

ÖRGÜT KÜLTÜRÜ VE İÇ GİRİŞİMCİLİK

İsmail BAKAN¹

Y. Sonay YILMAZ²

ÖZET

Bir işletmenin üyeleri tarafından kabul edilen, onların davranışlarını Şekillendiren, geleneksel hale gelmiş, düşünme, hissetme ve belirli tepkiler sonucu oluşan, değerler, davranışlar ve alışkanlıklardan oluşan örgüt kültürü bir sembol ve uygulamalar bütünüdür. İç girişimcilik ise yeni bir girişimi geliştirme ve ekonomik değer yaratmak için kişinin bir fırsattan yararlanarak, düşüncesini örgüt içerisinde gerçekleŐtirebilme yeteneğidir. İç girişimciler; yeni buluş, yatırım, fikir ve davranışlar geliştirerek bunları organizasyonların hizmet, ürün, program ve yönetimlerine uygulayan kişilerdir. Bir örgütün sahip olduğu kültürün, örgüt içerisindeki bireylerin iç girişimcilik faaliyetlerini etkileyebileceği düşüncesinden hareketle bu çalışmada örgüt kültürü ve iç girişimcilik arasındaki ilişki araştırılmıştır.

Bu kapsamda İstanbul ilinde faaliyet gösteren kuyumculuk sektöründe çalışan 152 katılımcı ile bir anket çalışması yapılmış, örgüt kültürünün alt boyutları olan yönlendirme yapma, kolektif hareket ve güç mesafesinin iç girişimciliğin alt boyutları olan yenilikçilik, risk alma, proaktiflik ve özerklik davranışları üzerindeki etkisi belirlenmeye çalışılmıştır. Elde edilen verilerin SPSS programı ile frekans, korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır. Araştırma bulguları sonucunda yönlendirme yapmanın yenilik ve proaktifliği; kolektif hareketin yenilik, proaktiflik ve risk almayı; güç mesafesinin ise yenilik, proaktiflik ve risk almayı anlamlı ve pozitif yönde etkilediği gözlemlenirken, örgüt kültürünün hiçbir alt boyutu ile iç girişimciliğin alt boyutu olan özerklik arasında önemli bir ilişki tespit edilememiŐtır.

Anahtar Kelimeler: Örgüt Kültürü, İç Girişimcilik, Kuyumculuk, Alan Araştırması.

ORGANISATION CULTURE AND INTRAPRENEURSHIP

ABSTRACT

Organisation cultures defined as set of symbols and practices that are accepted by the members of a business. These are formed by values, behaviors and habits that shape their behaviour, which have become traditional, formed as a result of thinking, feeling and certain reactions. Intrapreneurship is the ability of a person to use entrepreneurial thought in the organization to develop a new enterprise and create economic value by taking advantage of an opportunity. Intrapreneurship are people who develop new inventions, investments, ideas and behaviours and apply them to the services, products, programs and managements of organizations. The relationship between the organizational culture and intrapreneurship was investigated by considering the fact that of organization culture can affect the intrapreneurship activities of the members of the organization.

In this context, a survey was conducted with 152 participants working in the jewelry sector operating in the province of Istanbul. It has been tried to determine whether the sub-dimensions of organization culture, doing orientation, collectivism, and power distance have an effect on the sub-dimensions of intrapreneurship, innovation, risk taking, proclivity, and autonomy behaviors. Frequency, correlation and regression analyzes were performed by SPSS program. In the result of the research findings, it was observed that the doing orientation levels of the employees significantly and positively effect on innovation and proclivity, and it was observed that the collectivism, and power distance levels of the employees significantly and positively effect on innovation, risk taking and autonomy which are the sub-dimensions of intrapreneurship. There are no significant relationship between the sub-dimensions of organizational culture and autonomy, which is the sub-dimension of intrapreneurship.

Keywords: Organisation Culture, Intrapreneurship, Jewellery, Field Research.

¹ Prof. Dr. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İİBF, ibakan63@hotmail.com

² Doktora Öğrencisi, Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, İİBF, syilmaz2789@gmail.com

GİRİŞ

İşletmeler, küreselleşmenin ön plana çıktığı günden bu yana sürekli olarak rekabet güçlerini arttırmak zorunda kalmışlardır. Rekabet üstünlüğünün sağlanmasında çalışanların örgütle bütünleşmesi ve örgütleri için özveride bulunmaları önem taşımaktadır. Bu, örgütteki ortak değer yargıları ve anlayışların gelişmesini sağlayan örgütsel kültürün yerleşmesine bağlıdır. Örgütlerin amaçlarına ulaşmasında ve faaliyetlerini sürdürmesinde iyi bir örgüt kültürüne sahip olma düşüncesi gün geçtikçe daha fazla savunulmaya başlanmıştır. Kültür, örgütü diğer örgütlerden ayırt eden, örgütü tanımlayan ve belirleyen bir olgu olduğundan incelenmesi gereken bir kavramdır (Bakan, 2004: 2).

Bireysel ve toplumsal alanda refah oluşturma etkisine sahip olan girişimcilik kavramı, çok uzun bir dönemden bu yana araştırmacıların ilgisini çekmiş ve çalışma konusu olmuştur. Akademisyen ve organizasyonların ilgisini kazanan girişimcilik, son dönemlerde çekiciliğini hala korumaktadır (Onay, 2010: 48). Globalleşmenin ön plana çıkması ile örgütler, ürünlerinin rekabet düzeyini arttırmak zorunda kaldığından iç girişimcilik olgusu gelişmeye başlamıştır. İşletmelerde yenilikçi ürün ve süreçleri üst düzeyde geliştirerek onları ortaya koyan kişiler iç girişimci yeteneklere sahip bireylerdir. İşletmelerin çalışanlarına yenilikçi bir çalışma ortamı sağlaması iç girişimciliğin gelişmesinde önemlidir. Bu kapsamda organizasyonların iç girişimci bireylere daha esnek ve tutucu olmayan tarzda yaklaşım göstermeleri önemlidir (Başar ve Tosunoğlu, 2006: 123).

Bu araştırmada, işletmelerde üyeleri tarafından benimsenen, onların davranışlarını yönlendiren, gelenekselleşen ve örgütün karakterini gösteren örgüt kültürü ile organizasyonlarda çalışan bireylerin yeni ürünler ortaya çıkarmasını veya bunların üst düzeyde gelişmesini sağlayan iç girişimcilik olguları arasındaki ilişki araştırılmıştır. Bu değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemek amacı ile İstanbul’ da kuyumculuk sektöründe çalışan kişiler ile bir anket çalışması yapılmıştır. Yapılan literatür araştırmasında bu iki konu arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalar çok az olduğu dikkate alındığında, çalışmanın literatüre önemli katkı sağlayacağı ifade edilebilir.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. ÖRGÜT KÜLTÜRÜ

En genel şekliyle örgütü diğer örgütlerden farklı kılan, organizasyon üyeleri tarafından paylaşılan ve kabul edilen ortak bir anlayış ve değerler topluluğu olarak tanımlanan örgüt kültürü; bir grubun veya bir işletmenin üyelerinin ortaklaşa paylaştıkları, onların davranışlarını yönlendiren, düşünme, hissetme ve tepki sonucu oluşan normlar, davranışlar, inançlar ve alışkanlıklardan ortaya çıkan semboller ve uygulamalar bütünü olarak ifade edilir (Bakan vd., 2004: 20). Örgüt kültürü; işletmede yer alan bireyler ve gruplar arasındaki ilişkilerin, etkileşimlerin, faaliyetlerin, örgütün geleceğinin belirlenmesinde etkili olan örgüt mensupları tarafından kabul edilmiş ve onların bir arada olmasını sağlayan tutum, davranış, değer ve normların tamamıdır (Bakan vd., 2004: 20). Örgüt kültürünün temel unsurları; kuruluşun üyeleri tarafından kabul edilen ortak varsayımlar, davranışsal beklentiler, inançlar ve değerlerdir (Tesiuk vd., 1997: 28). Örgütsel kültür; toplumdaki insanların davranışlarını yönlendiren veya kısıtlayan, bilgi ve toplumsal etki yoluyla çalışan, normatif düzen olarak da tanımlanabilir (Frank ve Fahrbach, 1999: 254). Örgüt kültürü, üzerine 1980’li yıllardan itibaren yoğun bir şekilde çalışılmaya başlanmış ve yönetim, iletişim, psikoloji, sosyoloji ve antropoloji gibi farklı disiplinler tarafından farklı şekillerde tanımlanmasına rağmen temelinde örgüt üyeleri arasındaki uzlaşmayı vurgulayan bir kavramdır (Durgun, 2006: 127). Örgüt kültürü; üyelerine kimlik duygusu kazandırır, örgütü ve iş görenlerin davranışlarını biçimlendirir, organizasyona bağlılığı artırır, çalışanlara huzurlu bir çalışma ortamı hazırlar,

iç bütünleşmeyi sağlar, üyeleri için kontrol mekanizması oluşturur ve örgüt amaçları doğrultusunda çalışanların tutarlı olmasını sağlar. Bunlara ilaveten çalışanlar ve yöneticiler arasında uyum oluşturur, organizasyonun verimliliğini artırır, sorunların çözümüne yardımcı olur, çevreyle ilişkileri düzenler ve örgüt içerisinde koordinasyonu sağlayarak belirsizliklerin azalmasını sağlar (Bakan vd., 2004: 30). Organizasyonların toplumlar gibi kendine ait davranışları, inançları ve değerleri vardır. Örgütlerin kişiliğini oluşturan ve yönetim tarzını belirleyen bu unsurlar kültür olarak kabul edilir. Değişimin ve gelişimin yaşandığı, örgütlerin sürekli büyüdüğü ve karmaşıklaştığı çağımızda, güçlü bir örgüt kültürüne sahip olan organizasyonlar içten ve dıştan gelen değişimlere daha hazırlıklıdır. Örgütte yer alan bireyler, örgütün hedeflerini, örgüt için iyi veya kötü olan şeyleri, nasıl hareket edeceklerini örgüt kültürü sayesinde öğrenirler. Bireyler örgüt kültürünü hedeflerine ulaşmada bir yol haritası olarak kabul ederler. Örgütlere anlam kazandıran kültür, alt kademedan üst kademeye kadar dinamik ve sosyal bir yapının oluşmasını sağlar (Şahin, 2010: 21). Örgüt çalışanları ve yöneticileri tarafından oluşturulan örgütsel kültür, organizasyonun performansını sürdürmesi, rekabet avantajını sağlaması ve her alanda iyi bir işletim sisteminin kurulmasında da ön plana çıkan bir özelliktir. Örgütsel normlar, başkaları tarafından kabul edilebilir davranışları ifade eder ve kültür olarak kabul edilir. Ahlaki ve etik davranışlar tarafından desteklenen değerler ve normlar kuruluşta oluştuktan sonra kalıcı hale gelerek kuruluşun kültürü olarak devam ettirilir (Madu, 2012: 3). Bu denli büyük etkisi olan örgüt kültürü, yazılı bir metin olmayıp örgüt üyelerinin düşünce yapılarında, bilinçlerinde ve beklentilerinde oluşan inanç ve değerler bütünüdür (Bakan vd., 2004: 32). Organizasyonların üst düzeyde performans göstermesi, onların kültürel yönetim becerileri ile yakından ilişkilidir. Firmaların kendi güçlü yönlerini geliştirmek için kültürlerini incelemeleri gerektiği popüler bir düşüncedir. Belirli bir kültürel yapısı olmayan firmaların hayatta kalma şansı çok düşüktür (Barney, 1986: 663). Örgütsel kültür; kültürel unsur, örgüt üyeleri ve iş ortamı gibi değişik faktörlere göre farklılık gösterebilir (Danışman ve Özgen, 2003: 114). Örgüt kültürünün fikir ve hedefleri üyeler tarafından benimsendiğinde örgütün etkinliğine olumlu yönde katkı sağlar, eğer kültür örgütün hedefleri ile uyuşmuyorsa olumsuz yönde etki edebilir (Şahin, 2010: 32). Güçlü bir örgüt kültürü, iş stratejisinin çalışanlar tarafından anlaşılmasını kolaylaştırır, mentorluk, hikâye anlatımı ve örnekler yoluyla üyeleri sosyalleştirerek motive eder. Örgüt kültürü ile strateji birbiriyle bağlantılı olduğundan, iş stratejisinin başarısı için organizasyonun destekleyici bir kültüre sahip olması şarttır (Slater vd., 2011: 229). Örgütler açık sistem yaklaşımı perspektifinde değerlendirildiğinde dinamik bir özellik gösterirler. Dışsal faktörlere sağlıklı tepkiler veremeyen ve örgüt içi ile dış çevre arasında denge kuramayan örgütlerin yaşam süresi kısa olur. Örgütlerin dış çevrenin baskısına ve iç dinamiklerin isteklerine karşı verecekleri tepki, sahip oldukları örgüt kültürüne göre farklılıklar gösterir (Erdem, 2007: 63). Örgütün kültürel yapısı, kurum içerisinde çalışan bireyler arasında güven duygusunun oluşmasına ve gelişmesine olumlu yönde katkı sağlayabilir (Song vd., 2009: 161). Kültür değer olmalı, firmaya yüksek satış, düşük maliyet veya finansal değer katmalıdır. Üstün finansal performans ekonomik bir kavram olduğu için bu tür bir performansın üretilmesinde kültür, olumlu ekonomik sonuçlara sahip olmalıdır. Kültür nadir olmalı, taklit edilememeli, başka firmanın kültürleri ile ortak olmayan niteliklere ve özelliklere sahip olmalıdır (Barney, 1986: 658). Örgüt kültürü, Sigler ve Pearson (2000: 49) tarafından yönlendirme yapma, kolektif hareket ve güç mesafesi olmak üzere üç alt boyut altında tanımlanmıştır:

Yönlendirme Yapma: Bireyler veya gruplar çevreleriyle ilgili olarak harekete geçerken ve uygun yol tarzını belirlerken yönlendirmelere bakarak karar verirler. İnsanlar yapmaları gereken görevleri yerine getirirken, bu yönlendirmeleri dikkate almaları gerektiğinin farkında olmalıdır. Bireyler çevreleri ile gerekli uyumu sağlayarak yapacaklarına odaklanır ve bu yönlendirmeleri kabul ederler (Sigler ve Pearson, 2000: 31). İşletmelerdeki

yöneticiler, bir hedef belirledikten sonra hedefe ulaşana kadar her aşamada yönlendirme yapmaya çalışırlar (Kirkman ve Shapiro, 2001: 561)

Kolektif Hareket: Kolektif kültür, kişinin ailesiyle veya grubuyla karşılıklı bağımlılığı ve sadakatini desteklerken; bireysel kültür, bağımsızlığı ve bireysel girişimi vurgulamaktadır. İnsanların bir sorun yaşadıklarında kendi gruplarındaki kişilerin yardımlarını beklemleri ve bu düşüncenin olduğu sıkı sosyal çerçeve kolektivist kültürü karakterize eder. Kolektivist kültürün sosyal destek bileşeni, örgütün hedeflerine ulaşmasında yardımcı olmaktadır (Sigler ve Pearson, 2000: 31). İşletmelerde çalışanların, takımın hedef ve düşünceleri doğrultusunda herkesin iyiliği için fedakârlık yapmaları halinde en iyi sonuca ulaşılır (Kirkman ve Shapiro, 2001: 561)

Güç Mesafesi: Güç mesafesi terimi, kültür üyelerinin eşit olmayan bir güç dağılımını ne ölçüde kabul ettiklerini ifade eder. Yüksek güç mesafesi ile karakterize edilen bir kültür, iktidarda daha geniş farklılıkları kabul eder ve çalışanların, otoriteye sahip olanlara büyük bir saygı göstermesi beklenir (Sigler ve Pearson, 2000: 31). İşletmelerde yetki hiyerarşisi en iyi organizasyon şekli olup, kurumlardaki yüksek düzeydeki kişilerin, alt kademedeki bireyler için karar verme sorumluluğu vardır (Kirkman ve Shapiro, 2001: 561)

1.2. İÇ GİRİŞİMCİLİK

Günümüzde işletmelerin değişen tüketici taleplerini karşılamak için sürdürdükleri yönetim uygulamalarını değiştirerek, kendilerini yenilemeleri zorunluluk haline gelmiştir. Değişim ve gelişim uygulamalarında çalışanların hedeflerine ulaşabilmeleri onların iç girişimcilik uygulamalarındaki başarı düzeyine bağlıdır. Bireylerin başarıyı yakalayabilmelerinde daha yenilikçi, risk üstlenebilen ve proaktif davranışlar gösterebilmeleri, örgütün onlara olan desteklerini yakından hissettirmeleri ile ilişkilidir (Kanbur, 2016: 443). İş hayatının temeli olarak görülen girişimciler, bazı dönemlerde önemini kaybetmiş olsa da çağımızda daha önceki dönemlerden daha yüksek düzeylerde istihdam, üretim ve ihracata önemli katkılar sağlamaktadır. Büyük işletmeler rekabet güçlerini arttırmak için girişimcilik olgusunun önemini kavradıklarından, faaliyetlerinde iç girişimcilik ve kurumsal girişimcilik konularına daha fazla önem vermeye başlamışlardır (Bakan, 2015: 50).

Çok eski yıllara dayanan girişimcilik kavramı üzerine, akademik anlamdaki çalışmalar son yıllarda artmaya başlamıştır. Kültürel, sosyal ve ekonomik alanlardaki değişimlere bağlı olarak, içerisinde yer aldığımız yüzyılda yeni girişimcilik anlayışları ortaya çıkmaya başlamıştır (Ercan ve Gökdeniz, 2009: 59). Son yıllarda farkındalığı daha da artan iç girişimcilik kavramı ilk defa 1976 yılında Gifford ve Elizabeth Pinchot tarafından ifade edilmiştir. Gifford ve Elizabeth Pinchot iç girişimcilik üzerine geliştirdikleri modellerinde, iç girişimci kişilerin yapmayı planladığı çalışmalarda belirli bir oranda risk alabileceklerini belirtmişlerdir. İç girişimci bireyler; yeni buluş, yatırım, fikir ve davranış geliştirerek, bunları organizasyonların hizmet, ürün, program ve yönetimlerine uygulayan kişilerdir. Bu uygulamalara bağlı olarak organizasyonun üretim, yönetim ve satışında yeni yöntemler faaliyete geçirilir (Ağca ve Yörük, 2006: 126-127). Dünyanın değişik ülkelerinde hızlı bir şekilde yaygınlaşan ve iş ortamını yeniden dizayn eden girişimcilik, işletmelerin küresel ekonomideki canlanmasında önemli rol oynamaktadır. Yeni işletmeler kurmak yeni girişimcilik fikirlerini uygulamak için mutlaka zorunlu olmayıp, mevcut işletmelerde de büyük projeler oluşturulabilir. İşletmelerin yeni alanlara yönelmesi ve pazarlara girmesinde, girişimciler ve iç girişimciler belirleyici role sahiptir (Maier ve Zenovia, 2011: 971).

Bir işletme içerisinde bir fırsatın oluşturulması, yeni bir girişimin geliştirilmesi ve ekonomik değer ortaya koyulması iç girişimcilik olarak ifade edilir. Girişimcilik ise organizasyon dışında yeni bir girişim geliştirme olarak tanımlanır. Farklı şekilde tanımlanan

bu iki girişim sosyal ve ekonomik yönü olan olgulardır (Parker, 2011: 19). Bu tanımlamalar doğrultusunda kısaca iç girişimcilik, bireyin girişimcilik fikrini organizasyon içerisinde yapabilme yeteneğidir. Organizasyonlarda iç girişimciliğin geliştirilmesi, işletmelerin yenilikçi bir yaklaşım ortaya koyarak, kişilerin teşvik edilmesi ile mümkün olmaktadır. Bu yaklaşımlardan da anlaşılacağı gibi girişimcilik, örgütlerde yapılan tüm faaliyet ve değişimlerin bütünüdür. İstenilen değişimi yapmak ve rekabet üstünlüğünü elde tutmak için uygulamaya konulması gereken yol iç girişimciliğidir (Kızıloğlu ve İbrahimoglu, 2013: 106). Girişimcilik, yalnızca üretim faktörlerini bir araya getirerek üretim yapmak veya işletme kurmaktan ibaret değildir. Bir alanda yeni bir işletmeyi faaliyete geçirmek girişimciliğin önemli bir parçası olarak görülse de tamamı olarak düşünülemez. Çünkü bir işletmede yürütülen fırsat arama, değişim, yenilik ve yaratıcılık gibi tüm faaliyetler girişimciliğin kapsamı içerisinde yer alır. Bu yaklaşımlar doğrultusunda girişimcilik kavramı, girişimcilik düşüncesini ve davranışını örgütteki bireylere benimseterek, işlemedeki dönüşüm ve yenilikleri de kapsayan iç girişimciliği de içermektedir. İç girişimcilik, bir organizasyonda mevcut olan ile olması gereken arasındaki ilişkiyi ortaya koyduğundan organizasyondan organizasyona farklılıklar gösterebilir. Bu değişkenliklere karşın yine de iç girişimciliğin esasında fırsatları değerlendirerek yaratıcı bir şekilde değer yaratmak vardır (Naktiyok ve Bayrak Kök, 2006: 78).

Bir işletmenin yeni fikir, ürün, felsefe, araç ve yöntemleri uygulamaya koyması girişimcilik yeteneği düzeyi ile ilişkilidir. İşletmenin bu hedeflere ulaşması, bireylere gerekli olan özgürlüğün verilmesi ve teşvikin sağlanmasına bağlıdır. Çünkü işletmelerin küresel pazarda rekabet avantajlarını ele geçirebilmeleri bireylerin iç girişimcilik becerileri ile mümkündür (Rule ve Inwin, 1988: 47). Günümüzde ekonominin itici gücü olarak kabul edilen iyi yetişmiş, girişimcilik düşüncesine sahip bireylere geçmiş yıllardan daha fazla düzeyde ihtiyaç vardır (Ercan ve Gökdeniz, 2009: 59). İşletmelerde zaman içerisinde bürokratikleşmeyi engelleyebilecek ve gelişen bir işletmede girişimcilik anlayışının devam ettirilmesini sağlayacak bir kavram olması bakımından iç girişimcilik büyük bir öneme sahiptir. İç girişimcilik yönünden bir işletmenin değerlendirilmesinde, işletmenin risk alması, öngörücü olması ve yenilikçi yaklaşımı benimsemesi gibi faktörler göz önünde tutulur (Akdoğan ve Cingöz, 2006: 49). İç girişimciliğin, bir işletmenin rekabet üstünlüğünü ele geçirmesinde ve hedeflerine ulaşmasında önemli etkisi vardır. Bütün bu uygulamaların başarılı olması ve arzulanan faydanın sağlanması, yönetici ve çalışanların bazı sorumluluklarını yerine getirmesine bağlıdır. İşletmede çalışanlar yenilik yapma ve risk alma konusunda istekli olmalı, yöneticiler ise iç girişimcilik için gerekli olan imkânları ve kaynağı sağlamalı, çalışanlara destek olmalıdır (Akdoğan ve Cingöz, 2006: 54). Yani işletmelerin yeni ürünler veya yeni çalışma sistemlerini uygulamaya koymaları için bireylerin girişimcilik faaliyetleri desteklemelidir (Moriano vd., 2014: 103). Çünkü yeni düşüncelerin savunulmasında ve kişilerin iç girişimcilik faaliyetlerini teşvik etmede, yönetimin gücünü hissetmeleri önemlidir. Organizasyonlarda yönetici olan kişiler, çalışanları iç girişimcilik konusunda cesaretlendirmeli, yaptıkları hataları eleştirmemeli, yenilik yönünde özendirilmeli, onların ihtiyaç ve isteklerine anlayışla yaklaşmalı ve sahip oldukları yeni fikirleri ifade edebilmeleri için güven ve inanç ortamı yaratmalıdır (Büyükyılmaz ve Kayış, 2018: 148-161). Çalışanların iç girişimcilik performansı, organizasyonların çevresinde oluşan değişimlere uyum sağlamalarında da önemlidir. İşletmelerin faaliyette bulunduğu sektörde fırsatları değerlendirip bunlardan avantaj sağlayarak, üretim faaliyetlerindeki işlemleri yaratıcı bir şekilde koordine etmek iç girişimciliğidir. İşletmelerde çalışan her birey bir iç girişimci olarak kabul edilip uygun ortamın yaratılması gerekir. Bazı sektörlerde iç girişimcilik daha fazla önemli görülse de, ekonomik bir bütün olarak değerlendirildiğinde her türlü işletme için belirli bir önem düzeyine sahiptir (Kaplan ve Göker, 2017: 557). İşletmelerde birçok durumda teknolojik yeniliklerin ve firma yenilenmesinin temelini girişimcilik veya iç girişimcilik

oluşturabilir (Menzel vd., 2007: 732). Yani girişimci bir birey fırsatları değerlendirir ve mevcut bir hiyerarşi içinde yenilikleri uygulamaya koyar (Ordoz vd., 2011: 515). Rekabetin çok büyük önem taşıdığı iş hayatında, işletmeler iç girişimciliği ön planda tutarak piyasadaki değerlerini yükseltirler. Bu hedefe ulaşabilmeleri için işletmelerin değişim ve teknoloji alanında kendisini yenileyen bilgili iç girişimciler ile çalışmaları gerekir. Yine de işletmelerde geleneksel faaliyetlere son vermek oldukça zor olduğundan, yetenekli iç girişimcilerin geleneksel uygulamaları iyi bir şekilde tanıyarak, yapacakları yeniliklere karşı oluşacak dirençleri yenmek için belirli düzeyde ikna yeteneğine sahip olmaları gerekir (Ağca ve Yörük, 2006: 133). İç girişimcilik, Antoncic ve Hisrich (2001: 498), Durmaz (2011: 204), Naktiyok ve Bayrak Kök (2006: 84) ve Kanbur (2015: 93) gibi araştırmacılar tarafından yenilikçilik, risk alma, proaktiflik ve özerklik olmak üzere dört alt boyut altında tanımlanmıştır:

Yenilikçilik: Bireylerin yeni ürünleri, hizmetleri veya teknolojik süreçleri ortaya çıkararak, yeni düşünceleri, yenilikleri ve yaratıcı süreçleri uygulamaya alma ve destekleme eğilimi olarak tanımlanabilir. Yeni süreç, ürün veya hizmetleri faaliyete geçirmek için gereksinim duyulan yeni faaliyetleri uygulamaya koyma eğilimidir. Yenilikçilik, yeni bir ürün hattını uygulamaya koymayı ya da yeni teknolojik gelişmeleri en son aşamaya ulaştırmayı sağlar (Lumpkin ve Dess, 1996: 142).

Risk alma: Elde edilecek sonuçlar ile ilgili herhangi bir bilgiye sahip olmadan fayda sağlamak için önceden öngörülmemen alanlara yönelme olarak ifade edilir (Büyüılmaz ve Kayış, 2018: 150). Moriano, vd., (2014: 105)' ne göre risk alma, elde edilecek bulgular ile ilgili olarak herhangi bir bilgi sahibi olmadan bilinmeyen alanlarda girişimlerde bulunma olarak da tanımlanır.

Proaktiflik: Kişilerin rakiplerinden önce harekete geçerek avantaj elde etmek için aktif şekilde davranması olarak ifade edilmektedir. Bireylerin bu ilk hamleleri, beklenenden daha yüksek düzeyde kar sağlayabilir. Gelişmekte olan piyasalarda üstünlük sağlayan ve rekabetçi saldırganlık olarak da ifade edilen proaktiflik, yeni fırsatları takip ederek öncelik sağlayan, girişimciliğin önemli bir unsurudur (Lumpkin ve Dess, 1996: 146).

Özerklik: Çalışanların düşünce ve vizyonlarını net bir şekilde ifade etme ve bağımsız bir şekilde hareket etme yetkinliği olarak tanımlanmaktadır (Büyüılmaz ve Kayış, 2018: 150). İşletmelerde girişimcilik ve yaratıcılığın gelişmesinde önemli bir unsur, çalışan kişi ve takımlara sağlanan özgürlük düzeyidir. Girişimciler için gerekli olan bağımsız ruh, yeni bir faaliyetin ortaya çıkmasında çok önemli olduğundan, özerklik kavramı girişimcilik faaliyetinin önemli bir boyutudur. Kısaca ifade etmek istersek özerklik, bir fikir ya da vizyonu ortaya koyma veya tamamlama dönemlerinde bağımsız olarak hareket etme eylemi olup, fırsat arayışında kendini bağımsız olarak yönetme yeteneği ve iradesidir (Lumpkin ve Dess, 1996: 146).

1.3. ÖRGÜT KÜLTÜRÜ VE İÇ GİRİŞİMCİLİK

Her şeyin hızla değiştiği günümüz küresel iş dünyasında yenilikçi ve rekabetçi değişime karşılık veremeyen işletmeler; kalite, maliyet, müşteri tatmini ve pazar payında, içinde yer aldığı sektör ortalamasının gerisinde kalarak başarısız duruma düşebilmektedir. Organizasyonların, ulusal ya da uluslararası boyutta belirledikleri hedeflerine ulaşabilmeleri için rekabet avantajını elde edebilecekleri faaliyetler içerisinde bulunmaları gerekmektedir. İşletmelerin rekabet üstünlüğünü yakalamaları için yaratıcı ve yenilikçi bir düşünce ile aynı faaliyet alanında yer alan rakiplerinin önüne geçerek fark oluşturmaları gerekir. Bu bağlamda işletmelerde bütün bireylerin katılımının gönüllü olarak sağlandığı bir kültür anlayışının benimsenmesi ve uygulamaya konulması büyük önem taşımaktadır (Bakan, 2008: 36). Örgütsel değerler iç girişimciliğin önemli bir itici gücü olarak düşünülmektedir. İşletmelerin

duygusal değerleri, bireyleri sürekli olarak yeni fikir, bilgi ve çözümler üretmeye teşvik ederek, yenilikçiliğin organizasyon kültürünün önemli bir parçası haline gelmesini sağlar (Antoncic, 2007: 313). Örgütsel yapıları iç girişimcilik faaliyetlerine imkân sağlayan, değerleri besleyen ve iç girişimcilik oryantasyonları olan firmaların, bu özellikleri olmayan örgütlerden daha hızlı büyüme ve karlılığa sahip olma olasılıkları vardır. Açık ve kaliteli iletişim, resmi kontrollerin varlığı, yoğun çevresel tarama, yönetim desteği, organizasyonel destek ve değerler bir organizasyonun daha fazla girişimci hale gelmesine yardımcı olabilir. İç girişimci organizasyonlar, yeni iş girişimlerine yönelen, yenilikçi, sürekli yenilenen ve proaktif olan kuruluşlardır (Antoncic, 2007: 320). Örgüt kültürü iç girişimcilik üzerinde çok önemli bir etkiye sahiptir. İç girişimcilikte başarılı olmak isteyen firmaların ilk önceliği, destekleyici bir örgütsel çevreye sahip olan, yaşam boyu öğrenmeyi besleyen, yenilikçi düşünceye teşvik eden ve çalışanların fikirlerini paylaşma özgürlüğü olan olumlu bir örgüt kültürü oluşturmak olmalıdır. Kurumun girişimci oryantasyonu, çalışanların bağımsız görev yürütme, mevcut ürün hattında sürekli iyileştirme, yeni ürün ve hizmetler için algılanan güven, işbirlikçi çalışma ortamı, fikir ve kaynakların birbirleriyle paylaşılmasındaki açıklık gibi özelliklerden oluşur (Gupta ve Srivastava, 2013: 7). İşletmelerin, günümüzde değişen tüketici isteklerine hızlı cevap verebilmesi ve hayatta kalabilmesi için rakiplerden bir adım önde olmaları zorunludur. Böyle dinamik bir ortamda organizasyonların kendilerini sürekli yenilemeleri, değişen koşullara ayak uydurmaları, rakiplerine göre daha farklı değer yaratmaları, gerektiğinde sürekli yenilikler yapmaları ve proaktif bir tavır sergilemeleri temel bir unsur haline gelmiştir. Bu kapsamda girişimcilik, örgütlerin yenilik faaliyetlerini kolaylaştırabilecek ve avantaj sağlayabilecek bir faktör olarak görülmektedir. Yenilikçilik, risk alma ve proaktiflik boyutları itibarıyla iç girişimcilik, bir örgüt içerisindeki bireylerin ve grupların değer yaratma çabalarına imkân veren bir süreç olarak tanımlanmaktadır. Bu ifadelerden de anlaşılacağı gibi birbiriyle yakın ilişki içinde olduğu görülen örgüt kültürü ile girişimcilik üzerine yapılan bir araştırma sonucunda örgüt kültürünün, örgütün girişimcilik özelliğini ve performansını belirleyen önemli bir faktör olduğu ifade edilmiştir (Yeşil vd., 2016: 166). Yine halıcılık sektöründe faaliyette bulunan işletmelerde yapılan bir araştırmada da, örgüt kültürü tiplerinin iç girişimcilik davranışının tüm alt boyutlarını pozitif yönde etkilediği görülmüştür (İbrahimoglu ve Yaşar Uğurlu, 2013: 122). Ankara’da iki üniversitede yapılan çalışmada, örgüt kültürünün girişimcilik özelliklerini arttırabildiği ölçüde iç girişimcilik özelliklerini de arttırdığı gözlenmiş, bu iki değişken arasında anlamlı ve pozitif ilişki bulunmuştur (Öktem vd., 2003: 183). Eze vd., (2018: 38) tarafından imalat sektöründe yapılan bir çalışmada ise örgüt kültürünün firmalardaki iç girişimcilik gelişimini olumlu ve anlamlı bir şekilde etkilediği, örgütsel kültürün girişimciliğin büyümesini teşvik etmede önemli bir rol oynadığı sonucuna varılmıştır.

2. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Bu çalışmanın amacı, örgüt kültürü ile iç girişimcilik arasında bir ilişkinin olup olmadığını belirlemeye yöneliktir. Bu kapsamda İstanbul ilinde kuyumculuk sektöründe çalışan kişilerde bir anket uygulaması yapılmış, ankete katılan 152 katılımcının örgüt kültürü ve iç girişimcilik konusundaki algıları belirlenmeye çalışılmıştır. Araştırmada kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Anket soruları ilgili literatürden oluşturulmuş olup, ankette açık ve kapalı uçlu soruların yanı sıra Likert tarzı önermelere de yer verilmiştir. Anketteki Likert tarzı önermeler araştırmanın amacında bulunan örgüt kültürü ve iç girişimcilik değişkenlerini ölçmek için kullanılmıştır. Örgüt kültürünü ölçmek için orijinali Maznevski ve Distefano (1995) tarafından oluşturulan ve Sigler ve Pearson (2000: 49) tarafından geliştirilerek uygulamaya konulan, “Bu firmada daha üst düzeydeki insanlar, altındaki insanlar için önemli kararlar vermekle sorumludur”, “Bu firmada en iyi organizasyon şekli, çok kademeli hiyerarşik yapılanma olarak algılanır” ve “Bu firmada daha düşük seviyedeki

insanlar, üst düzey insanların taleplerini soru sormadan yerine getirirler” şeklindeki önermeleri de içeren 18 ifade ve üç boyuttan oluşan (yönlendirme yapma, kolektif hareket ve güç mesafesi) ölçek kullanılmıştır. Ölçek, Harzing ve Maznevski (2002: 8) ile Çakar ve Ertürk (2010: 336)’ ün çalışmalarında da kullanılmış olup, güvenilir bulunmuştur. İç girişimciliği ölçmek için Antoncic ve Hisrich (2001: 498) tarafından oluşturulan, Naktiyok ve Bayrak Kök (2006: 84) tarafından geliştirilen, Durmaz (2011: 204) ve Kanbur (2015: 93)’ un çalışmalarında geçerliliği ve güvenilirliği kanıtlanmış olan, “İş arkadaşlarımı yenilikçi olmaları hususunda motive ederim”, “Üzerinde çok çalıştığım bir planda gerekirse büyük değişiklikler yapmaktan çekinmem” ve “Gelişmelerin beni yönlendirmesine izin vermeyip, gelişmeleri yönlendirmeye çalışırım” şeklindeki önermeleri de kapsayan 21 ifade ve dört alt boyuttan oluşan (yenilikçilik, risk alma, proaktiflik ve özerklik) ölçek kullanılmıştır. Ölçekler, “1: Kesinlikle katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum ve 5: Kesinlikle katılıyorum” şeklinde beşli Likert ölçeğine göre düzenlenmiştir. Anket sonucu elde edilen verilerin SPSS programı ile frekans, korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır.

3. ARAŞTIRMA MODELİ

Örgüt kültürü ve iç girişimciliğin alt boyutları arasındaki ilişkileri belirlemeye yönelik çalışmalar üzerine yapılan literatür taramasında, çoğunlukla bu değişkenler arasında pozitif yönde doğrusal ilişkilerin olduğu görülmüştür. Bu bulgular göz önünde tutularak araştırmada aşağıdaki ana hipotezler oluşturulmuştur:

H1: Örgüt kültürünün alt boyutu olan yönlendirme yapmanın, iç girişimciliğin alt boyutu olan yenilikçilik üzerine anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır.

H2: Örgüt kültürünün alt boyutu olan yönlendirme yapmanın, iç girişimciliğin alt boyutu olan risk alma üzerine anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır.

H3: Örgüt kültürünün alt boyutu olan yönlendirme yapmanın, iç girişimciliğin alt boyutu olan proaktiflik üzerine anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır.

H4: Örgüt kültürünün alt boyutu olan yönlendirme yapmanın, iç girişimciliğin alt boyutu olan özerklik üzerine anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır.

H5: Örgüt kültürünün alt boyutu olan kolektif hareketin, iç girişimciliğin alt boyutu olan yenilikçilik üzerine anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır.

H6: Örgüt kültürünün alt boyutu olan kolektif hareketin, iç girişimciliğin alt boyutu olan risk alma üzerine anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır.

H7: Örgüt kültürünün alt boyutu olan kolektif hareketin, iç girişimciliğin alt boyutu olan proaktiflik üzerine anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır.

H8: Örgüt kültürünün alt boyutu olan kolektif hareketin, iç girişimciliğin alt boyutu olan özerklik üzerine anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır.

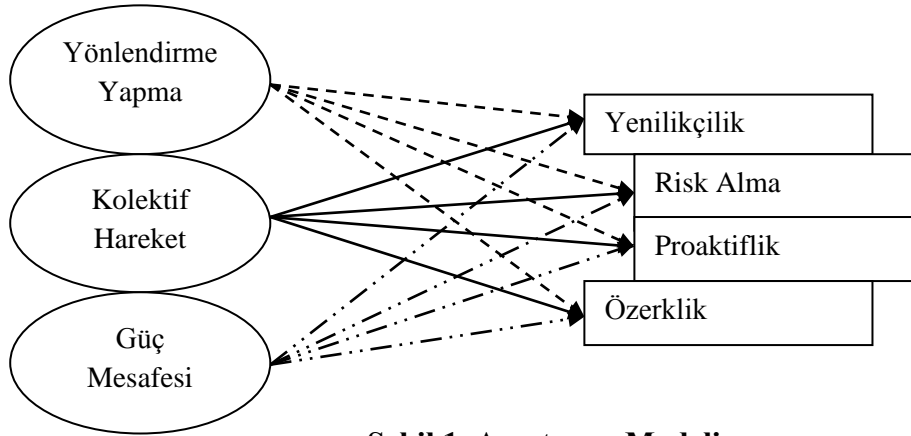
H9: Örgüt kültürünün alt boyutu olan güç mesafesinin, iç girişimciliğin alt boyutu olan yenilikçilik üzerine anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır.

H10: Örgüt kültürünün alt boyutu olan güç mesafesinin, iç girişimciliğin alt boyutu olan risk alma üzerine anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır.

H11: Örgüt kültürünün alt boyutu olan güç mesafesinin, iç girişimciliğin alt boyutu olan proaktiflik üzerine anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır.

H12: Örgüt kültürünün alt boyutu olan güç mesafesinin, iç girişimciliğin alt boyutu olan özerklik üzerine anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır.

Geliştirilen hipotezler doğrultusunda araştırmanın modeli Şekil 1’de gösterilmiştir. Araştırmanın modeli değişkenler arası doğrusal ve nedensel ilişkiye dayanmaktadır. Bu kapsamda, modelin bağımsız değişkeni olan örgüt kültürü alt boyutlarının, bağımlı değişken olan iç girişimciliğin alt boyutları üzerindeki etkisi incelenmiştir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

4. ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırmada kullanılan ölçeklerin güvenilirliği Cronbach’s Alfa değeri ile test edilmiş olup, kullanılan ölçeklerin güvenilirliğinin kabul edilebilir düzeyde olduğu söylenebilir (Tablo 1).

Tablo 1. Araştırmanın Değişkenlerinin Güvenilirliği

Değişkenler	Cronbach Alfa Değeri	Önerme Sayıları
Yönlendirme Yapma	,851	6
Kolektif Hareket	,839	6
Güç Mesafesi	,657	6
Yenilikçilik	,851	5
Risk Alma	,622	3
Proaktiflik	,839	6
Özerklik	,916	6

Araştırmada yer alan katılımcıların demografik özellikleri Tablo 2’ de verilmiştir. Demografik özellikler incelendiğinde, katılımcıların ağırlıklı dağılımının erkek ve bekâr olduğu, genel yaş ortalamalarının 20-45 yaş arasında, 50 yaş üzerinde olan bireylerin çok az olduğu ve lise mezunu kişilerin çoğunluğu oluşturdukları görülmüştür. Araştırmada kuyumculuk sektöründe kısa ve uzun süreli çalışanların birbirine yakın oranda bir dağılım gösterdiği gözlenmiştir. Bu birbirine yakın dağılımın, deneyim kazanan çalışanların kazandıkları becerilerin, işlerinde yeni olan bireylere aktarılmasında önemli olabileceği düşünülmüştür. Çalışanların ağırlıklı olarak aynı işletmede uzun süreli çalışmadığı ve bir işletmedeki çalışma sürelerinin çoğunlukla 10 yıldan daha kısa süreli olduğu görülmüş olup, bu durum, beceri düzeyi gelişmiş kişilerin daha iyi ekonomik ve çalışma koşullarına bağlı olarak kurum değiştirmelerinden kaynaklanabileceği şeklinde değerlendirilmiştir.

Hipotezlerde belirtilen ve modelde gösterilen değişkenlerin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 3’ de verilmiştir. Değişkenlere ait ortalama değerler incelendiğinde katılımcıların; örgüt kültürünün alt boyutu olan yönlendirme yapma ve kolektif hareket etmeyi belirlemeye yönelik sorulara ağırlıklı olarak “katılıyorum” seçeneğine yakın olmak üzere olumlu yönde, güç mesafesi için ise “kararsızım” ve “katılıyorum” arasında olmak üzere olumlu yönde görüş bildirdikleri söylenebilir. İç girişimcilik alt boyutlarından yenilikçilik değişkenine “katılıyorum” ve “kesinlikle katılıyorum” arasında en yüksek

ortalama ile olumlu, risk alma ve proaktiflik ifadelerine ise “katılıyorum” olarak olumlu yönde görüş bildirmişlerdir. En düşük ortalama, özerklik değişkeninde gözlenmiş, bu değişken için de “karasızım” a yakın olumlu yönde görüş ifade etmişlerdir.

Tablo 2. Araştırmaya Katılanların Demografik Özellikleri

	Frekans	Yüzde		Frekans	Yüzde
Cinsiyet			Medeni Durum		
Erkek	117	77,0	Bekâr	92	60,5
Kadın	35	23,0	Evli	48	31,6
			Diğer	12	7,9
Yaş			Eğitim Düzeyi		
20-25	39	25,7	Lise	69	45,4
26-30	23	15,1	Ön Lisans	27	17,8
31-35	32	21,1	Lisans	26	17,1
36-40	12	7,9	Lisans Üstü	3	2,0
41-45	20	13,2	Diğer	27	17,8
46-50	16	10,5			
51 ve üstü	10	6,6			
Bu işte Çalışma Süresi			Kurumda Çalışma Süresi		
1-5	42	27,6	1-5	68	44,7
6-10	36	23,7	6-10	47	30,9
11-15	26	17,1	11-15	13	8,6
16-20	8	5,3	16-20	12	7,9
21 Yıl ve üstü	40	26,3	21 Yıl ve üstü	12	7,9
Kurumdaki Pozisyon					
Üst düzey yönetici	3	2,0			
Alt düzey yönetici	8	5,3			
Orta düzey yönetici	10	6,6			
Çalışan	131	86,2			

Tablo 3. Araştırma Değişkenlerinin Ortalama ve Standart Sapma Değerleri

Değişkenler	Ort.	S.S.
Yönlendirme Yapma	4,15	,583
Kolektif Hareket	4,07	,606
Güç Mesafesi	3,67	,591
Yenilikçilik	4,44	,494
Risk Alma	4,04	,670
Proaktiflik	4,17	,558
Özerklik	3,19	1,037

Örgüt kültürü ve iç girişimcilik alt boyutları arasındaki ilişkiyi araştırmak için yapılan korelasyon analizi sonuçları Tablo 4’ de verilmiştir. Korelasyon analizi bulgularına göre yönlendirme yapma ile yenilikçilik ($p<.01$) ve proaktiflik ($p<.01$) arasında pozitif yönde anlamlı ilişkilerin olduğu görülmüştür. Kolektif hareket ile yenilikçilik ($p<.05$), risk alma ($p<.05$) ve proaktiflik ($p<.01$) arasında pozitif yönde anlamlı ilişkilerin olduğu gözlenmiştir. Güç mesafesi ile yenilikçilik ($p<.01$), risk alma ($p<.01$) ve proaktiflik ($p<.01$) arasında pozitif yönde anlamlı ilişkilerin olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Elde edilen korelasyon analizi bulguları, araştırmanın hipotezleri olan H1, H3, H5, H6, H7, H9, H10 ve H11 hipotezlerini destekler yöndedir. Bu veriler, örgüt kültürünün iç girişimcilik üzerine çok önemli bir etkiye sahip olduğunu belirten Gupta ve Srivastava (2013: 7)’ nin görüşleri ve örgüt kültürünün bir örgütün girişimcilik özelliğini ve performansını belirleyen önemli bir faktör olduğunu ifade eden Yeşil vd., (2016: 166)’ nin bulguları ile uyumlu bulunmuştur. Elde edilen bulgularda, örgüt kültürünün hiçbir alt boyutu ile iç girişimciliğin alt boyutu olan özerklik arasında, ayrıca

yönlendirme yapma ile risk alma arasında ilişki gözlenmediğinden, bu ilişkileri ifade eden H2, H4, H8 ve H12 hipotezleri desteklenmediğinden bu hipotezler doğrudan ret edilmiştir.

Çalışmada öngörülen hipotezleri test etmek amacıyla yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 5’ de verilmiştir. Yapılan regresyon analizi bulgularına göre; yönlendirme yapma bağımsız değişkeninin; bağımlı değişkenler olan yenilikçiliği ($\beta = ,405$; %16,4), $p < .01$ ve proaktifliği ($\beta = ,499$; %24,9) $p < .01$ düzeyinde; kolektif hareketin, yenilikçiliği ($\beta = ,301$; %4,1) $p < .05$, risk almayı ($\beta = ,207$; %4,3) $p < .05$ ve proaktifliği ($\beta = ,389$; %15,1) $p < .01$ düzeyinde; güç mesafesinin ise yenilikçiliği ($\beta = ,215$; %4,6) $p < .01$, risk almayı ($\beta = ,216$; %4,7) $p < .01$ ve proaktifliği ($\beta = ,360$; %13,0) $p < .01$ düzeyinde anlamlı ve pozitif yönde etkilediği görülmüştür. Regresyon düzeyleri arasında bir kıyaslama yapılırsa örgüt kültürü alt boyutlarından yönlendirme yapmanın, iç girişimcilik alt boyutlarından proaktifliği en yüksek düzeyde (%24,9) etkileyen değişken olduğu ve bunu sırasıyla yönlendirme yapma ile yenilikçilik (%16,4), kolektif hareket ile proaktiflik (%15,1) ve güç mesafesi ile proaktifliğin (%13,0) takip ettiği söylenebilir. Bu bulgulardan hareketle yukarıda ifade edilen 12 hipotezden 8’nin kabul edildiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu sonuçlar, İbrahimoglu ve Yaşar Uğurlu (2013: 122) tarafından örgüt kültürü tiplerinin iç girişimcilik davranışının alt boyutlarını pozitif yönde etkilediğini belirten, Öktem vd., (2003: 183)’ nin örgüt kültürünün girişimcilik özelliklerini arttırabildiği ölçüde iç girişimcilik özelliklerini de arttırdığı ve bu iki değişken arasında anlamlı ve pozitif ilişkinin bulunduğu ve Eze vd., (2018: 38) tarafından örgüt kültürünün firmalarındaki iç girişimcilik büyümesini olumlu ve anlamlı bir şekilde etkilediğini gösteren bulguları destekler bulunmuştur. İç girişimciliğin alt boyutu olan özerkliğin yer aldığı bütün hipotezler ile yönlendirme yapma ve risk alma arasındaki hipotezi de kapsayan 4 hipotez ise ret edilmiştir.

Tablo 4. Araştırma Değişkenlerinin Korelasyon Değerleri

Değişkenler	Yönlendirme Yapma	Kolektif Hareket	Güç Mesafesi
Yenilikçilik	,405**	,201*	,215**
Risk Alma	,154	,207*	,216**
Proaktiflik	,499**	,389**	,360**
Özerklik	,084	,031	,075

*Korelasyon 0.05 düzeyinde, **korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır.

Tablo 5. Örgüt Kültürü Alt boyutlarının İç Girişimcilik Alt Boyutları Üzerindeki Etkisine Yönelik Regresyon Analizi

Değişkenler	Yönlendirme Yapma			Kolektif Hareket			Güç Mesafesi		
	Beta	t	P	Beta	t	P	Beta	t	P
Yenilikçilik	,405 $\Delta R^2 = ,164$	11,356 F=29,51	,000	,201 $\Delta R^2 = ,041$	14,058 F=6,33	,013	,215 $\Delta R^2 = ,046$	15,277 F=7,30	,000
Risk Alma	,154 $\Delta R^2 = ,024$	8,499 F=3,66	,058	,207 $\Delta R^2 = ,043$	8,558 F=6,71	,011	,216 $\Delta R^2 = ,047$	9,368 F=7,37	,007
Proaktiflik	,499 $\Delta R^2 = ,249$	7,719 F=49,68	,000	,389 $\Delta R^2 = ,151$	9,536 F=26,75	,000	,360 $\Delta R^2 = ,130$	10,974 F=22,37	,000
Özerklik	,084 $\Delta R^2 = ,007$	4,235 F=1,08	,301	,031 $\Delta R^2 = ,001$	5,184 F=,143	,706	,075 $\Delta R^2 = ,006$	5,110 F=,856	,356

SONUÇ VE DEĞERLENDİRME

Bu araştırmada; bir örgütü diğer örgütlerden farklı kılan, geleneksel hale gelmiş, üyeleri tarafından ortaklaşa paylaşılan ve kabul edilen ortak anlayış, onların davranışlarını şekillendiren, düşünme, hissetme ve belirli tepkiler sonucu oluşan, değerler, davranışlar ve alışkanlıklardan meydana gelen örgüt kültürünün, yeni bir girişimi geliştirme ve ekonomik değer yaratmak için kişinin bir fırsattan yararlanarak, düşüncesini örgüt içerisinde yapabileceği yeteneği olarak tanımlanan ve bunu yaparken yenilikçi, proaktif, özerk hareket eden ve risk alabilen iç girişimcilik üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Yapılan korelasyon ve regresyon analizi sonucu elde edilen bulgulara bakıldığında, örgüt kültürünün alt boyutlarından olan yönlendirme yapma ile iç girişimciliğin alt boyutları olan yenilikçilik ve proaktiflik arasında pozitif yönlü bir ilişki gözlemlenirken yine aynı şekilde örgüt kültürünün alt boyutlarından olan kolektif hareket ve güç mesafesi ile iç girişimciliğin alt boyutları olan yenilikçilik, risk alma ve proaktiflik arasında pozitif yönlü ilişkilerin olduğu görülmüştür. Örgüt kültürünün bu alt boyutlarının, iç girişimciliğin ifade edilen alt boyutlarını olumlu yönde etkilediği bulgusuna ulaşılmıştır. Bu verilere bağlı olarak, örgüt kültürü anlayışının geliştiği organizasyonlarda, bireylerin aynı zamanda yenilikçilik, risk alma ve proaktiflik olarak tanımlanan iç girişimcilik yönlerinin de olumlu yönde geliştiği ifade edilebilir. Örgüt kültürünün alt boyutları ile iç girişimciliğin alt boyutu olan özerklik arasında ve yönlendirme yapma ile risk alma arasında herhangi bir ilişki gözlenmemiştir. Bu bulgulara göre, çalışmanın yapıldığı sektörde örgüt kültürü olgusunun özerklik anlayışının gelişiminde herhangi bir etkisinin olmadığı, ayrıca bireylerin risk alma isteklerinin yönlendirmeden etkilenmediği de ifade edilebilir.

Araştırmada elde edilen bulgular, İbrahimoglu ve Yaşar Uğurlu (2013: 122) tarafından örgüt kültürü tiplerinin, iç girişimcilik davranışının alt boyutlarını pozitif yönde etkilediği yönündeki sonuçları, örgüt kültürünün iç girişimcilik üzerine önemli bir etkiye sahip olduğunu belirten Gupta ve Srivastava (2013: 7)' nin görüşleri ve örgüt kültürünün bir örgütün girişimcilik özelliğini ve performansını belirleyen önemli bir faktör olduğunu ifade eden Yeşil vd., (2016: 166)' nin bulguları ile desteklenmektedir. Ayrıca Öktem vd., (2003: 183) tarafından örgüt kültürü ile iç girişimcilik özellikleri arasında elde edilen anlamlı ve pozitif ilişki ile ve Eze vd., (2018: 38) tarafından örgüt kültürünün firmalardaki iç girişimcilik gelişimini olumlu ve anlamlı bir şekilde etkilediğini belirten görüşler ile uyumlu bulunmuştur. Yukarıda görüldüğü gibi sınırlı sayıdaki araştırmacının elde ettiği bulgular, bu araştırmanın sonuçlarını desteklemektedir.

Sonuç olarak, yönlendirme yapma, kolektif hareket ve güç mesafesinin geliştirildiği işletmelerde oluşan örgüt kültürünün, bu organizasyonlardaki bireylerin yeni fikirler geliştirebilmesi, öngörülme alanlara yönelip risk alabilmesi ve proaktif davranış gösterebilmesi gibi yönlerinin gelişmesini desteklemesi güçlü bir ihtimaldir. Bu bulgular doğrultusunda işletmelerde sağlıklı olarak oluşturulan bir kültürel yapının bireylerin yenilik, risk alma ve proaktiflik gibi iç girişimcilik kabiliyetlerinin gelişmesine olumlu yönde katkı sağlayacağı, bu çalışmanın önerisi olarak kabul edilebilir.

KAYNAKÇA

Ağca, V. ve Yörük, D. (2016). Bağımsız girişimcilik ve iç girişimcilik arasındaki farklar: Kavramsal bir çerçeve. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi*, 8(2), 155-173.

Akdoğan, A. ve Cingöz, A. (2006). İç Girişimciliğe verilen önem düzeyi ve iç girişimciliği etkileyen örgütsel faktörlerin belirlenmesine yönelik Kayseri ilinde bir araştırma. *Uluslararası Girişimcilik Kongresi*, Bışkek, Kırgızistan, 49-64.

Antoncic, B. (2007). Intrapreneurship: A comparative structural equation modelling study. *Industrial Management & Data Systems*, 107(3), 309-325.

Antoncic, B. ve Hisrich, R.D. (2001). Intrapreneurship: Construct refinement and cross-cultural validation. *Journal of Business Venturing*, 16, 495-527.

Bakan, İ. (2015). Girişimcilik ve girişimcilikte seçme konular. *Gazi Kitapevi Yayınları*, 526s.

Bakan, İ. (2008). Örgüt kültürü ve liderlik türlerine ilişkin algılamalar ile yöneticilerin demografik özellikleri arasındaki ilişki: Bir alan araştırması. *KMU İİBF Dergisi*, 10(14), 13-40.

Bakan, İ., Büyükbeşe, T. ve Bedestenci, H.Ç. (2004). Örgüt kültürü. *Aktüel Yayınları Alfa Akademi*, 249s.

Barney, J.B. (1986). Organizational culture: Can it be a source of sustained competitive advantage?. *The Academy of Management Review*, 11(3), 656-665.

Başar, M. ve Tosunoğlu, B.T. (2006). Değer yaratımında iç girişimciliğin değişen boyutu: Bilgi girişimcilerin rolü. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 1(1), 123-134.

Büyükyılmaz, O. ve Kayış, M. (2018). Dönüştürücü liderliğin iç girişimcilik davranışına etkisi: Bolu ilinde bir araştırma. *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(3), 147-167.

Çakar, N.D. ve Ertürk, A. (2010). Comparing innovation capability of small and medium-sized enterprises: Examining the effects of organizational culture and empowerment. *Journal of Small Business Management*, 48(3), 325-359.

Danışman, A. ve Özgen, H. (2003). Örgüt kültürü çalışmalarında yöntem tartışması: Niteliksel-niceliksel yöntem ikileminde niceliksel ölçümler ve bir ölçek önerisi. *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 3(2), 91-124.

Durgun, S. (2006). Örgüt kültürü ve örgütsel iletişim. *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 3(2), 112-132.

Durmaz, I. (2011). Psikolojik güçlendirme algısının iç girişimcilik üzerine etkisi. *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, 207s.

Ercan, S. ve Gökdeniz, İ. (2009). Girişimciliğin gelişim süreci ve girişimcilik açısından Kazakistan. *Bilig Türk Dünyası Sosyal Bilimler Dergisi*, 49, 59-82.

Erdem, R. (2007). Örgüt kültürü tipleri ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişki: Elazığ il merkezindeki hastaneler üzerinde bir çalışma. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 2(2), 63-79.

Eze, B.U., Abdul, A., Nwaba, E.K. ve Adebayo, A. (2018). Organizational culture and intrapreneurship growth in Nigeria: Evidence from selected manufacturing firms. *Emerging Markets Journal*, 8(1), 38-44.

Frank, K.A. ve Fahrbach, K. (1999). Organization culture as a complex system: Balance and information in models of influence and selection. *Organization Science*, 10(3), 253-277.

Gupta, A. ve Srivastava, N. (2013). An exploratory study of factors affecting intrapreneurship. *International Journal of Innovative Research & Development*, 2(8), 1-8.

İbrahimoglu, N. ve Yaşar Uğurlu, Ö. (2013). KOBİ' lerde iç girişimcilik ve örgüt kültürü ilişkisi: Sektörel bir araştırma. *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 31(1), 103-126.

Harzing, A.W.K. ve Maznevski, M. (2002). The interaction between language and culture: A test of the cultural accommodation hypothesis in seven countries. *Language and Intercultural Communication*, 2, 1-24.

Kanbur, E. (2015). Çalışanların bireysel yaratıcılık düzeylerinin iç girişimcilik performansları üzerindeki etkisinde algılanan örgütsel desteğin aracılık rolü. *Doktora Tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü*, Tokat, 213s.

Kanbur, E. (2016). Algılanan örgütsel desteğin çalışanların iç girişimcilik performansları üzerindeki etkisinin incelenmesi. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(14), 443-460.

Kaplan, M. ve Göker, H. (2017). Duygusal zekânın iç girişimcilik performansı üzerindeki etkisi. *Üçüncü Sektör Sosyal Ekonomi*, 52, Özel Sayı, 555-571.

Kirkman, B.L. ve Shapiro, D.L. (2001). The impact of cultural values on job satisfaction and organizational commitment in self-managing work teams: The mediating role of employee resistance. *Academy of Management Journal*, 44(3), 557-569.

Kızıloğlu, M. ve İbrahimoglu, N. (2013). İç girişimcilik olgusunun yenilik yapabilme becerisine etkisi: Gaziantep'te faaliyet gösteren yenilikçi örgütlerde bir uygulama. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 5(3), 105-117.

Lumpkin, G.T. ve Dess, G.G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *The Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.

Madu, B.C. (2012). Organization culture as driver of competitive advantage. *Journal of Academic and Business Ethics*, 1-9.

Maier, V. ve Zenovia, C.P. (2011). Entrepreneurship versus intrapreneurship. *Review of International Comparative Management*, 12(5), 971-976.

Maznevski, M.L. ve Distefano, J.J. (1995). Measuring culture in international management: The cultural perspectives questionnaire, work in progress paper presented at the academy of international business annual meeting. *University of Western Ontario, Canada*

Menzel, H.C., Aaltio, I. ve Ulijn, J.M. (2007). On the way to creativity: Engineers as intrapreneurs in organizations. *Technovation*, 27, 732-743.

Moriano, J.A., Molero, F., Topa, G. ve Mangin, J.P.L. (2014). The influence of transformational leadership and organizational identification on intrapreneurship. *Int. Entrep. Manag. J.*, 10, 103-119.

Naktiyok, A. ve Bayrak Kök, S. (2006). Çevresel faktörlerin iç girişimcilik üzerine etkileri. *Afyon Kocatepe Üniversitesi İİBF. Dergisi*, 8(2), 77-96.

Onay, M. (2010). İşletmelerde girişimcilik özelliğini etkileyen faktörler: İç girişimcilik. *Yönetim ve Ekonomi*, 17(1), 47-67.

Ordaz, C.C., Alles, M.F. ve Navarro, J.R. (2011). The intrapreneur and innovation in creative firms. *International Small Business Journal*, 30(5), 513-535.

Öktem, M.K., Leblebici, D.N., Arslan, M., Kılıç, M. ve Aydın, M.D. (2003). Girişimci örgütsel kültür ve çalışanların iç girişimcilik düzeyi: Uygulamalı bir araştırma. *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(1), 169-188.

Parker, S.C. (2011). Intrapreneurship or entrepreneurship?. *Journal of Business Venturing*, 26, 19-34.

Rule, E.G. ve Irwin, D.W. (1988). Fostering intrapreneurship: The new competitive edge. *Journal of Business Strategy*, 9(3), 44-47.

Sigler, T.H. ve Pearson, C.M. (2000). Creating an empowering culture: Examining the relationship between organizational culture and perceptions of empowerment. *Journal of Quality Management*. 5, 27-52.

Slater, S.F., Olson, E.M. ve Finnegan, C. (2011). Business strategy, marketing organization culture, and performance. *Mark Lett.*, 22, 227-242.

Song, H.H., Kim, H.M. ve Kolb, J.A. (2009). The effect of learning organization culture on the relationship between interpersonal trust and organizational commitment. *Human Resource Development Quarterly*, 20(2), 147-167.

Şahin, A. (2010). Örgüt kültürü-yönetim ilişkisi ve yönetsel etkinlik. *Maliye Dergisi*, 159, 21-35.

Tesiuk, P.E., Farr, J.L. ve Klein, S. (1997). Influences of organizational culture and climate on individual creativity. *Journal of Creative Behavior*, 31(1), 27-41.

Yeşil, S., Doğan, İ.F. ve Doğan, Ö. (2016). Örgüt kültürünün girişimcilik yönelimi ile örgütsel performans üzerindeki etkisi: Kahramanmaraş ili tekstil sektörü örneği. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 14(1), 50-172.