütsel bağlılık, duygusal bağlılık ve normatif bağlılık arasında anlamlı bir ilişkinin varlığından bahsedilirken, örgütsel destek algısı ile devam bağlılığı arasında anlamlı bir ilişki saptanamamıştır.

Koçoğlu (2013) tarafından yürütülen çalışmada; bir üniversitede çalışan araştırma görevlilerinin örgütlerine yönelik bireycil-toplumcul örgüt algılayışlarının örgüt içerisinde bilgi yönetimi etkinliğinde algılanan örgüt desteğinin aracı değişken rolüne yönelik ilişkiyi ortaya koymak amaçlanmıştır. Çalışmanın sonuçlarına göre, araştırma görevlilerinin örgütlerine yönelik toplumcul örgüt algıları ile bilgi yönetimi etkinliği arasındaki ilişkide, algılanan örgüt desteğinin tam aracı değişken rolü olduğu

gözlemlenmiştir. Ayrıca araştırma görevlilerinin demografik özellikleri ile algılanan örgüt desteği ve bilgi yönetimi etkinliği arasında anlamlı ilişki olduğu belirtilmiştir.

Oktuğ (2013) tarafından, çalışanların algıladığı örgütsel destek ile sergiledikleri duygusal emek davranışları arasındaki ilişkide, algılanan örgütsel prestijin biçimlendirici rolünü ortaya çıkarmak amacıyla 210 satış elemanı üzerinde araştırma gerçekleştirilmiştir. Araştırma sonucunda, algılanan örgütsel destek ile yüzeysel rol yapma davranışı arasında negatif, derinlemesine rol yapma ve samimi duyguları sergileme davranışları arasında ise pozitif ilişkinin olduğu gözlemlenmiştir. Ayrıca, algılanan örgütsel prestijin, algılanan örgütsel destek ile yüzeysel rol yapma ve samimi duyguları sergileme davranışları arasındaki ilişkilerde biçimlendirici rol oynamadığı, ancak algılanan örgütsel destek ile derinlemesine rol yapma davranışı arasındaki ilişkiyi biçimlendirdiği ifade edilmiştir.

Turgut (2014) tarafından Ankara (Türkiye) OSTİM Sanayi Bölgesi'ndeki Elektrik–Elektronik sektöründe faaliyet gösteren 23 işletmenin işgörenleri ile yürütülen “algılanan örgütsel desteğin işletme performansına etkisinde iç girişimciliğin aracılık rolü” konulu araştırmanın sonuçlarına göre, algılanan örgütsel desteğin, iç girişimcilik ve işletme performansını olumlu olarak etkilediği, iç girişimciliğin finansal performans üzerinde pozitif etkisinin bulunduğu ve iç girişimciliğin algılanan örgütsel destek ile işletme performansı ilişkisinde aracılık rolünün bulunmadığı saptanmıştır.

Kasalak ve Aksu (2014) tarafından Akdeniz Üniversitesi 50/d kadrosundaki 214 araştırma görevlisi üzerinde gerçekleştirilen ve algılanan örgütsel destek ile örgütsel sinizm arasındaki ilişkiyi irdeleyen araştırma sonuçlarına göre; algılanan örgütsel destek ve örgütsel sinizmin tüm boyutları arasında orta düzeyde negatif ve anlamlı bir ilişki

olduğu belirlenmiştir. Diğer taraftan, araştırma görevlilerinin algıladıkları örgütsel desteğin örgütsel sinizmi yordayan önemli bir değişken olduğu gözlenmiştir.

2.3.7.2. Algılanan Örgütsel Destek ile İlgili Yapılan Yabancı Araştırmalar

Allen ve Shanock (2013) tarafından gerçekleştirilen ve algılanan örgütsel destek kavramını ele alan araştırmanın bulgularında, sosyalleşme taktiklerinin algılanan örgütsel desteği ve iş ile içli dışla olma durumunu etkilediği, hem algılanan örgütsel destek hem de iş ile içli dışlı olma durumunun ise örgütsel bağlılık ve gönüllü işten ayrılma niyeti ile ilişkili olduğu üzerinde durulmaktadır. Ayrıca algılanan örgütsel destek ve iş ile içli dışlı olma durumunun sosyalleşme taktikleri sonucunda çalışanları örgüte bağlayan ilişki mekanizmaları olduğu vurgulanmaktadır.

Boyer, Artis, Fleming ve Solomon (2014) tarafından gerçekleştirilen ve algılanan örgütsel desteğin satış eğitiminde özyönetimli öğrenme üzerindeki etkisini ele alan araştırmanın bulguları, algılanan örgütsel desteğin özyönetimli öğrenme projelerini kullanmak için satış personeli olma isteğini pozitif olarak etkilediğini belirtmektedir.

DeConinck ve Johnson (2009) tarafından gerçekleştirilen ve algılanan örgütsel destek kavramını ele alan araştırmanın bulgularında, algılanan yönetici desteğinin işten ayrılma niyetini algılanan örgütsel destek ve performans aracılığı ile dolaylı olarak yordadığı ve örgütsel bağlılığın algılanan örgütsel destek ile işten ayrılma niyetleri arasındaki ilişkiyi düzenleyici bir rol üstlendiği tespit edilmiştir.

Cao, Hirschi ve Deler (2013) tarafından gerçekleştirilen ve algılanan örgütsel destek ve evsahibi ülkede kalma niyetini öz-üyelikli gurbetçilik (self-initiated expatriates) açısından ele alan ve Almanya'daki öz-üyelikli gurbetçilerden verileri toplanan araştırmanın bulguları, algılanan örgütsel desteğin oturma niyetini doğrudan pozitif olarak etkilediğini ancak ana ülke vatandaşlarının kariyer ağları geniş olduğunda

algılanan örgütsel desteğin oturma niyetini dolaylı olarak negatif etkilediğini ortaya koymaktadır. Araştırmada, gurbetçilerin kariyer tatmini ile evsahibi ülkede oturma niyetleri arasındaki ilişkiyi uyumlaştırmanın algılanan örgütsel desteğe katkı sağlayacağı vurgulanmaktadır.

Cho ve Treadway (011) tarafından gerçekleştirilen ve algılanan örgütsel desteğin ve örgütsel kimliğin, işlemsel adalet ve vatandaşlık davranışı ilişkisindeki aracı etkisini inceleyen araştırmanın bulgularında, algılanan örgütsel destek ve örgütsel kimlik araştırma modelinde aracı etki sunan değişkenler olarak birlikte yer aldığı algılanan örgütsel desteğin değil, örgütsel kimliğin işlemsel adalet ve vatandaşlık davranışı ilişkisinde aracı olduğu tespit edilmiş ve örgütsel kimliğin bu ilişkinin ardında yatan daha baskın psikolojik bir mekanizma olabileceği vurgulanmıştır.

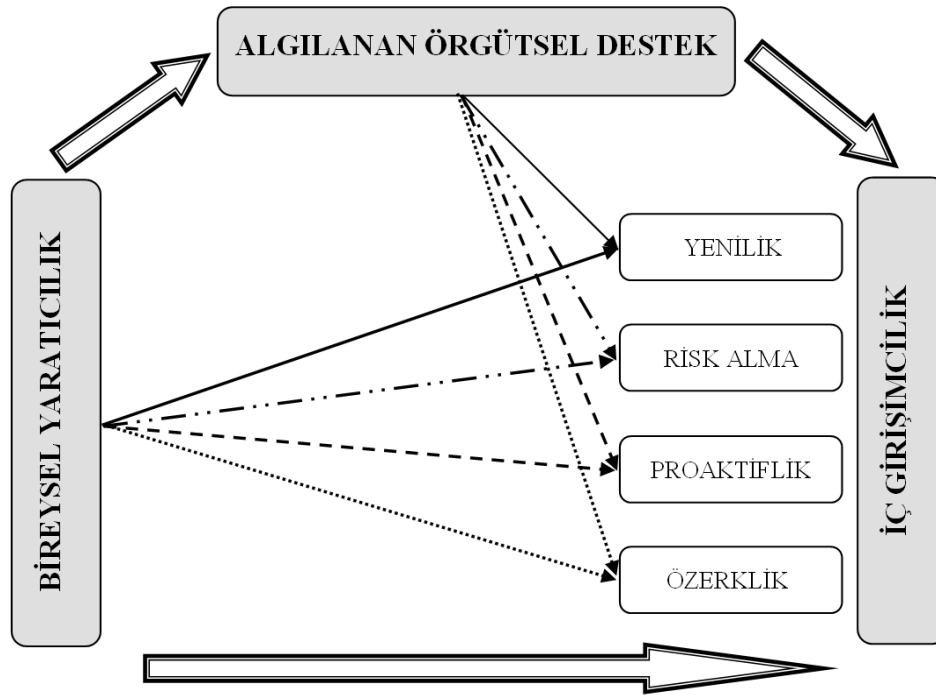
Wang ve Hsieh (2013) tarafından gerçekleştirilen ve algılanan örgütsel desteğin, örgütsel etik iklim ve işgören sessizliği ile ilişkisini ele alan araştırmada, örgütsel etik iklimi oluşturan boyutların işgören sessizliğini oluşturan boyutlar ile ilişkisinde algılanan örgütsel desteğin aracı rol üstlendiği sonucu üzerinde durulmaktadır

3. YÖNTEM

Bu bölümde araştırmanın modeline, hipotezlerine, evren ve örnekleme, veri toplama araçlarına, verilerin analiz yöntemlerine, güvenilirlik ve geçerlilik analizlerine ve verilere ilişkin tanımlayıcı (betimsel veya tarama) istatistiklere yer verilmiştir.

3.1. ARAŞTIRMANIN MODELİ

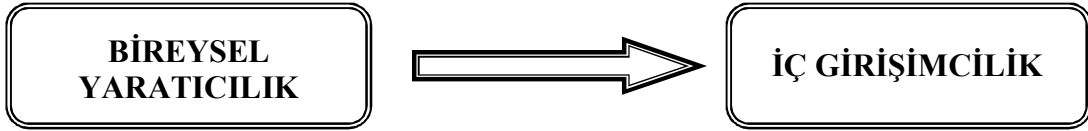
Bu araştırma, çalışanların bireysel yaratıcılık düzeylerinin, iç girişimcilik performansları üzerindeki etkisinde algılanan örgütsel desteğin aracılık rolünü incelemeye yönelik olarak gerçekleştirilmiştir. Bu kapsamda, iki veya daha fazla sayıdaki değişkenler arasında birlikte değişim varlığını ve/veya derecesini belirlemeyi amaçlayan araştırma modeli (Karasar, 2008:81; Ekici ve Hevedanlı, 2010:99) olan ilişkisel tarama modelinden yararlanılmıştır. Bu bağlamda, araştırmada kullanılacak model aşağıdaki gibidir.



Şekil 3.1. Araştırmanın Modeli

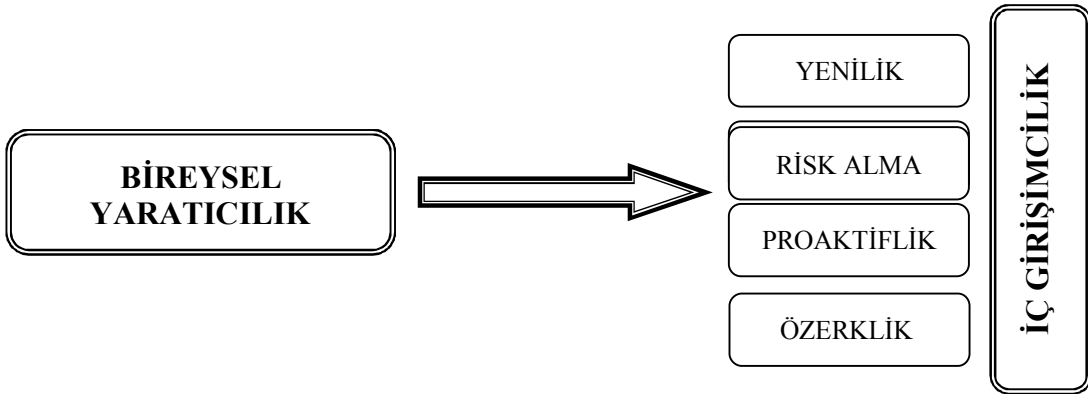
3.2. ARAŞTIRMANIN HİPOTEZLERİ

Araştırmanın hipotezleri, araştırmanın temel problemi, amacı, varsayımı ve modeli kapsamında aşağıdaki gibi sıralanabilir;



Şekil 3.2. Araştırmanın Birinci Hipotezinin Modeli

Hipotez 1: Çalışanların bireysel yaratıcılık düzeyleri iç girişimcilik performanslarını etkiler.



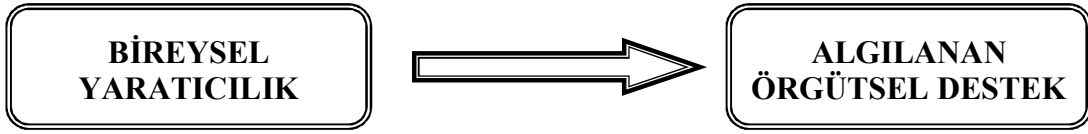
Şekil 3.3. Araştırmanın Birinci Hipotezine Ait Alt Hipotezlerin Modeli

Hipotez 1_a: Çalışanların bireysel yaratıcılık düzeyleri iç girişimcilik boyutlarından “yenilik” performansını etkiler.

Hipotez 1_b: Çalışanların bireysel yaratıcılık düzeyleri iç girişimcilik boyutlarından “risk alma” performansını etkiler.

Hipotez 1_c: Çalışanların bireysel yaratıcılık düzeyleri iç girişimcilik boyutlarından “proaktiflik” performansını etkiler.

Hipotez 1_d: Çalışanların bireysel yaratıcılık düzeyleri iç girişimcilik boyutlarından “özerklik” performansını etkiler.



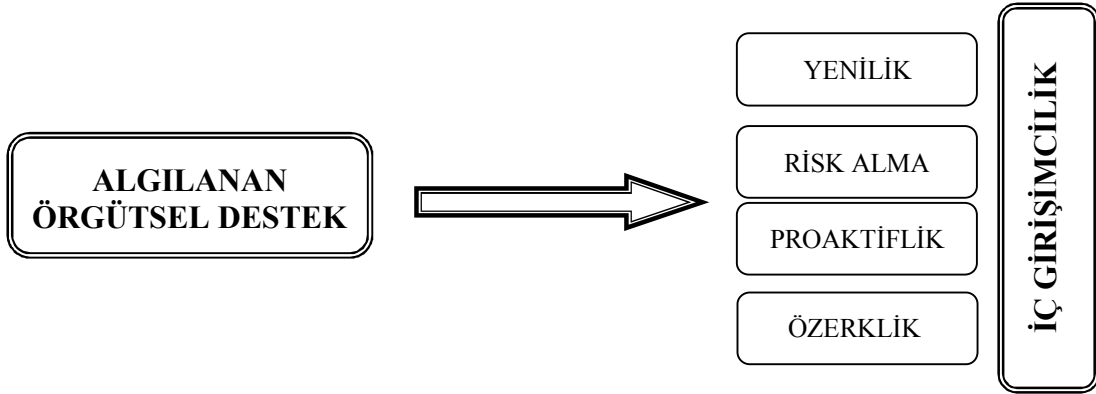
Şekil 3.4. Araştırmanın İkinci Hipotezinin Modeli

Hipotez 2: Çalışanların bireysel yaratıcılık düzeyleri algılanan örgütsel desteği etkiler.



Şekil 3.5. Araştırmanın Üçüncü Hipotezinin Modeli

Hipotez 3: Algılanan örgütsel destek faaliyetleri çalışanların iç girişimcilik performanslarını etkiler.



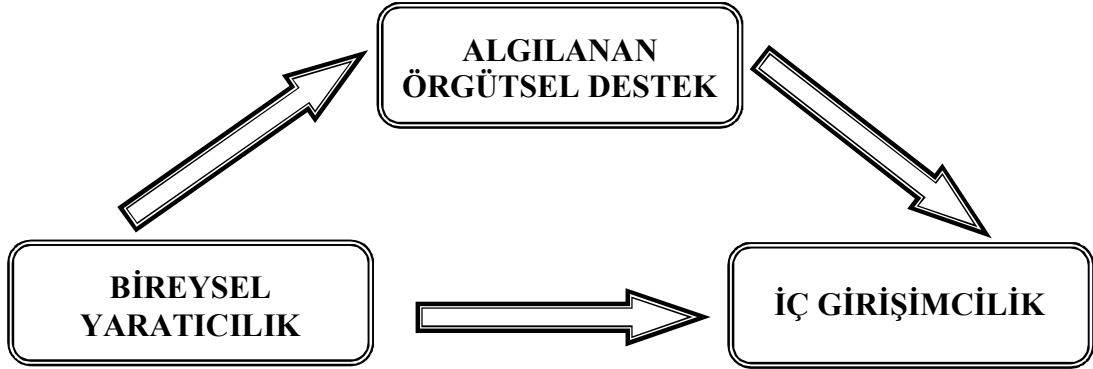
Şekil 3.6. Araştırmanın Üçüncü Hipotezine Ait Alt Hipotezlerin Modeli

Hipotez 3_a: Algılanan örgütsel destek faaliyetleri çalışanların iç girişimcilik boyutlarından “yenilik” performansını etkiler.

Hipotez 3_b: Algılanan örgütsel destek faaliyetleri çalışanların iç girişimcilik boyutlarından “risk alma” performansını etkiler.

Hipotez 3_c: Algılanan örgütsel destek faaliyetleri çalışanların iç girişimcilik boyutlarından “proaktiflik” performansını etkiler.

Hipotez 3_d: Algılanan örgütsel destek faaliyetleri çalışanların iç girişimcilik boyutlarından “özerklik” performansını etkiler.



Şekil 3.7. Araştırmanın Dördüncü Hipotezi ve Alt Hipotezlerinin Modeli

Hipotez 4: Çalışanların bireysel yaratıcılık düzeylerinin iç girişimcilik performansları üzerindeki etkisinde algılanan örgütsel desteğin aracılık rolü vardır.

Hipotez 4_a: Çalışanların bireysel yaratıcılık düzeylerinin iç girişimcilik boyutlarından “yenilik” performansı üzerindeki etkisinde algılanan örgütsel desteğin aracılık rolü vardır.

Hipotez 4_b: Çalışanların bireysel yaratıcılık düzeylerinin iç girişimcilik boyutlarından “risk alma” performansı üzerindeki etkisinde algılanan örgütsel desteğin aracılık rolü vardır.

Hipotez 4_c: Çalışanların bireysel yaratıcılık düzeylerinin iç girişimcilik boyutlarından “proaktiflik” performansı üzerindeki etkisinde algılanan örgütsel desteğin aracılık rolü vardır.

Hipotez 4_d: Çalışanların bireysel yaratıcılık düzeylerinin iç girişimcilik boyutlarından “özerklik” performansı üzerindeki etkisinde algılanan örgütsel desteğin aracılık rolü vardır.

Araştırma kapsamında, çalışanların demografik özelliklerinin bireysel yaratıcılık düzeyleri, iç girişimcilik performansları ve algılanan örgütsel destek açısından herhangi bir farklılık gösterip/göstermediğinin incelendiği diğer hipotezler ise aşağıdaki gibi sıralanabilir;

Hipotez 5: Çalışanların demografik özellikleri, bireysel yaratıcılık düzeylerine göre farklılık göstermektedir.

Hipotez 6: Çalışanların demografik özellikleri, iç girişimcilik performanslarına göre farklılık göstermektedir.

Hipotez 7: Çalışanların demografik özellikleri, algılanan örgütsel desteğe göre farklılık göstermektedir.

3.3. EVREN VE ÖRNEKLEM

Araştırma evrenini, Amasya ili Merzifon ilçesinde 1994 yılında kurulan, 80 ülkeye ihracat yapan, Türkiye'nin en büyük davlumbaz ve aspiratör üreticisi olan, Avrupa'da ilk 10 davlumbaz üreticisi içinde yer alan, iç pazarda ankastre sektöründe üçüncü sırada olan Silverline A.Ş.'de çalışan 842 çalışan oluşturmaktadır.

Araştırmada kullanılan örnekleme yöntemi ise, evreni oluşturan çalışanların tamamının örneğe girme şansının eşit ve tesadüfi olduğu, aynı zamanda araştırma sonuçlarının çabuk ve kolay bir şekilde ortaya konulmasını sağlayan basit tesadüfi örnekleme yöntemidir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004:35; Ural ve Kılıç, 2006:38). Toplam 847 çalışandan oluşan araştırma evreni, $\alpha = .05$ güven düzeyi ve $\pm .05$ hata seviyesinde en az 265 çalışandan oluşan bir örneklem grubu ile temsil edilebilmektedir (Altunışık, Coşkun, Bayraktaroğlu ve Yıldırım, 2004:125). Araştırma sürecinde hem işletme ile olan iyi ilişkiler hem de çalışanlara kolay ulaşım imkanından dolayı 400 anket formu işletmeye gönderilmiş ve %98 yanıtlanma oranıyla 392 anketin geri dönüşümü sağlanmıştır. 392 yanıtlanan anketin 6'sı tamamlanmamış ve 2'si güvenilmeyen yanıtlar yüzünden araştırmaya dahil edilmemiştir. Böylece araştırmaya

son olarak veri analizleri için 384 kullanılabilir anket dahil edilmiştir. Veri toplama süreci tamamlandığında araştırmada yer alan 384 katılımcı, araştırma evrenini %99 ($\alpha=.01$) güven düzeyi ve $\pm.01$ hata seviyesinde temsil edecek niteliktedir.

3.4. VERİLERİN TOPLANMASI ve ÖN UYGULAMA

Araştırma verilerinin sağlıklı bir şekilde toplanabilmesi ve araştırma hipotezlerinin test edilebilmesi için birincil kaynaklardan veri toplama yöntemlerine başvurulması gerekmektedir. Başlıca birincil veri toplama yöntemleri anket, gözlem ve deney yöntemleridir (Yükselen, 2006:67). Sosyal bilimlerde birçok çalışmada birincil veri toplama yöntemi olarak ankette yararlanılmaktadır. Anket, bilgi alınacak kişilere yazılı veya sözlü olarak sorular sorulması ve alınan yanıtların sistematik biçimde ve anketin amacına uygun olarak kayıt altına alınmasına dayanan veri toplama yöntemidir (Yıldız ve Özen, 2006:27). Bu araştırmanın verilerinin toplanmasında da anket yönteminden yararlanılmıştır.

3.4.1. Anket Formu ve Kullanılan Ölçekler

Araştırma anketi istenilen verilerin elde edilebilmesi amacıyla dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde araştırmaya katılan çalışanların sosyo-demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular bulunmaktadır. Soru formu toplam 11 sorudan oluşmaktadır. Bu sorular çoktan seçmeli ve açık uçlu sorulardan oluşmaktadır.

Anketin ikinci bölümünde katılımcıların bireysel yaratıcılık düzeylerini belirlemek amacıyla “*Bireysel Yaratıcılık Ölçeği*” kullanılmıştır. Balay (2010) tarafından geliştirilen ve Karacabey (2011) tarafından çalışmada kullanılan, geçerliliği ve güvenilirliği kanıtlanmış olan bireysel yaratıcılık ölçeği, çalışanların yaratıcılık düzeylerinin belirlenmesinde kullanılmıştır. Ölçek tek boyuttan ve 16 sorudan oluşmaktadır. Bu bölümdeki sorular “Sıradanlığı aşarak özgün düşünceler

üretmeye ve buluşlar yapmaya çalışırım.”, “Risk almayı ve beklenmeyen sonuçlarla karşılaşmayı işimin bir parçası sayarım.” ve “Yeni hedeflere ulaşmak için mevcut sınırların ötesine geçmeye çalışırım.” şeklindedir. Ölçekte ters soru bulunmamaktadır. Puanlama, 5’li likert ölçeğine göre yapılmıştır (1=kesinlikle katılmıyorum; 5=kesinlikle katılıyorum).

Anketin üçüncü bölümünde katılımcıların iç girişimcilik performanslarını belirlemek amacıyla “**İç Girişimcilik Ölçeği**” kullanılmıştır. Naktiyok (2004) tarafından geliştirilen ve Durmaz (2011) tarafından doktora tezinde kullanılan, geçerliliği ve güvenilirliği kanıtlanmış olan iç girişimcilik ölçeğinden yararlanılmıştır. Ölçek, *Yenilik*, *Risk alma*, *Proaktiflik* ve *Özerklik* olmak üzere dört boyuttan ve 21 sorudan oluşmaktadır. Bu bölümdeki sorular “Yeni fikirlere açık biri olduğumu düşünüyorum.”, “Görevin başarısına inanırsam her türlü riski üstlenebilirim.”, “Yeni bir proje üzerinde çalışırken gideceğim yön konusunda her türlü özgürlüğe sahibim.” ve “Gelişmelerin beni yönlendirmesine izin vermeyip, gelişmeleri yönlendirmeye çalışırım.” şeklindedir. Puanlama, 5’li likert ölçeğine uygundur (1=kesinlikle katılmıyorum; 5=kesinlikle katılıyorum).

Anketin dördüncü bölümünde katılımcıların örgütsel destek algılamalarını ölçmek amacıyla “**Algılanan Örgütsel Destek Ölçeği**” kullanılmıştır. Eisenberger ve arkadaşları (1986) tarafından 36 soruluk uzun formu geliştirilen ölçeğin yine Eisenberger ve arkadaşları (1997) ile Lynch ve arkadaşları (1999) tarafından kısaltılmış hali kullanılmıştır. Eisenberger ve arkadaşları (1997)’nin çalışmalarında kullandıkları ölçeğin Türkçe geçerlemesi tarafımızdan yapılmıştır. Ölçeğin ölçek uyarlama prosedürlerine uygun olarak İngilizce-Türkçe çevirileri alanyazını bilen ve bilmeyen uzman kişiler tarafından yapılmıştır. Daha sonra yapılan çeviriler kısa, anlaşılır, kültüre

uygun olacak şekilde birleştirilip, ölçek hazır hale getirilmiştir. Daha sonra ölçekte yer alan her soru Türkçe'yi daha iyi kullanmak amacıyla alanında uzman kişiler tarafından değerlendirilmiş ve gerekli düzeltmeler yapılmıştır. Ölçek tek boyuttan ve 8 sorudan oluşmaktadır. Bu bölümdeki sorular “Çalıştığım işletme, fikirlerime önem verir.”, “Çalıştığım işletme, bir problemim olduğu zaman yardım etmeye hazırdır.” ve “Çalıştığım işletme, eline bir fırsat geçtiğinde benden çıkarı için faydalanır. (T)” şeklindedir. Ölçekte ters puanlı 2 soru bulunmaktadır. Puanlama, 5’li likert ölçeğine göre yapılmıştır (1=kesinlikle katılmıyorum; 5=kesinlikle katılıyorum).

3.4.2. Ön Uygulama (Pilot Çalışma)

Araştırma anketinde yer alan ölçeklerin ve dolayısıyla değişkenlerin anketin uygulanacağı işletmeye uygunluğunun ve anlaşılabilirliğinin belirlenmesi, değişikliklerin değerlendirilmesi, eksik, yanlış veya hedefe uygun olmayan değişken var ise çıkarılması ve nihayetinde ankete son şeklinin verilebilmesi amacıyla ön (pilot) uygulama yapılmıştır. Ön uygulama yürütülürken, rastgele seçilmek koşuluyla 50 katılımcıya, araştırmanın amacı açıklanmış ve anket uygulanmıştır. Ön uygulama ile elde edilen verilerin güvenilirlikleri test edilmiş ve aşağıdaki Tablo 3.1’de belirtilmiştir.

Tablo 3.1. Ön Uygulama Sonucu Ölçeklere İlişkin Güvenilirlik Analizi

Ölçek	Cronbach Alpha (α)
Bireysel Yaratıcılık	.97
İç Girişimcilik	.90
• Yenilik	.96,8
• Risk Alma	.86,1
• Proaktiflik	.92,1
• Özerklik	.86,5
Algılanan Örgütsel Destek	.91,1

Ön uygulamadan elde edilen veriler ışığında araştırmada kullanılacak ölçeklerin yapısal geçerliliğini test etmek amacıyla faktör analizleri gerçekleştirilmiştir. Bu ölçeklerden, “*Bireysel Yaratıcılık Ölçeği*”; Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri 0.85, faktör yükleri 0,622 ile 0,919 arasında değişen ve toplam varyansı %69,769 olarak açıklayan tek faktör grubundan oluşmaktadır. “*İç Girişimcilik Ölçeği*”; Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri 0.82, faktör yükleri 0,593 ile 0,872 arasında değişen ve toplam varyansın %76,543 olarak açıklayan dört faktör grubundan oluşmaktadır. “*Algılanan Örgütsel Destek Ölçeği*”; Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) değeri 0.85, faktör yükleri 0,477 ile 0,933 arasında değişen ve toplam varyansın %63,319 olarak açıklayan tek faktör grubundan oluşmaktadır. Böylece ön uygulamadan elde edilen verilerin değerlendirilmesiyle birlikte veri toplama aracının geçerli ve güvenilir olduğu ortaya konulmuş olup, ana örnekleme uygulanabileceğine karar verilmiştir.

3.5. VERİ ANALİZ YÖNTEMLERİ

Araştırma verilerinin analizi öncelikle nicel analiz yöntemleri ile gerçekleştirilmiştir. Bununla birlikte araştırmada verilerin değerlendirilmesinde gerçekleştirilen faktör analizi, korelasyon analizi ve regresyon analizinin kullanılmasıyla birlikte değişken sayısı açısından çok değişkenli istatistiksel analiz yöntemlerinden yararlanılırken kullanılan analiz yöntemlerinin amaçları açısından ise ilişkilerin tespit edilmesine yönelik istatistiksel analiz yöntemlerinden yararlanılmıştır. Ayrıca araştırma verileri değerlendirilirken çıkarımsal ve betimsel istatistik çalışmaları yürütülmüştür. Varyans analizi, regresyon ve korelasyon analizleri, zaman serileri, istatistiksel süreç kontrol ve yeterlilik analizleri çıkarımsal istatistiğe ilişkin çalışmalardır (Kanbur, 2010:165). Diğer yandan verilerin tek değişkene göre frekans analizleri, iki veya daha çok değişkene göre hazırlanan çapraz tablolar, değişkenlerin

maksimum ve minimum değerleri, çarpıklık, basıklık, mod, medyan, ortalama ve standart sapma hesaplamaları ise betimsel istatistik çalışmalarıdır (Ural ve Kılıç, 2006:179). Dolayısıyla bu araştırmada, korelasyon, regresyon, varyans ve t-testi analizleri kullanılarak çıkarımsal istatistik çalışmaları, verilerin frekans analizleri, ortalama ve standart sapma ile basıklık ve çarpıklık değerleri incelenerek ise betimsel istatistik çalışmaları yürütülmüştür.

3.6. VERİLERİN ANALİZİ

Araştırmanın bu bölümünde, verilerin istatistiki bir analize uygun olup olmadığının tespit edilmesine yönelik olarak geçerlilik ve güvenilirlik analizleri ile verilerin genel özelliklerini ortaya koyabilmek amacıyla tanımlayıcı (frekans, standart sapma, ortalama, basıklık ve çarpıklık) istatistik analizlerine yer verilmiştir.

3.6.1. Güvenilirlik Analizleri

Araştırmada, bireysel yaratıcılık ölçeği, iç girişimcilik ölçeği ve boyutları ile algılanan örgütsel destek ölçeğinin iç tutarlılık analizleri Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayısı ile incelenmektedir. Güvenilirlik, aynı bağımsız ölçümler arasındaki kararlılık, aynı süreçlerin izlenmesi ve aynı ölçütlerin kullanılması ile aynı sonuçların alınması ve ölçmenin tesadüfi hatalardan arındırılmasıdır (Ural ve Kılıç, 2006:69). Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik analizleri Tablo 3.2'de belirtilmiştir.

Tablo 3.2. Ölçeklere İlişkin Güvenilirlik Değerleri

Ölçek	Cronbach Alpha (α)
Bireysel Yaratıcılık	.93,8
İç Girişimcilik	.84,6
• Yenilik	.83,3
• Risk Alma	.78,3
• Proaktiflik	.87,1
• Özerklik	.87,0
Algılanan Örgütsel Destek	.89,8

Ölçeklerin Cronbach Alfa değerleri güvenilirlik için kabul edilebilirlik sınırı olan %70'in üzerindedir ve araştırmanın yüksek derecede güvenilir olduğu ifade edilebilir.

3.6.2. Faktör Analizi

Araştırmanın yapı geçerliliğini test etmek amacıyla faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Faktör analizi, gözlemlenen çok sayıdaki değişken içerisindeki gruplandırılmış temel değişkenler ya da faktörler tanımlanarak, değişken sayısını azaltmak amacıyla yapılır. Özetle, bir konuda katılımcıların verdiği cevaplara göre değişkenler arasındaki korelasyonun hesaplanarak, birbiri ile ilişkili olan ve aynı boyutu ölçen değişkenlerin gruplandırılması sonucu faktör elde etme işlemidir (Ural ve Kılıç, 2006:281). Faktör analizi ile ölçeklerde yer alan değişkenlerden birbirleri ile ilişkili olanların bir araya gelmesi ve böylece değişkenlere yönelik ortak boyutlar saptanarak ölçeğin birbirinden bağımsız bu boyutlar doğrultusunda daha az değişkenle açıklanması sağlanmaktadır (Kanbur, 2010:166).

Faktör analizi yapılırken ilk olarak verilerin faktör analizi için uygun olup olmadığını değerlendirmek amacıyla, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği ölçütü ve Barlett testi incelenmektedir. KMO örneklem yeterliliği ölçütü gözlenen korelasyon katsayıları büyüklüğü ile kısmi korelasyon katsayılarının büyüklüğünü karşılaştıran bir indekstir. KMO; 0,90-1,00 arasında mükemmel, 0,80-0,89 arasında çok iyi, 0,70-0,79 arasında iyi, 0,60-0,69 arasında orta, 0,50-0,59 arasında zayıf kabul edilirken, 0,50'nin altında ise kabul edilmez. Barlett testi ise değişkenlerin yer aldığı korelasyon matrisinin birim matris olup olmadığını test etmek için kullanılır. Barlett testi anlamlı çıktığında "korelasyon matrisi birim matristir" hipotezi reddedilir. Böylece

değişkenler arasında korelasyonlar olduğu ve verilerin çok değişkenli normal dağılımdan geldiği ortaya çıkmaktadır (Avşar, 2007:62).

Araştırmada faktör analizi kapsamında, faktör döndürmesi için Varimax Dik Döndürme Yöntemi kullanılmış ve faktörlerin özdeğerinin 1'den büyük olması dikkate alınmıştır. Faktörlerin hesaplanmasında dikkate alınan özdeğer faktör yüklerinin kareleri toplamıdır. Her bir faktörün özdeğeri soru sayısına bölüldüğünde toplam varyansın ne kadarını açıkladığı belirlenir. Kaiser normalleştirmesine göre standartlaştırılmış veri matrisi kullanıldığı durumlarda özdeğeri 1.00 üzerinde olan faktörler yoruma esas alınmaktadır (Tavşancıl, 2006:48). Açıklayıcı faktör analizi ile ölçeği oluşturan faktör ya da faktörlerin ortaya konulması amaçlanmıştır. Varimax Dik Döndürme Yöntemi bir dik (orthogonal) döndürme yöntemidir ve dik döndürme ile elde edilen faktörler birbirleri ile korelasyon içinde değildirler (Kalaycı, 2006:321). Varimax Dik Döndürme Yöntemi ile basit yapıya ve anlamlı faktörlere ulaşmada faktör yükleri matrisinin sütunlarına öncelik verilir ve daha az değişkenle faktör varyanslarının maksimum olması sağlanacak şekilde döndürme yapılır (Tavşancıl, 2006:50). Ayrıca, bir faktöre yüklenen değişkenleri daha belirgin kıldığı ve bir faktörün diğer faktörlerle olan korelasyonunu minimuma indirdiği için kullanılır (Eğriboyun, 2013:103).

Tüm bu işlemler sonucunda ortaya çıkan faktörlerin ölçek için açıkladığı varyanslar ve faktör içinde yer alan değişkenlerin faktör yükleri değerlendirilir. Faktör yükleri birer korelasyon katsayısı olarak değişkenlerle seçilen faktör arasındaki ilişkinin derecesini ve değişkenlerin faktör içindeki ağırlığını göstermektedir (Karagöz ve Kösterelioğlu, 2008:88). Faktör yükleri açısından ise 0,30 ile 0,40 arasında değişen faktör yüklerinin alt kesme noktası olarak alınabileceği genel kabul görmektedir. Ayrıca analiz sonunda elde edilen varyans oranları ne kadar büyükse faktör yapısı da o kadar

güçlü olarak değerlendirilmektedir ve bu oranın %40 ile %60 arasında olması sosyal alanlarda yeterli kabul edilmektedir (Tavşancıl, 2006:48).

Faktör analizine alınan *Bireysel Yaratıcılık Ölçeği*'nde 0,05 düzeyinde anlamlı çıkan Barlett testi ($p=0,000<0,05$) ve 0,953 çıkan KMO istatistiği ölçeğin faktör analizi yapılması için uygun olduğunu göstermektedir.

Tablo 3.3. Bireysel Yaratıcılık Ölçeğine İlişkin KMO ve Barlett Testleri

KMO İstatistiği		,953
Barlett Testi	Ki-kare (yaklaşık)	3494,884
	Serbestlik derecesi	120
	Olasılık (anlamlılık)	,000

Tablo 3.4. Bireysel Yaratıcılık Ölçeğine İlişkin Döndürülmüş Bileşenler Matrisi

Değişkenler	Faktörler (Bileşenler) 1
1	,721
2	,566
3	,761
4	,791
5	,755
6	,741
7	,788
8	,766
9	,701
10	,784
11	,579
12	,678
13	,697
14	,756
15	,683
16	,760

Tahminleme Yöntemi: Temel Bileşenler Analizi

Döndürme İşlemi: Kaiser Normalizasyonu ile Varimax

Tablo 3.5. Bireysel Yaratıcılık Ölçeğine İlişkin Toplam Varyansı Açıklayan Bulgular

Faktör	İlk Özdeğerler			Döndürülmüş Yüklerin Kareler Toplamı		
	Toplam	Varyans %	Kümülatif %	Toplam	Varyans %	Kümülatif %
1	8,377	52,357	52,357	8,377	52,357	52,357
Tahminleme Yöntemi: Temel Bileşenler Analizi Döndürme İşlemi: Kaiser Normalizasyonu ile Varimax Özdeğerler: Özdeğeri 1 ve 1'den büyük olan faktörler değerlendirmeye alınmıştır. ($\lambda \geq 1$)						

Tablo 3.4 ve Tablo 3.5 incelendiğinde; Bireysel Yaratıcılık Ölçeği'ne ilişkin faktör yükleri 0,566 ile 0,791 arasında değişen ve 16 değişkenden oluşan tek faktörlü bir yapı ortaya çıktığı görülmektedir. Bu tek faktör ölçeğe ilişkin toplam varyansın %52,357'sini açıklama oranına sahiptir. Bireysel Yaratıcılık Ölçeği için oluşan bu tek boyutlu yapı içinde yer alan değişkenler Tablo 3.6 ile değerlendirilebilir.

Tablo 3.6. Bireysel Yaratıcılık Ölçeğine İlişkin Faktörler ve Değişkenleri

Faktör Adı	Değişkenler
Bireysel Yaratıcılık	<ol style="list-style-type: none"> 1. Yeni yaşantı ve deneyimleri merak ederek, çeşitli konularla yakından ilgilenirim. 2. Risk almayı ve beklenmeyen sonuçlarla karşılaşmayı işimin bir parçası sayarım. 3. Bireysel inisiyatif alarak, cesur davranırım. 4. Olay ve olgular arasındaki farklı ilişki noktalarını görür ve değerlendiririm. 5. Yeni düşünceleri özümseyebilmek için esnek davranmaya çalışırım. 6. Rekabet ederek, potansiyel fırsatları somut yararlaraya dönüştürmeye çalışırım. 7. Yeni şeyler denemeyi/uygulamayı önemseyerek, girişimci davranırım. 8. Her seferinde yeni bilgi ve becerileri kullanmaya çalışırım. 9. Sürekli öğrenerek kendimi geliştirmenin yollarını ararım. 10. Yeni hedeflere ulaşmak için mevcut sınırların ötesine geçmeye çalışırım. 11. Yapılandırılmamış, farklı iş süreçlerini kullanırım. 12. Yeni yöntemlerin işe koşulması için değişime açık bir tutum takınırım. 13. Beklenenin üstünde ve ötesinde performans göstermeye çalışırım. 14. Çok yönlü hareket ve dinamizm içinde olmaya gayret ederim. 15. Sorunlara farklı çözümler geliştirmek için rutin davranış kalıplarını terk ederim. 16. Sıradanlığı aşarak özgün düşünceler üretmeye ve buluşlar yapmaya çalışırım.

Faktör analizine alınan *İç Girişimcilik Ölçeği*'nde 0,05 düzeyinde anlamlı çıkan Barlett testi ($p=0,000<0,05$) ve 0,806 çıkan KMO istatistiği ölçeğin faktör analizi yapılması için uygun olduğunu göstermektedir.

Tablo 3.7. İç Girişimcilik Ölçeğine İlişkin KMO ve Barlett Testleri

KMO İstatistiği		,806
Barlett Testi	Ki-kare (yaklaşık)	5803,433
	Serbestlik derecesi	210
	Olasılık (anlamlılık)	,000

Tablo 3.8. İç Girişimcilik Ölçeğine İlişkin Döndürülmüş Bileşenler Matrisi

Değişkenler	Faktörler (Bileşenler)			
	1	2	3	4
1	,784			
2	,711			
3	,730			
4	,664			
5	,725			
6		,793		
7		,888		
8		,856		
9		,600		
10			,819	
11			,775	
12			,540	
13			,593	
14			,816	
15			,786	
16				,874
17				,832
18				,531
19				,694
20				,816
21				,846

Tahminleme Yöntemi: Temel Bileşenler Analizi

Döndürme İşlemi: Kaiser Normalizasyonu ile Varimax

Tablo 3.9. İç Girişimcilik Ölçeğine İlişkin Toplam Varyansı Açıklayan Bulgular

Faktör	İlk Özdeğerler			Döndürülmüş Yüklerin Kareler Toplamı		
	Toplam	Varyans %	Kümülatif %	Toplam	Varyans %	Kümülatif %
1	5,879	27,995	27,995	3,806	18,126	18,126
2	3,535	16,832	44,827	3,741	17,815	35,940
3	2,514	11,970	56,797	3,107	14,795	50,735
4	1,254	5,971	62,768	2,527	12,033	62,768

Tahminleme Yöntemi: Temel Bileşenler Analizi
Döndürme İşlemi: Kaiser Normalizasyonu ile Varimax
Özdeğerler: Özdeğeri 1 ve 1'den büyük olan faktörler değerlendirmeye alınmıştır. ($\lambda \geq 1$)

Tablo 3.10. İç Girişimcilik Ölçeğine İlişkin Faktörler ve Değişkenleri

Faktör Adı	Değişkenler
Yenilik	1. Yeni fikirlere açık biri olduğumu düşünüyorum.
	2. İş arkadaşlarımı yenilikçi olmaları hususunda motive ederim.
	3. İşimle ilgili yeni bir şeyler yapmak için çabalarım.
	4. Astlara yetki vermenin yaratıcı fikirlerin ortaya çıkmasına yardımcı olduğu kanaatindeyim.
	5. Araştırma Geliştirme faaliyetlerine, teknolojik liderliğe ve yenilikçiliğe önem veririm.
Risk Alma	6. Belirsizlik durumunun atağa geçmek için bir fırsat olduğuna inanırım.
	7. Belirsizlik içeren durumlarda karar verirken olası yüksek getiriyi en üst düzeye çıkarmak amacıyla cesur tavır takınırım.
	8. Yüksek riskli projelere güçlü bir yatkınlığım vardır.
	9. Görevin başarısına inanırsam her türlü riski üstlenebilirim.
Proaktiflik	10. Üzerinde çok çalıştığım bir planda gerekirse büyük değişiklikler yapmaktan çekinmem.
	11. İş çevremdeki fırsatları değerlendirmede işletme kaynaklarımı (zaman, para, insan gücü) kullanmada başarılıyım.
	12. İş çevresindeki faaliyetleri değerlendirmek için gelişmeleri takip etmek yerine onların önünde olmaya çalışırım.
	13. Gelişmelerin beni yönlendirmesine izin vermeyip, gelişmeleri yönlendirmeye çalışırım.
	14. İşyerimde yapılacak uzun vadeli planlama çalışmalarına yüksek hayal gücüm ve irademle katılmak isterim.
	15. İşyerimde yeni uygulama, ürün, teknik veya teknoloji geliştirme konusunda en önde olmaya çalışırım.
Özerklik	16. İş hayatında, diğerlerinin düşüncelerinin ne olduğu konusunda kaygı duymadan kendi yolumda ilerlerim.
	17. Herhangi bir görevde tek başıma çalışmayı tercih ederim.
	18. Yeni bir proje üzerinde çalışırken gideceğim yön konusunda her türlü özgürlüğe sahibim.
	19. Yeni bir fikri ortaya atarken diğerlerinin onayını beklemem.
	20. İşimle ilgili bir yeniliği geliştirirken üstlerime danışmadan karar alabilirim.
	21. İşimle ilgili bir yeniliği geliştirirken standart işletme prosedür ve kurallarını devre dışı bırakabilirim.

Tablo 3.8 ve Tablo 3.9 incelendiğinde; İç Girişimcilik Ölçeği'ne ilişkin faktör yükleri 0,531 ile 0,888 arasında değişen ve 21 değişkenden oluşan dört faktörlü bir yapı ortaya çıktığı görülmektedir. Bu dört faktör ölçeğe ilişkin toplam varyansın %62,768'ini açıklama oranına sahiptir. İç Girişimcilik Ölçeği için oluşan bu dört boyutlu yapı içinde yer alan değişkenler Tablo 3.10 ile değerlendirilebilir.

Faktör analizi ile değerlendirilen *Algılanan Örgütsel Destek Ölçeği*'nde 0,05 düzeyinde anlamlı çıkan Barlett testi ($p=0,000<0,05$) ve 0,908 çıkan KMO istatistiği ölçeğin faktör analizi yapılması için uygun olduğunu göstermektedir.

Tablo 3.11. Algılanan Örgütsel Destek Ölçeğine İlişkin KMO ve Barlett Testleri

KMO İstatistiği		,908
Barlett Testi	Ki-kare (yaklaşık)	1807,649
	Serbestlik derecesi	28
	Olasılık (anlamlılık)	,000

Tablo 3.12. Algılanan Örgütsel Destek Ölçeğine İlişkin Döndürülmüş Bileşenler Matrisi

Değişkenler	Faktörler (Bileşenler) 1
1	,830
2	,877
3	,882
4	,842
5	,653
6	,545
7	,633
8	,824

Tahminleme Yöntemi: Temel Bileşenler Analizi

Döndürme İşlemi: Kaiser Normalizasyonu ile Varimax

Tablo 3.13. Algılanan Örgütsel Destek Ölçeğine İlişkin Toplam Varyansı Açıklayan Bulgular

Faktör	İlk Özdeğerler			Döndürülmüş Yüklerin Kareler Toplamı		
	Toplam	Varyans %	Kümülatif %	Toplam	Varyans %	Kümülatif %
1	4,749	59,361	59,361	4,749	59,361	59,361
<p>Tahminleme Yöntemi: Temel Bileşenler Analizi Döndürme İşlemi: Kaiser Normalizasyonu ile Varimax Özdeğerler: Özdeğeri 1 ve 1'den büyük olan faktörler değerlendirmeye alınmıştır. ($\lambda \geq 1$)</p>						

Tablo 3.12 ve Tablo 3.13 incelendiğinde; Algılanan Örgütsel Destek Ölçeği'ne ilişkin faktör yükleri 0,545 ile 0,882 arasında değişen ve 8 değişkenden oluşan tek faktörlü bir yapı ortaya çıktığı görülmektedir. Bu tek faktör ölçeğe ilişkin toplam varyansın %59,361'ini açıklama oranına sahiptir.

Algılanan Örgütsel Destek Ölçeği için oluşan bu tek boyutlu yapı içinde yer alan değişkenler Tablo 3.14 ile değerlendirilebilir.

Tablo 3.14. Algılanan Örgütsel Destek Ölçeğine İlişkin Faktörler ve Değişkenleri

Faktör Adı	Değişkenler
Algılanan Örgütsel Destek	<ol style="list-style-type: none"> 1. Çalıştığım işletme, fikirlerime önem verir. 2. Çalıştığım işletme, iyiliğim ve mutluluğum ile gerçekten ilgilenir. 3. Çalıştığım işletme, amaçlarımı ve değerlerimi güçlü biçimde göz önünde tutar. 4. Çalıştığım işletme, bir problemim olduğu zaman yardım etmeye hazırdır. 5. Çalıştığım işletme, iyiniyetli olarak yaptığım bir hatayı bağışlar 6. Çalıştığım işletme, eline bir fırsat geçtiğinde benden çıkarı için faydalanır. 7. Çalıştığım işletme, bana çok az ilgi gösterir. 8. Çalıştığım işletme, kişisel bir iyilik istediğimde yardım etmek konusunda isteklidir.

3.6.3. Verilere İlişki Tanımlayıcı İstatistikler

Araştırmanın bu bölümünde hipotezlerin test edilip bulgularının ortaya konulmasından önce, verilerin analizlere uygunluğunu görebilmek amacıyla bir takım analizler yapılmıştır. Bu kapsamda, frekans, ortalama, standart sapma, çarpıklık (Skewness) ve basıklık (Kurtosis) değerlerine bakılarak tanımlayıcı istatistiklere yer verilmiştir.

Tanımlayıcı istatistikler, bir değişken(ler)e ilişkin verilerin toplanmasına, tanımlanmasına, yapısının belirlenmesine, dağılıma ve yığılma noktalarının görülebilmesine ve sunulmasına olanak sağlayan istatistiksel işlemleri tanımlar (Akıllı, 2012:32). Frekans, dağılımı bir ya da daha fazla değişkene ait değerlerin veya puanların dağılımına ait özelliklerin veya toplanan verilerin genel olarak betimlenmesinde kullanılan bir analizdir (Arslan, 2012:212). Frekans ve yüzde dağılımları, varolan durumu betimlemek ve net bir biçimde gözler önüne sermek açısından yararlı olmaktadır. Frekans ve yüzde dağılımları bir tablo halinde gösterilerek, verilerin bir bütün halinde tanıtılması sağlanmaktadır. Böylece, veriler hakkında bazı anlamlar çıkarılabilir ve bu doğrultuda genel sonuçlara ulaşılabilir (Kalağan, 2009:130).

Standart sapma, varyansın pozitif kareköküdür. Standart sapmanın temelinde sapma kavramı yatmaktadır. Sapma, bir serinin herhangi bir “X” değişkeni ile ortalaması arasındaki farktır. Sonuç olarak, standart sapma, bir serideki değerlerin aritmetik ortalamadan sapmalarının kareli ortalaması, varyansın kareköküdür (Demir, 2010:90). Çarpıklık, verinin dağılımının normalden uzaklaşarak sağa veya sola doğru yönelerek yamuk bir şekil almasını ifade eden bir kavramdır. Bir başka ifade ile çarpıklık, verinin dağılımının ortalama değere göre simetriğinin bir ölçüsüdür. Pozitif ve negatif çarpıklık olmak üzere iki tür çarpıklıktan söz edilir. Pozitif çarpıklık,

verilerin çoğunun düşük değerlerde toplanması ve dağılımın kuyruk kısmının X ekseninde sağa doğru yönelmiş olması durumudur. Negatif çarpıklık ise, pozitif çarpıklığın tam tersine verilerin çoğunun büyük değerlerde yoğunlaşması ve kuyruk kısmının X ekseninde sıfır noktasına doğru yönelmiş olması durumudur (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004:156).

Basıklık, verilerin dağılımının normal olduğunun diğer bir ölçüsü ise, normal dağılım eğrisinin ne kadar dik veya basık olduğunu gösteren yapıdır. Normal dağılım çanak eğrisinde basıklık katsayısı sıfırdır. Basıklık katsayısı pozitif bir değer ise, normalden daha dik bir dağılımın, negatif ise, normalden daha düz bir dağılımın olduğunu göstermektedir. Basıklık katsayısı + sonsuz ile - sonsuz arasında değerler alabilmekte olup, -1 ve +1 arasındaki değerler normal kabul edilmektedir (Seçgin, 2014:91).

Anket formunda yer alan “bireysel yaratıcılık ölçeğine ilişkin tanımlayıcı istatistikler” Tablo 3.15’de, “iç girişimcilik ölçeğine ilişkin tanımlayıcı istatistikler” Tablo 3.16’da ve “algılanan örgütsel destek ölçeğine ilişkin tanımlayıcı istatistikler” Tablo 3.17’de verilmiştir. Söz konusu tablolar incelendiğinde, çarpıklık ve basıklık değerlerinin normal dağılım için gerekli olan -1 ile +1 değerleri arasında yer aldığı görülmektedir. Standart sapma, çarpıklık ve basıklık değerleri verilerin normal dağılım özelliği gösterdiğini desteklemektedir.

Tablo 3.15. Bireysel Yaratıcılık Ölçeğine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

İfadeler	1	2	3	4	5	Ort.	Std. Sapma	Çarpıklık	Basıklık
	n/%	n/%	n/%	n/%	n/%				
Yeni yaşantı ve deneyimleri merak ederek, çeşitli konularla yakından ilgilenirim.	11/2,9	39/10,2	60/15,6	188/49,0	86/22,4	3,78	,999	-,856	,332
Risk almayı ve beklenmeyen sonuçlarla karşılaşmayı işimin bir parçası sayarım.	9/2,3	50/13,0	82/21,4	164/42,7	79/20,6	3,66	1,019	-,562	-,312
Bireysel insiyatif olarak, cesur davranırım.	8/2,1	33/8,6	75/19,5	175/45,6	93/24,2	3,81	,967	-,747	,229
Olay ve olgular arasındaki farklı ilişki noktalarını görür ve değerlendiririm.	3/0,8	31/8,1	73/19,0	205/53,4	72/18,8	3,81	,859	-,698	,377
Yeni düşünceleri özümseyebilmek için esnek davranmaya çalışırım.	10/2,6	24/6,3	83/21,6	200/52,1	67/17,4	3,76	,904	,862	,918
Rekabet ederek, potansiyel fırsatları somut yararlaraya dönüştürmeye çalışırım.	13/3,4	26/6,8	74/19,3	187/48,7	84/21,9	3,79	,972	-,904	,727
Yeni şeyler denemeyi/uygulamayı önemseyerek, girişimci davranırım.	12/3,1	34/8,9	58/15,1	191/49,7	89/23,2	3,81	,992	-,933	,578
Her seferinde yeni bilgi ve becerileri kullanmaya çalışırım.	11/2,9	21/5,5	75/19,5	187/48,7	90/23,4	3,84	,940	-,515	,916
Sürekli öğrenerek kendimi geliştirmenin yollarını ararım.	13/3,4	18/4,7	76/19,8	172/44,8	105/27,3	3,88	,976	-,945	,872
Yeni hedeflere ulaşmak için mevcut sınırların ötesine geçmeye çalışırım.	10/2,6	25/6,5	70/18,2	168/43,8	111/28,9	3,90	,979	-,886	,556
Yapılandırılmamış, farklı iş süreçlerini kullanırım.	12/3,1	30/7,8	121/31,5	149/38,8	72/18,8	3,62	,978	,498	,039
Yeni yöntemlerin işe koşulması için değişime açık bir tutum takınırım.	9/2,3	21/5,5	78/20,3	195/50,8	81/21,1	3,83	,904	-,871	,056
Beklenenin üstünde ve ötesinde performans göstermeye çalışırım.	15/3,9	22/5,7	72/18,8	162/42,2	113/29,4	3,88	1,025	-,948	,636
Çok yönlü hareket ve dinamizm içinde olmaya gayret ederim.	10/2,6	24/6,3	63/16,4	192/50,0	95/24,7	3,88	,940	-,972	,967
Sorunlara farklı çözümler geliştirmek için rutin davranış kalıplarını terk ederim.	6/1,6	25/6,5	69/18,0	188/49,0	96/25,0	3,89	,906	,824	,630
Sıradanlığı aşarak özgün düşünceler üretmeye ve buluşlar yapmaya çalışırım.	9/2,3	27/7,0	63/16,4	180/46,9	105/27,3	3,90	,960	-,917	,665

* 1=Kesinlikle Katılmıyorum.....5=Kesinlikle Katılıyorum, ** N= 384

Tablo 3.15'deki *Bireysel Yaratıcılık Ölçeği*'ne ilişkin tanımlayıcı bulgular değerlendirildiğinde; frekans analizlerinden elde edilen bulgularda katılımcıların değişkenlerin tümüne katılma eğiliminde olduğu saptanmıştır. Bireysel Yaratıcılık Ölçeği'nde yer alan değişkenlere ilişkin ortalamalar incelendiğinde; katılımcıların en çok katılım eğiliminde bulunduğu yargı 3,90 ortalama değeri iken en düşük katılımında buldukları yargı ise 3,62 ortalama değerindedir.

Katılımcıların risk alması, inisiyatif kullanması, beklenmedik sonuçlara karşı hazırlıklı olması, sürekli öğrenerek kendini geliştirmesi, sorunlara karşı çözüm yolları araması, yeni yöntemlere ulaşmak istemesi, özgün ve yaratıcı fikirler geliştirmesi ve bu fikirleri yeniliğe dönüştürmeyi istemesi örgütün rakipleri ile rekabet edebilmesi ve sürdürülebilirliği için oldukça önemli olabilir.

Küreselleşme sürecinde örgütlerin fark yaratabilmek ve ayakta kalabilmek için yaratıcı bireylere ihtiyaç duyarlar. Mal ve hizmetlerin birbirine benzediği, taklit edildiği bir ortamda örgütlerin farklı mal ve hizmet ortaya koyabilmesi, kendini sürekli geliştiren, özgün ve yaratıcı fikirler geliştiren ve bu fikirleri yeniliğe dönüştürebilen bireyler sayesinde mümkün olabilir. Bu nedenle örgütler, insan odaklı olabilir, yaratıcılık ve yeniliği destekleyebilir ve sürekli iyileştirme faaliyetlerinde bulunabilirler.

Çalışanlar örgüte bireysel yaratıcılık özellikleri ile birlikte girerler. Çalışanların bu yaratıcılık özelliklerinin devam etmesi ve gelişmesi içinde buldukları örgütün kültürü son derece önemli olabilir. Yaratıcılığa önem veren ve ortam sağlayan kültüre sahip örgütler, buldukları sektörde lider konumuna gelebilir ve sektöre yön verebilirler. O halde örgütler çalışanların bireysel yaratıcılık özelliklerini gösterebilecekleri, geliştirebilecekleri bir kültür oluşturabilirler.

Tablo 3.16. İç Girişimcilik Ölçeğine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

İfadeler	1	2	3	4	5	Ort.	Std. Sapma	Çarpıklık	Basıklık
	n/%	n/%	n/%	n/%	n/%				
Yenilik									
Yeni fikirlere açık biri olduğumu düşünüyorum.	21/5,5	18/4,7	79/20,6	160/41,7	106/27,6	3,81	1,063	-,958	,624
İş arkadaşlarımı yenilikçi olmaları hususunda motive ederim.	10/2,6	38/9,9	62/16,1	179/46,6	95/24,7	3,81	1,003	-,830	,252
İşimle ilgili yeni bir şeyler yapmak için çabalarım.	17/4,4	31/8,1	57/14,8	168/43,8	111/28,9	3,85	1,067	-,974	,461
Astlara yetki vermenin yaratıcı fikirlerin ortaya çıkmasına yardımcı olduğu kanaatindeyim.	22/5,7	31/8,1	66/17,2	171/44,5	94/24,5	3,74	1,091	-,711	,309
Araştırma Geliştirme faaliyetlerine, teknolojik liderliğe ve yenilikçiliğe önem veririm.	12/3,1	20/5,2	72/18,8	175/45,6	105/27,3	3,89	,970	-,948	,858
Risk Alma									
Belirsizlik durumunun atağa geçmek için bir fırsat olduğuna inanırım.	---	37/9,6	113/29,4	177/46,1	57/14,8	3,66	,846	-,255	-,490
Belirsizlik içeren durumlarda karar verirken olası yüksek getiriyi en üst düzeye çıkarmak amacıyla cesur tavır takınırım.	9/2,3	27/7,0	122/31,8	177/46,1	49/12,8	3,60	,882	-,567	,459
Yüksek riskli projelere güçlü bir yatkınlığım vardır.	---	67/17,4	132/34,4	144/37,5	41/10,7	3,41	,898	-,023	-,793
Görevin başarısına inanırsam her türlü riski üstlenebilirim.	19/4,9	20/5,2	72/18,8	152/39,6	121/31,5	3,88	1,069	-,985	,589

* 1=Kesinlikle Katılmıyorum.....5=Kesinlikle Katılıyorum, ** N= 384

Tablo 3.16'daki *İç Girişimcilik Ölçeği*'ne ilişkin tanımlayıcı bulgular değerlendirildiğinde; frekans analizlerinden elde edilen bulgularda; yenilik boyutunda, katılımcıların değişkenlerin tümüne katılma eğiliminde olduğu, risk alma boyutunda ise katılımcıların değişkenlerin büyük bir kısmına katılma eğiliminde olduğu, ancak önemli bir kısmının da kararsız kaldığı görülmektedir. İç Girişimcilik Ölçeği'nde yer alan değişkenlere ilişkin ortalamalar incelendiğinde; yenilik boyutunda, katılımcıların en çok katılım eğiliminde bulunduğu yargı 3,89 ortalama değeri iken en düşük katılımda buldukları yargı ise 3,74 ortalama değerinde, risk alma boyutunda ise katılımcıların en çok katılım eğiliminde bulunduğu yargı 3,88 ortalama değeri iken en düşük katılımda buldukları yargı ise 3,41 ortalama değerindedir.

Katılımcıların yeni fikirlere açık olması, iş ile ilgili yeni şeyler öğrenmesi, teknolojiye önem vermesi, AR-GE faaliyetleri ile ilgili olması yaratıcı fikirlerin oluşmasına ve bunların yeni ürünlere dönüşmesine katkıda bulunabilir. Değişmeyen tek şeyin değişim olduğu günümüz küresel iş hayatında yeni olabilmek örgütler için hayati önem taşıyabilir. Yeni ürünler, yönetim tarzları, üretim teknikleri, örgütlere sınırsız rekabet ortamında avantaj sağlayabilir ve daha da önemlisi sürdürülebilirliklerine katkısı olabilir. Bu kapsamda, örgütler yeni fikirlerin oluşması için gerekli ortamı hazırlayabilir ve destek verebilirler.

Diğer yandan, katılımcıların belirsizlik durumlarını avantaja çevirmesi, cesur davranması, risk üstlenmesi ve bunu yönetebilmesi örgütün rakipleri ile yarışabilmesi ve sektörde söz sahibi olabilmesi için önemli olabilir. Risk, iş hayatının bir parçasıdır ve iyi yönetilemediğinde sizi yönetir hale gelebilir. Kriz ve kaos durumlarını iyi yöneten, risk olarak fark yaratan örgütler bu durumları kendileri için avantaja çevirebilirler.

Tablo 3.17. İç Girişimcilik Ölçeğine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler (Devam)

İfadeler	1	2	3	4	5	Ort.	Std. Sapma	Çarpıklık	Basıklık
	n/%	n/%	n/%	n/%	n/%				
Proaktiflik									
Üzerinde çok çalıştığım bir planda gerekirse büyük değişiklikler yapmaktan çekinmem.	13/3,4	30/7,8	82/21,4	181/47,1	78/20,3	3,73	,982	-,805	,455
İş çevremdeki fırsatları değerlendirmede işletme kaynaklarını(zaman, para, insan gücü) kullanmada başarılıyım.	15/3,9	34/8,9	87/22,7	174/45,3	74/19,3	3,67	1,010	-,744	,240
İş çevresindeki faaliyetleri değerlendirmek için gelişmeleri takip etmek yerine onların önünde olmaya çalışırım.	17/4,4	33/8,6	112/29,2	174/45,3	48/12,5	3,53	,969	-,687	,337
Gelişmelerin beni yönlendirmesine izin vermeyip, gelişmeleri yönlendirmeye çalışırım.	10/2,6	40/10,4	77/20,1	187/48,7	70/18,2	3,70	,971	-,533	,196
İşyerimde yapılacak uzun vadeli planlama çalışmalarına yüksek hayal gücüm ve irademle katılmak isterim.	13/3,4	32/8,3	73/19,0	186/48,4	80/20,8	3,75	,988	-,853	,489
İşyerimde yeni uygulama, ürün, teknik veya teknoloji geliştirme konusunda en önde olmaya çalışırım.	15/3,9	32/8,3	88/22,9	178/46,4	71/18,5	3,67	,997	-,767	,347
Özerklik									
İş hayatında, diğerlerinin düşüncelerinin ne olduğu konusunda kaygı duymadan kendi yolumda ilerlerim.	54/14,1	104/27,1	96/25,0	91/23,7	39/10,2	2,89	1,212	,083	-,973
Herhangi bir görevde tek başıma çalışmayı tercih ederim.	54/14,1	114/29,7	91/23,7	91/23,7	34/8,9	2,84	1,195	,135	-,964
Yeni bir proje üzerinde çalışırken gideceğim yön konusunda her türlü özgürlüğe sahibim.	27/7,0	72/18,8	101/26,3	135/35,2	49/12,8	3,28	1,121	-,320	-,692
Yeni bir fikri ortaya atarken diğerlerinin onayını beklemem.	35/9,1	96/25,0	93/24,2	110/28,6	50/13,0	3,11	1,188	-,082	-,666
İşimle ilgili bir yeniliği geliştirirken üstlerime danışmadan karar alabilirim.	47/12,2	101/26,3	106/27,6	103/26,8	27/7,0	2,90	1,138	-,018	-,883
İşimle ilgili bir yeniliği geliştirirken standart işletme prosedür ve kurallarını devre dışı bırakabilirim.	59/15,4	127/33,1	82/21,4	88/22,9	28/7,3	2,74	1,183	,227	-,951

* 1=Kesinlikle Katılmıyorum.....5=Kesinlikle Katılıyorum, ** N= 384

Tablo 3.17'deki *İç Girişimcilik Ölçeği*'ne ilişkin tanımlayıcı bulgular incelendiğinde; frekans analizlerinden elde edilen bulgularda; proaktiflik boyutunda, katılımcıların değişkenlerin tümüne katılma eğiliminde olduğu, özerklik boyutunda ise katılımcıların değişkenlerin büyük bir kısmında kararsız kaldığı görülmektedir. Ayrıca katılımcıların “İş hayatında, diğerlerinin düşüncelerinin ne olduğu konusunda kaygı duymadan kendi yolumda ilerlerim.”, “Herhangi bir görevde tek başıma çalışmayı tercih ederim.” ve “İşimle ilgili bir yeniliği geliştirirken standart işletme prosedür ve kurallarını devre dışı bırakabilirim.” ifadelerine katılmadığı söylenebilir. *İç Girişimcilik Ölçeği*'nde yer alan değişkenlere ilişkin ortalamalar incelendiğinde; proaktiflik boyutunda, katılımcıların en çok katılım eğiliminde bulunduğu yargı 3,75 ortalama değeri iken en düşük katılımda buldukları yargı ise 3,53 ortalama değerinde, özerklik boyutunda ise katılımcıların en çok katılım eğiliminde bulunduğu yargı 3,28 ortalama değeri iken en düşük katılımda buldukları yargı ise 2,74 ortalama değerindedir.

Katılımcıların çevresindeki fırsatları fark edip değerlendirebilmesi, sektördeki gelişmeleri takip edebilmesi, yüksek irade ve hayal gücüne sahip olması ve bunu yeni ürün ve teknoloji üzerinde uygulayarak yenilik yapabilmesi örgütün geleceği için önemli olabilir. Proaktif olmak, çevrenin gelecekteki taleplerini öngörerek rakiplerden daha önce bu taleplere cevap verebilmek olarak tanımlanabilir. Çalışanların çevrelerinde olup bitenlere kayıtsız kalmaması, öğrenmeye ve gelişmeye açık olması, hayal güçlerinin yüksek olması kriz ve kaos ortamlarında örgütlerin daha esnek ve hazırlıklı davranmalarına neden olabilir. Diğer taraftan, araştırmanın gerçekleştirildiği örgütün; takım odaklı, bölümlere ayrılmış, iş tanımları, politika ve süreçlerinin belirli yapısı olduğundan çalışanların özerklik anlayışları kısıtlanmış ve bu boyut ile ilgili ifadelere verdikleri yanıtlar “katılmıyorum” şeklinde gerçekleşmiş olabilir.

Tablo 3.18. Algılanan Örgütsel Destek Ölçeğine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

İfadeler	1	2	3	4	5	Ort.	Std. Sapma	Çarpıklık	Basıklık
	n/%	n/%	n/%	n/%	n/%				
Çalıştığım işletme, fikirlerime önem verir.	49/12,8	51/13,3	74/19,3	149/38,8	61/15,9	3,32	1,253	-,522	-,775
Çalıştığım işletme, iyiliğim ve mutluluğum ile gerçekten ilgilenir.	46/12,0	63/16,4	93/24,2	124/32,3	58/15,1	3,22	1,235	-,328	-,873
Çalıştığım işletme, amaçlarımı ve değerlerimi güçlü biçimde göz önünde tutar.	35/9,1	55/14,3	112/29,2	141/36,7	41/10,7	3,26	1,114	-,449	-,496
Çalıştığım işletme, bir problemim olduğu zaman yardım etmeye hazırdır.	29/7,6	57/14,8	77/20,1	157/40,9	64/16,7	3,44	1,155	-,565	-,527
Çalıştığım işletme, iyiniyetli olarak yaptığım bir hatayı bağışlar	28/7,3	31/8,1	74/19,3	170/44,3	81/21,1	3,64	1,120	-,853	,130
Çalıştığım işletme, eline bir fırsat geçtiğinde benden çıkarı için faydalanır.	27/7,0	50/13,0	94/24,5	139/36,2	74/19,3	3,48	1,149	-,518	-,488
Çalıştığım işletme, bana çok az ilgi gösterir.	24/6,3	55/14,3	104/27,1	139/36,2	62/16,1	3,42	1,109	-,440	-,486
Çalıştığım işletme, kişisel bir iyilik istediğimde yardım etmek konusunda isteklidir.	26/6,8	38/9,9	90/23,4	160/41,7	70/18,2	3,55	1,104	-,692	-,103

* 1=Kesinlikle Katılmıyorum.....5=Kesinlikle Katılıyorum, ** N= 384

Tablo 3.18'deki *Algılanan Örgütsel Destek Ölçeği*'ne ilişkin tanımlayıcı bulgular değerlendirildiğinde; frekans analizlerinden elde edilen bulgularda katılımcıların değişkenlerin tümüne katılma eğiliminde olduğu saptanmıştır. Ancak katılımcılar “Çalıştığım işletme, iyiliğim ve mutluluğum ile gerçekten ilgilenir.” ifadesinde kararsız kaldıkları söylenebilir. Algılanan Örgütsel Destek Ölçeği'nde yer alan değişkenlere ilişkin ortalamalar incelendiğinde; katılımcıların en çok katılım eğiliminde bulunduğu yargı 3,64 ortalama değeri iken en düşük katılımında buldukları yargı ise 3,22 ortalama değerindedir.

Örgütün çalışanlarının fikirlerine önem vermesinin, onların refahları yönünde faaliyetlerde bulunmasının, amaç ve değerlerine saygı duymasının, sorunlarıyla yakından ilgilenmesinin, çıkarı için kullanmamasının, isteklerine mümkün olduğunda cevap vermesinin çalışanları tarafından olumlu algılandığı ve çalışanların örgütün desteğini arkalarında hissettikleri söylenebilir. Kendine değer ve destek verildiğini algılayan çalışan örgütü için elinden geleni yapabilir ve yaratıcı fikirler ortaya koyabilir.

Örgütsel destek, çalışan ile örgüt arasında kazan-kazan mantığına dayalı sosyal değişim kuramı ve karşılıklılık normu kapsamında değerlendirildiğinden, çalışanların örgüt içinde amaçlarını gerçekleştirebilmeleri için gösterdiği çaba, örgütün de çalışanlarına verdiği destek söz konusudur. Böyle bir durumda örgüt rakipleriyle rekabet edebilmek ve sürdürülebilirliğini korumak ve amaçlarına ulaşmak için çalışanlarına ihtiyaç duyabilir. Çalışanlar da ihtiyaçlarını gidermek ve kariyer sahibi olabilmek için örgüte ihtiyaç duyabilir. Dolayısıyla örgüt çalışanına ihtiyaçlarını gidermesi için destek verebilir, çalışan da örgütün amaçlarını gerçekleştirmek için görevini en iyi şekilde yapabilir. Araştırmanın gerçekleştirildiği örgütte örgütsel desteğin çalışanlar tarafından algılandığı söylenebilir.

4. BULGULAR

Araştırmanın bu bölümünde, araştırmanın temel probleminin çözümüne yönelik olarak katılımcılardan, kullanılan ölçekler aracılığıyla toplanan verilerin analizi sonucunda elde edilen bulgular ve bu bulguların ışığında yapılan açıklamalar ile yorumlar yer almaktadır.

4.1. DEMOGRAFİK ÖZELLİKLERE İLİŞKİN BULGULAR

Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin bulgular Tablo 4.1’de görülmektedir. Söz konusu bulgular incelendiğinde; katılımcıların %90,6’sının erkek olduğu, %52,9’unun bekar olduğu, %82,3’ünün işgörenlerden oluştuğu, %78,9’unun 23–36 yaş arasında olduğu, %59,6’sının lise mezunu olduğu, %68,5’inin 0–7 yıl arasında değişen mevcut işyerindeki çalışma süresine sahip olduğu, %32’sinin 8–11 yıl arasında değişen toplam çalışma süresine (kıdem) sahip olduğu, %65,1’inin babasının %73,2’sinin annesinin eğitim durumunun ilköğretim mezunu olduğu, %64,3’ünün işi ile ilgili yayınları takip ettiği ve %74,5’inin ise herhangi bir hobi ile uğraştığı görülmektedir.

Katılımcıların büyük bir oranda (%90,6) erkeklerden oluşması hem yapılan işin güce dayalı, ağır olmasından dolayı hem de Anadolu halkının kadın istihdamına bakışını yansıtması açısından anlamlıdır. Kadınlar daha çok iş hayatına katılabilir ve istihdama destek verebilirler. Ayrıca devlet ve işletmeler de bu konuda daha duyarlı olabilir ve gereken teşviki sağlayabilirler. Katılımcıların genç bir nüfusa (%78,9) sahip olması örgütte daha sinerjik ve verimli bir ortam sağlayabilir. Yöneticiler bu genç iş gücünü iyi motive etmeli ve yönlendirebilmelidirler. Katılımcıların yarısından fazlasının (%59,6) lise mezunu olması, yaratıcı fikirler ortaya koyma, bu fikirleri yeniliğe çevirebilme ve örgüte bu konuda yararlı olmaları konusunda önemli olabilir.

Tablo 4.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Demografik Özellik	n	%	Demografik Özellik	n	%
Cinsiyet:			Medeni Durum:		
Kadın	36	9,4	Evli	181	47,1
Erkek	348	90,6	Bekar	203	52,9
Eğitim Durumu:			Yaş:		
İlköğretim	29	7,6	16 - 22 yaş arası	35	9,1
Lise	229	59,6	23 - 29 yaş arası	144	37,5
Önlisans	59	15,4	30 - 36 yaş arası	159	41,4
Lisans	56	14,6	37 - 43 yaş arası	35	9,1
Lisansüstü	11	2,9	44 yaş ve üzeri	11	2,9
Baba Eğitim Durumu:			İşyerinizdeki Kıdem:		
Okuma yazma bilmiyor	9	2,3	3 yıl ve altı	125	32,6
İlköğretim	250	65,1	4 - 7 yıl arası	138	35,9
Lise	86	22,4	8 - 11 yıl arası	72	18,8
Önlisans	17	4,4	12 -15 yıl arası	38	9,9
Lisans	21	5,5	16 yıl ve üzeri	11	2,9
Lisansüstü	1	,3	Toplam Kıdem:		
Anne Eğitim Durumu:			3 yıl ve altı	78	20,3
Okuma yazma bilmiyor	27	7,0	4 - 7 yıl arası	101	26,3
İlköğretim	281	73,2	8 - 11 yıl arası	123	32,0
Lise	61	15,9	12 -15 yıl arası	59	15,4
Önlisans	6	1,6	16 yıl ve üzeri	23	6,0
Lisans	9	2,3	İşyerindeki Statü :		
Lisansüstü	--	--	Yönetici	68	17,7
Yayın Takip Durumu:			İşgören	316	82,3
Evet	247	64,3	Hobi Durumu:		
Hayır	137	35,7	Evet	286	74,5
Toplam	384	100	Hayır	98	25,5
			Toplam	384	100

Katılımcıların içinde bulunduğu sektör ve yaptığı iş ile ilgili çeşitli dokümanları takip etmesi, gerek teknoloji ve yeniliğe olan ilgileri gerekse de kendilerini yenileme ve geliştirme istekleri örgütlerine olan katkıları bakımından önemli olabilir. Ayrıca herhangi bir hobi ile uğraşmaları iş harici zamanı daha keyifli geçirmelerini ve stresten uzaklaşmalarını sağlayabilir.

4.2. HİPOTEZLERİN TEST EDİLMESİNE YÖNELİK YAPILAN ANALİZLER ve BULGULARI

4.2.1. İlişkileri İncelemeye Yönelik Yapılan Analizler ve Bulguları

Araştırmada öncelikli olarak bireysel yaratıcılık, iç girişimcilik ve algılanan örgütsel destek değişkenleri arasındaki pozitif ya da negatif anlamlı bir ilişki olup olmadığını tespit etmek amacıyla korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Korelasyon analizi değişkenler arasındaki ilişki veya bağımlılık olup olmadığını var ise yönünü ve gücünü göstermek amacıyla çok yaygın olarak kullanılan bir analiz tekniğidir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004:224). Korelasyon katsayısı “r” harfi ile ifade edilir ve -1 ile +1 arasında ($-1 \leq r \leq +1$) bir değer alır. Burada, değişkenler arasındaki ilişkinin düzeyini, rakamların mutlak büyüklüğü, yönünü ise rakamların işareti (+ ya da - olması) belirler (Ural ve Kılıç, 2006:247).

Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenler üzerindeki etkisi doğrusal (linear) regresyon analizi, aracılık rolü ise hiyerarşik regresyon analizi ile test edilmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkilerde, neden durumunda olan değişkenler bağımsız değişken, sonuç durumunda olan değişkenler ise bağımlı değişken olarak adlandırılmaktadır. Regresyon analizi gerçekleştirilirken tek bir bağımsız değişkenle ilgileniliyorsa basit doğrusal regresyon, birden çok bağımsız değişkenle bağımlı değişken açıklanmaya çalışılıyorsa çoklu doğrusal regresyon söz konusu olacaktır (Gürsakal, 2002:331-335). Doğrusal regresyon analizi gerçekleştirildiğinde elde edilen bulgular yorumlanırken; regresyon modelinin istatistiksel olarak anlamlı olup olmadığı “F testi” ile incelenmektedir. Belirlilik katsayısı “R²”, modeldeki bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkendeki toplam değişkenliğin yüzde kaçını açıklayabildiklerini göstermektedir.

Regresyon modeline ilave edilen her bağımsız değişken R^2 değerinin büyümesine neden olduğu için bu olumsuzluğu ortadan kaldırmak üzere R^2 değeri değişken sayısına göre düzenlenmekte ve bu doğrultuda ortaya çıkan uyarlanmış R^2 değeri yorumlanmaktadır. “R” ise, bir bağımlı değişkendeki değişim ile eş zamanlı olarak ele alınan birden fazla bağımsız değişkendeki değişim arasındaki ilişkinin derecesini ifade etmektedir. Ayrıca bağımsız değişkenlerin “b” regresyon katsayıları incelenirken de “b” değerine karşılık gelen ve standardize edilmiş regresyon katsayısı olan Beta değeri ile buna ilişkin “t” değeri ve anlamlılık düzeyleri ele alınarak da inceleme yapılabilir. Anlamlılık düzeyinin istatistiki açıdan anlamlı olması değişkenin modelin açıklayıcılığına önemli katkıda bulunduğunu göstermektedir. (Altunışık ve diğ., 2004:206-208).

Bağımsız değişken bireysel yaratıcılığın, bağımlı değişken iç girişimcilik üzerindeki etkisinde algılanan örgütsel desteğin aracılık rolünü açıklamak amacıyla, Baron ve Kenny (1986) tarafından önerilen hiyerarşik regresyon analizi yapılmıştır. Bu yöntemde göre, bağımsız değişkenin bağımlı değişken ve aracı değişken üzerinde bir etkisi olmalıdır. Aracı değişken bağımsız değişkenle birlikte regresyon analizine dahil edildiğinde, bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki regresyon katsayısı düşerken, aracı değişkenin de bağımlı değişken üzerinde anlamlı etkisi sürmelidir (Akkoç ve diğ., 2012:122). Bir değişkenin aracı (mediator) olarak değerlendirilebilmesi için aşağıdaki şartları sağlaması gerekmektedir (Baron ve Kenny, 1986:1173-1182; Turunç ve Çelik, 2010:197; Seçgin, 2014:103):

1. Bağımsız değişkenin (bireysel yaratıcılık) bağımlı değişken (iç girişimcilik) üzerinde anlamlı bir etkisinin olması,

2. Bağımsız değişkenin (bireysel yaratıcılık) aracı değişken (algılanan örgütsel destek) üzerinde anlamlı bir etkisinin olması,

3. Aracı değişkenin (algılanan örgütsel destek) bağımlı değişken (iç girişimcilik) üzerinde anlamlı bir etkisinin olması,

4. Aracı değişken (algılanan örgütsel destek) analize dahil edildiğinde, bağımlı değişken (iç girişimcilik) ile bağımsız değişken (bireysel yaratıcılık) arasında daha önce anlamlı olan ilişkinin, anlamlılık seviyesinin tamamen ortadan kalkması ya da önceki seviyeye kıyasla azalması gerekmektedir. Bu etkinin tamamen ortadan kalması güçlü ve tek değişken olduğunu yani tam aracılık (full mediation) durumunu gösterir. Tamamen ortadan kalkmadan azalıyor olması ise başka aracı değişkenlerin de varlığına yani kısmi aracılık (partial mediation) durumuna işaret etmektedir.

Regresyon analizinde önemli bir unsur atık (residual) değerler arasında otokorelasyon olmaması gerekliliğidir. Atık değerler arasında otokorelasyon olup olmadığını anlamak için Durbin-Watson istatistiği kullanılır. Durbin-Watson istatistiği 0 ile 4 arası değerler alır ve 1,5 – 2,5 arası değerler alması atık değerler arasında bir otokorelasyonun olmadığını gösterir (Seçgin, 2014:97). Araştırmanın regresyon analizlerinde Durbin-Watson istatistiği 1,5 – 2 arasında değerler almıştır.

4.2.1.1. Değişkenler Arasındaki Korelasyon Analizi ve Bulguları

Araştırmada çalışanların bireysel yaratıcılıkları, iç girişimcilik ve alt boyutları ile algılanan örgütsel destek arasındaki ilişkileri tespit etmek amacıyla korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Böylece söz konusu değişkenler arasında pozitif ya da negatif biçimde ve anlamlı bir ilişki olup olmadığı araştırılmıştır.

Tablo 4.2’de yer alan, bireysel yaratıcılık ölçeği, algılanan örgütsel destek ölçeği ve iç girişimcilik ile alt boyutlarına ait ölçekler arasındaki korelasyon analizine ilişkin

bulgular incelendiğinde; bireysel yaratıcılık ölçeği ile algılanan örgütsel destek ölçeği ($r=,449$; $p=,000$), iç girişimcilik ölçeği ($r=,658$; $p=,000$), iç girişimcilik ölçeğinin yenilik ($r=,672$; $p=,000$), proaktiflik ($r=,685$; $p=,000$) ile özerklik ($r=,252$; $p=,003$) boyutları arasında pozitif yönde ve anlamlı korelasyonlar olduğu görülürken bireysel yaratıcılık ölçeğindeki en şiddetli korelasyon ise iç girişimcilik ölçeğinin yenilik ve proaktiflik boyutlarındadır. İç girişimcilik ölçeğinin risk alma boyutunda ($r=,-,037$; $p=,469$) herhangi bir ilişkiye rastlanmamıştır.

Algılanan örgütsel destek ölçeği ile iç girişimcilik ölçeği ($r=,384$; $p=,000$), iç girişimcilik ölçeğinin yenilik ($r=,389$; $p=,000$), proaktiflik ($r=,388$; $p=,000$) ile özerklik ($r=,176$; $p=,003$) boyutları arasında pozitif yönde ve anlamlı korelasyonlar olduğu görülürken algılanan örgütsel destek ölçeğindeki en şiddetli korelasyon ise iç girişimcilik ölçeği ile aynı ölçeğin yenilik ve proaktiflik boyutlarındadır. İç girişimcilik ölçeğinin risk alma boyutunda ($r=,-,054$; $p=,295$) herhangi bir ilişkiye rastlanmamıştır.

Tablo 4.2. Değişkenler Arasındaki Korelasyon Analizi ve Bulguları

Değişkenler	Ort.	Std.S.	1	2	3	4	5	6	7
1 BİREYSEL YARATICILIK	3,8149	,6892	1						
2 ALGILANAN ÖRGÜTSEL DESTEK	3,4143	,8826	,449*	1					
3 İÇ GİRİŞİMCİLİK	3,4976	,5170	,658*	,384*	1				
4 Yenilik	3,8192	,8045	,672*	,389*	,676*	1			
5 Risk Alma	3,6373	,7222	-,037	-,054	,287*	-,021	1		
6 Proaktiflik	3,6749	,7693	,685*	,388*	,794*	,618*	,017	1	
7 Özerklik	2,9592	,9138	,252*	,176*	,665*	,096**	,041	,267*	1

*p<0.01 ; **p<0.10 düzeyinde anlamlıdır.

4.2.1.2. Bireysel Yaratıcılığın İç Girişimcilik Üzerindeki Etkisini İncelemeye Yönelik Regresyon Analizi ve Bulguları

Araştırmada “çalışanların bireysel yaratıcılık düzeyleri iç girişimcilik performanslarını etkiler” hipotezini (H_1) test etmek amacıyla regresyon analizi kullanılmıştır. Yapılan analiz ve bulguları Tablo 4.3’te ayrıntılı olarak belirtilmiştir.

Tablo 4.3. Bireysel Yaratıcılığın İç Girişimcilik Üzerindeki Etkisini İncelemeye Yönelik Regresyon Analizi ve Bulguları

Bağımlı Değişken: İç Girişimcilik						
Bağımsız değişken	R ²	F	β	t	p	Durbin-Watson
<i>Bireysel Yaratıcılık</i>	,433	291,211*	,658	17,065	,000*	1,591

* $p < 0.01$ düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 4.3’te yer alan, bireysel yaratıcılık ölçeği ile iç girişimcilik ölçeği arasındaki regresyon analizine ilişkin bulgular incelendiğinde; iç girişimcilik değişkeninin %43.3’ünün bireysel yaratıcılık değişkeni tarafından açıklandığı ($R^2 = ,433$) ve regresyon modelinin 291,211 F değeri ile %99 güven aralığında diğer bir ifadeyle $p < 0,01$ düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir. Atık değerler arasında otokorelasyon olup olmadığını anlamak için Durbin-Watson istatistiği kullanılmıştır. Yapılan regresyon analizlerinde Durbin-Watson istatistiği değeri 1,591 olup, otokorelasyon olmadığı söylenebilir. Tüm bu bulgular ışığında, çalışanların bireysel yaratıcılık düzeyleri iç girişimcilik performanslarını *pozitif yönde* etkilediği (H_1) kabul edilmektedir ($\beta = ,658$, $p = ,000$).

4.2.1.3. Bireysel Yaratıcılığın İç Girişimcilik Boyutları Üzerindeki Etkisini İncelemeye Yönelik Regresyon Analizi ve Bulguları

Araştırmada “çalışanların bireysel yaratıcılık düzeyleri iç girişimcilik performanslarının (yenilik, risk alma, proaktiflik, özerklik) alt boyutlarını etkiler” alt hipotezlerini (H_{1a} , H_{1b} , H_{1c} , H_{1d}) test etmek amacıyla regresyon analizi kullanılmıştır. Yapılan analiz ve bulguları Tablo 4.4’te ayrıntılı olarak belirtilmiştir.

Tablo 4.4. Bireysel Yaratıcılığın İç Girişimcilik Boyutları Üzerindeki Etkisini İncelemeye Yönelik Regresyon Analizi ve Bulguları

Bağımlı Değişken: <i>Yenilik</i>						
Bağımsız değişken	R ²	F	β	t	p	Durbin-Watson
<i>Bireysel Yaratıcılık</i>	,451	314,216*	,672	17,726	,000*	1,771
Bağımlı Değişken: <i>Risk Alma</i>						
Bağımsız değişken	R ²	F	β	t	p	Durbin-Watson
<i>Bireysel Yaratıcılık</i>	,001	,525	-,037	-,725	,469	1,612
Bağımlı Değişken: <i>Proaktiflik</i>						
Bağımsız değişken	R ²	F	β	t	p	Durbin-Watson
<i>Bireysel Yaratıcılık</i>	,470	338,477*	,685	18,398	,000*	1,839
Bağımlı Değişken: <i>Özerklik</i>						
Bağımsız değişken	R ²	F	β	t	p	Durbin-Watson
<i>Bireysel Yaratıcılık</i>	,064	25,925*	,252	5,092	,000*	1,683

*p<0.01 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 4.4’te yer alan, bireysel yaratıcılık ölçeği ile iç girişimcilik ölçeğinin alt boyutları arasındaki regresyon analizine ilişkin bulgular incelendiğinde; yenilik boyutunun %45.1’inin ($R^2=,451$; $F=314,216$; $p=,000$), proaktiflik boyutunun %47’sinin ($R^2=,470$; $F=388,477$; $p=,000$) ve özerklik boyutunun %6.4’ünün ($R^2=,064$; $F=25,925$; $p=,000$), bireysel yaratıcılık değişkeni tarafından açıklandığı ve %99 güven aralığında diğer bir ifadeyle $p<0,01$ düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir. Ancak risk alma boyutunun ($R^2=,001$; $F=,525$; $p=,469$) anlamlı olmadığı ($p>,005$) görülmektedir, Atık değerler arasında otokorelasyon olup olmadığını anlamak için Durbin-Watson istatistiği kullanılmıştır. Yapılan regresyon analizlerinde Durbin-Watson istatistiği değerlerinin 1,5 – 2 arasında olduğu ve otokorelasyon olmadığı söylenebilir. Tüm bu bulgular ışığında, çalışanların bireysel yaratıcılık düzeyleri iç girişimcilik performanslarının (yenilik, proaktiflik, özerklik) alt boyutlarını *pozitif yönde* etkilediği (H_{1a} , H_{1c} , H_{1d}) kabul edilirken, risk alma boyutunu etkilemediği (H_{1b}) görülmüştür.

4.2.1.4. Bireysel Yaratıcılığın Algılanan Örgütsel Destek Üzerindeki Etkisini İncelemeye Yönelik Regresyon Analizi ve Bulguları

Araştırmada “çalışanların bireysel yaratıcılık düzeyleri algılanan örgütsel desteği etkiler” hipotezini (H_2) test etmek amacıyla regresyon analizi kullanılmıştır. Yapılan analiz ve bulguları Tablo 4.5’te ayrıntılı olarak belirtilmiştir.

Tablo 4.5. Bireysel Yaratıcılığın Algılanan Örgütsel Destek Üzerindeki Etkisini İncelemeye Yönelik Regresyon Analizi ve Bulguları

Bağımlı Değişken: <i>Algılanan Örgütsel Destek</i>						
Bağımsız değişken	R^2	F	β	t	p	Durbin-Watson
<i>Bireysel Yaratıcılık</i>	,201	96,196*	,449	9,808	,000*	1,539

* $p<0.01$ düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 4.5'te yer alan, bireysel yaratıcılık ölçeği ile algılanan örgütsel destek ölçeği arasındaki regresyon analizine ilişkin bulgular incelendiğinde; algılanan örgütsel destek değişkeninin %20.1'inin bireysel yaratıcılık değişkeni tarafından açıklandığı ($R^2=,201$) ve 96,196 F değeri ile %99 güven aralığında diğer bir ifadeyle $p<0,01$ düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir. Atık değerler arasında otokorelasyon olup olmadığını anlamak için Durbin-Watson istatistiği kullanılmıştır. Yapılan regresyon analizlerinde Durbin-Watson istatistiği değeri 1,539 olup, otokorelasyon olmadığı söylenebilir. Tüm bu bulgular ışığında, çalışanların bireysel yaratıcılık düzeyleri algılanan örgütsel desteği *pozitif yönde* etkilediği (H_2) kabul edilmektedir ($\beta=,449$, $p=,000$).

4.2.1.5. Algılanan Örgütsel Desteğin İç Girişimcilik Üzerindeki Etkisini İncelemeye Yönelik Regresyon Analizi ve Bulguları

Araştırmada “algılanan örgütsel destek faaliyetleri çalışanların iç girişimcilik performanslarını etkiler” hipotezini (H_3) test etmek amacıyla regresyon analizi kullanılmıştır. Yapılan analiz ve bulguları Tablo 4.6'da ayrıntılı olarak belirtilmiştir.

Tablo 4.6. Algılanan Örgütsel Desteğin İç Girişimcilik Üzerindeki Etkisini İncelemeye Yönelik Regresyon Analizi ve Bulguları

Bağımlı Değişken: İç Girişimcilik						
Bağımsız değişken	R^2	F	β	t	p	Durbin-Watson
<i>Algılanan Örgütsel Destek</i>	,147	66,074*	,384	8,129	,000*	1,676

* $p<0.01$ düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 4.6’da yer alan, algılanan örgütsel destek ölçeği ile iç girişimcilik ölçeği arasındaki regresyon analizine ilişkin bulgular incelendiğinde; iç girişimcilik değişkeninin %14.7’sinin algılanan örgütsel destek değişkeni tarafından açıklandığı ($R^2=,147$) ve 66,074 F değeri ile %99 güven aralığında diğer bir ifadeyle $p<0,01$ düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir. Atık değerler arasında otokorelasyon olup olmadığını anlamak için Durbin-Watson istatistiği kullanılmıştır. Yapılan regresyon analizlerinde Durbin-Watson istatistiği değeri 1,676 olup, otokorelasyon olmadığı söylenebilir. Tüm bu bulgular ışığında, algılanan örgütsel destek faaliyetleri çalışanların iç girişimcilik performanslarını *pozitif yönde* etkilediği (H_3) kabul edilmektedir ($\beta=,384$, $p=,000$).

4.2.1.6. Algılanan Örgütsel Desteğin İç Girişimcilik Boyutları Üzerindeki Etkisini İncelemeye Yönelik Regresyon Analizi ve Bulguları

Araştırmada “algılanan örgütsel destek faaliyetleri çalışanların iç girişimcilik performanslarının (yenilik, risk alma, proaktiflik, özerklik) alt boyutlarını etkiler” alt hipotezlerini (H_{3a} , H_{3b} , H_{3c} , H_{3d}) test etmek amacıyla regresyon analizi kullanılmıştır. Yapılan analiz ve bulguları Tablo 4.7’de ayrıntılı olarak belirtilmiştir.

Tablo 4.7’de yer alan, algılanan örgütsel destek ölçeği ile iç girişimcilik ölçeğinin alt boyutları arasındaki regresyon analizine ilişkin bulgular incelendiğinde; yenilik boyutunun %15.1’inin ($R^2=,151$; $F=68,165$; $p=,000$), proaktiflik boyutunun %15.1’inin ($R^2=,151$; $F=67,848$; $p=,000$) ve özerklik boyutunun %3.1’inin ($R^2=,031$; $F=12,247$; $p=,001$), algılanan örgütsel destek değişkeni tarafından açıklandığı ve regresyon modellerinin %99 güven aralığında diğer bir ifadeyle $p<0,01$ düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir. Ancak risk alma boyutunun ($R^2=,003$; $F=1,099$; $p=,295$) anlamlı olmadığı ($p>,005$) görülmektedir, Atık değerler arasında otokorelasyon olup

olmadığını anlamak için Durbin-Watson istatistiği kullanılmıştır. Yapılan regresyon analizlerinde Durbin-Watson istatistiği değerlerinin 1,5 – 2 arasında olduğu ve otokorelasyon olmadığı söylenebilir. Tüm bu bulgular ışığında araştırmada “çalışanların algıladıkları örgütsel destek faaliyetleri çalışanların iç girişimcilik performanslarının (yenilik, proaktiflik, özerklik) alt boyutlarını *pozitif yönde* etkilediği (H_{3a}, H_{3c}, H_{3d}) kabul edilirken, risk alma boyutunu (H_{3b}) etkilemediği görülmüştür.

Tablo 4.7. Algılanan Örgütsel Desteğin İç Girişimcilik Boyutları Üzerindeki Etkisini İncelemeye Yönelik Regresyon Analizi ve Bulguları

Bağımlı Değişken: <i>Yenilik</i>						
Bağımsız değişken	R ²	F	β	t	p	Durbin-Watson
<i>Algılanan Örgütsel Destek</i>	,151	68,165*	,389	8,256	,000*	1,917
Bağımlı Değişken: <i>Risk Alma</i>						
Bağımsız değişken	R ²	F	β	t	p	Durbin-Watson
<i>Algılanan Örgütsel Destek</i>	,003	1,099	-,054	1,048	,295	1,619
Bağımlı Değişken: <i>Proaktiflik</i>						
Bağımsız değişken	R ²	F	β	t	p	Durbin-Watson
<i>Algılanan Örgütsel Destek</i>	,151	67,848*	,388	8,237	,000*	1,793
Bağımlı Değişken: <i>Özerklik</i>						
Bağımsız değişken	R ²	F	β	t	p	Durbin-Watson
<i>Algılanan Örgütsel Destek</i>	,031	12,247*	,176	3,500	,001*	1,699

*p<0.01 düzeyinde anlamlıdır.

4.2.1.7. Bireysel Yaratıcılığın İç Girişimcilik Üzerindeki Etkisinde Algılanan Örgütsel Desteğin Aracılık Rolünü İncelemeye Yönelik Hiyerarşik Regresyon Analizi ve Bulguları

Araştırmada “çalışanların bireysel yaratıcılık düzeylerinin iç girişimcilik performansları üzerindeki etkisinde algılanan örgütsel desteğin aracılık rolü vardır” hipotezini (H₄) test etmek amacıyla regresyon analizi kullanılmıştır. Yapılan analiz ve bulguları Tablo 4.8’de ayrıntılı olarak belirtilmiştir.

Tablo 4.8. Bireysel Yaratıcılığın İç Girişimcilik Üzerindeki Etkisinde Algılanan Örgütsel Desteğin Aracılık Rolünü İncelemeye Yönelik Hiyerarşik Regresyon Analizi ve Bulguları

<i>Model 1</i>						
Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	R ²	F	β	t	p
Bireysel Yaratıcılık	Algılanan Örgütsel Destek	,201	96,196*	,449	9,808	,000*
<i>Model 2</i>						
Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	R ²	F	β	t	p
Bireysel Yaratıcılık	İç Girişimcilik	,433	291,211*	,658	17,065	,000*
Algılanan Örgütsel Destek	İç Girişimcilik	,147	66,074*	,384	8,129	,000*
<i>Model 3</i>						
Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	R ²	F	β	t	p
Bireysel Yaratıcılık	İç Girişimcilik	,442	151,198* p=,000	,608	14,199	,000*
Algılanan Örgütsel Destek				,111	2,604	,010**

*p<0.01 ; **p<0.05 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 4.8’de yer alan, bireysel yaratıcılık ölçeği, algılanan örgütsel destek ölçeği ile iç girişimcilik ölçeği arasındaki doğrusal ve hiyerarşik regresyon analizlerine ilişkin bulgular incelendiğinde; Model 1 ve Model 2’de; algılanan örgütsel destek

değişkeninin %20.1'inin, iç girişimcilik değişkeninin %43.3'ünün bireysel yaratıcılık değişkeni tarafından açıklandığı ($R^2=,201$; $R^2=,433$) ve %99 güven aralığında diğer bir ifadeyle $p<0,01$ düzeyinde anlamlı ($F=96,196$, $p=,000$; $F=291,211$, $p=,000$) olduğu görülmektedir. Model 2'de, iç girişimcilik değişkeninin %14.7'sinin algılanan örgütsel destek değişkeni tarafından açıklandığı ($R^2=,147$) ve %99 güven aralığında diğer bir ifadeyle $p<0,01$ düzeyinde anlamlı ($F=66,074$, $p=,000$) olduğu söylenebilir. Model 1 ve Model 2 ile elde edilen bulgular ışığında, Model 3'te belirtilen aracılık etkisi incelenebilir. Bu kapsamda Model 3'te; iç girişimcilik değişkeninin %44.2'sinin bireysel yaratıcılık ve örgütsel destek değişkenleri tarafından açıklandığı ($R^2=,442$) ve %99 güven aralığında diğer bir ifadeyle $p<0,01$ düzeyinde anlamlı ($F=151,198$, $p=,000$) olduğu söylenebilir. Ayrıca, Model 2'deki bireysel yaratıcılığın regresyon katsayısı Beta'nın değeri ($\beta=,658$), Model 3'te algılanan örgütsel destek aracı değişkeninin katılması ile ($\beta=,608$) azalmıştır, ancak tamamen ortadan kalkmamıştır ($p=,000$). Tüm bu bulgular ışığında, “çalışanların bireysel yaratıcılık düzeylerinin iç girişimcilik performansları üzerindeki etkisinde algılanan örgütsel desteğin aracılık rolü vardır” hipotezi (H_4) “kısmı aracılık etkisi vardır” olarak kabul edilmektedir.

4.2.1.8. Bireysel Yaratıcılığın İç Girişimciliğin “Yenilik” Boyutu Üzerindeki Etkisinde Algılanan Örgütsel Desteğin Aracılık Rolünü İncelemeye Yönelik Hiyerarşik Regresyon Analizi ve Bulguları

Araştırmada “çalışanların bireysel yaratıcılık düzeylerinin iç girişimcilik boyutlarından “yenilik” performansı üzerindeki etkisinde algılanan örgütsel desteğin aracılık rolü vardır” hipotezini (H_{4a}) test etmek amacıyla regresyon analizi kullanılmıştır. Yapılan analiz ve bulguları Tablo 4.9'da ayrıntılı olarak belirtilmiştir.

Tablo 4.9. Bireysel Yaratıcılığın İç Girişimciliğin “Yenilik” Boyutu Üzerindeki Etkisinde Algılanan Örgütsel Desteğin Aracılık Rolünü İncelemeye Yönelik Hiyerarşik Regresyon Analizi ve Bulguları

<i>Model 1</i>						
Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	R ²	F	β	t	p
Bireysel Yaratıcılık	Algılanan Örgütsel Destek	,201	96,196*	,449	9,808	,000*
<i>Model 2</i>						
Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	R ²	F	β	t	p
Bireysel Yaratıcılık	Yenilik	,451	314,216*	,672	17,726	,000*
Algılanan Örgütsel Destek	Yenilik	,151	68,165*	,389	8,256	,000*
<i>Model 3</i>						
Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	R ²	F	β	t	p
Bireysel Yaratıcılık	Yenilik	,461	162,915* p=,000	,622	14,792	,000*
Algılanan Örgütsel Destek				,110	2,612	,009*

*p<0.01 ; **p<0.05 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 4.9’da yer alan, bireysel yaratıcılık ölçeği, algılanan örgütsel destek ölçeği ile iç girişimcilik ölçeğinin “yenilik” boyutu arasındaki doğrusal ve hiyerarşik regresyon analizlerine ilişkin bulgular incelendiğinde; Model 1 ve Model 2’de; algılanan örgütsel destek değişkeninin %20.1’inin, yenilik değişkeninin %45.1’inin bireysel yaratıcılık değişkeni tarafından açıklandığı (R²=,201; R²=,451) ve %99 güven aralığında diğer bir ifadeyle p<0,01 düzeyinde anlamlı (F=96,196, p=,000; F=314,216, p=,000) olduğu görülmektedir. Model 2’de, yenilik değişkeninin %15.1’inin algılanan örgütsel destek değişkeni tarafından açıklandığı (R²=,151) ve %99 güven aralığında

diğer bir ifadeyle $p < 0,01$ düzeyinde anlamlı ($F=68,165$, $p=,000$) olduğu söylenebilir. Model 1 ve Model 2 ile elde edilen bulgular ışığında, Model 3'te belirtilen aracılık etkisi incelenebilir. Bu kapsamda Model 3'te; yenilik değişkeninin %46.1'inin bireysel yaratıcılık ve algılanan örgütsel destek değişkenleri tarafından açıklandığı ($R^2=,461$) ve %99 güven aralığında diğer bir ifadeyle $p < 0,01$ düzeyinde anlamlı ($F=162,915$, $p=,000$) olduğu söylenebilir. Ayrıca, Model 2'deki bireysel yaratıcılığın regresyon katsayısı Beta'nın değeri ($\beta=,672$), Model 3'te algılanan örgütsel destek aracı değişkeninin katılması ile ($\beta=,622$) azalmıştır, ancak tamamen ortadan kalkmamıştır ($p=,000$). Tüm bu bulgular ışığında, “çalışanların bireysel yaratıcılık düzeylerinin iç girişimcilik boyutlarından “yenilik” performansı üzerindeki etkisinde algılanan örgütsel desteğin aracılık rolü vardır” hipotezi (H_{4a}) kısmı aracılık etkisi olarak kabul edilmektedir.

4.2.1.9. Bireysel Yaratıcılığın İç Girişimciliğin “Risk Alma” Boyutu Üzerindeki Etkisinde Algılanan Örgütsel Desteğin Aracılık Rolünü İncelemeye Yönelik Hiyerarşik Regresyon Analizi ve Bulguları

Araştırmada “çalışanların bireysel yaratıcılık düzeylerinin iç girişimcilik boyutlarından “risk alma” performansı üzerindeki etkisinde algılanan örgütsel desteğin aracılık rolü vardır” hipotezini (H_{4b}) test etmek amacıyla regresyon analizi kullanılmıştır. Yapılan analiz ve bulguları Tablo 4.10'da ayrıntılı olarak belirtilmiştir.

Tablo 4.10'da yer alan, bireysel yaratıcılık ölçeği, algılanan örgütsel destek ölçeği ile iç girişimcilik ölçeğinin “risk alma” boyutu arasındaki doğrusal ve hiyerarşik regresyon analizlerine ilişkin bulgular incelendiğinde; Model 1'de; algılanan örgütsel destek değişkeninin %20.1'inin, bireysel yaratıcılık değişkeni tarafından açıklandığı ($R^2=,201$) ve %99 güven aralığında diğer bir ifadeyle $p < 0,01$ düzeyinde anlamlı ($F=96,196$, $p=,000$) olduğu görülmektedir. Ancak, Model 2'de risk alma değişkeninin

%0,1'inin bireysel yaratıcılık değişkeni tarafından açıklandığı ($R^2=,001$) ve $p<0,05$ düzeyinde anlamlı ($F=,525$, $p=,469$) olmadığı görülmektedir. Model 2'den elde edilen bulgular Baron ve Kenny (1986) tarafından öne atılan aracılık şartına uymamaktadır. Dolayısıyla Model 2 anlamsız ($F=,525$, $p=,469$) olduğundan aracı etkisinden bahsedilemez. Tüm bu bulgular ışığında, “çalışanların bireysel yaratıcılık düzeylerinin iç girişimcilik boyutlarından “risk alma” performansı üzerindeki etkisinde algılanan örgütsel desteğin aracılık rolü vardır” hipotezi (H_{4b}) reddedilmektedir.

Tablo 4.10. Bireysel Yaratıcılığın İç Girişimciliğin “Risk Alma” Boyutu Üzerindeki Etkisinde Algılanan Örgütsel Desteğin Aracılık Rolünü İncelemeye Yönelik Hiyerarşik Regresyon Analizi ve Bulguları

<i>Model 1</i>						
Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	R ²	F	β	t	p
Bireysel Yaratıcılık	Algılanan Örgütsel Destek	,201	96,196*	,449	9,808	,000*
<i>Model 2</i>						
Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	R ²	F	β	t	p
Bireysel Yaratıcılık	Risk Alma	,001	,525	-,037	-,725	,469
Algılanan Örgütsel Destek	Risk Alma	,003	1,099	-,054	1,048	,295
<i>Model 3</i>						
Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	R ²	F	β	t	p
Bireysel Yaratıcılık	Risk Alma	,003	,589 p=,556	-,016	-,285	,776
Algılanan Örgütsel Destek				-,046	-,808	,420

* $p<0.01$; ** $p<0.05$ düzeyinde anlamlıdır.

4.2.1.10. Bireysel Yaratıcılığın İç Girişimciliğin “Proaktiflik” Boyutu Üzerindeki Etkisinde Algılanan Örgütsel Desteğin Aracılık Rolünü İncelemeye Yönelik Hiyerarşik Regresyon Analizi ve Bulguları

Araştırmada “çalışanların bireysel yaratıcılık düzeylerinin iç girişimcilik boyutlarından “proaktiflik” performansı üzerindeki etkisinde algılanan örgütsel desteğin aracılık rolü vardır” hipotezini (H_{4c}) test etmek amacıyla regresyon analizi kullanılmıştır. Yapılan analiz ve bulguları Tablo 4.11’de ayrıntılı olarak belirtilmiştir.

Tablo 4.11. Bireysel Yaratıcılığın İç Girişimciliğin “Proaktiflik” Boyutu Üzerindeki Etkisinde Algılanan Örgütsel Desteğin Aracılık Rolünü İncelemeye Yönelik Hiyerarşik Regresyon Analizi ve Bulguları

<i>Model 1</i>						
Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	R ²	F	β	t	p
Bireysel Yaratıcılık	Algılanan Örgütsel Destek	,201	96,196*	,449	9,808	,000*
<i>Model 2</i>						
Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	R ²	F	β	t	p
Bireysel Yaratıcılık	Proaktiflik	,470	338,477*	,685	18,398	,000*
Algılanan Örgütsel Destek	Proaktiflik	,151	67,848*	,388	8,237	,000*
<i>Model 3</i>						
Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	R ²	F	β	t	p
Bireysel Yaratıcılık	Proaktiflik	,478	174,441* p=,000	,640	15,453	,000*
Algılanan Örgütsel Destek				,101	2,447	,015**

*p<0.01 ; **p<0.05 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 4.11’de yer alan, bireysel yaratıcılık ölçeği, algılanan örgütsel destek ölçeği ile iç girişimcilik ölçeğinin “proaktiflik” boyutu arasındaki doğrusal ve hiyerarşik

regresyon analizlerine ilişkin bulgular incelendiğinde; Model 1 ve Model 2’de; algılanan örgütsel destek değişkeninin %20.1’inin, proaktiflik değişkeninin %47’sinin bireysel yaratıcılık değişkeni tarafından açıklandığı ($R^2=,201$; $R^2=,470$) ve %99 güven aralığında diğer bir ifadeyle $p<0,01$ düzeyinde anlamlı ($F=96,196$, $p=,000$; $F=338,477$, $p=,000$) olduğu görülmektedir. Model 2’de, proaktiflik değişkeninin %15.1’inin algılanan örgütsel destek değişkeni tarafından açıklandığı ($R^2=,151$) ve %99 güven aralığında diğer bir ifadeyle $p<0,01$ düzeyinde anlamlı ($F=67,848$, $p=,000$) olduğu söylenebilir. Model 1 ve Model 2’deki bulgular ışığında, Model 3’teki aracılık etkisi incelenebilir. Bu kapsamda Model 3’te; proaktiflik değişkeninin %47.8’inin bireysel yaratıcılık ve algılanan örgütsel destek değişkenleri tarafından açıklandığı ($R^2=,478$) ve %99 güven aralığında diğer bir ifadeyle $p<0,01$ düzeyinde anlamlı ($F=174,441$, $p=,000$) olduğu söylenebilir. Model 2’deki bireysel yaratıcılığın regresyon katsayısı Beta’nın değeri ($\beta=,685$), Model 3’te algılanan örgütsel destek aracı değişkeninin katılması ile ($\beta=,640$) azalmıştır, ancak tamamen ortadan kalkmamıştır ($p=,000$). Tüm bu bulgular ışığında, “çalışanların bireysel yaratıcılık düzeylerinin iç girişimcilik boyutlarından “proaktiflik” performansı üzerindeki etkisinde algılanan örgütsel desteğin aracılık rolü vardır” hipotezi (H_{4c}) kısmı aracılık etkisi olarak kabul edilmektedir.

4.2.1.11. Bireysel Yaratıcılığın İç Girişimciliğin “Özerklik” Boyutu Üzerindeki Etkisinde Algılanan Örgütsel Desteğin Aracılık Rolünü İncelemeye Yönelik Hiyerarşik Regresyon Analizi ve Bulguları

Araştırmada “çalışanların bireysel yaratıcılık düzeylerinin iç girişimcilik boyutlarından “özerklik” performansı üzerindeki etkisinde algılanan örgütsel desteğin aracılık rolü vardır” hipotezini (H_{4d}) test etmek amacıyla regresyon analizi kullanılmıştır. Yapılan analiz ve bulguları Tablo 4.12’de ayrıntılı olarak belirtilmiştir.

Tablo 4.12. Bireysel Yaratıcılığın İç Girişimciliğin “Özerklik” Boyutu Üzerindeki Etkisinde Algılanan Örgütsel Desteğin Aracılık Rolünü İncelemeye Yönelik Hiyerarşik Regresyon Analizi ve Bulguları

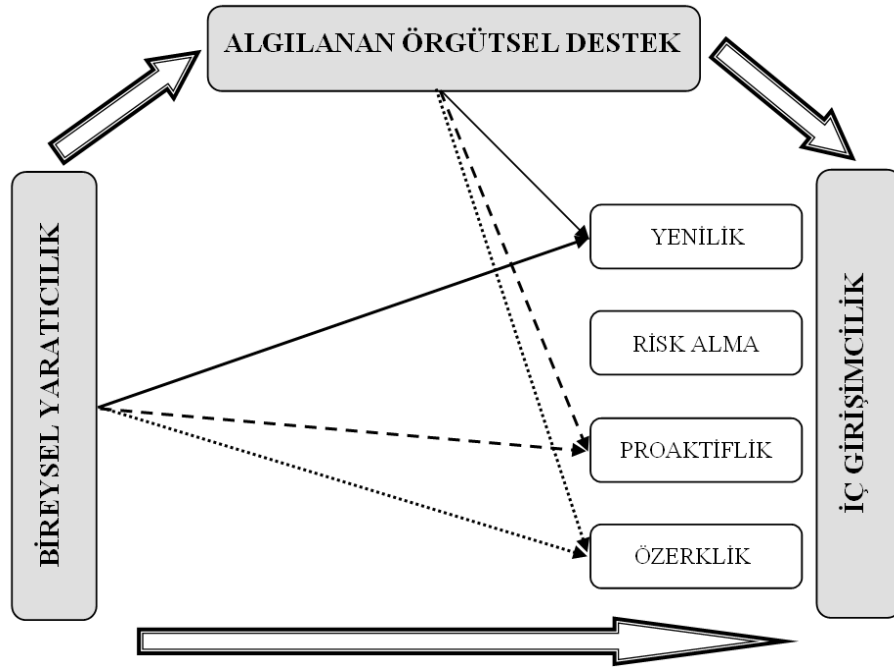
<i>Model 1</i>						
Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	R ²	F	β	t	p
Bireysel Yaratıcılık	Algılanan Örgütsel Destek	,201	96,196*	,449	9,808	,000*
<i>Model 2</i>						
Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	R ²	F	β	t	p
Bireysel Yaratıcılık	Özerklik	,064	25,925*	,252	5,092	,000*
Algılanan Örgütsel Destek	Özerklik	,031	12,247*	,176	3,500	,001*
<i>Model 3</i>						
Bağımsız Değişken	Bağımlı Değişken	R ²	F	β	t	p
Bireysel Yaratıcılık	Özerklik	,069	14,020*	,217	3,916	,000*
Algılanan Örgütsel Destek				,079	1,430	,154

*p<0.01 ; **p<0.05 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 4.12’de yer alan, bireysel yaratıcılık ölçeği, algılanan örgütsel destek ölçeği ile iç girişimcilik ölçeğinin “özerklik” boyutu arasındaki doğrusal ve hiyerarşik regresyon analizlerine ilişkin bulgular incelendiğinde; Model 1 ve Model 2’de; algılanan örgütsel destek değişkeninin %20.1’inin, özerklik değişkeninin %6.4’ünün bireysel yaratıcılık değişkeni tarafından açıklandığı (R²=,201; R²=,064) ve %99 güven aralığında diğer bir ifadeyle p<0,01 düzeyinde anlamlı (F=96,196, p=,000; F=25,925, p=,000) olduğu görülmektedir. Model 2’de, özerklik değişkeninin %3.1’inin algılanan

örgütsel destek değişkeni tarafından açıklandığı ($R^2=,031$) ve %99 güven aralığında diğer bir ifadeyle $p<0,01$ düzeyinde anlamlı ($F=12,247$, $p=,001$) olduğu söylenebilir. Model 1 ve Model 2’den elde edilenler bulgular ışığında, Model 3’te belirtilen aracılık etkisi incelenebilir. Bu kapsamda Model 3’te; özerklik değişkeninin %6.9’unun bireysel yaratıcılık ve örgütsel destek değişkenleri tarafından açıklandığı ($R^2=,069$) ve %99 güven aralığında diğer bir ifadeyle $p<0,01$ düzeyinde anlamlı ($F=14,020$, $p=,000$) olduğu söylenebilir. Ayrıca, Model 2’deki bireysel yaratıcılığın regresyon katsayısı Beta’nın değeri ($\beta=,252$), Model 3’te algılanan örgütsel destek aracı değişkeninin katılması ile ($\beta=,217$) azalmıştır, ancak tamamen ortadan kalkmamıştır ($p=,000$). Fakat aracı değişken olan algılanan örgütsel desteğin $p<0,05$ düzeyinde anlamlı ($p=,154$) olmadığı görülmektedir. Tüm bu bulgular ışığında, “çalışanların bireysel yaratıcılık düzeylerinin iç girişimcilik boyutlarından “özerklik” performansı üzerindeki etkisinde algılanan örgütsel desteğin aracılık rolü vardır” hipotezi (H_{4d}) reddedilmektedir.

Araştırmada gerçekleştirilen doğrusal regresyon analizi ve hiyerarşik regresyon analizleri ile ilgili araştırma hipotezlerinin kabul edildiği (H_{1b} , H_{3b} , H_{4b} ve H_{4d} hariç) ortaya çıkmıştır. Araştırma sürecinde bireysel yaratıcılık, iç girişimcilik ve algılanan örgütsel destek arasındaki nedensellik ve aracılık ilişkisi “Araştırma Modeli” olarak adlandırılan şekil ile ifade edilmiştir. Araştırma ile doğrulanacağı varsayılan bu ilişkinin, gerçekleştirilen analizler ve elde edilen bulgular sonucundaki son hali Şekil 4.1 ile değerlendirilebilir.



Şekil 4.1. Analizler Sonucunda Oluşan Araştırma Modeli

Araştırma Modeli incelendiğinde, değişkenler arasındaki nedensellik ilişkisini ortaya koymak için gerçekleştirilen doğrusal regresyon analizi ile araştırma hipotezleri test edilerek kabul (H_{1b} ve H_{3b} hariç) edilmiştir. Bu kapsamda, çalışanların bireysel yaratıcılık düzeylerinin iç girişimcilik ve alt boyutlarından yenilik, proaktiflik ve özerklik performansları ile algılanan örgütsel destek üzerinde etkisi olduğu görülmektedir. Ayrıca, algılanan örgütsel desteğin iç girişimcilik ve alt boyutlarından yenilik, proaktiflik ve özerklik performansları üzerinde etkisi olduğu söylenebilir. Fakat her iki değişkenin de iç girişimciliğin risk alma boyutu üzerinde etkisi olmadığı belirtilebilir. Diğer yandan, çalışanların bireysel yaratıcılık düzeylerinin iç girişimcilik ve alt boyutlarından “yenilik ve proaktiflik” performansları üzerindeki etkisinde algılanan örgütsel desteğin kısmi aracılık rolünün olduğu, ancak, iç girişimcilik alt boyutlarından “risk alma ve özerklik” performansları üzerinde algılanan örgütsel desteğin aracılık rolünün olmadığı söylenebilir.

4.2.2. Farklılıkları İncelemeye Yönelik Yapılan Analizler ve Bulguları

Farklılıkların incelenmesine yönelik teknikleri üç grup altında toplamak mümkündür. Birinci grup teknikler, araştırma yapılan herhangi bir konuda ölçülen değer ile beklenen değer arasında bir farkın olup olmadığıdır. İkincisi, iki grup arasındaki farklılıkları incelemeye yöneliktir. Üçüncü grup teknik ise, ikiden fazla grup arasında karşılaştırmaların yapıldığı tekniklerdir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004:158).

İki örneklem grubunun ortalamaları arasında anlamlı bir fark olup olmadığını incelemek için *t*-testi kullanılmaktadır. T-testinin iki önemli varsayımı bulunmaktadır. Bunlardan birisi, popülasyonların normal dağılım gösterdiği; diğeri ise varyansların homojen olduğudur. Varyansların homojen olup olmadığını test etmek için Levene's testinden yararlanılmaktadır. Bu test sonucunun anlamlı çıkması durumunda ($p < .05$) varyansların homojen olduğu varsayımı reddedilmektedir. Levene's testinin sonucunun anlamlı olmadığı ($p > .05$) durumlarda ise varyansların eşit (homojen) dağıldığı kabul edilmektedir (Erdaş, 2010:95).

İkiden fazla grubun ortalamalarının karşılaştırılması gereken durumlarda uygun test Anova (Analysis of Variance) testidir (Altunışık ve diğ., 2007: 182). Varyans analizi, tek bir bağımsız değişkene ilişkin iki ya da daha fazla grubun bağımlı bir değişkene göre ortalamalarının karşılaştırılarak, ortalamalar arasındaki farkın belirli bir güven düzeyinde anlamlı olup olmadığını test etmek için kullanılan bir tekniktir. Farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını tespit etmek için ise çoklu karşılaştırma yapılması gerekir. Çoklu karşılaştırma ile gruplar ikişer ikişer karşılaştırılır ve farklılığın kaynağı tespit edilir. Çoklu karşılaştırmalarda Tukey ve Scheffe gibi testlerden yararlanır (Ural ve Kılıç, 2006:213). Ayrıca varyansların homojen olup olmadığını test etmek için Levene's testinden yararlanılmaktadır.

4.2.2.1. Bireysel Yaratıcılık Puanlarının Çalışanların Demografik Özelliklerine Göre Farklılaşmasına Yönelik Analizler ve Bulguları

Araştırmada “çalışanların demografik özellikleri, bireysel yaratıcılık düzeylerine göre farklılık göstermektedir” hipotezini (H_5) test etmek amacıyla T-testi, Levene’s, Varyans (One-Way Anova) ve Scheffe testleri uygulanmıştır. Yapılan analizler ve bulguları Tablo 4.13’te ayrıntılı olarak belirtilmiştir.

Tablo 4.13’te yer alan bulgular incelendiğinde; bireysel yaratıcılık puanlarının çalışanların cinsiyet, medeni durum, işyerindeki statü, yayın takibi ve hobi durumlarına göre farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek amacıyla t-testi yapılmıştır. Bulgulara göre, bireysel yaratıcılık puanları, çalışanların medeni durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermiştir ($t_{(383)}=2,453$; $p<0.05$). Evli çalışanların bireysel yaratıcılık puanlarının ortalamasının ($X=62,49$), bekar çalışanların bireysel yaratıcılık puanlarının ortalamasından ($X=59,74$) yüksek olduğu söylenebilir. Bireysel yaratıcılık puanları çalışanların işi ile ilgili yayınları takip etme durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ($t_{(383)}=2,424$; $p<0.05$). İşle ilgili yayınları takip eden çalışanların bireysel yaratıcılık puanlarının ortalamasının ($X=62,05$), yayın takip etmeyen çalışanların bireysel yaratıcılık puanlarının ortalamasından ($X=59,22$) daha yüksek olduğu görülmektedir. Bireysel yaratıcılık puanları çalışanların hobi durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermektedir ($t_{(383)}=2,684$; $p<0.01$). Hobisi olan çalışanların bireysel yaratıcılık puanlarının ortalamasının ($X=61,91$), hobisi olmayan çalışanların bireysel yaratıcılık puanları ortalamasından ($X=58,48$) yüksek olduğu söylenebilir. Ancak, çalışanların bireysel yaratıcılık puanları cinsiyet ($t_{(383)}=-,086$; $p>0.05$) ve işyerindeki statülerine ($t_{(383)}=-1,257$; $p>0.05$) göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

Tablo 4.13. Bireysel Yaratıcılık Puanlarının Çalışanların Demografik Özelliklerine Göre Farklılaşmasına Yönelik Analizler ve Bulguları

Cinsiyet	N	X	S	Sd	t	p	Levene's
Kadın	36	60,89	11,90	383	-,086	,932	,421
Erkek	348	61,05	10,95				
Medeni Durum	N	X	S	Sd	t	p	Levene's
Evli	181	62,49	9,50	383	2,453	,015**	,133
Bekar	203	59,74	12,11				
İşyerindeki Statü	N	X	S	Sd	t	p	Levene's
Yönetici	68	59,51	12,63	383	-1,257	,209	,155
İşgören	316	61,37	10,64				
Eğitim Durumu	N	X	S	Sd	F	p	Scheffe
1. İlköğretim	29	61,90	13,76	3 380 383	,655	,580	---
2. Lise	229	61,38	10,12				Levene's
3. Önlisans	59	59,24	11,66				,555
4. Lisans ve üstü	67	61,09	12,18				
Yaş	N	X	S	Sd	F	p	Scheffe
1. 16 - 22 yaş arası	35	59,17	12,35	3 380 383	4,977	,002*	2-3
2. 23 - 29 yaş arası	144	58,73	11,80				Levene's
3. 30 - 36 yaş arası	159	63,35	9,47				,183
4. 37 yaş ve üzeri	46	61,70	11,10				
Baba Eğitim Durumu	N	X	S	Sd	F	p	Scheffe
1. İlköğretim ve altı	259	61,62	10,89	2 381 383	1,169	,312	---
2. Lise	86	60,09	11,23				Levene's
3. Önlisans ve üstü	39	59,28	11,43				,879
Anne Eğitim Durumu	N	X	S	Sd	F	p	Scheffe
1. Okuma yazma bilmiyor	27	62,26	11,69	2 381 383	,177	,838	---
2. İlköğretim	281	60,95	10,80				Levene's
3. Lise ve üstü	76	60,93	11,74				,593
İşyerindeki Çalışma Süresi	N	X	S	Sd	F	p	Scheffe
1. 3 yıl ve altı	125	59,22	11,45	3 380 383	2,924	,034**	1-3
2. 4 - 7 yıl arası	138	60,70	10,93				Levene's
3. 8 - 11 yıl arası	72	63,39	11,20				,468
4. 12 yıl ve üzeri	49	63,18	9,14				
Toplam Çalışma Süresi	N	X	S	Sd	F	p	Scheffe
1. 3 yıl ve altı	78	56,71	11,81	3 380 383	5,560	,001*	1-2, 1-3
2. 4 - 7 yıl arası	101	61,40	10,96				1-4
3. 8 - 11 yıl arası	123	62,17	10,42				Levene's
4. 12 yıl ve üzeri	82	63,02	10,32				,453
Yayın Takip Durumu	N	X	S	Sd	t	p	Levene's
Evet	247	62,05	10,86	383	2,424	,016**	,273
Hayır	137	59,22	11,14				
Hobi Durumu	N	X	S	Sd	t	p	Levene's
Evet	286	61,91	10,98	383	2,684	,008*	,847
Hayır	98	58,48	10,81				

*p<0.01 , **p<0.05 düzeyinde anlamlıdır; Levene's Test p>0.05 dağılım homojendir.

Bireysel yaratıcılık puanlarının çalışanların eğitim durumu, yaşı, babalarının ve annelerinin eğitim durumu, işyerindeki kıdem ve toplam kıdemlerine göre farklılaşp farklılaşmadığını incelemek amacıyla Varyans (One-Way Anova), Levene's ve Scheffe testleri uygulanmıştır. Bulgulara göre, bireysel yaratıcılık puanları çalışanların yaşlarına göre anlamlı bir farklılık göstermiştir ($F_{(3-380)} = 4,977$; $p < 0.05$). Farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını belirlemek üzere yapılan Scheffe testinin sonuçlarına göre; yaşları 30 - 36 arası olan çalışanların bireysel yaratıcılık puanlarının ortalaması ($X = 63,35$), yaşları 23 - 29 arası olanlara çalışanların bireysel yaratıcılık puanlarının ortalamasından ($X = 58,73$) daha düşük olduğu görülmektedir. Ayrıca, bireysel yaratıcılık puanları çalışanların toplam çalışma sürelerine (kıdem) göre anlamlı bir farklılık göstermiştir ($F_{(3-380)} = 2,924$; $p < 0.05$). Scheffe testinin sonuçlarına göre; 3 yıl ve altı toplam çalışma sürelerine (kıdem) sahip çalışanların bireysel yaratıcılık puanlarının ortalaması ($X = 59,22$), 8 - 11 yıl arası toplam çalışma sürelerine sahip çalışanların bireysel yaratıcılık puanlarının ortalamasından ($X = 63,39$) düşük olduğu söylenebilir. Bireysel yaratıcılık puanlarının çalışanların işyerlerindeki çalışma sürelerine göre anlamlı bir farklılık göstermiştir ($F_{(3-380)} = 5,560$; $p < 0.05$). Scheffe testinin sonuçlarına göre; 3 yıl ve altı toplam çalışma sürelerine (kıdem) sahip çalışanların bireysel yaratıcılık puanlarının ortalaması ($X = 59,22$), 4 - 10 yıl arası ($X = 61,40$), 8 - 11 yıl arası ($X = 62,17$) ve 12 yıl ve üzeri ($X = 63,02$) toplam çalışma sürelerine sahip çalışanların bireysel yaratıcılık puanlarının ortalamalarından düşük olduğu söylenebilir. Bireysel yaratıcılık puanlarının çalışanların eğitim durumuna ($F_{(3-380)} = 0,655$; $p > 0.05$) babalarının eğitim durumuna ($F_{(2-381)} = 1,169$; $p > 0.05$), annelerinin eğitim durumuna ($F_{(2-381)} = 0,177$; $p > 0.05$) göre anlamlı bir farklılık göstermemiştir. Ayrıca, Levene's Testi sonuçlarına göre grupların varyansları arasında fark yoktur ve eşit dağılım göstermektedir ($p > 0.05$).

4.2.2.2. İç Girişimcilik Puanlarının Çalışanların Demografik Özelliklerine Göre Farklılaşmasına Yönelik Analizler ve Bulguları

Araştırmada “çalışanların demografik özellikleri, iç girişimcilik performanslarına göre farklılık göstermektedir” hipotezini (H_6) test etmek amacıyla T-testi, Levene’s, Varyans (One-Way Anova) ve Scheffe analizleri kullanılmıştır. Yapılan analizler ve bulguları Tablo 4.14’te ayrıntılı olarak belirtilmiştir.

Tablo 4.14’te yer alan bulgular incelendiğinde; iç girişimcilik puanlarının çalışanların cinsiyet, medeni durum, işyerindeki statü, yayın takibi ve hobi durumlarına göre farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek amacıyla t-testi yapılmıştır. Bulgulara göre, iç girişimcilik puanları, çalışanların işyerindeki statülerine göre anlamlı bir farklılık göstermiştir ($t_{(383)}=-2,917$; $p<0.05$). İşgörenlerin iç girişimcilik puanlarının ortalaması ($X=74,19$), yöneticilerin iç girişimcilik puanlarının ortalamasından ($X=70,00$) yüksek olduğu söylenebilir. Buna rağmen, çalışanların iç girişimcilik puanlarının cinsiyet ($t_{(383)}=-1,359$; $p>0.05$), medeni durum ($t_{(383)}=,305$; $p>0.05$), yayın takibi ($t_{(383)}=,566$; $p>0.05$) ve hobi durumlarına ($t_{(383)}=1,199$; $p>0.05$) göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Ayrıca grupların arasındaki varyansların eşit (homojen) dağılıp dağılmadığını anlamak için Levene’s Testi kullanılmıştır. Test sonuçlarına göre grupların varyansları arasında fark yoktur ve eşit dağılım göstermektedir ($p>0.05$).

Tablo 4.14. İç Girişimcilik Puanlarının Çalışanların Demografik Özelliklerine Göre Farklılaşmasına Yönelik Analizler ve Bulguları

Cinsiyet	N	X	S	Sd	t	p	Levene's
Kadın	36	71,11	12,19	383	-1,359	,175	,397
Erkek	348	73,69	10,70				
Medeni Durum	N	X	S	Sd	t	p	Levene's
Evli	181	73,63	9,77	383	,305	,760	,065
Bekar	203	73,29	11,76				
İşyerindeki Statü	N	X	S	Sd	t	p	Levene's
Yönetici	68	70,00	12,00	383	-2,917	,004*	,134
İşgören	316	74,19	10,47				
Eğitim Durumu	N	X	S	Sd	F	p	Scheffe
1. İlköğretim	29	73,79	16,35	3 380 383	1,080	,358	---
2. Lise	229	74,17	9,99				Levene's
3. Önlisans	59	72,46	9,87				,120
4. Lisans ve üstü	67	71,72	11,60				
Yaş	N	X	S	Sd	F	p	Scheffe
1. 16 - 22 yaş arası	35	73,11	10,87	3 380 383	,818	,484	---
2. 23 - 29 yaş arası	144	72,88	11,40				Levene's
3. 30 - 36 yaş arası	159	74,43	10,35				,910
4. 37 yaş ve üzeri	46	72,09	10,88				
Baba Eğitim Durumu	N	X	S	Sd	F	p	Scheffe
1. İlköğretim ve altı	259	74,31	10,85	2 381 383	2,912	,056	---
2. Lise	86	72,28	11,04				Levene's
3. Önlisans ve üstü	39	70,36	9,88				,456
Anne Eğitim Durumu	N	X	S	Sd	F	p	Scheffe
1. Okuma yazma bilmiyor	27	73,52	10,37	2 381 383	,794	,453	---
2. İlköğretim	281	73,82	10,60				Levene's
3. Lise ve üstü	76	72,05	11,96				,174
İşyerindeki Çalışma Süresi	N	X	S	Sd	F	p	Scheffe
1. 3 yıl ve altı	125	72,34	11,89	3 380 383	1,120	,341	---
2. 4 - 7 yıl arası	138	73,31	10,15				Levene's
3. 8 - 11 yıl arası	72	74,35	10,90				,622
4. 12 yıl ve üzeri	49	75,37	9,86				
Toplam Çalışma Süresi	N	X	S	Sd	F	p	Scheffe
1. 3 yıl ve altı	78	70,82	11,86	3 380 383	2,043	,107	---
2. 4 - 7 yıl arası	101	73,63	10,01				Levene's
3. 8 - 11 yıl arası	123	74,47	10,02				,152
4. 12 yıl ve üzeri	82	74,19	11,84				
Yayın Takip Durumu	N	X	S	Sd	t	p	Levene's
Evet	247	73,68	10,77	383	,566	,572	,368
Hayır	137	73,03	11,03				
Hobi Durumu	N	X	S	Sd	t	p	Levene's
Evet	286	73,84	11,03	383	1,199	,231	,580
Hayır	98	72,31	10,30				

*p<0.01 , **p<0.05 düzeyinde anlamlıdır; Levene's Test p>0.05 dağılım homojendir.

İç girişimcilik puanlarının çalışanların eğitim durumu, yaşı, babalarının ve annelerinin eğitim durumu, işyerindeki kıdem ve toplam kıdemlerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek amacıyla Varyans (One-Way Anova), Levene's ve Scheffe testleri uygulanmıştır. Bulgulara göre, iç girişimcilik puanlarının çalışanların eğitim durumuna ($F_{(3-380)}=1,080$; $p>0.05$), yaşlarına ($F_{(3-380)}=,818$; $p>0.05$), babalarının eğitim durumuna ($F_{(2-381)}= 2,912$; $p>0.05$), annelerinin eğitim durumuna ($F_{(2-381)}=,794$; $p>0.05$), işyerindeki çalışma sürelerine (kıdem) ($F_{(3-380)}=1,120$; $p>0.05$) ve toplam çalışma sürelerine ($F_{(3-380)}=2,043$; $p>0.05$) göre anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Ayrıca grupların arasındaki varyansların eşit (homojen) dağılıp dağılmadığını anlamak için Levene's Testi kullanılmıştır. Test sonuçlarına göre grupların varyansları arasında fark yoktur ve eşit dağılım göstermektedir ($p>0.05$).

4.2.2.3. Algılanan Örgütsel Destek Puanlarının Çalışanların Demografik Özelliklerine Göre Farklılaşmasına Yönelik Analizler ve Bulguları

Araştırmada “çalışanların demografik özellikleri, algılanan örgütsel desteğe göre farklılık göstermektedir” hipotezini (H_7) test etmek amacıyla t-testi, Levene's, Varyans (One-Way Anova) ve Scheffe testleri kullanılmıştır. Yapılan analizler ve bulguları Tablo 4.15'te ayrıntılı olarak belirtilmiştir.

Tablo 4.15'te yer alan bulgular incelendiğinde; algılanan örgütsel destek puanlarının çalışanların cinsiyet, medeni durum, işyerindeki statü, yayın takibi ve hobi durumlarına göre farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek amacıyla t-testi yapılmıştır. Bulgulara göre, algılanan örgütsel destek puanları, çalışanların cinsiyetlerine göre anlamlı bir farklılık göstermiştir ($t_{(383)}=2,691$; $p<0.05$). Kadın çalışanların algılanan örgütsel destek puanlarının ortalamaları ($X=30,31$), erkek çalışanların algılanan örgütsel destek puanlarının ortalamalarından ($X=27,00$) yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 4.15. Algılanan Örgütsel Destek Puanlarının Çalışanların Demografik Özelliklerine Göre Farklılaşmasına Yönelik Analizler ve Bulguları

Cinsiyet	N	X	S	Sd	t	p	Levene's
Kadın	36	30,31	5,66	383	2,691	,007*	230
Erkek	348	27,00	7,13				
Medeni Durum	N	X	S	Sd	t	p	Levene's
Evli	181	28,60	7,05	383	3,420	,001*	,990
Bekar	203	26,17	6,88				
İşyerindeki Statü	N	X	S	Sd	t	p	Levene's
Yönetici	68	28,35	7,34	383	1,337	,182	,786
İşgören	316	27,09	6,99				
Eğitim Durumu	N	X	S	Sd	F	p	Scheffe
1. İlköğretim	29	27,55	7,50	3 380 383	2,520	,058	---
2. Lise	229	26,62	7,22				Levene's
3. Önlisans	59	27,69	6,35				,268
4. Lisans ve üstü	67	29,25	6,64				
Yaş	N	X	S	Sd	F	p	Scheffe
1. 16 - 22 yaş arası	35	28,34	7,55	3 380 383	5,257	,001*	2-3
2. 23 - 29 yaş arası	144	25,50	6,90				Levene's
3. 30 - 36 yaş arası	159	28,36	6,76				,846
4. 37 yaş ve üzeri	46	28,59	7,25				
Baba Eğitim Durumu	N	X	S	Sd	F	p	Scheffe
1. İlköğretim ve altı	259	27,11	7,05	2	,694	,500	---
2. Lise	86	27,37	7,45	381			Levene's
3. Önlisans ve üstü	39	28,54	6,22	383			,133
Anne Eğitim Durumu	N	X	S	Sd	F	p	Scheffe
1. Okuma yazma bilmiyor	27	28,56	6,34	2	2,042	,131	---
2. İlköğretim	281	26,88	7,19	381			Levene's
3. Lise ve üstü	76	28,50	6,72	383			,572
İşyerindeki Çalışma Süresi	N	X	S	Sd	F	p	Scheffe
1. 3 yıl ve altı	125	26,73	6,94	3 380 383	,540	,655	---
2. 4 - 7 yıl arası	138	27,40	6,96				Levene's
3. 8 - 11 yıl arası	72	27,65	7,71				,580
4. 12 yıl ve üzeri	49	28,08	6,75				
Toplam Çalışma Süresi	N	X	S	Sd	F	p	Scheffe
1. 3 yıl ve altı	78	25,82	6,51	3 380 383	3,006	,030**	1-4
2. 4 - 7 yıl arası	101	27,21	7,21				Levene's
3. 8 - 11 yıl arası	123	27,15	7,02				,511
4. 12 yıl ve üzeri	82	29,11	7,19				
Yayın Takip Durumu	N	X	S	Sd	t	p	Levene's
Evet	247	27,95	6,91	383	2,386	,018**	,514
Hayır	137	26,17	7,21				
Hobi Durumu	N	X	S	Sd	t	p	Levene's
Evet	286	27,40	7,23	382	,379	,705	,069
Hayır	98	27,08	6,58				

*p<0.01 , **p<0.05 düzeyinde anlamlıdır; Levene's Test p>0.05 dağılım homojendir.

Algılanan örgütsel destek puanları, çalışanların medeni durumlarına göre anlamlı bir farklılık göstermiştir ($t_{(383)}=3,420$; $p<0.05$). Evli çalışanların algılanan örgütsel destek puanlarının ortalamaları ($X=28,60$), bekar çalışanların algılanan örgütsel destek puanlarının ortalamalarından ($X=26,17$) yüksek olduğu söylenebilir. Ayrıca algılanan örgütsel destek puanları, çalışanların işi ile ilgili yayınları takip etme durumuna göre anlamlı bir farklılık göstermiştir ($t_{(383)}=2,386$; $p<0.05$). İşle ilgili yayınları takip eden çalışanların algılanan örgütsel destek puanlarının ortalaması ($X=27,95$), yayın takip etmeyen çalışanların algılanan örgütsel destek puanlarının ortalamasından ($X=26,17$) çok az yüksek olduğu görülmektedir. Ancak, çalışanların algılanan örgütsel destek puanlarının işyerindeki statülerine ($t_{(383)}=1,337$; $p>0.05$) ve hobi durumlarına ($t_{(382)}=,379$; $p>0.05$) göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir. Ayrıca grupların arasındaki varyansların eşit (homojen) dağılıp dağılmadığını anlamak için Levene's Testi kullanılmıştır. Test sonuçlarına göre grupların varyansları arasında fark yoktur ve eşit dağılım göstermektedir ($p>0.05$).

Algılanan örgütsel destek puanlarının çalışanların eğitim durumu, yaşı, babalarının ve annelerinin eğitim durumu, işyerindeki kıdem ve toplam kıdemlerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını incelemek amacıyla Varyans (One-Way Anova), Levene's ve Scheffe testleri uygulanmıştır. Bulgulara göre, algılanan örgütsel destek puanları çalışanların yaşlarına göre anlamlı bir farklılık göstermiştir ($F_{(3-380)}=5,257$; $p<0.05$). Farklılığın hangi gruptan kaynaklandığını belirlemek üzere yapılan Scheffe testinin sonuçlarına göre; yaşları 23 - 29 arası olan çalışanların algılanan örgütsel destek puanlarının ortalaması ($X=25,50$), yaşları 30 - 36 arası ($X=28,36$) olan çalışanların algılanan örgütsel destek puanlarının ortalamasından daha düşük olduğu görülmektedir. Ayrıca, algılanan örgütsel destek puanları çalışanların toplam çalışma sürelerine

(kıdem) göre anlamlı bir farklılık göstermiştir ($F_{(3-380)}=3,006$; $p<0.05$). Scheffe testinin sonuçlarına göre; 3 yıl ve altı toplam çalışma süresine sahip olan çalışanların algılanan örgütsel destek puanlarının ortalaması ($X=25,82$), 12 yıl ve üzeri toplam çalışma süresine sahip olan çalışanların algılanan örgütsel destek puanlarının ortalamasından ($X=29,11$) düşük olduğu görülmektedir. Algılanan örgütsel destek puanlarının çalışanların eğitim durumuna ($F_{(3-380)}=2,520$; $p>0.05$) babalarının eğitim durumuna ($F_{(2-381)}=,694$; $p>0.05$), annelerinin eğitim durumuna ($F_{(2-381)}=2,042$; $p>0.05$) ve işyerindeki çalışma sürelerine ($F_{(3-380)}=,540$; $p>0.05$) göre anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır. Levene's Testi sonuçlarına göre grupların varyansları arasında fark yoktur ve eşit dağılım göstermektedir ($p>0.05$).

5. SONUÇ ve ÖNERİLER

5.1. SONUÇ

Değişmeyen tek şeyin değişim olduğu günümüz iş dünyasında rekabetin ve sürdürülebilirliğin gereklilikleri de değişmiş olabilir. Dün imkansız olan bugün ulaşılabilir, yarın ise yeniliğini ve rekabet avantajını kaybetmiş sıradan, eski bir duruma gelebilir. Örgütler artık rakipleriyle rekabet edebilmek, sürdürülebilir olmak ve farklılaşmak için sürekli yenilik faaliyetlerinde bulunabilirler. Apple'ın eski yöneticisi Steve Jobs "Müşterinize ne istediğini sorup ona göre ürün çıkaramazsınız, çünkü siz onların istediğini yaparken onlar başka birşey istiyor olacaktır" sözü ile insan ihtiyaçlarının ne denli hızlı değiştiğini ve bu değişimi yakalayabilmek için örgüt çalışanlarının yaratıcı düşünce yapısına sahip, risk alabilen, proaktif ve özgün bireylerden oluşmasının ne denli önemli olduğunu belirtilebilir.

Dün mükemmel olan, fark yaratan bir ürün ya da fikir, bugün sıradan, yarın ise eskimiş ve modası geçmiş olabilmektedir. Hızla değişen iş hayatında örgütlerin rakiplerine karşı rekabet edebilmesi, yeni ve yaratıcı fikirlere sahip çalışanlarının ortaya koyacakları yenilik ile mümkün olabilir. Her geçen gün ürünler arasındaki farklılıkların kalktığı, ürünlerin birbirine benzediği ve taklit edildiği ortamda örgütler, sürdürülebilirliğini sağlamak ve rekabet avantajı elde edebilmeleri için yenilik yapabilir ve bunu örgüt kültürü haline getirebilirler. Bireysel yaratıcılık düzeyleri yüksek olan çalışanlar, örgütün de kendilerine verdiği destek sayesinde iç girişimcilik performanslarını arttırabilir, gerektiğinde daha fazla risk alabilir, sektördeki fırsatları öngörüp avantaja çevirebilir ve dolayısıyla yenilik yapabilirler.

Sosyal mübadele kuramının temelinde "kazan-kazan" mantığı vardır. Örgüt kendi amaçlarına ulaşabilmek için çalışanlara ihtiyaç duyabilir. Çalışanlar ise kendi

hedeflerini gerçekleştirmek için kariyer sahibi olacağı bir örgüte ihtiyaç duyabilir. Örgütün çalışanlarına verdiği desteği, çalışanların olumlu algılayıp performanslarını yükseltmesi hem örgütün hem de çalışanın amaçlarına ulaşmada önem arzedebilir. Örgütsel destek algısı yüksek olan çalışanlar, örgütsel bağlılığı daha yüksek olabilmekte, daha fazla sorumluluk alabilmekte ve yüksek örgütsel vatandaşlık davranışı gösterebilmektedirler.

Çalışanların yaratıcılık düzeylerinin, iç girişimcilik performansları üzerinde etkisi olduğunun ortaya konulmasında algılanan örgütsel desteğin aracılık rolünü tespit etmek amacıyla “Çalışanların Bireysel Yaratıcılık Düzeylerinin İç Girişimcilik Performansları Üzerindeki Etkisinde Algılanan Örgütsel Desteğin Aracılık Rolü” başlıklı bu çalışma gerçekleştirilmiştir. Araştırmada, ilgili alanyazın incelemesinden sonra yürütülen araştırmadan elde edilen sonuçlar aşağıdaki gibi sıralanabilir:

- Araştırmada, daha önce geçerlilikleri ve güvenilirlikleri kanıtlanmış, alanyazında kabul görmüş ölçekler kullanılmıştır. Bu ölçekler; Bireysel Yaratıcılık Ölçeği, İç Girişimcilik Ölçeği ve Algılanan Örgütsel Destek Ölçeği olarak sıralanabilir.
- Ölçeklere ilişkin güvenilirlik düzeyleri Cronbach Alfa iç tutarlılık katsayıları açısından değerlendirildiğinde; araştırmada kullanılan tüm ölçeklerin yüksek derecede güvenilir olduğu ifade edilebilir.
- Ölçeklerin geçerliliği özellikle yapı geçerliliği kapsamında faktör analizi kullanılmıştır. Ölçekleri oluşturan faktörlerin iyi düzeyde açıklama oranları ile ölçekleri açıkladığı ifade edilebilir.
- Bireysel Yaratıcılık Ölçeği, bireysel yaratıcılık olarak adlandırılan tek faktörlü bir yapı ile ölçeğe ilişkin toplam varyansın %52,357'sini açıklamaktadır.

- İç Girişimcilik Ölçeği; yenilik, risk alma, proaktiflik ve özerklik olarak adlandırılan dört faktörlü bir yapı ile ölçeğe ilişkin toplam varyansın %62,768'ini açıklamaktadır.
- Algılanan Örgütsel Destek Ölçeği; algılanan örgütsel destek olarak adlandırılan tek faktörlü bir yapı ile ölçeğe ilişkin toplam varyansın %59,361'ini açıklamaktadır.
- Araştırmada, bireysel yaratıcılık ölçeğini oluşturan değişkenlere ilişkin tanımlayıcı bulgular değerlendirildiğinde, verilerin dağılımın normal olduğu, katılımcıların bireysel yaratıcılık düzeylerinin bilincinde olduğu ve faaliyetlerini bu özelliklere göre yürüttüğü söylenebilir.
- Araştırmada, iç girişimcilik ölçeğini oluşturan değişkenlere ilişkin tanımlayıcı bulgular değerlendirildiğinde, verilerin dağılımın normal olduğu, katılımcıların yeni fikirlere açık olduğu, gerektiğinde risk almayı bildiği, fırsatları fark edip proaktif olduğu ancak, araştırmanın gerçekleştirildiği örgütün; takım odaklı, iş tanımları ve belli politika ve süreçleri olduğundan katılımcıların özerklik anlayışlarının kısıtlanmış olduğu söylenebilir.
- Araştırmada, algılanan örgütsel destek ölçeğini oluşturan değişkenlere ilişkin tanımlayıcı bulgular değerlendirildiğinde, verilerin dağılımın normal gösterdiği, katılımcıların örgütün kendilerine verdiği desteği olumlu algıladıkları ve faaliyetlerini “sosyal mübadele kuramı” mantığı çerçevesinde gerçekleştirdikleri söylenebilir.
- Katılımcıları demografik özelliklerine ilişkin bulgular değerlendirildiğinde; katılımcıların büyük bir bölümünün (%90,6) erkek olduğu, yarısından fazlasının bekar (%52,9) olduğu, büyük oranda mavi yakalılardan (%82,3) oluştuğu, genç

bir nüfusa (%78,9) sahip olduğu, %59,6'sının lise mezunu olduğu, anne ve babalarının eğitim düzeylerinin ilköğretim olduğu, mevcut işyerlerindeki çalışma sürelerinin düşük olduğu, büyük bir kısmının hobilerinin (%74,5) olduğu ve önemli bir kısmının ise işi ile ilgili yayımları takip ettiği (%64,3) söylenebilir.

- Araştırmada, bireysel yaratıcılık ölçeği, iç girişimcilik ölçeği ve boyutları ile algılanan örgütsel destek ölçeği arasında gerçekleştirilen korelasyon analizinden elde edilen bulgular, bu boyutlar arasında pozitif yönde ve anlamlı korelasyonlar olduğunu göstermektedir.
- Bireysel yaratıcılık ölçeğinin, iç girişimcilik ölçeği ve alt boyutları ile algılanan örgütsel destek ölçeği arasında pozitif yönde ve anlamlı korelasyonlar olduğu ancak iç girişimcilik ölçeğinin risk alma boyutu ile herhangi bir anlamlı ilişkisinin olmadığı söylenebilir.
- İç girişimcilik ölçeği ve alt boyutlarının, bireysel yaratıcılık ölçeği ve algılanan örgütsel destek ölçeği arasında pozitif yönde ve anlamlı korelasyonlar olduğu ancak iç girişimcilik ölçeğinin risk alma boyutunun bireysel yaratıcılık ölçeği ve algılanan örgütsel destek ölçeği ile herhangi bir anlamlı ilişkisinin olmadığı görülmektedir.
- Algılanan örgütsel destek ölçeğinin, bireysel yaratıcılık ölçeği ve iç girişimcilik ölçeği ve alt boyutları arasında pozitif yönde ve anlamlı korelasyonlar olduğu ancak algılanan örgütsel destek ölçeğinin risk alma boyutu ile herhangi bir anlamlı ilişkisinin olmadığı söylenebilir.

- Araştırmada, bağımsız değişkenin (bireysel yaratıcılık) bağımlı değişkenler (iç girişimcilik ve algılanan örgütsel destek) üzerindeki etkisi doğrusal (linear) regresyon analizi, aracılık rolü ise hiyerarşik regresyon analizi ile test edilmiştir.
- Hipotez 1 için oluşturulan doğrusal regresyon analizine göre; çalışanların bireysel yaratıcılık düzeyleri iç girişimcilik performanslarını pozitif yönde etkilemektedir. Mevcut bir örgüt içerisinde, örgütün karlılığı ve örgütün rekabet gücünü arttırmak, sürdürülebilirliği sağlamak ve stratejik yenilenmeyi gerçekleştirebilmek için yeni ürünler, yeni iş süreçleri, yeni stratejiler ortaya koymak olarak tanımlanan iç girişimcilik, örgütlerin amaçlarına ulaşmaları için oldukça önem arzedebilir. Örgütlerin, iç girişimcilik performanslarını göstermesi yaratıcı düşünceye sahip çalışanları ile mümkün olabilir. Örgütler çalışanların yaratıcılık düzeylerini yükseltmek ve devamlılığını sağlamak için, yaratıcılığa ortam sağlayan güçlü bir örgüt kültürü oluşturabilirler. Örgütler, her ortamda çalışanların yaratıcılık özelliklerini destekleyebilir ve teşvik edebilir.
- Hipotez 1a, 1b, 1c ve 1d için oluşturulan doğrusal regresyon analizlerine göre; çalışanların bireysel yaratıcılık düzeyleri iç girişimcilik boyutlarının (yenilik, proaktiflik, özerklik) performanslarını pozitif yönde etkilediği, ancak risk alma boyutu ile herhangi bir nedensel ilişkisinin olmadığı söylenebilir. Örgütlerin rakipleriyle rekabet edebilmeleri ve hayatta kalabilmeleri için iç girişimcilik performanslarına önem verebilir ve geliştirebilirler. Örgütün pazara yeni ürün ve teknolojiler sunan, fırsatları ve tehditleri önceden öngörüp proaktif davranan, gerektiğinde risk almayı bilen ve riski iyi yönetebilen, fikirlerinde ve davranışlarında özgün olabilen çalışanlara ihtiyacı olabilir. Günümüz rekabetçi iş dünyasında örgütler, çalışanlarında bulunması gereken bu özelliklere yine

çalışanlarının sahip olduğu bireysel yaratıcılık gücüyle ulaşabilirler. Yeni bir ürün ve fikir ortaya koyabilmek yaratıcı düşünebilmekle ilgili olabilir.

- Hipotez 2 için oluşturulan doğrusal regresyon analizine göre; çalışanların bireysel yaratıcılık düzeyleri algılanan örgütsel desteği pozitif yönde etkilediği görülmektedir. Bireyler sahip oldukları yaratıcılık özellikleri ile örgüte girerler. Bu özelliklerin bir kısmı doğuştan bir kısmı içinde bulunduğu kültürden ve bir kısmı da aile ve yakın çevresinden kaynaklanıyor olabilir. Birey sahip olduğu bu yaratıcılık özellikleri ile örgüte katkı sağlamak ve kendini geliştirmeyi amaçlayabilir. Eisenberger ve arkadaşları (1990) algılanan örgütsel desteği, çalışanın örgüt içinde amaçlarını gerçekleştirebilmesi için verdiği katkı sonucunda, örgütün de çalışana verdiği destek, maddi ve manevi ödül olarak tanımlar. Çalışanlar, örgütü için somut ve yararlı çıktılar sağlayarak işyeri sorunlarının çözümünde yeni ve pratik yöntemler geliştirebilirler. Geliştirdiği düşünce ve fikirlerle yenilik yapmak ve sistemi geliştirmek için örgütü zorlayabilirler. Yoğun rekabet ortamında fark yaratmak isteyen örgüt ise bu tür özelliklere sahip çalışanlarını destekleyebilir ve bireysel yaratıcılık faaliyetlerinin artması için ortam hazırlayabilir ve geliştirebilirler.
- Hipotez 3 için oluşturulan doğrusal regresyon analizine göre; algılanan örgütsel destek faaliyetlerinin çalışanların iç girişimcilik performanslarını pozitif yönde etkilediği söylenebilir. Algılanan örgütsel destek, örgütün çalışanın katkılarına, çabalarına, fikirlerine önem ve değer vermesi ve refahını önemsemesine yönelik algılar iken, çalışanların da örgüt yararına yönelik davranışlar sergiler, işlerine karşı daha motive olurlar ve örgüte olan bağlılıkları artar. Örgütün desteğini hisseden çalışanların iç girişimcilik performansları artabilir ve işlerinde daha

etkin ve verimli çalışabilirler. Bu durum hem örgüt için amaçlarına ulaşmada bir kazanç sağlayabilir, hem de çalışan hedeflerine ulaşabilir. Sosyal değişim kuramına göre, her iki durumda da kazan-kazan mantığı hakim olabilir.

- Hipotez 3a, 3b, 3c, 3d için oluşturulan doğrusal regresyon analizlerine göre; algılanan örgütsel destek faaliyetleri çalışanların iç girişimcilik performanslarının (yenilik, proaktiflik, özerklik) alt boyutlarını pozitif yönde etkilediği, ancak risk alma boyutu ile herhangi bir nedensel ilişkisinin olmadığı görülmektedir. Örgütsel destek algısı yüksek olan çalışanların örgütsel bağlılığı daha yüksek olabilir, daha fazla sorumluluk alabilir ve yüksek örgütsel vatandaşlık davranışı gösterebilir. Örgütsel destek sayesinde sosyo-duygusal ihtiyaçları tatmin olan çalışanlar daha yüksek sorumluluk duygusuna sahip olabilir, yeni fikir ve ürünler geliştirebilir, daha fazla öngörücü (proaktif) ve özgün olabilir. Örgütün desteğini yanında hisseden çalışanların daha yüksek iş çıktıları ve performans sundukları söylenebilir.
- Hipotez 4 için oluşturulan hiyerarşik regresyon analizine göre; çalışanların bireysel yaratıcılık düzeylerinin iç girişimcilik performansları üzerindeki etkisinde algılanan örgütsel desteğin kısmi aracılık rolünün olduğu söylenebilir. İç girişimcilik, mevcut girişimcilik kaynaklarının veya çalışanların yaratıcılıklarının kullanılarak örgüt içinde yeni faaliyetlerin oluşturulması sürecidir. Çalışanların bireysel yaratıcılık düzeyleri arttıkça iç girişimcilik performansı yükselebilir ve bu sayede örgüt rakiplerine karşı üstünlük sağlayabilir. Örgütler, çalışanlarının yaratıcılıklarını arttırmak ve iç girişimcilik performanslarını yükseltmek için destek sağlayabilir ve devamlı kılabilirler. Sosyal değişim ve karşılıklılık normu kuramlarına göre, örgüt, amaçlarına

ulaşmak ve sürdürülebilir rekabet avantajı sağlamak istiyorsa, çalışanlarının refah düzeylerini arttırabilir ve onlara her konuda destek sağlayabilir.

- Hipotez 4a için oluşturulan hiyerarşik regresyon analizine göre; çalışanların bireysel yaratıcılık düzeylerinin iç girişimcilik boyutlarından “yenilik” performansı üzerindeki etkisinde algılanan örgütsel desteğin kısmi aracılık rolü olduğu belirtilebilir. Yaratıcılık ile yenilik iç içe geçmiş birbirine çok yakın kavramlardır. Yenilik yaratıcı düşünce ile başlar, olgunlaşır ve sonunda ürün ya da hizmet olarak ortaya çıkabilir. Yaratıcılık yeni fikirler ve düşünceleri oluşturma süreci iken, yenilik bu düşünce ve fikirlerin somut ve fiziksel olarak ortaya konulmuş şekli olduğu söylenebilir. Drucker’a göre yenilik, girişimcilerin farklı bir iş veya hizmet ortaya koymak için değişiklik yapmalarındır ve bu değişim yaratıcı düşünce ile başlar. Örgütler bireysel yaratıcı düşüncenin ortaya çıkması, artması ve devamlılığı için tüm imkanlarını kullanabilirler. Örgütlerin yenilik yapabilmesi ve böylece rakipleriyle rekabet edebilmesi bireysel yaratıcılığı teşvik etmesiyle mümkün olabilir.
- Hipotez 4b için oluşturulan hiyerarşik regresyon analizine göre; çalışanların bireysel yaratıcılık düzeylerinin iç girişimcilik boyutlarından “risk alma” performansı üzerindeki etkisinde algılanan örgütsel desteğin aracılık rolünün olmadığı söylenebilir. Küreselleşen dünyada değişmeyen tek şeyin değişim olduğu söylenebilir. Değişimin olduğu bir yerde belirsizlik ve belirsizliğin olduğu bir yerde ise riskin varlığından bahsedilebilir. Risk örgütün içinde bulunduğu sektörün her sürecinde olabilir. Bu nedenle çalışanlar, belirli ölçülerde risk alarak hareket etmek ve karar vermek durumunda olabilirler. Ancak katılımcıların bireysel yaratıcılık düzeylerinin yüksek olmasına rağmen,

risk almaktan çekindikleri belirtilebilir. Türk toplumunun kültürel yapısından kaynaklanan kendini güvenceye alma ve önünü görme isteği, aynı zamanda iş kaybı ve gelecek düşüncesi ile bunun getirdiği stres, ailesinin geçimi sağlamak ve kariyer hedeflerine ulaşmak için belirsizlikleri ortadan kaldırma isteği çalışanların risk almasına engel olabilir. Bunun yerine takım odaklı çalışarak, riskleri en alt düzeye indirgeyip ortak akıl geliştirme ve uygulama istediği araştırmanın uygulandığı örgütte ön plana çıktığı söylenebilir.

- Hipotez 4c için oluşturulan hiyerarşik regresyon analizine göre; çalışanların bireysel yaratıcılık düzeylerinin iç girişimcilik boyutlarından “proaktiflik” performansı üzerindeki etkisinde algılanan örgütsel desteğin kısmi aracılık rolünün olduğu görülmektedir. Proaktiflik, fırsatlara odaklanmak, pazardaki boşlukları görüp strateji geliştirmek, olası kriz ve kaos ortamlarını öngörüp tedbir almak, değişen çevrenin gelecekteki taleplerini öngörerek cevap vermek, yeni ürün ve hizmetleri, teknolojileri ve yönetim tekniklerini rakiplerinden önce ortaya koyup rekabet üstünlüğü sağlamaktır. Örgütler, tüm bu özelliklere stratejik düşünme kapasitesine sahip, yeni fikir üretebilen, vizyonu geniş, gelecek odaklı, yaratıcılık özelliklerine sahip çalışanları ile ulaşabilir. Örgütlerin çalışanlarına destek vermesi onların yaratıcılık özelliklerini arttırmalarına yardımcı olabilir. Örgütün desteğini alan çalışanlar olaylara daha farklı bir bakış açısıyla bakabilir ve çevreden gelen tehdit ve fırsatları daha önceden öngörüp gerekli önlemleri alabilir ve olaylara reaktif değil, proaktif davranabilirler.
- Hipotez 4d için oluşturulan hiyerarşik regresyon analizine göre; çalışanların bireysel yaratıcılık düzeylerinin iç girişimcilik boyutlarından “özerklik” performansı üzerindeki etkisinde algılanan örgütsel desteğin aracılık rolünün

olmadığı söylenebilir. Özerklik, çalışanların düşüncelerini özgür ve kendi iradesiyle eyleme dönüştürmesi, örgüt kaynaklarını daha etkin ve verimli kullanması kapsamında bağımsız davranabilmeleridir. Yaratıcı düşüncenin ortaya çıkması ve bu düşüncenin yeniliğe dönüşmesi için çalışanların özerkliği önemlidir. Ancak, çalışanların davranışlarında özgün olabilmesi ve bağımsız davranabilmesi için örgütün desteği şart olmayabilir. Çalışanların yaratıcılık düzeylerinin yüksek olması onların özgün olması için yeterli olabilir.

- Araştırmada, bireysel yaratıcılık ölçeği, iç girişimcilik ölçeği ve algılanan örgütsel destek ölçeği ile katılımcıların demografik özellikleri arasındaki farklılıkları ölçmek için t-testi ve varyans (one way anova) testi kullanılmıştır.
- Hipotez 5 için oluşturulan t-testi ve varyans analizlerine göre; “çalışanların demografik özellikleri, bireysel yaratıcılık düzeylerine göre farklılık göstermektedir” yargısı değerlendirilmiştir. Buna göre; katılımcıların bireysel yaratıcılık düzeyleri, katılımcıların medeni durumuna, yaşlarına, işyerindeki çalışma sürelerine, toplam çalışma sürelerine, işi ile ilgili yayınları takip etme durumlarına ve hobilerine göre farklılaştığı söylenebilir.
- Hipotez 6 için oluşturulan t-testi ve varyans analizlerine göre; “çalışanların demografik özellikleri, iç girişimcilik performanslarına göre farklılık göstermektedir” yargısı değerlendirilmiştir. Bulgulara göre; katılımcıların iç girişimcilik performansları, sadece iş yerindeki statülerine göre farklılık gösterdiği belirtilebilir.
- Hipotez 7 için oluşturulan t-testi ve varyans analizlerine göre; “çalışanların demografik özellikleri, algılanan örgütsel desteğe göre farklılık göstermektedir” yargısı değerlendirilmiştir. Bulgulara göre; katılımcıların örgütsel destek

algılamaları, cinsiyetlerine, medeni durumlarına, yaşlarına, toplam çalışma sürelerine, işi ile ilgili yayınları takip etme durumlarına ve hobi durumlarına göre farklılaştığı söylenebilir.

Araştırmanın gerçekleştirildiği örgüt, her yıl ürün yelpazesine yeni ürünler katan, inovatif değişiklikler yapan dünya çapında tanınırlığı ve prestiji olan bir örgüt olduğundan yaratıcılık örgüt kültürlerinin bir parçası olduğu söylenebilir. Dolayısıyla çalışanların da örgüte katıldıklarında bu kültürden etkilendikleri ve örgütün kendilerine verdiği destek ile yaratıcılık düzeylerinin yükseldiği ve iç girişimcilik performanslarının da bu doğrultuda arttığı görülmektedir. Araştırma bulguları da bunu destekler nitelikte olduğu söylenebilir.

5.2. ÖNERİLER

Öneriler, yapılan alanyazın taraması ve uygulanan araştırma sonucunda ortaya çıkan bulgular ışığında, örgütlere, yöneticilere, araştırmacılara, paydaşlara, üniversitelere, devlete, devlet kuruluşlarına ve ailelere yol göstermek, katkıda bulunmak ve bundan sonra yapılacak araştırmalara ışık tutmak amacıyla hazırlanmıştır. Bu önerileri aşağıdaki gibi sıralamak mümkündür;

- Örgütler, tüm yönetici ve çalışanlarının karar verme, risk alabilme, öngörücü olabilme, yaratıcı özelliklerini ortaya çıkarabilme ve bunu yenilik yaparak mal ve hizmete dönüştürebilme becerilerine sahip olabilmeleri için hizmet içi eğitim programları, kurs, seminer, çalıştay, konferans vb. düzenleyebilir,
- Yöneticiler, çalışanlarına değer verdiklerini hissettirebilir ve herkesin fikrini özgürce açıklayabileceği demokratik ortam sağlayabilir,
- Örgütler, yaratıcılığı, yaratıcı düşüncüyü ve yenilik yapabilmeyi örgüt politikası haline getirebilir ve yaratıcılığa ve yeniliğe her fırsatta önem verdiğini çalışanlarına gösterebilir,
- Örgütler, yönetici seçimlerinde yaratıcılık özelliği olan lider konumundaki kişileri tercih edebilir,
- Örgütler, tüm süreçlerine (organizasyon, kontrol, eşgüdüm, planlama vb.) yaratıcı düşüncüyü dahil edebilir,
- Yöneticiler, çalışanlarının performans değerlemelerini yaparken, yaratıcı düşünce, yenilikçi, girişimci, risk alma ve proaktiflik gibi kriterleri göz önünde bulundurabilir ve çalışanlarını bu özelliklerini geliştirmeleri konusunda teşvik edebilir,

- Örgütler, fark yaratmanın, farklı olmanın yolunun yaratıcılık ve yenilik kültürüne sahip olmaktan geçtiği düşünülürse, yaratıcılığın ve yeniliğin gelişmesini sağlayan bir örgüt kültürü oluşturabilir,
- Örgütler, çalışanlarına her konuda destek sağlayabilir ve bunu çalışanlarının algılayabilmesi için gerekli ortamı hazırlayabilir,
- İnsan kaynakları bölümü, işe alımlarda bireylerin bireysel yaratıcılıklarını ortaya çıkaran test ve mülakat yöntemlerini kullanabilir,
- Örgütler, çalışanlarına fikirlerinin değerli olduğunu ve önemsendiğini fark ettirebilir,
- Örgütler, projeye dönüşen, oradan yeni ürün haline gelen fikirleri ödüllendirebilir ve diğer çalışanlar arasında yayılması için teşvik edebilir,
- Örgütler, çalışanlarını örgütün hedefleri ve kendilerinden beklentileri konusunda bilgilendirebilir ve yönlendirebilir,
- Araştırmacılar, yaratıcılıkla ilgili farklı sektörlerde, farklı örneklem gruplarıyla ve farklı değişkenlerle araştırmalar yapabilir,
- Bireysel yaratıcılık, ailede anne ve babanın yönlendirmesi ile başlar, eğitim hayatı boyunca devam eder. Bu bağlamda, hayatın her anında bireysel yaratıcılığı ortaya çıkartıcı ve geliştirici eylemlere önem verilebilir,
- Devlet, mevcut ve çıkartacağı yasalarla bireysel yaratıcılığı teşvik edebilir, kurum ve kuruluşlarında gerekli ortamı oluşturabilir ve bunun için gerekli kaynakları ayırabilir,
- Üniversiteler, öğrencilerin yaratıcılıklarını geliştirici seçmeli dersler koyabilir, sosyal ve ders içerikli geziler düzenleyebilir ve sanayi-üniversite işbirliğini geliştirebilir,

- Üniversiteler, AR-GE faaliyetlerine önem verebilir, öğrencileri teknoloji odaklı, yenilikçi ve özgün faaliyetler içinde bulunmalarını sağlayabilir,
- Milli Eğitim Bakanlığı, ders müfredatlarını öğrencilerin yaratıcılıklarını ortaya çıkaracak ve destekleyecek şekilde düzenleyebilir.

KAYNAKÇA

- Abdollahi, Farhad, Piri, Moosa ve Azimi, M. Mohammad (2013). The Relationship between Perceived Organizational Support and Organizational Commitment among Faculty Members. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 7(4), ss. 475-479.
- Acıbozlar, Özlem (2006). *Yönetici Hemşirelerin Karar Verme Stratejileri ve Yaratıcılık Düzeyleri*. Gazi Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Acuner, Taner, Baki, Birdoğan ve Cengiz, Ekrem (2004). Yaratıcı Örgüt Kültürü Faktörlerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma: Trabzon Yurdu Müdürlüğü Örneği. *Atatürk Üniversitesi SBE Dergisi*, 4(2), ss. 325-339.
- Adonisi, Mandla ve Wyk, R. Van (2012). The Influence of Market Orientation, Flexibility and Job Satisfaction on Corporate Entrepreneurship. *International Business & Economics Research Journal*, 11(5), ss. 477-486.
- Ağca, Veysel ve Kurt, Mustafa (2007). İç Girişimcilik ve Temel Belirleyiciler: Kavramsal Bir Çerçeve. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 29, ss. 83-112.
- Ağca, Veysel ve Kandemir, Tuğrul (2008). Aile İşletmelerinde İç Girişimcilik Finansal Performans İlişkisi: Afyonkarahisar'da Bir Araştırma. *Sosyal Bilimler Dergisi*, X(3), ss. 209-230.
- Ahlin, Branka, Drnovsek, Mateja ve Hisrich, D. Robert (2013). Entrepreneurs' Creativity and Firm Innovation: The Moderating Role of Entrepreneurial Self-Efficacy, *Small Business Economics*, ss. 1-17.

- Akalan, Çisil (2006). *Duygusal Örgütsel Bağlılık Gelişiminde Çalışanların Algıladığı Örgütsel Destek ve Ara Bir Değişken Olarak Örgüt Temelli Öz-Saygı*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi SBE, Ankara.
- Akdoğan, Asuman ve Cingöz, Ayşe (2006). *İç Girişimciliğe Verilen Önem Düzeyi ve İç Girişimciliği Etkileyen Örgütsel Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Kayseri İlinde Bir Araştırma*. Uluslararası Girişimcilik Kongresi Bildiri Kitabı, Bişkek.
- Akıllı, Nuray (2012). *İlköğretim Sekizinci Sınıf Öğrencilerinin Eleştirel Düşünme Eğilimleri ve Yaratıcılık Düzeylerinin Değerlendirilmesi*. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi SBE, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş.
- Akın, Mahmut (2010). “Personeli Güçlendirme Algılaması, Örgüt İklimi Algılaması ve Yaratıcı Kişilik Özelliklerinin Örgüt Düzeyinde Yaratıcı Çıktılar Üzerindeki Doğrudan ve Dolaylı Etkileri”, *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, Sayı. 29, ss.211-238.
- Akın, Mahmut (2008). Örgütsel Destek, Sosyal Destek ve İş/Aile Çatışmalarının Yaşam Tatmini Üzerindeki Etkileri. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2008/2(25), ss.141-170.
- Akkaş, Eşref (2013). Bilim ve Sanat Merkezlerindeki Uyum ve Destek Eğitimi Programlarının Üstün Yeteneklilerde Yaratıcılığa Etkisi. *Üstün Yetenekliler Eğitimi Araştırmaları Dergisi*, 1(2), ss. 108-116.
- Akkoç, İrfan, Çalışkan, Abdullah ve Turunç, Ömer (2012). Örgütlerde Gelişim Kültürü ve Algılanan Örgütsel Destegın İş Tatmini ve İş Performansına Etkisi: Güvenin Aracılık Rolü. *Yönetim ve Ekonomi*, 19(1), ss. 105-135.

- Aksüzek, Saniye (2008). *İşletmelerde Rekabet Avantajı Olarak Yaratıcı Düşünce Yaratılmasını Üzerine Bir Araştırma*, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Aktamış, Halil ve Ergin, Ömer (2007). Bilimsel Süreç Becerileri İle Bilimsel Yaratıcılık Arasındaki İlişkinin Belirlenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 33, ss. 11-23.
- Allen, L. Stephanie, Smith, E. Joseph ve Silva D. Nancy (2013). Organizational Change and Organizational Creativity Perceptions from Nonprofit Organizational Members. *Nonprofit Management and Leadership*, 24(1), ss. 23-42.
- Allen, G. David, Shore, M. Lynn ve Griffeth, W. Rodger (2003). The Role of Perceived Organizational Support and Supportive Human Resource Practices in the Turnover Process. *Journal of Management*, 29(1), ss. 99-118.
- Allen, G. David ve Shanock, R. Linda (2013). Perceived Organizational Support and Embeddedness as Key Mechanisms Connecting Socialization Tactics to Commitment and Turnover among New Employees. *Journal of Organizational Behavior*, 34, ss. 350-369.
- Alpkan, Lutfihak, Bulut, Çağrı, Günday, Gürhan, Ulusoy, Gündüz ve Kemal Kılıç (2010). Organizational Support for Intrapreneurship and its Interaction with Human Capital to Enhance Innovative Performance. *Management Decision*, 48(5), ss. 732-755.
- Altın, Beril (2010). *İlköğretimde Görevli Öğretmenlerin Örgütsel Bağlılıklarıyla Yaratıcılıkları İlişkisi*, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul.

- Altındağ, Canay, Göksel, Çağlar, Koray, Özlem ve Koray, Abdullah (2012). *Eleştirel ve Yaratıcı Düşünme Temelli Fen ve Teknoloji Laboratuvarı Uygulamalarının Yaratıcılık ve Problem Çözme Becerisine Etkisi*. X. Ulusal Fen Bilimleri ve Matematik Eğitimi Kongresi, Niğde.
- Altınöz, Mehmet, Çöp, Serdar, Çakıroğlu, Demet, Kervancı, Ferda ve Keskin, Nuray (2012). *Algılanan Örgütsel Desteğin Büro Çalışanlarının Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi: Bir Alan Araştırması*. 11. Ulusal Büro Yönetimi ve Sekreterlik Kongresi Bildiri Kitabı, Isparta.
- Altunışık, Remzi, Coşkun, Recai, Bayraktaroğlu, Serkan, Yıldırım, Engin (2004). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri: SPSS Uygulamalı*, İstanbul: Sakarya Kitabevi.
- Altuntaş, Gültekin ve Dönmez, Dilek (2010). Girişimcilik Yönelimi ve Örgütsel Performans İlişkisi: Çanakkale Bölgesinde Faaliyet Gösteren Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 39(1), ss. 50-74.
- Al-Askari, S. Ahmed (2011). The Impact of Entrepreneurship and Innovation on Developing The Marketing Strategy in Business Organizations. *Journal of Business and Retail Management Research (JBRMR)*, 5(2), ss. 105-117.
- Amabile, M. Teresa (1997). Motivating Creativity in Organizations: On Doing What You Love and Loving What You Do. *California Management Review*, 40(I), ss.39-58.
- Amabile, M. Teresa ve Khaire, Mutki (2008). Creativity and Role of the Leader. *Harvard Business Review*, October, ss. 101-109.

- Amabile, M. Teresa, Barsade, G. Sigal, Mueller, S. Jennifer ve Staw, M. Barry (2005). Affect and Creativity at Work Harvard University University of Pennsylvania New York University. *Administrative Science Quarterly*, 50, ss. 367-403.
- Amado, B. Jose, Montes, L. J. Francisco ve Arostegui, P. N. Maria (2010). Information Technology-Enabled Intrapreneurship Culture and Firm Performance. *Industrial Management and Data Systems*, 110(4), ss. 550-566.
- Andriopoulos, Constantine (2001). Determinants of Organisational Creativity: A Literature Review. *Management Decision*, 39(10), ss. 834–841.
- Antoncic, Bostjan ve Hisrich, D. Robert (2001). Intrapreneurship: Construct Refinement and Cross-Culture Validation. *Journal of Business Venturing*, 16, ss. 495-527.
- Antoncic, Bostjan ve Hisrich, Robert (2003). Clarifying the Intrapreneurship Concept. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10(1), ss.7-24.
- Antoncic, Bostjan ve Hisrich, D. Robert (2004). Corporate Entrepreneurship Contingencies and Organizational Wealth Creation. *Journal of Management Development*, 23(6), ss. 518-550.
- Antoncic, Bostjan (2007). Intrapreneurship: A Comparative Structural Equation Modeling Study. *Industrial Management and Data Systems*, 107(3), ss. 309-325.
- Antoncic, A. Jasna ve Antoncic, Bostjan (2011). Employee Satisfaction, Intrapreneurship and Firm Growth: A Model. *Industrial Management & Data Systems*, 11(4), ss. 589-607.
- Aral, Neriman, Akyol, K. Aysel ve Sıgırtmaç, Ayperi (2006). Beş-Altı Yaş Grubundaki Çocukların Yaratıcılıkları Üzerinde ORFF Öğretisine Dayalı Müzik Eğitiminin Etkisinin İncelenmesi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(15), ss. 1-9.
- Arıkan, Semra (2004). *Girişimcilik*. Siyasal Kitapevi: Ankara.

- Arnolds, C. A. ve Boshoff, Christo (2002). Compensation, Esteem Valence and Job Performance: An Empirical Assessment of Alderfer's ERG Theory. *International Journal of Human Resource Management*, 13(4), ss. 697-719.
- Arshi, A. Tahseen (2013). Entrepreneurial Intensity in the Corporate Sector in Oman: The Elusive Search Creativity and Innovation. *International Business Research*, 5(9), ss. 171-183.
- Arslan, T. Emine (2012). *İnovasyon ile İç Girişimcilik Etkileşimi: Bilişim 500 Şirketlerinde Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Audretsch, B. David ve Belitski, Maksim (2013). The Missing Pillar: The Creativity Theory of Knowledge Spillover Entrepreneurship. *Small Bus Econ*, 41, p.819-836.
- Avşar, Fatma (2007). *Doğrulayıcı Faktör Analizi ve Beck Depresyon Envanteri Üzerine Bir Uygulama*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul: Yıldız Teknik Üniversitesi, Fen Bilimleri Enstitüsü
- Aykan, Ebru (2007). Örgütlerde İnsan Kaynakları Uygulamaları ile Algılanan Örgütsel Destek Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, 22(1), ss. 123-137.
- Ayracı, A. Özlem (2013). Fikir Yarışı. *Inovation ve Strategy*, 1(1,) ss. 8-16.
- Balay, Refik (2010). Öğretim Elemanlarının Örgütsel Yaratıcılık Algıları. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 43(1), ss. 41-78.
- Bakan, İsmail (2013). *Çağdaş Yönetim Yaklaşımları: İlkeler. Kavramlar ve Yaklaşımlar*. Beta Kitap:İstanbul.
- Bakan, İsmail, Eyitmiş, M. Ahmet, Büyükmeşe, Tuba ve Erşahan, Burcu (2012). *Kahramanmaraş'ta Girişimcilik ve Yenilikçilik: Profesyonel Meslek*

Gruplarında Bir Alan Çalışması. II. Bölgesel Sorunlar ve Türkiye Sempozyumu Bildiri Kitabı, 1-2 Ekim, Kahramanmaraş.

Balasundaram, Nimalathasan ve Uddin, S. Mohammad (2009). Determinants of Key Favorable Environment for Intrapreneurship Development: an Empirical Study of Some Selected Companies in Chittagong, Bangladesh. *Petroleum-Gas University of Ploiesti Bulletin*, LXI(2), ss. 29-35.

Baranik, E. Lisa, Roling, A. Elizabeth ve Eby, T. Lillian (2010). Why Does Mentoring Work? The Role of Perceived Organizational Support. *Journal of Vocational Behavior*, 76, ss. 366-373.

Baron, M. Reuben ve Kenny, A. David (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research. Conceptual, Strategic and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Psychology*, 51(6), ss. 1173-1182.

Bashir, Syed (2012). Perceived Organizational Support and The Cross-Cultural Adjustment of Expatriates in the UAE. *Education, Business and Society: Contemporary Middle Eastern Issues*, 5(1), ss. 63-82.

Basım, H. Nejat, Korkmazıyürek, Haluk ve Tokat, A. Osman (2008). Çalışanların Öz Yeterlilik Algılamasının Yenilikçilik ve Risk Alma Üzerine Etkisi: Kamu Sektöründe Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19, ss. 121-130.

Basım, H. Nejat, Meydan, C. Harun ve Şeşen, Harun (2009). Bireyin Örgütsel Adalet Algısının İç Girişimcilik Davranışı ile İlişkisi: Kamuda Bir Araştırma. *İşletme ve Finans Dergisi*, 24(274), ss. 1-19.

- Basım, H. Nejat, Şeşen, Harun ve Meydan, C. Harun (2009). Öğrenen Örgüt Algısının Örgüt İçi Girişimciliğe Etkisi: Kamuda Bir Araştırma. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 64(3), ss. 27-44.
- Beghetto, A. Ronald ve Kaufman, C. James (2013). Fundamentals of Creativity. *Educational Leadership*, February, ss. 11-15.
- Beheshtifar, Malikeh ve Fard, K. B. Fateme (2013). Organizational Creativity: A Substantial Factor to Growth. *International Journal of Academic Research in Business and Social Sciences*, 3(3), ss. 98-104.
- Bernstein, Nikita (2013). "Intrapreneurship" - Can Big Business Pull It Off?. *Workforce Solutions Review*, October/November, ss. 12-16.
- Beugre, D. Constant (2002). Understanding Organizational Justice and its Impact on Managing Employees: An African Perspective. *Journal of Human Resource Management*, 13(7), ss. 1091-1104.
- Bilge, Hürriyet ve Bal, Vedat (2012). Girişimcilik Eğilimi: Celal Bayar Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16, ss.131-148.
- Bissola, Rita ve Imperatori, Barbara (2011). Organizing Individual and Collective Creativity: Flying in the Face of Creativity Cliches. *Creativity and Innovation Management*, 20(2), ss. 77-89.
- Bledow, Ronald, Rosing, Kathrin ve Frese, Michael (2013). A Dynamic Perspective on Affect and Creativity. *Academy of Management Journal*, 56(2), ss. 432-450.
- Bogler, Ronit ve Nir, E. Adam (2012). The Importance of Teachers' Perceived Organizational Support to Job Satisfaction: What's Empowerment Got to Do With It?. *Journal of Educational Administration*, 50(3), ss. 287-306.

- Bolat, Tamer, Seymen, A. Oya, Bolat, Oya ve Erdem, Barış (2009). *Yönetim ve Organizasyon*. Detay Yayıncılık: Ankara.
- Boyer, L. Stefanie, Artis, B. Andrew, Fleming, E. David ve Solomon, J. Paul (2014). The Impact of Perceived Organizational Support on Self-Directed Learning in Sales Training. *Journal of Marketing Channels*, 21, ss. 65-76.
- Bozkurt, Fatma (2007). *Denizcilik Sektöründe Çalışan Gemi Adamlarının Demografik Özellikleri ile Örgütsel Bağlılık, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve Algılanan Örgütsel Destek Düzeyi Arasındaki İlişkiyi İncelemeye Yönelik Bir Araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Celal Bayar Üniversitesi SBE, Manisa.
- Bozkurt, Ç. Özlem ve Alparslan, M. Ali (2013). Girişimcilerde Bulunması Gereken Özellikler ile Girişimcilik Eğitimi: Girişimci ve Öğrenci Görüşleri. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(1), ss. 7-28.
- Borch, J. Odd, Huse, Morten ve Senneseth, Knut (1999). Resource Configuration Competitive Strategies, and Corporate Entrepreneurship: An Empirical Examination of Small Firms. *Entrepreneurship Theory and Practice*, ss. 49-70.
- Borza, Anca ve Maier, Veronica (2012). The Growing Importance of Intrapreneurship and its Impact upon The Survival of Companies. *Revista de Management și Inginerie Economică*, 11(4), ss. 13-22.
- Bouchard, Veronique ve Basso, Olivier (2011). Exploring the Links between Entrepreneurial Orientation and Intrapreneurship in SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 18(2), ss. 219-231.
- Breukelen, V. Wim, Schyns, Birgit ve Blanc, L. Pascale (2006). Challenges Leader-Member Exchange Theory and Research: Accomplishments and Future. *Leadership*, 2(3), ss. 295-316.

- Brunaker, Svante ve Kurvinen, Jaana (2006). Intrapreneurship, Local Initiatives in Organizational Change Processes. *Leadership and Organization Development Journal*, 27(2), ss. 118-132.
- Byrne, S. Zinta ve Hochwarter, A. Wayne (2008). Perceived Organizational Support and Performance: Relationships Across Levels of Organizational Cynicism. *Journal of Managerial Psychology*, 23(1), ss. 54-72.
- Caniels, C.J. Marjolein ve Rietzschel, F. Eric (2013). Organizing Creativity: Creativity and Innovation under Constraints. *Creativity and Innovation Management*, 22(1), ss. 100-102.
- Carland, C. Joann ve Carland, W. James (2007). Intrapreneurship: A Requisite for Success. *The Entrepreneurial Executive*, 12, ss. 83-94.
- Castro, Francisca, Gomes, Jorge ve Sousa, C. Fernando (2012). Do Intelligent Leaders Make a Difference? The Effect of a Leader's Emotional Intelligence on Followers' Creativity. *Creativity and Innovation Management*, 21(2), ss. 171-182.
- Cao, Lan, Hirschi, Andreas ve Deler, Jurgen (2014). Perceived Organizational Support and Intention to Stay in Host Countries Among Self-Initiated Expatriates: The Role of Career Satisfaction and Networks. *The International Journal of Human Resource Management*, 25(14), ss. 2013-2032.
- Cengiz, Ekrem, Acuner, Taner ve Baki, Birdoğan (2006). Liderlerin Sahip Oldukları Duygusal Zekanın Örgütsel Yaratıcılık Üzerine Etkileri: Bir Model Önerisi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), ss. 421-434.
- Cengiz, Ekrem, Acuner, Taner ve Baki, Birdoğan (2007). Örgütsel Yaratıcılığı Belirleyen Faktörler Arası Yapısal İlişkiler. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (1), ss. 98-121.

- Cerne, Matej, Nerstad, L.G. Christine ve Skerlavaj, Miha (2014). What Goes Around Comes Around: Knowledge Hiding, Perceived Motivational Climate, and Creativity. *Academy of Management Journal*, 57(1), ss. 172-192.
- Ceylan Adnan ve Demircan Nigar (2002). *Girişimcilerin Başarı, Güç ve Yakın İlişki İhtiyaçlarının Kişilik Özellikleri İlişkisi Üzerine Düzce Bölgesi'ndeki Kobi'lerde Bir Araştırma*. 21. Yüzyılda Kobi'ler: Sorunlar, Fırsatlar ve Çözüm Önerileri Kongresi, Kıbrıs.
- Ceylan, Adnan ve Savi, Z. Fatma (2003). Örgütsel Yaratıcılığı Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma. *İstanbul Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 29, ss. 151-175.
- Chadam, Jan ve Pastuszak, Zbigniew (2005). Marketing Aspects of Knowledge-Based Management in Groups of Companies:Case of Poland. *Industrial Management and Data Systems*, 105(4), ss. 459-475.
- Chamakiotis, Petros, Dekoninck, A. Elies ve Panteli, Niki (2013). Factors Influencing Creativity in Virtual Design Teams: An Interplay between Technology, Teams and Individuals. *Creativity and Innovation Management*, 22(3), ss. 265-279.
- Chang, Cheng-Ping ve Hsu, Pei-Chun (2013). The Correlation Between Employee Information Literacy and Employee Creativity. *Quality and Quantity*, ss. 1-14.
- Chang, Jane (2000). Model of Corporate Entrepreneurship: Intrapreneurship and Exopreneurship. *International Journal of Entrepreneurship*, 4, ss. 69-104.
- Chang, Jane (2001). Intrapreneurship and Exopreneurship in Manufacturing Firms: An Empirical Study of Performance Implications. *Journal of Enterprising Culture*, 9(2), ss. 153-171.

- Chen, Guoquan ve Tjosvold, Dean (2008). Organizational Values and Procedures as Antecedents for Goal Interdependence and Collaborative Effectiveness. *Asia Pacific Journal of Management*, 25, ss. 93-112.
- Chen, Jie ve Eldridge, Derek (2011). The Missing Link in Newcomer Adjustment: The Role of Perceived Organizational Support and Leader-Member Exchange. *International Journal of Organizational Analysis*, 19(1), ss. 71-88.
- Chen, Yu-Shan ve Chang, Ching-Hsun (2013). The Determinants of Green Product Development Performance: Green Dynamic Capabilities, Green Transformational Leadership, and Green Creativity. *Journal of Business Ethics*, 116(1), ss. 107-119.
- Chen, Jui-Kuei ve Chen, I. Shuo (2012). Creative-Oriented Personality, Creativity Improvement, and Innovation Level Enhancement. *Quality and Quantity*, 26, ss.1625-1645.
- Chen, Zhixia, Eisenberger, Robert, Johnson, M. Kelly, Sucharski, L. Ivan ve Aselage, Justin (2009). Perceived Organizational Support and Extra-Role Performance: Which Leads to Which?. *The Journal of Social Psychology*, 149(1), ss.119-124.
- Cheristensen, S. Karina (2005). Enabling Intrapreneurship: The Case of a Knowledge Intensive Industrial Company. *European Journal of Innovation Management*, 8(3), ss. 305-322.
- Chiu, Chi-Yue ve Kwan, Y. Y. Letty (2010). Culture and Creativity: A Process Model. *Management and Organization Review*, 6(3), ss. 447-461.
- Cho, Jeewon ve Treadway, C. Darren (2011). Organizational Identification and Perceived Organizational Support as Mediators of The Procedural Justice–

- Citizenship Behaviour Relationship: A Cross-Cultural Constructive Replication. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 20(5), ss. 631-653.
- Chua, J. Y. Roy (2013). The Costs of Ambient Cultural Disharmony: Indirect Intercultural Conflicts in Social Environment Undermine Creativity. *Academy of Management Journal*, 56(6), ss. 1545-1577.
- Chuebang, Pharnnapha ve Baotham, Sumintorn (2011). Voluntary Turnover Intentions: Effects on Perceived Organizational Support and Organizational Commitment of Thai Employees in Rajabhat Universities. *Rev. of Bus. Res.*, 11(3), ss. 1-13.
- Conklin, T. Martha, Lambert, U. Carolyn, Brenner, Matthew ve Cranage, A. David (2009). Relationship of Directors' Beliefs of Perceived Organizational Support and Affective Commitment to Point in Time of Development of School Wellness Policies. *Journal of Foodservice Business Research*, 12, ss. 110-119.
- Covin, G. Jeffrey ve Slevin P. Dennis (1989). Strategic Management of Small Firm in Hostile and Bening Environments. *Strategic Management Journal*, 10(1), ss.75-87.
- Covin, G. Jeffrey ve Miles, P. Morgan (1999). Corporate Entrepreneurship and The Pursuit of Competitive Advantage. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23(3), ss. 47-63.
- Çakmak, Aygen (2010). Meslek Yüksek Okulu Öğrencilerinin Yaratıcılık Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar e-dergisi*, ss. 1-11.
- Çavuş, F. Mustafa ve Akgemci, Tahir (2008). İşletmelerde Personel Güçlendirmenin Örgütsel Yaratıcılık ve Yenilikçiliğe Etkisi: İmalat Sanayiinde Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20, ss. 229-244.

- Çavuş, F. Mustafa (2006). *İşletmelerde Personel Güçlendirme Uygulamalarının Örgütsel Yaratıcılık ve Yenilikçiliğe Etkileri Üzerine İmalat Sanayinde Bir Uygulama*. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Konya.
- Çelik, Adnan ve Akgemci, Tahir (2007). *Girişimcilik Kültürü ve KOBİ'ler*. Nobel Yayın Dağıtım: Ankara.
- Çekmecelioğlu, G. Hülya (2006). Örgüt İklimi, Duygusal Bağlılık ve Yaratıcılık Arasındaki İlişkilerin Değerlendirilmesi: Bir Araştırma. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 20(2), ss. 295-310.
- Çekmecelioğlu, G. Hülya ve Eren, Erol (2007). Psikolojik Güçlendirme, Örgütsel Bağlılık ve Yaratıcı Davranış Arasındaki İlişkilerin Değerlendirilmesi. *Yönetim*, 18(57), ss. 13-25.
- Çelebi, O. Mustafa (2009). İhtiyaçlar, Yaratıcılık ve Kariyer Gelişimi Bağlamında Enerji Uzmanlığı. *Enerji Piyasası Bülteni*, 5, ss. 29-30.
- Çetin, Fatih (2011). Örgüt İçi Girişimcilikte Öz Yeterlilik Algısı ve Kontrol Odağının Rolü. *Business and Economics Research Journal*, 2(3), ss. 69-85.
- Çiçek, Işıl (2011). Teknoloji Geliştirmede Yaratıcılığı Yönetmek. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(1), ss. 45-55.
- Çiğdem, Y. Hacer (2011). *Hizmet İşletmelerinde Çalışanların Kişilik Özellikleri ve İç Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisan Tezi, Aksaray Üniversite Sosyal Bilimler Enstitüsü, Aksaray.
- Çınardal, F. Ceyda ve Diri, Merve (2013). Yaratıcı Düşünme, Stratejik Düşünme ve Vahit Bademci: Paradigma Değişikliği ya da Bilimsel Devrim, Sıra Dışı

- Beyinlerin İşidir. *Gazi Üniversitesi Endüstriyel Sanatlar Eğitim Fakültesi Dergisi*, 30, ss. 63-78.
- Dawley, D. David, Andrews, C. Martha ve Bucklew, S. Neil (2008). Mentoring, Supervisor Support, and Perceived Organizational Support: What Matters Most?. *Leadership & Organization Development Journal*, 29(3), ss. 235-247.
- Dayan, Mumin, Zacca, Robert ve Benedetto, D. Anthony (2013). An Exploratory Study of Entrepreneurial Creativity: Its Antecedents and Mediators in the Context of UAE Firms. *Creativity and Innovation Management*, 22(3), ss. 223-240.
- DeConinck, B. James ve Johnson, T. Julie (2009). The Effects of Perceived Supervisor Support, Perceived Organizational Support, and Organizational Justice on Turnover among Salespeople. *Journal of Personal Selling and Sales Management*, XXIX(4), ss. 333-350.
- DeConinck, B. James (2010). The Effect of Organizational Justice, Perceived Organizational Support, and Perceived Supervisor Support on Marketing Employees' Level of Trust. *Journal of Business Research*, 63, ss. 1349-1355.
- Demirel, T. Erkan (2013). Mesleki Stresin İş Tatminine Etkisi: Örgütsel Desteğin Aracılık Rolü. *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6(1), ss. 220-241.
- Deniz, Mehmet (2005). *Örgütsel Davranış Boyutlarından Seçmeler*. Editör: Mehmet Tikici, Nobel: Ankara.
- Derin, Neslihan ve Demirel, T. Erkan (2011). Örgütsel Yaratıcılığın Self Organizasyon Oluşumuna Etkisi. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), ss.255-264.
- Derinbay, Deniz (2011). *İlköğretim Okullarında Görev Yapan Öğretmenlerin Algıladıkları Örgütsel Destek Düzeyleri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Denizli.

- Dess, G. Gregory, Ireland, R. Duane, Zahra, A. Shaker, Floyd, W. Steven, Janney, J. Jay ve Lane, J. Peter (2003). Emerging Issues in Corporate Entrepreneurship. *Journal of Management*, 29(3), ss. 351-378.
- Diliello, C. Trudy, Houghton, D. Jeffery ve Dawley, David (2011). Narrowing the Creativity Gap: The Moderating Effects of Perceived Support for Creativity. *The Journal of Psychology*, 145(3), ss. 151-172.
- Dilmaç, Oğuz (2010). Alan Derslerinin Görsel Sanatlar Öğretmeni Adaylarının Yaratıcı Düşünme Becerileri Üzerindeki Etkilerinin İncelenmesi. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 13(23), ss.79-92.
- Dreu, K. W. Carsten (2010). Human Creativity: Reflections on the Role of Culture. *Management and Organization Review*, 6(3), ss. 437-446.
- Doğaner, E. Aysal (2006). *Yeni Nesil Girişimci*. Sistem Yayıncılık: İstanbul.
- Duran, Cengiz ve Saraçoğlu, Metin (2009). Yeniliğin Yaratıcılıkla Olan İlişkisi ve Yeniliği Geliştirme Süreci. *Yönetim ve Ekonomi*, 16(1), ss. 57-71.
- Duobiene, Jurga (2008). The Role of Organizational Culture in Sustaining Corporate Entrepreneurship. *Economics and Management*, 13, ss. 350-356.
- Durak, İbrahim (2011). Girişimciliği Etkileyen Çevresel Faktörlerle ilgili Girişimcilerin Tutumları: Bir Alan Araştırması. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 9(2), ss. 195-213.
- Durmaz, Irmak (2011). *Psikolojik Güçlendirme Algısının İç Girişimcilik Üzerine Etkisi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Duygulu, Ethem, Çıraklar, Nurcan ve Mohan, Yeliz (2008). Algılanan Örgütsel Destek, İşe Bağlılık ve İş Doyumunun Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi. *Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(1), ss. 108-128.

- Dyk, V. Amy, Chaffe-Stengel, Priscilla, Sanchez, J. Rudolph ve Olson-Buchanan, B. Julie (2006). The Role of Language Fluency Self-Efficacy in Organizational Commitment and Perceived Organizational Support. *Journal of Foodservice Business Research*, 9(2-3), ss. 49-66.
- Ebner, L. Markus, Korunka, Christian, Frank, Hermann ve Lueger, Manfred (2007). Intrapreneurship in Early Vocational Training: Definition and Operationalization. *Zeitschrift für Personalforschung*, 22(3), ss. 291-311.
- Eder, Paul ve Eisenberger, Robert (2008). Perceived Organizational Support: Reducing the Negative Influence of Coworker Withdrawal Behavior. *Journal of Management*, 34(1), ss. 55-68.
- Eğriboyun, Dursun (2013). *Ortaöğretim Okullarında Görev Yapan Yönetici ve Öğretmenlerin Örgütsel Güven, Örgütsel Destek ve Örgütsel Bağlılıkları Arasındaki İlişki (Bolu İli Örneği)*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Abant İzzet Baysal Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Bolu.
- Eğriboyun, Dursun (2013). Ortaöğretim Okullarında Görev Yapan Yönetici ve Öğretmenlerin Örgütsel Güven ve Örgütsel Destek Algıları Arasındaki İlişki. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 12, ss. 17-43.
- Eisenberger, Robert, Huntington, Robin, Hutchison, Steven ve Sowa, Debora (1986). Perceived Organizational Support. *Journal of Applied Psychology*, 71(3), ss.500- 507.
- Eisenberger, Robert, Fasolo, Peter ve Lamastro, D. Valerie (1990). Perceived Organizational Support and Employee Diligence, Commitment, and Innovation. *Journal of Applied Psychology*, 75(1), ss. 51-59.

- Eisenberger, Robert, Cummings, Jim, Armeli, Stephen ve Lynch, Patrick (1997). Perceived Organizational Support, Discretionary Treatment, and Job Satisfaction. *Journal of Applied Psychology*, 82(5), ss. 812-820.
- Eisenberger, Robert, Rhoades, Linda ve Cameron, Judy (1999). Does Pay for Performance Increase or Decrease Percived Self-Determination and Intrinsic Motivation?. *Journal of Personality and Social Psychology*, 77(5), ss. 1026-1040.
- Eisenberger, Robert, Armeli, Stephen, Rexwinkel, Barbara, Lynch, D. Patric ve Rhoades, Linda (2001). Reciprocation of Perceived Organizational Support. *Journal of Applied Psychology*, 86(1), ss. 42-51.
- Eisenberger, Robert, Jones, R. Jason, Aselage, Justin ve Sucharski (2004). *Perceived Organizational Support”, The Employment Relationship: Exmining Psychological and Contextual Perfectives*. Oxford University Pres.
- Ekankumo, Banabo ve Kemebaradikumo, Ndiomu (2011). Entrepreneurship and Entrepreneurial Education (EE): Strategy for Sustainable Development. *Asian Journal of Business Management*, 3(3), ss. 196-202.
- Ekici, Gülay ve Hevedanlı, Murat (2010). Lise Öğrencilerinin Biyoloji Dersine Yönelik Tutumlarının Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Türk Fen Eğitim Dergisi*, 7(4), ss. 97-109.
- Emhan, Abdurrahim, Kula, Sedat ve Töngür, Aykut (2013). Yapısal Eşitlik Modeli Kullanarak Yönetici Desteği, Örgütsel Bağlılık, Örgütsel Performans ve Tükenmişlik Kavramları Arasındaki İlişkilerin Analizi: Kamu Sektöründe Bir Uygulama. *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 31(1), ss. 53-69.

- Emir, Serap, Ateş, Salih, Aydın, Fatih, Bahar, Mehmet, Durmuş, Soner, Polat, Mahmut ve Yaman, Hakan (2004). Öğretmen Adaylarının Yaratıcılık Düzeyleri. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2(9), ss. 105-116.
- Engle, E. Diedre, Mah, J. Joe ve Sadri, Golnaz (1997). An Emprical Comparison and Entrepreneurs and Employees: Implications for Innovation. *Creativity Research Journal*, 10(1), ss. 45-49.
- Ercan, Salih ve Gökdeniz, İsmail (2009). Girişimciliğin Gelişim Süreci ve Girişimcilik Açısından Kazakistan. *bilig*, 49, ss. 59-82.
- Erdaş, D., Kıymet (2010). *Lider-Üye Mübadelesi, Algılanan Örgütsel Destek ve Öz Denetim Kişilik Özelliğinin Örgütsel Vatandaşlık Davranışları Üzerindeki Etkileri*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Erdoğdu, Yüksel (2006). Yaratıcılık Değerlendirme Ölçeğinin Türk Kültürüne Uyarlanması. *Inönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 7(12), ss. 61-79.
- Erdoğdu, Yüksel (2006). Yaratıcılık ile Öğretmen Davranışları ve Akademik Başarı Arasındaki İlişkiler. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(17), ss. 95-106.
- Eren, Erol ve Gündüz, Hülya (2002). İş Çevresinin Yaratıcılık Üzerindeki Etkileri ve Bir Araştırma. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 5, ss. 65-84.
- Eren, Erol (2004). *Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi*. Beta Kitap: İstanbul.
- Eren, Erol (2009). *Yönetim ve Organizasyon*. 10. Baskı, Beta: İstanbul.
- Erez, Miriam ve Nouri, Rikki (2010). Creativity: The Influence of Cultural, Social, and Work Contexts. *Management and Organization Review*, 6(3), ss. 351-370.

- Erol, Osman ve Taş, Sait (2012). MYO Öğrencilerinin Bilgi ve İletişim Teknolojilerini Kullanma Sıklıkları İle Yaratıcılık Algıları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi SBE Dergisi*, 4(7), ss. 82-104.
- Ersoy, Esen ve Başer, Neşe (2009). İlköğretim 6. Sınıf Öğrencilerinin Yaratıcı Düşünme Düzeyleri. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2(9),ss.128-137.
- Farahmand, F. Naser, Tagizadeh, Houshang ve Kheirandish, Mohammad (2011). A Strategy Formulation Model: A Model Based on The Corporate Entrepreneurship in Industrial Firms of Iran. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 5(22), ss. 1221-1230.
- Farr-Wharton, Rod, Brunetto, Yvonne ve Shacklock, Kate (2011). Professionals' Supervisor–Subordinate Relationships, Autonomy and Commitment in Australia: A Leader–Member Exchange Theory Perspective. *The International Journal of Human Resource Management*, 22(17), ss. 3496-3512.
- Felicio, J. Augusto, Rodrigues, Ricxardo ve Caldeirinha, R. Victor (2012). The Effect of Intrapreneurship on Corporate Performance. *Management Decision*, 50(10), ss.1717-1738.
- Ferdousi, Shawkat (2012). Cross-Functional Teams for Corporate Entrepreneurship Practices. *The ISM Journal of International Business*, 1(4), ss. 1-26.
- Feyzbakhsh, S. Alireza, Sadeghi, Roshanak ve Shoraka, Sara (2008). A Case Study of Intrapreneurship Obstacles: The RAJA Passenger Train Company. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 21(2), ss. 171-180.
- Fiş, M. Ahmet ve Wasti, S. Arzu (2009). Örgüt Kültürü ve Girişimcilik Yönelimi İlişkisi. *ODTÜ Gelişim Dergisi*, 35, ss. 127-164.

- Fitzsimmons, R. Jason, Douglas, J. Evan, Antoncic, Bostjan ve Hisrich, D. Robert (2005). Intrapreneurship in Australian Firms. *Journal of the Australian and New Zealand Academy of Management*, 11(1), ss. 17-27.
- Francis, A. Clare (2012). The Mediating Force of “Face”: Supervisor Character and Status Related to Perceived Organizational Support and Work Outcomes. *Journal of Leadership and Organizational Studies*, 19(1), ss. 58-67.
- Gavino, C. Monica, Wayne, J. Sandy ve Erdogan, Berrin (2012). Discretionary and Transactional Human Resource Practices and Employee Outcomes: The Role of Perceived Organizational Support. *Human Resource Management*, 51(5). ss. 665-686
- Genç, Nurullah (2012). *Yönetim ve Organizasyon*. 4. Baskı, Seçkin: Ankara.
- George, M. Jennifer (2007). Creativity in Organizations. *Academy of Management Annals*, 1(1), ss. 439-477.
- Ghasemizad, Alireza, Mohammadkhani, Kamran (2013). The Relationship between Perceived Organizational Support, Organizational Commitment, and Quality of Work Life and Productivity. *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 7(8), ss. 431-436.
- Gilson, L. Lucy, Lim, S. Hyoun, Luciano, M. Margaret ve Choi, N. Jin (2013). Unpacking The Cross-Level Effects of Tenure Diversity, Explicit Knowledge, and Knowledge Sharing on Individual Creativity. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 86, ss. 203-222.
- Giray, D. Muazzez (2013). İş Yeri Desteği: Örgüt, Yönetici ve Çalışma Arkadaşları Desteğine Genel Bir Bakış. “İş,Güç” *Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 15(3), ss. 65-81.

- Giray, D. Muazzez ve Şahin, N. Deniz (2012). Algılanan Örgütsel, Yönetici ve Çalışma Arkadaşları Desteği Ölçekleri: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *Türk Psikoloji Yazıları*, 15(30), ss. 1-9.
- Gringarten, Hagai, Knowles, J. Lisa, Calienes, F. Raul ve Gariboldi, G. Nicole (2011). The Branding of an Academic Journal: How Marketing, Intrapreneurship, Information Technology, and Teamwork Created a Successful Research Journal. *Journal of Multidisciplinary Research*, 3(3), ss. 109-123.
- Golder, N. Peter ve Tellis, J. Gerard (1993). Pioneer Advantage: Marketing Logic or Marketing Legend. *Journal of Marketing Research*, 30, ss. 158-170.
- Gong, Yaping, Kim, Tae-Yeol, Lee, Deog-Ro ve Zhu, Jing (2013). Multilevel Model of Team Goal Orientation, Information Exchange, and Creativity. *Academy of Management Journal*, 56(3), ss. 827-851.
- Gong, Yaping, Zhou, Jing ve Chang, Song (2013). Core Knowledge Employee Creativity and Firm Performance: The Moderating Role of Riskiness Orientation, Firm Size, and Realized Absorptive Capacity. *Personnel Psychology*, 66, ss. 443-482.
- Göçmen, Selin (2007). *İşletmelerde Girişimcilik Özelliğini Destekleyen Faktörler: "İç Girişimcilik"*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Manisa.
- Gu, Qinxuan, Tang, L. Thomas ve Jiang, Wan (2013). Does Moral Leadership Enhance Employee Creativity? Employee Identification with Leader and Leader–Member Exchange (LMX) in the Chinese Context. *Journal of Bus. Ethics*, 116(1), ss. 1-17.

- Gül, L. Abdullah (2010). *Lise Öğretmenlerinin Algularına Göre Örgütsel Destek (Ankara İli Örneği)*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Gül, Eser (2011). Güven Eğiliminin Algılanan Örgütsel Destek Üzerindeki Etkisi. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, XXX(1), ss. 365-376.
- Güler, K. Burcu (2010). *Sosyal Girişimcilik*. Efil Yayınevi: Ankara.
- Gürbüz, Salim (2004). *Yaratıcılık ve Yenilik*. Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Gürbüz, Sait, Bekmezci, Mustafa ve Mert, İ. Sani (2010). Örgütsel Faktörlerin İç Girişimciliğe Etkisi: İş Tatminini Aracı Değişken mi?. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 2(2), ss. 127-135.
- Gürel, B. B. Esra (2012). İç Girişimcilik: Literatür Taraması. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, 6, ss. 56-75.
- Gürgen, T. Elif ve Bilen, Sermin (2005). Müzik Alan Derslerinin Müzik Öğretmeni Adaylarının Yaratıcı Düşünme Becerileri Üzerindeki Etkileri. *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 25(3), ss. 325-338.
- Gürol, A. Mehmet (2006). *Küresel Arenada Girişimci ve Girişimcilik*. Gazi Kitabevi: Ankara.
- Gürsakar, Necmi (2002). *Bilgisayar Uygulamalı İstatistik II*. İstanbul: Alfa Yayınları.
- Hacısalihoğlu, Uğur (2007). *İç Girişimcilik İklimi ve Kurumsallaşma Algısı ile İş Tatmini ve Bağlılık Düzeyi Arasındaki İlişkiler*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gebze İleri Teknoloji Enstitüsü, Gebze.
- Hakkak, Mohammad, Gashti, H. A. Mohammad, Nawaser, Khaled (2014). The Relationship between Perceived Organizational Support & Job Satisfaction with

- Organizational Commitment. *Entrepreneurship and Innovation Management Journal*, 2(3), ss. 194-202.
- Hashemi, K. M. Seyyed, Nadi, K. Hossein, Hosseini, M. Seyyed ve Rezvanfar, Ahmad (2012). Agricultural Personnel's Proactive Behavior: Effects of Self Efficacy Perceptions and Perceived Organizational Support. *International Business and Management*, 4(1), ss. 83-91.
- Hayton, C. James ve Kelley, J. Dona (2006). A Competency-Based Framework for Promoting Corporate Entrepreneurship. *Human Resource Management*, 45(3), ss. 407-427.
- Hellman, M. Chan, Fuqua, R. Dale ve Worley, Jody (2006). A Reliability Generalization Study on the Survey of Perceived Organizational Support: The Effects of Mean Age and Number of Items on Score Reliability. *Educational and Psychological Measurement*, 66(4), ss. 631-642.
- Hempel, S. Paul ve Sue-Chan, Christina (2010). Culture and the Assessment of Creativity. *Management and Organization Review*, 6(3), ss. 415–435.
- Hirst, Giles, Knippenberg, V. Daan, Chen, Chin-Hui ve Sacramento, A. Claudia (2011). How Does Bureaucracy Impact Individual Creativity? A Cross-Level Investigation of Team Contextual Influences on Goal Orientation–Creativity Relationships. *Academy of Management Journal*, 54(3), ss. 624-641.
- Hirst, Giles, Knippenberg, V. Daan ve Zhou, Jing (2009). A Cross-Level Perspective on Employee Creativity: Goal Orientation, Team Learning Behavior, and Individual Creativity. *Academy of Management Journal*, 52(2), ss. 280-293.
- Hisrich, D. Robert, Peters, P. Michael ve Shepherd, A. Dean (2006). *Entrepreneurship*, Seventh Edition. Mc Graw Hill: New York.

- Hitt, A. Michael, Ireland, R. Duane, Camp, S. Michael ve Sexton, L. Donald (2001). Guest Editors' Introduction to The Special Issue Strategic Entrepreneurship: Entrepreneurial Strategies for Wealth Creation. *Strategic Management Journal*, 22, ss. 479-491.
- Hornsby, S. Jeffrey, Bloodgood, M. James, Hayton, James ve Kuratko, F. Donald (2013). Network Legitimacy Diffusion: A Model for Corporate Entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 3(9), ss. 307-322.
- Hou, Yubo, Gao, Ge, Wang, Fei, Li, Tingrui ve Yu, Zhilan (2011). Organizational Commitment and Creativity: The Influence of Thinking Styles. *Annals of Economics and Finance*, 12(2), ss. 411-431.
- Hu, Changya, Wang Sheng, Yang, Chi-Chun ve Wu, Tsung-Yu (2014). When Mentors Feel Supported: Relationships With Mentoring Functions And Proteges' Perceived Organizational Support. *Journal of Organizational Behavior*, 35, ss.22-37.
- Hunt, H. Eugene ve Bullis, K. Ronald (1991). Applying the Principles of Gestalt Theory to Teaching Ethics. *Journal of Business Ethics*, 10, ss. 341-347.
- Ireland, R. Duane , Covin, G. Jeffrey ve Kuratko, F. Donald (2009). Conceptualizing Corporate Entrepreneurship Strategy. *Entrepreneurship Theory and Practice*, January, ss. 19-46.
- İbrahimoğlu, Nurettin ve Uğurlu, Y. Özlem (2013). KOBİ'lerde İç Girişimcilik ve Örgüt Kültürü İlişkisi: Sektörel Bir Araştırma. *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 31(1), ss. 103-126.

- İçerli, Leyla, Yıldırım, H. Mehmet ve Demirel, Yavuz (2011). Kobilerde İç Girişimciliğin İncelenmesine Yönelik Bir Araştırma: Aksaray Örneği. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), ss. 177-187.
- İnceoğlu, M. Mustafa ve Koşar, Aytek (2008). Böte Öğrencilerindeki Yaratıcılık ve Problem Çözme Becerilerinin Karşılaştırılması. *Ege Eğitim Dergisi*, 9(2), ss.155-173.
- İşcan, F. Ömer ve Kaygın, Erdoğan (2011). Potansiyel Girişimciler Olarak Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2), ss. 278-286.
- İşler, Ş. Ahmet ve Bilgin, Asude (2002). Eğitim Fakültesi Sınıf Öğretmenliği Adaylarının Yaratıcılık Hakkındaki Düşünceleri. *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, XV(1), ss. 133-152.
- Jabiecka, Julita (2001). Entrepreneurship, Innovation, and Quality: The Successful Strategy of a Newly Established Institution: The Example of WyzÇ sza Szko.a Biznesu-National Louis University in Nowy Sacz. *Higher Education in Europe*, XXVI(3), ss. 368-379.
- James, Keith, Karla, Clark ve Russell, Cropanzano (1999). Positive and Negative Creativity in Groups, Institutions and Organizations: A Model and Theoretical Extension. *Creativity Research Journal*, 12(3), ss. 211-226.
- James, Keith ve Drown, Damon (2008). Whether “Malevolent” or “Negative,” Creativity Is Relevant to Terrorism Prevention: Lessons From 9=11 and Hazardous Material Trucking. *Creativity Research Journal*, 20(2), ss. 120-127.

- Janssen, Onne ve Giebels, Ellen (2013). When and Why Creativity-Related Conflict with Coworkers can Hamper Creative Employees' Individual Job Performance. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 22(5), ss. 574-587.
- Jha, Shweta ve Jha, Srirang (2013). Leader-Member Exchange: A Critique of Theory & Practice. *Journal of Management & Public Policy*, 4(2), ss. 42-53.
- Jiang, Jianwu, Wang, Shuo ve Zhao, Shuming (2012). Does HRM Facilitate Employee Creativity and Organizational Innovation? A study of Chinese Firms. *The International Journal of Human Resource Management*, 23(19), ss. 4025-4047.
- Jimenez, D. B. Jeronimo, Brust, A. V. Diego ve Ubeda, A. P. Jose (2011). Adaptability, Entrepreneurship and Stakeholder Integration: Scenarios and Strategies for Environment and Vulnerability. *Journal of Environmental Protection*, 2, ss.1375-1387.
- Johannesson, T. Gunnar (2012). To Get Things Done": A Relational Approach to Entrepreneurship. *Scandinavian Journal of Hospitality and Tourism*, 12(2), ss.181-196.
- Joo, Baek-Kyoo, Song, H. Ji, Lim, H. Doo ve Yoon, W. Seung (2012). Team Creativity: The Effects of Perceived Learning Culture, Developmental Feedback and Team Cohesion. *International Journal of Training and Development*, 16(2), ss. 77-91.
- Kalağan, Gamze (2009). *Araştırma Görevlilerinin Örgütsel Destek Algıları ile Örgütsel Sinizm Tutumları Arasındaki İlişki*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Kalaycı, Şeref (2006). *SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri*. Ankara: Asil Yayın.

- Kanbur, Aysun ve Kanbur, Engin (2008). *Yöneticilerin Bakış Açısıyla İşletmelerde Yenilik Kaynaklarının Kullanılma Düzeyine İlişkin Ampirik Bir Araştırma*. 7.Anadolu İşletmecilik Kongresi Bildiriler Kitabı, Çorum.
- Kanbur, Aysun (2010). *İşletmelerde Kurumsal Yönetim Uygulamalarının Örgütsel Değerler Üzerindeki Etkileri: İMKB Kurumsal Yönetim Endeksinde Yer Alan İşletmeler Üzerine Bir Araştırma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Malatya.
- Kaplan, Metin (2010). *Otel İşletmelerinde Etiksel İklim ve Örgütsel Destek Algulamalarının Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisi: Kapadokya Örneği*. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Selçuk Üniversitesi SBE, Konya.
- Kaplan, Metin ve Öğüt, Adem (2012). Algılanan Örgütsel Destek ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkinin Analizi: Otel İşletmelerinde Bir Uygulama. *Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi*, 17(1), ss. 387-401.
- Kaplan, Ö. Aysun ve Ercan, Serhat (2011). Yaratıcı Düşünme Tekniklerinden Sinektik Uygulamasına Örnek Bir Araştırma: Çocuğun Gözünde Yaratıcılık. *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 8(2), ss. 766-793.
- Kapu, Hüsnü ve Baştürk, Faruk (2009). Yaratıcılık Tekniklerinin İşletme Eğitimindeki Yeri ve Önemi. *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Der.*, 16, ss.523-540.
- Karabayır, E. Mehmet, Gülşen, Z. Ahmet, Çifci, S. ve Muzaffar, Haroon (2012). Melek Yatırımcıların Yatırım Kararlarında Girişimci Odaklılığın Rolü: Türkiye'deki Melek Yatırımcılar Üzerine Bir Çalışma. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 67(2), ss. 69-93.

- Karacabey, F. Mehmet (2011). *Özel ve Resmi İlköğretim Okulu Yönetici ve Öğretmenlerinin Örgütsel Yaratıcılık Algıları*. Harran Üniversite Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Şanlıurfa.
- Karagöz, Yalçın, Kösterelioğlu, İlker (2008). İletişim Becerileri Değerlendirme Ölçeğinin Faktör Analizi Metodu ile Geliştirilmesi. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21, ss. 81-97.
- Karakurt, Abdurrahim (2012). *Öğretmenlerin İş Yerinde Yalnızlık Düzeyinin Örgütsel Destek ve Bazı Değişkenler Açısından İncelenmesi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Necmettin Erbakan Üniversitesi, EBE, Konya.
- Karasar, Niyazi (2008). *Bilimsel Araştırma Yöntemi*. Nobel Yayınları: Ankara.
- Karcıoğlu, Fatih ve Kaygın, Erdoğan (2013). Dönüştürücü Liderlik Anlayışının Yaratıcılığa ve Yeniliğe Etkisi. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 4(5), ss.99-111.
- Karla, Clark ve James, Keith (1999). Justice and Positive and Negative Creativity. *Creativity Research Journal*, 12(4), SS. 311-320.
- Kasalak, Gamze ve Aksu, B. Mualla (2014). Araştırma Görevlilerinin Algıladıkları Örgütsel Desteğin Örgütsel Sinizm ile İlişkisi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Bilimleri*, 14(1), ss. 115-133.
- Kaygın, Erdoğan (2012). Sürdürülebilir Bir Rekabet Avantajı Sağlamanın Yolu: İç Girişimcilik Anlayışı. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 4(1), ss. 93-103.
- Kayış, Ali (2010). *Girişimcilik ve İç Girişimciliğin Önündeki Engeller: Yazılım Sektöründe Bir Uygulama*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Gebze İleri Teknoloji Enstitüsü, Gebze.

- Kızılırmak, İsmail ve Oktay, Kutay (2006). *Kırgızistan'da Seyahat Acentalarına Yatırım Yapan Girişimcilerin Karşılaştıkları Pazarlama Sorunları*. Uluslararası Girişimcilik Kongresi Bildiri Kitabı, Bişkek.
- Kızıloğlu, Mehmet ve İbrahimoglu, Nurettin (2013). İç Girişimcilik Olgusunun Yenilik Yapabilme Becerisine Etkisi: Gaziantep'te Faaliyet Gösteren Yenilikçi Örgütlerde Bir Uygulama. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 5(3), ss. 105-117.
- Kocjancic, Joze Stefan Bojnec (2013). Intrapreneurship, Competition and Company Efficiency. *Managing Global Transitions*, 11(2), ss.161-179.
- Koç, Kemal ve Mente, Ahmet (2007). İnovasyon Kavramı ve Üniversite-Sanayi-Devlet İşbirliğinde Üçlü Sarmal Modeli. *Hacettepe Üniversitesi Sosyolojik Araştırmalar e-dergisi*, ss. 1-18.
- Koçel, Tamer (2001). *İşletme Yöneticiliği*. 8. Baskı, Beta: İstanbul.
- Koçoğlu, Merve (2013). Bireycil-Toplumcul Örgüt Kültürü Algısı İle Bilgi Yönetimi Etkinliği Arasındaki İlişkide Algılanan Örgüt Desteğinin Aracılık Etkisi: Türkiye'de Bir Üniversitede Araştırma. *Akademik Bakış Dergisi*, 37, ss. 1-20.
- Kozak, A. Meryem ve Yılmaz, G. Esra (2010). Otel Yöneticilerinin İç Girişimcilik Algılamaları: Frigya Bölgesi Örneği. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 21(1), ss. 85-97.
- Köse, Suna ve Gönüllüoğlu, Sevgi (2010). Örgütsel Desteği Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Dumlupınar Üniversitesi, Sosyal Bilimler Dergisi*, 27, ss. 85-94.

- Kuratko, F. Donald, Hornsby, S. Jeffrey, Naffziger, W. Douglas ve Montagno, V. Ray (1993). Implement Entrepreneurial Thinking in Established Organizations. *SAM Advanced Management Journal*, 58(1), ss. 28-39.
- Kuratko, F. Donald, Ireland, R. Duane ve Hornsby, S. Jeffrey (2001). Improving Firm Performance Through Entrepreneurial Actions: Acordia's Corporate Entrepreneurship Strategy. *Academy of Management Executive*. 15(4), ss.60-71.
- Kuratko, F. Donald ve Audretsch, B. David (2013). Clarifying The Domains of Corporate Entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 9, ss. 23-335.
- Kwiatkowski, Stefan (2004). Social and Intellectual Dimensions of Entrepreneurship. *Higher Education in Europe*, 29(2), ss. 205-220.
- Lang, C. Josephine ve Lee, H. Chay (2010). Workplace Humor and Organizational Creativity. *The International Journal of Human Resource Management*, 21(1), ss. 46-60.
- Lee, S. Tien ve Tsai, J. Hsin (2005). The Effects of Business Operation Mode on Market Orientation, Learning Orientation and Innovativeness. *Industrial Management and Data Systems*, 105(3), ss. 325-48.
- Leveson, Lynne, Joiner, A. Therese ve Bakalis, Steve (2009). Managing Cultural Diversity and Perceived Organizational Support: Evidence from Australia. *International Journal of Manpower*, 30(4), ss. 377-392.
- Liu, Na-Ting ve Ding, G. Cherng (2012). General Ethical Judgments, Perceived Organizational Support, Interactional Justice, and Workplace Deviance. *The International Journal of Human Resource Management*, 23(13), ss. 2712-2735.

- Lumpkin, G. T. ve Dess, G. Gregory (1996). Clarifying The Entrepreneurial Orientation Construct and Linking it to Performance. *Academy of Management Review*, 21, ss. 135-172.
- Lynch, D. Patrick, Eisenberger, Robert ve Armeli, Stephen (1999). Perceived Organizational Support: Inferior Versus Superior Performans by Wary Employees. *Journal of Applied Psychology*, 84(4), ss. 467-483.
- Maier, Veronica ve Zenovia, P. Cristiana (2011). Entrepreneurship Versus Intrapreneurship. *Review of International Comparative Management*, 12(5), ss.971-976.
- Marangoz, Mehmet (2012). *Girişimcilik*. Beta Kitap: İstanbul.
- Martinaityte, Ieva ve Sacramento, A. Claudia (2013). When Creativity Enhances Sales Effectiveness: The Moderating Role of Leader–Member Exchange. *Journal of Organizational Behavior*, 34, ss. 974-994.
- McCarthy, Alma, Cleveland, N Jeanette, Hunter, Sam, Darcy, Colette ve Grady, Geraldine (2013). Employee work–life balance outcomes in Ireland: a multilevel investigation of supervisory support and perceived organizational support. *The International Journal of Human Resource Management*, 24(6), ss. 1257-1276.
- Menzel, C. Hanns, Aaltio, Iiris ve Ulijn, M. Jan (2007). On The Way to Creativity: Engineers as İntrapreneurs in Organizations. *Technovation*, 27, ss. 732-743.
- Meydan, H. Cem (2010). Adalet Algısı – İ Girişimci Davranışlar İlişkisinde Kontrol Odağının Şekillendirici Rolü. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 36, ss.195-222.

- Ming, T. Lok (2013). The Likelihood of Corporate Entrepreneurship in Large Corporations. *British Journal of Economic, Management and Trade*, 3(4), ss. 442-452.
- Mohamad, Osman, Ramayah, T., Puspowarsito, Herianto, Natalisa, Diah ve Saerang, P. E. David (2011). Corporate Entrepreneurship and Firm Performance: The Role of Business Environment as a Moderator. *The IUP Journal of Management Research*, X(3), ss. 7-27.
- Molina, Carlos ve Callahan, L. Jamie (2009). Fostering Organizational Performance; The Role of Learning and Intrapreneurship. *Journal of European Industrial Training*, 33(5), ss. 388-400.
- Moriano, A Juan, Molero, Fernando, Topa, Gabriela, Mangin , L. Jean-Pierre (2014). The Influence of Transformational Leadership and Organizational Identification on Intrapreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10, ss. 103-119.
- Moon, W. Tae, Hur, Won-Moo ve Jun, Jae-Kyoon (2013). The Role of Perceived Organizational Support on Emotional Labor in The Airline Industry. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25(1), ss.105-123.
- Moura, E. Patricia ve Abrunhosa, Ana (2007). The Role of TQM Practices in Technological Innovation: The Portuguese Footwear Industry Case. *Total Quality Management & Business Excellence*, 18(1), ss. 57-66.
- Naktiyok, Atılhan ve Kök, Sabahat (2006). Çevresel Faktörlerin İç Girişimcilik Üzerine Etkileri. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, VIII(2), ss. 77-96.

- Narang, Leenu ve Singh, Lakhwinder (2012). Role of Perceived Organizational Support in the Relationship between HR Practices and Organizational Trust. *Global Business Review*, 13(2), ss. 239-249.
- Nayir, Funda (2012). The Relationship between Perceived Organizational Support and Teachers' Organizational Commitment. *Eurasian Journal of Educational Research*, 48, ss. 97-116.
- Neves, Pedro ve Eisenberger, Robert (2012). Management Communication and Employee Performance: The Contribution of Perceived Organizational Support. *Human Performance*, 25, ss. 452-464.
- Noruzi, Ali, Shatery, Karim, Rezazadeh, Aliasghar ve Hatami-Shirkouhi, Loghman (2011). Investigation the Relationship between Organizational Justice, and Organizational Citizenship Behavior: The Mediating Role of Perceived Organizational Support. *Indian Journal of Science and Technology*, 4(7), ss.842-847.
- Nosouhi, R. Mohammad, Shirvani, R. Ali ve Ansari, E. Mohammad (2013). Study the Organizational Factors Effective in Reinforcement Creativity of Employees in Mobarakeh Still Company. *Advances in Environmental Biology*, 7(8), ss.1923-1929.
- Nylund, Mats (2013). Toward Creativity Management: Idea Generation and Newsroom Meetings. *The International Journal on Media Management*, 15, ss. 197-210.
- Oktuğ, Zeynep (2013). Algılanan Örgütsel Destek ile Duygusal Emek Davranışları Arasındaki İlişkide Algılanan Örgütsel Prestijin Biçimlendirici Etkisi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(46), ss. 370-381.
- Onay, Meltem ve Çavuşoğlu, Selin (2010). İşletmelerde Girişimcilik Özelliğini Etkileyen Faktörler: İç Girişimcilik. *Yönetim ve Ekonomi*, 17(1), ss. 47-67.

- Öğüt, Adem, Bülbül, Hasan ve Yılmaz, Nahit (2006). *Stratejik Yenilenme Aracı Olarak Kurumsal Girişimcilik ve Bu Süreçte Yenilikçiliğin Önemi*. Uluslararası Girişimcilik Kongresi Bildiri Kitabı, Bişkek.
- Öktem, K. Mustafa, Leblebici, N. Doğan, Arslan, Mahmut, Kılıç, Mustafa ve Aydın, D. Mehmet (2003). Girişimci Örgütsel Kültür ve Çalışanların İç Girişimcilik Düzeyi: Uygulamalı Bir Çalışma. *HÜ İ.İ.B.F. Dergisi*, 21(1), ss. 169-188.
- Öneren, Melahat (2012). İç Anadolu Bölgesindeki Genç Nüfusun Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 7(2), ss. 7-28.
- Özdemir, Asım (2010). İlköğretim Okullarında Algılanan Yönetici Desteğinin ve Bireycilik-Ortaklaşa Davranışçılığın Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ile İlişkisi. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi*, 16(1), ss: 93-112.
- Özdemir, Asım (2010). İlköğretim Okullarında Algılanan Örgütsel Desteğin Öğretmenlerin Kişiler Arası Öz Yeterlik İnançları İle İlişkisinin İncelenmesi. *GÜ, Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 30(1), ss. 127-146.
- Özdevecioğlu, Mahmut (2003). Algılanan Örgütsel Destek ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *D.E.Ü.İ.İ.B.F. Dergisi*, 18(2), ss.113-130.
- Özen, Yener (2012). Yaratıcı Öğrenme. Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi, 6, ss. 231-256.
- Özkara, Belkıs, Karayormuk, Kemal ve Köseoğlu, A. Mehmet (2006). *Girişimcinin Son Köyü: Girişimlerin Sürekliliğinin Sorgulanması*. Uluslararası Girişimcilik Kongresi Bildiri Kitabı, Bişkek.
- Özsoy, Emrah (2013). *Birey-Örgüt Uyumunun Yaratıcılığa Olan Etkisinin Belirlenmesi*. 21. Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı, Kütahya.

- Özşahin, Mehtap ve Cemal Zehir (2011). Yüksek Performanslı İşletmelerde Liderlik, Girişim Odaklılık ve Örgütsel Performans İlişkisi. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 9(2), ss. 43-72.
- Pellegrini, K. Ekin, Scandura, A. Teri ve Jayaraman, Vaidyanathan (2010). Cross-Cultural Generalizability of Paternalistic Leadership: An Expansion of Leader–Member Exchange Theory. *Group and Organization Management*, 35(4), ss. 391-420.
- Panaccio, Alexandra ve Vandenberghe, Christian (2009). Perceived Organizational Support, Organizational Commitment and Psychological Well-Being: A Longitudinal Study. *Journal of Vocational Behavior*, 75, ss. 224-236.
- Parjanen, Satu (2012). Experiencing Creativity in the Organization: From Individual Creativity to Collective Creativity. *Interdisciplinary Journal of Information, Knowledge and Management*, 7, ss. 109-128.
- Parker, C. Simon (2011). Intrapreneurship or Entrepreneurship?. *Journal of Business Venturing*, 26, ss. 19-34.
- Patrick, Allison ve Laschinger, S. K. Heather (2006). The Effect Of Structural Empowerment and Perceived Organizational Support on Middle Level Nurse Managers' Role Satisfaction. *Journal of Nursing Management*, 14, ss. 13–22.
- Peng, Jianping, Zhang, Guoying, Fu, Zhengping ve Tan, Yong (2013). An Empirical Investigation on Organizational Innovation and Individual Creativity. *Information Systems and e-Business Management*, ss. 1-25.
- Perryer, Chris, Jordan, Catherine, Firms, Ian ve Travaglione, Antonio (2010). Predicting Turnover Intentions: The Interactive Effects of Organizational Commitment and

- Perceived Organizational Support. *Management Research. Review*, 33(9), ss. 911-923.
- Pinchot, Gifford (1985). *Intrapreneuring: Why You Don't Have to Leave The Corporation to Become an Entrepreneur*. New York: Harper and Row.
- Platzek, P. Bernd, Winzker, Dietmar ve Pretorius, Leon (2011). Global Business Environment: Holistic Intrapreneurship. *SCMS Journal of Indian Management*, January – March, ss. 96-114.
- Pohl, Sabine, Battistelli, Adalgisa ve Librecht, Julien (2013). The Impact Of Perceived Organizational Support and Job Characteristics on Nurses' Organizational Citizenship Behaviours. *International Journal of Organization Theory and Behavior*, 16(2), ss. 193-207.
- Polat, Soner ve Aktop, Ergin (2010). Öğretmenlerin Duygusal Zekâ ve Örgütsel Destek Algılarının Girişimcilik Davranışlarına Etkisi. *Akademik Bakış Dergisi*, 22, ss. 1-20.
- Potts, N. Lindsay ve Reynolds, Dennis (2010). The Effect of Supervisor-Subordinate Language Similarity on Subordinates' Perceived Organizational Support in the U.S. Lodging Industry. *Journal of Human Resources in Hospitality and Tourism*, 9, ss. 92-102.
- Proenca, Jose (2014). Perceived Organizational Support as a Moderator of Empowerment Practices” *Academy of Business Research Journal*, 1, ss.139-153.
- Rahaman, M. H. Saidur (2012). Organizational Commitment, Perceived Organizational Support, and Job Satisfaction Among School Teachers: Comparing Public and Private Sectors in Bangladesh. *South Asian Journal of Management*, 19(3), ss.7-17.

- Ramanigopal, S.C., Palaniappan, G., Hemalatha, N. ve Murugesan, G. (2012). Corporate Entrepreneurship - a Business Strategy. *International Journal of Research in Commerce, Economics and Management*, 2(11), ss. 51-54.
- Rego, Arme'nio, Sousa, Filipa, Marques, Carla ve Cunha, P. Miguel (2012). Optimism Predicting Employees' Creativity: The Mediating Role of Positive Affect and The Positivity Ratio. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 21(2), ss. 244-270.
- Reinartz, Werner ve Saffert, Peter (2013). Creativity in Advertising when It Works and When It Doesn't. *Harvard Business Review*, Haziran, ss. 107-112.
- Rhoades, Linda ve Eisenberger, Robert (2002). Perceived Organizational Support: A Review of the Literature. *Journal of Applied Psychology*, 87, ss. 698-714.
- Rhoades, Linda, Eisenberger, Robert ve Armeli, Stephen (2001). Affective Commitment To The Organization: The Contribution of Perceived Organizational Support. *Journal of Applied Psychology*, 86(5), ss. 825-836.
- Riggle, J. Robert, Edmondson, R. Diane ve Hansen, D. John (2009). A Meta-Analysis of The Relationship between Perceived Organizational Support and Job Outcomes: 20 Years of Research. *Journal of Business Research*, 62, ss.1027-1030.
- Rigtering, J. P. C. ve Weitzel, U. (2013). Work Context and Employee Behaviour as Antecedents for Intrapreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 9, ss. 337-360.
- Rodrigues, C. F. Ana ve Veloso, M. O. L. Ana (2013). Organizational Trust, Risk and Creativity. *Revista Brasileira De Gestao De Negocios Review of Business Management*, 15(49), ss. 545-561.

- Saraçoğlu, Metin, Duran, Cengiz ve Taşkın, Ercan (2010). Girişimcilikte Yaratıcılığın Üç Boyutu: Birey, Süreç ve Ürün. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(2), ss. 1-14.
- Sarkar, Mitali (2006). Reinvention, Innovation, and Intrapreneurship. *Vikalpa*, 31(1), ss. 165-179.
- Schyns, Birgit ve Day, David (2010). Critique And Review of Leader–Member Exchange Theory: Issues of Agreement, Consensus, and Excellence. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 19(1), ss. 1-29.
- Seçgin, Yılmaz (2014). Kontrol Odağının Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisinde Personel Güçlendirmenin Aracılık Rolü: Ankara İl Merkezindek, Dört ve Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tokat.
- Serhateri, Ayhan ve Coşkun, Erman (2006). *Girişimcilikte Elektronik Ticaretin Önemi*. Uluslararası Girişimcilik Kongresi Bildiri Kitabı, Bişkek.
- Sezgin, Mete, Zerenler, Muammer ve Karaman, Abdullah (2008). Otel İşletmelerinin Menü Planlamasında Yaratıcılık, Yenilikçilik, Girişimcilik Faaliyetleri Üzerine Bir Araştırma. *Sosyo Ekonomi*, 2, ss. 127-142.
- Schmelter, Ralf, Mauer, Rene, Börsch, Christiane ve Brettel, Malte (2010). Boosting Corporate Entrepreneurship through HRM Practices: Evidence From German SMEs. *Human Resource Management*, 49(4), ss. 715-741.
- Schmidt, J. Jacqueline, Soper, C. John ve Bernaciak, Jill (2013). Creativity in The Entrepreneurship Program: A Survey of The Directors of Award Winning Programs. *Journal of Entrepreneurship Education*, 16, ss. 31-44.

- Scott, Pamela, Gibbons, Patrick ve Coughlan, Joseph (2010). Developing Subsidiary Contribution to The MNC-Subsidiary Entrepreneurship and Strategy Creativity”, *Journal of International Management*, 16, ss. 328-339.
- Shanock, R. Linda ve Eisenberger, Robert (2006). When Supervisors Feel Supported: Relationships With Subordinates’ Perceived Supervisor Support, Perceived Organizational Support, and Performance. *Journal of Applied Psychology*, 91(3), ss. 689-695.
- Shelton, M. Paul, Waite, M. Alina ve Makela, J. Carole (2010). Highly Effective Teams: A Relational Analysis of Group Potency and Perceived Organizational Support. *Advances in Developing Human Resources*, 12(1), ss. 93-114.
- Shin, Soo-Young, Park, Won-Woo ve Lim, S. Hyoun (2013). What Makes Small- and Medium-Sized Enterprises Promote Organizational Creativity: The Contingency Perspective. *Social Behavior and Personality*, 41(1), ss. 71-82.
- Shoghi, Behzad, Asgarani, Morteza ve Ashnagohar, Najmiyeh (2013). Mediating Effect of Organizational Structure on the Relationship between Managers’ Leadership Style and Employees’ Creativity (Case study: Metal Industries of Kaveh Industrial City). *International Journal of Learning and Development*, 3(3), ss. 63-80.
- Shusha, Amir (2013). The Role of Psychological Engagement in Relationship between Perceived Organizational Support and Withdrawal Behavior and Intentions: An Empirical Study on Small Industries in Egypt. *International Journal of Business and Management*, 8(16), ss. 22-39.
- Sivalogathan, V. ve Hashim, Ashmel (2014). Changes in Employer-Employee Relationship: Impact of Perceived Organizational Support on Social Exchange

- of the Outsourcing Industry in Sri Lanka. *Skyline Business Journal* , 9(1), ss.43-49.
- Soleimani, Ma, Hamidibeinabaj, Mozghan ve Bafrani, J. Mohammad (2013). Studying the Relationship among Components of Knowledge Management and Corporate Entrepreneurship. *Advances in Environmental Biology*, 7(8), ss. 1643-1647.
- Sousa, C. Fernando, Pellissier Rene ve Monteiro, P. Ileana (2012). Creativity, Innovation and Collaborative Organizations. *The International Journal of Organization Innovation*, 5(1), ss. 26-64.
- Sökmen, Alptekin (2010). *Yönetim ve Organizasyon*. Detay Yayıncılık: Ankara.
- Stassen, A., Marjorie ve Ursel, D. Nancy (2009). Perceived Organizational Support, Career Satisfaction, and The Retention of Older Workers. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 82, ss. 201-220.
- Stierand, Marc, Dörfler, Viktor ve MacBryde, Jillian (2014). Creativity and Innovation in Haute Cuisine: Towards a Systemic Model. *Creativity And Innovation Management*, 23(1), ss. 15-28.
- Stull, Michael ve Aram, D. John (2010). Exploring Trust as an Influencing Mechanism of Intrapreneurship. *International Journal of Management and Marketing Research*, 3(3), ss. 17-38.
- Suazo, M. Mark ve Turnley, H. William (2010). Perceived Organizational Support as a Mediator of The Relations Between Individual Differences and Psychological Contract Breach. *Journal of Managerial Psychology*, 25(6), ss. 620-648.
- Sullivan, M. Diane ve Ford, M. Cameron (2010). The Alignment of Measures and Constructs in Organizational Research: The Case of Testing Measurement Models of Creativity. *Journal of Business and Psychology*, 25, ss. 505-521.

- Sun, Li-Yun ve Pan, Wen (2009). Market Orientation, Intrapreneurship Behavior, and Organizational Performance: Test of a Structural Contingency Model. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 18(2), ss. 274-285.
- Şen, T. Hanife, Yılmaz, T. Feride ve Gürdoğan, P. Eylem (2013). Hemşirelikte Yaratıcılık. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*, 38, ss. 1-8.
- Şenol, Bahar (2013). *İlköğretim Okulu Müdürlerinin Yaratıcılık Davranışları ve Mizah Anlayışları*. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İzmir.
- Tavşancıl, Ezel (2006). *Tutumların Ölçülmesi ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Temizkalp, Gülay (2010). Öğretmen Adaylarının Yaratıcılık Düzeyleri. Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi SBE, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Burdur.
- Terzioğlu, Mehmet (2007). *Uçak Kazalarının Nedeni Olarak İnsan Hatalarını Azaltmada Ekip Kaynak Yönetimi*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Tezci, Erdoğan (2002). *Oluşturmacı Öğretim Tasarım Uygulamasının İlköğretim Beşinci Sınıf Öğrencilerinin Yaratıcılıklarına ve Başarılarına Etkisi*. Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Elazığ.
- Toftoy, Charles ve Chatterjee, Joydeep (2004). The Intrapreneurial Revolution: Now is the Time for Action. <http://sbaer.uca.edu/research/icsb/2005/paper192.pdf>, 06.04.2014.

- Tokgöz, Nuray (2011). Örgütsel Sinisizm, Örgütsel Destek ve Örgütsel Adalet İlişkisi: Elektrik Dağıtım İşletmesi Çalışanları Örneği. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 6,(2), ss. 363-387.
- Top, Seyfi (2006). *Girişimcilik*. Betakitap: İstanbul.
- Torrance, E. Paul (1962). Testing and Creative Talent. *Educational Leadership*, October, ss. 7-11.
- Torrance, E. Paul (1968). *Education and Creative Potential: Modern School Practices Series (5)*. Minneapolis: The University of Minnesota Press.
- Torrance, E. Paul (1993). Understanding Creativity: Where to Start?. *Psychological Inquiry*, 4(3), ss. 232-234.
- Turgut, Hakan (2014). Algılanan Örgütsel Desteğin İşletme Performansına Etkisinde İç Girişimciliğin Aracılık Rolü. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 6(3), ss. 29-62.
- Turuñ, Ömer ve Çelik, Mazlum (2010). Algılanan Örgütsel Desteğin Çalışanların İş-Aile, Aile-İş Çatışması, Örgütsel Özdeşleşme ve İşten Ayrılma Niyetine Etkisi: Savunma Sektöründe Bir Araştırma. *A.Ü. SBE Dergisi*, 14(1), ss. 209-232.
- Turuñ, Ömer ve Çelik, Mazlum (2010). Çalışanların Algıladıkları Örgütsel Destek ve İş Stresinin Örgütsel Özdeşleşme ve İş Performansına Etkisi. *Yönetim ve Ekonomi*, 17(2), ss. 183-206.
- Tutar, Hasan ve Küçük, Orhan (2003). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği*. Seçkin Yayıncılık: Ankara.
- Uçar, Doğan ve Ötken, B. Ayşe (2010). Algılanan Örgütsel Destek ve Şirkete Bağlılık: Örgüt Temelli Öz-Saygının Rolü. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 25(2), ss.85-105.

- Ulutaş, Mehmet (2011). Katılımcı Yönetimin Örgütsel Bağlılık ve Yaratıcılığa Etkisi: İmalat Sektöründe Bir Uygulama. *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 15(21), ss. 593-615.
- Ural, Ayhan ve Kılıç, İbrahim (2006). *Bilimsel Araştırma Süreci ve SPSS ile Veri Analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Urbano, David ve Turro, Andreu (2013). Conditioning Factors for Corporate Entrepreneurship: an In(Ex)ternal Approach. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 9, ss. 379-396.
- Ussahawanitchakit, Phapruek (2011). Building Corporate Innovation of Information Technology Businesses in Thailand: Roles of Employee Creativity, Organizational Change and Globalization Force. *Journal of Academy of Business and Economics*, 11(1), ss. 1-10.
- Üren, G. Seren ve Çorbacıoğlu (2012). Algılanan Örgütsel Desteğin Örgütsel Bağlılığa Etkisi: İmalat Sektöründe Faaliyet Gösteren Bir İşletme Örneği. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14(1), ss. 29-52.
- Vernon, E. Philip (1984). Intelligence, Cognitive Styles, and Brain Lateralization. *International Journal of Psychology*, 19, ss. 435-455.
- Wang, Chung-Jen ve Tsai, Chang-Yen (2013). Managing Innovation and Creativity in Organizations: An Empirical Study of Service Industries in Taiwan. *Service Business*, Ağustos, ss. 1-23.
- Wang, Yau-De ve Hsieh, Hui-Hsien (2013). Organizational Ethical Climate, Perceived Organizational Support, and Employee Silence: A Cross-Level Investigation. *Human Relations*, 66(6), ss. 783-802.

- Wang, Guocai, Liu, Dong ve Wang, Xifeng (2011). Effects of Perceived Organizational Support and *Guanxi* on Salesperson Performance: The Mediation of Customer Need Knowledge. *Frontiers of Business Research in China*, 5(3), ss. 422-435.
- Warrian, Peter ve Mulhern, Celine (2005). Knowledge and Innovation in the Interface Between the Steel and Automotive Industries: The Case of Dofasco. *Regional Studies*, 39(2), ss. 161-170.
- Wong, Y. Kuan (2005). Critical Success Factors for Implementing Knowledge Management in Small and Medium Enterprises. *Industrial Management and Data Systems*, 105(3), ss. 261-279.
- Wyk, R. Van ve Adonisi, M. (2012). Antecedents of Corporate Entrepreneurship. *South African Journal of Business Management*, 43(3), ss. 65-78.
- Yalçın, Bahar (2013). Yaratıcı ve Yenilik Odaklı Kültürel Stratejinin İş Dünyası Açısından Önemi ve Yaratıcı Birey Teorisi. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5(2), ss. 11-24.
- Yan, Ho-Don (2012). Entrepreneurship, Competitive Strategies, and Transforming Firms from OEM to OBM in Taiwan. *Journal of Asia-Pacific Business*, 13, ss.16-36.
- Yazıcıoğlu, Yahşi, Erdoğan, Samiye (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yeloğlu, O. Hakkı (2007). Örgüt, Birey, Grup Bağlamında Yenilik ve Yaratıcılık Tartışmaları. *Ege Akademik Bakış*, 7(1), ss. 133–152.
- Yenilmez, Kürşat ve Yolcu, Belma (2007). Öğretmen Davranışlarının Yaratıcı Düşünme Becerilerinin Gelişimine Katkısı. *Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 18, ss. 95-105.

- Yıldırım, Ebru (2007). Bilgi Çağında Yaratıcılığın ve Yaratıcılığı Yönetmenin Önemi. *Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F. Dergisi*, 9(12), ss. 109-120.
- Yıldız, Rıfat, Özen, Aysun (2006). *50+50 Soruda Bilimsel Araştırma ve Yazma*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yıldız, Seçkin (2007). *Girişimcilik*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Kahramanmaraş.
- Yılmaz, Ercan (2009). İlköğretimde Çalışan Öğretmenlerin Örgütsel Bağlılıklarının, İş Doyumları ve Okullardaki Örgütsel Yaratıcılık Açısından İncelenmesi. *İlköğretim Online*, 8(2), ss. 476-484.
- Yılmaz, Abdullah ve İraz, Rıfat (2013). Örgütsel Yaratıcılık Kültürü Bağlamında Çalışanların Yaratıcılık Yönetimine İlişkin Tutumlarının Değerlendirilmesi: Konya İli Devlet ve Katılım Bankaları Örneği. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 6(5), ss. 829-855.
- Yılmaz, Hüseyin ve Karahan, Atila (2010). Liderlik Davranışı, Örgütsel Yaratıcılık ve İşgören Performansı Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi: Uşak'ta Bir Araştırma. *Yönetim ve Ekonomi*, 17(2), ss. 145-158.
- Yılmaz, Hüseyin ve Görmüş, Ş. Alparslan (2012). Stratejik Girişimciliğin, Algılanan Örgütsel Destek ve Örgütsel Öğrenme Üzerine Etkilerinin Araştırılması: Tekstil Sektöründe Ampirik Bir Çalışma. *Journal of Yasar University*, 26(7), ss.4483-4504.
- Yu, Chongxin ve Frenkel, J. Stephen (2013). Explaining Task Performance and Creativity from Perceived Organizational Support Theory: Which Mechanisms are more Important?. *Journal of Organizational Behavior*, 34, ss. 1165-1181.

- Yu, Da ve Liang, Junping (2004). A New Model for Examining The Leader – Member Exchange (LMX) Theory. *Human Resource Development International*, 7(2), ss. 251-264.
- Yükselen, Cemal (2006). *Pazarlama Araştırmaları*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Zacher, Hannes ve Winter, Gabriele (2011). Eldercare Demands, Strain, and Work Engagement: The Moderating Role of Perceived Organizational Support. *Journal of Vocational Behavior*, 79, ss. 667-680.
- Zahra, A. Shaker (1991). Predictors And Financial Outcomes Of Corporate Entrepreneurship: An Exploratory Study. *Journal Of Business Venturing*, 6(4), ss. 259-285.
- Zahra, Shaker A. (1993). New Product Innovation in Established Companies: Associations with Industry and Strategy Variables. *Entrepreneurship: Theory and Practice*, 18(2), ss. 47-69.
- Zahra, A. Shaker (1996). Governance, Ownership, and Corporate Entrepreneurship: The Moderating Impact of Industry Technological Opportunities. *Academy of Management Journal*, 39(6), ss. 1713-1735.
- Zahra, A. Shaker ve Garvis, M. Dennis (2000). International Corporate Entrepreneurship and Firm Performance: The Moderating Effect of International Environmental Hostility. *Journal of Business Venturing*, 15, ss. 469-492.
- Zahra, A. Shaker, Filatotchev, Igor ve Wright, Mike (2009). How Do Threshold Firms Sustain Corporate Entrepreneurship? The Role of Boards and Absorptive Capacity. *Journal of Business Venturing*, 24, ss. 248-260.

- Zahra, A. Shaker, Randerson, Kathleen ve Fayolle, Alain (2013). The Evolution and Contributions of Corporate Entrepreneurship Research. *Management*, 16(4), ss.357-432.
- Zeren, E. Halim (2012). Kent Markalaşması Sürecinde İç Girişimcilik Faktörü. *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 2(1), ss. 95-104.
- Zhang , Zhe ve Jia, Ming (2010). Using Social Exchange Theory to Predict the Effects of High-Performance Human Resource Practices on Corporate Entrepreneurship: Evidence from China. *Human Resource Management*, 49(4), ss. 743-765.
- Zhou, Jing ve Su, Yanjie (2010). A Missing Piece of the Puzzle: The Organizational Context in Cultural Patterns of Creativity. *Management and Organization Review*, 6(3), ss. 391-413.
- Zhou, Qin, Hirst, Giles ve Shipton, Helen (2012). Context Matters: Combined Influence of Participation and Intellectual Stimulation on The Promotion Focus–Employee Creativity Relationship. *Journal of Organizational Behavior*, 33, ss. 894-909.

EKLER

Değerli Katılımcı,

Bilimsel amaçla hazırlanan bu anket akademik çalışmalarda kullanılmak üzere veri toplanması hedeflenerek oluşturulmuştur. Vereceğiniz bilgiler araştırma amacı dışında kullanılmayacak ve toplu halde değerlendirilecektir. Araştırmanın amacına ulaşabilmesi için anketteki tüm maddelerin size uygun seçeneğinin cevaplandırılması gerekmektedir.

Ayırdığınız zaman ve verdiğiniz emek için şimdiden teşekkürler.

Saygılarımızla.

I. AŞAĞIDAKİ İFADELERDE SİZE UYGUN OLANI BELİRTİNİZ.

Açıklama: Aşağıda “iç girişimcilik” ile ilgili ifadeler yer almaktadır. Lütfen size en uygun gelen ifadeyi çarpı işareti (X) koyarak belirtiniz ve tüm maddeleri cevaplayınız.		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1.	Yeni fikirlere açık biri olduğumu düşünüyorum.					
2.	İş arkadaşlarımı yenilikçi olmaları hususunda motive ederim.					
3.	İşimle ilgili yeni bir şeyler yapmak için çabalarım.					
4.	Astlara yetki vermenin yaratıcı fikirlerin ortaya çıkmasına yardımcı olduğu kanaatindeyim.					
5.	Araştırma Geliştirme faaliyetlerine, teknolojik liderliğe ve yenilikçiliğe önem veririm.					
6.	Belirsizlik durumunun atağa geçmek için bir fırsat olduğuna inanırım.					
7.	Belirsizlik içeren durumlarda karar verirken olası yüksek getiriyi en üst düzeye çıkarmak amacıyla cesur tavır takınırım.					
8.	Yüksek riskli projelere güçlü bir yatkınlığım vardır.					
9.	Görevin başarısına inanırsam her türlü riski üstlenebilirim.					
10.	Üzerinde çok çalıştığım bir planda gerekirse büyük değişiklikler yapmaktan çekinmem.					
11.	İş çevremdeki fırsatları değerlendirmede işletme kaynaklarını (zaman, para, insan gücü) kullanmada başarılıyım.					
12.	İş çevresindeki faaliyetleri değerlendirmek için gelişmeleri takip etmek yerine onların önünde olmaya çalışırım.					
13.	Gelişmelerin beni yönlendirmesine izin vermeyip, gelişmeleri yönlendirmeye çalışırım.					
14.	İşyerimde yapılacak uzun vadeli planlama çalışmalarına yüksek hayal gücüm ve irademle katılmak isterim.					
15.	İşyerimde yeni uygulama, ürün, teknik veya teknoloji geliştirme konusunda en önde olmaya çalışırım.					
16.	İş hayatında, diğerlerinin düşüncelerinin ne olduğu konusunda kaygı duymadan kendi yolumda ilerlerim.					
17.	Herhangi bir görevde tek başıma çalışmayı tercih ederim.					
18.	Yeni bir proje üzerinde çalışırken gideceğim yön konusunda her türlü özgürlüğe sahibim.					
19.	Yeni bir fikri ortaya atarken diğerlerinin onayını beklemem.					
20.	İşimle ilgili bir yeniliği geliştirirken üstlerime danışmadan karar alabilirim.					
21.	İşimle ilgili bir yeniliği geliştirirken standart işletme prosedür ve kurallarımı devre dışı bırakabilirim.					

II. AŞAĞIDAKİ İFADELERDE SİZE UYGUN OLANI BELİRTİNİZ.

<p style="text-align: center;">Açıklama: Aşağıda “algılanan örgütsel destek” ile ilgili ifadeler yer almaktadır. Lütfen size en uygun gelen ifadeyi çarpı işareti (X) koyarak belirtiniz ve <u>tüm maddeleri cevaplayınız.</u></p>		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1.	Çalıştığım işletme, fikirlerime önem verir.					
2.	Çalıştığım işletme, iyiliğim ve mutluluğum ile gerçekten ilgilenir.					
3.	Çalıştığım işletme, amaçlarımı ve değerlerimi güçlü biçimde göz önünde tutar.					
4.	Çalıştığım işletme, bir problemim olduğu zaman yardım etmeye hazırdır.					
5.	Çalıştığım işletme, iyiniyetli olarak yaptığım bir hatayı bağışlar					
6.	Çalıştığım işletme, eline bir fırsat geçtiğinde benden çıkarı için faydalanır.					
7.	Çalıştığım işletme, bana çok az ilgi gösterir.					
8.	Çalıştığım işletme, kişisel bir iyilik istediğimde yardım etmek konusunda isteklidir.					

III. AŞAĞIDAKİ İFADELERDE SİZE UYGUN OLANI BELİRTİNİZ.

<p style="text-align: center;">Açıklama: Aşağıda “bireysel yaratıcılık” ile ilgili ifadeler yer almaktadır. Lütfen size en uygun gelen ifadeyi çarpı işareti (X) koyarak belirtiniz ve <u>tüm maddeleri cevaplayınız.</u></p>		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1.	Yeni yaşantı ve deneyimleri merak ederek, çeşitli konularla yakından ilgilenirim.					
2.	Risk almayı ve beklenmeyen sonuçlarla karşılaşmayı işimin bir parçası sayarım.					
3.	Bireysel inisiyatif alarak, cesur davranırım.					
4.	Olay ve olgular arasındaki farklı ilişki noktalarını görür ve değerlendiririm.					
5.	Yeni düşünceleri özümseyebilmek için esnek davranmaya çalışırım.					
6.	Rekabet ederek, potansiyel fırsatları somut yararlaraya dönüştürmeye çalışırım.					
7.	Yeni şeyler denemeyi/uygulamayı önemseyerek, girişimci davranırım.					
8.	Her seferinde yeni bilgi ve becerileri kullanmaya çalışırım.					
9.	Sürekli öğrenerek kendimi geliştirmenin yollarını ararım.					
10.	Yeni hedeflere ulaşmak için mevcut sınırların ötesine geçmeye çalışırım.					
11.	Yapılandırılmamış, farklı iş süreçlerini kullanırım.					
12.	Yeni yöntemlerin işe koşulması için değişime açık bir tutum takınırım.					
13.	Beklenenin üstünde ve ötesinde performans göstermeye çalışırım.					
14.	Çok yönlü hareket ve dinamizm içinde olmaya gayret ederim.					
15.	Sorunlara farklı çözümler geliştirmek için rutin davranış kalıplarını terk ederim.					
16.	Sıradanlığı aşarak özgün düşünceler üretmeye ve buluşlar yapmaya çalışırım.					

IV. AŞAĞIDAKİ SEÇENEKLERDE SİZE UYGUN OLANI BELİRTİNİZ.(Lütfen size en uygun gelen seçeneği çarpı işareti (X) koyarak belirtiniz ve tüm maddeleri cevaplayınız.)**1. Cinsiyetiniz:** Kadın Erkek**2. Medeni durumunuz:** Evli Bekar**3. Yaşınız:** 16 - 22 yaş 23 - 29 yaş 30 - 36 yaş 37 - 43 yaş 44 yaş ve üzeri**4. Eğitim durumunuz:** İlköğretim Lise ve dengi Önlisans Lisans Lisansüstü**5. Annenizin eğitim durumu:** Okuma yazma bilmiyor İlköğretim Lise ve dengi Önlisans Lisans Lisansüstü**6. Babanızın eğitim durumu:** Okuma yazma bilmiyor İlköğretim Lise ve dengi Önlisans Lisans Lisansüstü**7. Kurumdaki statünüz:** Yönetici İşgören**8. Şuan çalıştığınız kurumdaki çalışma süreniz (kıdeminiz)** 3 yıl ve altı 4 - 7 yıl 8 - 11 yıl 12 -15 yıl 16 yıl ve üzeri**9. Toplam hizmet süreniz (kıdeminiz)** 3 yıl ve altı 4 - 7 yıl 8 - 11 yıl 12 -15 yıl 16 yıl ve üzeri**10. Herhangi bir sosyal uğraşınız (hobi) var mı? :** Evet Hayır**11. İşiniz ile ilgili yayınları takip ediyor musunuz? :** Evet Hayır

**Anketimiz Bitmiştir.
Katılımınız ve Desteğiniz İçin Tekrar Teşekkürler.**

ÖZGEÇMİŞ

Engin KANBUR, 1977 yılında Rize’de doğdu. İlk, orta ve lise öğrenimini İstanbul’da tamamladı. 1996 yılında Hava Teknik Okullar Komutanlığı bünyesinde bulunan Hava Astsubay Okulu’nu derece ile tamamladı. 1996-2005 yılları arasında 6’ncı Ana Jet Üs Komutanlığı/Bandırma’da görev yaptı. 2005-2014 yılları arasında 5’inci Ana Jet Üs Komutanlığı/Merzifon’da görev yaptı. 2014 yılında Hava Lojistik Komutanlığı/Ankara’da göreve başladı ve halen burada çalışmaktadır. 2001 yılında Anadolu Üniversitesi İşletme Fakültesi’nden Lisans, 2005 yılında Balıkesir Üniversitesi’nden İşletme Yüksek Lisans ve 2015 yılında Gaziosmanpaşa Üniversitesi İşletme/Yönetim ve Organizasyon bölümünden doktora derecelerini almıştır. Kalite yönetim sistemleri, sivil havacılık yönetimi, çağdaş yönetim yaklaşımları, örgütsel davranış ve stratejik yönetim alanlarında ulusal ve uluslararası çalışmaları bulunmakta olup, akademik çalışmalarını sürdürmektedir. Evli ve bir çocuk babasıdır.