

**T.C.**  
**HASAN KALYONCU ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**İŞLETME ANABİLİM DALI**  
**İŞLETME DOKTORA PROGRAMI**

**BEŞ FAKTÖR KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN İÇ GİRİŞİMCİLİK ÜZERİNE**  
**ETKİSİNDE SOSYAL SERMAYENİN ARACILIK ROLÜ**

**DOKTORA TEZİ**

**HAZIRLAYAN**  
**GÜL ÇIKMAZ**

**GAZİANTEP – 2020**

**T.C.**  
**HASAN KALYONCU ÜNİVERSİTESİ**  
**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**İŞLETME ANABİLİM DALI**  
**İŞLETME DOKTORA PROGRAMI**

**BEŞ FAKTÖR KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN İÇ GİRİŞİMCİLİK ÜZERİNE**  
**ETKİSİNDE SOSYAL SERMAYENİN ARACILIK ROLÜ**

**DOKTORA TEZİ**

**HAZIRLAYAN**  
**GÜL ÇIKMAZ**

**TEZ DANIŞMANI**  
**PROF. DR. MAZLUM ÇELİK**

**GAZİANTEP – 2020**



**SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**  
**MÜDÜRLÜĞÜNE**  
**DOKTORA KABUL VE ONAY FORMU**

İşletme Anabilim Dalı İşletme Doktora Programı öğrencisi **GÜL ÇIKMAZ** tarafından hazırlanan "**Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin İç Girişimcilik Üzerine Etkisinde Sosyal Sermayenin Aracılık Rolü**" başlıklı tez, 17/03/2020 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucu **başarılı** bulunarak jürimiz tarafından **Doktora Tezi** olarak kabul edilmiştir.

<u>Görevi</u>	<u>Unvanı, Adı ve Soyadı</u> <u>Kurumu/Üniversitesi</u>	<u>İmzası</u>
Jüri Başkanı Tez Danışmanı	Prof. Dr. Mazlum ÇELİK Hasan Kalyoncu Üniversitesi	
Jüri Üyesi	Doç. Dr. Mehmet AYTRKİN Gaziantep Üniversitesi	
Jüri Üyesi	Doç. Dr. Tuba BÜYÜKBEŞE Hasan Kalyoncu Üniversitesi	
Jüri Üyesi	Dr. Öğr. Üyesi Mert ÖZGÜNER Adıyaman Üniversitesi	
Jüri Üyesi	Dr. Öğr. Üyesi Ahmet ÇETİNDAS Hasan Kalyoncu Üniversitesi	

**Bu tez Enstitü Yönetim Kurulunca belirlenen yukarıdaki jüri üyeleri tarafından uygun görülmüş ve Enstitü Yönetim Kurulu kararı ile onaylanmıştır.**

Prof. Dr. Mazlum ÇELİK  
Enstitü Müdürü

## TEZ ETİK VE BİLDİRİM SAYFASI

Doktora Tezi olarak sunduğum “**Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin İçgirişimcilik Üzerine Etkisinde Sosyal Sermayenin Aracılık Rolü**” başlıklı çalışmanın tarafımda, bilimsel ahlak ve geleneklere aykırı düşecek bir yardıma başvurmaksızın yazıldığını ve yararlandığım eserlerin kaynakçada gösterilenlerden oluştuğunu ve bunlara atıf yapılarak yararlanmış olduğumu belirtir ve onurumla doğrularım. 17/03/2020

Gül ÇIKMAZ



## ÖNSÖZ

“Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin İçgirişimcilik Üzerine Etkisinde Sosyal Sermayenin Aracılık Rolü” konulu tezimde beni her zaman destekleyen ve bilimsel bakış açısıyla tezime katkılarını sağlayan başta danışman hocam Prof. Dr. Mazlum ÇELİK’e, Doç. Dr. Tuba BÜYÜKBEŞE’ye, Doç. Dr. Mehmet AYTEKİN’e, Dr. Öğr. Üyesi Ahmet ÇETİNDAS’ a sonsuz teşekkür ederim. Her zaman manevi desteğiyle yanımda olan tez aşamamda vermiş olduğu desteklerden dolayı Prof. Dr. Emel TOPÇU’ya çok teşekkür ederim.

Ayrıca tecrübelerinden faydalandığım her zaman yanımda olan, hayatımın her aşamasında bilgi ve desteğini benden esirgemeyen bilimin ve bilim insanının destekçisi olan Prof. Dr. Edibe SÖZEN’e sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Doktora sürecinde beni yalnız bırakmayan başta aileme ne kadar teşekkür etsem azdır.

Gaziantep, 2020

Gül ÇIKMAZ

## ÖZET

Bu çalışmada beş faktör kişilik özelliklerinin içgirişimcilik üzerine etkisinde sosyal sermayenin aracılık rolü araştırılmıştır. Bu bağlamda Gaziantep Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren büyük ölçekli tekstil işletmelerindeki 607 çalışana kişilik özellikleri, iç girişimcilik ve sosyal sermayelerini ölçmeye yönelik sorulardan oluşan 86 soruluk anket uygulanmıştır. Elde edilen veriler SPSS programı eklentisi PROCESS Makro kullanılarak analiz edilmiştir.

Yapılan analizler neticesinde beş faktör kişilik özelliklerinin dışa dönüklük, uyumluluk, deneyime açıklık ve sorumluluk boyutlarının iç girişimcilik ve sosyal sermayeyi pozitif yönlü ve anlamlı etkilediği, nevroitiklik boyutunun ise iç girişimcilik ve sosyal sermayeyi negatif yönde anlamlı etkilediği görülmüştür. Ayrıca beş faktör kişilik özelliklerinin dışa dönüklük, uyumluluk, sorumluluk, nevroitiklik, deneyime açıklık alt boyutlarının iç girişimciliğe etkisinde sosyal sermayenin aracılık rolü olduğu saptanmıştır.

**Anahtar kelimeler:** Beş faktör kişilik özellikleri, iç girişimcilik, sosyal sermaye

## **ABSTRACT**

In this study, the mediating role of social capital in the effect of five-factor personality traits on internal entrepreneurship is investigated. In this context, a questionnaire with 86 questions, which includes questions about measuring personality traits, internal entrepreneurship and social capital, was applied to 607 employees in large-scale textile enterprises operating in Gaziantep Organized Industrial Zone. The data obtained were analyzed using the SPSS program plugin PROCESS Macro.

As a result of the analyses, it was observed that the extroversion, compatibility, openness to experience and responsibility dimensions of the five-factor personality traits affect internal entrepreneurship and social capital positively and significantly. In addition, five factor personality traits were determined to have an intermediary role of the social capital the sub dimensions of which are extroversion, compatibility, responsibility, neuroticism and openness to experience on the effect of internal entrepreneurship.

**Key Words:** Five factors personality traits, internal entrepreneurship, social capital

## İÇİNDEKİLER

	Sayfa No.
ÖNSÖZ.....	i
ÖZET.....	ii
ABSTRACT.....	iii
İÇİNDEKİLER.....	iv
TABLolar LİSTESİ.....	x
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	xii
KISALTMALAR.....	xiii

### BİRİNCİ BÖLÜM

GİRİŞ.....	1
1.1.Problem Durumu.....	1
1.1.1. Problem Cümlesi.....	2
1.1.2. Alt Problemler.....	2
1.2.Araştırmanın Amacı.....	3
1.3.Araştırmanın Önemi.....	4
1.4.Araştırmanın Varsayımları.....	5
1.5.Araştırmanın Sınırlılıkları.....	5

### İKİNCİ BÖLÜM

KAVRAMSAL ÇERÇEVE.....	6
2.1. Kişilik Kavramı ve Kişilik Özellikleri.....	6
2.1.1. Kişilik ile İlgili Kavramlar.....	7
2.1.1.1. Mizaç (Huy).....	7
2.1.1.2. Yetenek.....	8
2.1.1.3. Benlik.....	9
2.1.1.4. Karakter.....	9
2.1.2. Kişiliği Etkileyen Faktörler.....	9
2.1.2.1. Biyolojik ve Genetik (Kalıtsal) Faktörler.....	10
2.1.2.2. Ailesel Faktörler.....	10
2.1.2.3. Kültürel ve Sosyal Faktörler.....	11
2.1.3. Kişilik Tipleri.....	11

2.1.3.1. Jung'un Kişilik Tipleri.....	11
2.1.3.2. Eysenck'in Kişilik Tipleri .....	12
2.1.3.3. Galen, Kant ve Wundt'un Kişilik Tipleri .....	13
2.1.3.4. Freidman ve Rosenman'ın Kişilik Tipleri (A tipi B Tipi Kişilik).....	13
2.1.3.5. Seagal'ın Kişilik Tipleri .....	14
2.1.3.6. Kretschmer'in Kişilik Tipleri .....	15
2.1.3.7. Sheldon'un Kişilik Tipleri .....	16
2.1.4. Kişilik Kuramları.....	17
2.1.4.1. Sigmund Freud'un Kişilik Kuramı (Psikanalitik) .....	17
2.1.4.2. Eric Berne'nin Kişilik Kuramı .....	19
2.1.4.3. Carl Gustav Jung'un Kişilik Kuramı (Analitik Psikoloji).....	19
2.1.4.4. Alfred Adler'in Kişilik Kuramı (Bireysel Psikoloji).....	22
2.1.4.5. Karen Honey'in Kişilik Kuramı (Nevrozlar ve İnsan Gelişimi) .....	22
2.1.4.6. Hans Eysenck'in Kişilik Kuramı (Biyoloji Temelli Faktör Analitik Ayırıcı Özellik Kuramı).....	23
2.1.4.7. Gordon Allport'un Ayırıcı Özellik Teorisi.....	24
2.1.4.8. Beş Faktör Kişilik Modeli .....	26
2.1.4.8.1. Dışa Dönüklük .....	28
2.1.4.8.2. Nevrotiklik (Duygusal Kararlılık) .....	29
2.1.4.8.3. Deneyime - Gelişime Açıklık .....	29
2.1.4.8.4. Uyumluluk .....	30
2.1.4.8.5. Sorumluluk.....	30
2.2. Girişimcilik.....	30
2.2.1. Girişimcilik- Girişimci Kavramları .....	30
2.2.2. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi .....	34
2.2.3. Girişimcinin Özellikleri.....	35
2.2.4. Girişimciliği Etkileyen Faktörler.....	37
2.2.4.1. Genetik Faktörler .....	37
2.2.4.2. Sosyal Faktörler .....	37
2.2.4.3. Bireysel Faktörler .....	37
2.2.4.4. Çevresel Faktörler.....	38
2.2.4.5. Dışsal Faktörler.....	38
2.2.4.6. Psikolojik Faktörler .....	38
2.2.4.7. Kültürel Faktörler .....	39

2.2.5. Girişimcilik Türleri.....	39
2.2.5.1. Fırsat Girişimciliği.....	40
2.2.5.2. Takipçi Girişimcilik.....	40
2.2.5.3. Yenilikçi Girişimcilik.....	41
2.2.5.4. Sosyal Girişimcilik.....	41
2.2.5.5. İç Girişimcilik.....	42
2.2.5.5.1. İç Girişimcilik Tanımı ve Kapsamı.....	42
2.2.5.5.2. İç Girişimci ve Girişimci Arasındaki Farklar.....	47
2.2.5.5.3. İç Girişimciliğin Önemi.....	48
2.2.5.5.4. İç Girişimcide Bulunması Gereken Özellikler.....	49
2.2.5.5.5. İç Girişimciliğin Önündeki Engeller.....	50
2.2.5.5.6. İç Girişimcilik Modelleri-Kuramları.....	53
2.2.5.5.6.1. Jeffrey G. Covin ve Dennis P. Slevin'in İç Girişim Modeli.....	53
2.2.5.5.6.2. William D. Guth ve Ari Ginsberg'in Temel Kurumsal İç Girişimcilik Modeli.....	56
2.2.5.5.6.3. G.Thomeas Lumpkin ve Gregory G. Dess'in İç Girişimcilik Modeli.....	57
2.2.5.5.6.4. Shaker A. Zahra'nın İç Girişimcilik Modeli.....	58
2.2.5.5.7. İç Girişimciliğin Boyutları.....	60
2.2.5.5.7.1. Yenilikçilik Boyutu.....	60
2.2.5.5.7.2. Risk Alma.....	62
2.2.5.5.7.3. Proaktiflik Boyutu.....	64
2.2.5.5.7.4. Özerklik Boyutu.....	65
2.2.5.5.7.5. Bireysel Ağ Geliştirme.....	66
2.2.5.5.8. İç Girişimciliği Etkileyen Faktörler.....	68
2.2.5.5.8.1. Bireysel Faktörler.....	68
2.2.5.5.8.2. Çevresel Faktörler.....	68
2.2.5.5.8.3. Örgütsel Faktörler.....	69
2.3. Sosyal Sermaye.....	70
2.3.1. Sosyal Sermaye Kavramının Ortaya Çıkışı.....	70
2.3.2. Sosyal Sermaye Kavramı.....	76
2.3.3. Sosyal Sermaye Teorileri.....	81
2.3.3.1. Pierra Bourdieu.....	81

2.3.3.2. James Coleman .....	83
2.3.3.3. Robert Putnam .....	84
2.3.4. Sosyal Sermayenin Boyutsal Sınıflandırılması .....	85
2.3.4.1. Yapısal Boyut .....	86
2.3.4.2. İlişkisel Boyutu .....	86
2.3.4.3. Bilişsel Boyut .....	86
2.3.5. Sosyal Sermaye Türleri .....	87
2.3.5.1. Bağ Kurucu Sosyal Sermaye .....	87
2.3.5.2. Köprü Kurucu Sosyal Sermaye .....	88
2.3.5.3. Birleştirici Sosyal Sermaye .....	89
2.3.5.4. Güçlü-Zayıf Ağlar .....	89
2.3.5.5. Formel-Enformel Ağlar .....	90
2.3.5.6. Yatay ve Dikey Ağlar .....	90
2.3.6. Sosyal Sermaye Unsurları .....	90
2.3.6.1. Sosyal Ağlar .....	91
2.3.6.2. Norm .....	92
2.3.6.3. Güven .....	92

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### **BEŞ FAKTÖR KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN İÇ GİRİŞİMCİLİK VE SOSYAL SERMAYE ÜZERİNE ETKİSİ .....**

3.1. Kişilik Özelliklerinin İç Girişimciliğe Etkisi .....	94
3.1.1. Dışa Dönüklüğün İç Girişimcilik Üzerine Etkisi .....	101
3.1.2. Uyumluluğun İç Girişimcilik Üzerine Etkisi .....	102
3.1.3. Deneyime Açıklığın İç Girişimcilik Üzerine Etkisi .....	103
3.1.4. Sorumluluğun İç Girişimcilik Üzerine Etkisi .....	105
3.1.5. Nevrotizm'in (Duygusal Denge) İç Girişimcilik Üzerine Etkisi .....	106
3.2. Kişilik Özelliklerinin Sosyal Sermayeye Etkisi .....	108
3.2.1. Dışa Dönüklüğün Sosyal Sermaye Üzerindeki Etkisi .....	111
3.2.2. Uyumluluğun Sosyal Sermaye Üzerindeki Etkisi .....	112
3.2.3. Sorumluluğun Sosyal Sermaye Üzerindeki Etkisi .....	114
3.2.4. Nevrotizmin Sosyal Sermaye Üzerindeki Etkisi .....	114
3.2.5. Deneyime Açıklığın Sosyal Sermaye Üzerindeki Etkisi .....	115

3.3. Sosyal Sermayenin İç Girişimcilik Üzerine Etkisi.....	116
--	-----

## **DÖRDÜNCÜ BÖLÜM**

<b>YÖNTEM.....</b>	<b>123</b>
4.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezler.....	123
4.2. Evren ve Örneklem.....	125
4.3. Veri Toplama Araçları .....	126
4.3.1. Beş Faktör Kişilik Ölçeği .....	126
4.3.2. İç Girişimcilik Ölçeği .....	126
4.3.3. Sosyal Sermaye Ölçeği.....	127
4.4. Veri Toplama Araçlarının Uygulanması (Ölçeklerin Yapı Geçerliliği ve Güvenilirliği) .	127
4.4.1. Doğrulayıcı Faktör Analizleri.....	127
4.4.1.1. Beş Faktör Kişilik Envanteri Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi .....	130
4.4.1.2. İç Girişimcilik Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi.....	132
4.4.1.3. Sosyal Sermaye Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi.....	135
4.4.2. Güvenilirlik Analizi.....	137
4.4.3. Tanımlayıcı İstatistik Bulguları.....	139

## **BEŞİNCİ BÖLÜM**

<b>BULGULAR ve YORUMLAR .....</b>	<b>141</b>
5.1. Demografik Bulgular.....	141
5.2. Korelasyon Analizi.....	144
5.3. Hipotez Testleri .....	145
5.3.1. Uyumluluğun İç Girişimcilik Üzerindeki Etkisi ve Bu Etkide Sosyal Sermayenin Aracı Rolü.....	148
5.3.2. Dışa Dönüklüğün İç Girişimcilik Üzerindeki Etkisi ve Bu Etkide Sosyal Sermayenin Aracı Rolü.....	150
5.3.3. Açıklığın İç Girişimcilik Üzerindeki Etkisi ve Bu Etkide Sosyal Sermayenin Aracı Rolü.....	152
5.3.4. Sorumluluğun İç Girişimcilik Üzerindeki Etkisi ve Bu Etkide Sosyal Sermayenin Aracı Rolü.....	154
5.3.5. Nevrotizmin İç Girişimcilik Üzerindeki Etkisi ve Bu Etkide Sosyal Sermayenin Aracı Rolü.....	156

5.4. Araştırma Hipotezlerinin Sonuçları.....	159
--	-----

## **ALTINCI BÖLÜM**

6.1. Sonuçlar.....	161
6.1.1. Beş Faktör Kişilik Özellikleri İç girişimcilik İlişkisinin Değerlendirilmesi ...	162
6.1.1.1. Dışa Dönüklük İç Girişimcilik İlişkisi.....	164
6.1.1.2. Uyumluluk İç Girişimcilik İlişkisi.....	164
6.1.1.3. Sorumluluk- İç Girişim İlişkisi.....	165
6.1.1.4. Nevrotiklik İç Girişim İlişkisi.....	165
6.1.1.5. Deneyime Açıklık İç Girişimcilik İlişkisi .....	166
6.1.2. Kişilik Özellikleri Sosyal Sermaye İlişkisinin Değerlendirilmesi.....	166
6.1.2.1. Dışa Dönüklük Sosyal Sermaye İlişkisi .....	167
6.1.2.2. Uyumluluk Sosyal Sermaye İlişkisi .....	168
6.1.2.3. Sorumluluk Sosyal Sermaye İlişkisi.....	168
6.1.2.4. Nevrotiklik Sosyal Sermaye İlişkisi .....	169
6.1.2.5. Deneyime Açıklık- Sosyal Sermaye.....	169
6.1.3. Sosyal Sermaye İç girişimcilik İlişkisinin Değerlendirilmesi .....	170
6.1.4. Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin İç Girişimciliğe Etkisinde Sosyal Sermaye Etkisinin Değerlendirilmesi.....	170
6.1.5. Öneriler.....	171
6.1.5.1. Uygulayıcılara Öneriler .....	171
6.1.5.2. Araştırmacılara Öneriler .....	173

<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>174</b>
-----------------------	------------

<b>EKLER.....</b>	<b>209</b>
-------------------	------------

Ek 1. Anket Formu .....	209
-------------------------	-----

## TABLolar LİSTESİ

### Sayfa No.

<b>Tablo 1.</b> Mizaç ve Kişilik Özellikleri .....	8
<b>Tablo 2.</b> Seagal'in Kişilik Dinamikleri.....	15
<b>Tablo 3.</b> Jung'un İki Boyutlu Kişilik Tiplolojisi.....	20
<b>Tablo 4.</b> Büyük Beş Faktör Kişisel Özellikleri.....	26
<b>Tablo 5.</b> Girişimcilik Kavramının Tarihsel Gelişimi.....	35
<b>Tablo 6.</b> İç Girişimcilik: Kavramlar ve Tanımlar .....	45
<b>Tablo7.</b> İç Girişimcilik Geleneksel Yönetim Teknikleri, Olumsuz Etkileri ve Çözüm Stratejileri .....	52
<b>Tablo 8.</b> Girişimcilik Boyutlarının Sınıflandırılması .....	67
<b>Tablo 9.</b> Sosyal Literatürde “Sosyal Sermaye” İfadesinin Tarihsel Gelişimi .....	75
<b>Tablo 10.</b> Sosyal Sermaye Tanımları .....	79
<b>Tablo 11.</b> DFA Uyum İyiliği Değeri Kriterleri .....	129
<b>Tablo 12.</b> Beş Faktör Kişilik Envanteri Uyum İyiliği Değeri .....	131
<b>Tablo 13.</b> İç Girişimcilik Ölçeği Uyum İyiliği Değeri .....	134
<b>Tablo 14.</b> Sosyal Sermaye Ölçeği Uyum İyiliği Değeri.....	137
<b>Tablo 15.</b> Alfa Değeri Kriterleri .....	138
<b>Tablo 16.</b> Güvenilirlik Analizi.....	138
<b>Tablo 17.</b> Tanımlayıcı İstatistik Bulguları.....	139
<b>Tablo 18.</b> Cinsiyet Bulguları .....	141
<b>Tablo 19.</b> Yaş Bulguları.....	141
<b>Tablo 20.</b> Eğitim Durumu Bulguları.....	142
<b>Tablo 21.</b> Medeni Durum Bulguları .....	142
<b>Tablo 22.</b> Çalışılan Pozisyon Bulguları .....	143
<b>Tablo 23.</b> Çalışılan Pozisyon Bulguları .....	143
<b>Tablo 24.</b> Korelasyon Analizi.....	144
<b>Tablo 25.</b> Aracılık Testi Testine İlişkin Regresyon Sonuçları 1 .....	149
<b>Tablo 26.</b> Aracılık Testi Testine İlişkin Regresyon Sonuçları 2 .....	151
<b>Tablo 27.</b> Aracılık Testi Testine İlişkin Regresyon Sonuçları 3 .....	153
<b>Tablo 28.</b> Aracılık Testi Testine İlişkin Regresyon Sonuçları 4 .....	155
<b>Tablo 29.</b> Aracılık Testi Testine İlişkin Regresyon Sonuçları 5 .....	157

<b>Tablo 30.</b> Beş Faktör Kişilik Özelliğinin İç Girişimcilik ve Sosyal Sermaye Üzerindeki Etkisi.....	158
<b>Tablo 31.</b> Hipotez Sonuçları.....	159



## ŞEKİLLER LİSTESİ

Sayfa No.

<b>Şekil 1.</b> Covin ve Slevin'in İç Girişimciliğe Yönelik Örgütlerdeki Davranış Seviyesi Modeli .....	55
<b>Şekil 2.</b> Kurumsal Girişimciliği Stratejik Yönetime Uydurma .....	56
<b>Şekil 3.</b> Girişimcilik Yönelimi – Performans İlişkisinin Kavramsal Modeli.....	57
<b>Şekil 4.</b> Zahra'nın İşletme Seviyesindeki Girişimciliği Revize Ettiği Modelin Kavramsal Çerçevesi.....	59
<b>Şekil 5.</b> Araştırmanın Modeli.....	123
<b>Şekil 6.</b> Beş Faktör Kişilik Envanteri DFA Diyagramı .....	130
<b>Şekil 7.</b> İç Girişimcilik Ölçeği Birinci Düzey DFA Diyagramı.....	132
<b>Şekil 8.</b> İç Girişimcilik Ölçeği İkinci Düzey DFA Diyagramı .....	133
<b>Şekil 9.</b> Sosyal Sermaye Ölçeği Birinci Düzey DFA Diyagramı .....	135
<b>Şekil 10.</b> Sosyal Sermaye İkinci Düzey DFA Diyagramı .....	136
<b>Şekil 11.</b> Temel Aracılık Modeli.....	147
<b>Şekil 12.</b> Aracılık Testi 1 .....	148
<b>Şekil 13.</b> Aracılık Testi 2 .....	150
<b>Şekil 14.</b> Aracılık Testi 3 .....	152
<b>Şekil 15.</b> Aracılık Testi 4 .....	154
<b>Şekil 16.</b> Aracılık Testi 5 .....	156

## KISALTMALAR LİSTESİ

<b>KFA</b>	:	Keşfedici Faktör Analizi
<b>CFI</b>	:	Comparative Fit Index- Karşılaştırmalı Uyum İndeksi
<b>GFI</b>	:	Goodness of Fit Index- Uyum İyiliği Endeksi
<b>AGFI</b>	:	Adjustment Goodness of Fit Index- Düzeltilmiş Uyum İyiliği indeksi
<b>NFI</b>	:	Normed Fit Index- Normlu Uyum Endeksi
<b>RMR</b>	:	Root Mean Square Residual- Hata Kareleri Ortalamasının Karekökü
<b>SRMR</b>	:	Standardized Root Mean Square Residual- Standartlaştırılmış Hata Kareleri Ortalamasının Karekökü
<b>DFA</b>	:	Doğrulayıcı Faktör Analizi
<b>BCA CI</b>	:	Bias Corrected And Accelerated Bootstrap Confidence Interval- Bootstrap analizinde güven aralığı değerleri

# BİRİNCİ BÖLÜM

## GİRİŞ

Bu bölümde çalışmanın konusu, problemi, amacı, önemi, varsayımları ve sınırlılıkları yer almaktadır.

### 1.1. Problem Durumu

Küreselleşen ve değişen dünya koşullarında hızlı pazar ve rekabet şartları, kurumları girişimciliğe zorlamaktadır. Kurumu girişimci davranmaya iten ve kurumun yenilikleri ve gelişmeleri yakından takip etmesini sağlayanlar; yenilik yaratan ve gerektiğinde ise risk alan, mücadeleci, sorumluluk sahibi ve başarıya arzusuyla çalışan iç girişimci kişilerdir. Kurumlar değişimi ve yenilikleri izleyerek doğru plan program ve sürdürülebilir stratejiler ile ayakta kalabilir ve sürekli değişen rekabet ortamına ayak uydurabilirler. Bunu ise aktif ve yaratıcı niteliğe sahip çalışanlarla başarabilirler. Kurumlar nitelikli iç girişimcilik özelliğine sahip çalışanları zaman zaman kurumda tutabilme problemi ile karşı karşıya kalmaktadır. Böyle problemlerin önüne geçebilmek için, çalışanların girişimcilik özelliklerini destekleyici bir kurum kültürünün oluşturulması önem taşımaktadır.

Girişimcilik; bir fırsatı algılama ve bu fırsattan yararlanmak amacıyla çeşitli faaliyetlerde bulunmayı ifade eder. Fırsatı fark etme ve fırsatı yakalama girişimci için önemli bir unsurdur. Sosyal sermaye ise fırsatı tanımlamayı etkileyen önemli bir bireysel faktördür. Sosyal sermaye, kişinin çevresiyle ilişkileri sonucunda elde ettiği kaynakları, yeni bilgileri ve güven duygusunu ifade eder. Sosyal sermaye, ilişkilere bağlıdır ve bu ilişkilerin düzeyi kişinin sosyal sermayesini belirler. Kişinin çevresindeki kişilerle kurduğu saygı, güven ve duygusal destek gibi ilişkiler, fırsatları tanımlamayı ve değerlendirmeyi olumlu etkiler.

Genel olarak tüm bu durumlar göz önüne alındığında kişilik özelliklerinin tespit edilmesi bu özelliklerin iç girişimcilik eğilimi üzerinde etkisinin olup olmadığının ölçülmesi önemli bir problemdir. Bu bakımdan tez çalışmasında beş faktör kişilik özelliklerinin alt boyutlarının iç girişimcilik ve sosyal sermaye üzerinde etkisinin olup olmadığı araştırılmıştır. Çalışmada ayrıca beş faktör kişilik özelliklerinin iç girişimcilik davranışı üzerindeki etkisinde sosyal sermayenin aracı rolü olup olmadığı da tespit edilmiştir.

### 1.1.1. Problem Cümlesi

Bu araştırmanın temel problem cümlesi; “Beş faktör kişilik özelliklerinin iç girişimcilik davranışı üzerinde etkisi ve bu etkide sosyal sermayenin aracılık rolü var mıdır?” şeklinde belirlenmiştir.

### 1.1.2. Alt Problemler

Araştırmanın ana problem cümlesinden hareketle oluşturulan alt problemler ise şunlardır:

Beş faktör kişilik özelliklerinin iç girişimcilik davranışı ile olan ilişkisine yönelik problemler:

- Beş faktör kişilik özelliğinin dışa dönüklük boyutunun iç girişimciliğe etkisi var mıdır?
- Beş faktör kişilik özelliğinin uyumluluk boyutunun iç girişimciliğe etkisi var mıdır?
- Beş faktör kişilik özelliğinin sorumluluk boyutunun iç girişimciliğe etkisi var mıdır?
- Beş faktör kişilik özelliğinin nevroitiklik boyutunun iç girişimciliğe etkisi var mıdır?
- Beş faktör kişilik özelliğinin deneyime açıklık boyutunun iç girişimciliğe etkisi var mıdır?

Beş faktör kişilik özelliklerinin sosyal sermaye ile olan ilişkisine yönelik problemler:

- Beş faktör kişilik özelliğinin dışa dönüklük boyutunun sosyal sermayeye etkisi var mıdır?
- Beş faktör kişilik özelliğinin uyumluluk boyutunun sosyal sermayeye etkisi var mıdır?
- Beş faktör kişilik özelliğinin sorumluluk boyutunun sosyal sermayeye etkisi var mıdır?
- Beş faktör kişilik özelliğinin nevroitiklik boyutunun sosyal sermayeye etkisi var mıdır?
- Beş faktör kişilik özelliğinin deneyime açıklık boyutunun sosyal sermayeye etkisi var mıdır?

Sosyal sermayenin iç girişimcilik üzerinde etkisi var mıdır?

Sosyal sermayenin aracılık etkisine yönelik problemler:

- Beş faktör kişilik özelliğinin dışa dönüklük boyutunun iç girişimciliğe etkisinde sosyal sermayenin aracılık rolü var mıdır?
- Beş faktör kişilik özelliğinin uyumluluk boyutunun iç girişimciliğe etkisinde sosyal sermayenin aracılık rolü var mıdır?
- Beş faktör kişilik özelliğinin sorumluluk boyutunun iç girişimciliğe etkisinde sosyal sermayenin aracılık rolü var mıdır?
- Beş faktör kişilik özelliğinin nevroitiklik boyutunun iç girişimciliğe etkisinde sosyal sermayenin aracılık rolü var mıdır?
- Beş faktör kişilik özelliğinin deneyime açıklık boyutunun iç girişimciliğe etkisinde sosyal sermayenin aracılık rolü var mıdır?

## 1.2. Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın amacı; iş görenlerin kişilik özelliklerinin iç girişimcilik üzerine etkisinin ortaya konması ve bu etkide sosyal sermayenin aracılık rolü olup olmadığının belirlenmesidir. Kişilerin sahip olduğu kişilik özellikleri ile iç girişimcilik arasındaki ilişkiyi belirlemek ve bu etkide sosyal sermayenin rolü olup olmadığını ve iç girişimci kişilerin, kişilik özelliklerinin farklılaşp farklılaşmadığını saptamaktır. Araştırma sonuçlarına göre kurumların İK (İnsan Kaynakları) birimlerine, işe alınacak iç girişimcilik özellikleri taşıyan kişilerin özellikleri konusunda tavsiyelerde bulunacaktır. Elde edilen sonuçların iç girişimci olan kişilerin sahip olması gereken kişilik özelliklerinin ne olduğunu tespit ederek girişimde bulunmak isteyen kişilerin bu özellikler açısından değerlendirilmesine imkân tanıyacağı, dolayısıyla başarısız bir girişim ve girişimcinin önüne geçilmesine ve elde edilen sonuçlar ile literatüre katkı sağlanacağı düşünülmektedir.

Kişilik özelliklerinin beş büyük faktör kişilik ölçeğinde; sorumluluk, uyumluluk, nevroitiklik, deneyime açıklık ve dışa dönüklük olmak üzere beş temel boyut bulunmaktadır. Araştırma; çalışanların kişilik özelliklerinin sosyal sermaye ve iç girişimciliği açıklamadaki etkisini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Durumsal eğilimlerinin incelenmesini sağlayan sosyal sermaye ölçeği; norm, ağılar ve güven, olmak üzere üç boyuttan oluşmaktadır. Bu boyutlar, çalışanların hangi durumsal eğilime yakın olduğunu, kişilikle hangi durum eğilimleri arasında bağ kurulduğunu incelemeyi amaçlamaktadır. Sonuçlarla ilişkilendirilen iç girişimcilik ölçeğinde; çalışma uygulama alanının farklı sektörleri içermesinden dolayı, rol ve sorumluluk tanımlamalarıyla ilişkili iç girişimcilik boyutu olan girişimciliğe odaklanması amaçlanmaktadır.

### 1.3. Araştırmanın Önemi

21. yüzyıl dünyasında ekonomik, politik ve sosyal anlamda söz sahibi olabilmenin yolunun iyi yetişmiş, teknolojinin olanaklarına sahip, her bakımdan donanımlı, mevcut eksiklikleri giderilerek her bakımdan güçlendirilmiş girişimci bir ruha sahip olmak olduğunun bilincine varılmıştır. Önemli olan sıkı rekabet koşullarında ve küreselleşen dünya pazarında söz sahibi olabilecek girişimciler yetiştirmek ve bunların kuracakları uzun soluklu işletmelere sahip olmaktır. İşte bu uzun süreli işletmelerin varlığı için uygun kişiliğe sahip girişimcilerin eğitilmesi gerekmektedir. Çünkü kişilik özellikleri girişimcilik için uygun olmayan kişilerin birtakım hedefler uğruna kurduğu işletmeler, belli bir süre sonra ticaret hayatlarına son vermek zorunda kalmaktadırlar. Thompson (2004: 246); “Yetenek ve kişilik baş sırada yer almadığı takdirde bir kişi başarılı bir girişimci olamayacaktır.” ifadesini kullanmaktadır.

Yenilik yönelimli kurumlar faaliyette bulunduğu çevredeki değişimlere daha hâkim olabilmek amacıyla değişimleri anlamaya, yeni fikirleri uygulamaya, yenilikler yapmaya, sorunlara yeni değişik yollarla yaklaşmaya, rakiplerine öncülük etmeye, risk almaya ve daima yeni fırsatlar yaratmaya çalışır. Bundan dolayı yenilikler fırsat yaratmanın, sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmenin, öncü kurum olmanın, iyileştirme ve performansın temel yöntemidir (Naktiyok, 2007: 212). Kurumlar, iç girişimciliğin yenilik boyutuyla yeni mal ve hizmetler, yeni süreçler, organizasyonel yapı ve sistemler ile müşterilerin talep ve ihtiyaçlarını daha iyi bir biçimde karşılayabilecek ve daha fazla müşterinin talebine cevap verebilecek, müşteriye daha fazla değer yaratacak ve en sonunda bir rekabet avantajı sağlayabileceklerdir. Yapılan literatür araştırmalarında mevcut modellerin hemen hemen hepsinde kişiliğin girişimci olma niyeti üzerinde doğrudan etkisinin olduğu gözlemlenmiştir.

Araştırmanın önemli olduğu düşünüldüğü nedenlerden bir tanesi literatürde beş faktör kişilik özellikleri, iç girişimcilik ve sosyal sermaye değişkenlerinin bulunduğu ve aralarındaki ilişkinin incelendiği bir modelin çalışılmamış ve çok irdelenmemiş olmasıdır. Beş faktör kişilik özellikleri ve sosyal sermaye kavramlarının iç girişimcilik ile ilişkileri ayrı ayrı incelenmiştir. Fakat bu iki kavramın iç girişimcilik ile birlikte incelendiği çalışmaların olmaması sebebiyle bu araştırmanın literatüre katkı sağlayabileceği düşünülmektedir. Araştırmanın önemiyle ilişkilendirilebilen diğer bir neden ise araştırma modelinden elde edilecek bulguların sağlayabileceği katkılardır. Kişilik özelliklerinin ortaya koyduğu sonuçlara ek olarak, kişinin sosyal sermaye gibi güçlü yönlerini dikkate alabilecek yapıların, işe alım süreçlerinde adayları tanımada daha fazla bilgi edinmeyi sağlaması açısından katkılar

sağlayacaktır. Ayrıca çalışma kurumların işe alım personel seçme ve değerlendirme aşamasında, işin gerektirdiği kişilik özelliklerine sahip kişileri seçme olanağı sağlaması açısından da önemlidir. Personel seçiminde kişilerin, kişilik özelliklerinin belirlenmesi, bu kişilerin iş ortamındaki verimlerini ve iş yerinin genel verim düzeyini nasıl etkileyeceği konusunda önemli ipuçları vermektedir.

#### **1.4. Araştırmanın Varsayımları**

Yapılan bu çalışmanın varsayımları;

- Katılımcıların araştırmada kullanılan ölçek sorularını okuyup anlayabildikleri ve tarafsız cevap verdikleri,
- Katılımcıların görüşlerini samimi ve gerçeğe uygun olarak sundukları,
- Katılımcıların araştırmanın amacına uygun olarak seçildiği,
- Ölçeklerin araştırmanın amacını gerçekleştirmeye uygun olduğudur.

#### **1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları**

Çoğu araştırmada olduğu gibi bu araştırma da çeşitli sınırlılıklara sahiptir. Söz konusu araştırmanın ilk sınırlılığı, araştırmaya sadece tekstil sektöründe çalışmakta olan kişilerin dâhil edilmesi ve diğer sektörlerde çalışan kişilerin araştırma kapsamı dışında tutulmasıdır. Araştırmanın başka bir sınırlılığı ise Gaziantep Organize Sanayi Müdürlüğüne bağlı büyük ölçekli işletmelerin çalışanlarının araştırmaya dahil edilmiş olup diğer bölgelerde çalışan kişilerin araştırma kapsamı dışında tutulmasıdır. Diğer sınırlılıklar ise evreni oluşturan kişilerden seçilen örneklem grubunun sayısı ve araştırma tekniklerinden sadece anket tekniğinin kullanılmış olmasıdır.

## İKİNCİ BÖLÜM

### KAVRAMSAL ÇERÇEVE

#### 2.1. Kişilik Kavramı ve Kişilik Özellikleri

Kişilik kelimesi, Latince'deki "persona" kavramından gelmektedir. Başka bir ifadeyle eski Yunanca terim olan "persona" kelimesine dayanmaktadır. Klasik Roma tiyatrosunda oyuncuların temsil ettikleri özellikleri gösterecek biçimde yüzlerine maske takarak sergiledikleri ve bu maskenin "persona" olarak adlandırıldığı belirtilmektedir (Şimşek, vd., 2014: 75). Bu maskelerin temsil ettiği şey ise oyuncuların gerçek kişilikleri değil de oynadıkları tipleri canlandırmasıdır. O çağlarda tiyatrolarda her role uygun olarak maske bulunmaktaymış. Maskeyi takan oyuncunun sahneye çıktığı zaman, hangi kişiliği canlandıracağı belli olurmuş. Maske anlamı taşıyan "persona" kelimesi zaman geçtikçe doğrudan "kişi" anlamında kullanılmaya başlanmıştır. Bundan dolayı kişi kavramı, insanların yalnız fizik varlıklarını değil, toplum içindeki yerlerini ve rollerini de tanımlamıştır (Velidedeoğlu, 1973: 2).

Ruh bilimciler kişilik kavramını, kişinin kendine has ayırıcı davranışlarının bir bütünü olarak tanımlamaktadır. İnsanların biyolojik olarak birbirine benzemelerine rağmen, düşünme biçimleri, çevreye karşı verdikleri tepkiler ve çevreyi algılayış şekilleri birbirinden farklı olduğundan, her insanın diğerlerinden farklı olduğu hususlar vardır. "Bireysel farklılık" olarak adlandırılan bu farklılıklar kişilik kavramını ortaya çıkarmaktadır. (Şimşek vd., 2014: 75). Psikologlar kişilik kavramını bireylerin psikolojik sistemlerinin büyüme ve gelişmelerini ifade eden dinamik bir kavram olarak açıklamaktadır (Robbins ve Judge, 2017: 34). Bir bireyin kişiliği, düşüncelerinin ve duygularının yoğunluğunu ve diğer insanlarla ilişkili davranış kalıplarını tanımlamaktadır. Kişilik, bireyin dünyaya nasıl tepki vereceğini geniş anlamda tanımlar. Kişilik doğumdan yetişkinliğe kadar zamanla gelişir ve kişiliğin 30 yaş civarında göreceli olarak sabit olduğu düşünülmektedir (McCrea ve Costa, 2003: 119). Kişilik, yüzlerce farklı özellik ve nitelik derecesinden oluşmaktadır. Örneğin; iki kişi nevroitik olarak tanımlanabilir; fakat bu kişilerden biri diğerine göre daha nevroitik olabilir. Tüm bu özelliklerin toplamı, bireyi bir kişi olarak tanımlar ve farklı durumlarda nasıl tepki vereceğini veya ne tür seçimler yapacağı konusunda yönlendirme yapar (Gustavsen ve Hegnes, 2019: 2).

Kişilik kavramı, insanların sosyal yaşantısının bir unsuru olarak yüzyıl boyunca ilgi görmesine rağmen bilimsel olarak gelişimine (Yelboğa, 2006: 198), 1930'lu yıllarda kişilik psikolojisinin diğer sosyal bilimlerden ayrı bir bilimsel disiplin olarak ortaya çıkmasıyla

başlamıştır (McAdams, 1997: 4). Kişilik kavramının tanımını 70 yıl önce Gordon Allport yapmıştır. Allport kişiliği; “Çevresine uyum sağlarken kendine özgü düzenlemeleri belirleyen psikofiziksel sistemlerinin sahibi olan kişinin içindeki dinamik bir organizasyon” şeklinde tanımlamıştır. Kişilik, bir bireyin diğerlerine karşı tepki göstermek ya da onlarla iletişime geçmek amacıyla kullandığı yolların tümü olarak da ifade edilmektedir. Genelde bu bir kişinin sergilediği ölçülebilir özellikleri çerçevesinde tanımlanabilmektedir (Robbins ve Judge, 2017: 135).

Yıllar boyunca kişiliğin tanımıyla ilgili tam anlamıyla evrensel bir anlaşma olmamıştır. Tartışmaların çoğu, genel olarak insanların ve davranış bilimlerindeki kişilerin “kişiliği” farklı açılardan tanımlamasıyla ilgilidir. Çoğu insan kişiliği sosyal başarı ile tanımlama eğilimindedir. Popüler bir kişiliğe sahip olmak gibi veya kişiliği tek bir baskın karakteristik yani güçlü, zayıf veya kibar gibi tanımlar buna örnek olarak verilebilir. Kişiliği bu şekilde tanımlamak için binlerce kelimenin kullanılabilmesi fark edildiğinde, tanımlamak da sorun haline gelmektedir. Öte yandan, psikologlar kişiliği farklı bir bakış açısıyla tanımlamaktadırlar. Örneğin, çoğu insan tarafından yaygın olarak kullanılan betimleyici-sıfat yaklaşımı onlar için yalnızca küçük bir rol oynamaktadır. Ancak araştırmacılar aynı zamanda farklı bir teorik temelde çalıştıkları için kişilik tanımında hemfikir olmamaktadırlar (Luthans, 2010: 125-126).

Şu ana kadar yapılan tanımlamalardan yola çıkılarak kişilik; kalıtsal, zihinsel, fiziksel ve çevresel özelliklerle etkileşimi olan ve bu özelliklerin sonucu belirli düzeyde özgün, tutarlı duygu, düşünce ve davranış kalıbı biçiminde tanımlanabilir. Yani kişilik özellikleri bireye özgü ve bireyin sergilemiş olduğu davranışlara verilen ad şeklinde tanımlanabilir (Özsoy ve Yıldız, 2013: 3). Kişilik özelliklerinin başarıya karşı öngörücü değeri olduğu da varsayılmaktadır (Van Der Zee vd., 2003: 78).

### **2.1.1. Kişilik ile İlgili Kavramlar**

Kişilik; yetenek, mizaç (huy), benlik ve karakter olmak üzere dört temel kavramdan oluşmaktadır.

#### **2.1.1.1. Mizaç (Huy)**

Mizaç kavramı kişiye ait bazı temel ve ayırıcı özellikleri ifade etmektedir (Çetin ve Beceren, 2007: 117). Mizaç veya huy kişinin duygusal denge durumuyla ilgili olup bazı duygusal tepkilerin nicelik, nitelik ve içerik bakımından değişim göstermesidir. Sıkılmak, öfkelenmek, hareketli-hareketsiz olmak ve kızmak gibi kişiye göre farklılık gösteren

özellikler mizaç (huy) olarak değerlendirilmektedir (Köknel, 2005: 19). Mizaç kişinin duygusal yönünü temsil etmekte olup bu özelliklerin bir kısmı kalıtım yolu ile önceki nesillerden geçmektedir; bir kısmı ise sonradan ve öğrenme yolu ile kazanılmaktadır. M.Ö 4. yüzyılda beden kimyasının huy üzerinde önemli etkisinin olduğunu savunan Hipokrat mizacı şu şekildedir (Şimşek vd., 2014: 76):

- Neşeli Mizaç: Bunlar, hareketli neşeli insanlardır ama ilgi duydukları şeyler için kolaylıkla hemen değişebilirler.
- Soğukkanlı Mizaç: Fazla neşeli olmayan, hareketi az, kuvvetli ve soğukkanlı kişilerdir.
- Kızgın Mizaç: Heyecanlı, çok hareketli, çabuk öfkelenen ve kuvvetli kişiliği temsil ederler.
- Melankolik Mizaç: Sıkılgan, üzgün, hareketsiz ve zayıf kişilik taşırlar.

Mizaç, kişiliğin alt alanı olarak görülür ancak kişilik; belirli bilişleri, inançları ve değerleri içerecek şekilde mizacın ötesine uzanır. Mizaç, önce bebeklerde ve küçük çocuklarda incelenmektedir. Fakat gelişim boyunca mizaç, kişiliğin birçok yönünün temelini oluşturmakta ve mizaç ile kişilik arasındaki fark daha az anlamlı hale gelmektedir. Yetişkinlikte mizaç türleri beş grupta açıklanmaktadır. Bunlar Tablo 1’de özetlenmiştir (Evans ve Rothbart, 2007: 869-875).

**Tablo 1.** Mizaç ve Kişilik Özellikleri

<b>Kişilik Özellikleri</b>	<b>Mizaç Yapıları</b>
Dışa Dönüklük	Olumlu Etki
Hoşluk	Üye Yeterlilik
Dürüstlük	Zahmetli Kontrol
Nevrotiklik	Olumsuz Etki
Akıl/Açıklık	Yönlendirme Hassasiyeti

#### **2.1.1.2. Yetenek**

Yetenek; kişiliğin biçimlenmesinde önemli bir faktördür (Şimşek vd., 2014: 76). Yetenek bir kişinin sahip olduğu, zihinsel ve bedensel özelliklerin tamamını ifade eden (Çetin ve Beceren, 2007: 118) bir kavram olup kişinin sahip olduğu bedensel ve düşünsel yetenekler olmak üzere iki gruba ayrılmaktadır.

Düşünsel yetenek; kişinin bazı belli ilişkileri anlayabilme, analiz yapabilme, çözümlenme ve sonuçlandırma gibi özellikleri ile ilişkilidir. Düşünsel yetenekler yaş ve cinsiyet gibi kişilik özelliklerine bağlı olarak kazanılmasının yanında; doğuştan gelen yeteneklere de bağlıdır. Sayısal ve teknik ilgi, soyut düşünme, hafıza yeteneği, karşılaştırabilme, öğrenme ve kavrama, ilişki bulma gibi bazı özellikler düşünsel yeteneğe örnektir. Bedensel yetenek ise bir kişinin duyu organları aracılığı ile bazı olguları gerçekleştirebilmesi gibi bedensel özelliği ifade eder. Bu tür yeteneklerin çoğu doğuştan kazanılıp zamanla kullanılabilen özelliklerdir. Görme, koşma, yürüme, ayakta durabilme, renk seçme, tat ve koku hissetme buna örnek olarak gösterilebilmektedir (Şimşek vd., 2014: 76).

### **2.1.1.3. Benlik**

Benlik kavramı kişilik ile yakından ilişkilidir. Benlik, insanın kendisini tanıma ve değerlendirmesi şeklinde tanımlanmış; kişilik ile yakından ilişkili olup fakat kişilikten farklı bir anlam taşımaktadır. Yani benlik, kişiliğin öznel yanıdır. Benlik kişinin kanıları ve görüş biçimidir. İç varlığımızın tamamını oluşturan benlik kavramı; “ben neyim?, yeteneklerim nelerdir?, hangi değer yargılarına sahibim?, ne yapabilirim?, ne yapmalı ya da ne yapmamalıyım?” şeklindeki soruları olumlu-olumsuz şekilde yanıtlayabilmekte (Tezcan, 1997: 14) ve kişinin kendi kendini analiz edip benliğini yeterince tanıyabilmesi ve kendini tanıtabilmesinde önem taşımaktadır (Garih, 2006: 117-118).

### **2.1.1.4. Karakter**

Karakter; kişiliğin iskeleti olarak ifade edilmektedir. Belli bir zaman diliminde kişinin devam ettirdiği kendine has özelliği karakterin bir görünümüdür. Kişiye özgü davranışların bütünüdür (Zel, 2007: 498; Şimşek vd., 2014: 77). Karakter, kişiliğin ahlaki ve sosyal özelliklerini ifade eden bir kavramdır (Çetin ve Beceren, 2007: 117). Karakter kişinin doğruluk, dürüstlük ahlak ve istikrar gibi temel kalıcı yönlerini ifade eder. Karakter değerlendirmesi bir kişinin farklı bağlamlarda nasıl edininde bulunduğunu inceler (Magnavita, 2016: 16).

## **2.1.2. Kişiliği Etkileyen Faktörler**

Kişilik ile ilgili çalışmalar kişiliğin belirleyicileri, kişiliğin kalıtım mı yoksa çevrenin bir sonucu mu olup olmadığı üzerine kurulmuştur. Literatürde net olarak cevaplanamayan kişilik kavramının hem kalıtımın hem de çevrenin bir sonucu olduğu görülmektedir (Robbins

ve Judge, 2017: 176). Kişilik özellikleri, hem genetik hem de çevresel etkileri yansıtan insan çeşitliliğinin fenotipik boyutları olarak kabul edilir (Srivastava ve Das, 2013: 1). Günümüz araştırmacıları, sayısı gittikçe artan genetik araştırmaların kişiliğin genetik yönüne katkılar sağlamış ve biyolojik yapının etkisi konusunda klasik görüşü araştırmacılara karşı çıkmışlardır. Biyolojik yapının etkisi çevre koşullara göre şekillenmekte ve yine aynı biyoloji değişik şartlarda, farklı kişilik yapılarının oluşmasına neden olmaktadır (Cloninger, 2004: 8).

Bireylerin kişilik yapısını etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Bu faktörler; ailesel, biyolojik ve genetik, sosyal ve kültürel faktörler olup bu faktörler doğrultusunda kişiliğin yapısı gelişmektedir.

### ***2.1.2.1. Biyolojik ve Genetik (Kalıtımsal) Faktörler***

Kalıtım; boy, yüz özellikleri, cinsiyet, mizaç, kas kompozisyonu ve refleksleri, enerji seviyesi ve biyolojik ritimler, biyolojik ebeveynlerin biyolojik, fizyolojik ve doğasında var olan psikolojik makyajlarından, ebeveynlikten tamamen veya büyük ölçüde etkilenmektedir. Genetik yaklaşımı, kişiliğin nihai açıklamasının kromozomlardaki genlerin moleküler yapısı olduğu görüşünü savunmaktadır. Bu, kişiliğin asla değişmeyeceği anlamına gelmez (Robbins ve Judge, 2017: 176). Gensel faktörlerin kişiliği belirleyicilik özelliği, kişiden kişiye değişmektedir. Bunun yanı sıra, davranış eğilimlerinin ve zihinsel özelliklerin belirlenmesinde de gensel faktörler önemli bir unsur olarak kabul edilir. Bun karşın kalıtsal özelliklerin, ideallerin belirlenmesinde, değer yargılarının oluşumunda ve inanç sisteminin şekillenmesinde çok fazla etkisinin olduğu söylenmemektedir (Sarıtış, 1997: 531).

Kalıtımsal faktörler, insanların psikolojilerini de etkilemektedir. Kişilerin kısa-uzun, güzel-çirkin, zayıf-şişman olması, farklı göz, ten ve saç renklerine sahip olması gibi fiziksel özellikler için çevrenin vermiş olduğu tepki, kişi üzerinde farklı etkilere sebep olmaktadır. Yani, çevrenin kişinin fiziksel özelliklerine karşı vermiş olduğu tepkiler, kişinin kişiliğinde etkin şekilde belirleyici bir rol oynamaktadır. Kişiler çevreleriyle ilişki kurmaya çalışırken dikkat ettikleri gensel özellikler ve kendi seçimleriyle oluşturdukları ilişkiler, bireyin kişilik gelişiminde önemli bir unsur olmaktadır (Parlak ve Sazkaya, 2018: 150).

### ***2.1.2.2. Ailesel Faktörler***

İnsanların kişilik özelliklerinin gelişmesi ve değişiminde aile faktörü de önemli yer almaktadır. Kişilerin ilk karşılaştıkları çevre genelde ailedir. Bundan dolayı kişiler ilk olarak sosyal değer ve ilişkileri aileden öğrenmektedir. Çocuklar, sosyal davranışları ve sosyal değerleri toplumsallaşmanın ilk kaynağı olan anne babalarını gözlemleyerek oluşturmaktadır.

Kişiliğin oluşmasında kişinin yetiştiği aile ortamının etkisi çok büyüktür. Çocukların kişilikleri ailedeki bireyleri örnek alarak gelişmektedir (Zel, 2001: 24-25).

### **2.1.2.3. Kültürel ve Sosyal Faktörler**

Kişiliği etkileyen bir diğer faktör de kültürel ve sosyal faktörlerdir. Kişilerin içinde olduğu toplumun kültürel değerlerini kişiler kendileri seçemezler, bundan dolayı kişiler toplumun bütün kültürel özelliğini olduğu gibi kabullenirler. Kişilik, aile faktöründen sonra en fazla sosyal iletişim içerisinde bulunduğu toplumdan etkilenir. Kişi, sosyal yaşamıyla iç içedir ve bu yaşamıyla birçok iletişim ve etkileşim içindedir. Kişiler, diğer kişilerle olan iletişimlerinde, farklı birçok yeni kültürel özellikler öğrenir ve daha sonra öğrendikleri bu özellikler doğrultusunda davranışları ve kişiliklerinde değişim olabilir (Parlak ve Sazkaya, 2018: 150).

### **2.1.3. Kişilik Tipleri**

Kişilik bir kişiyi diğer kişilerden ayıran özellikler olarak ifade edilmektedir. Bir kişinin davranışını etkileyen birçok önemli kişilik tipi bulunmaktadır. Farklı kişilik tiplerinin kendi tanımlayıcılarını tartışan Jung, “her bireyi kuralın bir istisnası” olarak adlandırmaktadır. Dolayısıyla bazı yönlerden binlerce kişinin uygun şekilde nitelendirmesine rağmen bir bireyin tip tanımının asla verilemeyeceği ifade edilir (Pearman ve Albritton, 1987: 31). Tip kavramı, belli düzeyde belli kişilik özelliklerini temsil eden ve süreklilik gösteren karakteristikler olarak ifade edilir. Sosyal yaşamda birçok kişi bulunmaktadır ve kişi davranışlarının özel bir yapıda toplanması daima kolay olmamaktadır. Kişilik ile ilgili özelliklerin çok sayıda çeşitlilik göstermesi, davranışların neden-sonuçlarının kişiler arasında önemli farklar sergilemesi, kişisel özelliklerden tiplene sınıflamasına yönelmesini önemli ölçüde zorlaştırmaktadır (Şimşek vd., 2014: 79).

#### **2.1.3.1. Jung’un Kişilik Tipleri**

Jung’un (1913, 1936, 1940, 1953, 1960, 1964) kişilik ve psikanalitik yaklaşımı, analitik psikoloji olarak bilinir. Burada eşsiz fikirler formüle edilirken bunlar insanların yüzyıllar boyunca kaydedilen ve tarih boyunca kullandıkları mitleri ve sembolleri içermektedir. Jung’un teorisindeki “toplam kişilik” in yapısı (yani, zihin veya ruh) bir dizi farklılaştırılmış fakat etkileşime giren ego veya bilinçli zihin; kişisel bilinçdışı veya baskılanmış, bastırılmış, göz ardı edilmiş veya "kompleksler" oluşturabilecek unutulmuş

deneyimler ve atalarının geçmişinden miras kalan kolektif sistemlerde oluşur. Jung'a göre, iyi belirlenmiş birey, kolektif bilinçsizliğin talepleriyle dış dünyanın gerçekleri arasında uzlaşma arayan kişidir. Jung ayrıca, bireyin dış / nesnel dünyaya yönelik dışa dönük tutum yönelimi ile kişinin iç / dış dünyaya yönelik içe dönük tutum yönelimi arasında ayırım yapmıştır. Jung, dört temel psikolojik tip tanımlamıştır: Bunlardan ilki dünyadaki işlem bilgisinin düşünme (düşünceye dayalı), ikincisi hissetme (değerlendirici), üçüncüsü hissetme (algısal) ve son olarak da sezgisel (bilinçdışı veya bilinçaltı) yönleridir. (Roeckelein, 1998: 276-277). Jung, “kişilerin davranış ve düşüncelerindeki dışa dönüklük ya da içe dönüklük” boyutuna ilişkin çalışmalar yapmıştır. Jung, bireyin geçmişte yaşadığı deneyimlerinin ve gelecekteki beklentilerinin kişilik yapısını yakından etkilediği savunmuştur (Şimşek vd., 2014: 80).

### **2.1.3.2. Eysenck'in Kişilik Tipleri**

Hans Eysenck (1973, 1990), yaptığı kişilik testi verilerinden sadece üç geniş boyut elde etmiştir. Bunlar; dışa dönüklük (içsel ve dışsal yönelimli), nevrozizm (duygusal açıdan istikrarlı ve duygusal açıdan dengesiz) ve psikotiktir (agresif ve antisosyal olarak kibar ve düşünceli) (Gerrig, 2012: 358). Eysenck'a göre (1990), kişilikteki bireysel farklılıkları anlamak için gereken üç üst düzey vardır. Bunlar; nevrozizm, dışa dönüklük-içe dönüklük ve psikotizmdir. Dışa dönük kişiler, içe dönük kişilere göre daha düşük bir uyarılma seviyesine sahiptir. Bu da dışa dönük kişilerin uyarılma seviyelerini yükseltmek için teşvik aramalarına neden olmaktadır. Öte yandan, durgun faaliyetler gibi içe dönük kişiler ve mümkün olduğunca teşvik edilmekten kaçınırlar. Yüksek düzeyde nevrozizme sahip olan kişiler, duygularında kararsızlığa neden olan oldukça reaktif otonom sinir sistemine sahiptir. Psikotizm düzeyi yüksek olan kişiler sağduyu göz ardı etme ve dürtüsüz davranma eğilimindedir. Eysenck'in kişilik görüşüne göre, genetik olarak kişiliğin ve yeteneğin boyutları farklılaşmaktadır (Eysenck, 1998: 15).

Tip kavramı ve kişiliğe yönelik tipolojik yaklaşımlarda Eysenck'in “nitelik” ve “tip” kavramlarını kullanması önemli çalışmalar oluşturmuştur. Kişilik özelliklerini içe dönüklük ya da dışa dönüklük boyutta değerlendiren Eysenck, aşağıdaki sınıflandırmayı yapmıştır (Şimşek vd., 2014: 79):

- Melankolik (endişeli, kötümser, hırçın, ketum, katı ve a-sosyal ve temkinli)
- Kolerik (huzursuz, çabuk heyecanlanan, alıngan, saldırgan, atak, iyimser ve aktif)
- Flegmatik (başkasını düşünen, pasif, rahat, özenli, rahat, geçimli, kontrollü, sakin ve güvenilir)

- Sengen (konuşkan, aktif, dışa dönük, hazır cevap, sosyal, canlı, umursamaz, pratik ve lider)

### **2.1.3.3. Galen, Kant ve Wundt'un Kişilik Tipleri**

Galen, Kant ve Wundt kişilerin reaksiyonlarının güçlü ve güçsüz davranışlarının hızlı ve yavaş olmalarına göre dört boyutta açıklanabileceğini ileri sürmüşlerdir. Araştırmacılar, hüzünlü, öfkeli, kendisine hakim olmak ve emin olmak üzere dört farklı tipin var olduğunu da kabul etmişlerdir (Şimşek vd., 2014: 80).

### **2.1.3.4. Freidman ve Rosenman'ın Kişilik Tipleri (A tipi B Tipi Kişilik)**

Yapılan çalışmaların birçoğu yaşanan stres ve fiziksel zarar üstündeki kişisel etki tehlikesinin neler olacağı konusunu içermektedir. A tipi kişilik olarak adlandırılan bu tip ilk olarak Friedman ve Rosenman tarafından ortaya çıkarılmıştır (Şimşek vd., 2019: 109). A ve B kişilik tipi ilk kardiyolog olan Meyer Friedman ve Rosenman adlı araştırmacılar tarafından gözlemlenmiştir (Griffin ve Moorhead, 2013: 183). Kişilerde sık rastlanan bu A ve B tipi kişiliğe sahip bireyler sabit kişiliklerdir (Şimşek vd., 2014: 80). Bu fikir; bekleme odası sandalyeleri üzerindeki döşemeyi tamir eden bir işçi sandalyelerin çoğunun sadece ön tarafının yıprandığı gerçeğine yorum yaptığında ortaya çıkmıştır. Bu durumda Freidman ve Rosenman daha fazla gözlemin ardından, kalp hastalarının çoğunun endişeli olduğunu ve oturmakta zorlandıklarını, tam anlamıyla koltuklarının kenarlarında oturduğunu fark etmişlerdir. Bu gözlemi başlangıç noktası olarak kabul eden ve daha yakından inceleyen Friedman ve Rosenman, sonunda hastalarının çok değişik iki davranış modelinden birini sergilediği sonucuna ulaşmışlardır. Yaptıkları bu araştırma aynı zamanda farklılıkların kişiliğe dayandığı sonucuna varmalarını sağlamıştır. Bu iki davranış modelini Tip A ve Tip B olarak adlandırmışlardır (Griffin ve Moorhead, 2013: 183). Otoriterlik, katılık, dışa dönüklük, destek, kendiliğindenlik, duygusallık, belirsizlik toleransı, kaygı ve başarıya olan ihtiyaç gibi kişilik özellikleri, özellikle bireysel stres ile ilgili olan araştırmalarla ortaya çıkarılmıştır. Ancak yıllar içinde en çok dikkat çeken A tipi kişiliğe odaklanılmıştır (Luthans, 2010: 284).

**A Tipi Kişilik:** Çok hareketli, yerinde duramayan, saldırgan, sabırsız, devamlı rekabet halinde, çok fazla aktiviteyle uğraşan ve ağır baskı altında olan kişilik olarak tarif edilmektedir. A tipi kişiliğe sahip olan bireyler için işi çok önemlidir, işe çok fazla vakit ayırır ve sürekli son ana kadar bile yoğunurlar (Şimşek vd., 2019: 109). Aşırı A tipi birey, son derece rekabetçi, çalışmaya adanmış ve güçlü bir zaman aciliyeti duygusuna sahiptir (Griffin

ve Moorhead, 2013: 183). A tipi kişilik, deneyimli stres ve tehlikeli fiziksel sonuçlarla yüksek oranda ilişkilidir (Friedman, 1996: 143). Friedman ve Rosenman, A tipi kişiliği “her insanda gözlemlenebilecek bir eylem duygusu kompleksi” olarak tanımlamaktadır (Luthans, 2010: 284).

**B Tipi Kişilik:** Acelecilik ve karmaşıklık gibi konulara uzaktır, daha az baskı ve çatışma içindedir, zamanı iyi kullanır. (Şimşek vd., 2014: 80). Aşırı B tipi kişilik, A tipi kişiliğin aksine, daha az rekabetçidir, kendini çalışmaya daha az adanmıştır ve daha zayıf bir zaman aciliyeti duygusuna sahiptir. Bu tip kişilik, insanlar ve zamanla daha az çatışma hisseder; hayata dair daha dengeli ve daha rahat bir yaklaşıma sahiptir. Kendine daha fazla güvenen ve sürekli bir şekilde çalışabilen bir yapıya sahiptir. Friedman ve Rosenman, kişilerin çoğunun yalnızca A ya da B tipi olmadığını bunun yerine insanların bir veya birden fazla tipe doğru eğilim gösterebileceğini belirtmiştir (Griffin ve Moorhead, 2013: 183).

#### ***2.1.3.5. Seagal’ın Kişilik Tipleri***

Kişiliğin tipolojik yaklaşımlarından biri de Seagal’in ortaya koymuş olduğu kişilik dinamikleridir. Seagal’in yaklaşıma göre toplumdaki kişilerin %99’u “zihinsel, fiziksel, ve duygusal olmak üzere üç temel kişilik boyutu üzerinde şekillenen beş temel kişilik yapısında görülmektedir (Güney, 2007: 514). Seagal kişiliği; duygusal, zihinsel ve fiziksel tip olmak üzere üç boyutta açıklamıştır. Bu yaklaşıma göre kişiliğin zihinsel boyutu akıl ve düşünme ile ilişkili, fiziksel boyutu beden ve hareket ile ilişkili, duygusal boyutu ise “hisler ve ilişkiler” ile yakından ilişkilidir (Şimşek, vd., 2014: 80). Tablo 2’de Seagal’in kişilik dinamiklerinin özellikleri ve ilgi alanları görülmektedir.

**Tablo 2.** Seagal’ın Kişilik Dinamikleri

	KİŞİLİK BOYUTLARI		
	ZİHİNSEL	DUYGUSAL	FİZİKSEL
İLGİ ALANLARI	Kavramlar, yapılar, fikirler	İlişkiler, örgüt	Hareket, işlem
ÖZELLİKLERİ	Düşünme, Vizyon oluşturma, Planlama, Odaklama, Yönetme, Yapılandırma, Geneli görme, Geçer oluşturma.	Hissetme, İlişkilendirme, İletişim Kurma, Bağlantı sağlama, Kişileştirme, Empatik beceri kullanma, Ahenk yaratma, Hayal etme.	Yapma, Üretme, Somutlaştırma, Detaylandırma, İşlev kazandırma, Kolaylaştırma Ortak hareket etme, Sistematik hale getirme.

**Kaynak** Güney, 2007: 514.

#### **2.1.3.6. Kretschmer’in Kişilik Tipleri**

Bir başka kişilik tiplemesini “Kretschmer’in Kişilik Tipi” oluşturmaktadır. Kretschmer; kişilik tipini kişinin psikolojik ve fiziki kalitesi ile karakteristik özelliklerinin beraber oluşturduğu bir olgu olarak açıklamaktadır. İnsanın kişilik özellikleri ile beden yapısı özellikleri arasındaki ilişkiyi inceleyen Kretschmer, dört tip belirlemiştir. Kretschmer, yaptığı çalışmalarda kişilik tiplerini; Piknik Tip, Astenik Tip, Atletik Tip Diplastik Tip olarak dört grupta değerlendirmiştir. **Piknik Tip;** tıknaz endamlı, orta boylu ve yuvarlak karınlı toplu görünümdeki tiplerdir. Piknik tipleri, yaşamayı seven, neşeli, dışa dönük, açık kalpli, uyumlu ve hoş huylu özelliklere sahiptir. **Astenik Tip;** Astenik tip; zayıf yapılı, dar omuzlu, uzun boylu ve göğüs kafesi yassı tipler olup yalnızlığı seven, duygusal içine kapanık ve idealist özelliği taşıyan insanlardır. **Atletik Tip;** Adeleleri ve kemikleri gelişmiş, çelik karın, geniş omuzlu, ince belli ve dar kalçalı tiplerdir. Temel kişilik özellikleri soğukkanlı, içe dönüktür ve genellikle astenik tiplere benzerler. **Diplastik Tip:** Kretschmer; “Piknik, Astenik ve Atletik Tip” dışında kalanlar için Displastik Tip tanımlamasını yapmıştır. Burada, beden ve kişilikleri diğer üçüne benzemeyen tipler bu sınıflandırmaya alınmıştır (Şimşek vd., 2014: 81). Uzun boylu, lider olma eğilimi güçlü, kasları gelişmiş kişiler atletik tipi temsil ederken, uzun ve ince yapılı, inatçı, soğukkanlı, kindar ve alıngan kişiler astenik tipi ve şişman orta boylu,

yumuşak kaslı, dış dünyaya açık ve iyimser kişiler ise piknik tipi temsil etmektedir (Cüceloğlu, 2003:428).

### **2.1.3.7. Sheldon'un Kişilik Tipleri**

Bütün kişilik teorilerinde vücut yapısının en temel etken olduğu belirtilmektedir. Sheldon'un teorisinde; vücut yapısı (endomorphie, mesomorphie ve ectomorphie) ile spesifik kişilik arasında bağ kurması buna bir örnektir (Çetin ve Beceren, 2007: 63). Sheldon, iskeleti ve beden organlarını daha geniş kapsamlı ölçmek ve farklı yapıya sahip kişilerin çıplak bedenlerinin çeşitli yönlerini resmetmek yoluyla Kretschmer'in kurduğu tipolojisini geliştirmiştir (Baymur, 1994: 256). Sheldon insanları beden dokularına göre Meomorf, Endormorf ve Ektomorf olarak üç farklı tipe ayırmıştır (Şimşek vd., 2019: 108-109). Bunlar;

- **Endormorf Tip:** Farmer vd., (2002) endomorf olan kişilerin iyi gelişim özelliklerine sahip, sosyal görünümlü, konforlarına düşkün olduğunu ifade etmektedir. Bunların iç organları gelişmiş, genellikle şişman, vücutları yumuşak, kol, bacak ve başları kalın olup şekilleri kareye benzerdir. Temel kişilik özellikleri rahat, cana yakın, hoşgörülü, iyi huylu ve neşeli insanlardır (viseretonik kişilik özelliği sergilerler) (Şimşek vd., 109). Endomorfalarda, Viserotonik adı verilen, hareketleri uyusuk ve yavaş, rahatına düşkün, yemek yemeyi seven, kalabalıktan haz duyan, güleç, neşeli, çok ve derin uyuyan, sevme arzusu güçlü, pozitif, hoşgörülü, arkadaş canlısı, duyguları çabucak değişebilen, kaygılı, üzülen ve ağlayan kişilik özellikleri görülmektedir (Hazar, 2006: 129).

- **Mesomorf Tip:** Mezomorf olan kişiler atletik bir vücuda sahip, baskın karakterde ve enerjiktir (Farmer, McGuffin and Williams, 2002). Mesomorf tipte olanlar kas ve iskelet sistemleri gelişmiş, ince belli, geniş omuzlu ve sert adeleli, üçgen vücutlulardır. Temel kişilik özellikleri lider olmaya istekli, hareketli, spor faaliyetlerine ve sosyal faaliyetlere ilgisi olan, yarışmadan hoşlanan ve genellikle iyi huylu uyumlu kişilerdir (Şimşek vd., 2019: 109). Bu tiplerde, Somatotonik adı verilen beden hareketleri çok canlı, maceradan ve spor faaliyetlerinden hoşlanan, girişken, dışa dönük, kapalı yer korkusu olan, içinden geldiği davranışa, ve bazen saygısızca davranabilen, her çeşit kalabalık ve gürültüden hoşlanan, kaygı gibi durumlarda dışa dönük eylemlerde bulunabilen, saldırgan bir kişilik tipine sahiptirler (Hazar, 2006: 129).

- **Ektomorf Tip:** Bunlar tiplerin ince vücutlu, gelişmiş kaslı, düşük omuzlu ve beden yapıları diktötgene benzeyen yapıları vardır. Temel kişilik özellikleri çekingen, sıkıntılı, aşırı duygusal, sosyal olmayan, seyahati seven ve uyumsuz bireylerdir (Şimşek vd., 2014: 80). Serebrotonik adı verilen bu tipteki kişilik, endişeli, yavaş hareketli ve içine kapanık, fazla

duyarlı, duyguları ve coşkuları üzerinde aşırı denetimci, açık alanlardan korkan, kaygı ve korku gibi durumlarda içine kapanan tiplerdir. Sheldon, bu kişilik tipinin nadir bulunacaklarını ve herhangi bir kişilik tipinin diğer kişilik tiplerine göre daha baskın olduğunda anlamlı bir kişilik tipinin ortaya çıkacağı görüşündedir (Hazar, 2006: 129).

#### **2.1.4. Kişilik Kuramları**

Kişiliği davranışsal açıdan inceleyen kuramcıların kişiliğin oluşması ve gelişmesiyle ilgili geliştirdiği birden fazla kişilik kuramı vardır. Bu kuramlarda bazıları kişiliğin oluşumunu bazıları ise kişiliğin görünümünü esasına dayanmaktadır. Bu bölümde kişilik kuramları ve kuramcıları tanıtılmış olup ilk önce Freud'un kuramına sonra ise Eric Berne, Jung, Adler, Horney, Eysenck, Sullivan ve Allport'a ait kuramlara yer verilmiştir.

##### **2.1.4.1. Sigmund Freud'un Kişilik Kuramı (Psikanalitik)**

Araştırmacılar kişiliğin yapısını ve gelişimini anlamak için erken girişimlerde bulunarak küçük bir kavrayışa ihtiyaç duyulduğunu hissetmişlerdir. Bu nedenle, araştırmacılar Sigmund Freud tarafından yapılan ilk kişilik kuramı hakkında genel bir fikir vermektedir.

Freud'un kişilik tiplerinin ve insan davranışlarının anlaşılabilmesi ile ilgili en önemli katkısı, bilinçdışı kavramının ne olduğu açıklaması ve insanların farkında olmadan bilinçdışı güçler tarafından yönetilmeleri doğrultusundaki görüşleridir. Freud, kuramına psikanaliz adını vermiştir aynı zamanda Freud'un kendisine özgü olan terapi yaklaşımı da psikanaliz olarak yine aynı isimle anılmaktadır (İnanç ve Yerlikaya, 2012: 15). Psikoanalitik kuramın kurucusu Freud, davranışları belirleyen unsurun kişinin bilinçaltı istekleri olduğunu görüşünü savunmaktadır. Freud davranışların saldırganlık ve cinsellik şeklinde ortaya çıkan içgüdüsel dürtüler ile sosyal engeller arasındaki çatışmadan kaynaklandığını belirtmektedir (Şimşek vd., 2014: 83). Sigmund Freud, psikanalizin babasıdır. Freud'un "psikanalitik kişilik teorisi" ne göre insan kimliği üç ana unsura ayrılmaktadır: ID (Haz İlkesi), Ego (Gerçeklik İlkesi) ve Super ego (Ahlak İlkesi) (Freud, 1927: 72).

**ID:** Türkçede ben olarak da ifade edilen 'id' sözcüğünün Latince karşılığıdır ve kişiliğin içgüdüsel ve ilkel yanlarını kapsamaktadır. Bilinçdışı düzeyde faaliyet gösteren, kişiliğin eski ve en temel bileşeni olan id, içgüdüsel biyolojik dürtülerle çok yakından ilişkilidir. Id kişiliğin temel sistemidir. Id kişinin davranışlarını yönlendirmekte ve kişiliğin temelini oluşturmaktadır. İçgüdüsel ve bilinçsiz olarak kabul edilen arzu, istek ve duyguları içermektedir. Id insanların kalıtımsal olarak taşıdıkları, öncelikli olarak tatmin edilmeleri

gerektiği fizyolojik ve biyolojik ihtiyaçların bulunduğu bir alandır. Yani id, bireyin ilkel bilinçsel yapısını tanımlar. Burada haz büyük önem taşımaktadır ve sürekli haz ister. Freud id'yi kültürel sınırlamalardan etkilenmeyen ve insanın yüzyıllar boyunca gelişen, değişen doğal isteklerini temsil etmektedir (İnanç ve Yerlikaya, 2012: 21) .

**Ego:** “Ben” kelimesinin Latince karşılığıdır ve id'nin isteklerinin ifade edilmesini ve doyurulmasını sağlamaktadır. Ego, organizmanın dünya ile ilişkisini de ele alır ve bu ilişkiyi düzenleyerek dış dünya ile başa çıkabilmek için 6 - 8. aylarda, id'den evrimleşerek olgunlaşır ve id'in hedeflerine ulaşmasında yardımcı olur. Ego'nun şekil alması ben-ben olmayan (self-nonsel) arasında olan farklılaşma yaratan yaşantılar sonucunda gerçekleşmektedir ve kişinin kendi vücudu ile ilgilidir. İçgüdüsel ihtiyaçların karşılanması önündeki engeller her zaman nesnel bir dış dünyadan gelmez. Ego bu ihtiyaçların doyumunu sağlarken toplumun beklentilerini ve ahlaki standartlarını da dikkate almak zorundadır. Egonun karşılaştığı bu talepler süper egoya yani kişiliğin üçüncü sistemine aittir (İnanç ve Yerlikaya, 2012: 22-23). Egonun kendisi kısmen 'bilinçdışı' olarak tanımlanmıştır (Freud, 1960: 15). Eğer ego sadece algısal sistemin etkisiyle değiştirilen kimliğin bir parçası olsaydı, gerçek dış dünya algılayıcı sistemin etkisi daha uğraşılması gereken basit bir durum olmalıydı (Freud, 1960: 22). Ego, kişiliğin düzenleyici, dengeleyici bir unsurudur. Freud'a göre ego dünya etkisi altında alt benliğinin bir parçası halinde gelişmiş ve alt benlik ile dünya arasında aracılık yapmaktadır (Özdemir vd., 2012: 570).

**Süper Ego:** Bir kişinin bir toplum içinde etkin bir şekilde hayatını devam ettirebilmesi için, yaşadığı toplumun değer sistemini ve kuralını öğrenebilmesi ve kazanabilmesi gerekmektedir. Bunları sosyalizasyon süreciyle kazanmak daha mümkündür ve bu, psikanalitik kuramındaki yapısal modele göre süper ego olarak adlandırılır. Ben ve üstü sözcüklerin Latince karşılığındaki süper ego kavramı yerine Türkçede üst ben kelimesi de kullanılmaktadır. Kişilik kavramının en son gelişen yapısı olan süper ego, toplumsal normların ve davranış standartlarının içselleştirilmesini temsil etmektedir. Freud (1962) insanın organizmasının süper egoya sahip olarak dünyaya gelmediğini ifade etmektedir. Çocuklar, ebeveynleri, öğretmenleri ve buna benzer diğer figürler arasındaki ilişki ve etkileşim sonucu bunu elde ederler. Yani başka bir deyişle bebeklerin doğru veya yanlış duyguları gelişmemiştir. Bu işlev daha önceleri ebeveynler tarafından yürütülmekte ve hatta bu uzun yıllar sürmekteymiş. Bazı davranışlar destek, sevgi ve ödül görürken bazıları ise cezalandırılmaya sebep olmaktadır. Bu cezalandırılma çocuklar tarafından anne-babasının sevgisinin kaybedilmesi şeklinde algılanabilir ve bu ise çocukta, güvensiz dış dünyada yalnız kalacağı şeklinde bir düşünceye sahip olmasına sebep olur. Bu yalnız kalma durumundan

kendini korumak için, güçlü anne-baba ile kurduğu etkileşim ve onları örnek alarak kendini geliştirmesi nedeni ile ego artık onların standartlarını benimsemeye başlar. Bu da süper egonun meydana gelmesine yol açmaktadır (İnanç ve Yerlikaya, 2012: 22-23). Kişiliğin ahlaki yönünü ifade eden süper ego, kişinin davranışlarının doğruluğuna karar vererek toplumun değer yargılarına göre hareket etmesini sağlar (Özdemir vd., 2012: 570).

#### **2.1.4.2. Eric Berne'nin Kişilik Kuramı**

Eric Berne'nin geliştirmiş olduğu kuram, Freud'un kişilik kuramıyla benzer özellikler göstermektedir. Berne kuramında kişiliği, bireyin duygusal yönüyle açıklamaya çalışmış ve kişiliği çocuk (olgun olmayan dönem), olgunluk (yetişkinlik) ve ebeveynlik yönü (anne-baba olma dönemi) olarak 3'e ayırarak bunları aşağıdaki gibi açıklamaya çalışmıştır (Şimşek vd., 106). Bireyler dış çevre ile kurdukları ilişkilerde itaatkâr olduğunda çocuk, otoriter olduğunda ebeveyn ve mantıklı olduğunda yetişkin ego durumu söz konusu olmaktadır (Zengin, 2017: 30).

**Çocukluk (olgun olmayan):** Her bireyin biraz çocuk olduğu ileri sürülmektedir. Berne'ye göre bireyin çocuksu davranışları, yaşamında zevk ve yaratıcılık etkisi ve süreklilik göstermelidir.

**Olgunluk (yetkinlik):** Bireyin davranışını öğüt ve yasaklarla düzenlemeye çalışan bir zihinsel yapının kişiliğin anne-baba yönünü meydana getirdiğini ifade etmektedir. Bu Freud'un süper ego kavramına karşı oynadığı role karşılık gelmektedir.

**Ebeveynlik:** Yetişkin davranışlarını çevrede yaygın hale getirmek için kişinin tüm çabalarından oluşan küçük büyük herkeste bulunan bir kişilik bölümüdür.

#### **2.1.4.3. Carl Gustav Jung'un Kişilik Kuramı (Analitik Psikoloji)**

Jung (1921), duyguların doğada Aristoteles ve Aquinas'ın düşüncelerine benzer şekilde, zihinsel yargıdan farklı bir tür psikolojik işlev olduğunu ileri sürmektedir. Yaklaşık 20 yıllık pratik deneyimi ve psikiyatri alanında bir uzman olarak çalıştıktan sonra Jung psikolojik tipler hakkında dikkat çekici bir kitap yayınlamıştır. Jung (1921), bu kitapta insanların evrensel ortak özelliklerini ve kişisel farklılıklarının analizini yapmaya çalışmıştır. Jung'un teorisinde saf tip yoktur. Eşit derecede değerli ancak farklı kişilikler için farklı tercihlerle gerçekleştirilen bir dizi psikolojik karşıtlık vardır (Blutner ve Hochnadel, 2010: 245). Jung'un, tüm insanların düşünme, hissetme, algılama ve sezgi gibi dört psikolojik işlevle donatıldığını iddia etmektedir. Jung'a göre normalde insanlar bu dört psikolojik işlevi de kullanırlar (Blutner ve Hochnadel, 2010: 245). Bu işlevlerden duygu ile düşünce, sezgi ile

duyu arasında bir zıtlık bulunmaktadır. Duyum nesnelerin algılanmasıyla ilgili bir kavramdır, sezgi ise nesnenin gerisinde kalan ve gelecekteki olguların sezinlenmesiyle ilgili bir olgudur (Akyıldız ve Kayalar, 2003: 77).

Jung; düşünme, hissetme, algılama ve sezginin işlevlerini açıklamadan önce orjinal iki tip olan dışa dönük ve içe dönük tipleri açıklamaktadır (Geyer, 2012: 2). Ancak, ağırlıklı olarak hangi işlevleri kullandıkları konusunda farklı tercihleri bulunmaktadır. Jung, tam olarak farklı kişilik türlerini oluşturan bu farklılıkların olduğunu iddia etmektedir. Tam olarak kişilerin bu işlevleri kullanımına ilişkin olarak izlemiş oldukları tutumlar, onları “içe dönük” ve “dışa dönük” kişiler olarak iki farklı kişilik grubundan birine sokmaktadır. Jung, ortaya koymuş olduğu bu kişilik teorisinde bireyleri sahip oldukları kişilik özellikleri bakımından bu şekilde iki büyük gruba ayırmıştır (Blutner ve Hochnadel, 2010: 245). Jung, tutumlar ve işlevler olmak üzere iki boyuttan oluşan bir kişilik tipolojisi geliştirmiştir. Kişideki baskın işleve eşlik eden tutumun, içe dönük- dışa dönük oluşuna göre oluşturulabilen sekiz ayrı kategori, Jung’un kişiler arasındaki benzerlikleri ve kişisel farklılıkları tanımlamak amacıyla kullandığı sınıflamayı oluşturmaktadır (İnanç ve Yerlikaya, 2012: 82). Bu sekiz farklı kişilik kategorisi Tablo 3’ te gösterilmiştir.

**Tablo 3.** Jung'un İki Boyutlu Kişilik Tipolojisi

İşlevler	Tutumlar	
	Dışa Dönük	İçe Dönük
<b>Düşünme</b>	Dışa Dönük Düşünen Tip	İçedönük Düşünen Tip
<b>Hissetme</b>	Dışa Dönük Hisseden Tip	İçedönük Hisseden Tip
<b>Duyum</b>	Dışa Dönük Duyumsal Tip	İçedönük Duyumsal Tip
<b>Sezgi</b>	Dışa Dönük Sezgisel Tip	İçedönük Sezgisel Tip

**Kaynak:** İnanç ve Yerlikaya, 2012: 82.

Jung’un kişilik kavramına yönelik çalışmaları oldukça kapsamlıdır (Şimşek vd., 2014: 78). Jung’un analitik psikolojisi, kişilik üzerine yapılan tüm çalışmalarda en sıra dışı teori olarak görülmektedir. Kişilik işleyişiyle ilgili sayısız içgörü sağlamasına rağmen, anlaşılması çok zordur. Sorunun bir kısmı, Jung’un birçok farklı disiplinde geniş çapta okuduğu ve psikoloji, psikiyatri, edebiyat, fizik, kimya, biyoloji, arkeoloji, felsefe, teoloji, mitoloji, tarih, antropoloji, simya ve astrolojiden aldığı materyalleri kullanmasıdır. İnsan işleyişini anlamaya çalışır. Bazı araştırmacılar veya okuyucular, kullandıkları materyalleri değerlendirmek için

gerekli altyapıya sahip olduklarından, inanılmaz karmaşık fikir dizisiyle boğuşmaktan ziyade teorisyenliğini görmezden gelmekte ya da reddetmektedirler. Yine başka bir zorluk ise Jung'un net bir şekilde yazmaması, başka bir deyişle geleneksel terimleri ve anlamlarında yaptığı keyfi değişimleri tam olarak açıklamaksızın, kendine özgü yollarla kullanmış olmasıdır (Ryckman, 2008: 78).

Jung ilgi alanlarına göre kişileri içe dönüklük ve dışa dönüklük olmak üzere ikiye ayırmaktadır. Jung “dışa dönük (extravert)” ve “içe dönük (İntrovert)” kavramlarını ilk kullanan psikologlardandır. Jung'a göre içe dönüklük- dışa dönüklük, düşünme - hissetme duyumsama – sezgisellik kişilik tipleri kişilik gelişimini tamamlayamamış bireyler de bulunmaktadır. Bunlar kısmen de olsa tutarsız davranmakta, dengesiz ve düzensiz olabilmektedir (Şimşek, vd., 2014: 79). Jung'un kişilik tipolojisi günümüzde oldukça popülerdir ve içe dönük-dışa dönük boyutu teorinin en popüler kısmıdır (Blutner ve Hochnadel, 2010: 245).

**Dışa Dönük Düşünen Tip:** Bu tip dünyadaki gerçekleri, düşünsel çıkarımları, rasyonel kural ve zorunlulukları anlamak ve yorumlamak için uğraşı ve önem vermektedir. Buna örnek olarak, nesnel dünya hakkında elinden geldiği kadar bir şeyler öğrenmeye çalışan bilim insanı verilebilir. Amacı ise dünyadaki nesnel olguları anlayabilmek, kuralları meydana çıkarmak ve kuramsal formül oluşturmaktır. Bu tipe sahip kişiler iş organizasyonlarında, problem tanımlamada ve çözümede gayet başarılı olmaktadır. Dışa dönük düşünen tiplerde düşünme işlevi baskın, hissetme işlevi bilinçdışında olduğundan dolayı diğer kişiler üzerinde uzak, kendini beğenmiş ve soğuk bir kişi izlenimi bırakabilmektedir. Einstein ve Darwin bu tip için verilebilecek ünlü örneklerdendir (İnanç ve Yerlikaya, 2012: 83).

**İçe Dönük Düşünen Tip:** Bu tipler kendi düşüncelerini, duygularını, fantezilerini ve hayallerini iç dünyasını tercih eden insanlar, dışa dönük tipler ise olayların, insanların ve faaliyetlerin dış dünyasını tercih eden insanlardır (Blutner ve Hochnadel, 2010: 245). Ancak daha çok öznel düşüncelere yönelmişlerdir (İnanç ve Yerlikaya, 2012: 83). İçe dönük düşünen tipler daha çok teori ve fikirlere önem verirken nesnel dünyaya karşı fazla ilgili değildir. Uç durumlarda gerçeklikten kopuş söz konusudur. Kendi başlarına kalmayı başkaları ile birlikte olmaya tercih eden böyle kişiler için düşüncelerin başkaları tarafından kabul edilmesinin çok önemi yoktur. Başkalarının görüşlerine önemsemeyen, inatçı ve dik kafalı tavır ve hareketleri başkalarının onu kendini beğenmiş, kibirli ve küstah biri olarak tanımalarına sebep olabilmektedir (İnanç ve Yerlikaya, 2012: 83). İçe dönüklük, utangaçlık ve sosyalleşme gibi

fikirlerle karıştırılmaktadır. İçe dönük tipler utangaç olma eğilimindedir ve dışa dönük tipler de sosyalleşme eğilimindedir. Bunlar kısmen de olsa tutarsız davranırlar, dengesiz ve düzensiz olabilirler. Kişilik işlevlerini bilinç yüzeyine çıkaramayanlar, anlık değişme gösterebilmektedirler. Jung'un bu düşüncesi psikolojinin yanında örgüt düşüncesini ve yönetsel felsefeyi de etkilemiştir (Şimşek vd., 2014: 80).

#### **2.1.4.4. Alfred Adler'in Kişilik Kuramı (Bireysel Psikoloji)**

Adler, herkesin yaşamına aşağılık bir duygu ile başladığını ifade etmektedir. Çaresiz ve güçsüz bir çocuğun yaşamını sürdürebilmesi için kendinden daha büyük, güçlü yetişkinlere bağımlı olması bunun ilk örneklerindedir. Adler'e göre bu durum yaşam süresince kişinin aşağılık duygularıyla başa çıkabilmek için göstereceği çabaların başlangıcıdır. Adler ise bunu bir üstünlük gayreti olarak nitelendirmektedir. Adler'e göre bütün işlevler üstün olma arzusu yolundadır. Adler'e göre yapılan her şey hayattaki engeller üzerinde bir üstünlük kurmak ve böylece aşağılık duygulardan kurtulmak amacıyla tasarlanmıştır (Burger, 2006: 152). Alfred Adler, hedefe yönelik ve bir bütünlük oluşturan yaratıcı benlik anlayışını benimseyen bir kişilik kuramı oluşturmuştur. Adler benliğin bütünlüğünü oluşturan şeyin bireyin "hayat tarzı" olduğu görüşündedir (Akyıldız ve Kayalar, 2003: 77). Carl Jung gibi Sigmund Freud'in öğrencisi olan Adler de cinselliğin ve sevginin davranışları etkileyen temel güdüler olduğu düşüncesini reddetmiş ve bu düşünceye karşı çıkmıştır ve normal bir kişinin kendi geleceğini belirleyebilecek bir kişiliğe sahip olabileceğini savunmuştur (Şimşek vd., 2014: 79). Adler kişilik kuramının terapistler ve tüm bireyler için yalın ve yararlı bir rehber oluşturabilmesi gerektiğini düşündüğünden Freud ve Jung'ın görüşünden farklı olarak, gayet yalın ve sınırlı sayıda temel kavram ve ilkelerden oluşan kuram ortaya koymuştur (İnanç ve Yerlikaya, 2012: 43) Adler'e göre insan davranışının arkasındaki temel şey üstünlük ve egemenlik içgüdüleriyle güç ve prestij kazanma motivasyonudur (Şimşek vd., 2014: 79).

#### **2.1.4.5. Karen Honey'in Kişilik Kuramı (Nevrozlar ve İnsan Gelişimi)**

Horney, yaşamı boyunca kişiliğin gelişimi üzerindeki kültürel ve toplumsal etkileri araştırmıştır. Horney insan davranışlarının doğuştan gelen sebeplerden ziyade daha çok toplumsal etkilerle belirlendiğini ileri sürmektedir (Burger, 2019: 96). Horney kişiliğin şekillenmesinde sosyal-kültürel koşulların özellikle de çocukluk çağındaki deneyimlerinin çok fazla önemli bir yere sahip olduğunu belirtmektedir. Horney çocukluğundaki sevgi, şefkat ve ilgi ihtiyacı karşılanmayan kişilerin anne-babalarına karşı bir düşmanlık duygusu beslediğini ve sonucunda ise temel bir kaygı yaşadıklarını belirtmektedir. Horney kişilerin

kaygılarıyla başa çıkmak amacıyla diğer kişilerle ilişkilerinde üç temel tarzdan; insanlara yönelme, insanlara karşı gelme ve insanlardan uzaklaşma gibi davranışlardan kendilerine en uygun olan birini seçip kullandıklarını ifade etmiştir. Normal kişiler başkalarıyla olan ilişkilerinde bu üç davranış tarzına da başvurabilmektedir. Fakat nevrotik kişiler bunlardan sadece birine çok katı şekilde bağlanmaktadır (İnanç ve Yerlikaya, 2012: 90). Horney, kişilik konusundaki düşünce ve görüşlerini belirtirken, sosyal ilişkiler ile ilgili çözümlerden faydalanmıştır. Horney kişiliğin en önemli temel ögesinin korku ve endişe olduğunu ifade etmektedir. Horney, kişilerin endişe-kaygı ve korkuları ile başa çıkabilmesi için antipatik-içe dönük ve saldırgan-öfkeli, sempatik-dışa dönük türünden davranış sergilediklerini ileri sürmektedir. Sempatik- dışa dönük kişiler; insanlara yaklaşarak, iletişim kurarak, yakınlık ve sevgi duymak suretiyle korku ve kaygılarını gidermek düşüncesi taşırlar. Antipatik-içe dönük kişiler; insanlara karşı uzak durmak, onlarla iletişim halinde olmamak ve kendi başlarına hareket ederek endişe, kaygı ve korkulardan kurtulmaya çalışmak istemektedirler. Saldırgan-öfkeli kişiler ise insanlara karşı tepkiler vermek, diğer insanlara karşı güçlü ve yenilmez olduğunu sergilemek, onlarla mücadeleye girmek, her şeye kavga ederek sahip olmaya uğraşmak yolunu seçmektedirler (Şimşek vd., 2014: 79).

#### ***2.1.4.6. Hans Eysenck'in Kişilik Kuramı (Biyoloji Temelli Faktör Analitik Ayırıcı Özellik Kuramı)***

Eysenck'e göre kişilik hiyerarşik bir yapı içinde dört düzeyde açıklanmaktadır:

- Birinci Düzey: Kişiliğin en alt düzeyi olan bu düzey ve çok özel tepkileri içerir.
- İkinci Düzey: Kişinin yaşadığı ortamdan kazandığı alışkanlıklara dayalı özellikler ile ilgilidir.
- Üçüncü Düzey: Eğilimler düzeyi olan bu düzey, kişinin çok fazla alışılmış davranışı arasında belirli eğilimler kazanma evresidir.
- Dördüncü Düzey: Bu düzey tıp sahası olup burada belirgin tipler oluşmaktadır (Şimşek vd., 2014: 79).

Eysenck'e göre psikolojinin iki ana yönelimi vardır. Bunlar; kişilik psikolojisi ve deneysel psikoloji olarak açıklanmaktadır. Ne yazık ki iki alandaki teorisyenler ve araştırmacılar birbirlerinin çalışmalarını görmezden gelme eğilimindedirler. Bir başka deyişle deneysel psikologlar, bireysel farklılıklarla ilgili çok az endişe duymakta, kişilik kuramcıları ise ampirik kanıtlara duyulan ihtiyacı göz ardı etmektedirler. Bu karşılıklı kayıtsızlığın bir sonucu olarak kişilik alanında çok sayıda bilimsel olmayan teorisyenler ve uygulayıcılar bulunmaktadır. Çok sayıda kişilik teorileri vardır ancak onlara gerçek anlamda destek verecek

şekilde çok az şey bulunmaktadır. Eysenck'in kişilik kuramı, gerekli olan nedensel bağlantılar arayan ve söz konusu teorilerden yapılan çıkarımların deneysel testlerini kullanan daha teorik bir yaklaşımdır. Bu yaklaşımın ayrılmaz bir parçası olarak, araştırmacıların kişilik faktörlerinin deneysel çalışmalarındaki rolünü de hesaba katmaları gerekmektedir. Eysenck kişiliği; bir kişinin karakterine, mizacına, zekasına ve fiziğine göre az çok istikrarlı ve kalıcı bir organizasyon olarak tanımlamakta ve bu da çevreye olan benzersiz uyumunu belirlemektedir. Karakter, bir kişinin az çok istikrarlı ve kalıcı bir davranış sistemini gösterir. Eysenck, dünyanın dört bir yanındaki farklı topluluklarda toplanan kişilik verilerinin faktör analizine dayanarak, kolayca içe dönüklük/dışa vurum ve istikrar/nevrotiklik olarak etiketlenebilecek iki faktör elde etmiştir. Daha sonra diğer istatistiksel analizlere dayanarak, üçüncü bir boyut olan dürtü kontrolü/psikotizmi önermiştir. Eysenck'e göre bu üç boyut, kişilik işlevini tanımlamakta ve en yararlı olan bireysel farklılık türleri olmaktadır (Ryckman, 2008: 343-344).

Hans Eysenck'ün kişilik teorisi güçlü psikometrik ve biyolojik bileşenlere sahiptir. Bununla birlikte Eysenck yalnızca psikometrik karmaşıklığın, insan kişiliğinin yapısını ölçmek için tek başına yeterli olmadığını ve faktör analitik yöntemlerle elde edilen kişilik boyutlarının, biyolojik bir varlığa sahip oldukları kanıtlanmadıkça, steril ve anlamsız olduğunu iddia etmiştir. Bu varsayımlar göz önüne alındığında, Eysenck bir faktörü tanımlamak için dört kriter listelemiştir. Öncelikle, faktörün varlığına ilişkin psikometrik kanıt oluşturulmalıdır. Bu kriterin bir sonucu, faktörün güvenilir ve tekrarlanabilir olması gerektiğidir. Aynı laboratuvarlardan gelen diğer araştırmacılar da faktörü bulabilmelidir ve bu araştırmacılar sürekli olarak Eysenck'in dışavurumunu, nevrotikliğini ve psikotizmini tanımlamaktadır (Feist ve Feist, 2008: 408). Hans Eysenck yaptığı kişilik testlerinden el ettiği bilgiler doğrultusunda üç geniş boyut olduğu sonuca ulaşmıştır. Bunlar; dışa dönüklük (içine kapanık ya da dışa dönük), nevrotiklik (duygusal denge veya dengesiz) ve psikotiklik (kibar ve düşünceli veya saldırgan ve anti sosyal)'tir (Gerrig ve Zimbardo, 2012: 410).

#### ***2.1.4.7. Gordon Allport'un Ayırıcı Özellik Teorisi***

Ayırıcı özellikler üzerinde yapılan bilinmiş ilk çalışmayı Gordon Allport 1921'de yapmıştır. O tarihe kadar özellikler üzerinde bilinen bir çalışma yapılmamıştır. Gordon Allport ve erkek kardeşi Floyd birlikte, "Kişilik Özellikleri: Sınıflandırılması ve Ölçümü" adlı bir çalışma yayımlamıştır. Gordon Allport aynı zamanda 1925'te Amerika Birleşik Devletleri'ndeki bir üniversitede kişilik konusunda bilinen ilk dersini vermiştir (Nicholson, 1997: 733-734).

Allport, Psikanalitik teoriye körü körüne bağlı olduğunu bundan dolayı suçladığı Freud'un aksine özellik teorisinin sınırlarını baştan beri kabul etmiştir. Kişi davranışının bazı çevresel faktörlerden etkilendiğini ve kişi özelliklerinin, bir bireyin ne yapacağını tahmin etmede yeterli olmayacağını ifade etmiştir. Her ne kadar özellik araştırmacılarının büyük çoğunluğu nomotetik yaklaşımı kullansa da Allport çoğu zaman kişilikle ilgili araştırma yapmak için gösterdiği başka bir yol göz ardı edilmiştir. Tüm insanları, idiografik yaklaşımı kullanarak önceden belirlenen sıfatlara zorlamak yerine, tek bir bireyin kişiliğini en iyi açıklayan özelliklerin benzersiz kombinasyonunu belirlemek daha mümkündür. Allport, bir bireyin kişiliğini en iyi şekilde merkezi özellikler olarak tanımlayan 5 ile 10 özellik olduğunu ileri sürmüştür. Allport'un bir kişiyi anlamak için önerdiği şeylerden biri; kişinin temel özelliklerini belirlemek, diğeri ise bu boyutların her birinde nereye ait olduğuna karar vermek olduğunu belirtmiştir (Burger, 2019: 138-139). Allport; başlıca özellikler, merkezi özellikler ve ikincil özellikler olmak üzere farklı üç özellik tipi tanımlamıştır. Başlıca özellikler kişilerin hayatlarını çevrelerinde şekillendirdikleri özelliklerdir. Bunun yerine, merkezi özellikler bir kişinin dürüstlük veya iyimserlik gibi temel özelliklerini temsil eden özelliklerdir. İkincil özellikler, bir bireyin davranışını tahmin etmeye yardımcı olan ancak bir bireyin kişiliğini anlamak için daha az kullanışlı olan belirli kişisel özelliklerdir (Gerrig, 2012: 357). Her ne kadar merkezi özelliklerin sayısı kişiden kişiye değişse de, Allport tek bir özelliğin bazen kişilikte daha baskın olduğunu ifade etmektedir. Bu nadir kişiler ayırıcı bir özellik ile tanımlanabilir. Allport yine bu baskın özelliklerin kişilerin bazen davranışlarıyla özdeşleştiğini belirtmiştir (Burger, 2019: 138-139). Allport kişilik terimlerini 'ratbag kategorileri' ya da topografik olarak birbirine benzemeyen davranışlar için bir etiket olduğu görüşündedir (Joh, vd., 1988: 175).

Allport ve Odbert, İngilizcede kişilikle ilgili tüm terimlerin bir listesini oluşturmak için yaklaşık 550.000 ayrı terim içeren Webster'ın "Yeni Uluslararası Sözlüğünü" (1925) incelemiştir. Bir insanın davranışını diğerinin davranışlarından ayırt etmek için, ayırt edici davranış olmayan terimleri ortadan kaldıran bir etki alanı belirlenmelidir (Joh vd., 176-177).

Allport'un "Özellik Yaklaşımı" özelliklerin, kişiliğin yapı taşları ve bireysellik kaynağı olduğu görüşünü taşımaktadır. Allport'a göre özellikler, bir kişinin tepkilerini çeşitli uyarılara bağlayıp birleştirdikleri için davranışlarda tutarlılık yaratır. Özellikler farklı uyarıcı grupları ve ilk görünüşte birbirleriyle çok alakasız gibi görünen tüm tepkileri bir araya getiren müdahil değişkenler işlevi görmektedir (Gerrig, 2012: 357).

#### 2.1.4.8. Beş Faktör Kişilik Modeli

Kişilik sistemi, kişiliğin beş faktör kişilik teorisi tanımlarına karşılık gelen bileşenlerden ve bu bileşenlerin beş faktör kişilik teorisi temel önerileri ile nasıl ilişkilendirildiğini gösteren dinamik süreçlerden oluşmaktadır (McCrae vd., 2008: 162). Kişilik özellikleri, bir dizi farklı yöntem ve skalaya göre ölçülmektedir. Bunlardan biri; beş faktörlü kişilik modelidir (Gustavsen ve Hegnes, 2019: 2). Her ne kadar kişilik özellikleri, uzun vadeli davranış eğilimleri genel olarak küçümsenmiş ve son yıllarda tamamen indirgenmiş olsa da beş faktör özellik temelli kişilik teorisi için önemli destek bulunmaktadır. Yıllar önce, kişiliği tanımlamak için yaklaşık 18.000 kelime bulunmuştur. Bu kelimeleri benzer anlamlarla birleştirdikten sonra bile yaklaşık 171 kişilik özelliği kalmıştır. Açıkçası bu kadar çok sayıda kişilik özelliğinin kullanımı kolay olmayacaktır. Bu nedenle daha fazla azaltma yapılarak beş temel kişilik özelliği ortaya çıkarılmıştır. Beş faktör kişilik modeli yıllar boyunca kültürler arası birçok analizde yer almaktadır (Luthans, 2010: 132).

Bu model, kişiliğin beş genel faktörle deneyime açıklık, sorumluluk, dışa dönüklük, nevrozizm (duygusal denge) ve uyumluluk ile tanımlanabileceğini varsaymaktadır (Gustavsen ve Hegnes, 2019: 2). Beş faktör kişilik modeli, esas olarak beş boyuta dayanmaktadır. Birçok araştırmacı beş faktörlü kişilik modeli yapısının, dili ve diğer kültürel farklılıkları aşan “biyolojik temelli bir insan evrensel” olduğunu savunmuştur (Gurven vd., 2013: 354). Yaygın olarak beş faktör kişilik teorisine göre kişilik boyutları deneyime-gelişime açıklık, dışa dönüklük, uyumluluk, sorumluluk ve nevrozizm (duygusal denge)’tir. Tablo 4’te beş faktör kişilik özelliklerini göstermektedir (Luthans, 2010: 132).

**Tablo 4.** Büyük Beş Faktör Kişisel Özellikleri

Beş Faktör Kişilik	Özellikleri
Sorumluluk	Güvenilir, çalışkan, organize, disiplinli, kalıcı, sorumlu
Duygusal Denge	Sakin, güvenli, mutlu, endişesiz
Uyumluluk	Yardımsız, ılık, sevecen, iyi huylu, nazik, güvenen, güvenilir
Dışa Dönüklük	Özenli, giden, konuşkan, iddialı
Deneyime-Gelişime Açıklık	Meraklı, entelektüel, yaratıcı, kültürlü, sanatsal, duyarlı, esnek, yaratıcı

Bu beş boyut, fenotipik kişilik özelliklerinin hiyerarşik bir yapısının tepesinde bulunan geniş alanlar olarak görülebilmektedir (Somer ve Goldberg, 1999: 432). Beş faktör kişilik teorisi; kişilik özellikleri ile kişisel ilişkiler benlik ve yaşam yapısı arasındaki ilişkilerin daha resmi bir ifadesidir (Crae ve Costa, J R, 2003: 183).

Araştırma kanıtları, Eysenck'in teorisinin birçok yönünü desteklemektedir. Bununla birlikte, son yıllarda, Eysenck'in üç boyutuyla kusursuz bir şekilde örtüşen ve beş faktör kişilik yapısının en iyi şekilde oluşturulduğu konusunda bir fikir birliği ortaya çıkmıştır. Beş boyut çok geniştir, çünkü her bir boyut benzersiz çağrışımlara sahip, ancak ortak bir temaya sahip birçok özelliği tek bir büyük kategoriye getirir. Bu beş kişilik boyutuna şimdi beş faktörlü model ya da daha gayri resmi olarak "Büyük Beş" in adı verilmektedir (McCrae ve Costa, 2008). Beş faktör modeline doğru yönelim Odbert ve Allport (1936)'un yapmış olduğu sözlük çalışması sonucu oluşturdukları uzun sıfat listesi içerisinde bir çeşit yeni yapı oluşturma isteğinden kaynaklanmaktadır. Beş faktör kişilik özellikleri sorumlu- sorumsuz gibi yüksek bir değere ve düşük kutuplara sahip özellik boyutları oluşturmak için kullanılan yaklaşık 200 eş anlamlı kelime kümesine indirgenmiştir (Gerrig, 2012: 359). Kişilerin kendilerini ve başka kişileri tanımlamak için kullandıkları özelliklerin altında beş temel boyut yatmaktadır (Norman, 1963: 582). Beş faktör kişilik modeli kişilik özellikleri ve psikolojik değişkenler arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak amacıyla araştırmalarda kullanılan, kişilik özelliklerinin değerlendirilmesinde yaygın kullanılan tipolojilerden biridir (Özsoy vd., 2014). Beş faktör kişilik insanlığa özgü olan karakter özelliklerini açıklar. Kişiliği beş ana boyutta açıklama çalışmaları 1960'lı yıllarda başlamış, 1980 ve 1990'larda ise hız kazanmıştır.

Bugün birçok araştırmacı, beş temel kişilik özelliği olduğuna inanmaktadır. Bu teorisinin kanıtı, D. W. Fiske'nin (1949) araştırmasıyla başlamış ve daha sonra Norman (1967) dahil olmak üzere diğer araştırmacılar Smith (1967), Goldberg (1981) ve McCrae ve Paul (1987) tarafından genişletilerek, yıllar içinde büyümüştür (Cherry, 2019: 1). Beş faktör kişilik kuramı, genel bir kişiliğin, bir bireyin genel kişilik tipini tanımlayabilecek beş temel kişilik boyutundan oluşmasını önermektedir (Jaan, 2018: 32).

Beş faktör kişilik teorisine göre kişilik özellikleri, genetik yatkınlıkların belli şekillerde değişik göstermesiyle "temelde çevresel olaylardan bağımsız olarak gelişme yollarını izleyen endojen eğilimler" olarak kabul edilmektedir (McCrae vd., 2000: 173). Karakteristik adaptasyonlar hem özelliklerin hem de kültürün etkisini yansıttığından beş faktör kişilik özellikleri ifadesinin kültürler arasında değişeceğini öngörmektedir. Örneğin, kültürün kişisel özelliklerin farklılık göstermesinde etkili olacağı düşünülmüştür (McCrae, 2004: 6). Bu kişilik gelişimi konusunda çok zarif bir tablo çizmekte ve yaşamın "temel"

özelliklerimiz üzerinde hiçbir etkisinin olmadığını ifade etmektedir (Roberts vd., 2004: 2). Beş faktör kişilik modeli kişilerin tipik olarak kendi veya bir başkasının kişiliğini nasıl tanımladığını açıklamak için evrensel olarak kabul gören bir yaklaşımdır (McCrea ve John, 1993: 175-178; Goldberg, 1993: 28; John vd., 2008).

İnsanlar kendinin veya bir başkasının kişiliğini tanımladığında, tanımlayıcıların çoğu tipik olarak aynıdır. Örneğin genellikle kızgın olan insanlar bunun yanında başka birçok olumsuz duyguyu da yaşamaktadırlar. Benzer şekilde hayalleri olan kişiler, yeni yemekler denemeye ve yeni fikirler ve değerleri eğlendirmeye düzenli olarak daha açıktır ve ulaşmak için motive olanlar da genellikle disiplinlidir (Allport ve Henry S., 1936: 150; Allik, vd., 2018: 2).

#### *2.1.4.8.1. Dışa Dönüklük*

Dışa dönüklük boyutu ilişkilerdeki rahatlık seviyesini kapsamaktadır (Robbins ve Judge, 2017: 179). Dışa dönük kişiler diğer kişilerle tanışmaktan ve yeni kişiler tanımaktan zevk almaktadırlar. Bu tip insanlar uzun ve yavaş süren işlerde sabırsız olabilmektedir (Gustavsen ve Hegnes, 2019: 2). Dışa dönük kişilik özelliğine sahip kişiler iddialı, girişken genelde daha mutlu bir yapıya sahiptir. Dışa dönük tipler içe dönük tiplere göre daha olumlu duygular yaşamakta ve yaşadığı duyguları daha özgür bir şekilde ifade edebilmektedir. Diğer yandan içe dönükler (düşük dışa vurum) daha düşünceli, ayrılmış, çekingen ve sessiz olma eğilimindedirler (Robbins ve Judge, 2017: 179). Dışa dönük insanlar, başkalarıyla konuşarak bir görevi öğrenmeyi tercih eder, yazmak yerine diğer insanlarla yüz yüze ya da telefonla iletişim kurmayı tercih ederler ve genellikle kendi fikirlerinin başkalarıyla iletişim kurarak netleştiğini keşfederler (Francis, 1997: 4-5). Dışa dönüklük, atılganlık, girişkenlik, konuşkanlık ve başkalarının şirketlerinde teşvik arama eğilimi ile ilişkilidir. Dışa dönük olarak algılanan kişiler sıklıkla dikkat çeker ve otoriter / baskın olan kişilerdir (Gustavsen ve Hegnes, 2019: 2). Dışa dönük kişilik özellikleri taşıyanlar, diğerlerine göre farklı kültürlere karşı daha açık, iyimser yaklaşımda oldukları ve kültürel adaptasyonda daha başarılı olduklarını belirtmiştir. Bu kişiler çalışma ortamında pozitif sosyal çevreyi tecrübe ederler. Dışa dönüklük, olumlu duygusallık ya da olumlu etkinin mizacı ile yakından ilgilidir (Clark ve Watson, 2008: 270).

#### 2.1.4.8.2. Nevrotiklik (Duygusal Kararlılık)

Duygusal denge, kişinin sakin ve istikrarlı olup olmadığı ya da stresle karşı karşıya kaldığında gerginlik gösterip göstermediği, psikolojik strese duyarlı olma derecesi ile ilişkilidir (Gustavsen ve Hegnes, 2019: 2). Başka bir deyişle bir kişinin strese dayanma kabiliyeti olarak da açıklanabilmektedir (Robbins ve Judge, 2017: 179).

Duygusal kararlılık boyutu genellikle negatifi olan nevroitiklik kavramı ile adlandırılmaktadır (Robbins ve Judge, 2017: 179). Yani kişiliğin bu boyutunun negatif yönü nevroitizm olarak adlandırılmaktadır (Robbins ve Judge, 2017: 138). Nevroitizm, depresyon, düşmanca, tedbirsiz, öz-bilinçli, endişeli ve savunmasız olma eğilimini yansıtmaktadır (Smidt, 2015: 387). Yüksek nevroitikliğe sahip kişiler hiper-duyarlı ve stresin fiziksel ve psikolojik etkilerine açıktır. Bu kavram bir kişinin gerilime dayanma gücüne karşı sahip olduğu yeteneğe bağlıdır. Nevroitikliği yüksek olanlar, gergin, endişeli, depresif ve güvensiz olma eğilimindedir. Olumlu duygusal kararlılığa sahip kişiler güvenli, sakin, kendinden emin ve bir kişilik sergileme eğilimindedir. Bunun tam tersi olumsuz duygusal kararlılık sahibi olan kişiler sınırlı endişeli, güvensiz (Robbins ve Judge, 2017: 138), karamsar, kendisiyle uğraşan, sınırlı ve kaygılı gibi özellikler hissetmeye eğilimlidir. Daha dışa dönük ve daha nevroitik olan kişiler temkinli, huzursuz, saldırgan ve heyecanlı olma ihtimaline yüksek iken, daha içe dönük nevroitik olan kişiler ise endişeli, karamsar ve sert olma eğilimindedir (Ewen, 2014: 280).

#### 2.1.4.8.3. Deneyime - Gelişime Açıklık

Tecrübeye açıklık merak, yaratıcılık ve çeşitlilik ve yenilik tercihleriyle ilişkilidir (Gustavsen ve Hegnes, 2019 2). Deneyime açıklık yaşla eğrisel bir ilişki göstermekte ve yaş ile bağlantı içerisindedir. (Roberts vd., 2004: 2). Deneyime açık insanlar yaratıcı, meraklı ve sanatsal açıdan hassastır. Bu kişilerin aksine diğer uçta yer alan kişiler gelenekselcidirler ve kendilerini aşına olunandan rahat hissederler (Robbins ve Judge, 2017: 138). Açıklık; eylemler, estetik, duygular, fikirler ve değerler için bir ilişki gösterme eğilimini ifade etmektedir (John vd., 2008: 117).

Costa ve McCrae, deneyime açıklık özelliğini; bilgiyi tespit etmek ve araştırmak için tezahür ettiğini, sorumluluğu; uzun vadeli hedefin kişiliğine yönelik ve onu takip eden davranış düzenleme yeteneği olduğunu, uyumluluğu; fedakarlık yapmak yerine diğerlerini keşfetmek anlamına geldiğini ve nevroitikliği ise olumsuz etki ve cezaya karşı çok hassas olmak anlamına geldiğini belirtmektedir (DeYoung ve Gray, 2009: 17).

#### 2.1.4.8.4. Uyumluluk

Bu boyut kişilerin diğer kişilere karşı uyum gösterme eğilimini ifade etmektedir. Bu tip insanlar anlaşılabilir, işbirlikçi, sıcak ve güven vericidir. İnsanların organizasyon ekiplerine üye seçerken, kabul edilebilir yani uyumlu kişiler genellikle ilk tercihleri olur. Buna karşılık, uyumluluk derecesi düşük olan insanlar soğuktur ve uyumsuzdur. (Robbins, 2017: 179).

#### 2.1.4.8.5. Sorumluluk

Sorumluluk boyutu görev bilinciyle hareket etme ve başarıyı hedefleme eğilimini sergilemektedir (Patrick, 2010: 242). Bazı yazarlar bu boyutun güvenilirliği yansıttığını dikkatli, eksiksiz, sorumlu, organize ve planlı olma gibi özellikleri kapsadığını ve toplumda akıllıca ve zekice olarak değerlendirilen davranışlarla ilişkili olduğunu ifade etmektedir (Barrick ve Mount, 1991: 4). Ayrıca sorumluluk başarıya ihtiyaç duyma, güvenilir, kontrollü, zeki, ciddi olarak ta ifade edilmektedir (Goldberg, 1990: 1219). Sorumluluk boyutundaki kişiler başarmak için mücadele eden, kabiliyetli, öz disiplinli, görev bilincine sahip, ihtiyatlı, düzenli özellikler taşırlar. Bu sıfatlar beş faktör kişilik teorisinin sorumluluk boyutunu açıklamaktadır (Çetin ve Şahin, 2018: 442). Bu kişilik özelliğine sahip olan bireyler, diğer bireylere göre daha sorumlu, dürüst, güvenilir ve ısrarcıdır. Bu boyutun tam aksi özelliklerine sahip bireyler ise vurdumduymaz, sorumsuz, unutkan, güvenilmez ve dikkatsizdir.

Sorumluluk özelliğine sahip kişiler plan yapar, onlara sadık kalır ve öz disiplinli ve genellikle başarı odaklılardır. Bu nedenle çoğunlukla da başarılı olurlar (Ewen, 2014: 281).

## 2.2. Girişimcilik

### 2.2.1. Girişimcilik-Girişimci Kavramları

Sanayi toplumundan bilgi toplumuna geçiş (Tekin, 2019: 13) ve günümüz bilgi ve teknoloji çağı ile birlikte girişimcilik çalışmaları daha fazla önem kazanmıştır.

Günümüzde kurumların hayatlarını devam ettirebilmesi ve rekabet üstünlüğü sağlayabilmeleri için girişimcilik faaliyetlerini ön planda tutmaları gerekmektedir. Girişimcilik, bir organizasyon içinde veya dışında yenilik yaratma, yenileme yani yenilik eylemlerini kapsamaktadır. Başka bir deyişle girişimciliğin temelinde yaratıcılık ve yenilik yatmaktadır. Yaratıcılık girişimci için önemlidir ve bunu bir örgüt kültürü haline getirmek gerekir.

Literatür incelendiğinde birçok araştırmacı, girişimci ve girişimcilik kavramlarına ait birçok araştırma yapmış ve girişimciliği farklı tanımlamalarla açıklamaya çalışmışlardır. Yapılan tanımlamalardan oluşan bu farklılığın temel nedeni ise her iki kavramın da geniş bir alana sahip olması ve çok boyutlu olmasıdır.

Girişimcilik ortaya çıkan fırsatları yakalamak amacıyla yeni işletme kurma süreci olarak da tanımlanmaktadır. Viking Range Corporations'ın kurucusu Fred Carl, ev ve ticari tipi ocakların en iyi taraflarını bir araya getiren bir cihaz ortaya koyma konusundaki fırsatı görmüş biri olarak girişimcilik kavramına örnek gösterilmektedir. Birçok kişi girişimci kurumlarla küçük işletmelerin aynı olduğunu düşünmekte fakat bu iki kavram birbirinden farklı ifade edilmektedir. Girişimci kurumlar, fırsatları ve yenilikleri takip ederek, ana amaçları karlılık ve büyüme olan yeni kurumlar girişimciler yaratır. (Robbins vd., 2016: 391).

Ulusal rekabet avantajının belirleyicisi olan girişimcilik, rakiplerine karşı ekonomik gelişme yaratarak gittikçe küreselleşen dünyada büyümeyi sağlamaktadır (Aceituno vd., 2018: 2). Dünya çapındaki politikacıların, ekonomistlerin ve bilginlerin dikkatini çeken girişimcilik kavramı, kişilerin serbest meslek sahibi olmalarını sağlayan bir iş fırsatı olarak da tanımlanmaktadır (Dong, 2019: 1).

Durak (2011: 195), bir toplumun girişimcilik faaliyetlerinin anlaşılabilmesi için o topluma ait kültürel faktörlerinin de yakinen bilinmesi ve öğrenilmesi gerektiğine vurgu yapmaktadır. Bu dinamizmde yetişen kişilerin ve bir birey olarak girişimcilerin kişilikleri kültürün etkisi altında oluşmaktadır. Bu noktada girişimcilerin kültürlerindeki farklılıkların ve özelliklerinin neler olduğunu tespit etmeleri önemlidir. Kültürlerdeki duygusal etkiler ve gelenekler kişilerin karar verme süreçlerinde ve davranışlarında kritik öneme sahiptir (Samli, 2009: 47; Yiğit ve Gök, 2019: 74).

Girişim kavramı, farklı iki yaklaşım ile açıklanmaya çalışılmıştır İlk olarak somut çerçevede mal veya hizmet üretmek ve pazarlamak amacı ile üretim faktörlerinin bir araya getirildiği, üretim sonunda mal veya hizmetlerin ortaya konduğu, hukuki teknik ve hukuki birimler olarak tanımlanmaktadır. İkinci bir yaklaşım; girişimi soyut çerçeve içinde ele almıştır. İkinci yaklaşıma göre girişim, bir işletme kurmak amacı ile kişilerin çabalarını ve katlandıkları zorlukları ifade etmektedir (Küçük, 2017: 33). Girişimcilerin meydana getirdiği yenilikleri ekonomiye kazandırma çabaları ve istihdamın artırılmasına yönelik arayışları, girişimci ve girişimcilik kavramları üzerinde odaklanılmasına dikkat çekmiştir. Girişimci ve girişimcilik kavramının pek çok yazar tarafından farklı şekillerde tanımlanması, bu kavramların tek bir cümle ile tanımlanmasının kolay olmadığını ortaya koymaktadır (Serinkan ve Arat, 2013: 47). Girişim kavramı teşebbüs kavramıyla beraber işletme anlamına

gelmekte olup (Küçük, 2017: 28-29), girişimci/müteşebbis, teşebbüs kelimesinden gelmektedir. Teşebbüs Arapçada yapışkan anlamı taşıyan “şebbs” kelimesinden türemiştir. Teşebbüs tutunmak, yapışmak, tuttuğunu bırakmamak anlamları taşımaktadır (Durak, 2011: 95). Girişim burada biraz da soyut anlam yüklü olanı, küçük birimleri ifade etmekte ama teşebbüs; mali, hukuki ve iktisadi bir birimi ifade etmekte ve birden fazla işletmeyi çatısı altına almaktadır. Aslında bu iki kavram arasında herhangi bir ayırım yapmaya ihtiyaç yoktur. Gerek teşebbüs olsun gerekse işletme olsun her ikisinin de amacı bir mal veya hizmet üretimi için üretim unsurlarını bir araya getirmektedir. Her iki kavramda da kâr sağlamak amacı vardır. Girişimci mal veya hizmet üretmek ve pazarlamak amacı ile kar ve zarar risklerini göze alan, mevcut sermayesini yatırıma dönüştürebilen kişidir (Küçük, 2017: 28-29). Girişim, teşebbüsten daha genel bir kavramdır ve hem cesur bir sonuç hem de devam eden bir organizasyon veya ekip oluşturma duygusunu yakalar (Pinchot ve Pellman, 1999: 3). Girişimci inisiyatif kullanarak cesaretli bir şekilde işe başlayan, problem çözme konusunda atılımda bulunan ve giriş yapan kişidir (Durak, 2011: 95).

Genel olarak girişimciler yeni ve farklı bir şey yaratan (Robbins vd., 2016: 393), beceri ve yeteneklerini değer yaratmak için kullanabilecekleri fırsatları fark eden ve değerlendiren kişiler olarak tanımlanmaktadır (Jones, 2017: 396-397). Bu kişiler; değişim arar, değişime yanıt verir ve onu kullanırlar. Girişimci kişiler girişimciliği araştırırken bilgi toplar, fırsatları tanımlar ve rekabet üstünlüğünü kesin bir şekilde belirler. Bilgiyle donanmış girişimci, iş fikirlerini meydana çıkarır, rakiplerine bakar ve fon sağlayacak seçenekleri ve girişimin yapılabilirliğini araştırır (Robbins vd., 2016: 393). Bağımsız olarak hareket eder ve inovasyon başlatan kişiler ya da kişi grupları olarak adlandırılırlar (Sharma ve Chrisman, 1999: 17). Girişimcilerin meydana getirdiği yenilikleri ekonomiye kazandırma çabaları ve istihdamın artırılmasına yönelik arayışları da girişimci ve girişimcilik kavramları üzerinde odaklanılmasının diğer sebeplerini oluşturmaktadır (Serinkan ve Arat, 2013: 47). Şimşek (2000:27), girişimciliği iş adamı, becerikli, iş bilen, atılgan olarak tanımlanan, belli bir mal ve hizmeti üretmek, ürettiği mal ve hizmeti pazarlamak amacıyla kendisine ait veya başkalarından elde ettiği sermayeyi üretim faktörlerine yatıran, kar ve zarar etme riskini göze alan özel veya tüzel bir kişi olarak tanımlamaktadır. Toplum içinde girişimci kavramına yüklenen anlamlar net ve belirgin değildir. Bazılarına göre ekmeğini taştan çıkarma becerisine sahip bir kişi, bazılarına göre hiçbir şey yapmadan kolay para kazanma yolu bulmuş bir iş bitirici, bazılarına göre ise daha farklı niteliklere sahip kişiler olarak ifade edilir (Titiz, 1994: 5).

Sonuç olarak yapılan araştırma ve tanımlamalara göre girişimcilik kavramı bir süreci ifade etmektedir ve altı aşamadan oluşmaktadır. Bunlar (Durak, 2011: 196-197);

**1. Fırsatı görmek ve tanımlamak:** Girişimci kişinin, girişimcilik ile ilgili bir faaliyete başlayabilmesi için öncelikle fırsatları görebilmesi, daha sonra tanımlayabilmesi ve değerlendirebilmesi gerekmektedir.

**2. Fikir geliştirmek:** Girişimci kişinin gördüğü fırsatları tanımlayıp yeni bir fikir haline getirebilmelidir.

Girişimci kişiler başkalarının baktığı ama göremediği fırsatları görüp, bunları birer iş fikri haline dönüştürmesi ve risk alma yatkınlığının olması gerekmektedir. Bu iki özellik dünya girişimcilerinin değişmeyen özellikleri arasındadır (Titiz, 1994: 3).

**3. Gerekli kaynakları tespit etmek:** Bir girişimci; faaliyete başlamadan önce pazar araştırması yapmalı, hedef kitlesini belirlemeli, pazardaki rakiplerini gözlemlemelidir (Müftüoğlu ve Durukan, 2004: 23-24). Bir fikrin, düşüncenin uygulamaya geçirilebilmesi için gerekli kaynakların neler olduğu, nasıl ve nereden temin edileceğini belirlemek önemlidir (Durak, 2011: 197).

**4. Gerekli kaynakları temin etmek:** Yurt içinde ve yurt dışında yeni pazarlar bulmak ve bu yolla mal ve hizmet satışlarını arttırmak girişimcilerin fonksiyonları arasındadır (Şimşek, 2000: 28). Girişimciler başarılı olabilmek ve başarısını devam ettirebilmek için kaynaklarını optimum şekilde kullanmak ve pazarda iyi bir yer kazanmak zorundadırlar (Aracıoğlu vd., 2016: 11). Girişimci, bu aşamada tespit ettiği kaynaklarını temin etmelidir.

**5. Fikri uygulamaya sokmak ve yönetmek:** Bu aşamada girişimci, sahip olduğu fikri uygulamaya başlamakta, süreci ve kazandığı başarıyı izlemekte ve tedarikçilerine geri ödeme yapmaktadır.

**6. Risk almak:** Risk faktörü girişimciliğin olmazsa olmazlarından biridir. Öncelikle girişimci riski göze alabilen kişidir. Fırsatın hayata geçirilmesinden itibaren girişimci artık risk almaktadır. Risk, sadece faaliyet başladığında değil, faaliyetin her aşamasında bulunmaktadır (Durak, 2011: 196). Çünkü her türlü girişim faaliyeti risk demektir ve bu riskten kaçınmak da girişimci için mümkün değildir (Müftüoğlu ve Durukan, 2004).

## 2.2.2. Girişimciliğin Tarihsel Gelişimi

Girişimcilik kavramı ilkel toplumlardan günümüze kadar gelmiştir. Girişimci kelimesi, Latince yüzmek, kavramak, anlamlarına gelen “entre” sözcüğünden türetilmiş (Çelik, 2018: 11) ve yüklenmek, taahhüt etmek, teşebbüs etmek ve üzerine almak anlamlarına gelmektedir (Tekin, 2019: 15). Girişimcilik 1700’lü yılların Fransa’sında iş ve işyeri ile birlikte anılmaya başlanmıştır. Başlangıçta tiyatrolardaki destekleyicileri tarif için kullanılmıştır. Sonralarda ise “entreprende” ile başlamak, girişmek, el atmak; “entrepreneur” ile de girişimci, üstlenici gibi ifadeler kullanılmaya başlanmıştır (Çelik, 2018: 11). Tarihsel olarak bakıldığında girişimci kavramının kökeni Fransızca olan “entreprendre” kelimesinden gelmektedir (Tekin, 2019: 15). İlk başlarda girişimcilik, kişilerin sahip oldukları sermayeleri ile bir iş kurması olarak algılanmıştır. Adam Smith ve erken dönemin klasik İngiliz iktisatçıları, girişimcilere ekonomik faaliyetlerde çok önemsiz roller vermişler, girişimciyi sadece sermaye sağlayan bir kişi olarak gören klasik iktisatçılar girişimciyi bir lider ya da bir yönetici olarak kabul görmemişlerdir. (Küçük, 2017: 36). İrlandalı Richard Cantillon 1775’te “Ticaretin Doğası Üzerine” yazdığı denemelerde girişimciyi günümüze yakın kelimeler ile tanımlamıştır. Fransız Jean- Baptiste Say, 1800’lerdeki “Politik Ekonomi” çalışmalarında girişimci kelimesi ile “maceraperest” kavramını özdeşleştirmiş, girişimciyi risk peşinde koşup işini kuran birisi olarak görmüştür. 20. yüzyılda Avusturya kökenli ABD’li iktisatçı Joseph Alois Schumpeter girişimciliğin iktisadi modellerinin temelini atmıştır (Tekin, 2019: 23). Schumeter 1934’te kaleme aldığı “İktisadi Kalkınma Teorisi” çalışmasında üretim, üretim faktörleri, kredi, faiz, iş ve işletme döngüsü arasında girişimci kavramına özel bir önem vermiştir. Yazara göre, girişimci “yeni ürün ve hizmetler sunarak, yeni organizasyonlar kurarak ya da yeni hammaddeleri kullanarak mevcut ekonomik düzenini değiştiren kişi” olmaktadır (Çelik, 2018: 11). Sanayileşme ile beraber girişimci kişilik tipi farklı nitelik kazanmaya başlanmıştır. Girişimciliğin niteliğindeki bu değişim ise aynı zamanda girişimcilerin ekonomik değerini arttırmış ve toplumdaki yerini önemli hale getirmiştir. Bunun sonucunda ekonomide de girişimcilik üretim unsuru olarak yerini almaya başlanmıştır (Müftüoğlu, 2010: 72-75). 19. yüzyılda şirket sahipliği ile yönetim birbirinden ayrılmaya başlanmıştır. Bu durum, girişimcinin ve girişimciliğin tekrar gündeme gelmesine neden olmuş, profesyonel yöneticiler burada ayrışmaya başlanmıştır (Küçük, 2017: 38).

Girişimcilik kavramının tanımını ilk kez 1755’te Fransa’da yaşayan İrlandalı ekonomist Richard Cantillon yapmıştır (Tekin 2019: 16). Girişimcilik günümüzde kullandığımız anlamına 1980’lerden sonra ulaşmış ve son yıllarda önemi daha da artmıştır.

Girişimcilikle ilgili bugüne kadar ortaya atılmış birçok düşünce ve birçok çalışma bulunmaktadır. Daha önce verilmiş olan tanımlara ek olarak literatürde en çok üzerinde durulan diğer bilim adamlarının yaptığı tanımlar Tablo 5'te yer almaktadır:

**Tablo 5.** Girişimcilik Kavramının Tarihsel Gelişimi

Yıl	Yazar	Girişimcilik Kavramı
1725	Richard Cantillon	Girişimcilik, riskleri üstlenerek sermaye birikimi sağlama sürecidir.
1797	Beaudeau	Girişimcilik, riskleri üstlenme, planlama, yönetme ve organize etme sürecidir.
1803	Jean Baptiste Say	Girişimcilik, kazançlarının sermaye kazançlarından ayrılmasıdır.
1876	Francis Walker	Sermaye sağlayan ve faiz alan kişiyle, yönetsel yeteneklerini kullanarak kar sağlayan kişi arasında ayırım yapılmasıdır.
1934/1950	Joseph Schumpeter	Girişimcilik, yenilikçiliktir. Girişimcilik, endüstriyi tekrar organize ederek, yeni ürünlerden ve yeni enerji kaynaklarından yararlanarak, bir icadı kullanarak ya da daha genel olarak yeni ve hiç denenmemiş teknolojik olasılıkları kullanarak ve eskiyi yeni bir şekilde kullanarak ürün modelinde bir devrim yapmaktır.
1961	David McClelland	Girişimcilik, enerjik ve risk dolu ortam içerisinde hareket etme sürecidir.
1964	Peter Drucker	Girişimcilik, fırsatların maksimize edilmesidir.
1975	Albert Shapero	Girişimcilik, inisiyatif alınarak, bazı sosyo ekonomik mekanizmaların organize edilerek başarısızlık riskinin kabullenilmesidir.
1980	Karl Vesper	Girişimcilik; ekonomistleri, psikologları, işadamlarını ve politikacıları içeren bir olgudur.
1983	Gifford Pinchot	Girişimcilik, yeni bir organizasyon kurmadır.

**Kaynak:** Korkmaz, 2012: 210.

### 2.2.3. Girişimcinin Özellikleri

Açıkçası girişimcilerin özelliklerini tanımlamak çok zordur. Bununla ilgili çok sayıda çalışma ve gözlem bu özellikleri tanımlamaya çalışmıştır. Şu ana kadar girişimcilikle ilgili

yapılan tanımlarda çoğunlukla inisiyatif, risk, bağımsızlık ve yenilik gibi kavramların daha çoğunlukta kullanıldığı görülmektedir. Çünkü girişimci kişiler hep bu özellikleriyle tanınmışlardır. Vesper (1980), bu özellikleri kendi başına çalışan kişi, tahmin edici, bağımsız, yenilikçi, takım oluşturucu ve elde edici şeklinde sıralamaktadır.

Gerçek girişimciler, girişimciliği kısa bir yol olarak görmezler. Girişimciler bu yolda kararlarını sonuna değin uygulayan ve tutku sahibi olan azim ve heyecanla yollarına devam eden kişilerdir. Bu kişilerden beklenenler başarısızlıkla etkin mücadele etmeleri, zamanı yönetmeleri ve karşılaşılabilecekleri hayal kırıklıklarını sorunsuz aşabilmeleridir. Bir girişimcide olması beklenen “işine aşık olmak cesaret, yeniliklere açıklık, özgüven duymak, başkalarına güven aşılama, toplumu gözetmek, planlı olmak, fırsatları sezme, gelişmeleri yararlı hale getirmek, motivasyon aşılama, sonuçları hızlı ve kararlı değerlendirmek şeklinde sıralanabilir (Çelik, 2018: 28).

Girişimciler yeni bir girişime gözlemlene ve tüm girişimi başarmak için hangi ayrıntılı etkinliği gerçekleştireceğini görebilme yeteneğine sahiptir. Önerilen herhangi bir taahhütte bulunmak için algı ve anlayış duygusu, girişimciler için gerekli unsurlardır. Girişimcilerin algısal sistemi, orijinal planların işe yaramadığı durumlarda alternatif eylemler hakkında düşünmelerini sağlamaktadır. Bu nedenle, mevcut projeyle birlikte acil durum planlarına da odaklanırlar. Girişimciler başlattıkları projeyi, işleri, faaliyetlerin başında kalma ve projeyi ve ilerlemesini dikkatlice takip ederler. Girişimciler, gerçekleştirilecek gerçekçi görevler kümesi için bir proje veya girişim gören pragmatistler olup hayalperestlerden daha çok yapıcı özelliktedirler (Samli, 2009: 30).

Genel olarak güçlü bir kişilikteki girişimcilerin sahip oldukları daha birçok özellik bulunmaktadır. Örneğin, bir girişimcinin, rekabette değişiklik, yeni bir rekabetçi yenilik, beklenmeyen ekonomik koşullar ve benzeri gibi bazı dış olayları bağlamak ve olayı projeye bağlamak gibi konularda yeterince uyanık olması önemlidir. Benzer şekilde, girişimcilerin projenin geliştirilmesi ve başarılı bir şekilde tamamlanması için birçok insanla çalıştığı için liderlik konusunda da tecrübe sahibi olmaları gerekmektedir (Samli, 2009: 30).

Girişimciliğin çeşitli tanımları girişimciliğe ait iki temel unsuru tanımlar. Bunlar; yenilik ve risktir. Girişimciler sürekli olarak müşterilerin değişen gereksinimlerini karşılamak için farklı ve benzersiz bir şeyler yapmayı düşünmektedirler. Girişimcilerin yeni ürünler, yeni üretim ya da hizmet yöntemlerinin mucitleri olması beklenemez ancak işletmeleri için icatlardan yararlanma yetenekleri olabilmelidir (Havinal, 2009: 106).

Görüldüğü gibi, girişimcilerin bazı kritik kişisel özelliklere sahip olmaları gerekir. Belki de bu noktada en önemli soru, gerekli tüm kişisel özelliklere bakıldığında, gelişmekte

olan bir toplum girişimcilerden ne bekler? Gelişmekte olan bir ekonominin kendi işlerini yürütürken girişimcilerin tatmin edici bir şekilde başarabilecekleri konusunda daha acil ihtiyaçlar vardır. Gelişmekte olan bir ülkenin ekonomik ihtiyaçlarını karşılamak için girişimci, kişilik özelliklerinin üstünde ve ötesinde daha belirgin genel özelliklere de sahip olması gerekmektedir.

#### **2.2.4. Girişimciliği Etkileyen Faktörler**

Girişimcilik potansiyeli girişimcinin başarılı olabilme olasılığını gösterir. Yani bu, girişimci bir kişinin bilgi birikimi, azmi, mali gücü, tecrübesi, enerjisi, çabası gibi özellikleriyle ilişkilidir.

Birçok araştırmacı girişimciliğin kalıtsal bir özellik olarak nesilden nesile aktarıldığı görüşünde olsa da son yıllarda yapılan çalışmalar girişimciliğin sonradan öğrenilebilir ve dış çevreden de etkilenebilir bir faktör olduğunu göstermektedir (Aracıoğlu vd., 2016: 12). Birçok faktör girişimcilerin yeni bir istihdam, yeni bir işi kabul etmek yerine yeni bir iş yapma kararını etkilemektedir (Castaño vd., 2015: 1).

##### **2.2.4.1. Genetik Faktörler**

Bu faktörler doğuştan gelen ve girişimci kişinin özelliklerini belirleyen faktörlerdir. Kişinin ailesinde iletişim becerileri, mücadeleci, azim ve risk alma gibi özellikleri yüksekse bunlar olumlu olarak kişiye yansır (Küçük, 2017: 72).

##### **2.2.4.2. Sosyal Faktörler**

Bir ülkenin yapısı ve sosyal gelişimi, sosyal olarak bir kültür kadar önemli bir faktördür. Kesin olarak sosyal konulara odaklanan literatür, genellikle Schumpeter'in (1934) sosyal iklimini ifade etmektedir. Bu kavram, girişimcilerin faaliyetlerini gerçekleştirdikleri toplumun sosyolojik, ekonomik ve kurumsal iklimini içermektedir. Bu faktörler sosyal değerleri, eğitimi, ekonomik özgürlük derecesini ve kurumsal kaliteyi içermektedir. Bu nedenle uygun bir sosyal iklim, girişimcilik faaliyetlerini teşvik etmekte, ekonomik büyümeyi ve iş yaratıcılığını arttırmaktadır (Castaño, 2015: 1).

##### **2.2.4.3. Bireysel Faktörler**

Bireysel faktörler, bir kişinin sahip olduğu bilgi, tecrübe ve yeteneklerini içermektedir. Tecrübe ve bilgi birikimi girişimcilik özelliklerini güçlendirirken, gerekli bilgiden yoksun

olmak ve bazı olumsuz tecrübelerin edinilmesi de girişimcilik düşüncelerine ket vurmaktadır (Küçük, 2017: 72).

#### **2.2.4.4. Çevresel Faktörler**

Çevre konusu günümüzde gittikçe daha da önemli bir hal almaktadır. Çevre denilince akla duyu organları ile algılanan ve gözlemlenen dış ortamlar gelmektedir. Çevresel faktörler; özellikle aile ve yakın çevrelerin özelliklerinin girişimcilikte belirleyici oluşunu ifade etmektedir. Kişilerin eğer çevrelerindeki kişilerin çoğunluğu eğitilmiş, kamuda çalışan kişiler ise girişimcilik eğilimleri düşük, fakat çevrelerinde ticaret ile uğraşan ve özellikle de başarılı olmuş kişiler varsa girişimcilik eğilimi daha da yüksek olacaktır (Küçük, 2017: 73).

Çevresel faktörlere; risk sermayesinin sağlanabilirliği, insan gücü ve hizmet desteğinin sağlanması, girişimcilik örnekleri, ekonomik koşullar, danışmanlık hizmetlerinden yararlanabilme, tüketicilerin kazana bilirliliği örnek gösterilebilir (Özdemir ve Mazgal, 2012: 6).

#### **2.2.4.5. Dışsal Faktörler**

Dışsal faktörler incelendiğinde birçok ülkedeki gibi bizim ülkemizde de girişimciliğin teşvik edilmesi hususunda önemli politikalar geliştirilmiş ve geliştirilmeye de devam edilmektedir. Örneğin finansal unsurlar açısından 2014-2018 yılları arasında 10. Kalkınma Planında da girişimciliğin önemine vurgu yapılmış ve KOBİ'lerin rekabet etme gücünün artırılarak ekonomik finansal büyümeye katkısının artması temel amaçlardan biri olmuştur. Özdemir ve Mazgal (2012), yaptıkları çalışmada kariyer tercihi olarak girişimciliğin oluşturulmasında dışsal faktörlerin etkisini araştırmışlar ve çalışmada elde ettikleri sonuca göre kişileri girişimciliğe iten dışsal faktörlerin başında öncelikle aile ve aile bireylerinin girişimcilik tecrübeleri gibi çevresel boyutları ve grup dinamiklerinin geldiğini tespit etmişlerdir (Özdemir ve Mazgal, 2012: 4-6; Aracıoğlu vd., 2016: 13).

#### **2.2.4.6. Psikolojik Faktörler**

Girişimciliği etkileyen faktörler arasında psikolojik faktörlerin yeri ayrıdır. Girişim kavramından söze edebilmek için öncelikle kişinin psikolojisinin düzgün olması, kendini yetiştirmesi, eğitilmiş olması ve kendini eğitmesi gerekmektedir.

Başarma ihtiyacı, girişimcilik potansiyeli, risk alma eğilimi, bağımsızlık arzusu, içsel kontrol gibi psikolojik faktörler; girişimciliğin temel belirleyicisi olarak ön plana çıkmaktadır. (Duran vd., 2013: 35)

Çok sayıda değişken, çalışanların girişimcilik davranışını ne ölçüde öğrenebileceğini etkileyebilir. Daha önce yapılan araştırmalar psikolojik faktörleri kapsayıcı olarak almaktadır (McClelland, 1961: 234). Psikolojik değişkenler zaman içinde nispeten karardır ve etkilenmesi zordur. Eğer çalışanların girişimci davranış bilgileri geliştirmek isteniyorsa, psikolojik özelliklerin bilgisi ancak insanları işe alırken veya terfi ettiren dikkate alınabilir. Ancak psikolojik faktörler yöneticilerin mevcut çalışanlarıyla başa çıkmalarında veya daha girişimci olmalarına yardım etmelerinde etkili olmayacaktır (Chen ve Greene, 1998: 297-298).

#### **2.2.4.7. Kültürel Faktörler**

Girişimcinin sahip olduğu toplumun değerleri; kişinin girişimciliğe bakışını, risk almasını, tasarruf ve yatırım gibi konulara bakışını ifade etmektedir. Bazı toplumlar daha içe kapalı, daha cesaretsiz ve tasarruf yanlısı bir tutum sergilerlerken, bazı toplumlar ise cesareti ön plana çıkaran, iş birliğinin ve girişimin önünü açan bir anlayışa sahip olabilmektedir. Dolayısıyla kişinin sahip olduğu yaşadığı toplum, girişimciliğin alt yapısı bakımından sağlam veri sağlamaktadır (Küçük, 2017: 73).

#### **2.2.5. Girişimcilik Türleri**

Girişimcilik türleri; kurumsal girişimcilik, fırsat girişimciliği, kamu girişimciliği, takipçi girişimcilik, yenilikçi girişimcilik, yaratıcı girişimcilik ve iç girişimcilik olarak sıralanabilir.

Girişimci türlerini belirlemek ve sınıflandırma yapmak, girişimciliğin anlaşılmasını kolaylaştırmakta ve onların niteliksel farklılık ve benzerliklerini ortaya koymaktadır. Girişimciler niteliksel olarak birbirlerinden farklı kombinasyonlardan meydana gelmekte ve bu farklılıklar onların geçmişleri ve yetenekleri ile ilgili olmakla beraber, onların motivasyon seviyelerini ve beklentilerini de kapsamaktadır. Bu bağlamda girişimcilerin hangi yönlerinin desteklenmesi gerektiği ve hangi yönlerden stratejik üstünlüklerinin bulunduğunu anlamak açısından bu türlerin araştırılması önemlidir (Ozkul ve Dulupçu, 2007: 76).

### **2.2.5.1. Fırsat Girişimciliği**

Bu girişimcilik türü gelecekle ilgili öngörülebilir alanların keşfedilmesini gerektirir. Girişimcinin gözlem yapar, fırsatları keşfeder, fırsatları değerlendirir ve aynı zamanda bu fırsatları avantaja çevirmek için risk alır, fikirlerin yatırıma dönüştürülmesi ve sonunda katma değer üretmesi girişimciyi toplumdaki bireylerden ayıran en önemli özelliklerdendir (Tekin, 2019: 69). Başka bir ifadeyle bu girişimci, geleceğe dair tahminlerde bulunarak, karlı sağlayacağını düşündüğü alanlara yatırımını yapan kişidir (Küçük, 2017: 53). Burada fırsat girişimciliği eldeki kıt kaynaklarla fırsatların keşfedilip, mevcut pazara veya hedeflenen pazara mal satmak için yapılan girişimciliktir. Bunun için pazardaki fırsatların sürekli takip edilmesi gerekmektedir. (Tekin, 2004: 12; Tekin, 2019: 69). Bu fırsatlar ise mevcutta var olan mal ve hizmetin pazarda yeteri kadar sunulmaması ya da pazarda hiç olmaması ve işletmelerin hizmeti istenen kalitede pazara sunamamasından kaynaklanmaktadır (Küçük, 2017: 53). Bu girişimcilik türünden istenilen düzeyde yarar sağlanması için girişimcinin bu fırsatları ortaya çıkarabilecek, analiz edebilecek ve bunu kazanca çevirebilecek gerekli bilgi, birikim ve tecrübeye sahip olması gerekir (Tekin, 2004: 12; Tekin, 2019: 69). kişilerin sezgisel hareketleriyle oluşan fırsat fikri de girişimciliğe uygun görünmektedir (Berglund, 2007: 243-244).

Fırsatçı girişimci fırsatların iyi değerlendirerek ve vakit kaybetmeden hayata geçirilmesini sağlar.

### **2.2.5.2. Takipçi Girişimcilik**

Takipçi girişimcilik piyasadaki gelişmeleri takip eden ve bunun yanı sıra, takip etmekle yetinmeyen, gelişmelere göre tavır belirleyen, yenilik yapan ve girişimcileri izleyen girişimcilik türüdür (Tekin, 2019: 70). Bu girişimcilik türünde, girişimcilerin yenilikçi girişimcileri izledikleri görülmektedir (Küçük, 2017: 55). Fakat bu girişimciliğin dinamik yapısından dolayı rolleri her an değişebilmektedir. İlk başlarda dinamik bir yapıya sahip olan yenilikçi girişimci zaman geçtikçe takipçi girişimci durumuna gelebileceği gibi, yine zamanla takipçi bir girişimcinin de yenilikçi bir girişimci haline gelmesi de mümkün olmaktadır (Tekin, 2019: 70; Küçük, 2017: 55). Takipçi girişimciliğe göre, girişimciler yenilik yapar, yaratıcı olan girişimcileri izler ve onların yolundan gitmeyi tercih ederler (Tekin, 2019: 70).

### **2.2.5.3. Yenilikçi Girişimcilik**

Yeni bir fikri, buluşu ya da mevcuttaki bir mal ve hizmetin fiyat, kalite ve dizayn gibi yönlerinin iyileştirilerek pazara sunulması yenilikçi bir girişimciliği ifade etmektedir (Küçük, 2017: 55). Bazı araştırmacılar yenilikçi girişimin asıl girişimcilik olduğunu savunmaktadır. Fakat girişimciliğin her türüsü toplumun ihtiyacı olan mal ve hizmetleri karşılamayı amaçlamakta ve girişimcinin cesaretini, risk üstlenmesini ve irade gücünü gerektirmektedir. Bu sebeple girişimciliğin her türü içinde aralarında çok bir fark olduğu söylenemez (Küçük, 2017: 55).

Tanımlardan anlaşıldığı gibi, girişimciliğin yenilikçi ve takipçi türü de risk üstlenmek ve toplumun gerek duyduğu/duyacağı mal ve hizmeti piyasaya sürmek amacı ile üretime konu olan tüm faktörlerinin bir araya getirilmesi esasına dayanır. Girişimciliğin özünü bu önemli benzerlik oluşturur (Küçük, 2017: 55).

### **2.2.5.4. Sosyal Girişimcilik**

Kâr odaklı girişimcilerin olduğu gibi, sosyal girişimciler de vardır. Yeni bakış açısı, yenilikler ve hangi tür hizmetlerin veya hizmetlerin üretildiğini, bunların nasıl üretildiği kuruluşlarının faaliyetlerini önemli ölçüde değiştirmektedir (Glancey ve McQuaid, 2000: 150). Sosyal girişimci bireyler, toplumsal problemlere çözümler arayan, amaçları sadece kâr elde etmek olmayan, toplumda gizli görünmeyen potansiyelleri ortaya çıkararak işsizliğin azalmasına, kişisel gelir düzeyinin artmasına, yoksulluğun gerilemesine ve sosyal dengenin olumlu yönde ilerlemesine olumlu katkılar sağlayan kişilerdir (Demirel, 2015: 115).

Leadbetter (1997), sosyal girişimcilerin sosyal medyadaki önemini belirtmektedir. Bu girişimciliğin faaliyet gösterdikleri kuruluşlar kar amacı gütmeyenler ve asıl amaçları kar sağlamak değildir. Genellikle karlarını sahiplerine dağıtmazlar, çeşitli motivasyonları vardır ve çoğu zaman sosyal girişimciler belirli toplulukları yeniden oluşturmaya çalışırlar. Dolayısıyla, kâr odaklı girişimcilerden temel farkları, motivasyonları ve amaçlarıdır. Amaçlarına ulaşmak için ise nasıl yürüdüklerinin altında yatan güçlü bir ahlaki bütünlüğe sahip olmaları vardır. Sosyal girişimciler amaçlarına, sosyal sorunlara ve belirlenmiş topluluk veya müşteri ihtiyaçlarını karşılamak için yenilikçi çözümler üreterek ve kıt kaynakları kullanarak başarmaktadır. Elbette yenilikçi çözümler sadece kendi iyilikleri için yenilikçi olmamalı, aynı zamanda etkili ve verimli olmalıdır aksi takdirde israf edip başka yerde daha iyi tahsis edilecek kaynakları kullanabilirler. Peter Drucker'in (1992) iddia ettiği gibi, etkili

kar amacı gütmeyen kuruluşlar veya sosyal girişimciler, iyi niyetleriyle değil, hedeflerine ulaşmada iyi performansları ile yönetilmelidir (Glancey ve McQuaid, 2000: 160).

### **2.2.5.5. İç Girişimcilik**

#### **2.2.5.5.1. İç Girişimcilik Tanımı ve Kapsamı**

İç girişimcilik konusunda literatür incelendiğinde birçok araştırmacı tarafından birçok farklı tanımlamaların ve modellerin ortaya konulduğu görülmektedir. Kavramsal olarak iç girişimciliği 1976'da ilk kez tanımlayan ve kullanan kişi Gifford Pinchot'tur. İç girişimcilik kavramı son yıllarda gündemde olan bir girişimcilik türüdür.

İç girişimcilik konusunda çalışma yapan araştırmacılar, ilk modellerinde iç girişimcilerin yapmak istediği çalışmalarda risk üstlenebileceğini belirtmiş ve çalışma sonucunda sağlayacağı getirinin bir bölümünü ödül olarak alabileceğini, bir bölümünü ise gelecekteki iç girişimcilik faaliyetlerinin desteklenmesi için kullanabileceğini ortaya çıkarmışlardır (Başar vd., 2013: 21). İç girişimcilik literatüründe hangi kişilerin iç girişimci sayılacağı konusunda genellikle Pinchot'un yapmış olduğu tanım benimsenmiştir. Pinchot, iç girişimciliği, hayalperest kişilerin yaptığı bir iş olarak tanımlamaktadır. İç girişimci kişiler yenilik yaratmak için risk ve sorumluluk üstlenirler. İç girişimci kişiler yaratıcı olabilir fakat sürekli bir fikri veya düşünceyi kârlı bir gerçeğe dönüştüren bir hayalin içinde olmalıdırlar. Sharma ve Chrisman (1999) ise iç girişimciliği Pinchot'un yaptığı tanıma benzer bir şekilde var olan bir organizasyonda yenilik yaratan kişiler olarak tanımlamaktadır (Başar vd., 2013: 22).

Girişimcilik kavramını anlayabilmek için öncelikle girişimci kavramını anlamak gerekmektedir. Aynı şekilde kurum girişimciliğini anlayabilmek için de iç girişimcileri anlamak gerekmektedir (Sharma ve Chrisman, 1999: 18). Mevcut bir işletme içinde girişim ve yenilik etkinliklerinin yönünü ortaya çıkaran iç girişimciliğin temelinde, girişimcilik düşüncesinin işletmenin içine doğru yönelmesi yatmaktadır (Başar vd., 2013: 21; Naktiyok ve Kök, 2006: 78).

Tekin (2019), iç girişimciliği bir organizasyonun oluşturulması veya organizasyon için yeniliğe ve değişime destek verilmesi şeklinde tanımlamaktadır.

İç girişimcilikle ilgili yapılan daha önceki araştırmalarda, bir örgüt içerisinde çalışan kişilerin mevcut kontrol ettikleri kaynaklardan farklı olarak organizasyon içerisinde fırsatları takip ettikleri bir süreç olduğu sonucuna varılmıştır. Mevcut bir organizasyondaki girişimcilik ruhu fırsatların peşinden koşmak yerine yeni şeyler yapmak, alışkanlıklardan ayrılmaktır. İç

girişimcilik mevcut bir işletmenin büyüklüğü ne olursa olsun içinde devam eden bir süreci ifade eder ve sadece yeni iş girişimlerine değil yeni ürünlerin, hizmetlerin, teknolojilerin, idari tekniklerin ve stratejilerin geliştirilmesi gibi diğer yenilikçi faaliyetlere ve yönelimlere de yol açmaktadır (Antoncic ve Hisrich, 2001: 497-498).

Kurumdaki çalışanlar her zaman girişimci davranışlarından ziyade verimlilik ve etkinlikten sorumlu oldukları takdirde kurum içinde girişimci davranışlarını geliştirmeleri kolay olmamaktadır. Bu tür çalışanlar için aniden dinamik, karmaşık, belirsiz bir ortama maruz kalmaları ve çoklu rekabet halindeki eylemler arasında hızlıca seçim yapma gereksinimi duymaları halinde ve özellikle de rasyonel gerekçelerle karar vermek için yeterli bilgi olmadığında zor olabilir (Busenitz ve Barney, 1997: 25-26).

Kurum girişimciliği bireylerden oluşan grubun kurumlarına bağlı olarak yeni bir örgüt yaratması veya kurumun içerisinde yenilik yapmasıdır (Sharma ve Chrisman, 1999: 18). Bu anlayışa göre yeni teşebbüslerin geliştirilmesi aşamasında alt düzey yöneticilerden üst düzey yöneticilere kadar tüm çalışanların farklılık gösteren faaliyetleri ile başarılı yeni bir teşebbüs gerçekleştirilmektedir (Sezgin, 2017: 7). İç girişimciliğe işletmeler açısından bakıldığında; çalışanın işletmeyi daha ileriye taşıyabilmesi için fikir, düşünce ve önerilerinin varlığını rekabet avantajı sağlayabilmek adına hayata geçirilmesi için kurumun bunu desteklemesi gerekmektedir. Diğer yandan böyle bir girişime izin ve böyle bir faaliyete değer verilmesi, çalışan kişinin kendi işini kurmasını bizzat girişimci olmasını ve kuruma rakip olmasını da engellemektedir (Aracıoğlu vd., 2016: 55). Büyük örgütlerin karşılaşılabileceği durgunluk ve yenilik eksikliğini gidermek için iç girişimcilik faaliyeti bir çare olarak görülmektedir. Örgütlerin büyüklüğü hiyerarşiyi, karmaşık süreçleri ve bürokrasiyi de beraberinde getirmektedir. Örgütlerin büyüklüğünün yarattığı politikalar ve prosedürler altında yönetimler daha az riskle, belli kurallar ışığında sadece kendi fonksiyonel rollerini yerine getirmek durumunda kalabilmektedirler (Naktiyok ve Kök, 2006: 80).

İç girişimcilik kavramı, teori ile pratik arasında olan eksikliği kapatmaktadır. Kurumların mevcut iş yapıları genelde finansman, üretim ve pazarlama açısından başarıyı elde edebilecek bir seviyededir. Fakat bürokratik yapılar, kurumların kısa dönemli karlarına verdikleri önem ve çok katılmış organizasyon yapıları, yaratıcılıklarını engellemekte olup yeni ürün oluşturulmasını ve işlerin gelişmesini de engellemektedir. Bu engelleyici unsurları göz önünde bulunduran işletmeler, iç girişimcilik birimleri kurarak bu gibi önemli sorunları ortadan kaldırmayı hedeflemektedir (Başar vd., 2013: 21). Bu gibi girişimcilik faaliyetleri teşvik edildiği ve desteklendiği zaman çalışan kişinin öneri ve fikirleri ile rakip bir işletmeye geçme riski de azaltılmış ve engellenmiş olur. Böylece rakip işletmelere avantaj sağlanmamış

olup potansiyeli yüksek çalışanlar kurumda tutulmuş olur. Eğer kurum içi girişimcilik desteklenirse aynı zamanda işletmede de durağan bir iklimin olması engellenir. Bu da çalışan kişilerin motivasyon ve bağlılıklarının artmasına katkı sağlayabilir (Aracıoğlu vd., 2016: 55).

Literatürde iç girişimciliğin, örgütlere yeniden canlılık ve esneklik kazandırabileceği düşünceleri mevcuttur. Böylece birçok örgüt iç girişimcilik ile birlikte rekabette başarıyı yakalayabilmektedir (Naktiyok ve Kök, 2006: 80). Çalışanlar açısından değerlendirildiğinde ise çalışan kişilere özgür ve yeteneklerini göstermesini sağlayacağı bir ortam sunulması, çalışanların da yönetici gibi değerli bir hale gelmesinin sağlanması ve kurum içi girişimciliğe destek sağlanması örgüt için avantaj yaratacaktır (Onay, 2015: 90).

İç girişimcilik, yeni pazar fırsatları araştıran, ekonomik ve finansman açısından bir değer yaratan, cazip fırsatları yakalamak amacı ile kaynak sağlayan üretme ve satış başlatma süreci olarak ifade edilirken, mevcutta faaliyet gösteren bir işletme içindeki risk ve girişim olarak da tanımlanmaktadır (Çetin, 2011: 71; Kanbur ve Özyer, 2016: 266).

Kısaca belirtmek gerekirse faaliyetine devam eden mevcut işletmelerdeki girişimcilik olarak ifade edilen iç girişimcilik, genel ekonomik gelişmelerde çok önemli bir faktör olarak değerlendirilmektedir. Gerek uygulayıcılar gerek akademisyenler gerekse araştırmacılar bu iç girişimcilik kavramına 1980'li yıllardan bu zamana ilgi göstermektedirler. Bu ilginin temelinde ise iç girişimciliğin, işletmeleri gerek ekonomik olarak büyüme ve gerekse kârlılık bakımından yeniden hayata geçirmesi ve performanslarını iyileştirmesi yatmaktadır. Aynı zamanda iç girişimcilik sadece belli sektörlerde faaliyet gösteren kurumlara yönelik olmayıp bir bütün olarak ekonomiyi ele almakta ve her türlü işletmeye yönelik olmaktadır. Çünkü iç girişimcilik; işletmelerin verimlilik artışlarını, en iyi işletme uygulamalarının ortaya çıkarılmasını, yeni endüstrilerin yaratılmasını ve uluslararası rekabet düzeylerini yükseltmesini sağlamaktadır (Ağca ve Kurt, 2007: 86).

Genel olarak bakıldığında yukarıda açıklanmaya çalışılan kavramların çoğu, mevcut ve faaliyetlerini sürdüren organizasyonların iç girişimcilik kavramını veya girişimcilik niyetini açıklamaktadır. Bu kavram için yapılan tanımların çoğu, Tablo 6'te kaynaklarıyla birlikte verilmiştir.

**Tablo 6. İç Girişimcilik: Kavramlar ve Tanımlar**

<b>Kaynak</b>	<b>Tanım</b>
<b>İç Girişimcilik (Intrapreneurship)</b>	
Pinchot(1985)	Büyük kurumlar içerisindeki girişimciliktir.
Luchsinger Ve Bagby (1987)	Faaliyet halindeki bir organizasyon içerisinde yaratılan teşebbüslerle ilişkili girişimciliktir.
Kuratko vd.(1990)	Şirket içerisindeki girişimciliktir.
Hostager vd. (1998)	Yeni ürünler veya hizmetlere yönelik fikirlerin ortaya çıkarılması ve bu fikirlerin kazançlı ürün ve hizmetlere dönüştürülmesi için bir organizasyon içerisinde kişilerin ve ekiplerin çalışmasıdır.
Carrier (1996)	Mevcut bir kurum içerisinde bir veya daha fazla çalışan tarafından işletme için önemli bir yeniliğin ortaya çıkarılması ve uygulanmasıdır.
Antoncic ve Hisrich (2001)	Büyüklüğü ne kadar olursa olsun mevcut bir işletme içinde devam eden bir süreç olarak yeni hizmetler, teknolojiler, yönetim teknikleri, stratejiler ve rekabet pozisyonu geliştirme gibi diğer yenilik faaliyetleri ve yönelimlerinin sürdürülmesidir.
<b>Kurum Girişimciliği (Corporate Entrepreneurship)</b>	
Carrier (1996)	Kurumsal karlılığı iyileştirmek ve şirketin rekabet pozisyonunu yükseltmek için mevcut işletmeler içerisinde yeni işler yaratma sürecidir.
Covin ve Miles (1999)	Yenilik yapmanın yanında rekabet üstünlüğü yaratmak veya sürdürmek için organizasyonların, pazarların ve sektörlerin amaçlarını yeniden belirlemesidir.
Covin ve Slevin (1991)	Şirket içerisinde oluşturulan yeni kaynak kombinasyonları yoluyla yetenek ve uygun fırsat alanlarının genişletilmesidir.
Dess vd., (1999)	Şirket girişimciliği iki tip fenomen ve süreçten ibaret olarak değerlendirilebilir. Bunlar; (1) mevcut organizasyonlar içerisinde yeni işlerin doğusu (içsel yenilik ve dışsal işbirlikleri yoluyla) ve (2)Stratejik yenilenme yoluyla organizasyonların dönüşümü (kaynakların yeni kombinasyonları yoluyla yeni değer yaratmadır.

<b>Kurum Girişimciliği (Corporate Entrepreneurship)</b>	
Hornsby vd., (2002)	Şirket girişimciliği, yenilik getirici beceri ve yetenekler elde etmek için bir işletmenin niteliklerini yeniden güçlendirme ve yükseltmeye yoğunlaştırmasıdır.
Jenningsve Lumpkin (1989)	Yeni ürünler ve/veya pazarların geliştirildiği alan veya ortamdır.
Zahra (1991)	Kurumsal karlılığı iyileştirmek ve şirketin rekabet pozisyonunu artırmak için mevcut işletmeler içerisinde yeni işler yaratma sürecidir.
Zahra (1993a)	( 1 )Yenilik ve girişimcilik ve (2) stratejik yenilenme olmak üzere birbirinden farklı fakat birbiri ile ilişkili iki boyutu olan bir organizasyonel yenilenme sürecidir.
Zahra vd., (2000)	Bir şirkette deki girişimcilik, yenilikçilik ve yenileme çabalarının tamamıdır.
<b>Şirket Girişimciliği (Corporate Venturing)</b>	
MacMillan ve George (1985)	Uzun dönemli büyümeyi gerçekleştirmek için kurum içinde yeni işlerin yaratılmasıdır.
Stopford ve Baden Fuller (1994)	Mevcut bir organizasyon içinde yeni işlerin yaratılmasıdır.
<b>Şirket İçi Girişimcilik (Internal Corporate Entrepreneurship)</b>	
Jones ve Butler (1992)	Şirket içi girişimcilik bir işletmenin içindeki girişimsel davranışlar veya girişimsel davranışların seviyesini ifade etmektedir.
<b>Girişimcilik Eğilimi ( Entrepreneurial Orientation)</b>	
Lumpkin ve Dess (1996)	Yeni girişlere (giriş kapılarına) yol açacak süreçler uygulamalar ve karar alma faaliyetleridir.
Knight(1997)	İşletmenin karşılaştığı tehditleri bertaraf etmeye yönelik ürün ve hizmetlerin olduğu kadar yeni yönetim teknikleri ve teknolojilerin geliştirilmesi veya iyileştirilmesini kapsayan yaratıcı çözüm önerileri olarak ele alınmaktadır.
Wiklund ve Shepherd (2005)	Bir işletmenin karar alma stillerinin, metotlarının ve uygulamalarının belirgin girişimsel yönlerini kapsayan stratejik eğilimini ifade etmektedir.

**Kaynak:** Ağca ve Kurt, 2007.

Tablo 5'te görüldüğü gibi bazı araştırmacılar aynı kavramı farklı şekillerde tanımlamaktadır. Bazı araştırmacıların yapmış olduğu tanımlarda dar kapsamlı olarak yalnızca geniş organizasyonlara yönelmişlerdir. Bazı araştırmacılar ise kavramları yalnızca yeni bir girişim oluşturmak olarak algılamışlardır. Bütün bunlar ise dinamik bir olguya sahip iç girişimciliğin, farklı araştırmacıların yapmış olduğu araştırmalarla yapısal olarak ta hala gelişmekte olduğunu göstermektedir (Ağca ve Kurt, 2007: 88-89).

#### 2.2.5.5.2. İç Girişimci ve Girişimci Arasındaki Farklar

Schumpeter (1883-1950), girişimci kavramını bağımlı ve bağımsız girişimci olmak üzere iki şekilde açıklamaktadır. Schumpeter bağımlı girişimciyi mevcut bir işletmeyle ilişkisi olan, bağımsız girişimciyi ise yeni bir işletme kuran bir kişi olarak tanımlamaktadır. Burada bağımlı girişimci kavramı “iç girişimci”yi bağımsız girişimci kavramı ise geleneksel anlamdaki “girişimci”yi ifade etmektedir (Öktem vd., 2003: 171-174). Yapılan farklı tanımlara rağmen araştırmacıların çoğunun hemfikir olduğu nokta, girişimcinin, genelde bir işletmeyi ilk kuran kişi olarak bilinmesi ve girişimci fırsatları en iyi bir şekilde tanımlayan, geliştiren ve değerlendiren kişi olarak tanımlanmasıdır (Thornberry, 2001: 526-527; Akdoğan ve Cingöz , 2006: 51).

Girişimciliğin başlangıç noktası yeni bir fikir sahibi olmaktır ve sonrasında bu fikrin fırsat olup olmadığına bakılmasıdır. Eğer yeni bu fikir fırsat olarak görülürse, bu fırsatların başarılı ve faydalı iş girişimlerine dönüşmesi için alt yapı hazırlanır. Eğer bu yeni fikir ticari bir değer taşıyorsa girişimci tatmin olmaktadır. Girişimciler büyük kazançlar elde etmek isterler bu yüzden riski dikkatli bir şekilde hesaplarlar (Thornberry, 2001: 527). İç girişimci ise, mevcutta var olan kaynakları farklı biçimlerde değerlendirerek, yeni fırsat araştırmasına giderek işletmeyi değiştirmeye, geliştirmeye çalışan kişidir ve bu kişi işletme kaynaklarının yasal sahibi olarak da görülmektedir (Christensen, 2004: 305; Akdoğan ve Cingöz , 2006: 51).

Özetle risk karşısında gösterilen eylem ve tutum, kullanılan sermaye kaynağı ve motivasyon unsurları gibi temel konularda girişimci ve iç girişimci arasında önemli farklılıklar bulunmaktadır. Özellikle kişinin içinde bulunduğu ortam ve izlediği süreçler bakımından, iç girişimcilerin işinin, girişimcilerden daha zor olduğu söylenebilmektedir.

Girişimcilik ve iç girişimciliğin farkları şu şekilde de ifade edilmektedir (Yazgan vd., 2016: 58):

- Girişimci istediği gibi hareket etme özgürlüğüne sahiptir, iç girişimcinin davranışlarını sergileyebilmesi için katı, şüpheli, engel çıkarıcı zorunlu süreçleri takip etmesi ve üst yönetimi ikna etmesi gerekir.
- Girişimci ortamını kendi yaratır, iç girişimci ise kendinden önce mevcut kurulmuş yapısal ve süreçsel olarak engellere sahip mevcut bir örgütte faaliyette bulunur.
- Girişimcinin başarısızlığının sonu iflas ile sonuçlanabilirken, iç girişimcinin başarısızlığı işletme için para ve zaman kaybı olur. Elbette başarısızlığının etkisine ve büyüklüğüne göre işine devam edebilir ya da işini kaybedebilir. Şu halde bağımsız girişimcinin aldığı risk çoğunlukla finansal iken, iç girişimci için bu risk kişisel anlamda kariyer kaybıdır (Şeşen, 2010: 42-43).

#### 2.2.5.5.3. İç Girişimciliğin Önemi

Günümüz rekabet koşullarında yaratma, çalışma, başarıma duygularıyla hareket eden girişimci kişilerin tek başlarına harekete geçmeleri yeterli olmamaktadır. Başarı sağlayabilmek için örgütün hareketliliğinin sürekliliğinin sağlanması gerekmektedir. Günümüzde kurum içi girişimcilik veya iç girişimcilik olarak tanımlanan kavram ve düzenlemelere yer verilmektedir. Küreselleşme beraberinde rekabeti de getirmektedir. Hızla çoğalan rekabet ortamında girişimcilik ve girişim faaliyetleri önemli bir yere sahiptir (Serinkan ve Arat, 2013: 63).

Günümüzde çevresel koşullar hızla değişim halindedir. Rekabet, dinamizm, değişim, hız, risk ve belirsizlik gibi olguların çalışma hayatına ve bireysel hayat içerisine de hızla girdiği görülmektedir. Dolayısıyla günümüzde işletmelerin varlıklarını sürdürebilmek amacıyla girişimsel bir düşünce yapısına sahip olmaları ve bunu da hayatlarına taşımaları başka bir deyişle devam ettirilebilir bir girişimsel düşünce taşımaları gerekmektedir. Çünkü dışsal oluşumlar birçok örgüt için içsel belirsizliğe sebep olabilmektedir. Bu nedenle de örgütler bu oluşumlara cevap verebilmek ve hayatta kalabilmek amacıyla yapı, süreç, sistem ve stratejilerini devamlı olarak yenilemek ve değiştirmek durumunda kalmaktadırlar. Çünkü değişimlere cevap verebilen ve ayak uydurabilen örgütler başarıyı yakalayabilmekte ve hayatta kalmayı başarabilmektedirler. Rekabet üstünlüğü sağlamada en önemli faktör yenilik olarak sayılabilmektedir. Belirsizlik ve karışıklık içindeki bir ortamda rekabet sağlayabilmek (Onay, 2015: 89-90) ve müşterilerin devamlı değişen ihtiyaç ve isteklerine cevap verebilmek için yenilikçi olmak ve yenilikleri hızlı bir şekilde hayata geçirmek gerekmektedir (Gürel,

2012: 64). Yenilik yapan örgütler, pazarlardaki değişimlere hızlı bir şekilde ayak uydurabilmekte ve müşteri bağlılığı yaratabilmektedir (Onay, 2015: 89-90).

Değişim, yenilik ve girişimcilik, işletmelerin ayakta kalabilmek ve hayatlarını devam ettirebilmeleri için yapması gerekenleri açıklayan bir kavram haline gelmiştir. Günümüzde, bahsedilen bu koşullar işletme içerisinde yenilikleri teşvik eden bir güç olarak algılanan iç girişimcilik kavramının önemini daha da artırmaktadır (Gürel, 2012: 64). Örgüt açısından bakıldığında iç girişimcilik örgütlerin yenilikçi girişimlerine destek olmaktadır (Onay, 2015: 89-90). İç girişimcilik verimliliği arttırmakta ve en iyi işletme uygulamalarının ortaya çıkmasını sağlamaktadır. Yeni endüstriler yaratan iç girişimcilik, işletmelerin uluslararası rekabet seviyelerini yükseltmekte, girişimsel faaliyetlerini ve ekonomiyi önemli ölçüde etkilemektedir.

İç girişimcilik kavramını önemli hale getiren bir diğer unsur ise, işletmelerde çalışan devir hızının düşük, verimliliğin ve iş tatmininin yüksek düzeyde olmasıdır. Bu şekilde yüksek performansın sağlanması için işletmelerin iç ve dış çevreleri ile uyum sağlamaları gerekmektedir. Çalışan kişiler işletmelerin iç çevrelerini oluşturmaktadır fakat çalışanların yenilik fırsatlarını değerlendirebilecekleri yer ise işletmelerin dış çevreleridir. İşletmeler dış çevrelerindeki fırsatlar ile birlikte yüksek düzeydeki belirsizlik ve karmaşıklıkla baş edebilmek ve daha fazla risk almak için yum kabiliyetinin daha fazla olması gerekmektedir (Yarbağ, 2019: 3).

Gerçek şu ki iç girişimciler en baştan aktif desteğe ihtiyaç duymaktadır. Kaynakları ve şirketteki insanları yeni yönere doğru hareket ettirmek, kararlılık zekâ ve otorite gerektirir. Şirket yeni iş yaratma konusunda ciddiye, şirket içi girişimciler en baştan iyi bir şekilde temsil edilmeli ve desteklenmelidir (Wolcott ve Lippitz, 2009: 212). Bu bağlamda işletmeler çalışanlarının bilgilerini, tecrübelerini ve yeteneklerini işletmenin sürdürülebilir gelişimi ve başarısı için taklit edilmesi zor bir temel rekabet unsuru olarak ele alan iç girişimcilik konusuna önem vermelidirler (Kara ve Tekin, 2019).

#### *2.2.5.5.4. İç Girişimcide Bulunması Gereken Özellikler*

İç girişimci kişiler, işletmenin izin verdiği ölçüde işletmenin yönetim finansman, pazarlama, halkla ilişkiler gibi tüm departmanlarında görev alabilmektedirler. Bunları yaparken de işletmenin mevcut kontrol sistemi, kuralları, bütçesi, alışılmış ve kalıplaşmış örf ve adetleriyle karşı karşıya kalabilmektedir. Pinchot, iç girişimcinin genel özelliklerini aşağıdaki şekilde açıklamaktadır (Onay, 2015: 89):

- ✓ İç girişimci işletmenin kaynaklarını kullanırken özgür olmak ister, hedefe yönelik kendini motive eder ve yaptıkları ve başardıkları işlere karşı takdir edilmek ister.
- ✓ Kendine göre bir zaman dilimi belirler ve işleri buna göre planlayıp yapar.
- ✓ Çalışan kişi girişimcilik özelliğini sergileyebilmek için, kurumundan madden ve manen destek bekler.
- ✓ Kişi kendine güvenir ve sistemle başa çıkma konusunda güvenleri sonsuzdur, genelde sistem hakkında tereddütleri vardır,
- ✓ Çalışma alanlarının temel dayanağı, hem işletme içindekiler hem de dış müşterilerdir.
- ✓ Çok yüksek derece risk almazlar, işten atılmaktan korkmazlar ve bunu küçük bir risk olarak görürler.
- ✓ Kendi pazar araştırması ve değerlendirmesini yaparlar.
- ✓ Statü sembollerini sevmezler ve serbestlik onlar için en önemli bir güçtür.
- ✓ Örgütteki düzen ve dizayn konusunda çok duyarlıdırlar.
- ✓ Çevresindekilerini yaptıkları işlerin ve verdiği kararların doğruluğuna inandırmaya çalışırlar ve ikna edicidirler.
- ✓ Kontrol yetenekleri yüksektir.
- ✓ Problem çözebilme yeteneğine sahiptirler.
- ✓ Araştırmacı ve sorgulayıcı bir yapıya sahiptirler.
- ✓ Yeniliklere açıktırlar.

#### 2.2.5.5.5. İç Girişimciliğin Önündeki Engeller

Easley ve Longenecker iç girişimciliğin önündeki engelleri şöyle açıklamaktadırlar (Bektemür, 2018: 162):

- İşletme çalışanları yeni fikirlerin cezalandırıldığını algıladıkları zaman, risk almaktan ve yeni fikirler ortaya koymaktan vazgeçebilirler.
- Örgüt, çalışanların gelişmeye yönelik faaliyetlerini ve risk alma çabalarını desteklemedikleri takdirde, performanslarının daha yüksek olma ihtimalinin büyük ölçüde az olması beklenir.
- Örgütlerin zayıf bir iletişiminin, faydalı bilgi akışını büyük oranda engeller.
- Örgüt yöneticileri, çalışanlarının bir şeyleri daha iyi nasıl yapacakları hakkındaki fikir ve görüşlerini dinlemedikleri zaman ve iyileştirme düşünceleri üzerinde

araştırma yapmadıkları zaman, örgütün gelişimi için büyümeye yönelik gerekli olan birçok onu da hayal kırıklığı yaşamalarına neden olur.

Bir şirkette iç girişimcilik faaliyetlerini sağlayan kolaylaştırıcı bazı önemli unsurlar vardır. Bunlar; çalışanlara üst yönetimin desteği, hatayı kabul etme ve onlar için bir öğrenme ortamı yaratmaktır. Bunlar sağlanmadığı zaman iç girişimcilikten söz etmek mümkün değildir (Seshadri ve Tripath, 2006: 25). Seshadri ve Tripathy ise iç girişimciliğin önündeki engelleri şu şekilde tanımlamaktadır (Seshadri ve Tripath, 2006: 24-27):

- Performansının kanıtlanmış bir çalışana rahatça çalışmasına izin verilmemesi,
- Çalışanı teşvik etmeme veya tedarikçileri seçme özgürlüğü vermeme,
- Üst yönetimin tutarsızlığı,
- İnsan kaynakları politikalarının kötü olması,
- İşletmelerin hatayı kabul etme atmosferinin olmaması ve hataları cezalandırması,
- İşletmelerin riskten kaçınmaları ve kalıplaşmış davranış ve faaliyetlerinden vazgeçmemeleridir.

Serinkan ve Arat (2013), çalışmalarında iç girişimciliğin önündeki engelleri, yetersiz planlama, işlemsel zorluklar, işletmenin gerçek dışı beklentileri, pazara doğrudan hakim olamamak, yetersiz destek, ödüllerin yetersizliği, hataların cezalandırılması, değişime karşı direnç, eski düşünce tarzları, girişimsel yeteneğin eksikliği ve girişimcilik hakkında bilgi yetersizliği olarak açıklamaktadır (Serinkan ve Arat, 2013: 74).

İç girişimciliğin önündeki engeller genellikle verimsiz yönetim şekilleri sonucunda meydana gelmektedir. Geleneksel ve kalıplaşmış yönetim şekilleri, çalışan kişilerin iç girişimcilik çabalarını engelleyebilmektedir. Tablo 7'de geleneksel yönetim teknikleri ve olumsuz etkileriyle bunları ortadan kaldıracak çözüm stratejilerine yer verilmiştir.

**Tablo 7.** İç Girişimcilik Geleneksel Yönetim Teknikleri, Olumsuz Etkileri ve Çözüm Stratejileri

<b>Geleneksel Yönetim Teknikleri</b>	<b>Olumsuz Etkiler</b>	<b>Çözüm Stratejileri</b>
Hatalardan korunmak için standart süreçleri uygulamak	Yaratıcı çözümleri engellenmesi, kaynakların boşa harcanması	Her duruma özgü kurallar oluşturmak
Kaynakları sadece etkinlik sağlamak için kullanmak	Rekabet gücünün piyasa payının azalması	Faaliyetleri piyasa payı gibi daha önemli noktalarda yoğunlaştırmak
Kontrol etmeye çalışmak yerine planlamak	Varsayımları değiştirebilecek koşulların ihmal edilmesi	Öğrenme sürecini yansıtacak şekilde planları değiştirmek
Risk üstlenmemek	Fırsatların kaçırılması	Küçük adımlarla ilerleme
Uzun dönemli planlar yapmak	Ulaşılamaz hedeflerin belirlenmesi sonucu kaynak kaybı oluşması	Ana hedefin ardından ara hedeflerin belirlenerek her birinin yeniden değerlendirilmesi
Fonksiyonel yönetim	İşletme ya da girişimci başarısızlığı	Girişimcileri hem yönetsel hem de disiplinler arası olacak şekilde desteklemek
İşletmeyi olası tüm maliyetlere rağmen korumaya çalışmak	İşletme tehlikeli duruma geldiğinde yeni girişimlerin boşa gitmesi	Yenilikleri yaratabilecek döngünün sağlanması ve makul risklerin üstlenilmesi
Yeni adımlarda önceki deneyimleri değerlendirmek	Piyasa ve rekabetle ilgili yanlış kararların alınması	Kendi kendine öğrenen stratejilerin kullanılması ve varsayımların test edilmesi
Rekabetçi çalışanların özendirilmesi	Yenilikçilerin kaybedilmesi	Geleneksel çalışanlar ile yenilikçilerin ayrılması

**Kaynak:** Kuratko ve Hodgetts, 1998: 56-58.

İç girişimciliği gelişmesini engelleyen bu faktörleri anlamak, iç girişimciliğin gelişmesi için önemlidir. Çünkü bu engellerin farkında olmamak, işletme içindeki işletmenin

diğer teşvik ve motive edici faaliyetlerini de olumsuz etkilemektedir. Eğer iç girişimcilik olgusundan başarı elde etmek ve gelişmesini sağlamak için bu engellerin farkına varılması ve ortadan kaldırılması için yöntem geliştirilmeli ve çalışmalar yapılmalıdır.

#### 2.2.5.5.6. İç Girişimcilik Modelleri-Kuramları

Davranışsal açıdan kişilik kuramlarıyla ilgilenen kuramcılar, kişiliğin oluşması ve gelişmesi ile ilgili olarak birçok kişilik kuramı geliştirmişlerdir. Bu kuramların bazıları kişilik oluşumunu, bazıları ise kişilik görünümünü esas almaktadır. Burada Jeffrey G. Covin ve Denniz P. Slevin'in, William D. Guth ve Ari Ginsberg'in, G.Thomeas Lumpkin ve Gregory G. Dess'in, Shaker A. Zahra'nın kişilik kuramları ele alınmıştır.

##### 2.2.5.5.6.1. Jeffrey G. Covin ve Denniz P. Slevin'in İç Girişim Modeli

Covin ve Slevin (1991), işletmenin girişimsel görünümü ile işletmenin dış çevresi, stratejisi, iç faktörleri ve performansı arasındaki ilişkileri gösteren bir model geliştirmişlerdir. Covin ve Slevin'in iç girişimcilik modeli, girişimsel odaklı yönelime ve işletmeler düzeyindeki girişimciliğe odaklanmıştır.

Covin ve Slevin'in ortaya koyduğu bu modelde, daha büyük ve yerleşik işletmeler arasında girişimci davranışla ilgili olan örgütsel sistem unsularının tanımlanması amaçlanmaktadır; ancak aynı zamanda birçok küçük işletmeler için de değişen derecelerde uygulanabilir. İşletme davranışı olarak anlamlı bir girişimcilik modelinin birçok temel özelliği bulunmaktadır. Bunlar (Covin ve Slevin, 1991: 9);

- Nihai bağımlı değişken işletme performansıdır. Girişimcilik çeşitli sebeplerden dolayı ele alınmaktadır fakat konuya olan ilginin asıl nedeni, girişimcilik faaliyetlerinin, bireysel ekonomik faaliyetlerin yanı sıra genel ekonomik gelişmeyi teşvik ettiği konusundaki yaygın inancıdır. Başka bir deyişle girişimcilik rekabet avantajı elde etmenin ve sonuçta daha büyük finansal kazançlar için anahtar unsurdur.

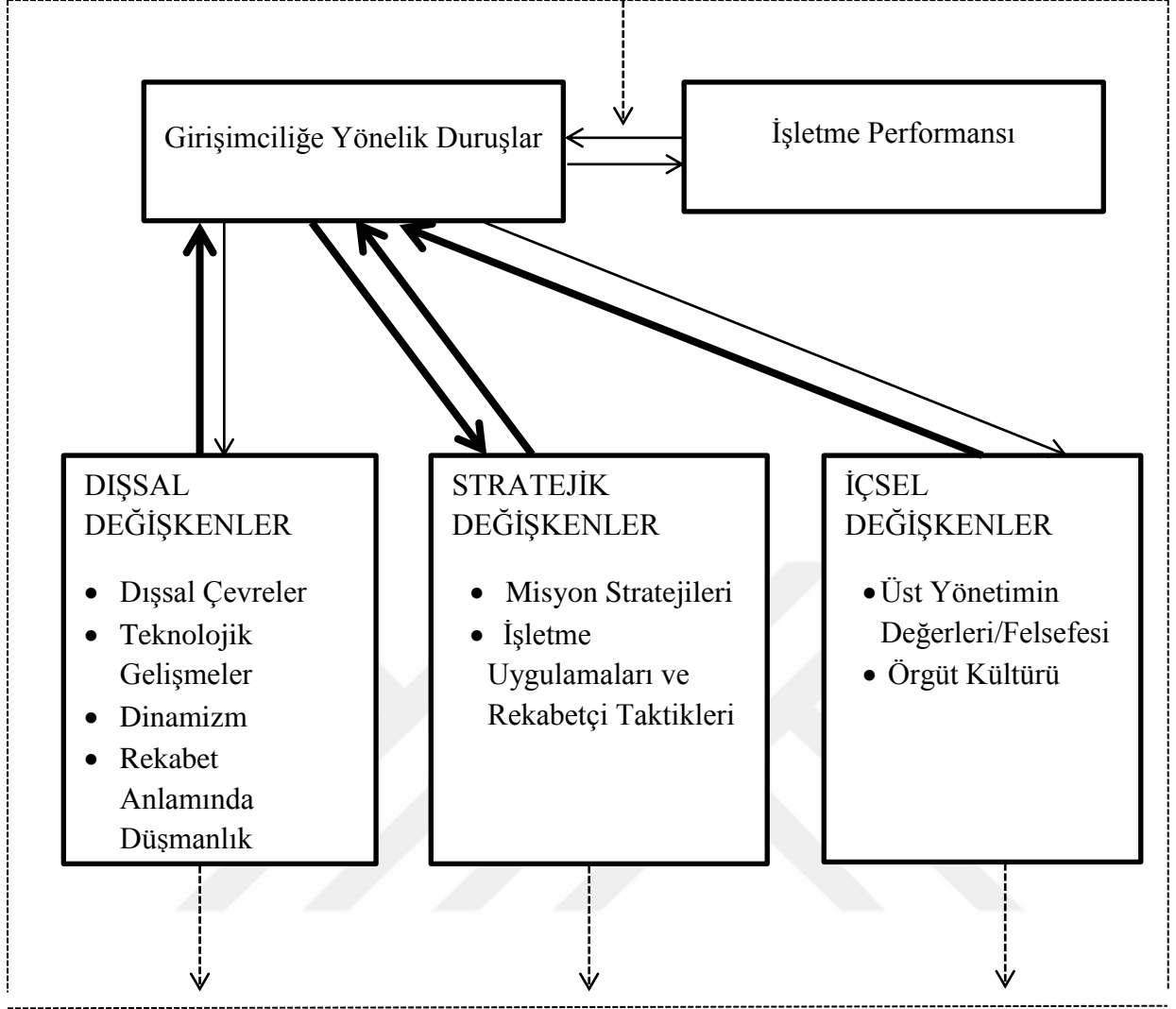
- Değişkenler açıkça tanımlanmıştır. Bu, iyi bir modelin gelişimi için kritik öneme sahiptir. Açıkça tanımlanmış değişkenler, kavramsal olarak benzer araştırma ve teori akışlarını tam olarak entegre eden modellerin geliştirilmesine izin vermektedir. Ayrıca kavramsal netlik, bir modelde gösterilen ilişkilerin test edilmesini kolaylaştırmakta ve bu da modelin doğrulanması, reddedilmesi veya değiştirilmesine neden olabilmektedir.

- Model, çevresel, örgütsel ve bireysel seviyelerdeki değişkenleri içermektedir. Dış çevrenin girişimcilik model ve teorilerindeki önemine, Cooper (1986), Bruno ve Tyebjee

(1982), Bygrave (1989) ve diğ er araştırmacılar değinmiştir. Bu nedenle ç evresel değişkenler girişimci bir işletmenin davranış modeli için iyi bir başlangıç noktası sağlamaktadır. Örgütsel seviyedeki değişkenler gerekli görünmektedir. Örneğin, iş stratejisi, organizasyon yapısı ve organizasyon kùltürü, bir işletmenin girişimcilik faaliyetinde bulunma yeteneğini etkileyebilmektedir (Maidique ve Hayes, 1984: 18-22; Zahra, 1986: 71-72). Görüldüğü gibi bireysel yönetici veya girişimci, genellikle girişimcilik sürecinin teorileri ve modellerinde anahtar bileşen olarak tasvir edilmiştir. Başka bir deyişle girişimci bir işletme davranış modelinin, kapsam açısından yeterli olabilmesi için üç değişken seviyesinden (ç evresel, örgütsel ve bireysel) oluşması gerekmektedir.

- Bu model hem doğrudan hem de moderatör etkilerini iç ermektedir. Kavramsal bir modelin tanım gereği bileşen değişkenleri arasındaki ana etkileri doğrudan göstermesi gerekmektedir. Bununla birlikte girişimcilik alanındaki araştırmalar, acil durum modellerinin gittikçe yaygınlaştığı noktaya ilerlemiştir. Örneğin LaForge ve Miller (1987), işletme büyüklüğünün ılımlı etkilerini çeşitli ç evresel ve stratejik değişkenler arasındaki ilişki üzerinde ç alışmışlardır. Peterson ve Smith (1986), kùltürel bağlamın belirli girişimcilik becerileri ile bağlantılı başarı oranı üzerindeki etkisini araştırmışlardır.

Bu ve diğ er ç alışmalar, girişimcilik modellerinin doğrudan etkilerin tasvirinin ötesine geçmesi gerektiğini ve beklenmedik durum veya düzenleme etkilerini iç erdiğini göstermektedir. Covin ve Slevin'in modeli Şekil 1'de gösterilmektedir.



- > Orta dereceli bir etkiyi göstermektedir.
- > Güçlü bir temel etkiyi göstermektedir.
- > Daha zayıf bir temel etkiyi göstermektedir.

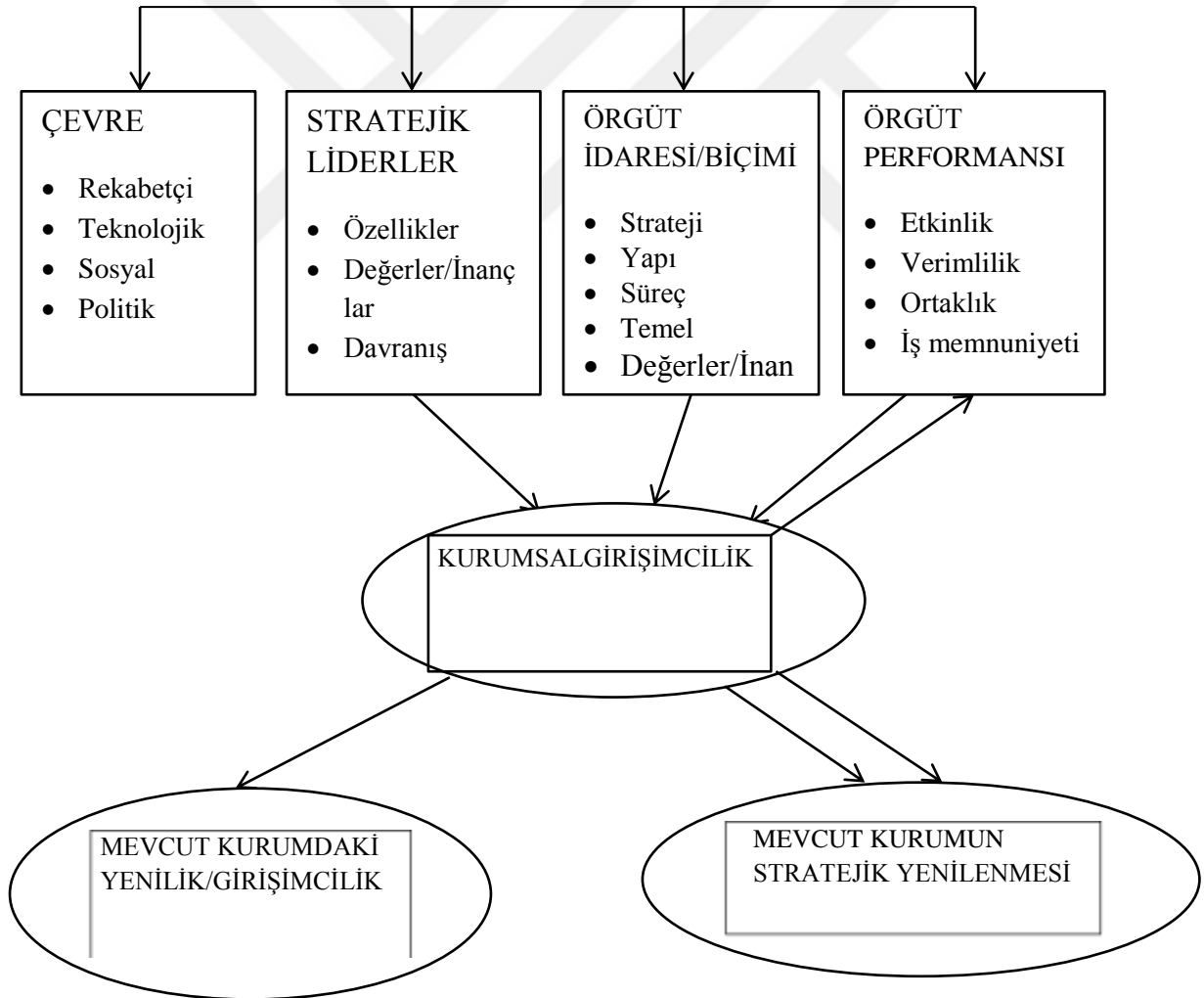
**Şekil 1.** Covin ve Slevin'in İç Girişimciliğe Yönelik Örgütlerdeki Davranış Seviyesi Modeli

**Kaynak:** Covin ve Slevin, 1991: 10.

Bu modelin özellikleri arasında, işletme seviyesindeki girişimciğe sebep olan davranışlar, stratejik ve içsel değişkenler ve dışsal çevre yer almaktadır. Bu özellikler girişimcilik ile zayıf bir etkiye sahipken ve işletme performansı ile güçlü bir ilişkiye sahiptir.

2.2.5.5.6.2. William D. Guth ve Ari Ginsberg'in Temel Kurumsal İç Girişimcilik Modeli

Guth ve Ginsberg (1990) tarafından oluşturulan “Temel Kurumsal Girişimcilik Modeli” o zamana kadar kurumsal girişimcilikle ilgili yapılmış çalışmaları toparlayıp, kapsayıcı bir çerçeve içerisinde oturtmayı amaçlayan bir modeldir (Şeşen, 2010: 46). Guth ve Ginsberg iç girişimcilik kavramını, işletme içi yenilik, iş girişimi ve stratejik yenilenme şeklinde tanımlamaktadır. Ginsberg ve Guth (1990) stratejik yönetim bakış açısından kendi iç girişimcilik kavramı ve tanımlamasına göre kurumsal bir girişimcilik modeli geliştirmişlerdir. Kurumsal girişimciliği etkileyen çevresel faktör, kurumsal girişimciliği hem etkileyen hem de girişimcilikten etkilenen örgütsel performans faktörleri, örgütsel ve yönetsel formlar, stratejik liderler modelin diğer unsurlarıdır. Stratejik yönetim bakış açısın ile Guth ve Ginsberg'e ait model Şekil 2'de gösterilmektedir.



Şekil 2. Kurumsal Girişimciliği Stratejik Yönetime Uydurma

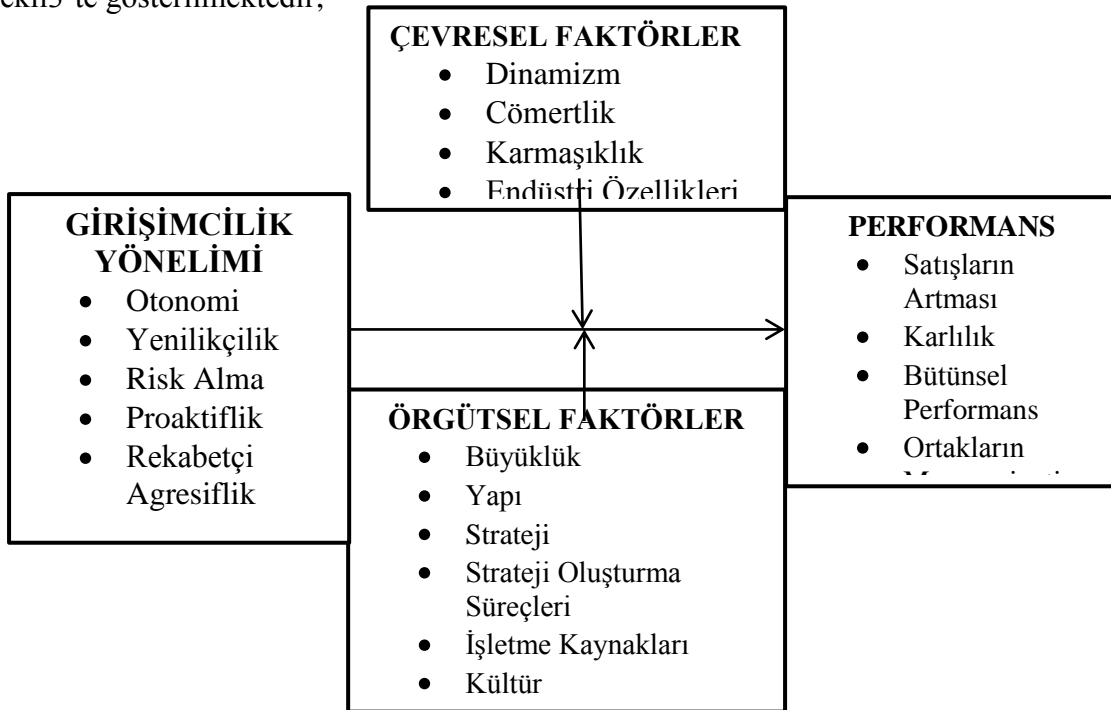
**Kaynak:** Guth ve Ginsberg, 1990: 7.

Genel olarak iç girişimcilikle ilgili yapılan açıklamalardan yola çıkarak Guth ve Ginsberg'in iç girişimcilik modeline ait özellikler şöyle özetlenmektedir: Guth ve Ginsberg iç girişimciliği; “yenilik-girişimcilik” ve “stratejik yenilenme” olmak üzere iki şekilde ele almış ve iç girişimcilik için önemli olguları; çevre, davranış-biçim, stratejik liderlik, örgütsel idare ve örgütsel performans olarak ortaya koymaktadır. Bu özelliklere bakıldığında, “girişim; mevcut ya da yeni pazarda yeni ürünleri tanıtmaya ve süreçlerini ilerletme yolu ile yeni işlere girme anlamı taşımaktadır.” Örgüt içi girişimcilikte stratejik yenilenme olmazsa olmaz gerekliliklerden birisidir (Guth ve Ginsberg, 1990: 7-8).

### 2.2.5.5.6.3. G.Thomeas Lumpkin ve Gregory G. Dess'in İç Girişimcilik Modeli

Lumpkin ve Dess (1996), girişimcilik yönelimine doğru alternatif bir model sunmuşlar ve bu yönelimi otonomi, agresiflik, proaktiflik, yenilikçilik, rekabetçi risk alma olarak 5 boyutta açıklamaya çalışmışlardır.

Lumpkin ve Dess'e (1996), girişimcilik yönelimi hakkında yeni bir girişimle sonuçlanan bir süreç ve iç girişimciliğin temelini oluşturan bir fikir ve düşünce olarak yeni bir teşebbüsün, yeni veya mevcut mal ve hizmetlerle yeni pazara girilmek amacıyla oluşturulduğunu ve başarı sağladığını ifade etmektedir. Böylece Lumpkin ve Dess'e göre yeni bir teşebbüs, iç girişimciliğin temellerini oluşturan bir kavramdır (Lumpkin ve Dess, 1996: 136). Lumpkin ve Dess'in “Girişimcilik Yönelimi-Performans İlişkisinin Kavramsal Modeli” Şekil3'te gösterilmektedir;



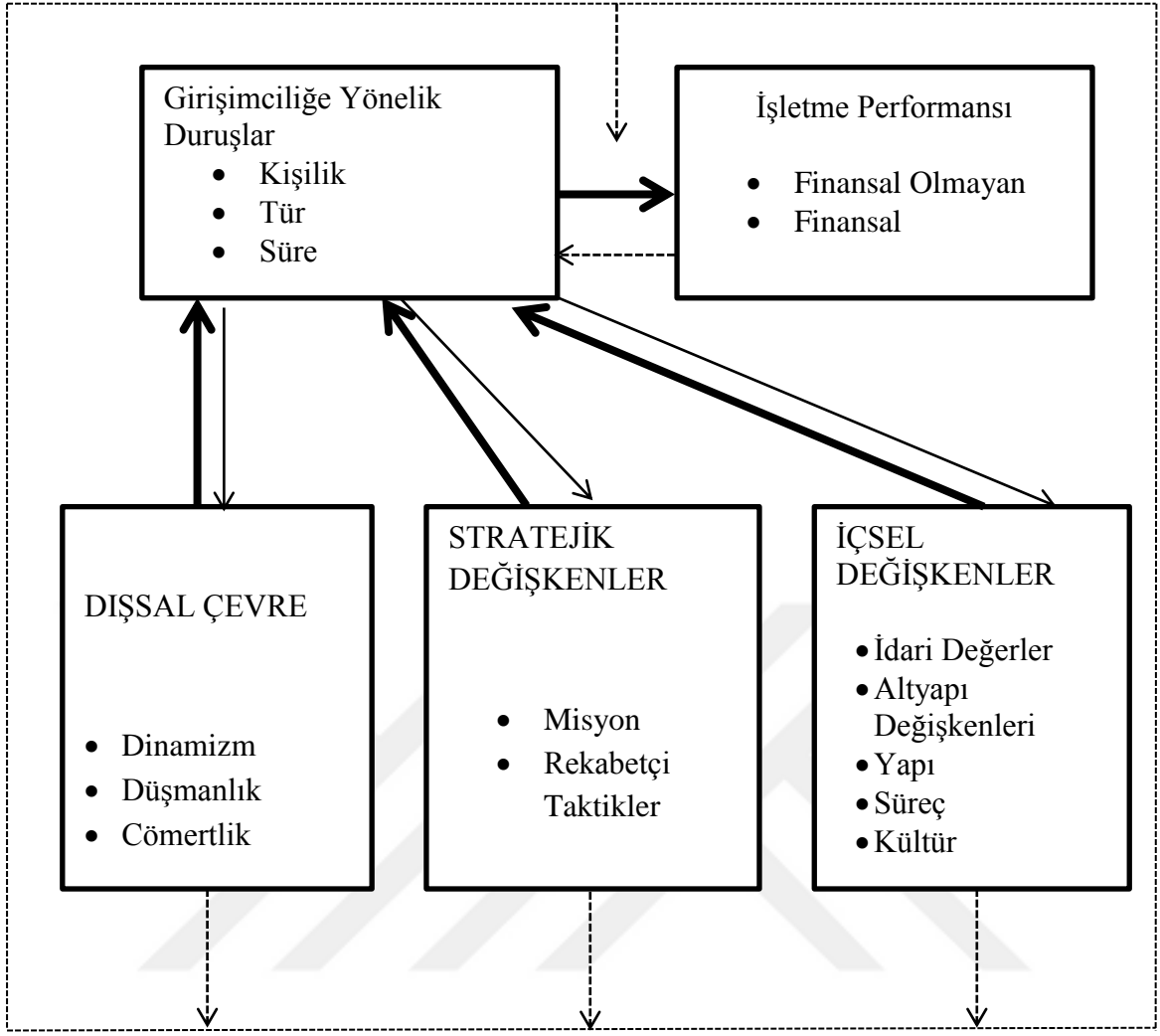
Şekil 3. Girişimcilik Yönelimi – Performans İlişkisinin Kavramsal Modeli

Lumpkin ve Dess'in (1996) Şekil 3'te gösterildiği modeli işletme performansı ve girişimcilik yönelimi arasında olan ilişkiyi etkileyen örgütsel ve çevresel faktörleri ön plana çıkarmaktadır; fakat işletme performansının girişimcilik yönelimini etkilediği konusunda herhangi bir görüş bildirmemektedirler. Bu durumda Lumpkin ve Dess'in ortaya koyduğu bu model; girişimcilik ve performans yönelimi ile örgütsel ve çevresel faktörler arasında herhangi geri bildiri olmadığını statik bir işletme görüşünü savunmaktadır. Lumpkin ve Dess'in modeli Covin ve Slevin'in modeli ile karşılaştırıldığında Covin ve Slevin'in girişimcilik yöneliminin kendi başına dinamik bir konsept olduğu vurgusunu yapan değişik ilişkiler arasındaki geri bildirimleri bir araya toplamaktadır.

#### *2.2.5.5.6.4. Shaker A. Zahra'nın İç Girişimcilik Modeli*

Kurumsal girişimciliğin öncü araştırmacılardan Zahra (1991), çevresel değişikliklere karşı mal ve hizmet yenilikçiliğinin artırılmasını, risk alma ve proaktiflik gibi politika geliştiren örgütlerin örgütsel çabalarını kurumsal girişimcilik çerçevesinde değerlendirmektedir. Zahra (1991) kurum girişimciliğini; etkin bir şekilde rekabet edebilmek, çalışanların motivasyonunu ve üretkenliğini arttırmak, işin riskini azaltmak, yenilikçilik yapmak, finansal performansını artırmak ve için büyük işletmelerin yeteneklerinin yeniden canlandırılmasının bir aracı olduğunu ifade etmektedir (Kocaoğlan, 2005: 26; Zahra, 1991: 262). Kurumsal girişimcilik, bir işletmenin örgütsel karlılığı ve rekabetçi durumunu artırmak amacıyla işletme içinde yeni işletmeler ya da iş alanları yaratma ve işletmelerin stratejik yenilenme süreci olarak ta açıklanmaktadır.

Zahra (1993), Covin ve Slevin'in (1991), geliştirdiği bu modele göre daha basit bir çevre sınıflamasına dayalı bir model önermek amacıyla Covin ve Slevin modeli yeniden düzenlemiş ve teknolojik gelişmeyi çevresel dinamizm kapsamında incelemek suretiyle ortadan kaldırmıştır. Zahra (1993), endüstrideki fırsatların çokluğunu belirten ve cömertlik adlı ek bir yapı meydana koymaktadır. Zahra endüstri yaşam döngüsünün bütün özelliklerini meydana koyan kapsayıcı bir kavram kullanılmasını önermektedir. Girişimcilik yönlü davranışları tanımlayan Zahra (1993), yerel girişimciliğin yanı sıra uluslararası girişimcilik faaliyetlerini de dikkate alan bir ihtiyacın olduğuna vurgu yapmaktadır (Zahra, 1993: 320-324). Daha öncede belirttiğimiz gibi Zahra bu modeli, Covin ve Slevin' in geliştirmiş olduğu modeli düzenleyerek, teknolojik gelişmeyi çevresel dinamizm kapsamında ele almıştır. Shaker A. Zahra'nın iç girişimcilik Modeli Şekil 4' te gösterilmektedir.



- > İlmli bir etkiyi göstermektedir.
- > Güçlü bir temel etkiyi göstermektedir.
- > Daha zayıf bir temel etkiyi göstermektedir.

**Şekil 4.** Zahra'nın İşletme Seviyesindeki Girişimciliği Revize Ettiği Modelin Kavramsal Çerçevesi

**Kaynak:** Zahra, 1993: 13.

Revize edilmiş model ile Covin ve Slevin (1991) tarafından sunulan orijinal model arasında dört fark vardır. İlk olarak, revizyon dış ortamın başlangıçta önerilenden daha öncelikli bir şekilde sınıflandırılmasını vurgulamaktadır. Bu model özellikle Slevin ve Covin'in tartıştığı teknolojik karmaşıklık değişkenini ortadan kaldırmaktadır çünkü bu

çevresel dinamizmle imkansız görünmektedir. Elbette dinamizm, teknolojik gelişmişliğe yol açan teknolojik değişim de içinde olmak üzere birçok kaynaktan ortaya çıkmaktadır. Gözden geçirilmiş model, sektördeki yenilik fırsatlarının bolluğunu ifade eden haberleşme gibi bir başka önemli çevresel özellikleri daha ekler. Bu özellik girişimcilik araştırması için önemlidir çünkü bazı ortamlar bir işletmenin yenilikçilik, proaktivite ve risk alma davranışları ve neler yapabileceği konusunda üst sınırlar getirebilmektedir. Aksine diğer ortamlar daha misafirperver olabilir ve bu da girişimci girişimleri teşvik etmektedir (Zahra, 1993: 13).

#### *2.2.5.5.7. İç Girişimciliğin Boyutları*

Girişimcilik teşvik edilmesi kolay bir iş olmadığı gibi bir gecede de elde edilebilecek bir şey değildir. Aksine iç girişimcilik bir öğrenme süreci olarak kabul edilmelidir. Mevcut organizasyon içinde başlangıçta nasıl iç girişimci olunacağı veya nasıl kalabileceği üzerine yapılan önceki çalışmalar üst yöneticilerin rolüne odaklanmış ve bunları kurumsal girişimci olarak adlandırmıştır. Ancak bu dikkat son yıllarda yöneticilerin yanı sıra, çalışanların rolüne kaymıştır. Artık örgütsel yenilenmeye, yenilikçiliğe, risk almaya, yeni fırsatların kavramsallaştırılması ve takip edilmesine, genellikle bir kilit yöneticinin çabalarının ötesine geçen bir arayışa ihtiyaç bulunmaktadır. Nitekim artan rekabet ve hızlı inovasyon döngüleri, geleneksel bürokratik örgütlenme yöntemlerinin güvensizliğinin artması ve çalışanların daha yüksek beceri seviyeleri gibi faktörler nedeniyle girişimciliği örgütün üst kademelerine bırakmak yeterli olmamaktadır (Wakkee vd., 2010: 4).

Araştırmacılardan bazıları iç girişimciliğin boyutlarını yenilikçilik, risk alma, özerklik ve bireysel ağ geliştirme ve proaktiflik olarak beş boyut olarak tanımlamışlardır. Yenilikçilik; yeni ürün, hizmet ve teknoloji geliştirme olarak ifade edilmekte; risk alma kaybetme ihtimaline karşı faaliyette bulunmak olarak ifade edilmekte ve proaktiflik ise ilk girişimi başlatmak olarak ifade edilmektedir.

#### *2.2.5.5.7.1. Yenilikçilik Boyutu*

İşletmelerde mevcut ve sürdürülebilir rekabetçi bir üstünlük sağlanabilmesinde yenilikçi olmak ve bunu işletmenin girişimcilik anlayışı temelinde düşünmek iç girişimcilik kavramının önemini artırmaktadır (Öğüt vd., 2006: 85). İç girişimcilik, örgütlerde yeni değerler yaratmaktır. Yeni değerler yaratmak ise; var olan pazarda yeni faaliyet yapmak ya da yeni pazarlara açılmak amacıyla yeni ürün ve hizmetlerin ya da süreçlerin geliştirilmesi anlamına gelmektedir. Bunun yanı sıra yeni değerler yaratmak örgütlerin yenilik, risk ve

yenilenme çabalarına bağlı olmaktadır. Yaratıcı bir süreç, yeni bir değer yaratmanın daha öncesinde gelmektedir. Yaratıcı süreç, fırsat takip eden örgütlerin tüm süreçlerinde var olmalıdır (Onay, 2015: 98). Yaratıcılık, işletmenin karşılaştığı zorluklara yeni çözümler yeni ürün ve hizmet sağlamanın yanı sıra yeni idari teknik ve teknolojilerin örgütsel işlevleri yerine getirmek için teknolojileri de içermektedir (örneğin, üretim, pazarlama, satış ve dağılımı) (Gary, 1997: 214). Teknolojideki gelişmeler ve yeniliğe vurgu yapan yenilikçilik boyutu ürün veya hizmet inovasyonunu ifade etmektedir. Girişimcilik yeni bir ürün geliştirmeyi, ürün iyileştirmeleri ve yeni üretim yöntemlerini ve prosedürlerini içermektedir (Antoncic ve Hisrich, 2001: 498). Covin ve Slevin girişimcilik duruşunu kendisini ürün inovasyonunun yaygınlığı ve sıklığı ile teknolojik liderliğin ilgili eğilimi üzerine yansıtan bir parçası olarak değerlendirmektedir (Covin ve Slevin, 1991: 15). Yaratıcı süreç, fırsatların keşfetmek, tanımak, bilgi ve kaynakları tespit etmek ve biriktirmek gibi birçok şeyi gerekli kılmaktadır.

Örgütlerde de bireysel veya grup olarak yenilikçi ve yaratıcı kişiler bu süreçlerin oluşumunda öncü olmaktadır (Onay, 2015: 98). Yenilikçiliği en genel ifade ile tanımlamak gerekirse değer yaratmak için var olanı geliştirmek olarak ifade edilmektedir. Başka bir deyişle, yeni ürün ve hizmetlerin, üretim süreçlerinin veya yöntemlerinin değiştirilmesi, yenilenmesi ve yeniden tasarlanması süreçleri olarak da açıklanabilmektedir. Yenilik yapma yeni ve özgün bir fikir ve düşüncenin oluşturulması ve pazarda talep edilen ticari bir değeri olan ürün ve hizmete dönüştürülme sürecidir. Bundan dolayı yenilik kavramı yeni bir buluştan farklı olarak var olan ürünlerdeki, kaynaklardaki ve süreçlerdeki yapılan değişikliklerin ya da orijinal fikirlerin tamamen ticarileştirilmesini kapsamaktadır (Neely ve Hii, 1998: 40-42).

Yenilikçilik anlayışı işletmelerin mal ve hizmet sundukları pazarda daha iyi müşteri değeri yaratarak rakiplerine karşı rekabet üstünlüğü sağlama çalışmalarıdır. Rekabet ortamındaki birçok radikal değişim kaynağında yenilikçilik büyük rol oynamaktadır. Pazar koşullarının ve rekabet araçlarının değişime olan etkisinin yanı sıra yenilik rekabet stratejilerinin başarılmasında da çok önemli bir role sahiptir (Güleş ve Bülbül, 2004: 155-156).

Yenilik; işletmenin yeni ürünler yaratma ve bunları pazara başarıyla sunma yeteneğini ifade etmektedir. Ayrıca, şirketin süreç ve organizasyonel yeniliklere bağlılığını göstermektedir (Zahra ve Garvis, 2000: 471). Yenilikçi performans ise ürün ve süreç yeniliklerinin bir işletmenin ekonomik performansına katkısı olarak tanımlanmaktadır (Meeus ve Oerlemans, 2004: 41-42). İşletmelerin yenilikçi performansı, şirketlerin piyasaya gerçekte

ne kadar yeni ürün çıkardıkları, yeni süreç sistemleri veya yeni cihazlar piyasaya sunma oranları açısından sonuçları ifade etmektedir. Bu anlamda yeni ürün duyuruları yenilikçi performansın bir göstergesi olarak uygulanabilmektedir (Ergün, vd., 2004: 260).

İşletme düzeyindeki yenilikçilik boyutunun bir tarafında ürünler ve hizmetlere ait, olası yenilik sahaları bulunmaktadır (Bektemür, 2018: 163). Bunlar;

- Yeni ürünler ya da hizmetler,
- İşletmenin üretiminde yeni ürünler ya da hizmetler,
- Mevcut ürünler ya da hizmetlerin pozisyonlarını yeni bir şekilde belirlemektir.
- Yeni ürünler veya hizmetler hattı,
- Pazar için yeni ürünler ya da hizmetler,
- Mevcut ürünlere veya hizmetlere yeni kullanım sahaları bulmak,
- Ürün ve hizmet geliştirmektir.

Diğer tarafta ise bir işin veya fonksiyonun başarılabilmesi için yeni yöntemler bulunması yer almaktadır (Bektemür, 2018: 163). Diğer yandan iç girişimciliğin diğer unsurlarından farklı olarak yeni iş fikirlerinin ortaya konulması ve uygulanması hem iç girişimciler hem de işletmeler açısından oldukça zorlu süreçlerdir. Her türlü riski alarak ortaya konulan ürünün piyasada talep görüp görmeyeceği belli değildir. Bu belirsizlik durumu arttıkça risk de artacaktır. Bundan dolayı yeni iş girişimlerinin çok iyi etüt edilmiş ve planlanmış girişimsel faaliyetler olması gerekmektedir (Cingöz ve Kaya, 2018: 138).

#### 2.2.5.5.7.2. Risk Alma

Risk kişilerin hayatlarında önemli bir role sahiptir. Risk olaylar karşısında istenmeyen sonuçlar ile karşılaşma olasılığı ve bu olasılığı kullanan sayısal bir değer olarak ifade edilir. Diğer bir ifadeyle risk, istenmeyen ve arzu edilmeyen bir olay ya da etkinin ortaya çıkma olasılığı olarak ifade edilir. Risk almak ise sonuçlarının ne olacağını bilmeden, bilinmeyen koşullarda karar vermek demektir. Risk alabilme yeteneği girişimci kişilerin önemli bir özelliğidir ve girişimci olan kişilerin, girişimci olmayan kişilere göre, daha fazla risk aldıkları belirtilmektedir (Bozkurt ve Erdurur, 2013: 60).

Girişimcilik kavramını resmi olarak kullanan ilk kişi Cantillon (1734), girişimcileri işten ayrılanlardan, belirsizlikten ve kendiliğinden istihdam riskinden ayıran temel faktör olduğunu ifade etmektedir. Bu nedenle risk alma kavramı girişimciliği tanımlamak için sıklıkla kullanılmaktadır (Lumpkin ve Dess, 1996: 139-145). Risk, yönetilemeyen bir bilgi ve risk faktörünün ve bunların sonucunda da ortaya çıkan değişimlerin toplumsal ve ekonomik

hayatta yaratacağı olumsuz etkilerin tümü olarak ta ifade edilmektedir (Öğüt vd., 2006: 86). Risk almak, kaybetme olasılığını göz önüne alarak fırsatları değerlendirebilme, belirsiz koşullarda karar alabilme ve strateji eylemlerinde bulunabilmektir. Örgüt düzeyinde risk almak ise pazar fırsatlarını görebilme ve değerlendirmede çabuk hareket etmek ve kaynak kombinasyonları yapmak ve cesurca faaliyetlerde bulunabilmektir (Ağca ve Kurt, 2007: 92; Yürürer vd., 2017: 102). Girişimcilik eğilimi olan işletmeler, risk alma eğilimlerini pazardaki mevcut fırsatlardan dolayı yüksek kazançlar sağlamak uğruna, yüksek miktarlarda borçlanarak ya da büyük miktarda kaynak sağlayarak riskli davranışlarda bulunarak göstermektedir.

Fırsatların takip edilmesinde ve sürekli yeni ürünler ya da hizmetler denenmelerinde gösterilen cesurluk, iç girişimciliğin özellikleri arasında yer almaktadır. Girişimciliğin önemli faktörlerinden olan risk alma, aynı zamanda iç girişimciliğin de bir boyutu olarak kabul görmektedir. Girişimci kavramını ilk kez geliştiren ve girişimciyi kar ve zarar riskini göze alabilen kişi olarak açıklayan Fransız Cantillon'dan bu zamana kadar, risk almak girişimci ve girişimciliğin temel bir faktörü olarak ele alınmaktadır. Kaybetme olasılığı anlamı taşıyan risk, işletmelerin yenilikçi davranışlarının, girişken veya proaktif-öncü faaliyetlerinin ayrılmaz bir parçası olarak değerlendirilmektedir. Risk alma ile iç girişimciliğin diğer boyutları arasında güçlü bir ilişki olmasına rağmen, geçmişteki bazı araştırmacıların onu örgüt düzeyindeki girişimciliğin diğer özelliklerinden farklı bir özellik olarak değerlendirdikleri görülmektedir (Ağca ve Kurt, 2007: 96-97).

Risk, girişimci örgütlerin rekabet avantajı sağlamak amacıyla fırsatları değerlendirmek istemeleri sonucunda kaybedeceği kaynakların toplamı olarak ifade edilmektedir. Bu bağlamda risk almak, fark edilen riske rağmen girişimci faaliyetlerden geri durmamak ve belli bir oranda riski tolere edebilmek demektir (Alpkan vd., 2005: 177). Kişinin risk alma yoğunluğu, bu kişinin belirsizlik anlarında karar alma fırsatına yönlendirilmesidir.

Risk kavramını en basit anlamıyla zarara uğrama tehlikesi olarak ifade edilebilir. Fakat bu kelimenin anlam itibarıyla ortada bir tehlike söz konusu olduğu gibi, sonucunda kazanç durumu da söz konusu olmaktadır. Özellikle iş dünyasında katlanılan yüksek risk yüksek kazanç sağlayabilmektedir. Girişimcilikte de risk almaya yatkın olmak, finansal ekonomik açıdan zarar tehlikesini ve sosyal açıdan ise başarısızlığı göze almak anlamına gelmektedir. Şüphesiz ki risk denince akla ilk olarak ekonomik anlamda bir kayıp ve kazanç gelmektedir. Fakat araştırmacılar tarafından çalışmalarda ekonomik açıdan kayıpların yanı sıra, sosyal kayıpların da girişimci kişiler tarafından fazlaca önemsendiği ortaya çıkarılmıştır (Kayalar ve Ömürberk, 2007).

Girişimci kişilerin aldığı riskler fırsatların yanında tehditleri de ortaya çıkarmaktadır. Tehditler ve fırsatlar işletme içinde hızlı bir değişimle birlikte ortaya çıkmaktadır. Fırsatların oluşturduğu tehditler belli riskleri yanında getirirse de, sürdürülebilir rekabet avantajlarının da elde tutulması için bu noktada fırsatlara odaklanma davranışını belirtmektedir (Meydan, 2010: 198).

#### 2.2.5.5.7.3. Proaktiflik Boyutu

Proaktif kavramı, işletme terimleri sözlüğünde olaylar ortaya çıktıktan sonra tepki vermek yerine, geleceğe yönelik bir davranışa sahip olmak, sorunları önceden görebilmek ve sorunlarla mücadeleye yönelik olumlu adımlar atmak olarak tanımlanmaktadır. Lumpkin ve Dess (1996) proaktiflik kavramını gelecekte ortaya çıkabilecek sorunlardan ihtiyaçlardan ve değişimlerden önce harekete geçmek olarak ifade etmektedir. Koçel (1995) ise proaktifliği, yönetim faaliyetleri bağlamında yönetimde olayların peşinden gitmeyi değil, geleceği öngörerek olaylara yön vermek olarak tanımlamıştır (Ağca ve Kurt, 2007: 95).

Proaktiflik, hızla değişen çevresel koşullarına uyum sağlayabilmek için çevrenin gelecekteki isteklerini sezinleyerek potansiyel taleplere rakiplerinden önce cevap verecek bir yapıdaki aktif ve öncü kurumların davranış biçimleridir (Onay, 2015: 99-100). Kurumların günümüzde hayatta kalabilmek ve rekabet üstünlüğü sağlamak için değişime ve gelişime ayak uydurmasının yanında, değişimi kendilerinin yaratması ve proaktif olmaları gerekmektedir (Bakan vd., 2017: 122). Proaktiflik bir işletmenin faaliyetlerde bulunarak risk almaya meyilli olduğu göstermektedir. Bu gibi işletmeler inisiyatif alır yüksek getirisi olan yüksek riskli projeleri üstlenir ve fırsatları değerlendirmekte ve fırsatları takip etmek için cesur ve saldırgan davranışlar gösterir (Covin ve Slevin, 1991: 7-8).

Girişimciliğin doğasında mevcut fırsatları değerlendirmek amacıyla bir harekete geçme dürtüsü bulunmaktadır. Bu yüzden, girişimcinin işletmenin gelecekte oluşabilecek taleplerini öngörmek ve fırsatları değerlendirmek için harekete geçmesi ve yoğun bir şekilde çevre araştırması yapması gerekir. Öyleyse, pasif ya da sadece reaktif kurumların performanslarının yüksek olması beklenemez (Öğüt vd., 2006: 89; Alpkan, vd., 2005). Bir başka deyişle proaktiflik, çevrede oluşan fırsatları değerlendirmek üzere harekete geçmek, inisiyatif kullanabilmek ve çevrede meydana gelen değişimleri yakalama çabası olarak da tanımlanmaktadır. Proaktiflik kavramı, ilk adımı atmak ve rakipleri izlemenin yanında rakiplerine de liderlik etmek ve hedefe ulaşmak için gereken şeyleri yapmak demektir. Bu ise başarısız olma ihtimaline karşı istekli, azimli ve uyumlu olmayı gerektirir (Onay, 2015: 99-100). Başka bir deyişle proaktiflik, özellikle yeni ürün ve hizmetlerin, işletim teknolojilerinin

ve idari tekniklerin tanıtılması gibi önemli iş alanlarında rakiplerini izlemek yerine onlara öncülük etme girişiminde bulunmaktadır. Proaktiflik en genel anlamıyla ilerleyen zamanlarda ortaya çıkabilecek problemlerden, ihtiyaçlardan, değişimlerden önce harekete geçmektir (Yürürer, vd., 2017: 102).

Zahra ve Garvis (200) proaktifliği, pazarın pazar fırsatlarının agresif bir şekilde takip edilmesine yönelik pazarda agresif bir arayış içinde olduğunu ve sektörün de ilk yenilikler arasında yer almanın önemini gösterdiğini belirtmektedir (Zahra ve Garvis, 2000: 491; Koçel, 2010: 159). İç girişimcinin kendi içinde vizyon sahibi olması, takım çalışmasını teşvik etmesi, hızlı ve proaktif eylemlerde bulunması, ve zamanında karar vermesi başarısı için esastır (Seshadri ve Tripath, 2006: 25).

#### 2.2.5.5.7.4. Özerklik Boyutu

İç girişimciliğin özerklik boyutu; çalışan kişilerin işlerini yaparken karşılaştıkları durumlara göre inisiyatif kullanabilme, mevcut gelenekselleşmiş kalıpların dışına çıkarak kendi başına karar verebilme gücü ve yeteneğinin bulunması anlamına gelmektedir (Hornsby vd., 1993: 31-32). Özerklik de iç girişimciliğin diğer boyutları gibi hem girişimcinin hem de iç girişimcinin sahip olduğu temel unsurlardan biridir. Yenilikçi ve yaratıcı fikir ve düşüncelerin ortaya çıkarılması ve bunların uygulanabilmesi için çalışan kişilere özerklik sağlanmalıdır (Bakan vd., 2017: 123).

Özerklik, bir kişinin ya da bir ekibin belirlemiş olduğu bir fikri, düşünceyi veya vizyonu sergilerken bağımsız bir şekilde hareket etmesi anlamına gelmektedir (Lumpkin ve Dess, 1996: 140). Bu boyut kişiye anahtar kelimeleri bulup fırsatları takip etmede tek başına bireysel hareket etme ve yönlendirme imkânı sunmaktadır. Bir başka deyişle bir iş fikrini ortaya koymak, bu fikri iş tasarımı, iş metotları, kontrol ve performans gibi konularda geliştirmek ve sona kadar ilerletme konusunda kişi veya ekip tarafından yürütülen bağımsız davranışlar olarak tanımlanmaktadır (Yürürer vd., 2017: 102). Genel anlamda fırsatları takip ederken, kendi kendini yönlendirmede imkan ve isteği anlamına da gelmektedir (Lumpkin ve Dess, 1996: 140). Başka bir ifadeyle iş özerkliği, iş yöntemlerinin seçilmesi, çalışma programı üzerindeki kontrol ve kişinin kendi performans kriterini seçebilme konularını içermektedir (Ağca ve Kurt, 2007: 96). AR-GE’de özerkliğin stratejik, idari ve operasyonel olmak üzere üç bileşenden oluştuğu düşünülmektedir. Buna göre, stratejik özerklik kavram, kurum için hedef ve politika seçme özgürlüğünü içermektedir. Operasyonel özerklik, organizyonel idari ve stratejik kısıtlamalar içerisinde amaç veya sorun belirlendikten sonra, kendi belirlediği

yöntemlerle eyleme geçmeyi ifade etmektedir. Üçüncü bileşeni oluşturan idari özerklik ise stratejik ve operasyonel özerkliğin örtüşen bir alanıdır (Pinnington ve Haslop, 1995: 5).

Yapısal Özerklik bir şirketin iç kurumsal girişimcilik faaliyetlerinin mevcut organizasyonel birimlerine ne ölçüde dahil edildiği anlamına gelir. Başka bir ifadeyle bu boyut bir teşebbüs içinde girişimin nereye yapılacağına dair kritik kararlar almak ve işletme içerisinde ayrı bir girişim bölümü oluşturarak üst yönetime doğrudan raporlama yapmak demektir. Bir girişimi bulunabilmek için ideal yerde, yönetsel destek kapsamında ihtiyaçları giderecek kaynakların ve öğrenme fırsatlarının sağlanması ve kurumsal fikrin korunması gerekmektedir (Sharma ve Chrisman, 1999: 22). Sharma ve Chrisman, farklı yazarların farklı yapısal özerklik seviyelerine sahip iç kurumsal girişimlere odaklandığını ve bu farklılıkların terimlerin tanımlarını etkilediğini belirtmiştir.

#### *2.2.5.5.7.5. Bireysel Ağ Geliştirme*

Bireysel ağ geliştirme; karşı karşıya kalınan problemler ve bu problemlere karşı yeni çözümler üretme, fikir ve düşünceleri paylaşmak ve bu şekilde çalışmalar yapmak için sosyal bağlar oluşturmak olarak tanımlanmaktadır (Büyükyılmaz ve Kayış, 2018).

Sosyal sermaye çerçevesinde bakıldığında bireysel ağlar, yeni örgüt kurma sürecinde olduğu gibi örgüt içindeki girişimcilik sürecinde de önemli bir role sahiptir. Araştırmacılar tarafından sosyal ağın ilişkileri anlamak için ve bu ağın etkinliğini değerlendirmek için üç değişik yaklaşım ortaya konmaktadır. Bunlardan birincisi; “güçlü bağların gücü” olarak adlandırılmaktadır. Güçlü bağlar; bireyler arasındaki yakın sosyal bağların (Coleman, 1998: 102) ortak sosyal normlar meydana getireceği ve bunun da bireyler arasındaki güveni ve ticari ilişkileri kolaylaştıracağı (Gargiulo ve Benassi, 1998: 3) düşüncesine dayanmaktadır. Diğer bir yaklaşım ise Granovetter (1973) tarafından ortaya konulan “zayıf bağların gücü”dür. Bu yaklaşıma göre çok az bulunan ve sosyal olmayan bağlar, profesyonel ve teknik bilginin yoğun ve etkili bir biçimde geçişini sağlamaktadır (Granovetter, 1985). Son yaklaşım ise “yapısal boşluklar” teorisidir (Burt, 1992). Bu teori ise sosyal bir ağdaki sayısız yapısal boşluğun, broker fırsatları yarattığını ve bu pozisyonu kullanan kişilerin birimler arasında bilgi akışını kontrol ederek, önemli bir güç elde ettiğini belirtmektedir. Bu yaklaşımların hepsi girişimcilik süreçlerinde kişilweien sosyal bağlar anlamında oynadığı rolleri meydana koymakta ve bu bağların oluşması ve gelişmesi, kurum içi girişimci kişilerin güvene dayalı ilişkiler kurmasına, teknik olan bilgileri paylaşmasına ve bilgi akışının kontrolü ile güç kazanmasına imkan tanımaktadır. Girişimcilik sürecinde bireysel ağların büyütülmesine

yönelik davranışlar, girişimsel başarı sağlanmasında önemli bir rol oynamaktadır (Çetin, 2011: 72).

**Tablo 8.**Girişimcilik Boyutlarının Sınıflandırılması

<b>Boyutlar</b>	<b>Tanımlar</b>	<b>Teorik Gereçler</b>
Yenilikçilik / yenilik	Yeni ürün, hizmet, süreç, teknoloji ve yöntem oluşturma süreci	Covin ve Slevin(1991); Lumpkin ve Dess(1996); Knight(1997); Antoncic ve Hisrich(2001); (Morris ve Kuratko 2002)
Risk almak	Kaybetme ihtimaline rağmen yeni fırsatları değerlendirmek için yatırım kararları vermek ve belirsiz bir ortamda stratejik önlemler almak	Mintzberg(1973), Khandwalla(1977), (Miles, vd. 1978), Covin ve Slevin(1991), Stopford ve Baden-Fuller(1994), Lumpkin ve Dess(1996-2001), Hornsby vd.,(2002), Morris ve Kuratko(2002), Antoncic ve Hisrich(2003)
Proaktiflik	Kuruluşun ilk girişime, özellikle üst yönetime öncülük etme ve başlatma eğilimi	Covin ve Slevin(1991), Covin ve Covin(1990), Lumpkin ve Dess(1996-2001), Knight(1997), Morris ve Kuratko(2002), Antoncic ve Hisrich(2003)
Özerklik	Bir bireyin, grubun veya örgütün bağımsızlığını, bir fikir veya vizyon sergilemesi ve göstermesi	Zajac vd.1991), Lumpking ve Dess(1996), Culhane(2003)

**Kaynak:** Ağca ve Kurt, 2007: 92

#### 2.2.5.5.8. İç Girişimciliği Etkileyen Faktörler

İç girişimcilik yeni faaliyetler yaratma, yeni ürün ve hizmet üretme, teknoloji geliştirme, sonucu belirsiz eylemlerde bulunma ve fırsatları kovalayarak ilk olma gibi benzer birçok faaliyeti kapsamaktadır. Bir işletmede faaliyetlerin başarı ile uygulanabilmesi ve iç girişimcilikten beklenen yararın sağlanabilmesi için iç ve dış çevre koşullarının bu yapılan çalışmaları desteklemesi gerekmektedir (Akdoğan ve Cingöz, 2006: 53).

Literatür incelendiğinde iç girişimciliği etkileyen faktörlerin çevresel bireysel ve örgütsel faktörler olmak üzere üç boyutta açıklandığı görülmektedir.

Çevresel ve örgütsel faktörlerin iç girişimcilik üzerinde olumlu etkisi, aynı zamanda işletmenin performansını belirleyen işletmenin büyüme ve karlılığı üzerinde de olumlu etkiler yaratmaktadır. Örgütün sahip olduğu yapısal özellikler bir yandan örgüt içi faaliyetleri etkilerken, diğer yandan ise çevrenin örgüt üzerinde etkilerine rastlanılmaktadır. Açık sistem olma özelliğine sahip örgütler çevreden etkilendikleri gibi aynı zamanda çevrelerini de etkilemektedirler. Yani örgüt ile çevre arasında iki yönlü doğru etkileşim bulunmaktadır. Dolayısıyla bir örgüt çevreden de bağımsız düşünülemez (Serinkan ve Arat, 2013: 92-93).

##### 2.2.5.5.8.1. Bireysel Faktörler

Örgüt içindeki kişilerin davranışları üzerinde etkili olabileceği düşünülen bu faktörler ele alındığında, kişinin tüm özellikleri ile ilgili olan ve kişinin iç ve dış çevresiyle kurduğu, diğer kişilerden ayırt edici, yapılaşmış ve tutarlı bir ilişki şekli olan bir kişilik yapısı ön plana çıkmaktadır (Meydan, 2010: 196).

Bilgi birikimi ve kişinin sahip olduğu tecrübeler girişimcilikte olumlu yönlendirme yaparken bilgi eksikliği, olumsuz tecrübeler ise girişimciyi olumsuz etkileyecektir. İyi bir eğitim almış kişi her türlü riske karşı hazırlıklı olduğu için başarı elde etmektedir.

##### 2.2.5.5.8.2. Çevresel Faktörler

Örgüt içinde iç girişimciliğe verilen önemin belirleyicileri faktörlerinden biri de çevresel faktörlerdir. Çünkü iç girişimcilik, dış çevrede oluşan fırsatlar ile başlamaktadır. Çevreden etkilenmelerinin yanında çevrelerini de etkileyebileceklerini düşünen girişimci kişiler güçlü stratejik bir pozisyon oluşturmak için girişimcilik faaliyetlerinde çevresel belirsizliğe cevap vermektedirler (Thompson, 1999: 279-280). Bundan dolayı işletmelerin

girişim eğilimini, çevrenin değişimi, belirsizliği ve dinamizm özellikleri desteklemekte ve de engelleyebilmektedir (Naktiyok ve Kök, 2006: 83).

Örgütler, hayatlarını sürdürdükleri bir çevre içinde yaşarlar. İşletme ile çevreleri arasındaki karşılıklı etkileşim, ilişki ve bağıllık sebebi ile dışarıda meydana gelen olumlu veya olumsuz değişimler, örgütleri de aynı şekilde etkilemektedir. Örgütlerin hayatta kalabilmeleri ve örgüt içerisindeki iç girişimcilik faaliyetlerinin gelişebilmesi, sürdürülebilmesi için örgüt veya örgüt çalışanları, kendilerini etkileyen çevre faktörlerinin hepsini göz önünde bulundurmaları ve çevreye uyum sağlamaları gerekmektedir (Serinkan ve Arat, 2013: 95). Dış çevre kavramı, kuruluşun faaliyetlerini etkileyen ve etkilenen kuruluş dışındaki güçleri ve unsurları içermektedir (Covin ve Slevin, 1991: 11).

Bazı çevresel özellikler, çalışan kişilerin girişimci davranışlarını ortaya çıkarabilir. Örneğin, yüksek teknoloji endüstrileri genellikle girişimcilik işletmesinden oluşur (Maidique ve Zirger, 1984: 202). Benzer şekilde, dinamik ortamların girişimci işletme düzeyindeki davranışı teşvik ettiği bulunmuştur. Örgütler genellikle yüksek teknolojili veya dinamik ortamlarda bulunanlar gibi zorlu çevresel koşullara, inovasyon yaparak, risk alarak ve proaktif davranışlarda bulunarak, yani girişimci duruşları benimseyerek yanıt verirler. Çevresel koşulların girişimci duruş üzerinde muhtemelen tersi yönde daha güçlü bir etkisi vardır (Covin ve Slevin, 1991: 12).

Bazı çalışmalar, girişimcilik ile işletme performansı arasındaki ilişkinin çevre koşullarına göre değiştiğini göstermektedir. Rekabetçi, affedilmeyen, düşmanca ortamlarda örneğin, girişimcilik yüksek düzeyde işletme performansını desteklediği görülmektedir (Covin ve Slevin, 1989: 77). Kısacası iç girişimcilik faaliyetlerinin çok çeşitli çevresel koşullara bağlı olduğu söylenebilmektedir.

#### 2.2.5.5.8.3. Örgütsel Faktörler

Daha önceki araştırmalar incelendiğinde örgüt içi çevrenin, iç girişimciliğin belirleyici faktörlerinden olduğunu vurgulamıştır. Her ne kadar girişimlerin kurum dışındaki çevresiyle ilişkili olduğu tartışılsa da bu durumun yenilik ve girişimcilik davranışlarına engel olabileceği düşünülemez. Bu durum aksine mevcut organizasyonun kendisidir. Öte yandan Burgelman (1983), mevcut örgütün girişimcilik için bir fırsat yapısı oluşturmakta olduğunu belirtmiştir (Antoncic ve Hisrich, 2001: 501). Bundan dolayı iç girişimciliği engelleyen veya gelişmesine yardımcı olan işletme içi faktörlerin de bilinmesi başarılı bir iç girişimcilik faaliyeti için gerekli olmaktadır (Ağca ve Kurt, 2007: 101).

İşletmelerde iç girişimciliği destekleyen örgütsel değişkenlere ilişkin unsurlar; yenilik ve girişimciliğe teşvik, başarısızlığa tolerans, stratejiye önem verme, örgütsel ve yönetsel destek, destekleyici yapı ve süreç, risk, öneri sistemi ve kaynak varlığı gibi faktörlerdir. Yaratıcılığı, risk almayı ve öğrenmeyi destekleyen, personel güçlendirme uygulamaları olan, bürokratik olmayan örgüt yapısına, yönetsel destek ve etkin bir iletişim sistemine sahip, etkin bir ödüllendirme sistemi olan bir kültüre sahip örgütler, kaynaklara ulaşma gibi birçok faktörde iç girişimciliği olumlu olarak etkilemekte ve bu iç girişimsel faaliyetlerin örgüt içerisinde ortaya çıkması için ortam yaratmaktadır (Onay, 2015: 100).

Örgütlerin büyüklüğüne göre yönetimde çok sayıda çeşitli kademeler olup, bu duruma bağlı olarak personellerin sayısının fazlalığı, çalışanların kontrolü ve çalışma standartları üst yönetim tarafından belirli kurallar ile yönetilmeye başlanmasına sebep olmaktadır. Bu tür örgüt yapılarındaki yönetim biçimi nedeniyle esnekliğin düşüklüğü, iç girişimcilik faaliyetinde bulunacak girişimcilerin yeni fikirler ortaya koyma ve risk alma eğilimlerini engellemektedir. Yani bürokratik yapıya sahip olan örgütlerde iç girişimcilik faaliyetlerinin gerçekleşmesi için gerekli ortam bulunmamaktadır. Bunun aksi bir durum olarak ise organik örgüt yapılarında esnek yapılı, pazar ihtiyaçlarına cevap verebilen yönetsel anlayışın, girişimcilik faaliyetlerini olumlu yönde etkilediği söylenebilmektedir (Cingöz ve Kaya, 2018: 141-142).

## **2.3. Sosyal Sermaye**

### **2.3.1. Sosyal Sermaye Kavramının Ortaya Çıkışı**

Sermaye kavramı geçmişte sadece ekonomik boyutu ile ele alınmaktaydı günümüzde ise politik, kültürel, çevresel, beşeri ve teknoloji boyutta da ele alınan bir kavram haline gelmiştir. Sermayenin ekonomik boyutu dışında farklı boyutlarda da sermaye türlerinin var olduğu ortaya çıkmış ve bu çıkışa bu beşeri sermaye öncülük etmiştir.

Bir toplumda üç çeşit sermaye söz konusudur. İlki paraya dayalı iktisadi sermaye; ikincisi, insana dayalı beşeri sermaye (insan gücü); üçüncüsü ise inşa ilişkilerine dayalı sosyal sermayedir (Sözen, 2019: 58). Beşeri sermaye kavramı emeğin örgüt performansına katkısını ortaya çıkarmak için gündeme gelmiştir. Beşeri sermaye ile neye sahip olduğumuz değil ne bildiğimiz önemlidir (Tekin, 2019: 107). İnsan gücü tanımlanan beşeri sermayeye ilişkin yatırımlar uzun dönemli yatırımlar kategorisinde değerlendirilmektedir (Sözen, 2019: 58).

Sosyal sermaye, beşeri sermayenin bir tamamlayıcısı özelliğindedir ve insanın sahip olduğu ilişkilerin ve bağlantıların önemini vurgulamaktadır. Sosyal sermaye ile artık ne sahibi

olduğumuz, ne bildiğimizin yanında kimleri tanıdığımız da önem kazanmaya başlamıştır (Tekin, 2019: 107). Yani sosyal sermayede kimi ne kadar tanıyoruz önemli olan budur.

Fakat sosyal sermaye, kişiler arasında eylemi kolaylaştıran ilişkilerdeki değişimler aracılığıyla ortaya çıkmaktadır. Beşeri sermaye ise bir kişinin sahip olduğu yeteneği ve bilgisinde bulunduğundan daha somut bir sermaye türü iken sosyal sermaye kişiler arasındaki ilişkiler içinde var olduğundan daha somut bir sermaye biçimi olarak ifade edilmektedir (Şahin ve Ünal, 2010: 87).

Sosyal sermaye, sosyal bilimlerde kullanılan diğer birçok kavram için söz konusu olduğu gibi, içeriği itibarıyla belirli bir disipline özgü olmadığından, tarihsel geçmişi ve gelişimi ilgili yapılan araştırmalar kavramın başlangıcını ontolojik anlamda farklı noktalara dayandırmaktadır. Bu bakımdan sosyal sermaye kavramının kimin tarafından, ne zaman ilk kez ortaya koyulduğu tartışılmalıdır (Öğüt ve Erbil, 2009: 1).

Sosyal sermayenin tarihsel yolculuk ile ilgili çoğu yazında genellikle iki dönemde incelendiği ifade edilmektedir fakat Gerni (2013) çalışmasında üç dönem olarak ele almaktadır. Bunlar (Gerni, 2013: 4-5);

- Kavramın (sosyal sermaye terimi olarak kullanılmadan) fikir olarak ortaya çıktığı ve tartışıldığı dönem,
- Sosyal sermaye teriminin kullanılmaya başladığı 20. yy başları (1916, L. J. Hanifan ve sonrası dönem),
- Putnam başta olmak üzere Bourdieu ve Coleman'ın önemli katkılarıyla, sosyal sermayenin siyasi ve ekonomik tartışmaların gündemine oturduğu ve dikkatlerin üzerine çekildiği dönem.

Sosyal sermaye kavramı 19. yüzyıl ekonomik yazılarında yer almaktadır (Farr, 2004: 19; Woolcock, 1998: 158-160). Ancak kullanımında bir tutarlılık olmadan ve şu anda genel olarak anlaşıldığından çok farklı bir anlama sahiptir. Putnam'ın (1920) önerdiği gibi, bugünkü anlamına en yakın olan ilk kullanımı, 20. yüzyılın ikinci on yılında Lyda J. Hanifan'dan tarafından yapılmıştır. Hanifan, kırsal bir eğitimci ve pratik bir reformcudur (Farr, 2004: 11-14). Sermaye kullanımının mecazi olduğunu ve sosyal sermaye ile bir toplumun - ruhu ve ortak faaliyetlerinin - inşa edildiği ilerici yolu kastettiğini vurgulamak istemektedir. Hanifan, toplum toplantılarının içinde genel olarak eğlence ve daha sonra yapıcı amaçlar için oynadığı önemli rolden bahseden, böyle bir görevin yerine getirilebileceği pratik araçlar ve girişimlerle özellikle ilgilenmiştir (Hanifan, 1920: 79-80). Fakat sosyal sermayeyle ilgili sosyal bağlantılar kurarak tanımlayan bazı teorik bilgiler ortaya konmuş ve sosyal sermayeyi iyi niyet, sempati, sosyal ilişki ve arkadaşlık olarak tanımlanmıştır (Castiglione vd., 2008: 2).

Sosyal sermaye ifadesinin altmış veya yetmiş yıl boyunca gerçekleşmediği veya en azından kendine özgü bir anlamı olmadığı görülmektedir. Terimin kendisi ya da eşdeğerleri, 1950 ve 1970 yılları arasında insan sermayesi ve kentsel gelişim üzerine olduğu gibi, kavramsal bileşenlerinden bazıları sosyal ağlardaki çalışmalarda ortaya çıkmakta zorlanırken, kendine özgü ve büyüyen edebiyatlara katkı yapan birçok çalışmada kısaca ortaya çıkmıştır (Jacobs, 1961: 144; Granovetter, 1985: 487). Bu şaşırtıcı değildir çünkü bu çalışma alanları- eğitim ve insan sermayesi, mahalle ve ağ çalışmaları arasındaki kesimlerde olduğundan, sosyal sermaye fikrinin kendine özgülüğünü kazanmaya başladığı görülmektedir (Castiglione vd., 2008: 2).

Ekonomist Glenn Loury ve ayrıca sosyolog Ivan Light sosyal sermaye kavramını 1970'lerde şehir içi ekonomik gelişme sorununu tanımlamak için kullanmışlardır. O dönemde Afrikalı Amerikalıların, kendi toplulukları için var olan kendi topluluklarında güven ve sosyal bağlardan yoksun olduğu ifade edilmektedir. Asya kökenli Amerikalılar ve diğer etnik grupların, siyah küçük işletme gelişiminin nispi eksikliğini açıklamak için uzun bir yol kat ettiği belirtilmektedir. 1980'lerde sosyal sermaye terimi sosyolog James Coleman ve siyaset bilimci Robert Putnam tarafından daha da geniş bir şekilde kullanılmaya başlanmıştır.

İkincisi, hem İtalya'da hem de ABD'de sosyal sermaye ve sivil toplumun rolü üzerine yoğun bir tartışma başlatmıştır (Fukuyama, 1997: 378). Konseptin ilk sistematik muameleleri bağımsız olarak iki sosyolog James Coleman (1987, 1988) ve ikisi de Hanifan gibi eğitim alanlarıyla ilgilenen Pierre Bourdieu (1980, 1986) tarafından önerilmiştir ve uygulamalı araştırmalarında gözlemledikleri sosyal ilişkilerin etkilerini sistematik hale getirmenin bir yolu olarak sosyal sermayenin teorik bir tanımına vardıkları görünmektedir (Castiglione vd., 2008: 3). Her ikisi de sosyal çevrenin ve sosyal bağlantıların eğitim performansı üzerindeki etkisinden ilham almış olsalar da Bourdieu ve Coleman, farklı amaçlar göz önünde bulundurularak farklı sosyal sermaye teorileri geliştirmişlerdir.

Coleman'ın temel amacı kişilerin içinde bulunduğu sosyal yapıyı niteleyen sosyal ilişkilerin de kişiler için bir "kaynak" olduğu fikrinin bir çerçevesini sağlamaktır. Aynı zamanda, Coleman, sosyal sermaye oluşumunun analizinin, amaçsal ve aksiyomatik olarak kendi kendine ilgilenen kişilerin sonucu olarak sosyal eylemi tasarlayan rasyonel bir seçim perspektifi ile sosyal davranışı açıklayan bir sosyal-norm perspektifi arasında orta bir yol sağladığına ve normların dayattığı dışsal kısıtlamalara bağlı olduğuna ikna olmuştur. Bu nedenle, Coleman için sosyal sermaye, bireysel analiz ile sosyal yapıyı, normatif odaklı ve kendi kendine ilgilenen davranışları sosyal analizde uzlaştırmanın bir yoludur (Castiglione vd., 2008: 3-4).

Coleman da Bourdieu gibi sosyal sermayeyi bir ağ özelliği olarak görmektedir. Ancak Coleman'ın gözünde bu grup içindeki bağlantılar olarak görülmektedir. Bourdieu, sosyal sermayeyi oluşturan grupları ise, bireye/grubun sermayeye erişim sağlayan dış ağı olduğu görüşündedir. Başka bir ifadeyle Bourdieu sosyal sermayeyi, düğümlere (bireysel / grup) bağlantılar yoluyla tedarik edilen bir kaynak olarak görürken, Coleman'ın bakış açısı, sosyal sermayenin ağlar gruplar arasındaki bağlantılardan oluştuğu yönündedir (Westlund, 2006: 1-2).

Bourdieu ayrıca sosyal sermayeyi bir gruba ait olan kaynaklar olarak algılamıştır ona olan ilgisi, genel bir toplumsal yeniden üretim teorisi oluşturma çabasından kaynaklanmaktadır. Onun görüşüne göre, böyle bir teori hem kişilerin hem de grupların yaşadıkları koşulları ve toplumu karakterize eden göreceli ilişkilerini yeniden üretmek için kullandıkları hem maddi hem de sembolik kaynaklara özen göstermelidir. Bourdieu'ya göre, toplumdaki bireylere bir başlangıç yapmak için kaynakların toplanmasının üç ana yolu vardır. Bunlar; ekonomik, kültürel ve sosyal sermayedir. En önemlisi farklı şekillerde, hepsi ailelerin, grupların ve sınıfların nesiller boyunca kaynakları transfer etme yeteneklerine bağlıdır. Bu aktarımın meydana gelme şekli sosyal ve tarihsel olarak belirlenir ve böylece kültürel ve sosyal sermayenin sembolik niteliklerin, ekonomik sermayenin daha maddi niteliklerine dönüştürülebilmektedir. Sonuçta böyle bir dönüşüm, Bourdieu'nun toplumsal yeniden üretim ve başarılı güç aktarımının temeli olarak gördüğü şeydir (Castiglione vd., 2008: 3-4).

1990'lı yıllarda kullanılmaya başlanan ve yeni bir kavram olan sosyal sermaye, yerleşik finansal, reel ve beşeri sermaye kavramları ile birlikte kullanılmaktadır. On yılı aşkın bir süre sonra, çok sayıda akademik disiplinde ve sanal bir sosyal sermaye araştırmasında artış olmuştur. Sosyal sermaye fikri, arkadaşlık kavramlarının aksine, ekonomi disiplininin kaynaklanmaz. Temel olarak kökleri sosyolojiden gelmekte ve 19. yüzyılın klasik sosyologlarından kaynaklandığı söylenmektedir (Portes ve Landolt 1996: 19-20). Terimin şimdiki anlamına ilk açık kullanımı, Amerika Birleşik Devletleri'nde Hanifan (1916) tarafından yapıldığı ifade edilmektedir (Jacobs, 1961). Antropolog Hannerz (1969), Amerika kentleri ve getto kültürleri hakkındaki kitabında bu terimi kullanmıştır. Avrupa'da daha iyi bilinen kültürel sermaye kavramıyla birlikte, sosyal sermaye kavramını da tanıdık hale getiren Bourdieu (1980)'dur. Bourdieu sosyal sermayeyi karşılıklı tanıma ve tanıma ilişkilerinin az veya çok fazla kurumsallaşmış ilişkilerine dayanan bir ağa sahip olması sebebiyle bir bireye ya da bir gruba tahakkuk eden, fiili veya sanal kaynakların toplamı olarak tanımlanmaktadır (Bourdieu ve Wacquant, 1992: 119-120). Sosyal sermaye bireysel bir kaynak olarak tanımlanmaktadır (Loury, 1976; Westlund, 2006: 1).

2000 yılında yapılan Saguaro seminerinde sosyal sermayenin ekonomi, psikoloji, epidemiyoloji, sosyoloji ve siyaset bilimi alanlarında yapılan araştırmalara atıfta bulunarak, kişilerin, kuruluşların ve ulusların refahı üzerinde önemli bir etkisi olduğunu savunulmuştur. Sosyal sermaye araştırmacısı ve yazar Robert Putnam'ın girişimi olan bu seminer, kısmen Amerikan sivil katılımında kriz olarak algılanan şeye bir cevap olduğu ifade edilmektedir (Nicholson ve Hoye, 2008: 2).

Sosyal sermaye geçmişten günümüze kadar birçok araştırmacı sosyolog, ekonomist, siyaset bilimci tarafından ele alınan önemli bir kavram olmuştur. Sosyal sermayenin tarihsel gelişimine bakıldığında farklı bilim adamları tarafından farklı tanımların ortaya çıktığı görülmektedir (Töremen ve Erszli, 2010: 26) ve bu tanımlar Tablo 9'da ifade edilmektedir.



**Tablo 9.** Sosyal Literatürde “Sosyal Sermaye” İfadesinin Tarihsel Gelişimi

1980	Alfred Marshall Sosyal Sermaye’yi farklı bir anlamda kullanmıştır.	Grootaert e Bastelaer (2001)
1916	Bir Batı Virginian okulunda reformcu olan Lydia J. Hanifan; Sosyal Sermaye’nin çoğu insanın günlük yaşamında maddi varlıklar, kıymetler değerinde olduğundan bahseder: ‘Yani birey ve sosyal bir birimi oluşturan aileler arasında iyi niyet, samimiyet, anlayış ve sosyal ilişki’ gibi.	Putnam (1998), Woolcock (1998), Winter (2000)
1961	Jane Jaco, kentsel planlama çalışması: Ağlar, bir şehrin yerini dolduramaz sosyal sermayesidir. Sermaye her ne sebepten, her ne zaman kaybolursa onun yok olmasından gelen kazanç, yeni sermaye yavaşça ve uygun bir şekilde birikmedikçe asla geri dönmez.	Woolcock (1998), Winter (2000)
1970’lerin sonları	Ekonomist Glenn Loury, Sosyal Sermaye ifadesini ırksal gelir eşitsizliğinin neoklasik kuramları üzerine yaptığı eleştirisinde kullanmıştır.	Portes (1998), Winter (2000)
1986	Sosyolog Bourdieu Sermayenin biçimlerini sosyal, kültürel ve ekonomik olarak belirtmiştir.	Bourdieu (1986), Winter (2000)
1988	Sosyolog James Coleman, Chicago’da okul katılımı üzerine yaptığı çalışmasında ‘Sosyal Sermaye’ ifadesine gönderme yapmıştır.	Winter (2000)
1993	Siyaset bilimcisi Robert Putnam ‘Making Democracy Work’ (Demokrasiyi Çalıştırmak) adlı yapıtında bahsetmiştir.	Pantoja (2000), Winter (2000)
1996	Dünya Bankası Sosyal Sermaye Girişimi: Sosyal Sermaye kavramı ve ölçümü, Gelişme üzerinde Sosyal Sermayenin etkisi. Sosyal Sermaye kuramı ile ekonomik büyüme süreci bağlantısı. Sosyal Sermaye üzerinde yirmi ülkenin araştırma projesi.	Grootaert ve Bastaer (2001), ve ortak araştırmacılar

**Kaynak:** Pawar, 2006: 214.

Tablo 8'deki verilere göre sosyal literatürde yer alan sermaye kavramının 20. yüzyıl başlarında ivme kazandığı ve zirve yaptığı 20. yüzyıl sonlarında ise, kavramın çok fazla ilgi gördüğü anlamı çıkarılmaktadır.

### 2.3.2. Sosyal Sermaye Kavramı

Tüm sermaye türleri, gelecekteki zaman içerisinde fayda sağlayacak varlık oluşturulmasını içermektedir. En temel anlamında sermaye, en azından bazı kişiler için gelecekte fayda sağlayabilecek bir varlık kümesi olarak ifade edilmektedir (Ostrom ve Ahn, 2009: 19).

Fukuyama sosyal sermaye teriminin ilk kullanımına, Jane Jacobs'un "Büyük Amerikan Şehirlerinin Ölümü ve Hayatı" klasik eserinde farkına varmıştır. Eserde eski karma kullanımlı kentsel mahallelerde bulunan yoğun sosyal ağların bir tür sosyal sermaye oluşturduğunu ve sokak suçunun yokluğunun ve diğer yaşam kalitesi önlemlerinin temizliğinden polis koruması gibi resmi kurumsal faktörlerden çok daha fazla etkili olduğunu açıklamaktadır (Fukuyama, 1997: 377; Jacobs, 1961: 138-140).

Sosyal sermaye teorisi aslında çok açık bir kavramdır ve sosyal sermaye iki kelime ile açıklanacak olursa şöyle ifade edilebilir; ilişkiler çok önemlidir. İnsanlar birbiriyle ilişki kurarak ve bu ilişkiyi devam ettirerek, kişilerin kendi başlarına başaramayacakları veya güçlükle başarabilecekleri bazı şeyleri gerçekleştirmek amacıyla işbirliği yaparak birlikte çalışabilirler. İnsanlar farklı iletişim ağlarıyla birbirlerine bağlanmaktadır ve ortak değerle bu iletişim ağları aracılığıyla diğer üyelerle paylaşma isteği gösterirler, iletişim ağları bir kaynak yaratma sebebiyle, bir nevi sermaye oluşumu sağlamaktadır (Field, 2003: 1).

Siyasi ve politika tartışmalarında ve akademik araştırma topluluğunda kabul edilmiş birçok terim gibi sosyal sermayeyi neyin oluşturduğuna ve de yapının eleştirilerine ilişkin birçok görüş bulunmaktadır. Bu kavram Putnam (1993: 167) tarafından koordine eylemlerle toplumun etkinliğini ve verimliliğini arttıracak olan sosyal ağlar, güven ve normlar gibi sosyal organizasyonun özellikleri olarak geliştirilen kavramlarla popüler hale gelmiştir. Putnam'a (1993) göre, sosyal sermaye stokları "kendi kendini güçlendiren ve biriktiren" olarak ifade edilir (Putnam, 1993: 167-177). Coleman (1990), ekonomik refahın insan sermayesi yoluyla arttırılabileceğini ve sosyal sermaye göstergeleri ile okul yeterlilik düzeyleri arasındaki ilişkinin, okul politikasının bir parçası olarak sosyal sermayeyi ele almayı haklı çıkardığını savunmaktadır. Buna karşın eleştirilenler, sosyal dışlanma sorunlarının, ekonomik sermayenin toplumdaki adaletsiz dağılımından kaynaklandığını iddia etmektedirler. Bu kritik duruş, ekonomik sermayenin sosyal sermayeyi desteklediğini ve sosyal eşitsizlikleri yeniden

üretmek için daha geniş yapılarla etkileşime girdiğini iddia eden Pierre Bourdieu'nun çalışmasında yansımaktadır. Sosyal sermayenin, sosyal ağlarda ve bağlantılarda ve değerli kaynaklara erişimi potansiyel olarak destekleyebilecek temas ve grup üyeliklerinde bulunduğunu ifade edilmektedir (Bourdieu, 1993: 68). Bu kaynaklar sınıf avantajıyla bağlantılıdır ve onu birbirine bağlayan ve sınıf eşitsizliklerini güçlendiren kültür ve sosyal ağlar arasındaki bağlantıyla güçlendirilmektedir (Catts, 2007: 16).

Fukuyama'ya göre sosyal sermaye, bir grubun kendi üyeleri arasında paylaşılan belirli bir tür gayri resmi değer ya da normların varlığı olarak tanımlanmaktadır. Bu da kişiler aralarındaki iş birliğine izin vermektedir. Değerlerin paylaşılması ve normlar kendi başlarına sosyal sermaye üretmezler çünkü değerler yanlış olabilir ve bu nokta ise basitçe gösterilebilir. Güney İtalya, neredeyse evrensel olarak genelleştirilmiş sosyal sermaye ve güven eksikliğinden oluşan bir bölgedir. Bu ise onun güçlü sosyal normlarının olmadığını göstermemektedir (Fukuyama, 1997: 378).

Sosyal sermaye kişiler arasındaki ilişkilerde var olan bir kavramdır. İnsanların birbirleriyle kurdukları ilişkiler ve bu ilişkilerin olumlu veya olumsuz olması topluma yansımaktadır. Sosyal sermaye bir toplumda güven olgusunun hakim olmasından ileri gelen bir yeti olarak da ifade edilir. Birbirine güvenen insanların oluşturduğu bir toplumun sosyal sermayesi de yüksek olur. Sosyal sermayeye sahip toplumlardaki kişiler, çalıştıkları kurumların sosyal sermayelerine de katkıda bulunabilmektedirler. Son yıllarda sosyal sermaye ile ilgili yapılan çalışmalarda oldukça anlamlı sonuçlar çıkmıştır. Sosyal sermayenin, toplum bazında daha az suç ve daha az şiddetin ortaya çıkmasına, kurumlarda daha yüksek yönetim ve işgücü performansının açığa çıkmasına, okullarda daha yüksek eğitsel başarıların ortaya çıkmasına ve bireysel yaşamda ise daha sağlıklı ve uzun yaşamı garanti altına almasına katkıda bulunduğu belirtilmiştir (Töremen ve Ersözlü, 2010: 34).

Sosyal sermayenin neye benzediğine, örgütlerde nasıl işlediğine, bu sermayeye nasıl yatırım yapıldığına, işletmelerin ve kişilerin yatırımlardan ne gibi faydalar beklediklerine dair yapılan araştırmalar sonucu şöyle bir tanım çıkarılmıştır; “*Sosyal sermaye, insanlar arasındaki aktif bağlantılar stokundan; insan şebekelerini ve topluluklarını birbirine bağlayan ve işbirliğini mümkün kılan güven, karşılıklı anlayış ve ortak değerler ile davranışlardan oluşur*” (Cohen ve Laurence, 2001: 20).

Lin (2004), sosyal bağlantıları ve sosyal ilişkileri hedeflere ulaşmada kullanmanın önemini açıklamaktadır. Lin'e göre sosyal sermaye veya bu tür bağlantılar ve ilişkiler yoluyla erişilen kaynaklar, hedeflere ulaşmada kişiler, sosyal gruplar, organizasyonlar ve topluluklar için çok önemlidir (Lin, 2004: 2).

Sosyal sermayenin ana fikrinde sosyal iletişim ağlarının çok değerli bir servet olduğu yatmaktadır. Sonuç olarak ne kadar çok kişi tanıyorsanız sosyal sermaye açısından da o kadar zenginsiniz demektir.

Sosyal sermaye konusunda yapılması gereken iki nokta bulunmaktadır. Her şeyden önce, bu bir insan sermayesinin alt kümesi olmadığı ifade edilmiştir. Çünkü kişilerin değil, grupların mülkiyeti olarak belirtilmiştir. Geleneksel insan sermayesi, eğitimi ve becerileri Robinson Crusoe'nun meşhur ıssız adasında edinilebilir. Buna karşılık, sosyal sermayenin altında yatan normların herhangi bir anlama sahip olabilmesi için birden fazla kişi tarafından paylaşılması gerekmektedir. Sosyal sermayeye sahip olan grup, ortak bir proje hakkında bilgi paylaşan veya işbirliği yapan iki arkadaş kadar küçük olabilmekte ve bütün bir ulus kadar büyük olabilmektedir. İkinci nokta, sosyal sermayenin politika veya ekonomi açısından mutlaka iyi bir şey olmamasıdır. İyi veya kötü olsun tüm sosyal faaliyetler için koordinasyon gereklidir. Thrasymachos'un adaletin yalnızca daha güçlü bir avantaj olduğu iddiasına cevap veren Sokrates, Cumhuriyetin 1. kitabında, bir soyguncu grubunun bile kendi aralarında adalet hissine sahip olmaları gerektiğini veya başkalarının soygunlarını çözmeyi başaramadıklarını belirtmektedir (Fukuyama, 1997: 380). Sosyal sermayenin dili ve söyleminin politika ile ilişkili olduğu ifade edilmiştir (Jennings, 2007: 9).

Sosyal sermayeye ile ilgili literatürde en çok rastlanan tanım ve ifadeler Tablo 10’da sunulmuştur.

**Tablo 10.** Sosyal Sermaye Tanımları

	<b>Araştırmacılar</b>	<b>Tanım</b>
<b>Dışsal</b>	<b>Baker</b>	Aktörlerin spesifik sosyal yapılardan elde ettikleri ve sonra kendi ilgilerini takip etmekte kullandıkları bir kaynak; aktörler arasındaki ilişki, değişimleri yaratmaktadır.
	<b>Belliveau, O'Reilly, And ve Wade</b>	Bireyin kişisel ve ağı ve seçkin kurumsal bağlantılarıdır.
	<b>Boxman, De Graaf, ve Flap</b>	Destek sağlayabileceğini beklediğimiz kişilerin sayısı ve bu kişilerin kendi kullanımında olan kaynaklardır.
	<b>Burt</b>	Arkadaşlar, iş arkadaşları ve daha genel iletişim aracılığıyla finansal ve beşeri sermayenin fırsatlarını kullanma olanağıdır.
	<b>Knoke</b>	Sosyal aktörlerin örgüt içinde ve örgütler arasında diğer sosyal aktörlerin kaynaklarına erişim kazanmak için ağ bağlantıları yaratmaları ve bunları harekete geçirme sürecidir.
	<b>Portes</b>	Aktörlerin sosyal ağlara ve diğer sosyal yapılara üyelikleri sayesinde avantajlarını koruma yeteneği sayesinde çıkarlarını koruma yeteneğidir.
<b>İçsel</b>	<b>Brehm ve Rahn</b>	Kollektif eylem sorunlarının çözümünü kolaylaştıran vatandaşlar arasındaki kooperatif ilişkiler ağıdır.
	<b>Coleman</b>	Sosyal sermaye fonksiyonu ile açıklanmaktadır. Sosyal sermaye sadece tek bir varlık olmayıp, fakat ortak iki özelliği olan bir dizi varlıktır: sosyal yapının bazı görünüşlerinden oluşmakta ve yapı içindeki kişilerin belli eylemlerini kolaylaştırmaktadır.

	<b>Fukuyama</b>	“İnsanların gruplarda ve örgütlerde ortak amaçlar için birlikte çalışma yeteneğidir.
	<b>Portes ve Sensenbrenner</b>	Bu beklentiler ekonomik alana yönelik olmasa bile, ekonomik hedefleri ve üyelerinin hedef arama davranışını etkileyen bir kolektivite içindeki eylem beklentileridir.
	<b>Putnam</b>	Karşılıklı fayda için koordinasyonu ve işbirliğini kolaylaştıran ağlar, normlar ve sosyal güven gibi sosyal organizasyon özellikleridir.
	<b>Thomas</b>	Sivil toplum içinde kolektif bütünü için gelişimi teşvik eden bu gönüllü araç ve süreçlerdir.
<b>Her ikiside</b>	<b>Loury</b>	Piyasada değerli beceri ve özelliklerin kazanılmasına katkıda bulunan veya yardımcı olan kişiler arasında doğal biçimde oluşan sosyal ilişkilerdir.
	<b>Nahapiet ve Ghoshal</b>	Bir bireyin veya sosyal birimin sahip olduğu ilişkiler ağından sağlanan ya da bunun aracılığıyla elde edilen ve içine gömülmüş gerçek ve potansiyel kaynakların toplamıdır. Sosyal sermaye böylece hem ağı hem de ağ aracılığıyla harekete geçirilebilen varlıkları kapsamaktadır.
	<b>Pennar</b>	Bireysel davranışı ve o suretle ekonomik büyümeyi etkileyen sosyal ilişkiler ağıdır.
	<b>Schiff</b>	İnsanlar arasındaki ilişkileri etkileyen ve fayda fonksiyonu ve/veya üretimin girdileri olan sosyal yapının unsurlarıdır.
	<b>Woolcock</b>	Birinin sosyal ağlarına giren bilgi, güven ve karşılıklılık normlarıdır.

### 2.3.3. Sosyal Sermaye Teorileri

Sosyal sermaye kavramı ile ilgili literatür incelemesi yapıldığında Pierre Bourdieu, Robert Putnam ve James Coleman tarafından geliştirilen üç değişik yaklaşımın olduğu görülmektedir. Sırasıyla bu üç öncünün de görüşlerine de yer verilmiştir. Sosyal sermaye analiz edildiğinden dolayı bu akımın temsilcisi olan kuramcılarına da yer verilmiştir. Var olan farklılıklara rağmen, bu üç bilim insanı da sosyal sermayenin kişisel bağlantılardan ve kişiler arası etkileşimden ve bu kişilerle ilişkilendirilen paylaşılan değerler kümesinden oluştuğunu düşünmektedir.

#### 2.3.3.1. Pierra Bourdieu

Literatür araştırmasında sosyal sermaye kavramına farklı bir bakışın Bourdieu tarafından yapıldığı görülmektedir. Bourdieu sosyal sermayeyi bireysel boyutlara sahip bir kavram olarak tanımlamaktadır. Sosyal sermaye kavramının ilk modern incelemesini Bourdieu yapmıştır.

Pierre Bourdieu sosyal sermaye kavramına yavaş yavaş ulaşmıştır. Coleman ve Putnam, Kuzey Amerika'nın politik ve sosyal düşünce geleneğinde çalışırken Bourdieu, sosyal sınıfın ve diğer yerleşik eşitsizlik biçimlerinin sürekliliği ile ilgilenen Avrupalı bir sosyolog olarak anılmaktadır. İlk başlarda Bourdieu'nun tavrı, toplumsal yeniden üretimin kültürel bir antropolojisini yaratma çabasıyla ortaya çıkmıştır (Field, 2003: 13). Bourdieu'nun sosyal sermaye üzerine yazdığı ilkyazı, sosyal düzenin farklı temellerinin daha geniş bir analizinin bir parçası olarak ifade edilmektedir. Bourdieu, ajanların sosyal alandaki konumlarını, göreceli sermayelerinin miktar ve ağırlığına ve hedeflerine ulaşmak için kabul ettikleri özel stratejilere göre belirlemiştir (Bourdieu, 1997: 487-488). Sosyal alan kuramı içerisinde sosyal sermayeyi tanımlayan Bourdieu'nun sosyal alan kuramında, alanı meydana getiren faktörlerin birbirleriyle olan ilişkilerini incelemiştir. Marx'ın sermaye kavramını ödünç alan Bourdieu, sermayeyi sadece iktisadi alanla sınırlamamaktadır (Jourdain ve Naulin, 2011: 17-20).

Bourdieu sermayeyi; insanların ekonomik güç seviyesini gösteren “ekonomik sermaye”, bireyin kültürel değerleri, çevresi, sahip olduğu sertifika ve diploma gibi belgelerde somutlaşan kültürel kurumların meydana getirdiği “kültürel sermaye” ve kişilerin harekete geçireceği etkili bağlantı ağlarının miktarıyla kavramlaştırdığı “sosyal sermaye” olarak üç farklı biçimde tanımlamaktadır. Bourdieu göre sosyal sermayenin, kişinin sahip olduğu

ilişkinin kalitesinin, kişinin yaşamındaki statüsünü etkileyebileceğini ve yükseltebileceğini ifade etmektedir (Altay, 2007: 345).

Bourdieu'nun konuyla ilgili yaptığı tüm açıklamaların merkezinde sermaye kavramı yer almaktadır. Bourdieu'ya göre sermaye “toplumun biriktirilmiş tarihidir” (Bourdieu, 2012: 234-236). Bu husus, Bourdieu'nun sosyolojik anlayışında bir toplumun, yani sosyal dünyanın nasıl çalıştığının daha detaylı incelenebilmesi ve daha doğru anlaşılabilmesi için oldukça önemlidir (Yarcı, 2011: 130). Sosyal sermayenin iki bileşeni vardır: ilk olarak grup üyeliği ve sosyal ağlarla bağlantılı bir kaynaktır.

Bir bireyin sosyal sermayesinin hacminin, etkin bir şekilde harekete geçirebileceği bağlantılar ağının boyutuna bağlı olduğu ifade edilmiştir (Bourdieu, 1986: 249). Bunun anlamı, belirli bir acente tarafından sahip olunan ekonomik ve kültürel sermayeye, hatta bağlı olduğu bütün acente grubuna görece indirgenemez olmasına rağmen, sosyal sermayenin asla ondan tamamen bağımsız olmadığıdır. İşletmelerin objektif homojenliği ve mevcuttaki sermayelerini kabul etmesi, sahip oldukları sermaye üzerinde çarpan etkisi yaratmaktadır. Bir gruba üyelikten tahakkuk eden kar, onları mümkün kılan dayanışmanın temeli olarak ifade edilir. Bu, sosyal sermayeyi yoğunlaştırmak ve bilinçli olarak ele alınacak çarpan etkisinden tam olarak faydalanmak amacıyla seçkin kulüpler gibi gruplar halinde bile olsa bilinçli olarak takip edildikleri anlamına gelmemekte ve bu yararlı ilişkilerden tahakkuk eden her türlü hizmet türü gibi üyelik maddi kazançlarını ve nadir, prestijli bir grupla birliktelikten türetilenler gibi sembolik karları güvence altına almak için olduğu görüşüdür (Bourdieu, 1986: 250).

Sosyal sermayenin bir grubun yalnızca ortak bir kalitesi değil, oyuncular arasındaki ilişkilerin bütünlüğü tarafından üretilen bir kalite olduğu belirtilmiştir (Bourdieu, 1980: 2). Gruplara üyelik ve bunların içinde gelişen sosyal ağlara ve üyeliğin ortaya çıkardığı sosyal ilişkilere dahil olmak, aktörlerin farklı alanlardaki sosyal konumlarını iyileştirme çabalarında kullanılabilir. Sosyal sermaye uygulamalarına örnek olarak gönüllü dernekler, sendikalar, siyasi partiler, gizli topluluklar verilebilir, bunlar toplumsal yapılanmaların modern örnekleri olarak ifade edilmektedir. Sosyal sermayenin kontrolündeki farklılıklar, aynı miktardaki ekonomik ve kültürel sermayenin neden farklı derecelerde kar elde edebileceğini ve farklı aktörlere farklı etki gücü sağlayabileceğini açıklayabilmektedir. Sosyal sermaye yaratan grup üyelikleri, diğer sermaye biçimlerinin etkisi üzerinde “çarpma etkisine” sahiptir (Joppke, 1986: 70; Coleman, 1988: 100).

Bourdieu'ya göre sosyal sermayenin oluşturulması ve etkili bir şekilde kullanılması sosyal gruplardaki üyelik ve sosyal ağlar ile doğrudan ilişkilidir. Bir kişinin sosyal

sermayesinin gücü, ondan etkili bir şekilde yararlanacağı ilişki ağların büyüklüğüyle doğrudan orantılıdır. Sosyal sermaye, yalnızca grubun ortak bir niteliğinden değil, ayrıca bireyler arasındaki ilişkileri bütününden de elde edilmektedir. Gruplara üyelik, sosyal ağlara katılım, sosyal ilişki yaratma ve bunlar çoğu alanda kişilerin sosyal pozisyonlarını desteklemek için kullanılmaktadır (Siisiainen, 2003: 12-20). Başka bir deyişle sosyal bir ilişki oluşturmak için gruplara üye olmak ve sosyal ağlara tabi olmak gerekmektedir. Bu şekilde oluşturulan sosyal sermaye, diğer sermaye çeşitleri gibi kişilerin sosyal sınıflarını tespit etmektedir. Bu ifadelerden anlaşılacağı üzere Bordieu, sosyal sermayeyi dışsal boyutuyla incelemiştir. Başka bir deyişle kişilerin gruplara katılmasıyla elde edecekleri faydalara odaklanmaları gerekmektedir. Bir gruba üye olmak, üye olmayan kişilerin gruptaki kaynaklara erişimini engellemektir. Bu da sosyal sermayenin rekabetçi bir yapıya sahip olduğunu göstermektedir (Tekin, 2019: 118-119).

### **2.3.3.2. James Coleman**

Eğitim çalışmaları üzerinde önemli etkiye sahip olan ünlü bir Amerikalı sosyolog olan James Coleman, Bourdieu'dan çok daha geniş bir etkiye sahiptir. Coleman Amerikan varoşları üzerinde yaptığı eğitim kazanımı araştırmasında, sosyal sermayenin güçlüler ile sınırlı olmadığını, aynı zamanda fakir toplumlara da gerçek faydalar sağlayabileceğini gösterebilmiştir (Field, 2003: 20). Bu yaklaşımla Coleman sosyal sermayenin kavramsallaştırılmasında insanlar arasındaki ilişki içerisinde "sosyal-yapısal" kaynakları yani "insanlar arasındaki ilişkilerde somutlaşmış" kaynakları (Glover ve Hemingway, 2005: 390) vurgulamaktadır. İnsanlar arasındaki patolojilerin tamamının parçalanmışlıklardan kaynaklandığı ve kuruluşların ve kişilerin ayrıca farklı seviyelerde sosyal sermayeye sahip olmaları (Greve vd., 2010: 39) düşüncesiyle, sosyal ağların kurulması ve geliştirilmesi ile ilgili görüşler ileri sürülmüştür (Öğüt ve Erbil, 2009: 14) Coleman, sosyal sermayenin, insanların etkileşim sırasında birbirlerinden bir şeyler öğrendiğini ifade etmektedir.

Coleman sosyal sermayenin bir kaynağı temsil ettiğini öne sürmektedir, çünkü sosyal sermaye karşılıklılık beklentisini içerir ve ilişkileri en yüksek derecede güven ve paylaşılan değerler tarafından yönetilen daha geniş ağları içermek üzere herhangi bir bireyin ötesine geçmektedir. James Coleman'ın etkisi, özellikle İngilizce konuşulan dünyada çok geniş kapsamlı olmuştur. Bu önceden bir bakıma daha kurumsallaşmamış düşünceye getirdiği kavramsal açıklığı ve bilginliği yansıtmaktadır. Eğer İngilizce konuşanlar tarafından bilinmeseydi bu yansıtılamadı. Bu Coleman'ın sosyal bilimlerdeki genel duruşunu yansıtmaktadır. 1995 yılında öldüğü zaman ABD'de en saygın ve en çok tartışılan sosyal

teorisyenlerden biriydi. Coleman'ın eserleri de Bourdieu gibi metodolojik ve tematik olarak kapsamlıdır ve tartışmalardaki adil paylaşımı kendine çekmiştir. Coleman'ın çalışmasındaki sosyal sermayenin yeri, sosyal düzenin temelleriyle mücadele etmeye daha geniş bir çaba içinde yer alır, *Sosyal Teorinin Temelleri* üzerine yapılan anıtsal geç dönem çalışmasında en çarpıcı şekilde tanık etmektedir (Field, 2003: 20). Ekonomi ve sosyoloji bilimlerini bir arada kullanarak disiplinler arası bir çalışma yapan Coleman, sosyal sermaye kavramını ekonomi alanında kullanmış bu kavramı rasyonel tercih kavramı çerçevesinde tanımlamıştır (Büyükikimen, 2015: 47). Coleman, çocukların başarı durumları üzerinde yaptığı çalışmalarda sosyal sermaye kavramını sıkça kullanmıştır.

Çocukların okuldaki başarısını sosyal sermayenin varlığı ile açıklamaktadır. Öğrencilerin başarı durumlarını ve okuldan ayrılma sebeplerini Coleman'ın çalışmalarında finansal sermaye, sosyal sermaye ve beşeri sermaye ile açıklamaktadır. Sosyal sermayenin maddi durumu kötü olan insanlara da yarar sağlayacağını belirtilmektedir (Field, 2003: 28).

James S. Coleman'ın ortaya koyduğu rasyonel seçim yaklaşımında, sosyal sermayeyi sosyal ilişkilerden oluşan bireysel bir kaynak olarak tanımlamıştır. Coleman ise sosyal sermayenin sadece bireysel bir kaynak olmanın yanı sıra, bireyden de bağımsız olduğunu ifade etmiştir. Diğer sermaye türlerinden ekonomik ve beşeri sermaye tümüyle bunlara sahip olan kişiye ait olduğu halde sosyal sermaye kişinin kendi mülkiyetinde olan bir sermaye çeşidi değildir ve sosyal ilişkilerin doğal bir unsuru olarak ortaya çıkmaktadır. Yani “kişilerin kendi aralarında ve farklı kişilerin birbirleriyle olan ilişkilerinin doğal yapısından meydana gelir” (Coleman, 1990: 302). Diğer yandan kişi, sosyal sermayeyi kişisel veya ortak amaçlara ulaşmak için kullanır. Coleman'ın sosyal sermayeye bakışı, bu sosyal yapıyı bireyin hangi amaçlarla kullanacağı üzerine odaklanmıştır (Erselcan, 2009: 249).

### **2.3.3.3. Robert Putnam**

Bourdieu ve Coleman'ın itibarı, büyük ölçüde akademik çevrelerle sınırlı kalsa da, kariyerinin başlarında olmasına rağmen, Coleman büyük bir ABD devlet araştırması olan “Eşitlik Aşınma Fırsatı”nın birincil yazarı olarak eğitim politikası tartışmalarına önemli ölçüde katkıda bulunmuştur. Putnam ise herkesten daha fazla sosyal sermayeye önem veren ve 1990'ların en çok atıf alan yazarı olduğu bildirilen Harvard siyaset bilimcisidir. Putnam'ın sosyal sermayeye ilk katkısı, “Demokrasi Çalışması” (1993) ile İtalya'da bölgesel yönetim reformu üzerinde yapılan ve yaygın olarak klasik kabul edilen bir araştırma ile olmuştur. Putnam kurumsal reform ve performansın etkinliğinin, özellikle bu ağların güven, karşılıklılık ve sivil katılımı normlarını teşvik ettiği yoğun gönüllü dernek ağlarının varlığı ile güçlü bir

şekilde ilişkili olduğunu ileri sürmüştür. Putnam, ağın en önemli biçiminin gönüllü dernek olduğunu savunmaktadır. Çevredeki örgütlenmelerin olumsuzluklardan bağımsız olarak, kooperatifler, spor kulüpleri, edebi topluluklar gönüllü derneklere katılım (Glover ve Hemingway, 2005: 391-392), işçi sendikalarına üyelikler gibi sosyal ağların geliştirileceği gruplara katılma (Öğüt ve Erbil, 2009: 15) insanların işbirliği faaliyetlerde bulunması ile güçlü olabildiklerini savunmuştur (Glover ve Hemingway, 2005: 391-392). Ayrıca, “vatandaşlık erdeminin” sosyal sermaye ile yakından ilişkili olduğunu ve “yoğun karşılıklı sosyal ilişkiler ağı içine gömüldüğünde en güçlü olduğunu” iddia etmektedir (Dodd vd., 2015: 2). Putnam gazete okumak, gönüllü derneklere üyelik ve siyasi otoritelere duyulan güven ifadeleri gibi farklı topluluk faaliyetlerine insanların katılımını inceleyerek sosyal sermayeyi ölçmüştür. Sosyal sermaye kavramını bireysel olgulardan çok kolektif yapan kişi Putnam’dır (Ahl, 2008: 170-175).

Putnam’a göre bir toplumda sosyal sermayenin varlığı, sivil katılımın artması ile ölçülürken, sosyal sermayenin yokluğu, sivil nüfusun sosyal faaliyetlerinde bir düşüş ile gösterilmektedir. Putnam sosyal sermayeyi öncelikle ölçülebilir ilişkiler olarak görürken Bourdieu ve Coleman bu ilişkilerin duygusal, kültürel ve sosyal niteliği ile ilgilenmektedir (Svendsen ve Svendsen, 2003: 620). Putnam sosyal sermayeyi yatay ilişkiler takımı olarak gördüğünü ifade etmekte, sosyal ağlar fiziki ve insan sermayesindeki yatırımları pekiştirmekte, kimi durumlarda ise fiziki sermayenin önüne geçebileceğini belirtmektedir (Demir, 2011: 903).

Robert Putnam, “Bowling Alone ” adlı çalışmasında Amerikan toplumunun son 30 yıl içindeki sosyal sermaye düşüşüne odaklanmıştır. Putnam bu çalışmasında sosyal sermayeyi Amerika’nın düşen sosyal sermayesinde, sosyal sermayeyi koordine eylemini kolaylaştırarak toplumda verimliliği arttıracak güven, ağlar ve norm gibi sosyal organizasyonun özelliği olarak tanımlamıştır (Putnam, 1995: 66-67; Portes, 1998: 18). Putnam sosyal sermayeyi tanımlarken sivil katılım ağlarına da vurgu yapmıştır.

#### **2.3.4. Sosyal Sermayenin Boyutsal Sınıflandırılması**

Sosyal sermayenin bir başka önemli kavramsallaştırması Nahapiet ve Ghoshal (1998) tarafından geliştirilmiştir ve sosyal sermaye bilişsel, ilişkisel ve yapısal olmak üzere üç boyutta tanımlanmıştır.

#### **2.3.4.1. Yapısal Boyut**

Yapısal boyut altında, ağ bağları, ağ yapılandırması ve uygun organizasyon listelenir. Bu boyut; bir gruptaki kişilerin kendi aralarında oluşturdukları ve geliştirdikleri bağları ve ait oldukları, kabullendikleri hissettikleri ilişki ağını göstermektedir. Bu boyutun oluşması ve gelişmesi gruptaki kişilerin bu konuda bilinç ve duyarlılıkları doğrultusunda şekillenecek ve grubun kültürü halini alacaktır. (Nahapiet ve Ghoshal, 1998: 250). Sosyal sermayenin yapısal boyutu, örgütlerde bulunan genel ilişki düzeni ile ilgilidir. Başka bir deyişle bu boyut bir kuruluştaki kişilerin birbirlerine ne kadar bağlı olduklarını içermektedir. Bir başka ifadeyle çalışanların birbirlerini tanıma durumlarını göstermektedir (Bolino vd., 2002: 506).

#### **2.3.4.2. İlişkisel Boyutu**

Bu boyut güven, normları, yükümlülükleri ve tanımlamayı içermektedir. Mesleki bağlantılar ve ilişkiler, sorumluluklar, normlar güvenin oluşmasına sebep olan kişiler arası ilişkileri göstermektedir. İlişki boyutunda kişilerin birbirine yaklaşım şekli, birbirini kabul etme seviyesi, olumlu yaklaşma eğilimleri, birbirlerinin hatalarına karşı yaklaşımları gibi davranışları ele alınmaktadır (Nahapiet ve Ghoshal, 1998: 250). Sosyal sermayenin ilişkisel boyutu, bir organizasyondaki bireyler arasındaki bağlantıların niteliği ile ilgilidir. Başka bir deyişle, yapısal boyut çalışanların birbirine bağlı olup olmadığına odaklanırken, ilişkisel boyut bu bağlantıların niteliğine odaklanır (yani, güven, samimiyet, beğenme vb.) (Bolino vd., 2002: 506).

#### **2.3.4.3. Bilişsel Boyut**

Bilişsel boyut paylaşılan kodları, dili ve anlatıları içermektedir. Bu boyut kişiler arasında meydana gelen üyelerin ortak ilgi alanlarını göstermektedir. Bu ilgiler zaman içerisinde grupta oluşan sorunlara karşı ortak bir çözüm anlayışının geliştirilmesiyle sonuçlanmaktadır. Grup hafızasının oluşmasında çok önemli yere sahip olan bu boyut, paylaşılan değerlerin artırılıp korunmasında önem taşımaktadır.

Sosyal sermayenin bu boyutların teorilerde sinerjinin meydana çıkarılması noktasında, yöneticilerin bu sermayeyi tesis etme ve değerlendirme çabalarına kaynaklık edecektir (Töremen ve Ersözlü, 2010: 44). Bu boyutların her biri grup üyelerine bazı toplumsal faaliyetlerde kullanabilecekleri ve ortak sahip oldukları bazı değerler kazandırmaktadır. Yapısal sosyal sermaye kişi ve kaynaklara erişim ağının varlığını gösterirken ilişkisel ve bilişsel sosyal sermaye kaynak alışverişinin yapılabilirliğini yansıtmaktadır (Gerni, 2013: 97).

Başka bir ifadeyle bilişsel boyut, bir sosyal ağ içindeki çalışanların ortak bir bakış açısı veya anlayışı ne ölçüde paylaştığı ile ilgilidir. İlişkisel boyut gibi sosyal sermayenin bilişsel boyutu da bir organizasyondaki bireyler arasındaki bağlantıların niteliği ile ilgilidir (Bolino vd., 2002: 506).

Bununla birlikte, yapısal boyut, çalışanlar arasındaki ilişkilerin sadece varlığını tanımlarken, ilişkisel boyut ise bu bağlantılara ne kadar kaliteli bir etki getirildiğini tanımlamaktadır. Sosyal sermayenin bu son yönü, bu bağlantıların kendileri için bilişsel bir bileşeni olup olmadığına odaklanmaktadır. Başka bir deyişle çalışanlar birbirlerini gerçekten anlıyorlar mı?. Araştırmacılar, sosyal sermayenin değerli olduğunu, çünkü koordinasyon sorunlarını çözdüğünü, işlem maliyetlerini azalttığını ve bireyler arasında ve arasında bilgi akışını kolaylaştırdığını öne sürmektedir (Lazega ve Pattison, 2001: 185-190; Lin, 2004). Benzer şekilde Putnam (1993), sosyal sermayenin kolektif çalışmayı kolaylaştırdığını ve nihayetinde ekonomik ve toplum kalkınmasını kolaylaştırdığını savunmaktadır (Bolino vd., 2002: 506).

### **2.3.5. Sosyal Sermaye Türleri**

Sosyal sermayenin tanımında olduğu gibi türlerine ilişkin de farklı farklı alanlarda farklı sınıflandırmalar bulunmaktadır. Putnam'ın (2000), sosyal sermaye türlerine ilişkin sınıflandırmasının bağlayıcı ve köprü kurucu olmak üzere 2'ye ayırdığı görülmektedir. Woolcock (2000) ise sosyal sermayeyi bağlayıcı ve köprü kurucu boyutuna birleştirici sosyal sermayeyi de ekleyerek 3'e ayırmıştır (Tekin, 2019: 128).

#### **2.3.5.1. Bağ Kurucu Sosyal Sermaye**

Bağ kurucu sosyal sermaye, homojen insan grupları arasındaki sosyal bağlara dayalı ilişkilerle ilgilidir. Birincil ilişkiler ile sınırlı bağ kurucu sosyal sermaye içe dönüktür ve aile, arkadaş, komşu gibi yakın ilişkileri olan; birbirini yakından tanıyan kişiler arasındaki bağları ifade etmektedir. Bağlayıcı ağlar içerisindeki kişilerin özellikleri birbirine benzemektedir. Bu daha koruyucu ve içe dönük bir üyelik çeşididir bu nedenle karşılıklı ödün ve dayanışma konusunda daha iyidir. Bağ kurucu sosyal sermaye genellikle koruyucudur ve yakın üyeliğe sahiptir bu nedenle belirli karşılıklığa dayanmak ve gayri resmi dayanışmayı harekete geçirir, başka bir deyişle, homojen grupları besler ve ekonomik açıdan dezavantajlı kişilerin ve grupların elde edilmesini sağlar. Bağ kurucu sosyal sermaye güçlü grup içi sadakat yaratarak, grup dışı güçlü bir düşmanlık da yaratabilmektedir (Oorschot vd., 2006: 151). Bağlayıcılık ortak hedeflere ulaşmak gerekli olan iletişimi ve ilişkileri güçlendirmektedir. Buna ilaveten

bağ kurucu ağlar yardım kurumları ve yerel dernekler gibi topluluk örgütlenmelerinin oluşturulmasını ve beslenmesini sağlamaktadır (Gerni, 2013: 38). Bağ kurucu yani dayanışmacı sosyal sermayeyi ortaya çıkaran Coleman, yoğunluğu fazla olan bağların, hem bağ içindeki bireyler için hem de grup için önemli yararlar sağladığını iddia etmektedir. Bu tür bağ yapılarında kişiler birbirleriyle sürekli temas halindedir ve sürekli bu temaslar ortak davranış normlarını ve kişilerin birbirlerine karşı olan beklentilerinin oluşmasını sağlamaktadır (Başak ve Ötaş, 2010: 33).

### **2.3.5.2. Köprü Kurucu Sosyal Sermaye**

Köprü kurucu sosyal sermaye ise yabancı insanlara genelleştirilebilecek daha geniş kimlikler ve daha geniş kapsamlı güven üretmektedir. Bu tür sosyal sermaye dışa dönük bir görünüme sahiptir ve çeşitli toplumsal bölünmeler arasındaki insanları kapsamaktadır. Sosyal sermayenin köprü kurması, çok yakın olmayan uzak arkadaşlıklar ve iş arkadaşları gibi benzer kişilerin daha uzak bağlarını ifade etmektedir. Birçok durumda hem köprü kurucu sosyal sermaye hem de bağ kurucu sosyal sermayeyi güçlendirmek, güçlü bir şekilde olumlu sosyal etkilere sahip olabilir. Köprü kurucu sosyal sermaye, genellikle sivil katılımıdır, farklı topluluklar ve açık üyeliğin icrası arasındaki boşluğu daraltır ve bu nedenle organize dayanışma ve ileriye gitme için çok önemlidir (Oorschot vd., 2006: 151). Sosyal ağlara katılım sosyal sermaye literatüründe önem verilen bileşenlerden biridir ve farklı etnik topluluklar arasında köprü kurucu bir işlev üstlenmektedir (Duman ve Alacahan, 2011: 230). Bu ağların üyelerinin değerleri ve normları daha evrenseldir ve milliyet, din, sosyal sınıf ya da politika gibi belirli özellikler gerektirmez (Mačerinskienė ve Vasiliauskaitė, 2007: 54). Köprü kurucu sosyal sermaye, insanların birbirlerini tanımalarına yardımcı olmak, ilişkiler kurmak, bilgi paylaşmak ve topluluk kaynaklarını seferber etmek yoluyla topluluk sorunlarını çözmek için çok önemli bir kavramdır (Bhandari ve Yasunobu, 2009: 498).

Woolcock (1998) ve Narayan (1999), köprü kuran sosyal sermaye ile devlet faaliyetlerini bütünleştirme fikrini geliştirmiştir. Woolcock ve Narayan köprü kuran sosyal sermaye ile devlet faaliyetlerinin toplulukların bölge ve ulus ölçeğinde farklı kombinasyonlarının farklı sonuçlar ortaya çıkaracağını söylemektedir. Devlet yönetiminin iyi bir köprü kuran sosyal sermayenin fazla olduğu toplumlarda ekonomik refah, toplumsal düzen sağlanır ve devlet ile toplum birbirini tamamlamaktadır. Fakat bir toplumun sosyal sermayesi, birbirinden bağımsız sosyal gruplardan oluşuyorsa, daha güçlü olan gruplar diğerlerini dışlayarak devlete hükmeder ve bu şekildeki toplumlarda anlaşmazlıklar görülür. Başka bir

ifadeyle devlet dışlanmış gruplara ulaşır ve bunlarla köprü kurarsa sosyal ve ekonomik bakımında refaha yaklaşmış olur (Woolcock ve Narayan, 2010: 290).

#### **2.3.5.3. Birleştirici Sosyal Sermaye**

Birleştirici sosyal sermaye farklı grupların sosyal statüye güce ve refaha erişimlerinin söz konusu olduğu bir hiyerarşik düzen içerisinde farklı sosyal tabakalardaki kişiler arasındaki ilişkiyi ifade etmektedir.

Bu tür sosyal sermaye, farklı sosyal sınıflardaki kişiler arasında olan ilişkileri nitelendirmektedir. Hiyerarşik olarak kişileri bir araya getiren bu ilişki içinde sosyal statüye, güce, ve refaha farklı grupların da ulaşması sağlandığından “birleştirici” olarak nitelenmektedir (Şan ve Şimşek, 2011: 97). Birleştirici sosyal sermaye çok farklı sosyal konumlarda ve güçte bulunan bireyleri ve gruplar arasındaki bağları ve ağları ifade etmektedir (Adler ve Kwon, 2002: 19-20).

Birleştirici sosyal sermaye, hem bağ kurucu hem de körü kurucu sosyal sermayenin nitelikleri ile karakterize edilmektedir. Bu, sosyal sermayeyi bağlayan ilişkinin dayanmasına bağlıdır. Eğer bireyin iktidardakilerle bağ kurucu sosyal sermaye yani arkadaşlık ya da akrabalık ilişkileri var ise, birleştirici sosyal sermayeye bağ kurusu sosyal sermayeden daha fazla benzemektedir.

#### **2.3.5.4. Güçlü-Zayıf Ağlar**

Granovetter (1985), sosyal sermayeyi sosyal bağların gücüne göre ayırmaktadır. Granovetter sosyal sermayenin bağlarını güçlü ve zayıf olarak iki farklı şekilde tanımlamaktadır.

Güçlü bağlar, aile ve yakın arkadaş grubu ile olan ilişkiler gibi yakın, kalıcı ve bağlayıcı ilişkiler anlamına gelmektedir. Öte yandan zayıf bağlar, farklı toplumlardan ve arkadaşlarından farklı sosyal nişlerden gelenler kişilerin birbirine yardım etme isteği ve kişilerin birbirlerinin bilgisine büyük ilgisidir. Güçlü bağlar büyük dayanışma yaratmakta ve kişisel destek sağlamakta iken zayıf bağlar bilgilendirme desteği için daha fazla kullanılmaktadır. Zayıf bağlar insanları daha geniş topluluklara ve daha geniş bir potansiyel kaynaklara bağlar. Zayıf bağlar topluluktaki ortak eylemleri teşvik etmek için kaynakları, fikirleri ve bilgileri harekete geçirmede kanal görevi görmektedir (Bhandari ve Yasunobu, 2009: 499). Zayıf bağların, kaynakların, fikirlerin ve bilgilerin kollektif faaliyet amacıyla hareketliliğini sağlayan dışsallıkları vardır ve Granovetter (1973) buna zayıf bağların gücü adını vermektedir. Zayıf bağlar genellikle geçicidir ve şarta bağlıdır ve aktörleri farklı

çevrelerde hareket eden ve farklı bilgilere sahip olan uzak tanıdıklara, eski çalışanlara ve meslektaşlara bağlamaktadır Güçlü bağlar genellikle yoğun ve tekrarlanır ve aktörleri aynı sosyal niş içindeki akrabaları kapatmak ve arkadaş olmakla ilişkilendirilmektedir. (Oorschot vd., 2006: 151).

#### **2.3.5.5. Formel-Enformel Ağlar**

Formel ağlar, daha çok gönüllü oluşturulan ilişki ağlardır. Kulüp üyelikleri, sosyal gruplar formel ağlara örnek verilebilir. Enformel ağlar ise arkadaşlar, aile komşu, iş arkadaşları, meslektaşlar arasındaki ilişkileri ifade etmektedir. Formel ağlar daha çok kamu çalışanları arasındaki ilişkide kendini göstermektedir. Bu iki farklı sosyal sermaye türü resmi ve gayri resmi sosyal sermaye birbirleriyle farklı şekillerde ilişki kurabilir. Literatürden, bazı durumlarda formel sermayenin enformel sermayeyi güçlendireceğini ve bazı durumlarda bir alternatifi temsil edebileceğini tanımlanmaktadır (Pichler ve Wallace, 2007: 425).

#### **2.3.5.6. Yatay ve Dikey Ağlar**

Sosyal sermaye kişiler arasında yatay ve dikey ağlar olmak üzere ikiye ayrılmaktadır (Woolcock ve Narayan, 2000). Yatay sosyal sermaye, bir toplumdaki benzer statü ve iktidardaki insanlar arasındaki yanal bağları, diğer yandan dikey sosyal sermaye ise, farklı hiyerarşi ve insanlar arasında eşit olmayan güce sahip insanlar arasındaki bağları ifade etmektedir. Yatay sosyal sermaye, ortak normlar ve değerler yoluyla işlevleri yerine getirirken, dikey sosyal sermaye ise resmi hiyerarşik yapılar yoluyla işlevlerini yerine getirmektedir.

Bağ kurucu ve köprü kurucu sosyal sermayeye benzer şekilde yatay sosyal sermaye, çeşitli insan gruplarını kapsamakta ve sivil katılım yoluyla topluluk üyeleri arasında bağlantı ve ortak bir hedef oluşturmaya hizmet etmektedir. Bağ kurucu sosyal sermaye gibi dikey sosyal sermaye de, vatandaşların topluluk liderlerine ve karar vericilere linkini kurar ve yasalar ve politikalar yoluyla sosyal değişim için ortam yaratır (Bhandari ve Yasunobu, 2009: 499).

#### **2.3.6. Sosyal Sermaye Unsurları**

Şuana kadar yapılan tanımlardan da çıkarılabileceği gibi sosyal sermaye, birçok unsurun bir araya gelmesiyle oluşan bir kavramdır. Sosyal sermayeyi oluşturan bu unsurlar

sosyal sermayenin gelişmesini sağlamaktadır (Gerni, 2013: 17). Sürekli birbirleriyle etkileşim içerisinde olan bu unsurlar sosyal sermayenin birer sonucu olarak ta kabul edilebilmektedir.

Sosyal sermayenin özelliği, güven, normlar ve ağlar gibi normalde özel bir mal olan geleneksel sermayenin aksine, genel olarak halka açık bir mal olmasıdır (Putnam, 1993: 170).

### **2.3.6.1. Sosyal Ağlar**

Sosyal sermayenin ana fikrinde, sosyal ağların değerli bir varlık olduğu yatmaktadır. Ağlar, sosyal uyum için bir temel oluştururlar, çünkü insanların yalnızca karşılıklı yarar için doğrudan tanıdıkları insanlarla değil, birbirleriyle işbirliği yapmalarını sağlamaktadır (Field, 2003: 12). Yani sosyal ağlar sosyal sermayenin varlığında ana unsurdur. Sosyal ağlar, nitelikleri ve kalitesi bakımından ve insanlara çeşitli avantajlar sağlar. Bu ağlarda insanlar birlikte çalışarak her türlü karı elde edebilirler. Nahapiet ve Ghoshal (1998), sosyal sermayeyi bir kişinin veya sosyal bir birimin ilişkileri, ağı ve mevcut kaynaklardan elde ettiği gerçek ve potansiyel kaynakların tümü olarak tanımlamaktadır.

Sosyal ağlar, bir kişinin kendi başına birçok kişiyi tanıması değil, daha aktif bir şekilde biraz zaman, enerji ve duygu yatırımı ile daha güçlü bir karşılıklılık potansiyeli gerektirmektedir. Ağlar kişi ve topluluk arasındaki karşılıklılık ve güven ilkesine dayanan ve seviyesi iletişim düzeyi ile ifade edilen bir kavram olan sosyal sermayenin temel belirleyicileri arasındadır. Cohen ve Prusak (2001: 84-87)), sosyal sermayenin bağlantılar ile bir ilgisi olduğunu ileri sürmekte ve ağlarla bireyler arasındaki bu bağlantıların kendilerini açık ve iyi bir şekilde ifade etme biçimleri olduğunu belirtmektedir. Fukuyama ise sosyal ağları, sıradan piyasa işlemleri için gerekli olanların da ötesinde olan, resmi olmayan normları ve değerleri paylaşan kişisel aktörlerden oluşan bir grup olarak ifade etmektedir. Lin (1999), insanların birbirleriyle nasıl ilişki kurduğu, ittifaklar ve bağlantılar kurduğu ve sosyal ağlar olarak bilinen topluluklarda çalıştığı konusunda birçok çalışma yapmıştır. Lin sosyal ağlar ve kaynaklar arasındaki ilişkiyi inceleyerek sonunda bir sosyal kaynak teorisi sunmuştur. Buna göre, sosyal kaynakların ve sosyal sermaye teorilerinin yakınsaması, sosyal ağlarda erişilen ve mobilize edilen kaynakların yararına odaklanan bir sosyal teori geliştirmeyi tamamlamakta ve güçlendirmektedir.

İnsanlar daha çok kulübe üye olarak daha fazla sosyal fonksiyona katılarak ağlarını genişletebilmektedir. Çok sayıda kitap ve kendi kendine yardım grubu, faydalı, yararlı, yardımsever veya benzer düşünceye sahip kişilerle temas kurarak başarıya giden yolu "ağ kurarak" yani sosyal ağlarla gerçekleştirebilmektedirler (Burt, 1992: 64). Bireyler arasındaki iletişim ağlar (doğrudan veya dolaylı) ne kadar geniş olursa, karşılıklı güvenleri de o kadar

çok olmakta ve işbirliği yapmaları daha kolay olmaktadır (Putnam, 1993: 174). Karşılıklılığa dayalı normların sosyal sermayenin en önemli unsuru olduğunu belirten Putnam, karşılıklı ilişkilerin daha sağlam ve daha sağlıklı norm ve değerlere dayanan toplumlarda fırsatların daha iyi değerlendirileceği ve ortak sorunların daha rahat çözüleceğini öne sürmektedir (Putnam, 1993: 172).

Kim ve Aldrich sosyal ağların çok çeşitli olduğuna değil homojen olduğunu öne sürmektedirler. Ayrıca, tüm ilişkilerin aynı olmadığını, bazılarının diğerlerinden daha güçlü veya daha faydalı olacağını belirtmekte ve tipik bağlanma kuvvetlerinin güçlü ve zayıf kategorilere göre ayrıldığını tartışmaktadırlar. Sosyal ağlarda belirli insan tiplerine daha sık danışıldığını öne sürülmektedir. Bu “ana aktörler”, daha az merkezi aktörlere göre birçok avantaja sahiptir; insanları birbirine bağlayabilir ve nihayetinde sosyal eylemleri hızlı ve verimli bir şekilde harekete geçirebilirler (Kim, 2006: 29-31).

#### **2.3.6.2. Norm**

Norm grup içindeki kişilerin davranışlarını veya gruplar arasındaki ağ iletişim kurallarını belirleyen ve grup içinde sosyal düzenlerinin oluşmasını sağlayan yapılar olarak ifade edilmektedir. Norm ağ içindeki kişilerin birbirlerine nasıl ve ne şekilde davranmaları gerektiğini belirten formal veya informal kurallar olarak tanımlanmaktadır. Sosyal sermaye oluşumunda, uygulanmasında ve toplumda etkisinin ortaya çıkmasında normların etkisi çok büyüktür. Literatürde normlar, sosyal sermayeyi var eden bir faktör olarak ele alınmasının yanı sıra paylaşılan karşılıklı duygusu ve güvenin aracı mekanizması olarak da ele alınmaktadır. (Tüysüz, 2011: 22).

Aslında Ostrom ve Ahn, (2003) güven ve karşılıklılık kalıplarının büyük ölçüde herhangi bir politikada hazırlanmış ve kurumlarca ifade edilen kurallara bağlı olduğunu belirtmektedir. Belirli gruplardaki kuralların, normların ve kurumların varlığının, belirli bir toplumda /toplulukta sosyal sermayenin varlığına bağlı olduğu sonucuna varmak mümkündür.

#### **2.3.6.3. Güven**

İnsanların birbirine ve kurumlara güvenmesi sağlıklı bir ekonomi ve istikrarlı bir demokrasi için de önem taşımaktadır. Toplumsal güven, bir toplum için önemli bir yere sahip olup toplumun bel kemiğidir. Toplumsal güven, sosyal ilişkilerin kurulmasına ve ekonomik gelişmeye katkı sağlamakta ve aynı zamanda kişilerin devletten, kurumlardan, sivil ve siyasi aktörlerden memnuniyet duymasını sağlamaktadır (Sözen, 2019: 59). Konuyla ilgili literatür incelendiğinde güvenin, sosyal sermaye üzerinde önemli bir role sahip olduğu görülmektedir

(Putnam, 1993: 171). Güven azalınca sosyal sermaye de azalmaktadır. Düşük sosyal sermaye, suç örgütlerinin gelişmesine yol açmakta, bireyler güvensizleştirmekte, ekonomik olarak da yalnızca küçük aile şirketlerinin gelişebilmesine imkan tanımaktadır (Sözen, 2019: 59). Üyeleri güvenilirliği tezahür ettiren ve birbirlerine büyük güven duyan bir grup daha fazlasını başarabilir. İki kişi birbirine güven duydukça, karşılıklı güvenleri de artar. Aksine derin güvensizliğin deneyim yoluyla geçersiz kılınması çok zordur, çünkü insanların uygun bir sosyal deney yapmasını önler ve da daha da kötüsü de olabilir, güvensizlik kendi geçerliliğini artıran davranışlara yol açabilir. Güven işbirliğini sağlar. Bir topluluk içindeki güven düzeyi arttıkça, işbirliği olasılığı da artmaktadır ve işbirliği de güveni doğurmaktadır (Putnam, 1993: 171). Bourdieu (1986), Coleman (1988), Fukuyama (1995), Putnam (1993), ve Francois (2003) gibi araştırmacılar güvenin, sosyal sermayenin ön koşulu olduğunu savunmaktadırlar.

Fukuyama (1995: 22-23), güveni kolektif değerler, kültürel gelenekler, sosyal ağ gibi unsurların sosyal sermayenin ortaya çıkması için bir ön şart ve onları etkileyen önemli bir unsur olduğunu ifade etmektedir. Güven unsuru ortak normlara dayanan, düzenli ve dürüst, işbirliği içindeki davranışların gerçekleştiği grup veya toplumda oluşan beklentileri nitelendirmektedir (Gerşil ve Aracı, 2011). Fukuyama (1995), bunun yanında kişilerin organizasyona katılım veya işbirliği yapma gönüllülüğü üzerinde durmuş ve bazı ülkelerin düşük düzeyde güvene sahip olduğunu, bazı ülkelerin ise yüksek düzeyde güvene sahip olduğunu belirtmiştir. Japonya ve Amerika gibi ülkelerin gönüllü organizasyonlara katılım eğilimleri yüksek güven seviyesine sahip iken ülkeler iken, Çin gibi sosyalist ülkeler düşük güven seviyesine sahiptir. Güven riskli bir durum içerisinde istenen bir amaca ulaşmak için bir şeyin herhangi bir özelliğine, bir olayın meydana geleceğine veya birinin davranışlarına olan inançlarıdır (Gerni, 2013: 21). Luhmann (1982) ise göre güveni bir kişinin, karşı tarafın ahlaki ve adil kurallara uygun ve öngörülebilir bir şekilde davranacağı inancı olarak tanımlamaktadır. Bakan ve Büyükbeşe (2008) çalışan kişilerin yaptıkları işten tatmin olmaları için ve çalıştıkları kuruma güven duymaları için çalışanların kurum içindeki kararlara katılımının da önemli katkılar sağladığını belirtmiştir. Güven, sosyal sermaye açısından önemli bir kavramdır. Sosyal sermaye ilişkilere dayalı olarak sosyal ağlardan meydana gelmektedir. Sosyal ağlar, kişilerin başkalarıyla sürekli iletişim halinde olmasını sağlamakta ve böylece davranış normlarının ve karşılıklı beklentilerin oluşmasına neden olmaktadır. Ağlar içerisinde oluşan ilişkilerin samimiyet derecesi ve normlara uygunluk seviyesi, güvenin oluşmasını ve dolayısıyla da sosyal sermayenin oluşmasını sağlamaktadır. Başka bir deyişle, sosyal sermayenin güven boyutu, sosyal ağların ve davranış normlarının bir sonucunu olarak meydana gelmektedir (Demirağ ve Çavuşoğlu, 2019: 23).

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### BEŞ FAKTÖR KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN İÇ GİRİŞİMCİLİK VE SOSYAL SERMAYE ÜZERİNE ETKİSİ

#### 3.1. Kişilik Özelliklerinin İç Girişimciliğe Etkisi

Beş faktör kişilik özelliklerinin iç girişimcilik üzerine etkisini inceleyen çok çalışma olmamasına rağmen kişiliğin girişimcilik üzerine etkisini araştıran bazı çalışmalar yapılmıştır. Girişimcilik çalışmaları 1950'li yıllardan sonra girişimci kişilerin kişilik özellikleri ve kişisel karakteristikleri üzerine yapılan birçok çalışmayla başlamıştır. Girişimcilik son dönemlerde sosyal özelliklerin ön planda olması sebebiyle önemli hale gelmiş ve gün geçtikçe konuyla ilgili araştırma alanları oldukça artırmıştır. Girişimcilik kişilerin ortada olmayan bir iş fikri üretmeleri, onu hayata geçirmeleri, kendi işlerini kurmaları, işletmek için istekli olmaları ve bu hususta kararlı bir tutum sergilemeleridir. İç girişimcilik ise mevcut bir yapı içerisinde çalışanların ya da grupların kendi istekleri ya da gelen teşvikler doğrultusunda kurumlarından ayrılmadan proje ve fikir üretmesi yenilik yapmasıdır. Girişimci kişiler kendi gelir kaynağını yaratmakta iç girişimci ise bir kurumun bünyesinde olup bulunduğu kurumun gelir kaynaklarını artırmak yönünde yenilikçi fikir ve düşüncelere sahip olmaktadır. Başka bir deyişle girişimci geliştirici iken iç girişimci ise güçlendirici olarak ifade edilmektedir. İç girişimcilik özelliklerine sahip olan kişiler hem kurumlarının hem de buldukları coğrafyanın iktisadi kazançlarına da önemli katkılar sağlamaktadırlar. Kişilik özellikleri ise girişimcilik niyetini etkileyen önemli etkenlerden biridir. Yeni bir girişimde bulunmak veya bunu yönetmek için, girişimci kişilerin yenilikçi, risk alma, ilişki kurma, gibi birçok kişilik özelliklerine sahip olmaları gerekmektedir

1990'lı yıllarda beş faktör kişilik modelinin etkin hale gelmesi ve girişimci kişilerin kişilik özelliklerine ilişkin yapılan araştırmaların meta analizi yöntemiyle değerlendirilmesi girişimcilikte kişilik konusunun önem kazanmasına neden olmuştur (Zhao ve Seibert, 2006). Utsch, Rauch, Rothfu, ve Frese (1999) tarafından yapılan çalışmalarda kişilik eğilimlerinin girişimci kişilerin ortaya çıkmasında önemli rol aldığı iddia edilmiştir (Karaca, 2015: 88).

Robinson (2014) başarılı girişimciliğin 7 özelliği adlı yazısında; başarılı olan girişimcilerin paylaştıkları ortak karakterleri azim, belirsizliklere karşı hoşgörülü olmak, tutku, vizyon sahibi olmak, güvenme, esneklik, kendine inanma ve yeni kurallar oluşturma gibi yedi başlıkta toplamıştır. “Beş Faktör Kişilik Özellikleri ve Girişim Durumu” başlık altında 23 adet yayınlanmış araştırma üzerinde yapılan bu çalışmada girişimci kişilerin

kurumsal yönetici olan kişilerden daha farklı kişilik özelliklerine olduklarını, deneyime açıklık, dürüstlük, vicdan ve sorumluluk gibi konularda daha yüksek seviyelerde olduğunu, nevroitiklik konusunda ise daha düşük seviyelerde olduğunu sahip olduklarını ifade etmiştir.

Literatür incelendiğinde beş faktör kişilik özelliğinin alt boyutları olan sorumluluk, deneyime açıklık, dışa dönüklük, uyumluluk ve nevroitikliğin girişimcilik ile doğrudan ilişkisinin olduğu anlaşılmaktadır. Örneğin bir girişimci sorumluluk sahibi olmalı, dışa dönük hareket edebilmeli, gelişime açık olmalı, bulunduğu kurumda kişilerle uyumlu olmalı ve onlar ile duygusal bir bağ ve denge kurabilmelidir. Bu gibi özelliklere sahip olmayan bir girişimciden başarı beklenemez. Bu özellikler, bir girişimcinin başarılı olmasını sağlayan en önemli faktörlerdir. Bu bağlamda, kişilik özellikleri ile ilişkisi olan bu özelliklerin, girişimci kişiyi hangi ölçüde pozitif yönde etkilediğini çalışma yönünden ne kadar etkili olduğu vurgulanabilir. Bu da göstermektedir ki, kişilik özellikleri pozitif anlamda etkili olduğunda, girişimciyi olumlu etkilemekte, girişimcinin performansını ve motivasyonunu arttırmaktadır.

Beş faktör kişilik özelliğinin dışa dönüklük boyutunun taşıdığı özelliklere bakıldığında bu kişiliğe sahip kişilerin iç girişimcilik ve girişimci tiplerine daha yatkın oldukları görülmektedir. Girişimcilerin sahip oldukları başarıya ulaşma isteği, düzen, beceriklilik, disiplin hedefe ulaşma güdüsü özellikleri ile kişiliğin sorumluluk boyutu ile uygunluk göstermektedir. Uyumlu kişilerin sahip olduğu kişilik özelliklerinin de girişimcilik tipi ile ilişkili olduğu gözlemlenmiştir. Deneyime açık kişilerin sahip oldukları estetik eğilim, merak ve hayal gücü gibi özelliklerin de orijinal idealist girişimcilik tipiyle uyumluluk gösterdiği sonuçlarına ulaşılmaktadır (Özgüner, 2015: 157).

Nga ve Shamuganathan (2010), kişilik özelliklerinin girişimcilik niyetini etkileyebileceğini ve böylece pozitif ilişkilerin ortaya çıkabileceğini ifade etmişlerdir. Literatür incelendiğinde kişilik özelliklerinin girişimcilik potansiyeline girişimcilik niyetine olan etkilerinin incelendiği birçok çalışmaya rastlanmaktadır.

Genel olarak literatür incelemesi yapıldığında kişilik özelliklerinin girişimciliğe etkisini araştıran aşağıdaki çalışmalar yapılmıştır:

✓ Koh (1996), çalışmasında Hong Kong'da öğrenim gören 100 tane yüksek lisans öğrencilerinin girişimcilik karakterlerini analiz etmiştir. Girişimcilik eğilimi yüksek olan kişilerin daha fazla risk alma eğiliminde olduğunu, daha fazla belirsizliğe tolerans gösterdiklerini ve daha yenilikçi olduklarını belirtmiştir.

✓ Çetin ve Varoğlu (2009), araştırmalarında girişimcilik eylemlerinde kişisel özelliklerinin rolünü ortaya koyarak, girişimci bir bireyin kişilik özellikleri ile ilişkisinin nasıl olabileceğine odaklanmışlardır. Araştırmada, literatürde yer alan girişimcilik ile kişilik

özellikleri arasındaki ilişkileri özellik yaklaşımı açısından inceleyen teorik ve görgül çalışmaları ele alınarak irdelenmiş, çalışmanın sonucunda ise kişilik özellikleriyle ilgili literatürde yapılan çalışmalardan çıkarılan sonuçlar doğrultusunda, girişimci kişinin dışa dönük, uyumluluk seviyesi düşük, sorumluluk seviyesi yüksek, nevroitiklik seviyesi ise düşük ve deneyime açık bir kişilik profili sergileyebileceği varsayımına ulaşılmıştır.

✓ Özgüner (2015), girişimcilik ve kişilik tipleri arasındaki ilişkiler üzerine yaptığı çalışmada dışa dönük insanların, girişken, cana yakın, güvenilir, sosyal, hareketli, neşeli, iyimser özelliklerinin girişimciliğe daha yatkın kişiler olduğunu, duyarsız, isteksiz, sessiz, kaygılı, güvensiz, endişeli, ilgisiz, karamsar dışarıya kapalı, özelliklere sahip olan nevroitik insanların bu özellikleri, sebebiyle girişimci olma özelliklerinden oldukça uzak oldukları sonucuna ulaşmıştır.

✓ Bateman ve Crant (1993) yaptıkları çalışmada iç girişimciliğin (proaktif) davranış ile beş faktör kişilik özellikleri arasında bir ilişki bulmuş, iç girişimciliğin kişilik özelliklerinden sorumluluk ve dışa dönüklük boyutları ile pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğunu ve buna karşın nevroitiklik ve deneyime açıklık özelliği ile anlamlı bir ilişkinin olmadığını ortaya koymuşlardır.

✓ Boyd ve Vozikis (1994), öz yeterliğin girişimcilik niyeti üzerindeki etkilerini incelediği araştırmalarında, kariyer gelişiminin ilk yıllarında öz yeterlik seviyesi yüksek kişilerin girişimcilik niyetlerinin daha yüksek olduğunu ve yine kişilerin hedeflerini belirleme becerisinin, hedeflere ulaşma yeteneğinin ve girişimcilik niyetlerinin de yüksek olduğu sonuca varmışlardır.

✓ Gençay ve Döven (2019) yaptıkları çalışmada üniversite öğrencilerinin kişilik özellikleriyle girişimcilik niyetleri arasındaki ilişkiyi belirlemeyi hedeflemiş ve kişilik özelliklerinin girişimcilik niyetine olan etkisinin önemli bir ölçüde anlamlı olduğu tespit etmişlerdir. Girişimci kişilik özelliklerinin, girişimcilik niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi olduğunu ve yenilikçiliğin girişimcilik niyeti üzerinde anlamlı bir etkisi olduğunu ortaya koymuşlardır.

✓ Akgöz vd. (2018) yapmış oldukları araştırmada kişilik özellikleriyle girişimcilik eğilimi arasında ilişki olup olmadığını araştırmışlar ve yaptıkları analiz sonuçlarına göre, kişilik özelliklerinin dışa dönüklük, sorumluluk ve uyumluluk boyutları ile girişimcilik eğilimi arasında pozitif ve kuvvetli bir ilişki bulmuşlardır. Yapılan araştırmada kişilik özelliklerinin nevroitiklik ve açıklık boyutları ile girişimcilik eğilimi arasında ise herhangi anlamlı bir ilişki bulamamışlardır. Başka bir deyişle dışa dönüklük, uyumluluk ve sorumluluk kişilik

özelliklerinin girişimciliği arttırırken, duygusal denge nevroitiklik ve açıklık kişilik özelliklerinin etkisinin olmadığı sonucuna ulaşmışlardır.

✓ Boz vd. (2016), çalışmalarında kişilik özellikleriyle girişimcilik arasında ilişki olup olmadığını, kişilik özelliklerinin kişilerin girişimci olup olmamasında etkisi olup olmadığını araştırmayı amaçlamışlardır. Beş faktör kişilik modeli ile uygulaması yapılan bu çalışmada, Çanakkale ilindeki girişimciler ve kamu ve özel sektör çalışanlarından toplanan verilerin analiz sonucunda, kişilik özelliklerinin deneyime açıklık, uyumluluk, dışa dönüklük ve sorumluluk boyutlarında girişimciler ile maaşlı çalışanlar arasında anlamlı bir fark olduğuna, girişimcilerin maaşlı çalışan kişilere göre daha dışa dönük, deneyime açık, uyumlu ve sorumluluk sahibi olduklarına ulaşmışlardır.

✓ Zhao vd. (2010), meta analiz yöntemiyle yaptıkları çalışmada, kişilik özelliklerinin girişimcilik niyeti ve girişimcilik performansı üzerindeki etkilerini incelemişlerdir. Elde edilen analiz sonucunda ise beş faktör kişilik özelliklerinin dışa dönüklük, sorumluluk, nevroitizm ve açıklık boyutlarının girişimcilik niyetleri üzerinde etkisi olduğu, uyumluluk boyutu ile girişimcilik niyetinin ilişkisi olmadığı saptamışlardır. Çalışma incelendiğinde kişilik özelliklerinin girişimcilerin ortaya çıkmasında ve başarılı olmasında önemli rol oynadığı görülmektedir.

✓ Ören ve Biçkes (2011) Nevşehir'deki yükseköğrenim öğrencileri üzerinde yaptıkları araştırma sonucunda elde ettikleri bulgulara göre, kişilik özellikleriyle girişimcilik arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Ayrıca çalışmada kişilerin hedefleri doğrultusunda gerektiği zaman diğer kişilerle birlikte hareket etme eğiliminde olmaları da gözlemlenmiştir.

✓ Çiçeklioğlu ve Afşar'ın (2017), girişimcilik eğitimi kurslarına katılan kişilerin, kişilik özelliklerinin girişimcilik niyetleri üzerine olan ilişkilerini ve etkilerini inceleyen çalışmaları sonucunda elde edilen bulgulara göre girişimcilik ile kişilik özellikleri arasındaki ilişkilerin yönü incelenmiş ve bu iki kavramın ise yüksek derecede pozitif yönde anlamlı ilişkiye sahip olduğu bulgusuna rastlamışlardır.

✓ Göktaş ve Kazaferoğlu (2018) yaptıkları çalışmada elde edilen bulgular sonucunda, kişilik özelliklerinin dışa dönüklük boyutu arttıkça kişilerin girişimcilik eğilimlerinin arttığı, uyumluluk boyutu ile girişimcilik arasında düşük düzeyde pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu, uyumluluk düzeyi arttıkça kişilerin girişimcilik eğilimlerinin arttığı, deneyime açıklık seviyesi arttıkça girişimcilik eğilimlerinin arttığı, nevroitiklik seviyesi arttıkça girişimcilik eğiliminin azaldığı sonuçlarına ulaşılmıştır.

✓ Bozkurt ve Erdurur (2013) yaptıkları çalışmada girişimci kişilik özelliklerinin (kontrol odağı, başarıma ihtiyacı duyma, belirsizlik toleransı, risk alma, kendine güven, yenilikçi olma) girişimcilik niyeti üzerinde etkisinin olup olmadığı ve etkisi varsa bu etkinin ne derece olduğunu belirlemeye çalışmışlardır. Çalışma sonucunda ise girişimci kişilik özelliklerinin kendine güven unsuru hariç diğer girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik eğilimine üzerinde etkisinin olduğu ortaya çıkmış ve girişimci kişilik özellikleriyle girişimcilik eğilimi arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

✓ Çiğdem (2011), hizmet işletmelerinde çalışan kişilerin kişilik özellikleriyle çalışanların iç girişimcilik niyetleri arasında olan ilişkiyi analiz etmek üzere yapmış olduğu tez çalışmasında; araştırmaya katılan çalışanların kişilik özelliklerinden duyumsal olanların iç girişimciliğin boyutlarından yenilikçilikle, düşünsel olanların proaktiflik ve yenilikçilikle, dışa dönük olanların, risk alma proaktif ve yenilikçilik boyutlarıyla ilişkili olduğunu görmüştür. Ayrıca çalışanların kişilik özelliklerinden sezgisel olanların, iç girişimcilik boyutlarından risk alma ve proaktiflikle, duygusal olanların risk alma, proaktiflik, yenilikçilik boyutlarıyla, içe dönük olanların ise proaktiflik ve yenilikçilik boyutlarıyla negatif yönlü bir ilişki olduğu sonucuna varılmıştır.

✓ Aydemir (2019), Batman Üniversitesi öğrencilerinin girişimci kişilik özelliklerinin girişimcilik niyeti üzerindeki etkisini belirlemek için yaptığı tez çalışması sonucunda, girişimci kişilik özelliklerinden risk alma, belirsizliğe karşı tolerans, kontrol odağı, başarıma ihtiyacı ve yenilikçilik gibi özelliklerin girişimcilik üzerinde anlamlı bir etkisinin olduğu görülmüştür.

✓ Sözcan (2019), kişilik özelliklerinin girişimcilik eğilimleri üzerine etkisini ortaya çıkarmayı amaçladığı tezinde Sakarya Üniversitesi'nin sosyal bilimler eğitimi veren işletme ve iktisat bölümü öğrencileri ile teknik bilimler eğitimi veren makine, endüstri ve bilgisayar mühendisliği bölümü öğrencilerine anket uygulaması yapmıştır. Kişilik özellikleri ile girişimcilik arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik yapmış olduğu analizler sonucunda, kişiliğin dışa dönüklük, sorumluluk ve deneyime açıklık boyutları ile girişimcilik arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğunu, duygusal dengesizlik boyutuyla girişimcilik arasında negatif yönde anlamlı bir ilişki olduğunu tespit etmiştir. Kişiliğin uyumluluk boyutu ile girişimcilik arasında ise istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki olmadığı belirtilmiştir.

✓ Kartal (2018), üniversite öğrencileri üzerinde yaptığı çalışmasında; baş faktör kişilik özellikleri boyutlarından deneyime açıklık ile girişimcilik eğilimi ile arasında, istatistiki olarak anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki bulmuş, sorumluluk boyutuyla girişimcilik arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki bulmuş, dışa dönüklük boyutuyla ise girişimcilik arasında, anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki bulmuştur. Uyumluluk boyutu ile yenilikçi kişilik ve dışa

dönüklük alt boyutu arasında ise anlamlı pozitif yönde bir ilişki saptamıştır. Özetle yapılan araştırma da kişilik özellikleriyle girişimcilik arasında istatistiki olarak pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.

✓ Yüksel vd. (2015), girişimci kişilik özelliklerinin oluşmasında girişimcilik eğiliminin etkisini araştırdığı çalışmalarında Isparta Meslek Yüksekokulu işletme yönetimi bölümünde okuyan 150 öğrenciye anket yapmış ve girişimcilik eğilimi ile kişilik özellikleri arasında anlamlı ilişki bulmuştur.

✓ Mendoza ve Lacap (2015), Filipin’de 5 tane rastgele seçtiği yükseköğretim kurumunda bir çalışma yapmışlardır. Yaptıkları çalışmada işletme öğrencilerinin kişilik özelliklerini ve bu özelliklerin girişimcilik niyetlerini nasıl etkilediğini tespit etmeyi amaçlamışlardır. Araştırma bulgularının sonuçlarına göre girişimci, katılımcıların deneyime açıklık, sorumluluk, uyumluluk ve nevrotizmin girişimcilik niyetleriyle önemli bir ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Diğer yandan sonuçlara göre katılımcıların dışa dönüklük özelliğinin girişimcilik niyetleriyle önemli bir ilişki göstermediği sonucuna ulaşılmıştır. Genel olarak katılımcıların kişilik özellikleriyle girişimcilik eğilimleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki olduğu vurgulanmıştır. Ayrıca, katılımcıların cinsiyetleri ile deneyime açıklık özellikleri, sorumluluk özellikleri ve dışa dönüklük özellikleri arasında anlamlı bir fark bulunmuştur. Bunun aksine katılımcıların cinsiyetleri ile uyumluluk ve nevroitiklik özellikleri arasında anlamlı bir fark gözlemlenmemiştir. Bütün olarak bakıldığında, katılımcıların cinsiyetleriyle girişimci niyetleri arasında istatistiki olarak anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Çalışmanın sonuca göre deneyime açıklık, dürüstlük, uyumluluk ve nevroitik kişilik yapılarının girişimcilik niyetleri üzerinde etkili olduğu, dışa dönüklük özelliğinin girişimcilik niyeti üzerinde herhangi bir etkisinin olmadığı, katılımcıların dışa dönüklüğü girişimcilik niyetleriyle önemli bir ilişki göstermediğini tespit edilmiştir.

✓ Nga ve Shamuganathan (2010), araştırmalarında beş faktör kişilik özelliklerinin sosyal girişimcilik boyutları üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Elde edilen bulgular sonucunda uyumluluğun sosyal girişimciliğin tüm boyutlarını olumlu yönde etkilediğini, açıklığın ise sosyal vizyon, yenilikçilik ve finansal getiriler üzerinde olumlu bir etki yarattığını ortaya koymuşlardır.

✓ Lounsbury vd. (2009) yapmış oldukları makalesinde girişimci yapıdaki iş dünyasındaki kişilerin, sorumluluk, duygusal istikrar, dışa vurma, iddialılık ve sert görüşlülük gibi kişilik özelliklerinin için daha yüksek seviyede olduğunu, ancak anlaşılabilirlik ve açıklık gibi kişilik özelliklerinin ise daha düşük seviyede olduğunu belirtmiştir.

✓ Çetin ve Şahin (2018), çalışmalarında otel mutfaklarında çalışan aşçıların kişilik özellikleri ile inovasyon algısı arasındaki ilişkilerini incelemişler. Yaptıkları analiz sonuçlarına göre aşçıların beş faktör kişilik özelliklerinin bireysel inovasyon algısı üzerinde etkisinin anlamlı olduğunu ve kişilik özelliklerinin deneyime açıklık alt boyutu ile bireysel inovasyon alt boyutlarından olumlu bireysel inovasyon algısı ve olumsuz bireysel inovasyon algısı arasında anlamlı bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir.

✓ Singh ve Rahman (2013), 85 girişimci üzerinde uyguladıkları çalışmada başarılı girişimcilerin kişisel özelliklerini araştırmışlar ve en önemli girişimci kişilik özelliklerinin inovatif düşünce, fütüristik zihniyet, risk alma yeteneği, uyumluluk ve bağlılık olduğunu ifade etmişlerdir.

✓ Denis vd. (2016) çalışmalarında regresyon analizi ile Sri Lanka Sabaragamuwa Üniversitesi mezunlarının beş faktör kişilik özelliklerinin girişimcilik kapasitesi üzerindeki etkisini araştırmışlar. Çalışmanın sonuçları, nevrozluğun Sri Lanka Sabaragamuwa Üniversitesi mezunlarının nevrozlu özelliklerinin girişimcilik üzerinde olumsuz bir etkisi olduğunu ortaya koymuş ve nevrozluğun artmasıyla birlikte girişimcilik kapasitesinin düşme eğiliminde olduğunu göstermiştir. Diğer dört boyut dışa dönüklük, uyumluluk, sorumluluk ve deneyime açıklığı, Sri Lanka Sabaragamuwa Üniversitesi mezunlarının girişimcilik kapasitesini önemli ölçüde etkilemediği görülmüştür. Daha önceki araştırmacılar ve çalışmalar bu dört değişkenin diğer birçok bağlamda anlamlı olduğunu bulmuş olsalar bile, bu çalışma bu etkileri kanıtlayacak kanıt olmadığını ortaya koymaktadır. Bu çalışma kişilik özelliklerinin girişimcilik seviyesini etkilemediğini göstermektedir. Bu kişilik tiplerinden bağımsız olarak, Sri Lanka'daki mezunlar arasında işsizliği ele almak için en iyi seçeneklerden biri olabilese de, girişimciliğe yönelik olumsuz bir tutum sergilediğini ortaya koymaktadır.

✓ Kavşur (2015), sağlık yönetimi lisans programı öğrencilerinin kişilik özelliklerinin girişimcilik niyetleri üzerindeki etkisinin olup olmadığını ortaya koymak amacıyla yapmış olduğu tezinde kişilik özelliklerinin alt boyutları olan duygusal denge, dışa dönüklük, deneyime açıklık ve sorumluluğun girişimcilik niyetleri üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunduğunu, uyumluluğun ise girişimcilik üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığını tespit etmiştir. Tezin sonucunda kişiliğin dışa dönüklük boyutu, sorumluluk boyutu, deneyime açıklık boyutları ile girişimcilik arasında pozitif yönde bir ilişki bulunmuş ancak uyumluluk boyutu ile girişimcilik arasında çok zayıf bir ilişki olduğu ve bu boyutun girişimciliği etkilemediği tespit edilmiştir. Kişiliğin nevrozlu boyutuyla girişimcilik arasında negatif yönde bir ilişki görülmüş ve bu boyutun kişiliği olumsuz yönde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Tüm bu ilişkiden yola çıkarak, kişilik özellikleri ile girişimcilik ilişkisi ele alındığında, bir kişinin girişimde bulunabilmesi için, risk alma kabiliyeti, güveni, özgün olabilmesi, çevre ile iletişiminin iyi olması gibi birçok faktörün yanında kendi kişilik özelliklerini de iyi tanınması gerekmektedir. Öte yandan, çevreden kazanılan özellikler de ise kültür, aile, eğitim gibi faktörler de etkili olabilmektedir.

### **3.1.1. Dışa Dönüklüğün İç Girişimcilik Üzerine Etkisi**

Costa ve McCrae, (1992) dışa dönüklük insanların ne kadar iddialı ve baskın, hevesli enerjik, aktif, girişken ve konuşkan olduğunu açıklamaktadır. Dışa dönüklük seviyesi yüksek olan kişiler, neşeli olma eğiliminde ve heyecan ve teşvik aramaktadırlar. Dışa dönüklük seviyesi düşük kişiler yalnız daha fazla zaman geçirmeyi tercih ederler ve bu şekilde ayrılmış, sessiz ve bağımsız olarak tanımlanmaktadırlar (Zhao ve Seibert, 2006: 260). İç girişimci kişilerde olması gereken özellikler arasında yer alan rakiplerine göre daha girişken, araştırmacı, öncü gibi ve bunun gibi birçok özelliği dışa dönük kişilik tipleriyle aynı özellikleri sergilemektedir. İç girişimcilik eğilimi, kavramsal olarak dışa dönüklük kişilik özelliği ile ilgilidir. Her iki kavramda yeni deneyimler ve faaliyetler aramak anlamına gelir. İç girişimciliğin proaktif tipi kişilik özelliği ve dışa dönüklük aynı zamanda sorumlulukla da ilişkilidir. Her ikisi de hedefe ulaşmak için her türlü mücadeleyi verirler. Bu da dışa dönüklük ve sorumluluğun iç girişimciliğin boyutlarından proaktiflik ile ilişkili olduğunu gösterir ve aynı zamanda dışa dönüklüğün iç girişimcilik davranışı üzerinde olumlu bir etkisi olduğu gözlenmektedir.

Girişimciler; müşteriler, ortaklar, çalışanlar, tedarikçiler, hisse sahipleri gibi birçok farklı kişi ev çevrelerle iletişim halinde olmak zorundadır. Bazen yatırım bankacılarına veya hisse sahiplerine fikirlerini kabul ettirebilmek ve imkan etmek için pazarlamacı ya da müşteri rolüne girebilmektedirler. Bunun yanı sıra girişimci; ortakları, çalışanları ve müşterileri ile etkileşim halindedir ve kişiler arasındaki ilişkiler için ayrıca zaman harcamaktadır. Sonuç olarak girişimci tipik bir çalınma hayatından ve yöneticilikten daha çok hem iç hem de dış çevre ile sosyal etkileşim içinde olmayı gerektirir (Çetin ve Varoğlu, 2009: 59). Beş faktör kişiliğin dışa dönüklük boyutu incelendiğinde, dışa dönüklük ve girişimcilik niyet arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişkinin olması ve de kişiliğin dışa dönüklük boyutunun girişimciliği pozitif yönde etkilemesi beklenmektedir.

✓ Akkuş vd. (2019), Trakya'da bulunan üç üniversitede öğrenim gören öğrenciler üzerinde, özellikle genç ve yetişkin kişilerin kişilik özelliklerinin ve girişimci kişiliğe dair boyutlarının girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisini araştırmaya yönelik bir çalışma

yapmışlar. Yapısal eşitlik modeli ile incelenen araştırma verilerine göre kişilik özelliklerinin dışa dönüklük boyutunun, girişimcilik üzerinde yenilikçilik boyutu aracılığıyla anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiş ve dışa dönüklükle girişimcilik arasında yenilikçilik üzerinden pozitif yönde bir ilişki olduğu ortaya çıkmıştır.

### **3.1.2. Uyumluluğun İç Girişimcilik Üzerine Etkisi**

Uyumluluk, kişilerin kişiler arası uyumunu değerlendiren kişilik özelliği olarak ifade edilmektedir. Uyumluluk seviyesi yüksek olan kişiler iş birlikçi, sıcak ve güven verici, güvenilir, bağışlayıcı, sempatik, fedakâr ve yardımsever kişiler olarak tanımlanmaktadır (Luthans, 2010: 132). Yüksek uyumluluk seviyesine sahip kişiler, kişinin ortak iş yapma değerlerine sahip olduğunu ve kişiler arası ilişkilerin olumlu olması yönünde önceliklerinin olduğunu göstermektedir. Uyumluluk seviyesi düşük kişiler ise çıkarıcılık, bencillik, dürüst olmayan ve şüphecilik özellikleriyle açıklanmaktadır (Costa, J.r, ve McCrae, 1992). Yüksek uyumluluk düzeyine sahip kişiler çevreleriyle daha iyi iletişim kurabilir ve güvenilirlik düzeyi yüksek olduğundan sosyal bağları ve bireysel ağırları daha güçlü olacaktır. Bu bağların oluşturulabilmesi ve gelişebilmesi, kurum içindeki iç girişimcilerin bilgileri paylaşmasına, güvene dayalı ilişkiler kurmasına ve bilgi akışını kontrol ederek daha fazla güç kazanmasına imkan sağlamaktadır. Başka bir ifadeyle uyumlu kişilerin oluşturma ve geliştirme becerisi yüksek olup iç girişimcilik davranışı ile aralarında olumlu bir etki bulunmaktadır.

Girişimcilik faaliyetlerinin unsurlarından biri de insan kaynağıdır, girişimcilik bu kaynağın verimli ve etkin bir şekilde kullanılması ve örgütlenmesi anlamına gelmektedir. Bu unsurun hedefe yöneltilmesi, doğru bir biçimde yönetilmesi başarılı işletmelerin faktörlerindedir.

Girişimcilerin başarısında çevreleriyle kuracakları ilişkilerin önemi yer almaktadır. Uyum seviyesi yüksek olan kişiler, başkaları ile olan ilişkilerinde nazik, bağışlayıcı ve esnek olma eğilimi taşırlar. Bu ise işbirliği ve güven yolu ile ilişkilerin kalitesine odaklanan kişiler arası bir faktörü temsil eder (DeNeve ve Copper, 1998: 199). Bu nedenle yeni bir girişimin başlatılması için belirli bir düzeyde uyumluluk gerekmektedir. Çevreleriyle güvenilir, esnek, kibar ve saygılı ilişkiler kuran girişimcilerin, tekrarlanan başarılar elde etmesi mümkündür (Ciavarella vd., 2004: 471). Uyumlu kişiler başkalarıyla daha iyi iletişim kurmakta ve işbirlikleri yüksek olmaktadır. Cable ve Scott Shane (1997), işbirliğinin girişimin ve girişimcinin, girişim uzun süreli hayatta kalma şansını arttırdığını vurgulamaktadır. Yine Hurtz ve Donovan (2000), uyumluluğun kişiler arası etkileşimler gerektiren işler için de önem

kazandığını, böylece yüksek işbirliğine sahip ve iyi huylu olmanın performans üzerinde tutarlı bir etkiye sahip olduğunu belirtmektedir.

Baron ve Marfeman (2000), iş ilişkilerinde güven veren ve iş birliği yapan girişimcilerin daha büyük şirketlerle ittifaklar geliştirmelerinin daha muhtemel olduğunu ve bunun da yeni ürün geliştirme, hissedar zenginliği ve girişimin hayatta kalmasını sağladığını ortaya koymaktadır. Girişimcilerin bu kişiler ve işletmelerle kalite ilişkilerini sürdürmek, gelecekteki temel destek ve kaynakları daha yüksek olması için, tedarikçiler ve yatırımcılar ile bir uyumluluk sergilemeleri gerektiğini düşünmektedir. İç girişimcilerin iş faaliyetlerini uzun vadede sürdürme yeteneğinin desteklemesi ve girişim için daha uzun ömürlü olma olasılığını artırılması gerekmektedir (Ciavarella vd., 2004: 471).

### **3.1.3. Deneyime Açıklığın İç Girişimcilik Üzerine Etkisi**

Kişiliğin deneyime açıklık özelliği; hayal kurma, macera, sıra dışı fikirler ve çeşitli tecrübeler gibi farklı özelliklerle açıklanmaktadır. Bu özellikler girişimci kişilerin risk alma unsuruyla doğrudan ilişkili olduğunu göstermektedir. Özellikle girişimci bir kişi, kuracağı işi planlamadan, işin hayalini kurmadan bir iş için girişimde bulunamaz. Düşünmeden, merak etmeden yeni iş alanlarının yollarını ve yöntemlerini araştıramaz (Ören ve Biçkes, 2011: 69).

İç girişimciler diğer çalışanlara göre daha yaratıcı ve yenilikçi, daha fazla risk alabilen ve yeni fikirlere gelişmelere açık olabilen kişilerdir. Deneyime açıklık seviyesi yüksek olan bireyler entelektüel, zeki ve yeni fikirlere ve deneyimlere açık olarak tanımlanmaktadır. Bazı kişiler daha geleneksel ve bilinenin dışına çıkmayan, yeni deneyimleri reddeden özellikler taşımaktadır. Bu tür açıklık seviyesi düşük olan kişiler, iç girişimcilik özelliklerinin aksine daha gelenekçi olduğu için girişimcilik niyetleri çok düşüktür. Fakat gelişime, deneyime açık kişiler, yeni arayış içine girmeli, yeni fikirlere açık olmalı ve sabit fikirli olmamalıdır. Deneyime açık olmak risk alabilmek ile birlikte de anılmaktadır. Risk alabilmek ise bir girişimcinin ve iç girişimcinin en temel özelliklerinden biridir. Girişimci, yeni fikirler üretir, üretim faktörlerini bir araya getirir, organize eder, aldığı risk karşılığında kâr elde etmeyi ve kurumunu daha iyi bir konuma getirmeyi hedef alan kişi olarak ifade edilir. Bu ilişkiye bakarak açıklık boyutu yüksek olan kişilerle girişimcilik niyetleri arasında olumlu bir etki olduğu söylenebilir.

Beş faktör kişilik özelliğinin açıklık boyutunun özellikleri arasında olan yeniliklere karşı duyulan merak ve ilgi aktiflik iç girişimcilerin özellikleri arasında da bulunmaktadır. Buradan yola çıkarak deneyime- gelişmeye açıklık davranış gösteren kişilerin iç girişimcilik arasında ilişki olduğunu ve anlamlı olarak etkilediğini söyleyebiliriz.

Beş faktör kişilik özelliğinin yenilikçilik ve yenilikçiliğe açıklık boyutu, girişimcilerin en belirleyici özelliklerindedir. Deneyime ve gelişime açıklık, yenilikçilik girişimciliğin varlığında veya yokluğunda büyük bir rol oynamaktadır. Girişimcilerin yeni fikirleri, deneyleri, sorunlara yeni çözümler ve girişimcilerin yaratıcı süreçlerini destekleyen kültürlerde faaliyet gösterip göstermemesi girişimciliğin yenilikçiliğin gelişime açıklığın gücünü belirlemektedir (Lee ve Peterson, 2000: 406). Bird (1989), yaratıcılık ve yenilikçi yollar keşfetmeyi, işletmeyi rekabetten korumak ve girişimin başarısında kilit faktörlerden biri olabileceğini belirtmiştir.

Günümüzün iş dünyasında, girişimcilerin hayatta kalabilmeleri ve varlıklarını devam ettirebilmeleri için ürünleri, pazarları ve teknolojiyi geliştirmeye ve değiştirmeye hazır olmaları gerekmektedir. Değişimin ve gelişimin sürekliliği ve kullanılmayan gelir kaynaklarından yararlanmak, teknolojik gelişmelere dair yeni bilgi sahibi olmak için yeni stratejiler geliştirmek üzere yeni teknolojik ilerlemeler ve yenilikçi düşünce bilgisi edinme konusunda meraklı olmak, fikir sahibi olmak ve aktif olmak gerekir. Dolayısıyla, Ciavarella vd. (2004) tarafından daha yüksek açıklık seviyeleri, girişimin varlığının daha uzun vadeye kadar sürdürme olasılığının artmasına ve yeni bir girişimin başarısızlık oranının düşmesine neden olacağı öne sürülmektedir.

✓ Arasteh vd. (2012), 2011 akademik yılında Sari İslam Azad Üniversitesi'nde öğrenim gören öğrencilerin kişilik özelliklerini incelemeye yönelik bir araştırma yapmışlar. Çalışmanın amacı ise öğrencilerin kişilik özelliklerini ve girişimci kişiliklerini araştırmak olmuştur. Araştırmada girişimci kişilik özellikleri olarak risk alma, kontrol odağı, başarı ihtiyacı, açık düşünce yapısı, belirsizlik toleransı, hayal kurma, mücadele gibi kişilik özellikleri üzerinde yoğunlaşmışlardır. Araştırma sonucunda ise, belirsizlik toleransı hariç diğer tüm özelliklerin ortalamanın üzerinde olduğu, kızların açık düşünce yapısının erkeklere göre daha iyi olduğu sonucuna varılmıştır. Araştırmanın diğer bir sonucu ise; öğrencilerin başarılı olmak için güçlü bir isteklerinin olduğu ve problem çözmek için sorumluluklar üstlendikleri ve fikirlerini uygun bir şekilde ifade edebileceğine ulaşılmasıdır. Çalışmaya katılan öğrenciler karar vermeden önce hayal görme özelliğine sahiptir, gelecekle ilgili hayal kurma eğilimi oldukça yüksektir. Kişilik özelliklerinin alt boyutlarından olan açıklığı ifade eden özelliklerden biri de hayal gücü yüksekliğidir. Çalışma sonucuna göre hayal gücü yüksek olan açıklık özelliği taşıyan kişilerin girişimcilik niyetlerinin daha yüksek olduğu sonuna varılmaktadır. Yine çalışma sonucuna göre, erkek girişimciler uyumluluk, risk toleransı, zaman yönetimi, dışa dönüklük ve düşünme önlemlerinde yüksek seviyede

iken, kadın girişimciler planlama, hedef yönelimi, sezgi ve algılama ölçütlerinde daha yüksek seviyelerde olduğu tespit edilmiştir.

### **3.1.4. Sorumluluğun İç Girişimcilik Üzerine Etkisi**

Sorumluluk, görev bilinci olan, düzenli, başarmak için azimli olan ve planlı hareket eden bir kişilik özelliği olarak tanımlanır. Bir girişimci, bu özellikleri taşıyorsa planlı ve disiplinli hareket etmeden girişimde bulunuyorsa işin ciddiyetinin farkında olamaz. Gayri ciddi ve disiplinsiz ve düzensiz işler başarısızlıkla sonuçlanmaktadır. İşte bundan dolayı, sorumluluk bilinciyle hareket eden ve grubuna sorumluluk bilinci aşılayan, başarmak için mücadele gösteren bir girişimci ister istemez başarı elde edecektir (Ören ve Biçkes, 2011: 69).

Kişilerin yüksek sorumlulukları yaptıkları girişimlerin uzun vadeli yeni girişimlerin hayatta kalmasının anahtarı gibi görünmektedir (Ciavarella vd., 2004: 466). Girişimcilerin sorumlulukları ve öz disipliniyle kurdukları işletmelerin uzun dönemde hayatta kalması birbiriyle ilişkilidir. Çalışma hayatında bu kişiler prosedürlere ve talimatlara uyan, görevlerini gerektirdiği şekilde tam zamanında yapan kişilerdir. Genel girişimcilik faaliyetleri dikkate alındığında, sorumluluk düzeyleri yüksek kişilerin girişimciler olma şanslarının daha düşük olduğu sonucuna varılmaktadır. Bunun nedenleri arasında, girişimciler incelendiğinde, bu kişilerin çoğunlukla alışlagelmiş, geleneksel kültürel öğelere ve sorumlulukları bir kenara atarak inandıkları yolda ve hedeflere ulaşmak için büyük riskler almaları vardır.

Güvenilirlik, çalışkanlık, dürüstlük ve verimlilik, mücadele, sorumluluğun temel bileşenlerindedir ve bu faktörde yüksek olanlar çalışkan, başarılı olma eğilimindedir. Daha yüksek bir sorumluluk seviyesi girişimcinin yeni girişimini uzun vadeli hayatta kalmaya yönlendirmede önemli bir rol oynamaktadır. Bir girişimci olarak başarılı olmak için bağlılık, özveri ve sebat, sorumluluk sahibi olmak, engellerin üstesinden gelmede diğer özelliklere göre daha fazla önem taşımaktadır.

Kurumda sorumluluk boyunun özellikleri olan görev bilincine ve mücadele gücüne sahip olmayan, kuruma sebat etmeyen kişilerin, girişimcilerin ve işletme sahiplerinin karşılaştıkları günlük taleplerden hızlı bir şekilde yorulması ve dolayısıyla daha hızlı yeni bir girişim başarısızlığı veya kapanması ihtimalinin olması yüksektir (Ciavarella vd., 2004: 472).

Yapılan araştırmalara göre girişimcilerin başarma isteğinin yüksek olduğu ve bu kişilerin emekli olmak istemedikleri, uzun süreli çalışmak istedikleri ve sürekli tekrarlanan rutin işleri sevmedikleri ileri sürülmüştür. Yapılan araştırmalar yine hedeflere ulaşmayı sağlayan başarı güdüsünün girişimciler için bir ihtiyaç olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca girişimcilerin işletme sahiplerine göre daha detaylı plan programlar yaptıkları ve bir disiplin

içinde çalıştıkları belirtilmektedir (Taşkın, 2012: 29). Girişimciler diğer çalışanlar gibi mevcut bir organizasyonda belirli görev ve sorumlulukları yerine getirmek yerine görev ve sorumluluklarını kendi belirlerler ve yerine getirilmesinde öz disipline belirli bir sorumluluğa sahiptirler. Girişimcilik eğilimi yüksek kişiler yüksek sorumluluk taşırlar. Kişiliğin sorumluluk boyutu ile girişimcilik eğilimi arasında pozitif yönlü bir ilişki gözlemlenebilir ve sorumluluk girişimcilik eğilimini olumlu yönde etkileyebilir.

### **3.1.5. Nevrotizm'in (Duygusal Denge) İç Girişimcilik Üzerine Etkisi**

Girişimciler, çalışma hayatında iş yükü, iş-aile çatışması gibi birçok fiziksel veya psikolojik stres ile yüz yüze kaldığında yüksek düzeyde dayanıklılık ve kendine güven gibi özellikleri önemli olmaktadır. Aynı zamanda girişimciler; çevrelerindeki sonuçları kontrol edebildiğinde kendilerine olan güvenlerini yüksek olarak tanımlamaktadırlar. Kişiler stres ve çatışma yaşadığı ortamda depresif ve endişeli gibi özellikler göstermektedir. Bu gibi kişilik özellikleri ise yüksek seviyede nevrozlu kişileri işaret etmektedir. Bu durumda kişi yeni fikirler üretmez, sağlıklı karar alamaz ve çevresiyle ilişkileri zayıf kalır yani girişimcisi taşıdığı özelliklere sahip değildirler. Bu yüzden nevrozlu düzeyi iç girişimciliği etkilemektedir. Nevrozlu düzeyi yüksek olan kişilerin iç girişimcilik davranışı olumsuz yönde etkilenir. Nevrozlu düzeyi düşük kişilerin ise girişimcilik ve iç girişimcilik eğilimleri daha yüksek olmaktadır.

Duygusal stabilitesi düşük olan kişiler strese yatkındır ve sürekli depresyon halindedir. Bu kişiler devamlı sinirlilik ve endişe dönemleri yaşama eğilimi gösterirler. Genellikle çalışma ortamlarında, düşük duygusal istikrar, işi bırakma niyetleri ve işe gönüllü katılım ile olumlu yönde ilişkilidir (Barrick ve Mount, 1996: 264). Girişimciler için duygusal değişkenlik yani nevrozlu kişilerin çalışmalarında engel teşkil edeceği ifade edilmektedir. Duygusal dengeyi kuramayan kişilerin girişimcilik eğilimlerinde performansları olumsuz yönde etkilenmektedir Bu tutum ve davranışları kendi kişisel işlerinde de uygulayan girişimciler uzun vadede başarılı olamayacak ve yeni girişimlerinde hızlı bir düşüş yaşayacaktır. Öte yandan, Hertz ve Donovan (2000), yüksek duygusal istikrarın, kişilerin ilişkileri sürdürme becerisine yardımcı olabileceğini ifade etmektedir. Bu girişimci, müşteriler, çalışanlar ve kaynak sağlayıcılarla ilişkiler yoluyla uzun vadede başarısını devam ettirecektir.

Bir girişimci işletmeye ve bir girişimci fikrine sahip olmak ve onu devam ettirmek genellikle girişimcinin çeşitli kişi ve paydaşlar tarafından ortaya koyduğu günlük baskıları ve beklentileri yönetebilmek için başa çıkma yeteneğine sahip olmayı gerektirir. Duygusal

kararlılığı yüksek olan kişiler bu stresli durumlara tahammül edebilmeli bunlarla başa çıkabilmelidir. Benzer şekilde, girişimciler işletmenin faaliyetlerini oluşturmak ve sürdürmek için kişisel risk almakta ve gelecekteki istihdamı garanti etmemektedir. Kendine güvenen ve bu riskleri üstlenirken güvende olan ve belirsizlikle başa çıkabilenlerin bu koşullar altında başarılı olması beklenir ve bu da girişim için hayatta kalma olasılığını artırır (Ciavarella vd., 2004: 470-471).

Nevrotiklik seviyesi düşük olan kişiler kendine güvenen, rahat ve sakin bir yapıya sahiptir. İş ortamı, iş- aile çatışması, iş yükü ve yeni bir iş girişimi başlatma ve yönetme riski, yönetsel işlerin tipik olanın ötesinde fiziksel ve psikolojik stres yaratabilir. Aynı zamanda, girişimciler, çevredeki olayları kontrol etme kabiliyetlerine güçlü bir inançla kendine güven olarak tanımlanmıştır. Stres karşısında özgüven ve rahatlık bu nedenle girişimciler için önemlidir. Bunlar, nevrozluğun düşük seviyelerini tanımlayan özelliklerdir. Yüksek seviyedeki nevrozizmle sahip olan kişilerin daha düşük bir girişimcilik-iç girişimciliğin davranışı sergilemesi beklenmektedir (Zhao ve Seibert, 2006: 260).

Literatür incelendiğinde beş faktör kişilik özelliğinin dışa dönüklük boyutunun taşıdığı özelliklere bakıldığında bu yapıdaki kişiler iç girişimcilik, girişimci ve girişimcilik tiplerine yönelik özellikler taşıdıkları görülmektedir. Buna karşın kırılma, kaygı, depresyon ve kızgınlık gibi özellikler taşıyan nevrozizm kişilik tipinin girişimcilik özellikleri ile ilişkisi olduğuna dair herhangi bir tespit yapılamamıştır. Girişimci kişilerin sahip oldukları girişkenlik, başarıya ihtiyacı, iddialı, beceriklilik, düzenli, disiplinli ve başarıya güdüsü gibi özellikler ile beş faktör kişiliğin sorumluluk kişilik özelliği ile uyumluluk gösterdiği görülmektedir (Özgüner, 2015: 157).

Yukarıda kişiliğin girişimcilik üzerine etkileri olarak ifade edilen görüşlerin ışığı altında aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

**H1.** Beş faktör kişilik özelliklerinin iç girişimcilik üzerinde etkisi vardır.

**H1a:** Beş faktör kişilik özelliğinin dışa dönüklük boyutu, iç girişimcilik üzerinde pozitif anlamlı etkilidir.

**H1b:** Beş faktör kişilik özelliğinin uyumluluk boyutu, iç girişimcilik üzerinde pozitif anlamlı etkilidir.

**H1c.** Beş faktör kişilik özelliğinin sorumluluk boyutu, iç girişimcilik üzerinde pozitif anlamlı etkilidir.

**H1d.** Beş faktör kişilik özelliğinin nevrozizm boyutu, iç girişimcilik üzerinde negatif anlamlı etkilidir.

**H1e.** Beş faktör kişilik özelliğinin açıklık boyutu, iç girişimcilik üzerinde pozitif anlamlı etkilidir.

### **3.2. Kişilik Özelliklerinin Sosyal Sermayeye Etkisi**

Birçok bilim insanına göre örgütsel amaçlara ulaşmanın ana faktörü insan kaynağıdır. Bundan dolayı öncelikle insanın sahip olduğu tecrübe ve bilişsel yetenekler ve kişisel özelliklerinden meydana gelen insan sermayesi, entelektüel sermayesi ve sosyal ilişkilerini şekillendiren sosyal sermayesi ile birlikte yaptığı işin kalitesini ve niceliğini etkileyen ve kişiliklerin bir tarafını oluşturan sosyal sermayelerde başrol oynamaktadır. Başka bir ifadeyle sosyal sermaye kişiliğin bir unsuru olarak ifade edilmektedir. Kişiler arası ilişkiler ve ilişki seviyeleri sosyal ağlar içindeki bilgi akışına göre şekil almakta ve gündelik hayatta fark edilmeyen, görünemeyen birçok kişisel özellikleri bu ağlarda meydana çıkmaktadır.

İşletmeler için insan gücü çok önemli bir üretim unsurudur. İşletmeler kaliteli mal ve hizmet üretmek için yetkin, işini seven ve işini isteyerek yapan kişilerle çalışmak ister. Bundan dolayı çalışanın yaptığı iş ile kişilik özelliğinin uyumlu olması önemli bir faktördür. Bu durumda işletmelerin kişiye göre iş değil, işe göre kişi seçmeleri gerekmektedir. Çünkü çalışan kişiler kurumda iş arkadaşları, amirleri ve astlarıyla birlikte sürekli iletişim içindedir ve çalışanlar kişilik özelliklerini kuruma ve çevresine yansıtmaktadır. Kurumda iletişim problemlerinin olması, güven duygusunun azalmasına neden olabilir. Kurumuna ve çevresindeki kişilere karşı güven duygusu azalan kişiler sorumluluklarını yerine getirirken agresif, isteksiz ve gergin tavır sergilerler. Bunun yanı sıra, aynı şekilde çalışma arkadaşlarına karşı da güveni azalan kişiler, içlerine kapanık ve grup içerisinde uyum sorunu yaşayabilmektedir (Sakallı ve Örucü, 2017: 215-216).

İhtiyaçlardaki farklılıklar, duygusal eğilimler ve kişilik özelliklerindeki bireysel farklılıklar, yeni girişimcilerin sosyal sermayeye erişimini veya sosyal ağların inşasını etkileyebilir. Bununla birlikte kişisel özellikler hakkında, sosyal ağların farklı kalıplarının potansiyel nedenleri olarak daha az şey bilinmektedir (Fang vd., 2011 :45-146). Kalish ve Robins (2006: 58), belirli bir sosyal bağlamda, her biri farklı kişilik özelliklerine sahip bireyler arasında sosyal ilişkilerin nasıl ortaya çıkabileceğini anlamak için daha fazla çalışmaya ihtiyaç olduğunu ifade etmektedir.

İnsanlar farklı ağ yapıları kurmak için kişilik özelliklerinden yararlanırlar. Ağ değişikliğinin altında yatan sürecin ağ üyelerinin kişisel özelliklerinde yer aldığı varsayılmaktadır.

Burt'e (1992) göre çalışan kişilerin sosyal sermayesi işletmenin sosyal sermayesini oluşturur. Kişilerin sosyal sermaye oluşumunu belirleyen ve etkileyen birçok faktör bulunmaktadır. Kişilerin özelliklerinden, bireysel değerlere kadar birden fazla faktör, sosyal sermaye oluşumunda etkili olmaktadır (Özdemir, 2008: 85).

Kişilik özellikleri kişinin sosyalleşmesini etkilediğinden, dışa dönük ve deneyimegelime açık kişilerin daha rahat iletişim kurmalarına ve daha rahat arkadaşlık kurmalarına, daha kolay sosyal ağ oluşturmalarına, bunun aksine nevroitiklik seviyesi yüksek olan kişilerin daha zor ilişki kuracağından sosyal ağ oluşturmada zorluk yaşamalarına sebep olabilmektedir (Wehrli, 2008: 3).

Genel olarak literatür incelendiğinde kişilik özelliklerinin sosyal sermaye etkisini araştıran aşağıdaki çalışmalar yapılmıştır:

✓ Alan ve Korkmaz (2017) çalışmalarında sosyal ağ ilişkilerine yönelik güçlü ve zayıf bağ ve çok yönlü bağlara vurgu yaparak, hastane yöneticilerinin kişilik özellikleriyle arasındaki ilişkiyi araştırmış, sosyal ağ ilişkilerini geliştirmek, kişinin kişilik özellikleriyle yakından ilişkili olduğunu saptamışlardır. Başka bir deyişle sosyal ağların oluşmasında kişilik özelliklerinin önemli bir rol oynadığı sonucuna ulaşmışlardır.

✓ Hiraishi vd. (2008) çalışmalarında sosyal sermayenin bir alt boyutu olan güven unsurunun, kişilik özelliklerinden etkilendiğini ifade etmektedirler. Kişilik özelliklerinin güven üzerindeki etkisinin incelendiği çalışmalarda kişiliğin dışa dönüklük, sorumluluk ve uyumluluk alt boyutlarının sosyal sermayenin alt boyutu olan güven unsuru üzerinde önemli bir etkisinin olduğunu belirtmişlerdir

✓ Furumo ve Pillis (2009)'in yaptıkları araştırmada, kurumda güven seviyesinin yüksek olabilmesi için, çalışanların sorumluluğu yüksek, uyumlu ve daha dışa dönük kişilerden oluşması gerektiğini belirtmişlerdir. Fruma ve Pillis çalışma ortamında güvenin önemli olduğuna, işlem maliyetlerinin güvenin yüksek olduğu yerlerde düşük olduğuna vurgu yapmışlardır. Birbirine güvenen kişiler, başkaları tarafından yapılan işleri izlemek veya tekrar kez kontrol etmek için daha az zorlanırlar.

✓ Bakan ve Karaaslan (2017) çalışmalarında, sosyal sermaye oluşumunda temel göstergeleri olan güven ve sosyal ağ unsurlarını, kullanıcı açısından duygu kişilik özellikleri, sosyal ağ ve profesyonel sosyal ağ kullanım seviyesindeki farklılıklarını araştırmış ve çoğunluğu oluşturan öğrenci ve akademisyenlerin kişisel farklılıklarının ve kişilik özelliklerinin sosyal sermaye oluşumlarındaki etkilerini incelemişlerdir. Çalışma sonucunda kişilik özelliklerinden dışa dönüklük boyutuyla sosyal ağ kullanımını farklılığı incelendiğinde sosyal ağ kullananların dışa dönüklük seviyelerinin daha yüksek oldukları görülmüştür.

Kişilik özelliğinin diğer boyutu olan deneyime açıklık bulgularında fazla sosyal ağla sahip kişilerin, daha az ağa sahip olanlara göre daha fazla gelişimlere açık olduğu saptanmıştır. Elde ettikleri bulgular sonucuna göre sosyal sermayenin temelini oluşturan güvene ilişkin kişiliğin boyutları değerlendirilmeye alındığında, dışa dönüklük boyutunun daha etkili olduğunu gözlemlenmiştir.

✓ Baay vd. (2014) yaptıkları çalışmada, beş faktör kişilik özelliklerinin iş arama sonuçlarını ne derecede etkilediğini daha iyi anlamak için sosyal sermayenin aracılık rolüne bakmışlar. İlk olarak bağımsız değişkenler olan beş faktör kişilik özellikleri ve sosyal sermaye arasındaki ilişkiler ele almışlar ve sonuç olarak dışa vurma, deneyime açıklık ve duygusal istikrar olumlu bir şekilde sosyal sermaye ile pozitif olarak ilişkili olduğu bulgusuna ulaşmışlardır. Çalışmanın ikinci araştırma sorusu olan beş faktör kişilik özellikleri ile iş arama sonuçları arasındaki ilişkilerin sosyal sermaye tarafından aracılık edip etmediğini araştırıldığında ise dışa dönüklük, duygusal istikrar ve deneyime açıklık kişisel özelliklerinin gelecekteki istihdam durumu arasındaki ilişkilere sosyal sermayenin aracılık ettiği sonucuna ulaşmışlardır.

✓ Tulin vd. (2018), kişilik ve sosyal sermaye adlı çalışmalarında Hollanda'da uygulamış olduğu anket yöntemiyle kişilerin beş faktör kişilik özellikleriyle sosyal sermayeleri arasındaki ilişkileri incelemiştir. Analiz sonucundaki bulgulara göre kişilik ve sosyal sermayenin, dışa dönüklük ve deneyime açıklığın sosyal sermayeyi etkilediği, dışa dönüklük, duygusal istikrar ve uyumluluğun anlamlı bir şekilde sosyal sermayeye ilişkili olduğunu göstermişlerdir. Sonuç olarak çalışmaya göre kişilik özellikleri sosyal sermayeyi olumlu yönde anlamlı etkilediği bulgusuna ulaşılmıştır.

✓ Seevers vd. (2015) yaptıkları çalışmada, kişilik faktörlerini, öğrencinin sosyal sermayesinin öncülü olarak incelemiştir. Bu çalışmada beş faktör kişilik modelinin uyumluluk ve dışa dönüklük iki alt boyutu ile akademik bir ortamda öğrencinin sosyal sermayesini yansıtan iki değişken bağların miktarı ve bağların gücü arasındaki ilişkilere bakılmıştır. Araştırma sonucunda kişilik özelliğinin uyumluluk boyutunun sosyal ağların büyüklüğüyle olumlu bir ilişkisi olduğunu fakat dışa dönüklük boyutunun sosyal ağların büyüklüğü ile aralarında anlamlı bir ilişkinin olmadığı tespit edilmiştir.

✓ Lim vd. (2014) çalışmalarında, bir girişimci niyetini etkileyen kişilik özelliklerini ve sosyal sermayeyi incelemiştir. Elde ettikleri bulgularla, değişkenler arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna varmışlar ve sosyal sermaye ve girişimcilik niyeti ile olumlu yönde ilişkili olduğunu tespit etmişlerdir. Çalışma, sosyal sermaye ve girişimcilik dersleri ve

girişimcilik tecrübesi şeklinde önceki bilgilerin girişimcilik niyetiyle pozitif bir ilişki içinde olduğunu göstermiştir.

✓ Lakshmi (2017) sosyal sermayenin kişilik ilişkisi adlı çalışmasında sosyal sermayenin farklı boyutlarıyla ilgili bazı kişilik faktörlerini incelemeyi amaçlamıştır. Çalışmayı Hindistan'da yüksek okulda 200 öğrenci üzerinde uygulamıştır. Çalışmasında psikometrik testler kullanarak kişiliğin dışa dönüklük ve nevrotiklik boyutlarını ölçmüş ve elde edilen bulgular, dışa dönüklük gibi kişiliğin özelliklerinin, arkadaşlarla bağlanma gibi sosyal sermaye faktörleriyle anlamlı ve pozitif olarak ilişkili olduğunu ortaya koymuştur. Bununla birlikte sosyal sermaye faktörlerinin, kişiliğin nevrotiklik boyutuyla negatif bir şekilde ilişkili olduğu ortaya konmuştur.

### **3.2.1. Dışa Dönüklüğün Sosyal Sermaye Üzerindeki Etkisi**

Dışa dönüklük, sosyal ortamda iletişim olmayı, girişimde bulunmayı, sosyal, rahat ve doğal davranışlarda bulunmayı kapsamaktadır (İyem ve Erol, 2013: 140). Dışa dönük kişiler, bulunduğu sosyal yaşamda başkalarıyla iletişimde güçlük çekmeyen, bulunduğu ortamlara kolaylıkla uyum sağlayabilen ve sosyal ilişki kurmada başarılı olan kişilerin özelliği olarak ifade edilir. Kurumda çalışan kişiler sosyalleştiğinde örgütün ortak kabullerini çabuk benimserler. Bunun yanında dışa dönük kişiler kendilerine olan güven duygusu ile daha atılgan davranır, girişken olur, coşkuyu tercih eder ve risk alabilirler.

Dışa dönüklük, ağ oluşturma davranışlarıyla ilişkilendirilmiştir ve genel olarak sosyal kaynakların kullanımı ile ilişkilendirilmiştir. Bu nedenle dışa dönük kişilerin sosyal ağlarını daha yoğun kullandıkları görülmekte ve bu da mevcut sosyal sermayenin getirisini artırmaktadır. Bunun yanı sıra dışa dönüklük seviyesinin yüksekliği ve ilişkilerin yakınlığı göz önüne alındığında, sosyal ilişkilerinin bilgi paylaşmasını daha da kolaylaştırdığı söylenebilmektedir (Baay vd., 2014: 3). Dışa dönük kişiler konuşkan kibar kişilikleri ile zamanlarının çoğunu sosyal ortamlarda geçirmeyi tercih ederler. Dışa dönüklük seviyesi yüksek kişiler daha az yalnız zamana ihtiyaç duyar ve daha fazla sosyal enerjiye sahiptirler, bundan dolayı farklı sosyal aktiviteler arasında daha az rekabet yaşayabilir ve bu da iletişim olanaklarını artırır (Tulin vd., 2018: 298).

Dışa dönüklük, kişilerin ne kadar aktif, iddialı ve konuşkan olduğu ile ilgili bir kavramdır. Dışa dönük kişiler diğerlerine göre daha kolay yaklaşımda bulunur ve daha fazla sosyal etkileşime girerler. Buna karşılık, dışa dönüklük seviyesi düşük olan kişiler içe dönük, daha ciddi olma eğilimindedir ve yalnız olmayı ya da yakın çevrelerde kalmayı tercih ederler. Dışa dönük kişilerin daha büyük ağlara sahip oldukları ve daha yüksek temas frekansları

gösterdikleri bulunmuştur (Russell vd., 1997: 653). Buda dışa dönük kişilerin sosyal sermayelerinin daha yüksek olduğuna dikkat çekmektedir.

DeNeve ve Copper (1998), dışa dönüklüğün öncelikli olarak ilişkilerin niceliği ve yoğunluğu ile ilişkili olduğunu ve bu nedenle, sosyalleşmede, daha yüksek enerji seviyelerinde, pozitif duygusallıkta ve heyecan arayışında kendini gösterdiğini ifade etmektedir. Baker (1994) ise dışa dönüklüğün, sosyal ağların gelişmesini kolaylaştıracağını ve sonuçta tedarikçiler ve müşterilerle daha güçlü ortaklıklar kurulacağını belirtmektedir. Tedarikçiler, danışmanlar ve müşterilerle ağlar kurabilmek çok önemlidir ve bunu etkin bir şekilde yapmak girişimde başarılı olma ihtimalini artırır ve uzun vadeli hayatta kalma ile sonuçlanabilir (Baron ve Marfeman, 2000: 109).

✓ Bergman vd. (2010), çalışmalarında beş faktör kişilik özelliklerinden dışa dönüklük boyutu ve güven unsuru arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğunu, dışa dönüklük seviyesi yüksek kişilerin, düşük seviyeli dışa dönük kişilere göre, güvenin daha fazla olabileceğini ifade etmektedir.

✓ Correa vd. (2010), çalışmalarında beş faktör kişilik özelliğinin dışa dönüklük, deneyime açıklık ve nevroitiklik boyutlarıyla ile sosyal medya sosyal ağ kullanımı arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. 959 katılımcıya uyguladıkları çalışmada sosyal medya kullanımı ile kişilik özelliğinin deneyime açıklık ve dışa dönüklük boyutları arasında pozitif yönlü, nevroitiklik boyutu ile negatif yönlü bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir.

✓ Wehrli (2008) İsviçre’de 1560 üniversite öğrencisiyle yaptığı çalışmasında, Beş faktör kişilik özelliğini esas almış ve bu çalışmada kişilik özelliklerinden dışa dönüklük boyutunun ağ temelli bağlantılar oluşturulmasında büyük bir role sahip olduğunu ileri sürmüştür.

Literatürde yapılan çalışmalar incelendiğinde, dışa dönük kişilerin içe dönük kişilere göre daha büyük kişisel ağlara sahip olduğunu ve dışa dönük bireylerin sosyal ağlarının destek sağlama ihtimalinin daha yüksek olduğunu göstermektedir. Dışa dönüklük sosyal sermayenin yaratılmasında önemli rol oynar, çünkü artan sosyal durum arayışı, fazla sayıda insanla karşı karşıya kalmaya neden olur; bu da onların istedikleri tanıdıklar ve arkadaşlar ile tanışmalarını daha olası kılmaktadır.

### **3.2.2. Uyumluluğun Sosyal Sermaye Üzerindeki Etkisi**

Goldberg (1993) ve Costa ve McCrae (2008) kişilik özelliğinin uyumluluk boyutunun arkadaşça, şefkatli ve düşünceli olmayı ifade ettiğini belirtmektedir. Uyumluluk seviyesi yüksek sosyal uyum içinde olan kişiler faydalı, cömert ve güvenilirlerdir. Anlaşılabilirlik,

uyumluluk, insanların başkalarına destek vermeye istekli olduklarından, insanları değişim ortakları olarak çekici kılmaktadır. Uyumlu insanlar başkalarının ihtiyaçlarına daha iyi cevap verebilmekte ve bu da diğer insanların kaynaklarına desteklerini paylaşmada daha başarılı olmalarını sağlayabilmektedir. Selden ve Goodie (2018), uyumluluğu güven, sempati ve uyumluluk ile karakterize bir olgu olarak açıklamaktadır. Uyumluluk düzeyi yüksek kişilerin, uyumluluk düzeyi daha düşük kişilere kıyasla sosyal bağlantılarının daha fazla olduğu kanıtına varılmıştır. İş yerinde kabul edilebilir uyumlu kişiler kişiler arası iletişimi ve ekip çalışmasını içeren görevlerde daha başarılıdır çünkü çatışma çözme konusunda daha iş birliği ve yeteneklidirler (Barrick vd., 2005: 361). Sosyal sermayenin oluşması için güven çok önemlidir, çünkü sosyal ilişkilere yapılan yatırımlarda karşılık olarak iyilik alamama riski vardır.

Bazı araştırmacılar bölgelerin, bireysel kişiliklerin, sosyal ve iş etkileşimlerinin birleşik sonucu olan bir kişiliğe sahip olduklarını ve kurumların pazar yapılarını ve ağların birleştirdiğini öne sürmektedir (Westlund, 2006 vd., 70). Johannisson (2000), çoklu kişiler arası diyalogun yeni bir girişim kurmanın anahtarı olduğunu ifade etmektedir. Girişimci tarafından kişisel ağ bağlantısı açıkça söz konusudur ve Johannisson, kişisel sosyal sermayenin ağ bağlantısının aslında girişimciler arasında bağımsızlığa ihtiyaç duyduğu varsayılan güçlü bir şekilde uyumlulukla ilgili olduğunu ortaya koymaktadır. Johannisson'a göre sosyal ağlar, hiyerarşilerde olduğu gibi sadece dikey değil, rakipler arasında veya işletmeler ile müşteriler arasındaki ittifaklarda olduğu gibi yatay da değil, aynı zamanda "yanal"dır. Yanal bağlar, ilgisiz işletmelerdeki kişilerin birbirleriyle etkileşime girmesiyle sonuçlanmakta ve bu kişiler, girişimciler yöneticiler veya işçiler olabilmektedir. Ayrıca yan ilişkiler, kamu görevlileri ve medya personeli gibi iş adamları ve iş dünyası dışındaki insanlar arasındaki etkileşimleri içermektedir (Westlund, 2006: 70). Çalışanların kurum veya kurum dışında sosyal bir ağ oluşturabilmesi bireysel kişilik özellikleriyle ilgilidir. Dışa dönük özelliği insanların sosyal özelliklerini kapsamaktadır. Dışa dönük, uyumlu girişken ve aktif kişiler çevreleriyle daha rahat iletişim kurarken içine kapanık, uyumsuz bir kişinin çevresiyle çok ilgili olduğu tahmin edilemez. Kişilerin dışa dönük olması başkalarıyla kolay iletişim kurabilmeleri, girişken olma ile enerjilerinin en üst seviyede olması gibi özellikleri taşımalarıdır.

✓ Karkoulian ve Osman (2009) çalışmalarında, uyumlu kişilerin kişiler arası ilişkilerde ve iletişimde daha başarılı olduklarını, kendine daha güven eğiliminde ve sosyal sermayesinin daha güçlü olduklarını ifade etmişlerdir.

✓ Evans ve Revelle (2008) çalışmalarında beş faktör kişilik özelliğinin uyumluluk boyutunun güven davranışları üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisinin olduğunu tespit etmişlerdir.

### **3.2.3. Sorumluluğun Sosyal Sermaye Üzerindeki Etkisi**

Sorumluluk düzeyi yüksek olan kişiler iyi organize edilmiş, disiplinli ve dürüst olarak ifade edilmektedirler. Kişilik özelliğinin sorumluluk boyutundaki özelliği taşıyan kişiler, kendiliğinden hareket etmekten çok amaçlı ve planlı davranışlarda bulunan ve sorumlu davranan kişilerdir. Sorumluluk sahibi kişilerin güçlü yönlerinden biri olan öz yeterlilikleri ile kendini kontrol etmesi sosyal ilişkilere olan güveni doğurmaktadır

Dohmen (2008), sorumluluğu yüksek olan kişilerin, yalnızca daha güvenilir olarak algılanmakla kalmadığını aynı zamanda daha önce alınmış bir iyiliğe karşılık verme ihtimallerinin de daha yüksek olduğunu ve aslında daha güvenilir olduklarını ifade etmiştir.

Hackman ve Morris (1975), kuruluşların giderek artan oranda başarılı bir yönetim için strateji olarak çalışma ekiplerinin kurulumuna yöneldiğini belirtmişlerdir. Salas vd. (1992), bir iş tasarımı olan çalışma ekibi yönteminin, iş rollerinin belirlenmiş, paylaşılan ve değerli hedeflere ulaşmak için çeşitli bağımlılık derecelerinde etkileşime giren sorumluluk sahibi kişilerin atandığı bir yöntem olduğunu ifade etmektedirler. Sorumluluk sahibi kişiler, sorunlarla başa çıkabilmek için temkinli, etik ilke ve ahlaki değerlere bağlı, hedefe başarılı ulaşabilmek için ise çok çalışan ve başlanılan bir işi bitirebilme yetisine sahip olma eğilimindedirler (Neuman ve Wright, 1999: 376-377). Bu özelliklere sahip kişilerin hiyerarşik yapı içerisinde her türlü işte başarılı olma olasılığı güçlüdür. Kurum içinde sorumluluk seviyesi yüksek çalışanların sayısının fazla olması sosyal sermayenin en önemli unsuru olan güvenin oluşmasına katkı sağlamaktadır (Bakan ve Karaaslan, 2017: 84). Sorumluluk sahibi kişiler, sosyal ağlarını ve kaliteli kişiler arası ilişkileri sürdürme motivasyonlarını kullanma konusunda kendilerini daha rahat hissederler ve sosyal sermayelerini daha iyi kullanabilmektedirler.

### **3.2.4. Nevrotizmin Sosyal Sermaye Üzerindeki Etkisi**

Goldberg'e (1993) göre duygusal kararlılığı yani nevroitiklik seviyesi yüksek olan kişiler strese karşı yüksek tolerans gösterme eğiliminde ve nadiren kötü bir ruh hali içindedir. Duygusal açıdan daha dengesiz olan insanlar, daha fazla endişe halindedir, daha fazla olumsuz duygu yaşama ve daha karamsar bir bakış açısına sahip olma eğilimindedirler.

Sosyal sermaye ile ilgili olarak duygusal istikrar en çok ego çekiciliğiyle bağlantılıdır. Sosyal bağlantıların sürdürülmesinin en önemlisi bilişsel ve duygusal kaynaklar gerektirdiğidir. Selden ve Goodie (2018), duygusal açıdan dengesiz kişilerin başkalarına harcayabilecek daha az bilişsel ve duygusal kaynaklara sahip olduğunu ifade etmişlerdir. Çünkü bu kişiler tatsız duyguları işlemeye ve buna neden olan olaylar hakkında endişelenmeye enerjilerinin çoğunu harcamaktadırlar. Sosyal sermayeye baktığımızda kişilik özelliğinin nevroitiklik boyutu ile bağlantılı çok az kaynak vardır. Duygusal açıdan dengesiz kişiler daha yüksek sosyal kaygı yaşamakta ve daha zayıf sosyal becerilere sahiptir ve başkaları tarafından daha olumsuz görülmektedirler.

Nevrotiklik seviyesi yüksek kişiler işle daha az meşgul olma eğilimindedirler ve sosyal bağ kurma yeteneklerini sınırlayan tükenmişlik deneyimleme olasılıkları daha fazla olmaktadır (Langelaan vd. 2006: 524). Nevrotiklik seviyesi yüksek kişilerin daha az sosyal sermayeye sahip oldukları göz önüne alındığında, sosyal sermayeye yatırım yapma yeteneklerinin de çok az olduğu söylenebilir.

Alan yazın incelendiğinde konuyla ilgili pek çok çalışma olmasına rağmen, beş faktör kişilik özelliğinin nevroitiklik boyutunun iş yerinde sosyal bağlarla ve sosyal sermaye ile arasında anlamlı bir şekilde ilişki olduğu anlaşılmaktadır.

### **3.2.5. Deneyime Açıklığın Sosyal Sermaye Üzerindeki Etkisi**

Goldberg (1993) deneyime açıklığı yüksek olan kişiler maceracı, entelektüel açıdan meraklı ve yeni fikirlere ilgi duyan kişiler olarak tanımlamaktadır. Yeni sosyal ortam arayışları, açıklık düzeyi yüksek kişilerin neden geleneksel olmayan arkadaşlıklara ve gruplar arası bağlara sahip olduklarını açıklamaktadır (Laakasuo vd., 2017: 70). Açıklık, artan iletişim fırsatları çeşitliliği nedeniyle araçsal sosyal sermaye için faydalı olmaktadır. Açıklık, yeni sosyal ortamlara girmeyi kolaylaştırır; bu, benzersiz kaynaklar sunabilen diğer birçok insanla tanışmayı ve onlarla bağlantı kurma şansını artırır (Tulin vd., 2018: 299).

Deneyime açıklık düzeyi yüksek olan kişiler, iki nedenden dolayı sosyal sermayelerinden daha fazla yararlanabilmektedirler. Bunlardan birincisi çok çeşitli insanlarla etkileşimde buldukları göz önüne alındığında (Wu vd., 2008: 442-445) daha faydalı bir sermayeye sahip olabilmek, diğeri ise birinin sosyal ağındaki daha fazla çeşitlilik, daha eşsiz bilgileri alma ve daha iyi girişim olanakları ile ilgilidir (Baay vd., 2014: 3).

Yapılan çalışmalar incelendiğinde deneyime açıklık seviyesi yüksek olan kişilerin, sosyal kaynakların etkisinin olduğu girişim sürecinde sosyal kaynakları kullanmalarının daha muhtemel olduğu görülmektedir.

Sosyal sermaye kavramı saygı, anlayış, estetik, sevgi, anlayış, dürüstlüğü ve güveni içermektedir. Sosyal sermaye, sosyal ilişkilerin hayata yansımaları olup kişilerin birbirleri ile olan ilişkileri üzerinde kurulmuştur (Töremen, 2004: 2). Sosyal sermayenin bu özellikleri kişiliğin gelişime-deneyime açıklık özelliğini taşıyan kişilerde de bulunmaktadır. Bu özellikteki kişiler genellikle estetik, aktif, fikir sahibi, değer sahibi kişilerdir. Tanımlanan bu ifadelerle göre kişiliğin açıklık özelliğine sahip kişilerin sosyal sermayelerinin yüksek olması beklenmektedir.

Beş faktör kişilik özelliklerinin bazı kişilerin ağlarını daha yoğun ya da etkili kullanmasına neden olduğu görüşlerine dayanarak, sosyal sermayenin kişilik özellikleri ile ilgili olduğunu ve sosyal sermaye kullanılabilirliği arasındaki ilişkinin beş faktör kişilik özelliklerine bağlı olduğunu varsayıyoruz.

Yukarıda kişiliğin sosyal sermaye üzerine etkileri olarak ifade edilen görüşlerin ışığı altında aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

**H2.** Beş faktör kişilik özelliklerinin sosyal sermaye üzerinde etkisi vardır.

**H2a:** Beş faktör kişilik özelliğinin dışa dönüklük boyutu, sosyal sermayeyi pozitif anlamı olarak etkiler.

**H2b:** Beş faktör kişilik özelliğinin uyumluluk boyutu, sosyal sermayeyi pozitif anlamı olarak etkiler.

**H2c.** Beş faktör kişilik özelliğinin sorumluluk boyutu, sosyal sermayeyi pozitif anlamı olarak etkiler.

**H2d.** Beş faktör kişilik özelliğinin nevrozizm boyutu, sosyal sermayeyi negatif anlamı olarak etkiler.

**H2e.** Beş faktör kişilik özelliğinin deneyime açıklık boyutu, sosyal sermayeyi pozitif anlamı olarak etkiler.

### **3.3. Sosyal Sermayenin İç Girişimcilik Üzerine Etkisi**

Sosyal sermaye, kişilerin sahip olduğu ilişkilerin bütünü olarak ifade edilmektedir. Fiziksel veya beşeri sermaye gibi diğer üretim kaynaklarına kolaylıkla erişim sağlar ve aynı zamanda karşılıklılık ve karşılıklı güven yoluyla karar alma süreçlerini ve toplu eylemleri de kolaylaştırmaktadır (Linan ve Santos, 2007: 452). Başka bir deyişle sosyal sermaye, kişiler tarafından piyasada beklenen bir ödül almaya çalışan diğer kişilerle etkileşimlerinde ortaya çıkan resmi veya gayri resmi ilişkilerden oluşan bir kavramdır.

Sosyal sermaye aileden ya da diğerk yakın ilişkilerdeki güçlü bağlara dayanmaktadır. Sosyal sermaye bireysel algıları desteklemekte, farklı değerler, inançlar veya güven unsurunu oluşturmaktadır. Dolayısıyla aileyle veya arkadaşlarla veya diğerk girişimcilerle ilişkiler yoluyla elde edilen değerler, bir işletme oluşturmak veya yeni bir girişimde bulunmak için daha olumlu arzu ya da uygulanabilirlik algıları yaratacaktır.

Girişimcilik, yenilikçilik ve rekabet avantajlarıyla ayrılmaz bir bağlantı içerisinde dir. Girişimciliğin önemi, yeni fırsatların geliştirilmesini ve izlenmesini aktif olarak teşvik eden kuruluşlar tarafından da kanıtlanmıştır (De Carolis ve Saporito, 2006: 42). Aldrich ve Zimme (1986), yeni girişimlerin oluşturulması için ağların ve içlerindeki sosyal sermayenin önemini vurgu yapmaktadır. Sosyal sermaye, şükran, karşılıklılık, saygı ve arkadaşlık duygularını içeren bir kavramdır (Adler ve Kwon, 2002: 23). Başka bir ifadeyle kişinin ilişkilerinde bulunan ve arkadaşlardan, iş arkadaşlarından ve diğerk genel temaslardan gelen iyi niyetten oluşan bir varlı olarak tanımlanmaktadır (Burt, 1992: 64-65). Burt (1992), bir ağda girişimcilik fırsatlarının varlığı arttıkça, birinin girişimci davranışa yatkın olması ve bu durumunda girişimci davranış olasılığının arttığını ifade etmektedir. Sosyal sermayenin yeni girişim oluşumunu etkilediği yeni girişimlerde katkı sağladığı açıkça kabul edilmekle birlikte literatürde sosyal sermayenin ve kişisel faktörlerin girişimci davranışları nasıl etkilediği konusunda bir boşluk bulunmaktadır (De Carolis ve Saporito, 2006: 42). De Carolis ve Saporito (2006) sosyal sermayenin girişimciler için bilgi ve nüfuz olmak üzere iki yararı olduğunu öne sürmektedir. Sosyal sermaye girişimcilik fırsatlarının önemli bir bileşeni olarak ifade edilmekte ve bilgiye erişimi kolaylaştırmaktadır.

Bourdieu (1986), sosyal sermayeyi mevcut bir sosyal ağın ölçeği ve sosyal ağdaki tüm üyelerin sahip olduğu toplam kaynak olarak tanımlamaktadır. Shaw vd. (2008), sosyal sermayenin özellikle bilgi edinme, iş fırsatlarının belirlenmesi, ağ kurma, prestij oluşturulması ve performansın iyileştirilmesinde girişimcilik faaliyetleri için faydalı ve önemli olduğunu vurgulamaktadır. Sosyal sermaye sadece yerel toplulukları iyileştirmek için kritik bir kapasite değil aynı zamanda yaşam kalitesini ve sürdürülebilir kalkınmayı güçlendirmede en önemli temel bir faktörlerden biri olmaktadır. Bu nedenle sosyal sermayenin, bir sosyal girişimin kuruluşunda ve başarısında değerli olduğu düşünülmektedir (Newman ve Dale, 2005: 478-479). Buna göre sosyal sermaye ile girişimcilik arasında pozitif bir ilişkinin olduğu söylenebilir.

Sosyal sermaye insanları farklı ağlardan birbirine bağlar ve yeni bakış açlarına, yeni fikirlere erişim sağlayarak kişiler arasındaki güçlü bir etkileşim yaratır. Yapılan çalışmalar yüksek sosyal sermayenin daha yüksek girişimci niyetleri ortaya çıkardığını göstermektedir.

Özellikle genç nesiller yeni girişimlerde bulunurken ve yeni girişimlere başlarken bu sırada, kaynak bulunmayan kırsal alanlarda, öngörülemeyen zorluklarla karşı karşıya kalmaktadır. Gençlerin yaratıcı olması, girişimlerinin hayatta kalmalarına ve başarılı olmalarına yardımcı olurken, sosyal sermaye ise bu döngüye esneklik katmakta ve nihai başarının güçlendirilmesine yardımcı olabilmektedir (Chia ve Liang, 2016: 162; Liang vd., 2017: 4-5).

✓ Chia ve Liang (2016), Tayvanlı turizm öğrencileri üzerinde yaptığı çalışmalarında Tayvanlı turizm öğrencilerinin sosyal sermayesinin girişimcilik davranışlarından ziyade girişimcilik inançlarına katkıda bulunduğunu öne sürmüşlerdir. Araştırma sonucuna göre çalışma, daha yüksek yaratıcılık seviyesine sahip turizm öğrencilerinin daha güçlü girişimcilik niyetleri sergilediklerini ortaya koymuştur. Çalışma sonucunda sosyal sermayenin girişimcilik eğilimi üzerinde önemli bir etkisi olduğunu tespit edilmiştir. Buna göre sosyal sermayeyi girişimcilik davranışının öncülü olarak ifade edebiliriz.

Adler ve Kwon (2002) ve Burt (1992: 64-65), sosyal sermayenin bilginin zamanlamasını, alaka düzeyini ve kalitesini arttırdığını ifade etmektedirler. De Carolis ve Saparito (2006), buna örnek olarak doğrudan veya dolaylı olarak üniversitelerdeki akademisyenlerle ilişkili olan girişimcilerin, yeni gelişmekte olan teknolojileri ve yenilikleri rakiplerinden önce öğrenebilmelerinden bahsetmektedirler. Bu sayede girişimciler, yeni teknolojiler henüz kimse tarafından duyulmadan fark etmekte ve bu bilgi ışığında erken faaliyete geçme şansı yakalamaktadırlar. Sosyal sermayenin diğer bir faydası olan nüfuz ise kişilerin içinde buldukları ağdaki diğer kişilerin kendilerine yönelik bazı zorunlulukları biriktirir ve daha sonra bu yükümlülükleri kullanır. Burt (1992), birbiriyle ilişkili olmayan ağları kontrolüne alan girişimcilerin sahip olacağı güç ve nüfuzdan bahsetmektedir.

Kurumlar ve kişiler yeni girişimde bulunmak için kaynağa ihtiyaç duymakta ve bazen kurum kaynakları sınırlı olabilmekte ve ek kaynak bulabilmek için dış çevre ile daha fazla etkileşime girmek zorunda kalmaktadır. Sosyal sermaye iletişime ve ağa bağlı bir unsurdur. Başka bir deyişle sosyal sermaye dış çevre ile iletişim halinde olmaktır. İletişimin eksik olması sosyal sermayenin yetersiz olması anlamına gelmektedir. Bunu Lumpkin ve Dess (1996: 139-145) şöyle açıklamaktadır; sınırlı sosyal sermaye, dış kurumlarla yetersiz etkileşimdir ve girişimcilik üzerinde olumsuz etkilere neden olmaktadır. Diğer yandan Lee vd. (2001), girişimciliğin de sosyal sermaye üzerinde yapıcı bir etkisi olduğunu ifade etmektedir. Mesela girişim odaklı şirketler, sosyal ağları aracılığıyla daha fazla kaynak ve daha fazla ekonomik fırsatlar elde etmek için daha fazla yetenek sergilerler. Girişim eğilimi olmayan şirketlerin sosyal sermayeleri ile değerli kaynak elde etmeleri kolay olmamaktadır.

Bundan dolayı girişimcilerle sosyal sermaye arasında karşılıklı bir ilişki olması beklenmektedir.

Girişimcilik sadece finansal sermayeye sahip olanların başarılı olduğu bir faaliyet olmanın da ötesine geçmiştir. Yeni girişimcilerin ortaya çıkması, kurumların kendi örgütsel kaynaklarının sınırlı olmasından dolayı kaynak bulabilmek için dış çevreyle daha fazla etkileşim ve iletişim içinde olmalarını gerekli hale getirmektedir. Bu noktada sosyal sermaye kişiler, kurumlar, işletmeler ya da ülkeler arasında iletişimi ve etkileşimi sağlamaktadır. Başka bir ifadeyle sosyal sermayenin temelinde sosyal ilişkilere yatırım yapmak bulunmaktadır. Sahip olunan sosyal sermayenin, kişinin kendisine olduğu kadar bulunduğu kuruma da yarar sağlayacağı ve girişimci ya da çalışanların daha fazla katma değer yaratacaklarına ilişkin görüşler bulunmaktadır. Kişilerin sosyal sermaye ile kurdukları iletişim ağları sayesinde ihtiyaç duydukları bilgiye örgüt içinde ve örgüt dışında kolay ve hızlı şekilde ulaşacakları ifade edilmektedir. Bu ağlar sayesinde hem zaman kazanılmakta hem de değerli ve önemli bilgilerin örgüt içinde yayılması kolaylaşmaktadır. Bu durumda sosyal ağlarla güçlü olan sosyal sermayenin girişimcilik faaliyetlerinin daha iyi sonuçlanmasında önemli rol aldığı söylenebilir (Tekin, 2019: 160). Sosyal sermaye girişimcilikle sıkı bir ilişki içerisindedir. Sosyal sermayenin bir unsuru olan güvenin olduğu yerlerde belirsizlikler azalmakta ve kişiler girişimcilik faaliyetlerini daha rahat bir şekilde gerçekleştirme imkanına sahip olmaktadır. Sosyal sermayenin diğer bir unsuru olan ağlar ise daha fazla kişiye ve daha fazla kaynağa ulaşmak için önemli bir unsur olmaktadır (Tekin, 2019: 161).

Lumpkin ve Dess (1996), diğer kişilerle iyi bir iletişim kurmanın daha güçlü bir sosyal sermayeye sahip olunduğunu ve girişimsel yönelimler üzerinde pozitif etki sağladığını ileri sürmektedirler. Şirketler ve çalışanlar arasındaki güçlü iş birliği ilişkisi yani sosyal sermaye, şirketler ve çalışanlar arasındaki karşılıklı güveni arttırmakta, şirketler ve çalışanlar arasında kaynak alışverişi yüksek olacağından bu da işlem maliyetini azaltmaktadır. Sosyal sermaye, işletmeleri ve çalışanları birbirine bağlayan bir ağıdır ve bu ağ sayesinde işlerin en iyi şekilde yapılmakta ve rekabet avantajı kolayca elde edilmektedir (Batjargal, 2003: 550-551). Dolayısıyla sosyal sermayenin unsurları olan sosyal etkileşimler ağ, ilişkinin kalitesi ve dış çevreyle ilişkiler, kişiler ve şirketler arasındaki işlem maliyetini düşürmekte ve çalışma performans üzerinde olumlu etki yaratmaktadır (Chen vd., 2007: 217). Bu da şunu göstermektedir ki sosyal sermaye ile girişimcilik arasında pozitif bir ilişki bulunmaktadır.

Chen vd. (2007), sosyal sermaye girişimci oryantasyonu, örgütsel kaynak ve yeni girişimler için girişimci performansı arasındaki ilişkiyi ampirik olarak incelediği, Tayvanda yeni girişimciler üzerinde yaptıkları araştırmasında; sosyal sermaye, girişimcilik

oryantasyonu ve kurumsal kaynaklar arasında önemli ilişkiler olduğunu, ayrıca, sosyal sermayenin, girişimcilik oryantasyonunun ve örgütsel kaynakların girişimcilik performansı üzerindeki etkisini ortaya koymuşlardır. Chen ve arkadaşları yapmış olduğu araştırmanın bulgularında, sosyal sermaye faktörleriyle girişimci performans faktörleri arasında önemli ilişkiler olduğunu, yeni girişimcilerin bilgi yayılımını hızlandırabileceğini ve dış ticareti genişleterek yeni teknoloji, yeni ürün, niş pazar ve finansal kaynakların fırsatlarını arayabileceğini göstermişlerdir. Ayrıca bulgular sonucunda sosyal iletişim ile özerklik arasında güçlü etkileşimler olduğu görülmektedir. Başka bir ifadeyle girişimler için iyi olmayan sosyal iletişimler düşük düzeyde özerklik kazandırmaktadır. Öte yandan, girişimlerin özerklik düzeyi düştükçe sosyal iletişim düzeyide düşmektedir.

Genel olarak literatür incelendiğinde sosyal sermayenin iç girişimciliğe etkisini araştıran aşağıdaki çalışmalar yapılmıştır:

✓ Abell vd. (2001), sosyal sermayenin girişimcilik ve girişimciler üzerinde yaptıkları çalışmada, kişinin serbest mesleğe başlamasında, zayıf sosyal bağların güçlü sosyal bağlardan daha etkin olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Çalışmanın bulgularında elde edilen bir diğer sonuç ise akrabaların girişimciliğe başlamalarında etkisinin olmadığını, bunun yanı sıra arkadaşların ve tanıdıkların etkili olduğu sonucudur.

✓ Neergaard ve Madsen (2004), Danimarka'da 130 farklı işletmeden toplam 155 çalışandan veri toplayarak gerçekleştirdikleri çalışmalarında, kişilerin sosyal ağ oluşturma faaliyetlerine olan yaklaşımlarının ve ağ oluşturma ile ilgili algılarının sosyal ağ oluşturma davranışları üzerinde önemli bir etkisi olduğunu saptamışlardır. Çalışma sonucuna göre girişimcilerin bazıları sosyal ağa çok az önem verirken, bazıları ise sosyal ağın rolünü tamamen reddettiği sonucuna ulaşmışlardır.

✓ Linan ve Santos (2007), çalışmalarında sosyal sermayenin girişimciliği etkileyip etkilemediğini tespit etmek amacıyla Seville bölgesinde bulunan devlet üniversitesinde okuyan lisans işletme bölümü son sınıfta bulunan öğrencilere anket uygulaması yapmışlar ve yaptıkları çalışma sonucunda sosyal sermayenin girişimci niyeti üzerindeki dolaylı etkisinin olduğunu tespit edilmişlerdir.

✓ Karslı (2018), kişilik özellikleriyle girişimcilik eğilimi arasındaki ilişkiyi proaktif kişilik boyutu açısından incelediği çalışmada, kişilik özelliğinin girişimcilik niyetini etkilediği sonucuna ulaşmıştır. Araştırma sonucuna göre proaktif kişiliğin girişimcilik üzerinde pozitif yönde anlamlı bir etkisi olduğu, dışa dönüklük kişilik özelliğinin, girişimciliği pozitif yönde etkilediği, deneyime açıklık kişilik özelliğinin, girişimciliği negatif yönde etkilediği, nevrozizm kişilik özelliğinin, girişimcilik eğilimini negatif yönde etkilediği, uyumluluk

kişilik özelliği, girişimcilik eğilimini negatif etkilediği, sorumluluk kişilik özelliğinin ise girişimcilik niyetini negatif yönde etkilediği sonuçlarına ulaşmıştır.

✓ Akyazı (2014), çalışmasında girişimcilerin sosyal sermaye, iç girişimcilik ve sosyal ağ düzeylerini belirlemeye yönelik bir araştırma yapmıştır. Aksaray ilinde faaliyet göstermekte olan işletmelerde yaptığı bu çalışmada girişimcilik sürecinde iç girişimcilik ve sosyal sermaye ile sosyal ağlar arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Yapılan analiz sonuçlarında sosyal güven ile iç girişimcilik düzeyi arasında anlamlı bir farklılık olduğu belirlenmiş ve buna bağlı olarak, sosyal sermayenin iç girişimcilik üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

✓ Estrin vd. (2013), makalesinde girişimcilik ve sosyal sermaye arasındaki ilişkiyi ele almışlardır. Estrin ve arkadaşlarına göre sosyal girişimcilerin faaliyetleri ve girişimleri işbirliğine dayalı normları pekiştirmekte ve toplumsal hedeflere ulaşmak ve grup ihtiyaçlarını karşılamak için birlikte iş birliği yaparak başkalarına değer verme ile ilgili olumlu görüşler belirtmektedirler. Girişimcilerin işbirlikleri sayesinde, paydaşlarıyla ortak çalışmaya dayalı ilişkiler oluşturmakta, farklı sosyal gruplar arasında ilişki kurmakta ve bu da gruplar arasında yeni bağlar oluşturularak sosyal dışlanmayı ortadan kaldırmaktadır.

✓ Chu (1996), sosyal ağlar ve girişimcilik arasındaki ilişki üzerine yapmış olduğu araştırması sonucunda elde edilen bulgular doğrultusunda denizaşırı Çinli işletmelerin başarısındaki en önemli unsurun güçlü sosyal ağlar olduğu sonucuna ulaşmıştır. Chu'ya göre, girişimcilerin içinde buldukları ağlardaki üyelerden ihtiyaç duydukları kaynağı ve desteği elde edebildiklerinde başarıları daha da artmaktadır. Bunun yanı sıra girişimciliğin farklı aşamalarında, farklı ağ gruplarının da önemi bulunmaktadır. Chu (1996), Çinli girişimcilerin başarısının Çin'de sosyal ağlara verilen önemden kaynaklandığını ileri sürmektedir. Çünkü Çin kültüründe sosyal ağların önemli bir yeri olduğunu, Konfüçyanizm'in "bireyin tek başına hayatta kalamayacağı" inancının yaygın olduğunu ifade etmektedir.

✓ Quan ve Motoyama (2010), silikon vadisinde faaliyet gösteren teknoloji firmalarında çalışan Çinli ve Hintli göçmelerin sosyal ağları ile girişimcilik faaliyetleri arasındaki ilişkinin ele alan bir çalışma yapmışlardır. Silikon vadisindeki Çinli ve Hintli göçmen çalışanlarla ilgili yapılan bu çalışmada, bazı sosyal ağlar ve girişimcilik eğilimi arasında oldukça pozitif yönde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Çalışmada sosyal ağlar ile girişimcilik faaliyetleri arasında pozitif yönde bir ilişki bulunmuştur.

✓ Ber (2016), örgüt içi sosyal ilişkiler ile iç girişimcilik davranışı arasındaki etkileşimi incelemek amacıyla yaptığı çalışmasında, sosyal sermayenin güven unsurunun iç

girişimciliğin yenilikçilik ve proaktiflik boyutlarını pozitif yönde, risk alma boyutunu ise negatif yönde yordadığını belirlemiştir.

✓ Gedajlovic vd. (2013), sosyal sermayenin girişimcilikle olan ilgisini araştırdıkları çalışmasında sosyal sermayenin işletme girişimine olan değerini, karşılıklılık normlara yol ačan güçlü, tekrarlanan sosyal bağlantılardan kaynaklandığını ifade etmektedirlerdir.

✓ Kwon vd. (2013) çalışmalarında sosyal sermaye ve girişimcilik ile arasındaki ilişkiyi ve kişisel ağların serbest mesleğin geliştirilmesindeki rolü gibi sosyal sermayenin bireysel yararlarını incelemektedirler. Aynı zamanda sosyal güven faydalarının yalnızca bireye değil, genel olarak topluluğa tahakkuk ettiğini savunarak sosyal sermayenin kamuya olan yararlarını incelemişlerdir. Sonuç olarak sosyal güven düzeyi yüksek topluluklardaki kişilerin, sosyal güven düzeyi düşük topluluklardaki kişilere kıyasla girişimci olma olasılıklarının daha yüksek olduğunu bulmuşlardır.

Ağ oluşturma davranışı ve kişinin ilişki kurma yeteneği ve eğilimi ile ilişkilidir. Sonuç olarak yeni girişimcilerin sosyal sermayesi daha elverişli hale geldikçe daha iyi performans sergileyeceği varsayılmaktadır. Eğer bazı girişimler tatmin edici bir sosyal ilişki kalitesine ve dış ağa sahip olamazsa, yeni girişimlerin olumsuz proaktivite, özerklik, risk varsayımı ve inovasyona sahip olması çok zordur.

Yukarıda sosyal sermayenin girişimcilik ve kişisel özellikler üzerine etkileri olarak ifade edilen görüşlerin işığı altında aşağıdaki hipotez geliştirilmiştir:

**H3:** Sosyal sermaye i girişimcilik üzerinde pozitif anlamlı etkilidir.

**H4:** Beş faktör kişilik özelliklerinin, i girişimcilik üzerine etkisinde sosyal sermayenin aracılık rolü vardır.

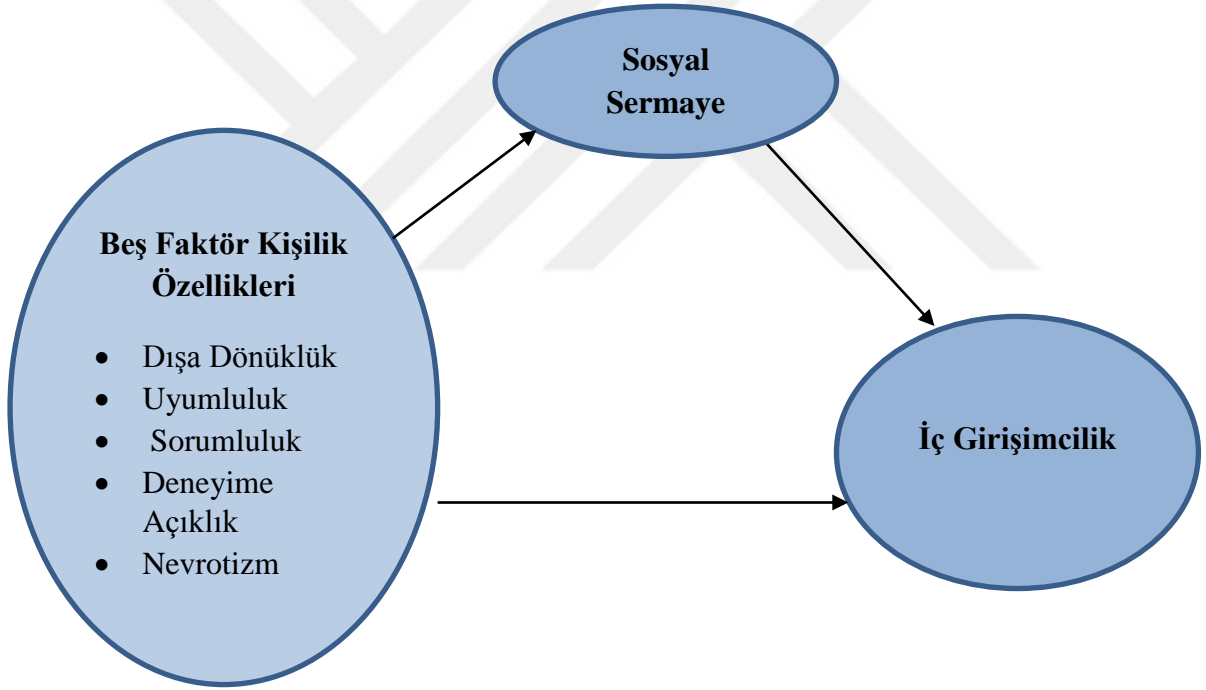
## DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

### YÖNTEM

#### 4.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezler

Araştırma kapsamında geliştirilen modelde, beş faktör kişilik özellikleri ve iç girişimcilik arasında bir ilişkinin olduğu, beş faktör kişilik özellikleri ve iç girişimcilik arasındaki bu ilişkide sosyal sermayenin aracı rolü olduğu düşünülmektedir. Bu araştırma bağımsız değişken olan beş faktör kişilik özellikleri, bağımlı değişken olan iç girişimciliği etkileyip etkilemediğini ve aynı şekilde aracı değişken olan sosyal sermayenin rolünü keşfetmeye çalışmaktadır. Araştırma nicel bir çalışma olup nedensel araştırma modeline dayandırılmıştır.

Kuramsal çalışma ve literatür taraması neticesinde kurulan araştırma modeli Şekil 5'te verilmiştir:



Şekil 5. Araştırmanın Modeli

Kuramsal çalışma ve literatür taraması neticesinde bu çalışmanın hipotezleri aşağıdaki şekilde belirlenmiştir.

**H1.** Beş faktör kişilik özelliklerinin iç girişimcilik üzerinde etkisi vardır.

**H1a:** Beş faktör kişilik özelliğinin dışa dönüklük boyutu, iç girişimcilik üzerinde pozitif anlamlı etkilidir.

**H1b:** Beş faktör kişilik özelliğinin uyumluluk boyutu, iç girişimcilik üzerinde pozitif anlamlı etkilidir.

**H1c.** Beş faktör kişilik özelliğinin sorumluluk boyutu, iç girişimcilik üzerinde pozitif anlamlı etkilidir.

**H1d.** Beş faktör kişilik özelliğinin nevrozizm boyutu, iç girişimcilik üzerinde negatif anlamlı etkilidir.

**H1e.** Beş faktör kişilik özelliğinin açıklık boyutu, iç girişimcilik üzerinde pozitif anlamlı etkilidir

**H2.** Beş faktör kişilik özelliklerinin sosyal sermaye üzerinde etkisi vardır.

**H2a:** Beş faktör kişilik özelliğinin dışa dönüklük boyutu, sosyal sermayeyi pozitif anlamlı olarak etkiler.

**H2b:** Beş faktör kişilik özelliğinin uyumluluk boyutu, sosyal sermayeyi pozitif anlamlı olarak etkiler.

**H2c.** Beş faktör kişilik özelliğinin sorumluluk boyutu, sosyal sermayeyi pozitif anlamlı olarak etkiler.

**H2d.** Beş faktör kişilik özelliğinin nevrozizm boyutu, sosyal sermayeyi negatif anlamlı olarak etkiler.

**H2e.** Beş faktör kişilik özelliğinin deneyime açıklık boyutu, sosyal sermayeyi pozitif anlamlı olarak etkiler.

**H3:** Sosyal sermaye iç girişimcilik üzerinde pozitif anlamlı etkilidir.

**H4:** Beş faktör kişilik özelliklerinin, iç girişimcilik üzerindeki etkisinde sosyal sermayenin aracılık rolü vardır.

**H4a:** Beş Faktör kişilik özelliğinin dışa dönüklük boyutunun, iç girişimcilik üzerindeki etkisinde sosyal sermayenin aracılık rolü vardır.

**H4b:** Beş Faktör kişilik özelliğinin uyumluluk boyutunun, iç girişimcilik üzerindeki etkisinde sosyal sermayenin aracılık rolü vardır.

**H4c:** Beş Faktör kişilik özelliğinin sorumluluk boyutunun, iç girişimcilik

üzerindeki etkisinde sosyal sermayenin aracılık rolü vardır.

**H4d:** Beş Faktör kişilik özelliğinin nevrozizm boyutunun, iç girişimcilik üzerindeki etkisinde sosyal sermayenin aracılık rolü vardır.

**H4f:** Beş Faktör kişilik özelliğinin deneyime açıklık boyutunun, iç girişimcilik üzerindeki etkisinde sosyal sermayenin aracılık rolü vardır.

## 4.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni Gaziantep Organize Sanayi Bölgesinde faaliyet gösteren büyük ölçekli tekstil işletmelerinde istihdam edilen iş görenler oluşturmaktadır. İşletmenin büyüklüğü genellikle çalışan sayısı ile belirlenmektedir. Buna göre; 9 ile 49 arasında çalışana sahip işletmeler küçük, 50 ile 199 arası çalışana sahip işletmeler orta, 200'ün üzerinde çalışana sahip işletmeler ise büyük işletme olarak tanımlanmaktadır (Budak, 2005: 93). Gaziantep Organize Sanayi Bölge Müdürlüğü'nden alınan verilere göre ilgili müdürlüğe bağlı olarak büyük ölçekli tekstil işletme sayısı 73 olup, işletmelerde istihdam edilen tekstil çalışan sayısı toplamda 35.310 kişiden oluşmaktadır.

Çalışma kapsamı çerçevesinde araştırma evreninin çok büyük olması nedeniyle tüm evrene ulaşılmak imkânsızdır. Bundan dolayı hem maliyet hem de süre açısından evreni temsil edebilecek bir örneklemin alınması yolu tercih edilmiştir. Örneklem büyüklüğünün hesaplanmasında Yazıcıoğlu ve Erdoğan'ın (2007: 72) oluşturduğu evren-örnekleminden faydalanılmıştır. Buna göre %95 güven aralığında 25000 kişi ile 50000 kişi arasındaki evren büyüklüğünün 381 kişilik örneklem büyüklüğünün temsil edildiği görülmektedir (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2007: 50). Söz konusu araştırmada olasılığa dayalı olmayan örneklem tekniklerden 'kolayda örnekleme' yöntemi uygulanmıştır. Bu yöntemle toplam 1200 kişiye anket uygulaması yapılmış. 1000 kişiden geri dönüş sağlanmış, bunların 100 tanesi boş olarak dönmüş, 193 tanesi özensiz doldurmadan dolayı elenmiş olup toplamda 707 anket analize dahil edilmiştir. Verilere veri sürecinde oluşan hatalardan, katılımcıların soruları yanlış cevaplama gibi bazı nedenlerden dolayı uç değer analizi yapılmış ve uç değer analizi sonucu 100 anketin analizden çıkarılmasına karar verilmiştir. Araştırmaya 607 tekstil sektörü çalışanından toplanan verilerle devam edilmiştir.

### 4.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmada kullanılan veri toplama yöntemi ankettir. Araştırmanın anket formu 4 bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde, katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik sorular; ikinci bölümde çalışanların kişilik özelliklerinin belirlenmesine yönelik ifadeler; üçüncü bölümde çalışan kişilerin iç girişimciliklerine yönelik ifadeler ve dördüncü bölümde ise çalışanların sosyal sermaye düzeylerini ölçen ifadeler yer almaktadır.

Araştırmada kullanılan ölçekler aşağıda verilmiştir.

#### 4.3.1. Beş Faktör Kişilik Ölçeği

Benet-Martinez ve John tarafından “Beş Faktör Kişilik Envanteri” (The Big Five Inventory) adıyla geliştirilmiş, ve ölçeğin Türkçe uyarlaması Sümer tarafından 56 ülkenin dahil olduğu bir çalışma ile yapılmıştır. Ölçek beş boyut ve 44 maddeden oluşmaktadır. Beş Faktör kişilik ölçeği dışa dönüklük, uyumluluk, sorumluluk nevroitiklik ve deneyime açıklık olmak üzere beş boyuttan oluşmaktadır (Schmitt vd., 2007; Sümer, Lajunen ve Özkan, 2005). Ölçek 5’li Likert tipinde (1) Hiç katılmıyorum, (2) Biraz katılmıyorum, (3) Ne katılıyorum ne de katılmıyorum(Kararsızım), (4) Biraz katılıyorum ve (5) Tamamen katılıyorum şeklindedir.

Beş Faktör Kişilik Ölçeğinde yer alan; kişiliğin dışa dönüklük alt boyutu 1, 6, 11, 16, 21, 26, 31 ve 36’ncı maddelerden, uyumluluk alt boyutu 2, 7, 12, 17, 22, 27, 32, 37 ve 42’inci maddelerden, sorumluluk alt boyutu 3, 8, 13, 18, 23, 28, 33, 38 ve 43’üncü maddelerden, nevroitizm alt boyutu 4, 9, 14, 19, 24, 29, 34 ve 39’uncu maddelerden ve deneyime açıklık alt boyutu 5, 10, 15, 20, 25, 30, 35, 40, 41 ve 44’üncü maddelerden oluşmaktadır. Bu maddelerden 2., 6., 8., 9., 12., 18., 21., 23., 24., 27., 31.,34., 35., 37., 41. ve 43. maddeler ters yönde puanlanmaktadır. Bu ölçeğe Şeşen (2018) tarafından hazırlanan yüksek lisans tezinden ulaşılmıştır.

#### 4.3.2. İç Girişimcilik Ölçeği

Çalışanların örgüt içi girişimcilik davranışlarını belirlemek üzere Lumpkin ve Dess (1996) tarafından geliştirilen ve Türkçeye uyarlaması ve bireysel ağ genişletme boyutuna göre yeniden düzenlemesi Şeşen (2009) tarafından yapılan 22 maddeden oluşan iç girişimcilik ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçeğe Berk (2016) tarafından hazırlanan doktora tezinden ulaşılmıştır. Ölçek beş boyuttan oluşmaktadır: yenilikçilik (5 madde), öngörüşlülük (4 madde), risk alma (4 madde), özerklik (4 madde) ve bireysel ağ geliştirme (5 madde). Ölçek

altılı likert tipinde olup katılımcılardan söz konusu ifadeleri hiçbir zaman ile her zaman arasında kendilerine en uygun şekilde işaretlemeleri talep edilmiştir.

İç girişimcilik ölçeği içerisinde yer alan; yenilikçilik alt boyutu 1,2,11,13 ve 15. maddelerden, proaktiflik boyutu 6,7,12 ve 18. maddelerden, risk alma boyutu 5,16,17 ve 19 maddelerden, özerklik boyutu 8,9,14 ve 20. maddelerden, bireysel ağ geliştirme boyutu 3,4,10,21 ve 22. maddelerden oluşmaktadır.

### **4.3.3. Sosyal Sermaye Ölçeği**

Yavuz'un (2012) "Dünya Değerler Anketi" veri tabanını esas alarak hazırlanmış sosyal sermaye ölçeği kullanılmıştır. ölçek; güven, norm ve sosyal ağ olmak üzere üç boyuttan oluşmaktadır. Ölçek 5'li likert tipinde 1- Kesinlikle katılmıyorum, 2- Katılmıyorum, 3- Karasızım 4- Katılıyorum ve 5- Tamamen Katılıyorum şeklindedir. Ölçekte yer alan 1-7 arası sorular güven unsuruyla, 8-12 arası sorular norm unsuruyla, 13-20 arası sorular ise ağ unsuruyla ilişkilidir. Bu ölçeğe Yayık (2017) tarafından hazırlanan yüksek lisans tezinden ulaşılmıştır.

## **4.4. Veri Toplama Araçlarının Uygulanması (Ölçeklerin Yapı Geçerliliği ve Güvenilirliği)**

Araştırma kapsamında Türkçe yapı geçerliliği ve güvenilirliği daha önce test edilmiş ölçekler kullanıldığı için ölçeklerin yapı geçerliliği ve güvenilirliğini test etmek amacıyla doğrulayıcı faktör analizleri ve güvenilirlik analizi yapılmıştır.

### **4.4.1. Doğrulayıcı Faktör Analizleri**

Doğrulayıcı faktör analizi (DFA); daha önce geliştirilmiş veya sağlam bir kuramsal temele dayalı olan ölçek ve yapıların veri ile doğrulanması amacı ile kullanılır (Gürbüz ve Şahin, 2016:310). Doğrulayıcı faktör analizinin üç türü bulunmaktadır. Bunlar; tek faktörlü doğrulayıcı faktör analizi, birinci düzey çok faktörlü doğrulayıcı faktör analizi ve ikinci düzey çok faktörlü doğrulayıcı faktör analizidir. Tüm gözlenen değişkenler tek bir gizil değişkeni ölçüyorsa tek faktörlü model; bir kısım gözlenen değişken bir gizil değişkeni diğer bir kısmı ise başka bir gizil değişkeni ölçüyorsa birinci düzey çok faktörlü model; birden fazla gizil değişken bir araya gelerek daha geniş ve kapsayıcı bir gizil değişkeni oluşturuyorsa ikinci düzey doğrulayıcı faktör modeli ortaya çıkmaktadır (Gürbüz ve Şahin, 2015:335).

DFA'da, kurulan modelin veriyi yeniden üretebilme yeteneğine uyum adı verilmektedir (Erkorkmaz vd., 2013: 213). Literatürde kullanılan pek çok uyum iyiliği değerleri olmakla birlikte en çok kullanılanları Ki-Kare uyum iyiliği değeri, CFI, GFI, AGFI, NFI, RMSEA, RMR ve SRMR'dir (Hooper vd, 2008: 53) .

**Ki-Kare Uyum İyiliği Değeri** gözlemlenen ve beklenen kovaryans matrisleri arasındaki farkı gösterir. Beklenen ve gözlenen kovaryans matrisleri arasındaki fark sıfıra ne kadar yakınsa model o kadar uyumlu demektir. Sıfıra yakın değerler daha iyi bir uyum ve beklenen-gözlenen kovaryans matrisleri arasında daha küçük bir fark anlamına gelir. Ki-kare değerinin anlamlı olması iki modelin anlamlı olarak birbirinden farklı olması demektir. Bununla birlikte ki-karenin serbestlik derecesine bölünmesi ile elde edilen değer uyumu değerlendirmede daha doğru olacağı düşünülmektedir. Ki-kare testinde karşılaşılan zorluklardan biri, araştırmacıların aslında uyumsuz olabilecek bir modeli az örneklemlerle verilerde uyumlu kabul edebilmeleri veya uyumlu bir modeli örneklem büyüklüğünden dolayı reddetmeleridir.

**CFI (Comparative Fit Index- Karşılaştırmalı Uyum İndeksi)** NFI'nın gözden geçirilmiş bir şekli olup, örneklem boyutu küçük olduğunda bile iyi performans gösteren bir endekstir. Bu endeks ilk olarak Bentler (1990) tarafından bulunmuştur. NFI gibi tüm gizil değişkenlerin ilişkisiz olduğunu (boş / bağımsızlık modeli) varsayar örnek kovaryans matrisini bu boş modelle karşılaştırır (Hooper vd., 2008:55).

**GFI (Goodness of Fit Index)**, hipotez modeli ile gözlenen kovaryans matrisi arasındaki uyumun bir ölçüsüdür. Düzeltilmiş uyum indeksi (AGFI), her bir gizli değişkenin göstergelerinin sayısından etkilenen GFI'yi düzeltir. GFI ve AGFI, 0 ile 1 arasında değişmekte olup, değeri 0.9'un üzerinde olan GFI genellikle kabul edilebilir model uyumu göstermektedir.

**AGFI (Adjustment Goodness of Fit Index):** GFI'nın serbestlik derecesine ayarlanmasıyla elde edilen değerdir. Örneklem büyüklüğü arttıkça AGFI da artma eğilimindedir. GFI'de olduğu gibi, AGFI için de değerler 0 ile 1 arasındadır ve genellikle 0,90 veya daha büyük değerlerin iyi uyuyan modelleri gösterdiği kabul edilir (Hooper vd., 2008:54).

**NFI (Normed Fit Index)** modelin ki-kare değerini boş / bağımsızlık modelinin ki-kare değeri ile karşılaştırarak değerlendirir. Boş / bağımsızlık modeli, ölçülen tüm değişkenlerin ilişkisiz olduğu varsayılan en kötü senaryodur. NFI değeri 0 ile 1 arasında değişmekte olup, 0.90'dan büyük değerler iyi bir uyum göstermektedir.

RMSEA (Root Mean Square Error of Approximation) optimal olarak seçilmiş parametre tahminleri ile modelin örneklem kovaryans matrisine ne kadar uyduğunu göstermektedir. Örneklem sayısına aşırı duyarlı olmasından dolayı küçük örneklemelerde hatalı sonuçlar verebilmektedir (Hooper vd., 2008:54).

**RMR (Root Mean Square Residual) ve SRMR (Standardized Root Mean Square Residual)**, örnek kovaryans matrisi ve model kovaryans matrisi arasındaki farkın kareköküdür. RMR'nin yorumlanması biraz zor olabilir; bununla birlikte, aralığı modeldeki göstergelerin ölçeklerine dayanmaktadır. Değişken ölçeklere sahip birden fazla gösterge söz konusu olursa durum zorlaşır (0-10 aralığında bir ölçek ile 1-3 aralığında diğer bir ölçek gibi). SRMR hataları yorumlamadaki bu zorluğu ortadan kaldırır ve 0'dan 1'e kadar değişebilir, 0.8 veya daha düşük bir değer kabul edilebilir bir modelin göstergesidir.

Tablo 11'da DFA uyum değerleri ile ilgili kabul edilebilir ve iyi değer sınırları verilmiştir.

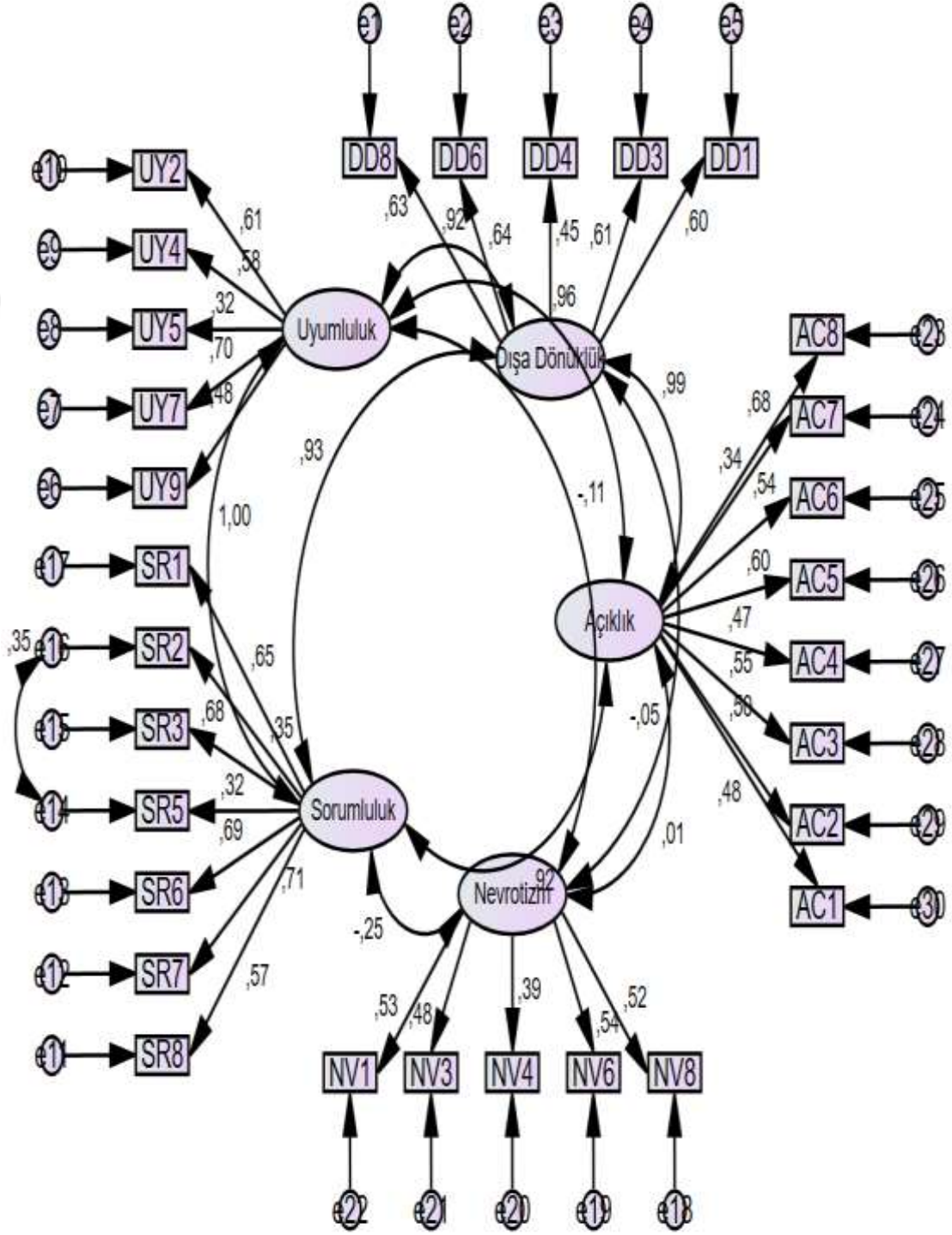
**Tablo 11.** DFA Uyum İyiliği Değeri Kriterleri

Uyum İndeksleri	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum
<b>CMIN/DF</b>	$\leq 3$	$\leq 5$
<b>RMSEA, SRMR</b>	$\leq 0,05$	$\leq 0,08$
<b>GFI</b>	$\geq 0,90$	$\geq 0,85$
<b>AGFI</b>	$\geq 0,90$	$\geq 0,85$
<b>NFI</b>	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$
<b>CFI</b>	$\geq 0,97$	$\geq 0,90$
<b>TLI</b>	$\geq 0,95$	$\geq 0,90$

**Kaynak:** Gürbüz ve Şahin, 2015, : 337; Meydan ve Şeşen, 2011, : 37.

#### 4.4.1.1. Beş Faktör Kişilik Envanteri Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi

Araştırma kapsamında öncelikle beş faktör kişilik envanteri ölçeğine DFA yapılmıştır. Ölçeğin DFA diyagramı Şekil 6'da verilmiştir



Şekil 6. Beş Faktör Kişilik Envanteri DFA Diyagramı

DFA neticesinde ölçek 5 boyutlu olarak doğrulanmıştır. DFA sonucu faktör yükleri dışa dönüklük boyutu için 0,45 ile 0,64 arasında; uyumluluk boyutu için 0,32 ile 0,70 arasında; sorumluluk boyutu için 0,32 ile 0,71 arasında; nevrozizm boyutu için 0,39 ile 0,54 arasında; açıklık boyutu için 0,34 ile 0,68 arasında elde edilmiştir.

Faktör yükleri 0,32 nin altında kaldığı için dışa dönüklük boyutunun DD2, DD5, DD7 maddeleri; uyumluluk boyutunun UY1, UY3, UY6, UY8 maddeleri; sorumluluk boyutunun SR1, SR4 maddeleri; nevrozizm boyutunun NV2, NV5, NV7 maddeleri; açıklık boyutunun AC9, AC10 maddeleri analizden çıkarılmıştır. Dolayısıyla analizlere dışa dönüklük boyutu için 5, uyumluluk boyutu için 5, sorumluluk boyutu için 7, nevrozizm boyutu için 5 ve açıklık boyutu için 8 madde ile devam edilmesine karar verilmiştir.

Nevrozizm ile sorumluluk, uyumluluk ve dışa dönüklük arasında ters yönlü, açıklık ile de aynı yönlü ilişki bulunduğu tespit edilmiştir.

DFA sonucu elde edilen uyum iyiliği değerleri Tablo 12’de verilmiştir.

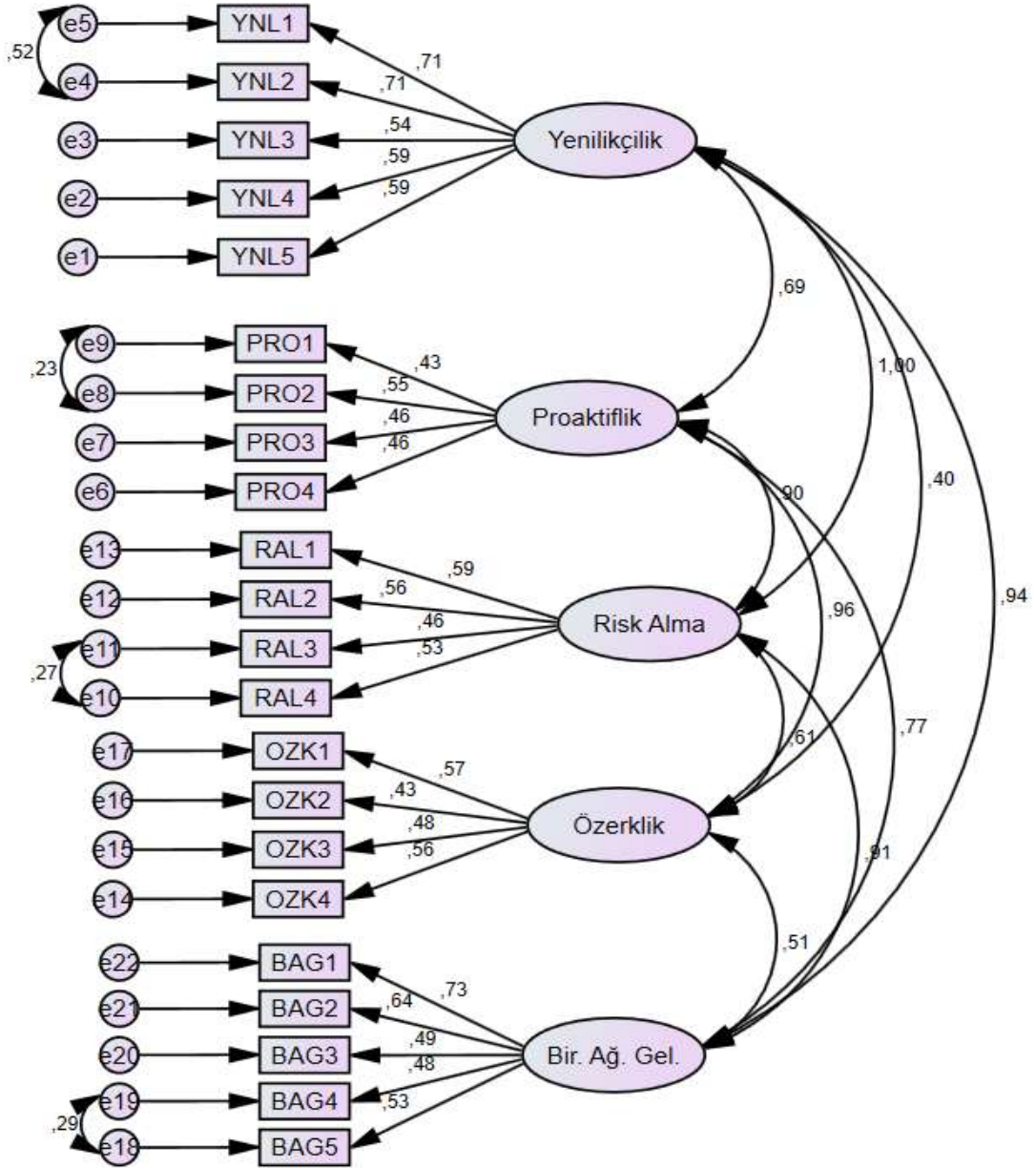
**Tablo 12.** Beş Faktör Kişilik Envanteri Uyum İyiliği Değerleri

Değişken	$\chi^2$	Sd	$\chi^2/sd$	GFI	CFI	SRMR	RMSEA	CR
<b>Kabul Edilebilir Kriter</b>			$\leq 5$	$\geq 0,85$	$\geq 0,90$	$\leq 0,08$	$\leq 0,08$	$\geq 0,70$
<b>Beş Faktör Kişilik</b>	889,217	382	2,328	0,907	0,910	0,0566	0,047	0,926

Analiz neticesinde CMIN/df 2,328, GFI:0,907, SRMR:0,0566, RMSEA:0,047 olarak bulunmuştur. CMIN/df'nin 5'ten küçük olması, GFI'nın 0,85'den büyük olması, CFI'nın 0,90'ın üzerinde olması, SRMR ve RMSEA'nın 0,08'den küçük olması ölçeğin kabul edilebilir uyum iyiliği kriterlerini sağladığını göstermektedir. Uyum iyiliği değerlerini elde edebilmek için sorumluluk boyutunun ikinci ve beşinci maddeleri olan SR2 ve SR maddelerinin hata terimleri arasında modifikasyon yapılmıştır. CR değerinin 0,70'in üzerinde elde edilmesi ölçeğin komposit geçerliği kriterini de sağladığını göstermektedir. CR değeri  $CR = \frac{\text{Faktör yükleri toplamının karesi}}{(\text{Faktör yükleri toplamının karesi}) + (\text{hata varyansları toplamı})}$  formülü ile hesaplanmıştır. Hata varyansları da  $\text{Var}(e) = 1 - (\text{faktör yüklerinin karesi})$  formülü ile hesaplanmıştır.

#### 4.4.1.2. İç Girişimcilik Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi

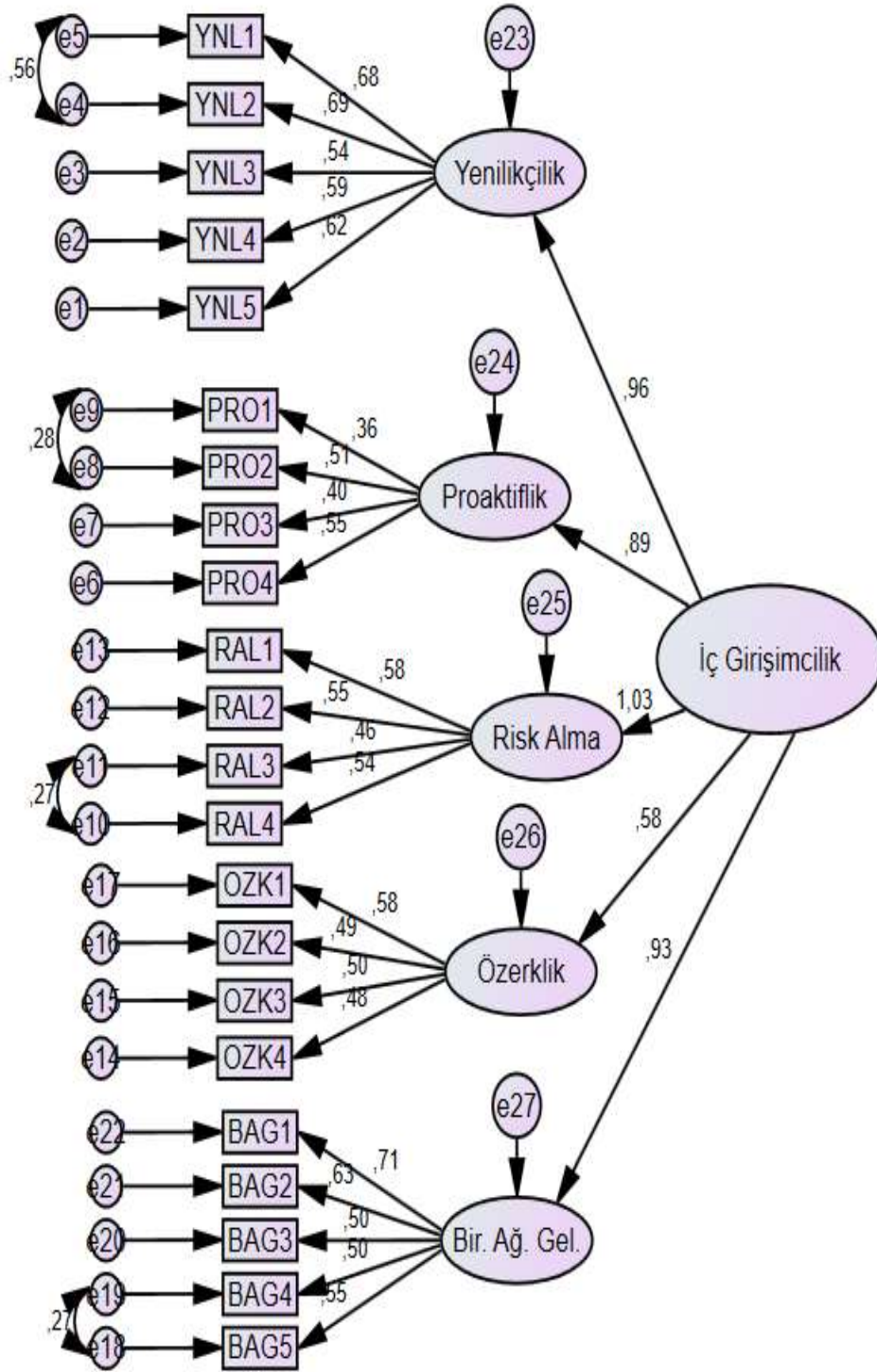
İç girişimcilik ölçeği birinci düzey DFA diyagramı Şekil 7’de verilmiştir.



Şekil 7. İç Girişimcilik Ölçeği Birinci Düzey DFA Diyagramı

DFA sonucu ölçek 5 faktörlü olarak doğrulanmıştır. DFA sonucu faktör yükleri yenilikçilik boyutu için 0,54 ile 0,71 arasında; proaktiflik boyutu için 0,43 ile 0,55 arasında; risk alma boyutu için 0,46 ile 0,59 arasında; özerklik boyutu için 0,43 ile 0,57 arasında; bireysel ağ geliştirme boyutu için 0,48 ile 0,73 arasında elde edilmiştir. Boyutlar arasında aynı yönde korelasyon tespit edilmiştir.

İç girişimcilik ölçeği ikinci düzey DFA diyagramı da Şekil 8’de verilmiştir.



Şekil 8. İç Girişimcilik Ölçeği İkinci Düzey DFA Diyagramı

Birinci düzey ve ikinci düzey DFA neticesinde ölçek için elde edilen uyum iyiliği değerleri Tablo 13’de verilmiştir.

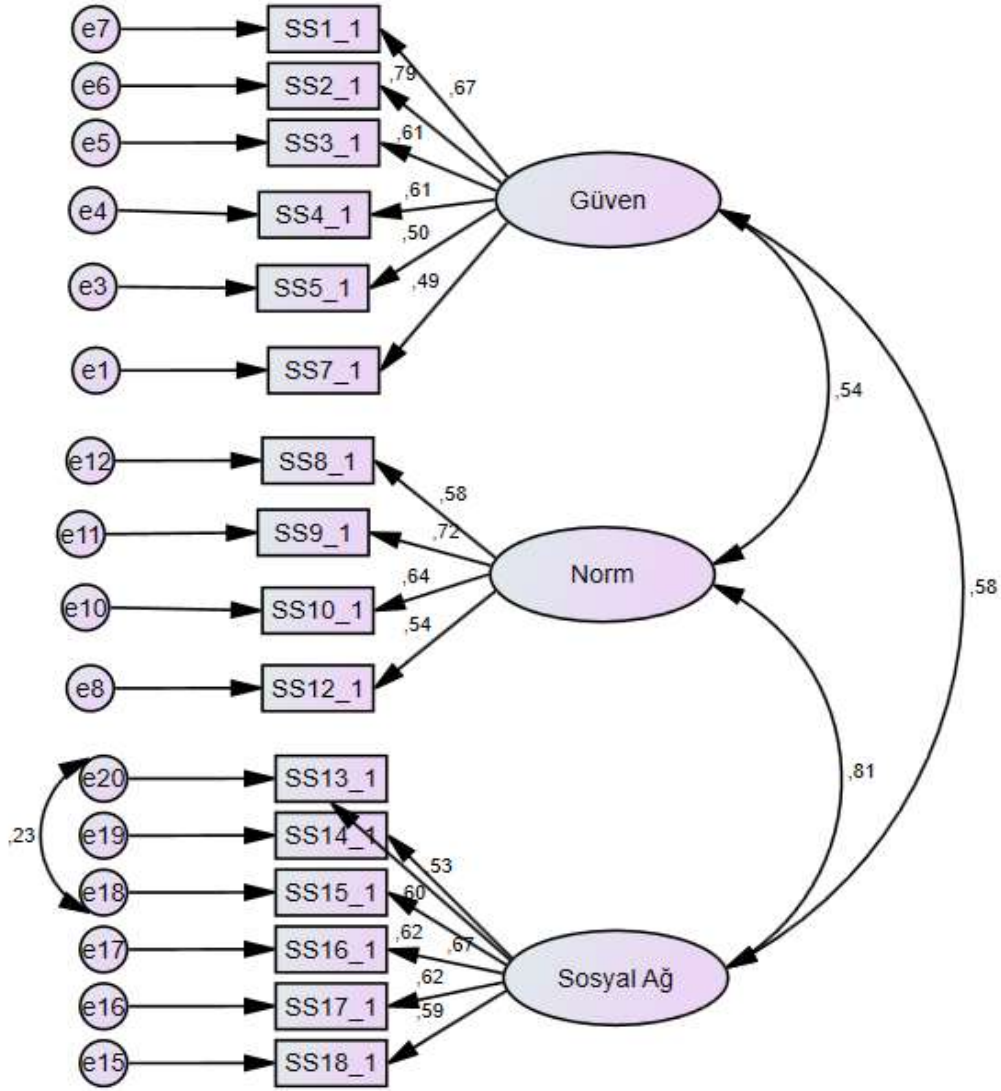
**Tablo 13.** İç Girişimcilik Ölçeği Uyum İyiliği Değerleri

Değişken	$\chi^2$	Sd	$\chi^2/sd$	GFI	CFI	SRMR	RMSA	CR
<b>Kabul Edilebilir Kriter</b>			$\leq 5$	$\geq 0,85$	$\geq 0,90$	$\leq 0,08$	$\leq 0,08$	$\geq 0,70$
<b>İç Girişimcilik 1. Düzey</b>	584,466	182	3,211	0,913	0,903	0,0613	0,06	0,905
<b>İç Girişimcilik 2. Düzey</b>	566,517	180	3,147	0,917	0,906	0,0575	0,06	

CMIN/df değeri 3,577, GFI:0,904, SRMR:0,0671, RMSEA:0,065 olarak elde edilmiştir. CMIN/df değerinin 5’ten küçük olması, GFI değerinin 0,85’ten büyük olması, CFI değerinin 0,90’ın üzerinde olması, SRMR ve RMSEA değerlerinin ise 0,08’den küçük olması ölçeğin kabul edilebilir uyum iyiliği kriterlerini karşıladığını göstermektedir. Uyum iyiliği kriterlerini elde edebilmek için yenilikçilik boyutunun birinci ve ikinci maddesi hata terimleri arasında, proaktiflik boyutunun birinci ve ikinci maddelerinin hata terimleri arasında, risk alma boyutunun üçüncü ve dördüncü maddelerinin hata terimleri arasında, bireysel ağ geliştirme boyutunun dördüncü ve beşinci maddelerinin hata terimleri arasında modifikasyon yapılmıştır. Ölçek için yapılan ikinci düzey DFA uyum iyiliği değerleri ki kare/ sd, GFI ve CFI için birinci düzeye göre daha yüksek elde edilmiştir. Bu nedenle ölçeğin ikinci düzey tek faktörlü yapısının analizde kullanılmasına karar verilmiştir. CR değerinin 0,70’in üzerinde elde edilmesi ölçeğin komposit geçerliği kriterini de sağladığını göstermektedir. CR değeri  $CR = \frac{\text{Faktör yükleri toplamının karesi}}{(\text{Faktör yükleri toplamının karesi}) + (\text{hata varyansları toplamı})}$  formülü ile hesaplanmıştır. Hata varyansları da  $\text{Var}(e) = 1 - (\text{faktör yüklerinin karesi})$  formülü ile hesaplanmıştır.

#### 4.4.1.3. Sosyal Sermaye Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi

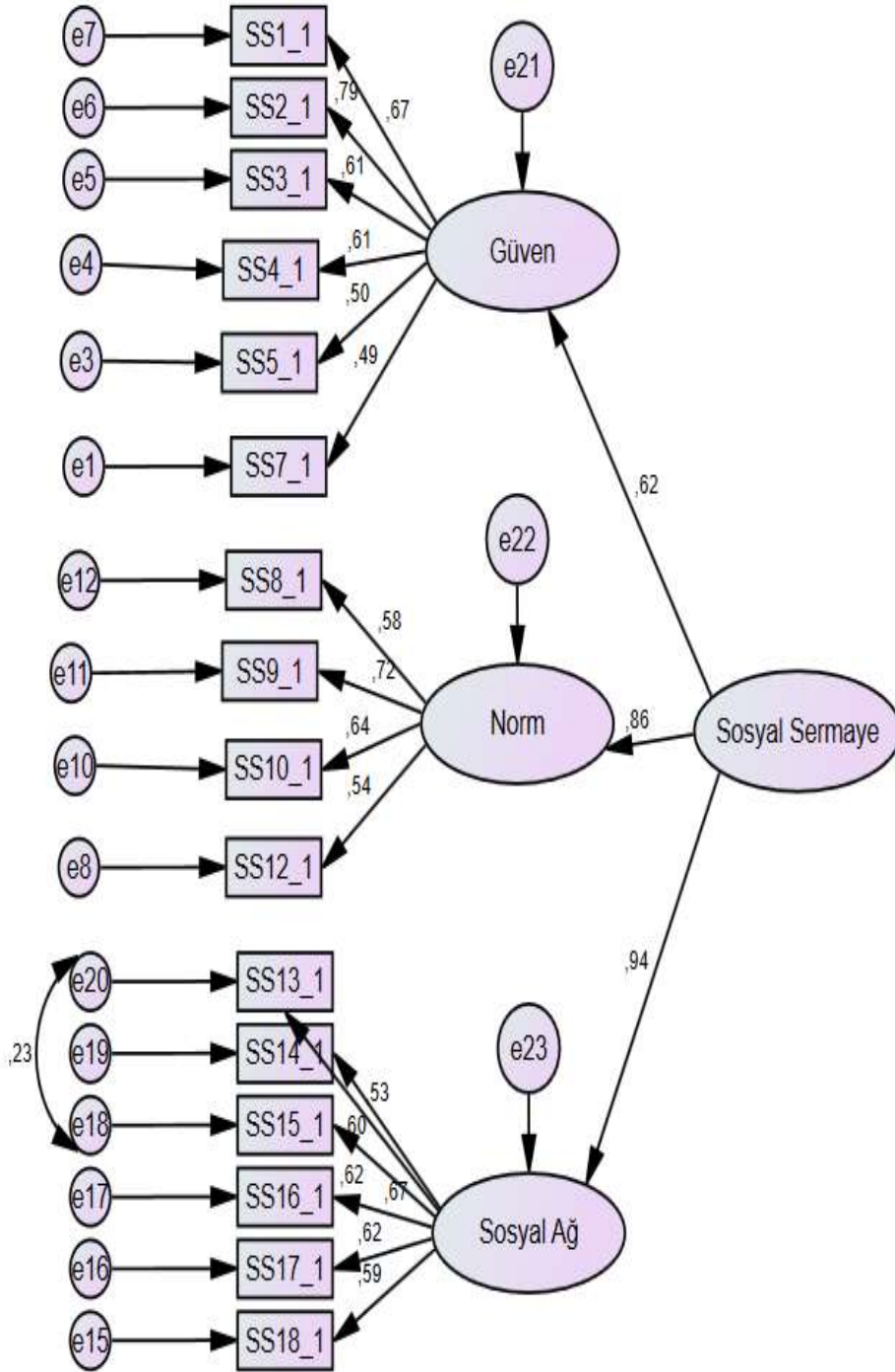
Sosyal sermaye ölçeği birinci düzey DFA diyagramı Şekil 9’da verilmiştir.



Şekil 9. Sosyal Sermaye Ölçeği Birinci Düzey DFA Diyagramı

DFA neticesinde ölçek üç boyutlu olarak doğrulanmıştır. DFA sonucu ölçeğin faktör yükleri güven boyutu için 0,49 ile 0,79 arasında; norm boyutu için 0,54 ile 0,72 arasında; sosyal ağ boyutu için ise 0,53 ile 0,67 arasında elde edilmiştir. Güven boyutunun 4. maddesi SS6, norm boyutunun 4. maddesi SS1, sosyal ağ boyutunun 7. ve 8. maddeleri SS19, SS20 faktör yükleri 0,32'nin altında olduğu için analizden çıkarılmıştır. Dolayısıyla analizlere güven boyutu için 6 madde, norm boyutu için 4 madde ve sosyal ağ boyutu için 6 madde ile devam edilmesine karar verilmiştir. Uyum iyiliği değerlerini elde edebilmek için sosyal ağ boyutunun birinci ve üçüncü maddeleri hata terimleri arasında modifikasyon yapılmıştır.

Sosyal Sermaye ölçeğinin ikinci düzey DFA diyagramı Şekil 10'da verilmiştir.



Şekil 10. Sosyal Sermaye İkinci Düzey DFA Diyagramı

Birinci ve İkinci düzey DFA neticesinde ölçek için elde edilen uyum iyiliği değerleri Tablo 14’te verilmiştir.

**Tablo 14.** Sosyal Sermaye Ölçeği Uyum İyiliği Değerleri

Değişken	$\chi^2$	Sd	$\chi^2/sd$	GFI	CFI	SRMR	RMSEA	CR
<b>Kabul</b>								
<b>Edilebilir</b>			$\leq 5$	$\geq 0,85$	$\geq 0,90$	$\leq 0,08$	$\leq 0,08$	$\geq 0,70$
<b>Kriter</b>								
<b>Sosyal Sermaye</b>								
<b>1. Düzey</b>	336,935	99	3,403	0,934	0,917	0,0469	0,063	0,907
<b>Sosyal Sermaye</b>								
<b>2. Düzey</b>	318,062	98	3,246	0,938	0,924	0,0450	0,061	

CMIN/df:3,403, GFI:0,934, SRMR:0,0469, RMSEA:0,063 olarak elde edilmiştir. CMIN/df değerinin 5’ten küçük olması, GFI değerinin 0,85’ten büyük olması, CFI değerinin 0,90’ın üzerinde elde edilmesi, SRMR ve RMSEA değerlerinin ise 0,08’den küçük olması ölçeğin kabul edilebilir uyum iyiliği kriterlerini karşıladığını göstermektedir. Ölçeğin ikinci düzey DFA sonucu elde edilen uyum iyiliği değerleri birinci düzeye göre daha yüksektir. Bu nedenle analizlerin ikinci düzey tek faktörlü yapısı ile yapılmasına karar verilmiştir. CR değerinin 0,70’in üzerinde elde edilmesi ölçeğin komposit geçerliği kriterini de sağladığını göstermektedir. CR değeri  $CR = \frac{\text{Faktör yükleri toplamının karesi}}{(\text{Faktör yükleri toplamının karesi}) + (\text{hata varyansları toplamı})}$  formülü ile hesaplanmıştır. Hata varyansları da  $Var(e) = 1 - (\text{faktör yüklerinin karesi})$  formülü ile hesaplanmıştır.

#### 4.4.2. Güvenilirlik Analizi

Bir ölçeğin güvenilirliği; bir değişkenin gerçek değerinin ölçme araçları ile doğru olarak ve tam ölçülebilme derecesini ifade eder (Özdamar, 2016: 75). Güvenilirlik yapılan her ölçüm için gerekli bir kavramdır, çünkü güvenilirlik bir test veya ankette yer alan soruların birbirleriyle olan tutarlılığını ve kullanılan ölçekte ilgilenilen sorunu ne derecede yansıttığını ifade etmektedir (Kalaycı, 2014:403). Güvenilirlik analizinde en sık kullanılan yöntem Cronbach’ın Alpha katsayısının hesaplanmasıyla yapılan iç tutarlılık analizidir (Saruhan ve Özdemirci, 2011:140). Cronbach Alpha değeri, çok sorulu bir ölçekteki sorular arasındaki

uyumun derecesini gösterir ve 0 ile 1 arasında değerler alabilir (İslamoğlu ve Alnıaçık, 2016). Cronbach'ın Alpha katsayısı değerlerinin yorumu Tablo 15'te verilmiştir.

**Tablo 15.** Alfa Değeri Kriterleri

<b>Alfa Değeri</b>	<b>Durum</b>
$0.00 \leq \alpha < 0.40$	Güvenilir Değil
$0.40 \leq \alpha < 0.60$	Düşük Güvenilir
$0.60 \leq \alpha < 0.80$	Oldukça Güvenilir
$0.80 \leq \alpha < 1.00$	Yüksek Güvenilir

**Kaynak:** Kalaycı, 2014:405.

DFA sonucu araştırma ölçekleri için güvenilirlik analizi yapılmıştır. Güvenilirlik analizi sonucu elde edilen alfa katsayısı değerleri Tablo 16'da raporlanmıştır.

**Tablo 16.** Güvenilirlik Analizi

<b>Değişken</b>	<b>Alfa Katsayısı</b>	<b>Madde Sayısı</b>
<b>Dışa Dönüklük</b>	,725	5
<b>Uyumluluk</b>	,675	5
<b>Sorumluluk</b>	,779	7
<b>Nevrotizm</b>	,620	5
<b>Deneyime Açıklık</b>	,742	8
<b>İç Girişimcilik</b>	,882	22
<b>Sosyal Sermaye Genel</b>	,864	16

Güvenilirlik analizi sonucu dışa dönüklük, sorumluluk, deneyime açıklık, uyumluluk, nevrozizm, boyutlarının güvenilir oldukları, iç girişimcilik ve sosyal sermaye ölçeklerinin ise yüksek güvenilir oldukları tespit edilmiştir.

#### 4.4.3. Tanımlayıcı İstatistik Bulguları

Araştırma değişkenlerinin tanımlayıcı istatistik bulguları Tablo 17’de verilmiştir.

**Tablo 17.** Tanımlayıcı İstatistik Bulguları

Değişkenler	N	Minimum	Maximum	Ortalama	Std. Sapma	Çarpıklık	Basıklık
Dışa Dönüklük	607	1,00	5,00	3,4309	,83009	-,456	-,326
Uyumluluk	607	1,00	5,00	3,6576	,78521	-,524	-,153
Sorumluluk	607	1,00	5,00	3,7076	,80472	-,199	-,710
Nevrotizm	607	1,00	4,00	2,8144	,78817	,055	-,383
Açıklık	607	1,00	5,00	3,5314	,69133	-,379	,153
Güven	607	1,00	5,00	3,0338	,72735	-,260	,307
Norm	607	1,00	5,00	3,3359	,83826	-,353	-,349
Sosyal Ağ	607	1,00	6,00	3,4442	,80495	-,285	,109
Yenilikçilik	607	1,00	6,00	4,3833	1,08134	-,627	-,275
Proaktiflik	607	1,00	6,00	4,0094	,98307	-,287	-,470
Risk Alma	607	1,00	6,00	4,2951	1,00948	-,490	-,140
Özerklik	607	1,00	6,00	3,8763	1,02759	-,264	-,450
Bireysel Ağ Geliştirme	607	1,00	6,00	4,1640	1,00319	-,276	-,432

607 örneklemden oluşan araştırmada değişkenlerin ortalama değerlerine bakıldığında beş faktör kişilik envanteri ölçeği boyutlarından en yüksek ortalamaya sahip olan boyutun 3,6576 ortalama değeri ile uyumluluk boyutu olduğu, en düşük ortalamaya sahip olan boyutun ise 2,8144 ortalama ile nevroizm boyutu olduğu tespit edilmiştir. Sosyal sermaye ölçeğine ait boyutlardan en yüksek ortalamaya sahip olan boyutun 3,5314 ortalama ile açıklık boyutu

olduđu, en dűşűk ortalamanın ise 3,0338 ortalama deęeri ile gűven boyutu olduęu tespit edilmiřtir. İ girişimcilik ۆleęine ait boyutlardan en yűksek ortalamanın 4,3833 ortalama ile yenilikçilik boyutunun olduęu, en dűşűk ortalamaya sahip olan boyutun ise 3,8763 ortalama ile ۆzerklik boyutu olduęu tespit edilmiřtir. Arařtırmada deęiřkenlerin ortalama, standart sapma, basıklık ve arpıklık deęerleri hesaplanmıřtır. George ve Mallery (2010)'e gűre ilgili deęiřken +2 ve -2 aralıęında arpıklık ve basıklık deęerlerine sahip olması durumunda normal daęılım gűstermektedir. Deęiřkenlerin arpıklık ve basıklık deęerlerine bakıldıęında -2 ile +2 arasından deęerler aldıęı gűrűlmektedir. Bu bulgu deęiřkenlerin normal daęılımdan geldięini gűstermektedir. Dolayısıyla deęiřkenler normal daęılım ۆn řartını da saęlamaktadır.



## BEŞİNCİ BÖLÜM

### BULGULAR ve YORUMLAR

Araştırmanın bu bölümünde öncelikle katılımcılara ait bazı demografik bulgulara değinilmiştir. Ardından değişkenlere ait korelasyon analizi sonuçları raporlanmıştır.

#### 5.1. Demografik Bulgular

Araştırmaya katılan tekstil işletmesi çalışanlarının cinsiyetine ilişkin bulgular Tablo 18’de verilmiştir:

**Tablo 18.** Cinsiyet Bulguları

Cinsiyet	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Kadın	153	25,2	25,4
Erkek	450	74,1	100,0
<b>Toplam</b>	603	99,3	
Cevapsız	4	,7	
<b>Toplam</b>	607	100,0	

Araştırmaya katılan işletme çalışanlarının 450’si erkek ve 153’ü de kadındır. 4 katılımcı cinsiyet sorusunu cevapsız bırakmıştır.

Çalışanların yaşına ilişkin bulgular Tablo 19’da verilmiştir.

**Tablo 19.** Yaş Bulguları

Yaş	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
25 altı	128	21,1	21,3
26-30	171	28,2	49,8
31-35	118	19,4	69,4
36-40	108	17,8	87,4
41 ve üzeri	76	12,5	100,0
<b>Toplam</b>	601	99,0	
Cevapsız	6	1,0	
<b>Toplam</b>	607	100,0	

Araştırmaya katılan tekstil işletmesi çalışanlarının 171’si 26-30 arası, 128’in 25’in altında, 118’i 31-35 arası, 108’i 36-40 arası, 76’sı ise 41 ve üzeri yaşa sahiptir. 6 katılımcı yaş ile ilgili soruyu cevapsız bırakmıştır.

Çalışanların eğitim durumuna ait bulgular Tablo 20’de verilmiştir.

**Tablo 20.** Eğitim Durumu Bulguları

Eğitim	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
İlköğretim	191	31,5	31,8
Lise	231	38,1	70,3
Ön lisans	77	12,7	83,2
Lisans	80	13,2	96,5
Lisansüstü	21	3,5	100,0
<b>Toplam</b>	<b>600</b>	<b>98,8</b>	
Cevapsız	7	1,2	
<b>Toplam</b>	<b>607</b>	<b>100,0</b>	

Araştırmaya katılan tekstil işletmesi çalışanlarının 231’i lise, 191’i ilköğretim, 80’i lisans, 77’si ön lisans, 21’i ise lisansüstü seviyede eğitim görmüştür. 7 katılımcı eğitim ile ilgili soruyu cevapsız bırakmıştır.

Çalışanların medeni durumuna ilişkin bulgular Tablo 21’de verilmiştir.

**Tablo 21.** Medeni Durum Bulguları

Medeni Durum	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Evli	390	64,3	65,3
Bekar	207	34,1	100,0
<b>Toplam</b>	<b>597</b>	<b>98,4</b>	
Cevapsız	10	1,6	
<b>Toplam</b>	<b>607</b>	<b>100,0</b>	

Araştırmaya katılan tekstil işletmesi çalışanlarının 390’ı evli ve 207’si bekindir. 10 katılımcı medeni duruma ilişkin soruyu cevapsız bırakmıştır.

Katılımcıların iş yerindeki pozisyonuna ilişkin bulgular Tablo 22’de verilmiştir.

**Tablo 22.** Çalışılan Pozisyon Bulguları

Pozisyon	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
Üst düzey yönetici	87	14,3	14,5
Orta düzey yönetici	144	23,7	38,4
Alt düzey yönetici	107	17,6	56,1
Yönetim görevim yok	264	43,5	100,0
<b>Toplam</b>	<b>602</b>	<b>99,2</b>	
Cevapsız	5	,8	
<b>Toplam</b>	<b>607</b>	<b>100,0</b>	

Araştırmaya katılan tekstil işletmesi çalışanlarının 264’ünün yöneticilik görevi bulunmamaktadır. 144’ü orta düzey yönetici, 107’si alt düzey yönetici, 87’si de üst düzey yönetici pozisyonunda görev yapmaktadır. 5 katılımcı pozisyona ilişkin soruyu cevapsız bırakmıştır.

Çalışanların işletmede çalışma sürelerine ilişkin bulgular Tablo 23’de verilmiştir.

**Tablo 23.** Çalışılan Pozisyon Bulguları

Çalışma Süresi	Frekans	Yüzde	Kümülatif Yüzde
5 yıl ve altı	369	60,8	61,9
6-10	134	22,1	84,4
11-15	49	8,1	92,6
16-20	28	4,6	97,3
21 yıl ve üzeri	16	2,6	100,0
<b>Toplam</b>	<b>596</b>	<b>98,2</b>	
Cevapsız	11	1,8	
<b>Toplam</b>	<b>607</b>	<b>100,0</b>	

Araştırmaya katılan tekstil işletmesi çalışanlarının 369’u 5 yıl ve altı, 134’ü 6-10 yıl arası, 49’u 11-15 yıl arası, 28’i 16-20 yıl arası, 16’sı ise 21 yıl ve üzeri mevcut çalıştıkları işletmede görev yapmaktadır. 11 katılımcı çalışma süresi ile ilgili soruyu cevapsız bırakmıştır.

## 5.2. Korelasyon Analizi

Araştırmada kullanılan değişkenler arasındaki ilişkiyi görebilmek için korelasyon analizi yapılmıştır. Korelasyon analizine ilişkin bulgular Tablo 24’te verilmiştir.

**Tablo 24.** Korelasyon Analizi

	Dışa Dönüklük	Uyumluluk	Sorumluluk	Nevrotizm	Açıklık	Sosyal Sermaye	İç Girişimcilik
Dışa Dönüklük	1						
Uyumluluk	,658**	1					
Sorumluluk	,662**	,678**	1				
Nevrotizm	,004	-,004	-,273**	1			
Açıklık	,730**	,692**	,666**	,034	1		
Sosyal Sermaye	,442**	,395**	,275**	,114**	,395**	1	
İç Girişimcilik	,429**	,355**	,274**	,141**	,423**	,534**	1

Not. \*  $p < .05$ , \*\*  $p < .01$ , \*\*\*  $p < .001$

Korelasyon analizi sonucu dışa dönüklük ile uyumluluk, sorumluluk, açıklık, sosyal sermaye ve iç girişimcilik arasında aynı yönde 0,01 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Uyumluluk ile sorumluluk, açıklık, sosyal sermaye ve iç girişimcilik arasında aynı yönde 0,01 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Sorumluluk ile nevrozizm arasında ters yönde 0,01 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Sorumluluk ile açıklık, sosyal sermaye ve iç girişimcilik arasında aynı yönde 0,01 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Nevrotizm ile sosyal sermaye ve iç girişimcilik arasında 0,01 anlamlılık düzeyinde bir ilişki tespit edilmiştir. Açıklık ile sosyal sermaye ve girişimcilik arasında aynı yönde 0,01 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Sosyal sermaye ile iç girişimcilik arasında aynı yönde 0,01 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Değişkenler arasında 0,85’in üzerinde korelasyon olmaması da çoklu doğrusal bağlantı sorununun bulunmadığını göstermektedir.

### 5.3. Hipotez Testleri

Beş faktör kişilik envanteri ölçeğinin alt boyutlarının iç girişimcilik ve sosyal sermaye üzerine etkisi ve bu etkide sosyal sermayenin aracılık rolünü belirlemek amacıyla bootstrap yöntemini esas alan regresyon analizi yapılmıştır. Bootstrap yönteminin, geleneksel yöntem olan Baron ve Kenny'nin (1986) yönteminden ve Sobel testinden daha güvenilir sonuçlara sahip olduğu öne sürülmektedir (Gürbüz, 2019: 65). Analizler Hayes (2018) tarafından geliştirilen Process Makro kullanılarak yapılmıştır. Analizlerde bootstrap tekniği ile 5000 yeniden örneklem seçeneği tercih edilmiştir. Process makro, tüm modeli ve aracı değişkenin dolaylı etkisini (aracılık etkisini) test etmektedir (Edwards & Lamberts, 2007). Aracılık analizinde Process makronun kullanılmasının sebebi; Process'in Baron ve Keny (1986) tarafından öne sürülen üç aşamalı regresyon yöntemine gerek kalmadan aracılık analizindeki direkt ve dolaylı etkilerin katsayılarını tek bir işlemde elde etmemizi sağlayarak, analizi daha basit hale getirmesidir.

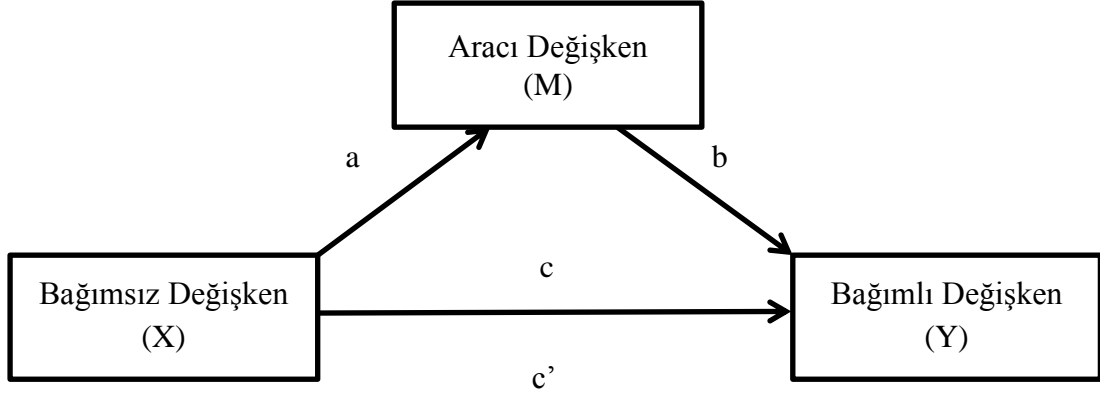
- İslamoğlu ve Alnıaçık (2016) Aracı değişken (mediator), bağımlı değişken ile bağımsız değişken arasındaki nedensellik ilişkisini, bağımsız değişken tarafından etkilenen ve bunun yanı sıra bağımlı değişkeni de etkileyen üçüncü bir değişken yardımıyla açıklamak için kullanıldığını ifade etmiştir. Aracı değişken, bağımlı ve bağımsız değişken arasında bağlantı mekanizması olarak ifade edilir. Bağımlı değişken ile bağımsız değişken arasında anlamlı ilişkinin olması şarttır (Gürbüz ve Şahin, 2016: 286). Baron ve Kenny (1986)'a göre aracılık testinin uygulanabilmesi için şu şartlarının yerine getirilmesi gerekmektedir; X ile Y'yi anlamlı etkilemelidir (c yolu), X ile M'yi anlamlı etkilemelidir (a yolu), X model içerisinde kullanıldığında, M ile Y'yi anlamlı olarak etkilemelidir. Bu durumda X ile Y arasında anlamlı olmayan ilişki çıkarsa tam aracılık etkisi, X ile Y arasındaki ilişkide azalma meydana gelirse kısmi aracılık etkisi meydana gelmektedir (c' yolu).Geleneksel olarak bilinen bu yaklaşıma göre aracılık etkisinden bahsedebilmek için bu koşulların sağlanması gerekmektedir.

Son yıllarda geleneksel yaklaşıma ciddi eleştiriler getirildiğinden ve aracılık modeli analizi için daha geçerli ve güvenilir sonuçlar elde edilmesini sağlayan çağdaş yaklaşım ileri sürülmektedir. Çağdaş yaklaşımda, aracılık modeli analizlerinde öncelikli odak noktası, dolaylı etki değerlerinin hesaplanması ve hesaplanan değerlerden çıkarımlar yapılmasıdır. Dolaylı etki X'in M üzerindeki etkisi (a yolu) ile M'nin Y üzerindeki etkisinin (b yolu) çarpımıdır (a.b). Çağdaş yaklaşıma göre; Şekil 11'de, bootstrap testi sonucunda X'in dolaylı

etkisinin (a.b)'nin anlamlı olması halinde aracılık modeli doğrulanmış kabul edilmektedir. Başka bir teste ihtiyaç duyulmamaktadır. Baran ve Kenny'nin yönteminden farklı olarak çağdaş yaklaşıma göre (Gürbüz, 2019: 55-56);

- Toplam etkinin (c) istatikselsel olarak anlamlı olmasına gerek yoktur. Toplam etki istatikselsel olarak anlamlı olmadığı halde aracılık etkisi anlamlı aracılık modelleri olabilmektedir
- Tahmini değişkenin (X), aracı değişken ( M) üzerindeki etkisinin (a) tek başına istatikselsel olarak anlamlı olmasına gerek yoktur.
- X'in etkisi c' kontrol altında tutulurken M'nin Y üzerindeki etkisinin tek başına (b) istatikselsel olarak anlamlı olmasına gerek yoktur.
- Kısmi ve tam aracılık ifadelerinin kullanılması şeklinde sadece kalitatif yargılar ile aracılık modellerinin betimlenmesi uygun değildir. Kısmi ve tam aracılık ifadeleri yerine, doğrudan etki (c'), dolaylı etki (a.b) ve toplam etki (c=c'+a.b) değerlerinin hesaplanması suretiyle aracılık modeline ilişkin bulguların sayısal olarak raporlanması bilimsel yaklaşıma daha uygun olmaktadır.

Çağdaş yaklaşımda dolaylı etkinin (a.b) anlamlı olup olmadığı önemli görülmektedir. Çağdaş yaklaşım; Baron ve Kenny yönteminin birbiri ardına sıralanan adımlarına ilişkin koşulları aramamakta, bu koşullar sağlanmasa bile aracılık etkisinin (dolaylı etki; a.b) olabileceğini savunmaktadır. Çağdaş yaklaşımda dolaylı etkinin, Sobel testinden daha güçlü ve geçerli sonuçlar veren bootstrap yöntemi ile test edilmesi önerilmektedir. Bootstrap analizinde güven aralığı değerleri (**B**ias **C**orrected and **A**ccelerated bootstrap **C**onfidence **I**nterval, **BCA** CI) raporlanmaktadır. Aracılık etkisi ya da dolaylı etkinin (a.b) var olup olmadığına bootstrap analiz neticesi sonucunda elde edilen %95 güven aralığındaki (confidence interval, CI) değerlere bakılarak karar verilmektedir. Buna göre, dolaylı etki (a.b) değerine karşılık gelen alt ve üst güven aralığı değerleri sıfır (0) değerini kapsamıyor ise dolaylı etki (a.b) anlamlı olarak kabul edilmekte ve aracılık etkisinin meydana geldiği anlaşılmaktadır (Gürbüz, 2019: 56-57).



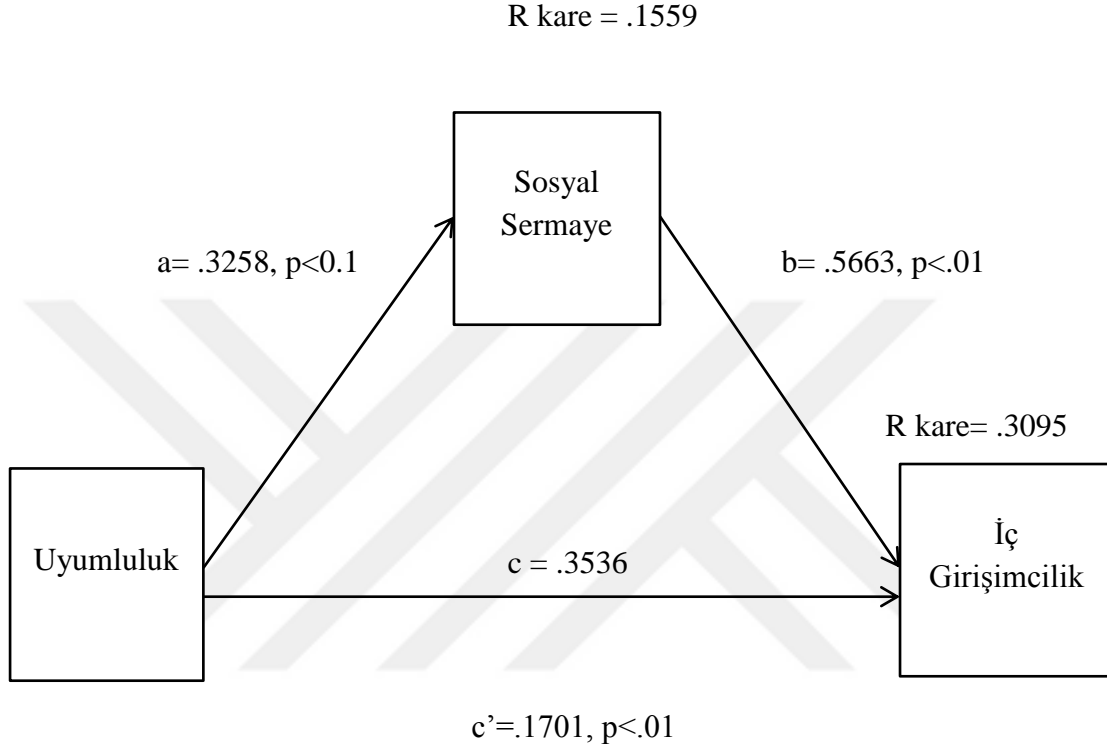
**Şekil 11.** Temel Aracılık Modeli

Araştırma model önerisi doğrultusunda hipotezlerin ölçümü için SPSS Process Macro (Hayes, 2013) istatistik programından yararlanılmıştır. Hipotezlere göre beş faktör kişilik özelliklerinin dışa dönüklük, deneyime açıklık, sorumluluk, nevroitiklik ve uyumluluk boyutları ile iç girişimcilik arasında sosyal sermayenin aracılık etkisi incelenmektedir.

Aracı etki ölçümü için Process Macro istatistik programında Model 4 seçilmiştir. Elde edilen sonuçlar aşağıda yer alan tablolarda detaylı olarak gösterilmektedir. Aracı etki ölçümünde  $X_{\text{(Beş Faktör Kişilik Özellikleri)}}$  bağımsız değişkeni,  $Y_{\text{(İç Girişimcilik)}}$  bağımlı değişkeni ve  $M_{\text{(Sosyal Sermaye)}}$  aracı değişkeni temsil etmektedir. Aracı etkinin belirlenmesi için düşük (BootLLCI) ve yüksek (BootULCI) güven aralıklarının arasında 0 olmaması dikkate alınmaktadır (Hayes, 2013).

### 5.3.1. Uyumluluğun İç Girişimcilik Üzerindeki Etkisi ve Bu Etkide Sosyal Sermayenin Aracı Rolü

Uyumluluğun iç girişimcilik üzerindeki etkisi ve bu etkide sosyal sermayenin aracılık rolüne ilişkin bulgular Şekil 12’de verilmiştir.



$B = .1835, \%95 \text{ CI } [.1367, .2337].$

**Şekil 12.** Aracılık Testi 1

Şekil 12’de de görüleceği üzere a,b,c ve c’ değerleri anlamlı olarak bulunmuştur. Uyumluluğun iç girişimcilik üzerinde dolaylı etkisinin olup olmadığı bootstrap tekniği ile elde edilen güven aralıklarına göre tespit edilmiştir. Buna göre uyumluluğun iç girişimcilik üzerinde dolaylı etkisinin anlamlı olduğu, dolayısıyla da sosyal sermayenin uyumluluk ile iç girişimcilik arasındaki ilişkiye aracılık ettiği tespit edilmiştir. ( $\beta$ :.1835, %95 BCA CI [.1367, .2337]. Zira bootstrap analizi neticesinde düzeltilmiş yanlılık ve hızlandırılmış güven aralığı değerleri (BCA CI) sıfır değerini kapsamamaktadır. Analiz sonucunda H1b, H2b, H3, H4b hipotezleri desteklenmiştir.

Uyumluluğun iç girişimcilik üzerindeki etkisinde sosyal sermayenin aracılık rolünün testine ilişkin analiz sonuçları Tablo 25’de verilmiştir.

**Tablo 25.** Aracılık Testi Testine İlişkin Regresyon Sonuçları 1

Sonuç Değişkenleri											
		M (Sosyal Sermaye)			%95 Güven Aralığı		Y (İç Girişimcilik)			%95 Güven Aralığı	
Tahmin Değişkenleri		B	S.H.	t	LLCI	ULCI	B	S.H.	t	LLCI	ULCI
X(Uyumluluk)	a	.3258***	.0514	10,57	,2754	,727	c'	1701***	.0367	4,6377	.981 .2421
M (Sosyal Sermaye)	-	-	-				b	.5633***	.0445	9,3343	.2792 .4780
Sabit	İM	2.078***	.1153				İY	1.6806***	.1563		
R <sup>2</sup> =.1559						R <sup>2</sup> =.3095					
F(1;605)=111,725						F(2;604)=135,3493;					
9; P<.001						P<.001					

*Not. \* p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001 S.H.: Standart Hata*

Analiz sonucunda elde edilen bulgulara göre uyumluluk sosyal sermayeyi pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir. ( $\beta$ :0,3258 %95 CI [.2754, .727], t:10,5700, p<.001) Beta değerinin anlamlı olduğu hem p değerinin .001’den küçük olmasından hem de güven aralığına ait değerlerin sıfır değerini kapsamamasından anlaşılmaktadır. Güven aralığı alt değeri raporlandığı üzere 0,2754, üst değeri ise 0,727 olarak elde edilmiştir. Belirlilik katsayısı 0,1559 olarak bulunmuştur. Bu bulgu uyumluluğun sosyal sermayenin %15,59’unu (R<sup>2</sup>=.1559) açıkladığını göstermektedir.

Sosyal sermayenin iç girişimciliği pozitif yönde anlamlı olarak etkilediği tespit edilmiştir. ( $\beta$ :.5633, %95 CI [.4760, .6506], t:12,6723, p<.001). Beta değerinin anlamlı olduğu hem p değerinin .001’den küçük olmasından hem de güven aralığına ait değerlerin sıfır değerini kapsamamasından anlaşılmaktadır.

Uyumluluk da iç girişimciliği pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir. ( $\beta$ :.1701, %95 CI [.981 .2421], t: 4,6377, p<.001). Beta değerinin anlamlı olduğu hem p değerinin .001’den küçük olmasından hem de güven aralığına ait değerlerin sıfır değerini

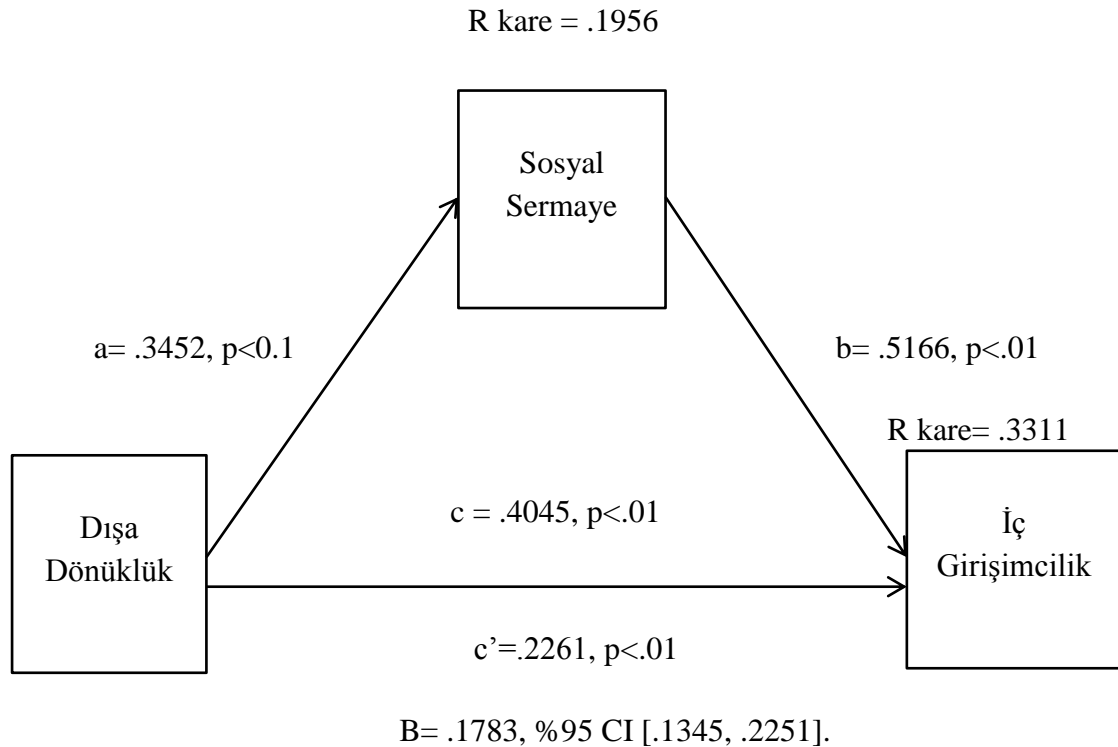
kapsamamasından anlaşılmaktadır. Uyumluluk ve sosyal sermaye iç girişimcilik üzerindeki değişimin % 30,95'ini ( $R^2=.3095$ ) açıklamaktadır.

Aracı değişken sosyal sermayenin olmadığı durumda ise uyumluluğun iç girişimcilik üzerindeki etkisi (c yolu) yani toplam etkiler de anlamlı olarak bulunmuştur. ( $\beta:.3536$ , %95 CI [.2792, .4780],  $t: 9,3343$ ,  $p<.001$ ). Toplam etkiler anlamlı olarak bulunmuş ve toplam etkiler güven aralığı alt ve üst değerleri de sıfır değerini kapsamamaktadır.

Aracı değişken sosyal sermayenin de modele dahil edilmesi durumunda hesaplanan dolaylı etkiler de anlamlı bulunmuştur. ( $\beta:.1835$ , %95 BCA CI [.1367, .2337]). Dolaylı etkiler güven aralığı alt ve üst değerleri de sıfır değerini kapsamamaktadır. Bootstrap yönteminde, dağılımla ilgili yanlılık (bias) ve çarpıklıklar düzeltilerek daha güvenilir sonuçlar elde edilmektedir. Bootstrap analizi neticesinde düzeltilmiş yanlılık hızlandırılmış güven aralığı değerleri (bias corrected and accelerated bootstrap confidence interval) BCA CI olarak raporlanmaktadır. Bu nedenle çalışmada da bu şekilde raporlanmıştır.

### 5.3.2. Dışa Dönüklüğün İç Girişimcilik Üzerindeki Etkisi ve Bu Etkide Sosyal Sermayenin Aracı Rolü

Dışa dönüklüğün iç girişimcilik üzerindeki etkisi ve bu etkide sosyal sermayenin aracılık rolüne ilişkin bulgular Şekil 13' de verilmiştir.



Şekil 13. Aracılık Testi 2

Şekil 13’de de görüleceği üzere a,b,c ve c’ değerleri anlamlı olarak bulunmuştur. Dışa dönüklüğün iç girişimcilik üzerinde dolaylı etkisinin olup olmadığı bootstrap tekniği ile elde edilen güven aralıklarına göre tespit edilmiştir. Buna göre dışa dönüklüğün iç girişimcilik üzerinde dolaylı etkisinin anlamlı olduğu, dolayısıyla da sosyal sermayenin dışa dönüklük ile iç girişimcilik arasındaki ilişkiye aracılık ettiği tespit edilmiştir. ( $\beta$ :.1783, %95 BCA CI [.1345, .2251]. Analiz sonucunda H1a, H2a, H4a hipotezleri desteklenmiştir.

Dışa dönüklüğün iç girişimcilik üzerindeki etkisinde sosyal sermayenin aracılık rolünün testine ilişkin analiz sonuçları Tablo 26’da verilmiştir.

**Tablo 26.** Aracılık Testi Testine İlişkin Regresyon Sonuçları 2

Tahmin Değişkenleri	Sonuç Değişkenleri											
	M (Sosyal Sermaye)			%95 Güven Aralığı		Y (İç Girişimcilik)			%95 Güven Aralığı			
	B	S.H.	t	LLCI	ULCI	B	S.H.	t	LLCI	ULCI		
X(Dışa Dönüklük)	a	.3452***	.0285	12,1306	.2893	.4011	c'	.2261***	.0350	6,4634	.1574	.2948
M (Sosyal Sermaye)	-						b	.5166***	.0448	11,5263	.4286	.6046
Sabit	İM	2.868***	.1005				İY	1.6799***	.1450			
		R <sup>2</sup> =.1956					R <sup>2</sup> =.3311					
		F(1;605)=147,1512; P<.001					F(2;604)=149,5202; P<.001					

Not. \* $p$ <.05, \*\* $p$ <.01, \*\*\* $p$ <.001 S.H.: Standart Hata

Analiz sonucunda elde edilen bulgulara göre dışa dönüklük sosyal sermayeyi pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir. ( $\beta$ :.0,3452 %95 CI [.2893, .4011], t:12,1306,  $p$ <.001) Beta değerinin anlamlı olduğu hem  $p$  değerinin .001’den küçük olmasından hem de güven aralığına ait değerlerin sıfır değerini kapsamamasından anlaşılmaktadır. Belirlilik katsayısı 0,1956 olarak bulunmuştur. Bu bulgu dışa dönüklüğün sosyal sermayenin %19,56’sını (R<sup>2</sup>=.1956) açıkladığını göstermektedir.

Sosyal sermayenin iç girişimciliği pozitif yönde anlamlı olarak etkilediği tespit edilmiştir. ( $\beta$ :.5166, %95 CI [.4286, .6046], t:11,5263,  $p$ <.001). Beta değerinin anlamlı

olduğu hem p değerinin .001'den küçük olmasından hem de güven aralığına ait değerlerin sıfır değerini kapsamamasından anlaşılmaktadır.

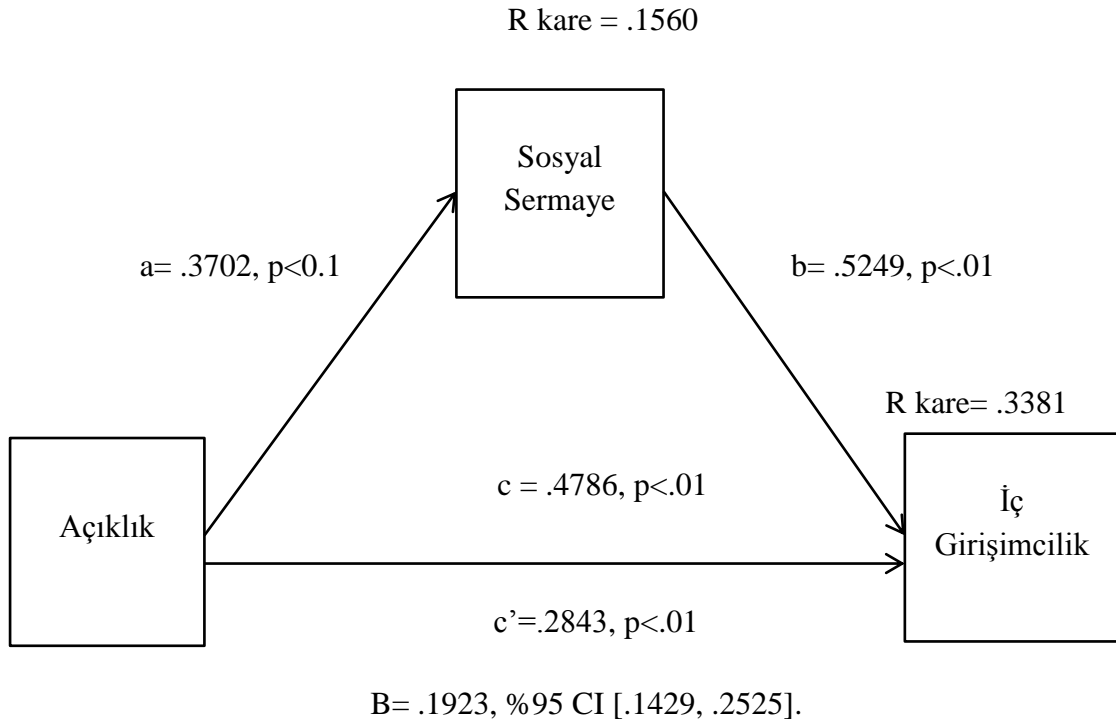
Dışa dönüklük de iç girişimciliği pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir. ( $\beta$ :.2261, %95 CI [.,1574 .2948], t: 6,4634,  $p < .001$ ). Beta değerinin anlamlı olduğu hem p değerinin .001'den küçük olmasından hem de güven aralığına ait değerlerin sıfır değerini kapsamamasından anlaşılmaktadır. Dışa dönüklük ve sosyal sermaye iç girişimcilik üzerindeki değişimin % 33,11'ini ( $R^2 = .3311$ ) açıklamaktadır.

Aracı değişken sosyal sermayenin olmadığı durumda ise dışa dönüklüğün iç girişimcilik üzerindeki etkisi (c yolu) yani toplam etkiler de anlamlı olarak bulunmuştur. ( $\beta$ :.4045, %95 CI [.3365, .4725], t: 11,6810,  $p < .001$ ). Toplam etkiler anlamlı olarak bulunmuş ve toplam etkiler güven aralığı alt ve üst değerleri de sıfır değerini kapsamamaktadır.

Aracı değişken sosyal sermayenin de modele dahil edilmesi durumunda hesaplanan dolaylı etkiler de anlamlı bulunmuştur. ( $\beta$ :.1783, %95 BCA CI [.1345, .2251]). Dolaylı etkiler güven aralığı alt ve üst değerleri de sıfır değerini kapsamamaktadır.

### 5.3.3. Açıklığın İç Girişimcilik Üzerindeki Etkisi ve Bu Etkide Sosyal Sermayenin Aracı Rolü

Açıklığın iç girişimcilik üzerindeki etkisi ve bu etkide sosyal sermayenin aracılık rolüne ilişkin bulgular Şekil 14'de verilmiştir.



Şekil 14. Aracılık Testi 3

Şekil 14’te de görüleceği üzere a,b,c ve c’ değerleri anlamlı olarak bulunmuştur. Açıklığın iç girişimcilik üzerinde dolaylı etkisinin olup olmadığı bootstrap tekniği ile elde edilen güven aralıklarına göre tespit edilmiştir. Buna göre açıklığın iç girişimcilik üzerinde dolaylı etkisinin anlamlı olduğu, dolayısıyla da sosyal sermayenin açıklık ile iç girişimcilik arasındaki ilişkiye aracılık ettiği tespit edilmiştir ( $\beta$ :.1943, %95 BCA CI [.1429, .2525]. Analiz sonucunda H1e, H2e, H4e hipotezleri desteklenmiştir.

Açıklığın iç girişimcilik üzerindeki etkisinde sosyal sermayenin aracılık rolünün testine ilişkin analiz sonuçları Tablo 27’de verilmiştir.

**Tablo 27.** Aracılık Testi Testine İlişkin Regresyon Sonuçları 3

Tahmin Değişkenleri	Sonuç Değişkenleri											
	M (Sosyal Sermaye)			%95 Güven Aralığı			Y (İç Girişimcilik)			%95 Güven Aralığı		
	B	S.H.	t	LLCI	ULCI	B	S.H.	t	LLCI	ULCI		
X(Açıklık)	a	.3702***	.1260	10,5757	.3014	.4389	c'	.2843***	.0408	6,9687	.2042	.3644
M (Sosyal Sermaye)	-						b	.5249***	.0435	12,0598	.4394	.6104
Sabit	İM	1,9640***	.1260				İY	1.4245***	.1597			
		R <sup>2</sup> =.1560					R <sup>2</sup> =.3381					
		F(1;605)=111,8446; P<.001					F(2;604)=154,2654; P<.001					

Not. \* $p$ <.05, \*\* $p$ <.01, \*\*\* $p$ <.001 S.H.: Standart Hata

Analiz sonucunda elde edilen bulgulara göre açıklık sosyal sermayeyi pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir ( $\beta$ :.0,3702 %95 CI [.3014, .4389],  $t$ :10,5757,  $p$ <.001). Beta değerinin anlamlı olduğu hem  $p$  değerinin .001’den küçük olmasından hem de güven aralığına ait değerlerin sıfır değerini kapsamamasından anlaşılmaktadır. Belirlilik katsayısı 0,1560 olarak bulunmuştur. Bu bulgu açıklığın sosyal sermayenin %15,60’ını (  $R^2$ =.1560) açıkladığını göstermektedir.

Sosyal sermayenin iç girişimciliği pozitif yönde anlamlı olarak etkilediği tespit edilmiştir ( $\beta$ :.5249, %95 CI [.4394, .6104],  $t$ :12,0598,  $p$ <.001). Beta değerinin anlamlı olduğu

hem p değerinin .001'den küçük olmasından hem de güven aralığına ait değerlerin sıfır değerini kapsamamasından anlaşılmaktadır.

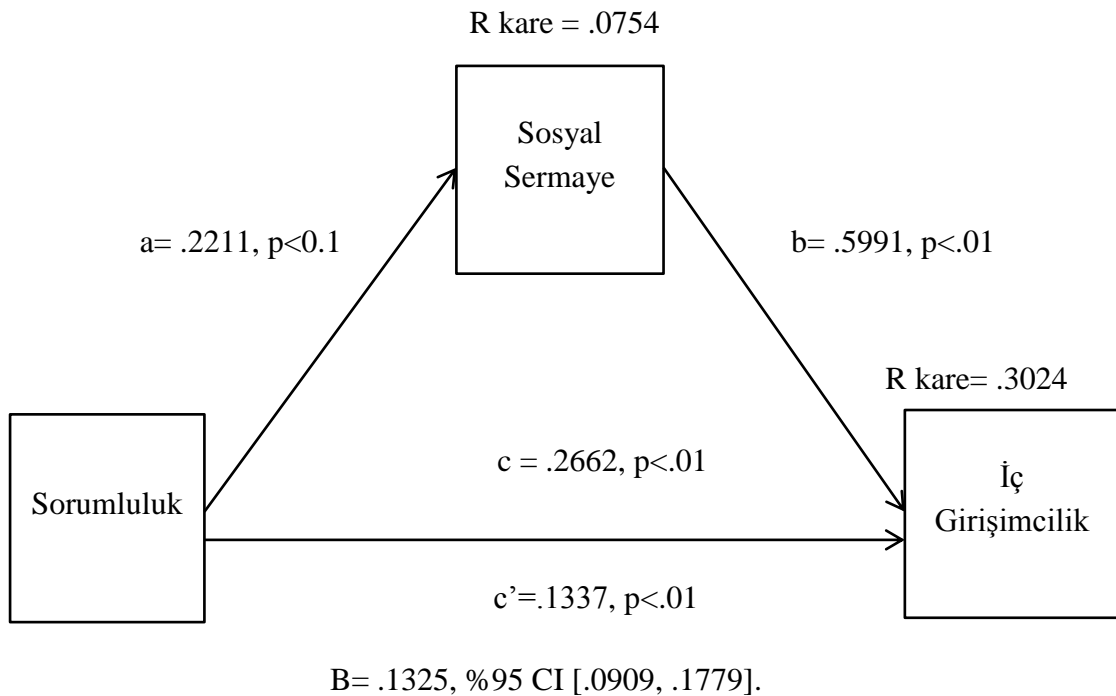
Açıklık da iç girişimciliği pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir ( $\beta$ :.2843, %95 CI [.2042 .3644], t: 6,9687,  $p<.001$ ). Beta değerinin anlamlı olduğu hem p değerinin .001'den küçük olmasından hem de güven aralığına ait değerlerin sıfır değerini kapsamamasından anlaşılmaktadır. Açıklık ve sosyal sermaye iç girişimcilik üzerindeki değişimin % 33,81'ini ( $R^2=.3381$ ) açıklamaktadır.

Aracı değişken sosyal sermayenin olmadığı durumda ise açıklığın iç girişimcilik üzerindeki etkisi (c yolu) yani toplam etkiler de anlamlı olarak bulunmuştur. ( $\beta$ :.4786, %95 CI [.3967, .5605], t: 11,4743,  $p<.001$ ). Toplam etkiler anlamlı olarak bulunmuş ve toplam etkiler güven aralığı alt ve üst değerleri de sıfır değerini kapsamamaktadır.

Aracı değişken sosyal sermayenin de modele dahil edilmesi durumunda hesaplanan dolaylı etkiler de anlamlı bulunmuştur. ( $\beta$ :.1943, %95 BCA CI [.1429, .2525]). Dolaylı etkiler güven aralığı alt ve üst değerleri de sıfır değerini kapsamamaktadır.

#### 5.3.4. Sorumluluğun İç Girişimcilik Üzerindeki Etkisi ve Bu Etkide Sosyal Sermayenin Aracı Rolü

Sorumluluğun iç girişimcilik üzerindeki etkisi ve bu etkide sosyal sermayenin aracılık rolüne ilişkin bulgular Şekil 15'de verilmiştir.



Şekil 15. Aracılık Testi 4

Şekil 15’de görüleceği üzere a,b,c ve c’ değerleri anlamlı olarak bulunmuştur. Sorumluluğun iç girişimcilik üzerinde dolaylı etkisinin olup olmadığı bootsrap tekniği ile elde edilen güven aralıklarına göre tespit edilmiştir. Buna göre sorumluluğun iç girişimcilik üzerinde dolaylı etkisinin anlamlı olduğu, dolayısıyla da sosyal sermayenin sorumluluk ile iç girişimcilik arasındaki ilişkiye aracılık ettiği tespit edilmiştir ( $\beta$ :.1325, %95 BCA CI [.0909, .1779]). Analiz sonucunda H1c, H2c , H4c hipotezleri desteklenmiştir.

Sorumluluğun iç girişimcilik üzerindeki etkisinde sosyal sermayenin aracılık rolünün testine ilişkin analiz sonuçları Tablo 28’de verilmiştir.

**Tablo 28.** Aracılık Testi Testine İlişkin Regresyon Sonuçları 4

	Sonuç Değişkenleri									
	M (Sosyal Sermaye)			%95 Güven Aralığı		Y (İç Girişimcilik)			%95 Güven Aralığı	
Tahmin Değişkenleri	B	S.H.	t	LLCI	ULCI	B	S.H.	t	LLCI	ULCI
X(Sorumluluk)	a .2211***	.0315	7,0240	.1593	.2829	c’ .1337***	.0344	3,8906	.0662	.2012
M (Sosyal Sermaye)	-					b .5991***	.0427	14,0332	.5153	.6830
Sabit	İM 2,4516***	.1194				İY 1,6899***	.1633			
	R <sup>2</sup> =.0754					R <sup>2</sup> =.3024				
	F(1;605)=130,8944; P<.001					F(2;604)=48,9922; P<.001				

*Not. \* p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001 S.H.: Standart Hata*

Analiz sonucunda elde edilen bulgulara göre sorumluluk sosyal sermayeyi pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir ( $\beta$ :.2211 %95 CI [.1593, .2829], t:7,0240, p<.001). Beta değerinin anlamlı olduğu hem p değerinin .001’den küçük olmasından hem de güven aralığına ait değerlerin sıfır değerini kapsamamasından anlaşılmaktadır. Belirlilik katsayısı 0,0754 olarak bulunmuştur. Bu bulgu sorumluluğun sosyal sermayenin %7,54’ünü ( R<sup>2</sup>=.0754) açıkladığını göstermektedir.

Sosyal sermayenin iç girişimciliği pozitif yönde anlamlı olarak etkilediği tespit edilmiştir ( $\beta$ :.5991, %95 CI [.5153, .6830], t:14,0332, p<.001). Beta değerinin anlamlı olduğu

hem p değerinin .001'den küçük olmasından hem de güven aralığına ait değerlerin sıfır değerini kapsamamasından anlaşılmaktadır.

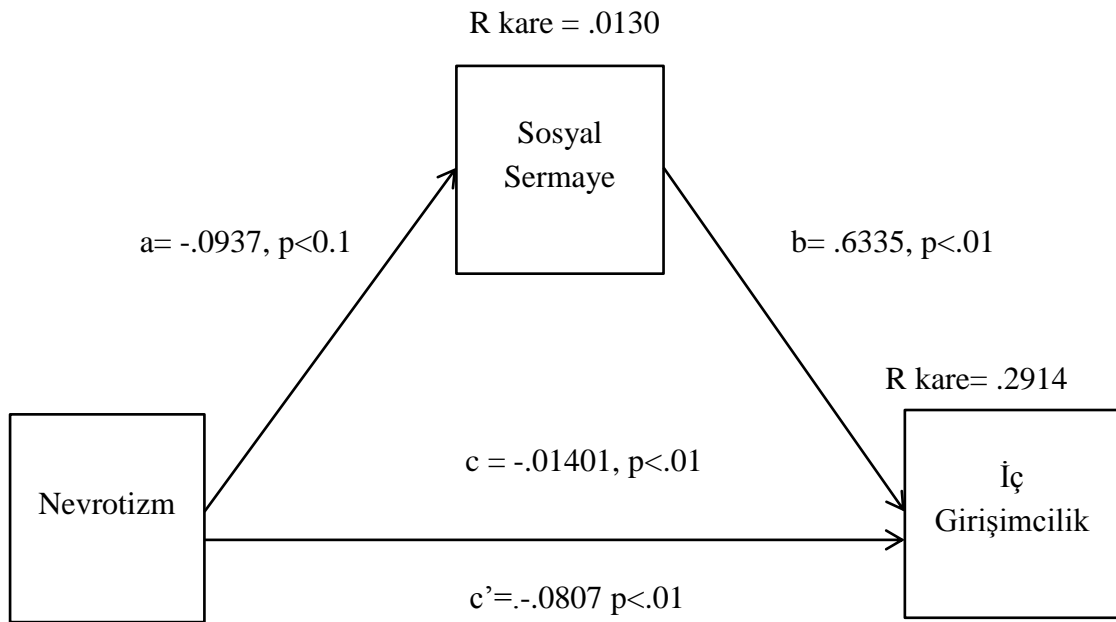
Sorumluluk da iç girişimciliği pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir. ( $\beta$ :.1337, %95 CI [.0662,.2012], t: 3,8906,  $p<.001$ ). Beta değerinin anlamlı olduğu hem p değerinin .001'den küçük olmasından hem de güven aralığına ait değerlerin sıfır değerini kapsamamasından anlaşılmaktadır. Sorumluluk ve sosyal sermaye iç girişimcilik üzerindeki değişimin % 30,24'ünü ( $R^2=.3024$ ) açıklamaktadır.

Aracı değişken sosyal sermayenin olmadığı durumda ise sorumluluğun iç girişimcilik üzerindeki etkisi (c yolu) yani toplam etkiler de anlamlı olarak bulunmuştur. ( $\beta$ :.2662, %95 CI [.1915, .3409], t: 6,9994,  $p<.001$ ). Toplam etkiler anlamlı olarak bulunmuş ve toplam etkiler güven aralığı alt ve üst değerleri de sıfır değerini kapsamamaktadır.

Aracı değişken sosyal sermayenin de modele dahil edilmesi durumunda hesaplanan dolaylı etkiler de anlamlı bulunmuştur. ( $\beta$ :.1325, %95 BCA CI [.0909, .1779]). Dolaylı etkiler güven aralığı alt ve üst değerleri de sıfır değerini kapsamamaktadır.

### 5.3.5. Nevrotizmin İç Girişimcilik Üzerindeki Etkisi ve Bu Etkide Sosyal Sermayenin Aracı Rolü

Nevrotizmin iç girişimcilik üzerindeki etkisi ve bu etkide sosyal sermayenin aracılık rolüne ilişkin bulgular Şekil 16'da verilmiştir.



$B = -.0594, \%95 \text{ CI } [.0163, .1039].$

Şekil 16. Aracılık Testi 5

Şekil 16’da de görüleceği üzere a,b,c ve c’ değerleri anlamlı olarak bulunmuştur. Nevrotizmin iç girişimcilik üzerinde dolaylı etkisinin olup olmadığı bootstrap tekniği ile elde edilen güven aralıklarına göre tespit edilmiştir. Buna göre nevroizmin iç girişimcilik üzerinde dolaylı etkisinin anlamlı olduğu, dolayısıyla da sosyal sermayenin nevroizim ile iç girişimcilik arasındaki ilişkiye aracılık ettiği tespit edilmiştir. ( $\beta$ :.0594, %95 BCA CI [.0163, .1039]. Analiz sonucunda H1d, H2d, H4d hipotezleri desteklenmiştir.

Beş faktör kişilik ölçeğinin alt boyutlarının iç girişimcilik ve sosyal sermaye üzerindeki etkilerinin derecesini gösterir Tablo 30’da verilmiştir.

Nevrotizmin iç girişimcilik üzerindeki etkisinde sosyal sermayenin aracılık rolünün testine ilişkin analiz sonuçları Tablo 29’da verilmiştir.

**Tablo 29.** Aracılık Testi Testine İlişkin Regresyon Sonuçları 5

Sonuç Değişkenleri												
		M (Sosyal Sermaye)			%95 Güven Aralığı		Y (İç Girişimcilik)			%95 Güven Aralığı		
Tahmin Değişkenleri		B	S.H.	t	LLCI	ULCI	B	S.H.	t	LLCI	ULCI	
X(Nevrotizm)	a	-.0937***	.0332	2,8235	.0285	.1590	c'	-.0807***	0342	2,3565	.0134	.1479
M (Sosyal Sermaye)	-						b	.6335***	.0416	15,2127	.5518	.7153
Sabit	İM	3,0075***	.0970				İY	1.8460***	.1599			
R <sup>2</sup> =.0130						R <sup>2</sup> =.2914						
F(1;605)=7,9723; P<.001						F(2;604)=124,1940; P<.001						

Not. \*p<.05, \*\*p<.01, \*\*\*p<.001 S.H.: Standart Hata

Analiz sonucunda elde edilen bulgulara göre nevroizim sosyal sermayeyi negatif yönde anlamlı olarak etkilemektedir. ( $\beta$ :-.0,0937 %95 CI [.0285, .1590], t:2,8235, p<.001) Beta değerinin anlamlı olduğu hem p değerinin .001’den küçük olmasından hem de güven aralığına ait değerlerin sıfır değerini kapsamamasından anlaşılmaktadır. Belirlilik katsayısı 0,0130 olarak bulunmuştur. Bu bulgu sorumluluğun sosyal sermayenin %1,3’ünü ( R2=.0130) açıkladığını göstermektedir.

Sosyal sermayenin iç girişimciliği pozitif yönde anlamlı olarak etkilediği tespit edilmiştir. (  $\beta$ :.6335, %95 CI [.5518, .7153], t:15,2127, p<.001). Beta değerinin anlamlı

olduğu hem p değerinin .001'den küçük olmasından hem de güven aralığına ait değerlerin sıfır değerini kapsamamasından anlaşılmaktadır.

Nevrotizm de iç girişimciliği negatif yönde anlamlı olarak etkilemektedir. ( $\beta$ :-.0807, %95 CI [.0134,.1479], t: 2,3565,  $p < .001$ ). Beta değerinin anlamlı olduğu hem p değerinin .001'den küçük olmasından hem de güven aralığına ait değerlerin sıfır değerini kapsamamasından anlaşılmaktadır. Nevrotizm ve sosyal sermaye iç girişimcilik üzerindeki değişimin % 29,14'ünü ( $R^2 = .2914$ ) açıklamaktadır.

Aracı değişken sosyal sermayenin olmadığı durumda ise nevrozizm iç girişimcilik üzerindeki etkisi (c yolu) yani toplam etkiler de anlamlı olarak bulunmuştur. ( $\beta$ :-.1401, %95 CI [.0616, .2186], t: 3,5046,  $p < .001$ ). Toplam etkiler anlamlı olarak bulunmuş ve toplam etkiler güven aralığı alt ve üst değerleri de sıfır değerini kapsamamaktadır.

Aracı değişken sosyal sermayenin de modele dahil edilmesi durumunda hesaplanan dolaylı etkiler de anlamlı bulunmuştur. ( $\beta$ :-.0594, %95 BCA CI [.0163, .1039]). Dolaylı etkiler güven aralığı alt ve üst değerleri de sıfır değerini kapsamamaktadır.

**Tablo 30.** Beş Faktör Kişilik Özelliğinin İç Girişimcilik ve Sosyal Sermaye Üzerindeki Etkisi

Bağımsız Değişken	İç Girişimcilik Beta	Sosyal Sermaye Beta
Uyumluluk	0,1701	0,3258
Dışa Dönüklük	0,2261	0,3252
Açıklık	0,2843	0,3702
Sorumluluk	0,1337	0,2211
Nevrotizm	0,0807	0,0937

Tablo incelendiğinde beş faktör kişilik ölçeğinin alt boyutlarından iç girişimciliği en fazla etkileyen boyutun açıklık boyutu olduğu görülmektedir. En az etkileyen boyut ise nevrozizm boyutudur. Sosyal sermaye üzerinde ise en fazla etkinin yine açıklık boyutu olduğu en az etkinin ise yine nevrozizm boyutu olduğu tespit edilmiştir.

#### 5.4. Araştırma Hipotezlerinin Sonuçları

Kurulan 16 hipotezden hepsi desteklenmiştir. Araştırma hipotezlerinin sonuçları Tablo 31’de verilmiştir.

**Tablo 31.** Hipotez Sonuçları

<b>Hipotezler</b>	<b>Sonuçlar</b>
<b>H1.</b> Beş faktör kişilik özelliklerinin iç girişimcilik üzerinde etkisi vardır.	
<b>H1a:</b> Beş faktör kişilik özelliğinin dışa dönüklük boyutu, iç girişimcilik üzerinde pozitif anlamlı etkilidir.	Kabul Edildi
<b>H1b:</b> Beş faktör kişilik özelliğinin uyumluluk boyutu, iç girişimcilik üzerinde pozitif anlamlı etkilidir.	Kabul Edildi
<b>H1c.</b> Beş faktör kişilik özelliğinin sorumluluk boyutu, iç girişimcilik üzerinde pozitif anlamlı etkilidir.	Kabul Edildi
<b>H1d.</b> Beş faktör kişilik özelliğinin nevrozizm boyutu, iç girişimcilik üzerinde negatif anlamlı etkilidir.	Kabul Edildi
<b>H1e.</b> Beş faktör kişilik özelliğinin deneyime açıklık boyutu, iç girişimcilik üzerinde pozitif anlamlı etkilidir.	Kabul Edildi
<b>H2.</b> Beş faktör kişilik özelliklerinin sosyal sermaye üzerinde etkisi vardır.	
<b>H2a:</b> Beş faktör kişilik özelliğinin dışa dönüklük boyutu, sosyal sermayeyi pozitif anlamlı olarak etkiler.	Kabul Edildi
<b>H2b:</b> Beş faktör kişilik özelliğinin uyumluluk boyutu, sosyal sermayeyi pozitif anlamlı olarak etkiler	Kabul Edildi
<b>H2c.</b> Beş faktör kişilik özelliğinin sorumluluk boyutu, sosyal sermayeyi pozitif anlamlı olarak etkiler.	Kabul Edildi
<b>H2d.</b> Beş faktör kişilik özelliğinin nevrozizm boyutu, sosyal sermayeyi negatif anlamlı olarak etkiler.	Kabul Edildi
<b>H2e.</b> Beş faktör kişilik özelliğinin deneyime açıklık boyutu, sosyal sermayeyi pozitif anlamlı olarak etkiler.	Kabul Edildi
<b>H3:</b> Sosyal sermaye iç girişimcilik üzerinde pozitif anlamlı etkilidir.	Kabul Edildi
<b>H4:</b> Beş faktör kişilik özelliklerinin, iç girişimcilik üzerindeki etkisinde sosyal sermayenin aracılık rolü vardır.	

<b>H4a:</b> Beş faktör kişilik özelliğinin dışa dönüklük boyutunun, iç girişimcilik üzerindeki etkisinde sosyal sermayenin aracılık rolü vardır.	Kabul Edildi
<b>H4b:</b> Beş faktör kişilik özelliğinin uyumluluk boyutunun, iç girişimcilik üzerindeki etkisinde sosyal sermayenin aracılık rolü vardır.	Kabul Edildi
<b>H4c:</b> Beş faktör kişilik özelliğinin sorumluluk boyutunun, iç girişimcilik üzerindeki etkisinde sosyal sermayenin aracılık rolü vardır.	Kabul Edildi
<b>H4d:</b> Beş faktör kişilik özelliğinin nevrozizm boyutunun, iç girişimcilik üzerindeki etkisinde sosyal sermayenin aracılık rolü vardır.	Kabul Edildi
<b>H4e:</b> Beş faktör kişilik özelliğinin deneyime açıklık boyutunun, iç girişimcilik üzerindeki etkisinde sosyal sermayenin aracılık rolü vardır.	



## **ALTINCI BÖLÜM**

### **SONUÇ ve ÖNERİLER**

Araştırmanın literatür açısından önemine bakıldığında yabancı ve yerli literatürde araştırmanın modelinde yer alan değişkenlerin bir arada kullanıldığı bir çalışmaya rastlanmadığından çalışma özgün nitelik taşımaktadır. Beş faktör kişilik özelliklerinin iç girişimciliğe etkisinde sosyal sermayenin aracılık rolünü araştıran bu çalışma beş faktör kişiliği alt boyutlarıyla ele alan ve beş faktör kişilik özelliklerinin iç girişimcilik üzerindeki etkisini ve sosyal sermayenin aracılık rolünü bu bağlamda değerlendiren bir çalışmadır. Ayrıca çalışma beş faktör kişilik özelliklerinin beş boyutlarının iç girişimcilik ve sosyal sermaye üzerinde hangisinin daha etkili olduğunu, başka bir deyişle etki derecelerini ortaya koymaktadır. Bu yönleri ile elde edilen sonuçlar literatüre bir katkı olarak sunulmaktadır. Literatürde beş faktör kişilik özelliklerinin alt boyutlarının iç girişimcilik ve sosyal sermaye üzerindeki etkisini analiz eden çalışma bulunmadığından dolayı bu çalışmayı özgün kılmaktadır. Yerli literatürde sosyal sermayenin ve beş faktör kişilik özelliklerinin, iç girişimciliği nasıl etkilediği konusunda çalışma olmadığı gözlemlenmiş ve bu literatürde konuyla ilgili bir boşluk bulunduğunu göstermektedir.

Bu bölümde, araştırmanın analiz sonuçlarına göre yorumlar yapılmış, benzer konularda çalışma yürütecek araştırmacılara ve uygulayıcılara önerilerde bulunulmuştur.

#### **6.1. Sonuçlar**

Bu çalışma, beş faktör kişilik özelliklerinin iç girişimcilik üzerine etkisini ve bu etkide sosyal sermayelerinin aracılık rolünü belirlemeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda Gaziantep Organize Sanayi Müdürlüğüne bağlı olarak faaliyet gösteren büyük ölçekli tekstil işletmelerinde çalışan 607 kişiye anket uygulanmıştır. Çalışmanın bu kısmında, araştırmaya katılan çalışanların kişilik özelliklerinin iç girişimciliğe etki ve ilişki durumları ve bu etkide sosyal sermayenin aracılık rolü, literatürde daha önceden yapılmış olan çalışmaların sonuçları ile karşılaştırılarak değerlendirilmektedir. Bu karşılaştırmayı yapmak üzere, beş faktör kişilik özellikleri, sosyal sermaye ve özellikle iç girişimcilik konusunda oldukça sınırlı sayıda çalışmanın olması ve girişimcilik ile iç girişimciliğin paralellik göstermesi nedeniyle girişimcilik literatüründe elde edilen sonuçlardan faydalanılmıştır.

Çalışmada, H1, H2, H3 ile ifade edilen hipotezler, beş faktör kişilik özelliklerinin, sosyal sermaye ve iç girişimcilik değişkenleri üzerindeki etkisi bootstrap yöntemini esas alan

regresyon analizi ile yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda beş faktör kişilik özelliklerinin sosyal sermaye ve iç girişimciliği pozitif yönde anlamlı ve sosyal sermayenin iç girişimciliği pozitif yönlü anlamlı etkilediği bulgusuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla H1, H2 ve H3 hipotezleri doğrulanmıştır. Ayrıca beş faktör kişilik özelliklerinin dışa dönüklük, uyumluluk, sorumluluk, nevroitiklik, deneyime açıklık alt boyutlarının, sosyal sermaye ve iç girişimcilik üzerindeki etkisi teker teker incelenmiş ve sırasıyla şu sonuçlar bulunmuştur.

- Beş faktör kişilik özelliğinin dışa dönüklük, uyumluluk, deneyime açıklık, sorumluluk alt boyutları, iç girişimciliği pozitif yönde anlamlı etkilediği, kişilik özelliğinin nevroitiklik boyutunun ise iç girişimciliği negatif yönde anlamlı etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla H1a, H1b, H1c, H1d, ve H1e, hipotezleri doğrulanmıştır.
- Beş faktör kişilik özelliğinin dışa dönüklük, sorumluluk, uyumluluk, deneyime açıklık alt boyutları, sosyal sermayeyi pozitif yönde anlamlı etkilediği, kişilik özelliğinin nevroitiklik boyutunun ise sosyal sermaye negatif yönde anlamlı etkilediği sonucuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla H2a, H2b, H2c, H2d, ve H2e hipotezleri doğrulanmıştır.

Çalışmada ayrıca, H4 ile ifade edilen hipotez, beş faktör kişilik özelliklerinin, iç girişimcilik üzerinde etkisinde sosyal sermayenin aracılık rolü; Process Makro kullanılarak, bootstrap yöntemini esas alan regresyon analiz yöntemiyle yapılmıştır. Ayrıca beş faktör kişilik özelliklerinin, iç girişimcilik üzerindeki etkisinde sosyal sermayenin aracılık rolüne beş faktör kişilik özelliklerinin dışa dönüklük, uyumluluk, sorumluluk, nevroitiklik, deneyime açıklık alt boyutları ile tek tek bakılmıştır. Analiz sonucunda, beş faktör kişilik özelliklerinin dışa dönüklük, uyumluluk, sorumluluk, nevroitiklik, deneyime açıklık alt boyutlarının iç girişimciliğe etkisinde sosyal sermayenin aracılık rolü olduğu bulgusu elde edilmiştir. Böylelikle H4a, H4b, H4c, H4d ve H4e de desteklenmiştir.

#### **6.1.1. Beş Faktör Kişilik Özellikleri İç girişimcilik İlişkisinin Değerlendirilmesi**

Bu çalışmada elde edilen bulgular incelendiğinde, genel olarak beş faktör kişilik özelliklerinin iç girişimcilik üzerindeki etkisi incelenirken elde edilen bulgular doğrultusunda beş faktör kişiliğin dışa dönüklük, uyumluluk, deneyime açıklık boyutu, nevroitiklik ve sorumluluk alt boyutlarına yönelik kurulan hipotezler doğrulanarak dışa dönük, uyumluluk, deneyime açıklık ve sorumluluk alt boyutlarıyla iç girişimcilik niyeti üzerinde pozitif yönlü ve anlamlı, nevroitiklik boyutuyla iç girişimcilik niyeti üzerinde negatif yönlü ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bulgular değerlendirildiğinde katılımcıların

beş faktör kişilik özelliklerinin iç girişimcilik eğilimleri üzerinde etkili oldukları görülmektedir. Katılımcılar üzerinde beş faktör kişilik özellikleri alt boyutları ile birlikte düşünüldüğünde iç girişimcilik üzerinde en yüksek etkiye sahip boyutun deneyime açıklık kişilik özelliği olduğu görülmekte iken en düşük etkiye sahip kişilik özelliğinin ise nevroitiklik kişilik özelliğinin olduğu sonucuna varılmıştır. İnsan kaynakları uygulamalarında eğer işe alımlarda iç girişimci kişi tercih edilecekse, kişilik özellikleri dikkate alınmalıdır. İnsan kaynakları işe alım süreçlerinde deneyime açıklık kişilik özelliğine sahip kişileri tercih etmeli ve nevroitiklik seviyesi yüksek kişileri işe almaktan kaçınmalıdır. İnsanların bazı kişilik yapıları doğuştan olup değiştirilemeyeceği için işe alımlarda sonradan olumsuzluklarla karşılaşmamak için kişilik özelliklerine dikkat edilmesi gerekmektedir.

Analiz sonuçları beş faktör kişilik özelliklerinin iç girişimcilik davranışının belirleyicisi olduğu, pozitif yönlü bu belirleyici etkinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu yönünde araştırmalar bulunmaktadır. Bu sonuçlar, literatüre ilişkin karşılaştırmalardan yola çıkılarak oluşturulan araştırma beklentilerini destekler niteliktedir. Bu bulgulara göre çalışanların kişilik özellikleri geliştikçe girişimcilik niyetlerinin de arttığını söyleyebiliriz. Girişimci kişilik özelliklerine sahip çalışanların girişimci faaliyetlerde bulunma konusunda daha istekli ve kararlı olabilecekleri ve bu yönde daha başarılı birer girişimci olabilecekleri öngörülmektedir. Literatürle karşılaştırıldığında bu sonuçların önceki çalışmalarda bulunan sonuçlarla benzerlik gösterdiği görülmektedir. **H1** hipotezi ile ifade edilen kişilik özelliklerinin iç girişimcilik üzerindeki etkisi Lounsbury vd. (2009), Nga ve Shamuganathan (2010), Yüksel vd. (2015), Gençay ve Döven (2019), Ören ve Biçkes (2011), Kartal (2018) çalışmalarının sonuçları ile uyumluluk göstermektedir. Çalışmada kabul edilen bu hipotez beş faktör kişilik özelliklerinin iç girişimcilik davranışlarının ortaya çıkmasında ve başarılı olmasında önemli rol oynadığını ve kişilik özelliklerinin geliştirilmesiyle iç girişimciliğin artacağını göstermektedir.

Çalışma sonucunda iç girişimcilik üzerinde olumlu ve anlamlı etkisi görülen beş faktör kişilik özellikleri, girişimciliğin önemli unsurlarından biri olarak yer almaktadır. Bir kişinin girişimcilik faaliyetinde bulunup bulunmayacağını öngörülebilmesi, kişinin kişilik özelliklerinin tespit edilmesi ile gerçekleştirilebilir. Kişilik özellikleri girişimcilik niyeti, bir kişinin yeni bir girişimde bulunması veya mevcut girişimler için yeni birtakım değerler oluşturmayı amaçlamasını etkilemektedir.

### **6.1.1.1. Dışa Dönüklük İç Girişimcilik İlişkisi**

Beş faktör kişilik özelliğinin dışa dönüklük boyutu iç girişimciliği pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir. Çalışanlardan dışa dönüklük seviyesi yüksek olan kişilerin iç girişimcilik eğilimlerinin daha fazla olduğu anlaşılmaktadır başka bir ifadeyle çalışanların dışa dönüklük düzeyleri arttıkça iç girişimcilik eğilimlerinde de bir artış görünmektedir. Beş faktör kişilik özelliğinin dışa dönüklük boyutunda yer alan girişkenlik, aktiflik ve sıcakkanlılık gibi kişilik özelliklerine, kişilerin iyi iletişim kurabilmesini etkiler. Bu sonuca göre kişiler bilgi kaynağı sağlamak amacıyla çevreleri, müşterileri, paydaşları, hisse sahipleri vb. gibi kişilerle karşı karşıya geldiği zaman iletişim gücü yüksek olan çalışanların iç girişimcilik niyetlerinin de yüksek olduğu söylenebilir. Girişimci kişiler konuşkan, girişken, cesur, insanları etkileyebilen, başkalarıyla iletişimi iyi olan insanlardır ve yeni fikirlerini, projelerini diğer insanlara kabul ettirmek ve iş arkadaşları, üst yöneticiler, ortaklar, paydaşları ve çevreleriyle iyi geçinmek zorundadır. Bu boyut bir girişimcinin amaçlarına ulaşmasını sağlayacak en önemli kişilik özelliklerinden biridir. Bu gibi özelliklere sahip olmak sebebiyle dışa dönüklük boyutu ile iç girişimcilik arasında pozitif yönlü bir ilişkinin bulunması bu araştırmanın **H1a** hipotezini destekler niteliktedir. Bu sonuç, daha önce yapılan çalışmalarda dışa dönüklük boyutunun, iç girişimciliği pozitif yönde olumlu etkilediği Akkuş vd. (2019), Çetin ve Varoğlu (2009), Bateman ve Crant (1993), çalışmaları ile benzerlik göstermektedir. Bu çalışmada elde edilen sonucun aksine, Mendoza ve Lacap (2015) yaptıkları çalışmada ise dışa dönüklüğün girişimcilik ile önemli bir ilişki göstermediği sonucuna ulaşmışlardır.

### **6.1.1.2. Uyumluluk İç Girişimcilik İlişkisi**

Beş faktör kişilik özelliğinin uyumluluk boyutu iç girişimciliği pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir. Kişiliğin uyumluluk özelliği girişimcilikle ilişkilendirilebilecek özellikleri kapsamaktadır. Örneğin uyumluluğu ifade eden iş birlikçilik, sabırlılık, güvenilirlik ve yardımseverlik gibi özellikler girişimciler için de ifade edilmektedir. Hurtz ve Donovan (2000), uyumluluğun kişiler arası etkileşimler gerektiren işler için önem kazandığını, böylece yüksek işbirliğine sahip ve uyumlu olmanın performans üzerinde tutarlı bir etkiye sahip olduğunu belirtmektedir. Kavşur'un (2015) yaptığı çalışmasında uyumluluğun girişimcilik ile zayıf bir ilişkisinin olduğunu girişimcilik üzerinde anlamlı bir etkisinin bulunmadığını tespit edilmiştir. Ancak Akgöz vd. (2018) yaptıkları çalışma neticesinde kişilerin uyumluluk özellikleri ile girişimcilik eğilimleri arasında pozitif ve anlamlı bir ilişkisi olduğundan söz etmiştir. Bu bağlamda uyumlu kişilik özelliği ile iç girişimcilik ilişkisine yönelik yapılan

çalışmalardan elde edilen bulgular, yapmış olduğumuz çalışmanın **H1b** hipotezini destekler niteliktedir.

#### **6.1.1.3. Sorumluluk- İç Girişim İlişkisi**

Beş faktör kişilik özelliğinin sorumluluk boyutu iç girişimciliği pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir. Elde edilen sonuca göre çalışanların sorumluluk seviyelerinin yüksek olması işletme ya da kurum adına yeni girişimlerde bulunmayı tetiklemektedir. Sorumluluk düzeyi yüksek olan çalışanların iç girişimcilik eğilimlerinin de yüksek olduğunu söylemek mümkündür. Sorumlu kişiler planlı hareket eden, disiplinli, çalışkan, başarıya mücadelesi olan başarı odaklı kişilerdir. Girişimciliğin önemli unsurlarından olan bu gibi özellikler ve sorumluluk kişilik özeliği ile iç girişimciliği birbirine ilişkili kılmaktadır. Benzer sonuçlara literatürde de rastlanmaktadır. Bateman ve Crant (1993), Kartal (2018), Sözcän (2019) kişiliğinin sorumluluk boyutunun girişimciliği pozitif yönde olumlu etkilediğinden bahsetmişlerdir. Bu araştırmada elde edilen bulguların sonuçları, kişiliğinin sorumluluk özelliği ile iç girişimciliği ve girişimciliği araştıran çalışmaların sonuçları ile bir uyumluluk göstermektedir. Bu bağlamda beş faktör kişilik özelliğinin sorumluluk boyutunun iç girişimcilik üzerindeki pozitif yönlü anlamlı etkisinin bulunması **H1c** hipotezini desteklemektedir.

#### **6.1.1.4. Nevrotiklik İç Girişim İlişkisi**

Beş faktör kişilik özelliğinin nevroitiklik boyutu iç girişimciliği negatif yönde anlamlı olarak etkilemektedir. Kişisel başarı için nevroitiklik önemli bir kişilik özelliğidir. Elde edilen bu bulguya göre çalışanların nevroitiklik kişilik özelliği ile iç girişimcilik arasında negatif bir ilişki bulunmuş ve çalışanların nevroitiklik seviyelerinin arttıkça iç girişimcilik eğilimlerinin azaldığı sonucuna varılmıştır. Nevrotikliğin artmasıyla birlikte iç girişimcilik kapasitesinin düşme eğiliminde olduğu görülmektedir. Nevrotiklik özelliğine sahip kişiler genelde çabuk olumsuz duygulara kapılır, ruh halleri çok çabuk değişir, girişimci kişilik yapısına sahip kişiler ise stres ve risk altında girişim faaliyetlerinde bulunurlar ve bu yüzden girişimci kişilerin nevroitiklik düzeylerinin düşük olması beklenir. Çünkü nevroitik kişiler stres ve riske karşı katlanabilir bir tavır sergilemeyebilir. Bu iki boyut arasında olumsuz bir ilişki olması beklenir. Bu konuda literatür incelendiğinde daha önce yapılan çalışmalarda kişilik özelliklerinin nevroitiklik boyutunun iç girişimcilik davranışı üzerinde olumsuz bir etkisi olduğu, nevroitiklik özelliğinin seviyesi arttıkça girişimcilik eğilimlerinin azaldığı sonuçlarına rastlanmıştır. Göktaş ve Kazaferoğlu (2018) yaptıkları çalışmada kişilik özelliklerinin

nevrotiklik boyutu ile girişimcilik eğilimleri arasında negatif yönde bir ilişki bulmuşlardır. Yine Bateman ve Crant (1993) çalışmalarında iç girişimciliğin nevrotiklik kişilik özelliği ile aralarında anlamlı bir ilişkinin olmadığı sonucuna ulaşmışlardır. Elde edilen bulgular literatür sonuçlarıyla etki noktasında paralellik gösterdiğinden **H1d** hipotezini destekler niteliktedir.

#### **6.1.1.5. Deneyime Açıklık İç Girişimcilik İlişkisi**

Beş faktör kişilik özelliğinin deneyime açıklık boyutu iç girişimciliği pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir. Deneyime açık kişilik özelliğine sahip kişiler aynı zamanda yenilikçi yaratıcı, okumaktan hoşlanan ve sanata ilgi duyan, değişim odaklı insanlardır. Literatürde girişimcilik yenilikçilik ve yaratıcılık olarak da ifade edilir. Başka bir deyişle girişimcilik, yenilik ve fırsatları değerlendirerek yeni bir fikir yenilikler yaratılmasını kapsamaktadır. Literatürde kişilik ve girişimcilik arasındaki etkiyi araştıran birçok çalışmada deneyime açık olmanın girişimciliğin en önemli özelliklerinden biri olduğu vurgulanmaktadır. Başka bir ifadeyle kişilik özelliklerinin deneyime açıklık boyutu yeni girişimde bulunacak kişiler için fırsatlar görme, tespit etme açısından çok önemlidir. Bu açıklamalar doğrultusunda iç girişimcinin yaratıcı, yenilikçi değişime ve gelişime açık olma özelliğinden dolayı söz konusu boyut iç girişimciliği etkilemektedir. Elde edilen bulgulara göre çalışanların yeni fikirlere açık ve yaratıcı olması, iç girişimcilik eğilimlerinin de yüksek olduğunu göstermektedir. Literatürde kişilik ve girişimcilik arasındaki etkiyi araştıran birçok çalışmada deneyime açıklık özelliğinin girişimciliğin en önemli özelliklerinden biri olduğunu vurgulanmaktadır. Yapılan literatür taraması sonucunda, Akgöz vd. (2018), çalışmalarında kişiliğin deneyime açıklık özelliği ile girişimcilik arasında herhangi bir ilişki bulamamışken Arasteh vd. (2012) ve Kavşur (2015), yapmış oldukları çalışmalarda, bu çalışma sonuçlarıyla paralel olarak deneyime açıklık seviyesi yüksek olan kişilerin girişimcilik eğilimlerinin de yüksek olduğunu, açıklık kişilik özelliğinin girişimcilik üzerinde pozitif yönlü bir etkinin olduğunu bulmuşlardır. Literatürde yapılan çalışmalardan elde edilen bulgular yapmış olduğumuz çalışmanın **H1e** hipotezini destekler niteliktedir.

#### **6.1.2. Kişilik Özellikleri Sosyal Sermaye İlişkisinin Değerlendirilmesi**

Genel olarak beş faktör kişilik özelliklerinin sosyal sermaye üzerindeki etkisi incelenirken elde edilen bulgular doğrultusunda beş faktör kişilik özelliğinin dışa dönüklük, uyumluluk, deneyime açıklık, nevrotiklik ve sorumluluk boyutlarına yönelik kurulan hipotezler doğrulanarak dışa dönük, uyumluluk, deneyime açıklık ve sorumluluk alt boyutlarının sosyal sermayeyi pozitif yönlü ve anlamlı, nevrotiklik boyutunun sosyal

sermayeyi negatif yönlü ve anlamlı etkilediği tespit edilmiştir. Bu çalışma farklı kişilik özelliklerine sahip çalışanların bu özelliklerinin sosyal sermayelerini farklı derecelerde etkilediğini göstermektedir. Elde edilen bulgular değerlendirildiğinde katılımcıların beş faktör kişilik özelliklerinin sosyal sermayeleri üzerinde etkili oldukları görülmektedir. Katılımcılar üzerinde beş faktör kişilik özellikleri alt boyutları ile birlikte düşünüldüğünde sosyal sermayeleri üzerinde en yüksek etkiye sahip boyutun deneyime açıklık kişilik özelliği olduğu görülmekte iken en düşük etkiye sahip kişilik özelliğinin ise nevroitiklik kişilik özelliğinin olduğu sonucuna varılmıştır.

Yiğit (2017), çalışmasında kurum içinde kurulan ilişkilerin sosyal ağların, amaç ve değerlerin paylaşılması ve güven gibi sosyal sermaye unsurlarının ne derece yüksek olduğuyla da yakından ilişki olduğunu ifade etmektedir. Sosyal sermaye kavramı iş tatmini, girişim, motivasyon, örgütsel güven gibi birçok örgütsel kavramın belirleyicisi olarak örgütsel davranış alanında kullanılması gereken bir değişken haline gelmiştir. Sosyal sermaye seviyesinin yüksek olduğu toplumlarda ekonomik ve sosyal kalkınmanın sağlanması da kolay olmaktadır. Sosyal sermayenin seviyesi kurumların sürdürülebilirlik, değişime ve gelişime uyum sağlama yeteneklerini etkilemektedir. Bu anlamda sosyal sermaye kurum içi unsurlarla karşılıklı ilişki içindedir. Bu konuda Hirashi vd. (2008), Alan ve Korkmaz (2017), Baay vd. (2014), Liim vd. (2014) tarafından yapılan araştırmalarda kişilik özellikleri ile sosyal sermaye eğilimi arasında pozitif yönlü anlamlı bir etkinin olduğu ve yaptıkları çalışmalarda kişilik özelliklerinin girişimcilik eğiliminde etkin rol oynadığı gösterilmiştir. **H2a** hipotezi ile ifade edilen kişilik özelliklerinin sosyal sermaye üzerindeki etkisi literatürdeki çalışmaların sonuçları ile uyumluluk göstermekte ve hipotezi desteklemektedir.

#### **6.1.2.1. Dışa Dönüklük Sosyal Sermaye İlişkisi**

Beş faktör kişilik özelliğinin dışa dönüklük boyutu sosyal sermayeyi pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir. Dışa dönük kişilik özelliğine sahip kişilerin daha fazla sosyal ortam bulduklarından, kişilerle daha fazla iletişim halinde olduklarından ve bu kişilerin sosyal ağlarının geniş olacağı düşüncesiyle sosyal sermayelerinin de yüksek olması beklenmektedir. Elde edilen sonuca göre çalışanların dışa dönüklük seviyeleri önemli ölçüde sosyal sermayelerini etkilemekte ve daha yüksek dışa dönüklük seviyesine sahip çalışanların daha güçlü iç girişimcilik davranışı sergilediklerini ortaya koymaktadır. Bu bulgu aynı zamanda dışa dönüklük özelliği gösteren çalışanların sosyal ağlardan içe dönük özellikteki kişilerden daha fazla yararlandığını göstermektedir. Beş faktör kişilik özelliğinin dışa dönüklük boyutu ile sosyal sermaye arasındaki ilişkiyi incelemek amacıyla Bergman vd.

(2010), Wehrli (2008), yaptıkları çalışmalarda bu boyutun sosyal sermayeyi etkilediği ve aralarında pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Tulin vd. (2018) yapmış oldukları çalışmada da dışa dönük kişilerin sosyal sermayelerinin daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Benzer şekilde bu çalışmada da beş faktör kişilik özelliğinin dışa dönüklük boyutu sosyal sermayeyi pozitif yönde anlamlı etkilemekte ve yapılan analiz sonucuna göre **H2a** hipotezini desteklemektedir.

#### **6.1.2.2. Uyumluluk Sosyal Sermaye İlişkisi**

Beş faktör kişilik özelliğinin uyumluluk boyutu sosyal sermayeyi pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir. Barrikc vd. (2005), uyumluluk seviyesi yüksek kişilerin, uyumluluk seviyesi daha düşük kişilere kıyasla sosyal bağlantılarının daha fazla olduğu ifade etmektedir. İş yerinde kabul edilebilir uyumlu kişiler kişiler arası iletişimi ve ekip çalışmasını içeren görevlerde daha başarılıdır, çünkü çatışma çözme konusunda daha iş birliği ve yeteneklidirler. Uyumlu kişiler, kişiler arası ilişkilerde ve iletişimde daha başarılı ve kendine daha güveni yüksek ve sosyal sermayeleri de daha güçlüdür. Elde edilen sonuca göre çalışanların iş arkadaşları, yöneticileri ve iş yaptıkları kişilerle ilişkilerinin düzeyi sosyal sermayelerini de aynı yönde etkilemektedir. Bu konuda daha önce yapılan çalışmalardan elde edilen sonuçlara göre, sosyal sermayenin uyumluluk kişilik özelliği ile ilgili olduğunu ortaya koymaktadır. Elvans ve Revelle (2008) yaptıkları araştırmada beş faktör kişilik özelliğinin uyumluluk boyutunun sosyal sermayenin boyutu olan güveni pozitif yönlü anlamlı etkilediği sonucunu elde etmişlerdir. Bu araştırmanın diğer araştırmalarla bu yönüyle de paralellik gösterdiği görülmekte ve **H2b** hipotezini desteklemektedir.

#### **6.1.2.3. Sorumluluk Sosyal Sermaye İlişkisi**

Beş faktör kişilik özelliğinin sorumluluk boyutu sosyal sermayeyi pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir. Benzer sonuçlara literatürde de rastlanmaktadır. Sorumluluk sahibi kişiler, sorunlar ile başa çıkabilmek için temkinli, etik ilke ve ahlaki değerlere bağlı, hedefe başarılı ulaşabilmek için çok çalışkan ve başlayan bir işi bitirme becerisine sahip olma eğilimindedirler (Neuman ve Wright, 1999: 376-377). Bu özelliklere sahip kişilerin otonom ve hiyerarşik yapı içinde her türlü işte başarılı olma olasılıkları güçlüdür. Çalışma ortamında sorumluluk düzeyi yüksek çalışanların fazla olması sosyal sermayenin en önemli bir unsuru olan güvenin gelişmesine katkı sağlamaktadır (Bakan ve Karaaslan, 2017: 84). Sorumluluk sahibi kişiler; sosyal ağlarını ve kaliteli kişiler arası ilişkileri sürdürme motivasyonlarını kullanma konusunda kendilerini daha rahat hissederler ve sosyal sermayelerini daha iyi

kullanabilirler. Literatürdeki bu bilgilere dayanarak oluşturulan **H2c** hipotezi çalışma sonucuna göre desteklenmiştir.

#### **6.1.2.4. Nevrotiklik Sosyal Sermaye İlişkisi**

Beş faktör kişilik özelliğinin nevroitiklik boyutu sosyal sermayeyi negatif yönde anlamlı olarak etkilemektedir. Benzer sonuçlara literatürde yapılan araştırmalarda da rastlanmaktadır. Nevrotiklik seviyesi yüksek kişiler işle daha az meşgul olma eğilimindedirler, sosyal bağ kurma yeteneklerini sınırlayan tükenmişlik deneyimleme olasılıkları daha fazla ve sosyal sermayeye yatırım yapma yetenekleri ve sosyal becerileri çok azdır. Lakshmi (2017), sosyal sermaye faktörlerinin, kişiliğın nevroitiklik boyutuyla negatif bir şekilde ilişkili olduğu ortaya çıkarmıştır. Yine elde edilen bulgular göstermektedir ki sosyal sermaye ile kişiliğın nevroitiklik özelliği arasındaki ilişkiyi araştıran çalışmaların sonuçları ile bir uyumluluk söz konusudur. Bu bağlamda literatürdeki mevcut çalışmaların **H2d** hipotezini desteklemekte olduğunu söyleyebiliriz.

#### **6.1.2.5. Deneyime Açıklık- Sosyal Sermaye**

Beş faktör kişilik özelliğinin deneyime açıklık boyutu sosyal sermayeyi pozitif yönde anlamlı olarak etkilemektedir. Goldberg (1993), deneyime açıklık seviyesi yüksek olan kişileri maceracı, entelektüel açıdan meraklı ve yeni fikirlere ilgi duyan kişiler olarak ifade etmektedir. Bu özellikteki kişiler gelenekçi değildir yeni bir sosyal ortam arayışları içerisindeydirler. Deneyime açıklık, yeni sosyal ortamlara girmeyi kolaylaştırmaaktadı bu ise benzersiz kaynaklar sunabilen diğer birçok insanla tanışmayı ve onlarla bağlantı kurma şansını da arttırmaktadır. Elde edilen bulgular çalışanların deneyime ve gelişime açıklık seviyelerinin arttıkça sosyal sermayelerinde artacağı yönündedir. Literatürde bu konuda Baay vd. (2014), Bakan ve Karaaslan (2017) tarafından yapılan çalışmalarda deneyime açıklık kişilik özelliğinin sosyal ağ oluşturmada etkin olduğunu ve sosyal sermaye ile pozitif yönlü bir ilişkilerinin olduğu saptanmıştır. Bu ifadelere göre elde edilen sonuçlar çalışmaya katılan çalışanların sosyal, aktif, rahat iletişim kurabilen, gelenekçi olmayan kişiler olduğunu göstermektedir ve dolayısıyla bu özelliklere sahip kişilerin sosyal sermaye seviyelerinin de yüksek olduğu sonucuna ulaşılmakta ve **H2e** hipotezini destekler nitelik taşımaktadır.

### 6.1.3. Sosyal Sermaye İç girişimcilik İlişkisinin Değerlendirilmesi

Genel olarak sosyal sermayenin iç girişimcilik üzerindeki etkisi incelenirken elde edilen bulgular doğrultusunda sosyal sermayenin iç girişimciliğe etkisine yönelik kurulan hipotez doğrulanarak sosyal sermayenin iç girişimciliği pozitif yönlü ve anlamlı, etkilediği tespit edilmiştir. Elde edilen sonuca göre çalışanların sosyal sermayesi yeni girişim oluşumlarına katkı sağladığı görülmekte ve çalışanların yüksek sosyal sermayeye sahip olması yüksek girişimci olma niyetlerini ortaya koymaktadır. Neergard ve Madsen'in (2004) yaptıkları çalışma sonucuna göre girişimcilerin bazılarının sosyal sermayenin unsuru olan sosyal ağlara çok az önem verdiği bazılarının ise girişimcilikte sosyal ağlarının rolünü tamamen reddettiği bulgusuna ulaşmışlardır. Qan ve Mootoyoma (2010), sosyal ağlar ile girişimcilik arasında pozitif bir ilişki bulmuşlardır. Tekin (2019), çalışmasında sosyal sermayenin kurumsal güven, ilişkiler yani ağ boyutları ile girişimcilik ile sıkı bir ilişki olduğunu bulmuştur. Akyazı (2014), sosyal sermayenin iç girişimcilik üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşmıştır. Kwon vd. (2013), sosyal sermaye seviyesi yüksek topluluklardaki kişilerin sosyal güven düzeyi düşük topluluklardaki kişilere göre girişimci olma olasılıklarının daha yüksek olduğunu bulmuşlardır. Bu çalışmada elde edilen bulgular sosyal sermaye ve iç girişimcilik arasındaki ilişkiyi araştıran diğer çalışmaların sonuçları ile uyumluluk göstermekte ve **H3** hipotezini desteklemektedir.

### 6.1.4. Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin İç Girişimciliğe Etkisinde Sosyal Sermaye Etkisinin Değerlendirilmesi

Araştırma kapsamında beş faktör kişilik özelliklerinin, iç girişimcilik üzerinde etkisinde sosyal sermayenin aracılık rolü; bootstrap yöntemini esas alan regresyon analizi ile test edilmiştir.

Gerçekleştirilen analizler neticesinde beş faktör kişilik özelliklerinin, iç girişimcilik üzerine etkisinde sosyal sermayenin aracılık rolünün olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca beş faktör kişilik özelliklerinin dışa dönüklük, uyumluluk, sorumluluk, nevrotiklik, deneyime açıklık alt boyutlarının iç girişimcilik üzerindeki etkisinde sosyal sermayenin aracılık rolüne tek tek bakıldığında kişiliğin alt boyutlarının hepsinin iç girişimcilik üzerinde etkisinde sosyal sermayenin aracılık rolü bulunmuştur. Böylelikle **H4a**, **H4b**, **H4c**, **H4d** ve **H4e** hipotezleri desteklenmiştir. Bu bağlamda, çalışmanın temel araştırma sorusuna ilişkin olarak; beş faktör kişilik özellikleri ile sosyal sermayenin iç girişimcilik üzerinde doğrudan etkileri yanında sosyal sermayenin aracılık ettiği dolaylı etkilerinin de bulunduğu sonucuna ulaşılmıştır. Linan

ve Santos (2007) çalışmasında sosyal sermayenin girişimci eğilimi üzerinde dolaylı etkisi olduğunu tespit etmiştir. Linan ve Santosun yapmış oldukları çalışma etki noktasında bu çalışma ile paralellik göstermektedir.

### **6.1.5. Öneriler**

Gerçekleştirilen bu çalışma elde edilen bulgular çerçevesinde uygulayıcılara ile araştırmacılara çeşitli öneriler sunulmaktadır.

#### **6.1.5.1. Uygulayıcılara Öneriler**

Bu çalışma sonucunda elde edilen en önemli bulgu insan kaynakları yönetimi açısından değerlendirilirse özellikle işe alım süreçlerinde yararlı olacaktır. Personel seçimi sürecinde dışa dönük, risk alabilen, yaratıcı, uyumlu, sorumluluk sahibi ve görev bilincine sahip kişilik özelliklerine sahip olan adayların iç girişimcilik özellikleri taşıyan risk alabilen, proaktif, yenilikçi olabilecekleri de göz önünde bulundurulur. Çalışma sonucunda elde edilen bulgular iç girişimcilik üzerinde en çok etkili olan kişilik özelliğinin deneyime açık olduğunu, en düşük etkili kişilik özelliğinin ise nevroitiklik olduğunu göstermektedir. Buna göre insan kaynakları personel alım uygulamalarında bu bilgilerden yararlanabilir. Bundan dolayı öncelikle çalışanlara kişilik testleri uygulanması yararlı olacaktır. Sonuçta işletmelerin rekabet ortamında iç girişimcilik düzeyi yüksek personeli sağlama imkânı elde edecektir. Diğer yandan yenilikçi ve girişimci çalışanlara sahip olmak isteyen işletmeler insan kaynakları uzmanları eleman seçiminde sosyal sermayesi yüksek olan, girişimcilik faaliyetlerini başarıyla yerine getirebilecek kişiler tercih etmelidir. Ayrıca yeni ürün geliştirme gibi yeni bir yenilik içeren proje ve çalışmalarda görevlendirilecek kişilerin belirlerken de bu niteliklere göre çalışanlar tercih edilmesi önemlidir.

✓ Çalışanların sahip oldukları kişilik özelliklerinin etkili olduğu; uyumlu, sorumlu ve deneyime açık kişilerin ilişkileri kuvvetlendirici etkiye sahip olduğu sosyal sermayelerinin güçlü olduğu sonucu ortaya konulmuştur. Bu bağlamda, yöneticiler işe alımda, ekip çalışmasında, terfide ve yönetim kademelerine personel seçiminde çalışanların kişilik özelliklerini de dikkate almalı ve bu konuda daha çok uyumluluk, sorumluluk ve deneyime açık, yaratıcı özelliği öne çıkan kişiler tercih etmeye özen göstermelidir.

✓ İşletmeler mevcut çalışanlarından iç girişimcilik seviyesi düşük olanların sezgisel, içe dönük, ve nevroitiklik gibi kişisel özellikleri taşıyanların, iç girişimcilik becerilerinin geliştirilmesi için eğitim ve danışmanlık hizmeti sağlayarak uyumlu, risk alma, yenilikçilik ve

inisiyatif kullanabilme, başarıma güdüsü gibi eğilimlerinin geliştirilmesine katkı sağlayabilirler.

✓ Yöneticilerin uyumluluk, sorumluluk ve açıklık, sorumluluk özelliği ile öne çıkan çalışanları, bilgi paylaşımı ve karar verme sürecine dâhil etmesi uygun olabilir.

✓ Yöneticiler, çalışanlarının kişilik özellikleri hakkında bilgi sahibi olursa, hem güvene dayalı ilişki kurmalarında hem de iç girişimcilik davranışlarını yükseltmede onlara yardımcı olacaktır.

✓ Yöneticilerin oluşturacakları ödüllendirme ve cezalandırma sisteminde çalışanların kişilik özelliklerini de dikkate alması gerekir. Çünkü çalışan kişiyi mutlu edecek ödül çeşitleri farklılık göstermektedir. Bu bağlamda, doğru kişilik özelliklerine sahip çalışan kişilere doğru ödüllendirmenin yapılması çalışanların hem kuruma olan güvenin artmasına hem de kişinin çalışma performansının artmasına olanak sağlayacaktır.

✓ Hızla değişen günümüz koşulları, işletmelerin, yenilikçi, proaktif, risk almaktan korkmayan mücadeleci bir kültür oluşturmalarını önemli kılmaktadır. Böylece işletmeler, çevrelerinde var olan fırsatları değerlendirmek üzere inisiyatif kullanabilecek ve çevrelerindeki değişimlerden faydalanabileceklerdir. İşletmeler büyüdükçe yönetim kademeleri ve birimler arttıkça, kurum içi iletişimin azalmakta ve dolayısıyla çalışanın iş tatmininin sağlanması zor olmaktadır. Girişimci olan, yeni iş fikirlerine sahip ve girişimcilik potansiyeli yüksek olan çalışanları ise bu şekilde hantal bir kurumda işe devam ettirebilmesini sağlamak zor olacaktır. Kurumların çalışanlarının, risk alabilme, bağımsızlık ve başarıma arzusu, yenilikçilik, disiplin, iş birlikçi gibi özelliklerini ön plana çıkararak, iç girişimciliği kurum içinde yaymaları, çalışanların girişimcilik eğilimlerini yüksek seviyeye çıkarmak küresel şartlarda rekabet edebilecek bir düzeyde olmaları artık bir zorunluluktur. Bunlardan dolayı üst yöneticilerin işletme içerisinde girişimsel faaliyetlere destek olması ve çalışanları iç girişimciliğe teşvik etmeleri önem taşımaktadır. İşletmeler girişimsel faaliyetleri desteklediğinde iç girişimsel faaliyetler de artıracaktır. Bu çerçevede, yeni projeler ve fikirler geliştirme potansiyeline sahip çalışana, gerekli ortam, zaman ve mali kaynak sağlanmalıdır. İç girişimci kişiler başarılı olduğunda destek verilmeli ve başarısızlıklarında ise hoşgörü ile karşılanmalıdır. İç girişimcilik faaliyeti açısından önemli unsurlar arasında olan risk alma boyutunda özendirici niteliğinde ödül ve ceza sistemi oluşturulmalıdır.

✓ Kurumlar girişimci oranını artırmak ve insan sermayesinin kalitesini artırmak için büyük yatırımlar yapmaktadır. İlgili kurumlar, iç girişimciliğin başarı oranını artırmak için uygun özelliklere ve şartlara sahip uygun kişilere eğitim ve yardımın verilmesini sağlamalıdır.

### **6.1.5.2. Araştırmacılara Öneriler**

✓ Beş faktör kişilik özelliklerinin iç girişimcilik üzerine etkisinde sosyal sermayenin aracılık rolünü incelemeyi amaçlayan bu çalışma, Gaziantep ilinde faaliyet gösteren büyük ölçekli tekstil işletmelerinde çalışan kişiler ile sınırlıdır. Araştırma, farklı illerdeki ve farklı tekstil dışında faaliyet gösteren işletmelere veya firmalara uygulanabilir.

✓ Sosyal sermaye değişkeni ile farklı kişilik özellikleri, kuramsal açıdan araştırılarak farklı sonuçlar elde edilebilir.

✓ Genel literatür incelendiğinde genellikle girişimcilerin temel özelliklerinin belirlenmesi üzerine birçok çalışmaya rastlanmakta; fakat çalışanların beş faktör kişilik özellikleri ve iç girişimcilik niyetleri üzerinde yapılan çok az sayıda çalışma bulunmaktadır. Bu konuda bir araştırma yapılabilir.

✓ Bu araştırmanın uygulama kısmında ele alınmayan iç girişimciliğin diğer boyutları ele alınarak gelecekte yeni çalışmalar yapılabilir.

✓ Araştırma alanı olarak Gaziantep ilindeki işletmeler seçilmiştir. Farklı illerde benzer bir çalışma yapılabilir. Böylelikle karşılaştırma yapmaya olanak sağlanmış olur.

✓ Gelecekte yürütülecek araştırmalarda demografik değişkenlerin iç girişimci davranışlara etkisine veya iç girişimcilik ilişkisinde bu tür değişkenlerin aracılık veya düzenleyicilik rolleri dikkate alınabilir.

## KAYNAKÇA

- Abell, P. M., Crouchley, R., and Mills, C. (2001). Social Capital and Entrepreneurship in Great Britain. *Enterprise and Innovation Management Studies*, 119-144.
- Aceituno, P., del Valle, J., Garcia, A., and Calzon, C. (2018). Entrepreneurship, intrapreneurship and. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0201893>.
- Adler, P. S., and Kwon, S. (2002). Social Capital: Prospects for A New Concept. *The Academy of Management Review*, 17-40.
- Ağca, V., ve Kurt, M. (2007). İç Girişimcilik ve Temel Belirliyecileri: Kavramsal Bir Çerçeve. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*(29), 83-112.
- Ahl, H. (2008). The Problematic Relationship between Social Capital Theory and Gender Research. In I. Aaltio, P. Kyrö , and E. Sundin (Eds.), *Women Entrepreneurship and Social Capital: A Dialogue and Construction* (s. 167-193). Denmark: Copenhagen Business School Press.
- Akdoğan, A., ve Cingöz , A. (2006). Etkileyen Örgütsel Faktörlerin Belirlenmesine Yönelik Kayseri İlinde Bir Araştırma. *Uluslararası Girişimcilik Kongresi* (s. 49-82). Bişkek: Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi İktisadi ve İdari Birimler Fakültesi.
- Akgöz, E., Gök, T., ve İnce , C. (2018). Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğitilimine Etkisi Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Örneği. *9th International Congress on Entrepreneurship*, (s. 314-329). Bişkek.
- Akkuş, Y., Akdoğan, Ç., ve Akyol, A. (2019). Girişimcilik Niyetini Etkileyen Temel Kişilik Özellikleri Ve Girişimci Kişilik Boyutları: Trakya Örneği. *Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*.
- Akyazı, T. E. (2014). *Girişimcilik Sürecinde Sosyal Sermaye ve Sosyal Ağlar ile İç Girişimcilik Arasındaki İlişki Üzerine bir Araştırma* . Aksaray: Aksaray Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.

- Akyıldız, H., ve Kayalar, M. (2003). İşletmelerin Ruhsal Tasarımında Psikoteknik Yöntemin Transaksiyonel Analiz İle Boyutlandırılması. *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 75-92.
- Alan, H., ve Korkmaz, F. (2017). Sosyal Ağ İlişkilerinde Çok Yönlü Bağlar Ve Kişilik Arasındaki İlişkiler: Hastane Yöneticileri Üzerine Bir Araştırma. *PESA Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi* , 3(4), 104-118.
- Aldrich, H. E., and Zimme, C. (1986). Entrepreneurship Through Social Networks. *Chapter in California Management Review*, 3-23.
- Allik, J., Hrebickova, M., and Realo, A. (2018). Unusual Configurations of. *doi: 10.3389/fpsyg.2018.00187*.
- Allport, G. W., and Henry S., O. (1936). *Trait-names, a psycho-lexical study*. New York: Psychological review publicatia Yılmaz, C. (2005). Şirket Girişimciliğinin Şirket Performansına Etkileri. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 175-189.
- Antoncic, B., and Hisrich, R. (2001). Intrapreneurship: Construct refinement and cross-cultural validation. *Journal of Business Venturing*, 16(5), 495-527.
- Aracıoğlu, B., Demirhan, D., Tatarlar, C., ve Zalluhoğlu, A. (2016). *Tüm Boyutlarıyla Girişimcilik*. A. Özhan Dedeoğlu, (Ed.) İstanbul: Hümanist Kitap Yayıncılık.
- Arasteh, H., Enayati, T., Zamani, F., ve Khademloo, A. (2012). Entrepreneurial Personality Characteristics of University Students:A Case Study A Case Study. *Social and Behavioral Science*, 5736 – 5740 .
- Aydemir, Y. (2019). *Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Kişilik Özellikleri Bakımından İncelenmesi: Batman Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma*. Batman: Batman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi.

- Baay, P. E., van Aken, M., de Ridder, D., ve Lippe, T. (2014). Understanding The Role of Social Capital in Adolescents' Big Five Personality Effects on School-To-Work Transitions. *Journal of Adolescence*, 37(5), 1-10.
- Bakan, İ., ve Büyükbeşe, T., (2008). "Katılımcı Karar Verme: Kararlara Katılım Konusunda Çalışanların Düşüncelerine Yönelik Bir Alan Çalışması", Süleyman Demirel Üniversitesi İİBF Dergisi, 13(1). 29-56
- Bakan, İ., Kara , E., ave Güler, B. (2017). Örgütsel Demokrasi Algısının Çalışanların İç Girişimcilik Performansına Etkileri: Marmaris'teki Otel İşletmelerinde Bir Alan Araştırması. 6(14), 115-138.
- Bakan, U., ve Karaaslan, İ. (2017). Bireysel Farklılıkların Sosyal Sermaye Oluşumuna Etkisi: Facebook Ve LinkedIn Kullanıcıları Üzerine Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Intermedia International e-Journal*, 4(6), 77-94.
- Baker, W. (1994). *Networking Smart: How to Build Relationships for Personal and Organizational Succes*. New York: McGraw-Hill.
- Ballı, A. (2017). Girişimcilik ve Girişimci Tipolojileri. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*(29), 143-166.
- Baron, R. M., and Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51(6), 1173-1182.
- Baron, R. A., and Marfeman, G. D. (2000). Beyond Social Capital: How Social Skills Can Enhance Entrepreneurs' Success. *Academy of Managereaen! Executive*, 14(1), 106-116.

- Barrick, M. R., and Mount, M. (1996). Effects of Impression Management and Self-Deception on the Predictive Validity of Personality Constructs. *Journal of Applied Psychology*, 81(3), 261-272.
- Barrick, M. R., and Mount, M. (1991). The Big Five Personality Dimensions and Job Performance: A meta-analysis. *Personnel Psychology*, 1-26.
- Barrick, M. R., and Mount, M. (2005). Yes, Personality Matters: Moving on to More Important Matters. *Human Performance*, 18(4), 359–372.
- Başak, S., ve Ötaş, N. (2010). Güven Ağbağları Sosyal Sermaye ve Toplumsal Cinsiyet. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 27-56.
- Başar, M., Ürper, Y., and Tosunoğlu, B. (2013). *Girişimcilik*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Baymur, F. (1994), *Genel Psikoloji*, İnkilap Kitabevi, İstanbul.
- Bateman, T. S., and Crant, J. (1993). The Proactive Component of Organizational. *Journal of Organizational Behavior*, 103-118.
- Batjargal, B. (2003). Social Capital and Entrepreneurial Performance in Russia: A Longitudinal Study. *Organization Studies*, 535-556.
- Bektemür, G. (2018). İç Girişimciliğin Hasta Güvenliği Kültürü Üzerine Etkisi: Bir Özel Hastane Uygulaması. *Sağlık Akademisyenleri Dergisi*, 5(3), 161-177.
- Berglund, H. (2007). Opportunities as Existing And Created: a Study of Entrepreneurs in The Swedish Mobile Internet Industry. *Journal of Enterprising Culture*, 15(3), 243-273.
- Bergman, J. Z., Small, E., Bergman, S., and Rentsch, J. (2010). Asymmetry in Perceptions of Trustworthiness: It's Not You; It's Me. *Negotiation and Conflict Management Research*, 379-399.

- Berk, U. (2016). *İç Girişimcilik Davranışında Örgüt İçi Sosyal Ağların Rolü: Bilişim Sektöründe Bir Araştırma*. Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmış Doktora Tezi.
- Berk, U. (2016). *İç Girişimcilik Davranışında Örgüt İçi Sosyal Ağların Rolü: Bilişim Sektöründe Bir Araştırma*. Ankara: Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü Savunma Yönetimi Ana Blim Dalı .
- Bhandari, H., and Yasunobu, K. (2009). What is Social Capital? A Comprehensive Review of the Concept. *Asian Journal of Social Science*, 480-510.
- Bird, B. J. (1989). *Entrepreneurial Behavior*. Glenview: Scott Foresman and Company.
- Bitlisli, F., Dinç, M., Çetinceli, E., and Kaygısız, Ü. (2013). Beş Faktör Kişilik Özellikleri İle Akademik Güdülenme İlişkisi: Süleyman Demirel Üniversitesi Isparta Meslek Yüksekokulu Öğrencilerine Yönelik Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi*, 18(2), 459-480.
- Blutner, R., and Hochnadel, E. (2010). Two Qubits for C.G. Jung's Theory of Personality. *Cognitive Systems Research*, 243-259.
- Bolino, M. C., Turnley, W., and Bloodgood, J. (2002). Citizenship Behavior and the Creation of Social Capital in Organizations. *The Academy of Management Review*,, 505-522.
- Bourdieu, P. (1980). Le capital social. Notes provisoires. *Actes de la Recherche en Sciences*, 2-3.
- Bourdieu, P. (1986). The forms of capital. In J. G. Richardson (Ed.), *Handbook of Theory and Research for the Sociology of Education* (s. 241-258). New York: Greenwood Press.
- Bourdieu, P. (1993). *The Field of Cultural Production*. Polity Press.

- Bourdieu, P. (2012). Ökonomisches Kapital, Kulturelles Kapital, Soziales. *Springer Fachmedien Wiesbaden*, 229-242.
- Bourdieu, P., and Wacquant, L. (1992). *An Invitation to Reflexive Sociology*. Chicago: Polity Press.
- Boyd, N. G., and Vozikis, G. (1994). The Influence of Self-Efficacy on The Development of Entrepreneurial Intentions and Actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 63-77.
- Boz, M., Buluk, B., Aydıncaya, G., and Arslantaş, Y. A. (2016). kişilik Özellikleri ile Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişki: Çanakkale Örneği. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*.
- Bozkurt, Ö., ve Erdurur, K. (2013). Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimindeki Etkisi: Potansiyel Girişimciler Üzerinde Bir Araştırma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 57-77.
- Bozkurt, Ö., ve Kutbettin Erdurur. (2013). Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimindeki Etkisi: Potansiyel Girişimciler Üzerine Bir Araştırma. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 56-78.
- Burger, J. M. (2006). *Kişilik*. (i. Erguvan Sarıoğlu, Çev.) İstanbul: Kaktüs Yayınları.
- Burger, J. M. (2019). *Personality, Tenth edition*. Cengage Learning.
- Burt, R. S. (1992). *Structural Holes: The Social Structure of Competition*. Massachusetts. Cambridge: Harvard University Press.
- Burt, R. S. (1992). *The Social Structure of Competition*. Cambridge: Harvard Üniversitesi Yayınları.
- Busenitz, L. W., and Barney, J. (1997). Differences Between Entrepreneurs and Managers in Large Organizations: Biases and Heuristics in Strategic Decision Making. *Journal of Business Venturing*, 9-30.

Büyükilikmen, A. Y. (2015). Sosyal Sermaye ve Ölçülmesi. *Selçuk Üniversitesi*(10), 45-52.

Büyükyılmaz, O., ve Kayış, M. (2018). Dönüştürücü Liderliğin İç Girişimcilik Davranışına Etkisi: Bolu İlinde Bir Araştırma. *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18(3), 147-167.

Cable, D. M., and Scott Shane. (1997). A Prisoner's Dilemma Approach to Entrepreneur–Venture Capitalist Relationships. *Academy of Management Review*, 22(1), 142-176.

Castaño, M.-S., Méndez, M.-T., and Galindo, M.-Á. (2015). The effect of social, cultural, and economic factors on entrepreneurship. *Journal of Business Research*.

Castiglione, D. (2008). Introduction: Conceptual Issues in Social. In D. Castiglione, D. Castiglione, J. W. Deth, and G. Wolleb (Eds.), *The Handbook of Social Capital* (s. 13-21). New York : Oxford University.

Castiglione, D., Deth, J., and Wolleb, G. (2008). *Social Capital's Fortune: An Introduction*. In D. Castiglione, J. W. Deth, and G. Wolleb, (Eds.) New York: Oxford University.

Catts, R. (2007). Quantitative Indicators of Social capital-Measurement in a Complex Social Context. In M. Osborne, K. Sankey, and B. Wilson (Ed.), *Social Capital, Lifelong Learning and the Management of Place* (s. 15-28). Routledge.

Chen, C. C., and Greene, P. (1998). Does Entrepreneurial Self-Efficacy Distinguish Entrepreneurs from Managers. *Journal of Business Venturing*, 295-316.

Chen, C.-N., Tzeng, L.-C., Ou, W.-M., and Chang, K.-T. (2007). The Relationship among Social Capital, Entrepreneurial Orientation, Organizational Resources and Entrepreneurial Performance for New Ventures. *Contemporary Management Research*, 3(3), 213-232.

- Cherry, K. (2019, 8 26). *The Big Five Personality Traits*. 9 15, 2019 tarihinde verywellmind: <https://www.verywellmind.com/the-big-five-personality-dimensions-2795422> adresinden alındı
- Chia, C.-C., and Liang, C. (2016). Influence of Creativity and Social Capital on the Entrepreneurial Intention of Tourism Students. *Journal of Entrepreneurship, Management and Innovation*, 12(2), 151-168.
- Christensen, K. S. (2004). A Classification of the Corporate Entrepreneurship Umbrella: Labels and. *Int. J. Management Enterprise Development*, 301-315.
- Chu, P. (1996). Social Network Models of Overseas Chinese Entrepreneurship: The Experience of Hong Kong and Canada. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 358-365.
- Ciavarella, M. A., Buchholtz, A., Riordan, C., Gatewood, R., and Stokes, G. (2004). The Big Five and venture survival: Is there a linkage? *Journal of Business Venturing*, 465 – 483.
- Cingöz, A., ve Kaya, A. (2018). İş-Aile Çatışmasının İç Girişimcilik Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Turizm Sektörü Çalışanları Üzerinde Bir Araştırma. *Çukurova Üniversitesi İİBF Dergisi*, 22(2), 127-153.
- Clark, L. A., and Watson, D. (2008). Temperament An Organizing Paradigm for Trait Psychology. O. P. John, R. Robins, and L. Pervin (Eds.), *Handbook of Personality Theory and Research* (s. 265-286). New York: Guilford Press.
- Cloninger, S. C. (2004). *Theories of Personality Understanding Person*. New Jersey: Person Prentice Hall.
- Cohen, D., and Prusak , L. (2001). *Kavrayamadığımız Zenginlik: Kuruluşların Sosyal Sermayesi*. (A. Kardam, Çev.) İstanbul: Metal Sanayicileri Sendikası.
- Cohen, D., and Laurence Prusak. (2001). *Kavrayamadığımız Zenginlik Kuruluşların Sosyal Sermayesi*. (A. Kardam, Çev.) İstanbul: BZD Yayıncılık.

- Coleman, J. S. (1988). Social Capital in The Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, 95-120.
- Coleman, J. S. (1990). *Foundations of Social Theory*. Cambridge: The Belknap Press of Harvard University Press.
- Coleman, J. S. (1998). Social Capital in the Creation of Human Capital. *American Journal of Sociology*, 95-120.
- Correa, T., Hinsley, A., and Zúñiga, H. (2010). Who İnteracts On The Web?: The İntersection of Users' Personality and Social Media Use. *Computers in Human Behavior*, 247-253.
- Costa, P., J.r, and McCrae, R. R. (1992). The NEO Inventories. *Neo PI-R professional manual* (s. 223-256). içinde Psychological Assessment.
- Covin, J. G., and Slevin, D. (1989). Strategic Management of Small Firms in Hostile and Benign Environments. *Strategic Management Journal*, 75-87.
- Covin, J. G., and Slevin, D. (1991). "A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior". *Baylor University*, 7-26.
- Covin, J. G., and Slevin, D. (1991). A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior. *Baylor University*, 7-26.
- Crae, R. R., and Costa, J R, P. (2003). *Personality in Adulthood A Five-FactorTheory Perspective*. New York: The Guilford Press.
- Cüceloğlu D. (2003). *İnsan ve Davranışı: Psikolojinin Temel Kavramları*. İstanbul: Remzi Kitabevi,
- Çelik, A. (2018). *Uygulamalı Girişimcilik "Hayaller Gerçek Olsun"*. Konya: Eğitim Yayınevi.

- Çetin, F. (2011). Örgüt İçi Girişimcilikte Öz Yeterlilik Algısı ve Kontrol Odağının Rolü. *Business and Economics Research Journal*, 69-85.
- Çetin, F., ve Varoğlu, A. (2009). Özellikler Bağlamında Girişimcinin Beş Faktör Kişilik. *Savunma Bilimleri Dergisi*, 51-66.
- Çetin, N. G., ve Beceren, E. (2007). Lider Kişilik: Gandhi. *Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 110-132.
- Çetin, S. A., ve Şahin , B. (2018). Aşçıların Beş Faktör Kişilik Özellikleri İle Bireysel İnovasyon Algısı İlişkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 419-447.
- Çiçeklioğlu, H., ve Afşar, A. (2017). Girişimcilik Eğitimi Kurslarına Katılan Bireylerin Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimlerine Olan Etkilerinin İncelenmesi. *International Journal Of Disciplines Economics And Administrative Sciences Studies*, 1-16.
- Çiğdem, H. Y. (2011). Hizmet İşletmelerinde Kişilik Özellikleri ve İç Girişimcilik Eğilimleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Aksaray Üniversitesi- İşletme anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi*, Aksaray.
- De Carolis, D. M., and Saporito, P. (2006). Social Capital, Cognition, And Entrepreneurial Opportunities: A Theoretical Framework. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 41-56.
- Demir, S. A. (2011). Aile ve Sosyal Sermaye İlişkisi. *Journal of New World Sciences Academy*, 897-915.
- Demirağ, B. ve Çavuşoğlu, S. (2019) Sosyal Sermayede Mütakabiliyet Boyutunun İşletme Yönetimindeki Etkileri Üzerine Teorik Bir Değerlendirme. *Akademik Matbuat*, 17-41

- Demirel, E. T. (2015). Sosya Girişimcilik. E. Kaygın ve B. Güven (Eds) *GİRİŐİMÇİLİK Temel Kavramlar, Girişimcilik Türleri, Girişimcilikte Güncel Konular* (s. 111-129). İstanbul: Siyah İnci Akademi.
- DeNeve, K. M., and Copper, H. (1998). The Happy Personality: A Meta-Analysis of 137 Personality Traits and Subjective Well-Being. *Psychological Bulletin*, 124(2), 197-229.
- Denis, C., Ariyaratne, C., and Perera, C. (2016). Study on the Impact of Personality Traits on Entrepreneurial Capacity of Undergraduates of Faculty of Management Studies of Sabaragamuwa University of Sri Lanka. *13th International Conference on Business Management 2016*, (s. 787-807). Sri Lanka.
- DeYoung, C. G., and Gray, J. (2009). Personality neuroscience: Explaining İndividual Differences in Affect, Behavior, and Cognition. I. Corr, P. J., and Matthews. New York: Cambridge University Press.
- Dodd, r. D., Brummette, J., and Hazleton, V. (2015). ReviewA social capital approach: An Examination of Putnam’s Civic Engagement and Public Relations Roles. *Public Relations Review*.
- Dohmen, T., Falk, A., Huffman, D., and Sunde, U. (2008). Representative Trust and Reciprocity: Prevalence and Determinants. *Economic Inquiry*, 84-90.
- Dong, X., Chengxiang Tang, Ying Lian , and Daisheng Tang. (2019). What Entrepreneurial Followers at the Start-Up Stage Need From Entrepreneurship Cultivation: Evidence From Western China. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2019.01309>.
- Duman, B., and Alacahan, O. (2011). Etniklik ve Sosyal Kaynaşma İlişkisi: Adana Örneği. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 223-244.
- Durak, İ. (2011). Girişimciliği Etkileyen Çevresel Faktörlerle ilgili Girişimcilerin Tutumları: Bir Alan Araştırması". *Yönetim Bilimleri*, 195-2013.

- Duran, C., Büber, H., ve Eren Gümüştekin. (2013). Girişimcilik Hislerine Eğitimin Katkısı: Kütahya Meslek Yüksekokulu Makine Programı Örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 8(2), 33-56.
- Edwards, J. R., Ve Lamberts, L. S. (2007). Methods For Integrating Moderation And Mediation: A Generalanalytical Framework Using Moderated Path Analysis. *Psychological Methods*, 12, 1-22.
- Ergün, E., Bulut, Ç., Alpkan, L., ve Çakar, N. (2004). Connecting The Link Between Corporate Entrepreneurship and Innovative Performance. *Global Business and Technology Association*, 259-265.
- Erselcan, F. (2009). Disiplinlerarası Ortak Bir Çalışma Alanı Olarak Sosyal Sermaye . *C.Ü. Sosyal Bilimler Dergisi*, , 248-259.
- Estrin, S., Mickiewicz, T., and Stephan, U. (2013). Entrepreneurship, Social Capital, and Institutions: Social and Commercial Entrepreneurship across Nations. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 479-504.
- Evans, A. M., and Revelle, W. (2008). Survey and Behavioral Measurements of Interpersonal Trust. *Journal of Research in Personality*, 42(6), 1585-1593.
- Evans, D. E., and Rothbart, M. K. (2007). Developing a Model for Adult Temperament. *Journal of Research in Personality*, 868-888.
- Ewen, R. B. (2014). *An Introduction to Theories of Personality: 7th Edition*. New York: Psychology Press.
- Eysenc, H. (1998). *Dimensions of Personality*. New Jersey: Transaction Publishing.
- Eysenck, H. (1990). Biological Dimensions of Personality. L. A. Pervin (Ed), *Handbook of Personality: Theory and Research* (s. 244-276). New York: Guilford Press.

- Fang, R., Duffy, M., and Shaw, J. (2011). The Organizational Socialization Process: Review and Development of a Social Capital Model. *Journal of Management*, 37(1), 127-152.
- Farmer A, McGuffin P, Williams J. (2002). *Measuring Psychopathology*. New York, Oxford University Press, 2002.
- Farr, J. (2004). Social Capital: A Conceptual History. *University of Minnesota*, 32, 6-33.
- Feist, J., and Feist, G. (2008). *Theories of Personality*. New York: McGraw-Hill.
- Field, J. (2003). *Social Capital*. Canada: Routledge.
- Filion, L. J. (1998). Two Types of Entrepreneurs: The Operator and the Visionary: Consequences for Education. *Working Paper*.
- Francis, L. J. (1997). *Personality Type*. London: Mowbray.
- Freud, S. (1960). *The Ego and the Id*. New York: W. W. Norton Company.
- Friedman, M. (1996). *Type A Behavior: Its Diagnosis and Treatment*. New London: Springer US.
- Fukuyama, F. (1995). *Trust: Social Virtues and the Creation of Prosperity*. New York: Free Press.
- Fukuyama, F. (1997). *Social Capital", The Tanner Lectures on Human*. Oxford.
- Furnha, A., and Miller, T. (1997). Personality, Absenteeism and Productivity. *Personality and Individual Differences*, 23(4), 705-707.
- Furumo, K., and Pillis, E. (2009). Personality influences Trust Differently in Virtual and Face-to-Face Teams. *Int. J. Human Resources Development and Management*, 9(1), 36-58.

- Gargiulo, M., and Benassi, M. (1998). Traped in Your Own Net? Network Cohesion, Structural Holes and the Adaptation of Social Capital. *Organization Science*.
- Garih, Ü. (2006). *İş Hayatımdan Kesitler ve Gençlere Tavsiyeler*. İstanbul: Hayat Yayınları.
- Gary, A. (1997). Cross-Cultural Reliability And Validity Of A Scale To Measure Firm Entrepreneurial Orientation. *Journal Of Business Venturing*, 12(3), 213-225.
- Gedajlovic, E., Honig, B., Moore, C., Payne, G., and Wright, M. (2013). Social Capital and Entrepreneurship: A Schema and Research Agenda. *Theory and Practice*, 37(3), 455-478.
- Gençay, E., ve Döven, M. (2019). Girişimci Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Niyetine Etkisi: Mersin Üniversitesi'nde Bir Araştırma. *Stratejik Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 90-123.
- George, D., and Mallery, P. (2010). SPSS for Windows Step by Step. A Simple Study Guide an Reference. ABD: Allyn ve Bacon.
- Gerni, G. M. (2013). *İlişkilerin Maddi Yönü Sosyal Sermaye ve Örgütsel Boyutu*. İstanbul: Bata Basım Yayım.
- Gerrig, R. J. (2012). *Psychology and Life*. New York: Pearson Education.
- Gerrig, R. J., and Zimbardo, P. (2012). *Psikoloji ve Yaşam*. (G. Sart, Çev.) Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Gerşil, G. S., and Aracı, M. (2011). Sosyal Sermayenin Güven Unsurunun İşgörenlerin Performansı Üzerine Etkileri. *Çalışma ve Toplum*, 39-74.
- Geyer, P. (2012). Extraversion – Introversion: What C.G. Jung Meant and How Contemporaries Responded. (s. 25-27). Australia: AusAPT Biennial Conference Melbourne.

- Glancey, K. S., and McQuaid, R. (2000). *Entrepreneurial Economics*. New York: Pulgrave.
- Glover, T. D., and Hemingway, J. (2005). Locating Leisure in the Social Capital Literature. *Journal of Leisure Research*, 384-401.
- Goldberg, L. R. (1990). An Alternative "Description of Personality": The Big-Five Factor Structure. *Journal of Personality and Social Psychology*, 1216-1229.
- Goldberg, L. R. (1993). The Structure of Phenotypic Personality Traits. *American Psychological Association*, 48, 26–34. doi: 10.1037 / 0003-066X.48.1.26, 26-34.
- Goldberg, L. R. (1993). The Structure of Phenotypic Personality Traits. *American Psychologist*, 48(1), 26-34.
- Göktaş, P., ve Kazaferoğlu, E. (2018). Kişilik Özellikleri İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişki: Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(1), 39-63.
- Granovetter, M. (1985). Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*, 481-510.
- Granovetter, M. (1985). Economic Action and Social Structure: The Problem of Embeddedness. *American Journal of Sociology*, 91(3), 481-510.
- Granovetter, M. S. (1973). The Strength of Weak Ties. *The American Journal of Sociology*, 78(6), 1360-1380.
- Greve, A., Benassi, M., and Sti, A. (2010). Exploring the Contributions of Human and Social Capital to productivity. *International Review of Sociology*, 35-58.
- Griffin, R. W., and Moorhead, G. (2013). *Organizational Behavior: Managing People and Organizations*. Cengage Learning.

- Gurven, M., Rueden, C. V., Massenkoff, M., Kaplan, H., and Vie, M. L. (2013). How Universal Is the Big Five? Testing the Five-Factor Model of Personality Variation Among Forager–Farmers in the Bolivian Amazon. 354-370.
- Gustavsen, W., and Hegnes, A. (2019). Individuals' Personality and Consumption of Organic Food. *Journal of Cleaner Production*.
- Guth, W. D., and Ginsberg, A. (1990). Guest Editors' Introduction: Corporate Entrepreneurship. *Strategic Management Journal*, 5-15.
- Güleş, H. K., ve Bülbül, H. (2004). *Yenilikçilik, İşletmeler İçin Stratejik Rekabet Aracı*. İstanbul: Nobel Yayın.
- Güney, S. (2007). *Yönetim ve Organizasyon*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2016). *Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri*. (3.Baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Gürel, E. B. (2012). İç Girişimcilik: Bir Literatür Taraması. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi*, 56-75.
- Hackman, J. R., and Morris , C. (1975). Group Tasks, Group Interaction Process, and Group Performance Effectiveness: A Review and Proposed Integration. *Advances in Experimental Social Psychology*, 45-99.
- Hanifan, L. J. (1916). The Rural School Community Center. *American Academy of Political and Social Science*, 130-138.
- Hanifan, L. J. (1920). *The community Center*. New York: Silver, Burdett Company.
- Havinal, V. (2009). *Management and Entreprene*. New Age International .

- Hazar, Ç. M. (2006). Kişilik ve İletişim Tipleri. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 125-140.
- Hiraishi, K., Yamagata, S., Shikishima, C., and Ando, J. (2008). Maintenance of Genetic Variation in Personality Through Control of Mental. *Evolution and Human Behavior*, 79-85.
- Hooper, D., Coughlan, J. and Mullen, M. R. (2008). "Structural Equation Modelling: Guidelines for Determining Model Fit." *The Electronic Journal of Business Research Methods* Volume 6 Issue 1 2008, pp. 53 – 60.
- Hornsby, J., Naffziger, D., Kuratko, D., and Montagno, R. (1993). An interactive model of the corporate entrepreneurship process. *Baylor University*, 29-37.
- Hurtz, G. M., and Donovan, J. (2000). Personality and Job Performance: The Big Five Revisited. *Journal of Applied Psychology*, 85(6), 869-879.
- İnanç, B. Y., ve Yerlikaya, E. (2012). *Kişilik Kuramları*. Ankara: Pegem Akademi.
- İslamoğlu, A. H., ve Almaçık, Ü. (2016). Sosyal Bilimlerde Araştırma Yöntemleri, Beta Yayıncılık, İstanbul.
- İyem, C., ve Erol, E. (2013). Mesleki Yönelimlerde Bireylerin Kişilik Ve Demografik Özelliklerinin Rolü; Sakarya Üniversitesi İşletme Bölümü Örneği. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 5(1), 137-146.
- Jaan, M. F. (2018). *The Effect Of Big Personality Traits On Leade Member Exchange And Organization Citizenship Behavior: A Case Of Khyber Pakhtunkhwa Universities*". Yayınlanmış Doktora Tezi, Gaziosmanpaşa Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Tokat.
- Jacobs, J. (1961). *The Death and Life of Great American Cities*. New York: Vintage Books Random House.

- Jennings, J. (2007). *Race, Neighborhoods, and the Misuse of Social Capital*. Newyork: Palgrave.
- Joh, O. P., Angleitner, A., and Ostendorf, F. (1988). The Lexical Approach to Personality: A Historical Review of Trait Taxonomic Research. *European Journal of Personality*, 171-203.
- Johannisson, B. (2000). Modernising the Industrial District – Rejuvenation or Managerial Colonisation. E. Vatne, and M. Taylor içinde, *The Networked Firm in a Global World: Small Firms in New Environments* (s. 283–308). London: Aldershot.
- John, O. P., Laura Paige Naumann, and CJ Soto. (2008). Paradigm shift to the integrative big five trait taxonomy: History, measurement, and conceptual issues. In O. P. Jonh, Richard W.Robins, and Lawrence A. Pervin (Eds.), *Handbook of personality* (s. 114-158). New York,: Guilford Press.
- Jones, G. R. (2017). *Organizational Theory, Design, and Change*. (A. A. Gülova, Lale Oral Ataç, ve Deniz Dirik, Çev.) Ankara: Gazi Kitabevi.
- Joppke, C. (1986). The Cultural Dimensions Of Class Formation And Class Struggle: On The Social Theory Of Pierre Bourdieu. *Berkeley Journal of Sociology*, 53-78.
- Jung, C. (1921). *Psychological Types*. Princeton University Press.
- Kalaycı, Ş. (2014). SPSS uygulamalı çok değişkeli istatistik teknikleri (6. bs.). Ankara: Asil Yayın Dağıtım.
- Kalish, Y., and Robins, G. (2006). Psychological Predispositions and Network Structure: The Relationship Between Individual Predispositions, Structural Holes and Network Closure. *Social Networks*, 28(1), 56-84.

- Kanbur, E., ve Özyer, K. (2016). Çalışanların Bireysel Yaratıcılık Düzeylerinin İç Girişimcilik Performanslarına Etkisi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 14(2), 264-265.
- Kara, A., ve Tekin, E. (2019). İç Müşteri İlişkileri Yönetiminin İç Girişimciliğe Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 8(2), 1261-1288.
- Karaca, M. (2015). *Girişimciliği Belirleyen Kişilik Özellikleri*. Kayseri: Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı. Yayınlanmış Doktora Tezi.
- Karkoulian, S., and Osman, Y. (2009). Prediction of Knowledge Sharing From Big Five Personality Traits Via Interpersonal Trust. *In Proceedings of the International Conference on Intellectual Capital, Knowledge Management and Organizational Learning* (s. 177-183). Montreal Kanada: McGill University.
- Karşlı, H. O. (2018). *Kişilik Özellikleri ve Girişimcilik Niyeti Arasındaki İlişkinin Proaktif Kişilik Boyutu Açısından İncelenmesi*. Ankara: Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Kartal, Ö. (2018). Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimi İle İlişkisi: Kastamonu Üniversitesi İİBF Örneği. *The International New Issues in Social Sciences*, 6(1), 39-53.
- Kavşur, z. (2015). *Sağlık Yönetimi Lisans Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma*. Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Kavşur, Z. (2015). *Sağlık Yönetimi Lisans Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma*. Sakarya: Sakarya Üniversitesi Sağlık Yönetimi Anabilimdalı, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.

- Kayalar, M., ve Ömürberk, N. (2007). Girişimci Adaylarının Risk Almaya Yatkınlık Özelliğinin Cinsiyet Bağlamında İncelenmesi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 185-200.
- Kaygın, E. (2012). Sürdürülebilir Bir Rekabet Avantajı Sağlamanın Yolu: İç Girişimcilik Anlayışı. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 4, 93-103.
- Kim, P. (2006). *Social Capital and Entrepreneurship*. Now Publishers.
- Kocaoğlan, E. (2005). Örgüt Yapısı Ve Pazar Yöneliminin Kurumsal Girişimciliğe Etkisi Üzerine Bir Araştırma . *Çukurova Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi*. Adana.
- Koçel, T. (2010). *İşletme Yöneticiliği*. İstanbul: Beta Basım Yayım Dağıtım.
- Koh, H. C. (1996). Testing Hypotheses of Entrepreneurial Characteristics: A Study of Hong Kong MBA Students. *Journal of Managerial Psychology*, 11(3), 12-25.
- Korkmaz, O. (2012). Üniversite Öğrencilerinin Girişimcilik Eğilimlerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Bülent Ecevit Üniversitesi Örneği. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi*, 19(2), 209-226.
- Köknel, Ö. (2005). *Kaygıdan Mutluluğa Kişilik*. İstanbul: Altın Kitaplar Basımevi.
- Kuratko, D. F., and Hodgetts, R. (1998). *Entrepreneurship*. Orlando: The Dreyden Press.
- Küçük, O. (2017). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yönetimi*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Kwon, S.-W., Heflin, C., and Ruef, M. (2013). Community Social Capital and Entrepreneurship. *American Sociological Review*, 78(6), 980-1000.
- Laakasuo, M., Rotkirch, A., Berg, V., and Jokela, M. (2017). The Company You Keep: Personality and Friendship Characteristics. *Social Psychological and Personality Science*, 8(1), 66-73.

- Lakshmi, S. (2017). Personality Correlates of Social Capital. *International Journal of Humanities and Social Science Invention* , 17-20.
- Langelaan, S., Bakker, A. B., Doornen, L. J., and Schaufeli, W. B. (2006). Burnout and Work Engagement: Do Individual Differences Make a Difference? *Personality and Individual Differences*, 521-532.
- Lazega, E., and Pattison, P. E. (2001). Social Capital as Social Mechanisms and Collective Assets: The Example of Status Auctions among Colleagues. In N. Lin, K. Cook, and R. Burt (Eds.), *Social Capital: Theory and Research* (s. 185-208). New York: Aldine de Gruyter.
- Lee, C., Lee, K., and Pennings, J. (2001). Internal Capabilities, External Networks, and Performance: A Study on Technology-Based Ventures. *Strategic Management Journal*.
- Lee, S. M., and Peterson, S. (2000). Culture, Entrepreneurial Orientation and Global Competitiveness. *Journal of World*, 401-416.
- Liang, C., Ip, C., Wu, S.-C., Law, K., Wang, J.-H., Peng, L.-P., et al. (2017). Personality Traits, Social Capital, and Entrepreneurial Creativity: Comparing Green Socioentrepreneurial Intentions Across Taiwan and Hong Kong. *Studies in Higher Education*.
- Lim, W. L., Lee, Y.-E., and Ramasamy, R. (2014). Personality, Prior Knowledge, Social Capital and Entrepreneurial Intentions: Entrepreneurial Alertness as Mediator. *Global Journal of Business and Social Science Review*, 68-78.
- Lin, N. (2004). *Social Capital: A Theory of Social Structure and Action*. Cambridge: Cambridge University Press.
- Linan, F., and Santos, F. (2007). Does Social Capital Affect Entrepreneurial Intentions? *International Atlantic Economic Society*, 443-453.

- Lounsbury, J. W., Smith, R., Levy, J., Leong, F., and Gibson, L. (2009). Personality Characteristics of Business Majors as Defined by the Big Five and Narrow Personality Traits. *Journal of Education for Business*, 200-205.
- Loury, G. C. (1976). Dynamic Theory of Racial Income Differences. <https://www.researchgate.net/publication/5202038>.
- Luhmann, N. (1982). *Trust and Power*. New York: John Wiley and Sons Inc.
- Lumpkin, G. T., and Dess, G. (1996). Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It To Performance. *Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.
- Luthans, F. (2010). *Organizational Behavior*. New York: McGraw-Hill.
- Mačerinskienė, I., and Vasiliauskaitė, J. (2007). The Model of Evaluation of the Impact of Corporate Social Capital on the Operation of Enterprise. *Engineering Economics*, 53-60.
- Magnavita, J. J. (2016). *Kişilik Kuramları*. (T. Özakçaş,, S. E. Türközü, M. Benveniste, and M. Arık(Çev.) Psikoterapi Enstitüsü Eğitim Yayınları.
- Maidique, M. A., and Hayes, R. (1984). The Art of High-Technology Management. *Sloan Management Review*, 25(2), 17-29.
- Maidique, M. A., and Zirger, B. (1984). A study of success and failure in product innovation: the case of the US electronics industry. *IEEE Transactions on Engineering Management*, 193-203.
- McAdams, D. P. (1997). A Conceptual History of Personality Psychology. In R. Hogan, J. Johnson, and S. Briggs (Eds.) içinde, *Handbook of Personality Psychology* (s. 3-39). Academic Press.
- McClelland, D. C. (1961). *The Achieving Society*. New York: Van Nostrand.

- McCrae, R. R. (2004). Human nature and culture: A trait perspective. *Journal of Research in Personality*, 3-14.
- McCrae, R. R., and Paul T., C. (1987). Validation of the Five-Factor Model of Personality Across Instruments and Observers. *Journal of Personality and Social Psychology*(1), 81-90.
- McCrae, R. R., Costa, P., Ostendorf, F., Angleitner, A., Hrebickova, M., Avia, M., et al. (2000). Nature Pver Nurture: Temperament, Personality, and Life Span Development. *Journal of Personality and Social Psychology*, 173-186.
- McCrae, R. R., Costa, P., and Jr. (2008). The Five-Factor Theory of Personality. In O. P. John, R. Robins, and L. Pervin (Eds.), *Handbook of Personality Theory and Research* (s. 159-182). New Yor: The Guilford Press.
- McCrea, R. R., and John, O. (1993). An introduction to the five-Factor Model and its applications. *doi: 10.1111/j.1467-6494.1992.tb00970.x*, 175–215.
- McCrea, R., and Costa, P. (2003). *Personality in Adulthood A Five-Factor Theory Perspectiv*. New York: T he Guilford Press.
- Meeus, M. T., and Oerlemans, L. (2004). Firm Behaviour and İnnovative Performance An Empirical Exploration of the selection–adaptation debate. *Research Policy*,, 41-58.
- Mendoza, D. B., and Lacap, J. (2015). Personality Traits And Entrepreneurial Intentions of Business Administration Students of Selected Higher Education Institutions in Pampanga, Philippines. : *International Journal of Social Sciences*, 613-631.
- Meydan, C. H. (2010). Adalet Algısı – İç Girişimci Davranışlar İlişkisinde Kontrol Odağının Şekillendirici Rolü. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 195-222.
- Meydan, C. H. ve Şeşen, H. (2015). Yapısal eşitlik modellemesi: AMOS uygulamaları, (2.Baskı). Ankara: Detay Yayıncılık.

Müftüoğlu, M. T., ve Durukan, T. (2004). *Girişimcilik ve Kobi'ler*. Ankara: Gazi Kitabevi.

Müftüoğlu, T. (2010). *İşletme İktisadı* (Cilt 7). Ankara: Turhan Kitabevi.

Nahapiet, J., and Ghoshal, S. (1998). Social Capital, Intellectual Capital, and the Organizational Advantage. *The Academy of Management Review*, 242-266.

Naktiyok, A., ve Bayrak Kök, S. (2006). Çevresel Faktörlerin İç Girişimcilik Üzerine Etkileri. *Afyon Kocatepe Üniversitesi*, 8(2), 77-96.

Naktiyok, Atılhan. “Yenilik Yönelimi ve Örgütsel Faktörler”, Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 2, Sayı: 21, 2007, ss. 211-230.

Neely, A., and Hii, J. (1998). *Innovation and Business Performance: A Literature Review*. The Judge Institute of Management Studies, University of Cambridge.

Neergaard, H., and Madsen, H. (2004). Knowledge Intensive Entrepreneurship In A Social Capital Perspective. *Journal of Enterprising Culture*, 12(2), 105-125.

Neuman, G. A., and Wright, J. (1999). Team Effectiveness: Beyond Skills and Cognitive Ability. *Journal of Applied Psychology*, 376-389.

Newman, L., and Dale, A. (2005). The Role of Agency in Sustainable Local Community Development. *Local Environment*, 10(5), 477-486.

Nga, J. K., and Shamuganathan , G. (2010). The Influence of Personality Traits and Demographic Factors on Social Entrepreneurship Start Up Intention. *Journal of Business Ethic*, 259-282.

Nicholson, I. A. (1997). To “correlate psychology and social ethics”: Gordon Allport and The First Course in American Personality Psychology. *Journal of Personality*, 733-742.

Nicholson, M., and Hoye, R. (2008). *Sport and Social Capital*. Elsevier.

Norman, W. T. (1963). Toward an Adequate Taxonomy of personality Attributes: Replicated Factor Structure in Peer Nomination Personality Ratings. *The Journal of Abnormal and Social Psychology*, 574-583.

Onay, M. (2015). Girişimcilik Türleri. E. Kaygın, ve B. Güven (Ed.), *Girişimcilik: Temel Kavramlar, Girişimcilik Türleri, Girişimcilikte Güncel Konular* (s. 87-191). İstanbul: Siyahinci Akademi.

Oorschot, W. V., Arts, W., and Gelissen, J. (2006). Social Capital in Europe: Measurement and Social and Regional Distribution of a Multifaceted Phenomenon. *Nordic Sociological Association*, 149-166.

Ostrom, E., and Ahn, T. (2003). *Foundations of Social Capital*. Edward Elgar .

Ostrom, E., and Ahn, T. (2009). The Meaning of Social Capital and Its Link to Collective Action. In G. T. Svendsen, and G. L. Svendsen (Eds.), *Handbook of Social Capital The Troika of Sociology, Political Science and Economics* (s. 17-36). Northampton: Edward Elgar.

Ozkul, G., ve Dulupçu, M. (2007). Kişisel Gelişimin Girişimci Tipleri Üzerine Etkisi: Antalya-Isparta İllerinde Bir İnceleme. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 67-92.

Öğüt, A., ve Erbil, A. (2009). *Sosyal Sermaye Yönetimi*. Konya: Çizgi Kİtabevi.

Öğüt, A., Bülbül, H., ve Yılmaz, N. (2006). Stratejik Yenilenme Aracı Olarak Kurumsal Girişimcilik ve Bu Süreçte Yenilikçiliğın Önemi. *Uluslararası Girişimcilik Kongresi* (83-90). Bişkek: Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi Yayınları.

Öktem, M. K., Leblebeici, D., Arslan, M., Kılıç, M., ve Aydın, M. (2003). Girişimci Örgütsel Kültür ve Çalışanların İç Girişimcilik Düzeyi: Uygulamalı Bir Çalışma. *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 21(1), 169-188.

- Ören, K., ve Biçkes, M. (2011). Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Potansiyeli Üzerindeki Etkileri (Nevşehir'deki Yüksek Öğrenim Öğrencileri Üzerinde Yapılan Bir Araştırma). *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 16(3), 67-86.
- Özdamar, K. (2016). *Eğitim, Sağlık ve Davranış Bilimlerinde Ölçek ve Test Geliştirme Yapısal Eşitlik Modellemesi IBM SPSS, IBM SPSS AMOS ve MINITAB uygulamalı (1.Baskı)*. Eskişehir: Nisan Kitabevi.
- Özdemir, A. A. (2008). Sosyal Ağ Özellikleri Bakış Açısıyla Sosyal Sermaye Ve Bilgi Yaratma İlişkisi: Akademisyenler Üzerinde Yapılan Bir Alan Araştırması. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(2), 81-102.
- Özdemir, O., Özdemir, P., Kadak, M., ve Nasıroğlu, S. (2012). Kişilik Gelişimi. *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar*, 566-589.
- Özdemir, Y., ve Mazgal, S. (2012). Bir Kariyer Tercihi Olarak Girişimcilikte Dışsal Faktörlerin Etkisi: Sakarya Örneği. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 7(1), 87-102.
- Özgüner, M. (2015). Girişimcilik Tipleri Ve Kişilik Tipleri İlişkisi Üzerine Bir İnceleme. *Route Educational and Social Science Journal*, 148-160.
- Özsoy, E., ve Yıldız, G. (2013). Kişilik Kavramının Örgütler Açısından Önemi: Bir Literatür Taraması. *İşletme Bilimi Dergisi*.
- Özsoy, E., Erol, E., Şeker, M., ve Kurkutata, A. (2014). Kişilik Modelleri Boyutlarının Karşılaştırılması: A Tipi Ve B Tipi Kişilik Ve Beş Faktör Kişilik Modeli. *Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi*, 3(9).
- Parlak, Ö., ve Sazkaya, M. (2018). Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin İş Yaşamında Yalnızlık Üzerine Etkisinin İncelenmesi. *Ordu Üniversitesi Sosyal Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 149-165.

- Patrick, H. A. (2010). Personality traits in relation to Job satisfaction of Management Educators. *Asian Journal of Management Research*, 239-249.
- Pawar, M. (2006). "Social" "Capital"? *The Social Science Journal*, 43(2), 211-226.
- Pearman, R. R., and Albritton, S. (1987). *I'm Not Crazy, I'm Just Not You: The Real Meaning of the 16 Personality Types*. California: Davies Black Publishing.
- Pichler, F., and Wallace, C. (2007). Patterns of Formal and Informal Social Capital in Europe. *European Sociological Review*, 423-435.
- Pinchot, G., and Pellman, R. (1999). *Intrapreneuring in Action : A Handbook for Business Innovation*. Berrett Koehler.
- Pinnington, A., and Haslop, D. (1995). Team Leader Autonomy in New. *Management Decision*, 33(9), 5-11.
- Portes, A. (1998). Social Capital: Its Origins And Applications In Modern Sociology. *Annual Reviews*, 1-24.
- Portes, A., and Landolt, P. (1996). The Downside of Social Capital. *The American Prospect*, 18-21.
- Putnam, R. D. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. New Jersey: Princeton University Press.
- Putnam, R. D. (1993). *Making Democracy Work: Civic Traditions in Modern Italy*. Princeton University Press.
- Putnam, R. D. (1995). Bowling Alone: America's Declining Social Capital. *Journal of Democracy*, 65-78.
- Putnam, R. D. (2000). *Bowling Alone: The Collapse and Revival of American Community*. New York: Simon and Schuster.

Quan, X., and Motoyama, Y. (2010). Empirical Disaggregation of Social Networks: A Study of Ethnic Professional Associations and Entrepreneurship in Silicon Valley. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 509-526.

Robbins, S. P. (2017). *Organizational Behavior*. Pearson Education Limited.

Robbins, S. P., and Judge, T. (2017). *Organizational Behavior*. Pearson Education Limited.

Robbins, S. P., and Judge, T. (2017). *Örgütsel Davranış*. (İ. Erdem, Çev.) Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık Eğitim Danışmanlık.

Robbins, S. P., Decenzo, D., and Coulter, M. (2016). *Yönetim Esasları*. (A. Öğüt, Çev.) Ankara: Nobel Akademik.

Roberts, B. W., Wood, D., and Smith, J. (2004). Evaluating Five Factor Theory and Social Investment Perspectives on Personality Trait Development. *Journal of Research in Personality*.

Robinson, J. (2014, Ocak). *The 7 Traits of Successful Entrepreneurs*. 12 08, 2019 tarihinde [https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/56596596/1The\\_7\\_Traits\\_of\\_Successful\\_Entrepreneurs.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DThe\\_7\\_Traits\\_of\\_Successful\\_Entrepreneurs.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIA](https://s3.amazonaws.com/academia.edu.documents/56596596/1The_7_Traits_of_Successful_Entrepreneurs.pdf?response-content-disposition=inline%3B%20filename%3DThe_7_Traits_of_Successful_Entrepreneurs.pdf&X-Amz-Algorithm=AWS4-HMAC-SHA256&X-Amz-Credential=AKIA adresinden alındı)

Roeckelein, J. E. (1998). *Dictionary of Theories, Laws, and Concepts in Psychology*. Greenwood Press.

Rothbart, M. K. (2011). *Becoming Who We Are. Temperament and Personality in Development*. New York: Guilford Press.

Russell, D. W., Booth, B., Reed, D., and Laughlin, P. (1997). Personality, Social Networks, and Perceived Social Support among Alcoholics: A Structural Equation Analysis. *Journal of Personality*, 649-692.

Ryckman, R. M. (2008). *Theories of Personality*. Wadsworth.

Sakallı, S. Ö., ve Örucü, E. (2017). Örgütsel Adalet İle Örgütsel Güven İlişkisinde Kişilik Özelliklerinin Düzenleyici Rolü ve Bir Alan Araştırması. *International Journal of Academic Value Studies*, 3(16), 214-236.

Salas, E., Dickinson, T. L., Converse, S. A., and Tannenbaum, S. I. (1992). Toward an Understanding of Team Performance and Training. In R. W. Swezey, and E. Salas (Eds.), *Teams: Their training and performance*. (s. 2-29). Westport: Ablex Publishing.

Samli, A. C. (2009). *International Entrepreneurship, Innovative Solutions for a Fragile Planet*. New York: Springer.

Sarıtaş, M. (1997). Yönetimde Kişilik Faktörü. *Eğitim Yönetimi*, 527-548.

Saruhan, Ş. C. ve Özdemirci, A. (2011). *Bilim, felsefe ve metodoloji* (2. bs.). İstanbul: Beta Basım.

Seevers, M. T., Johnson, B., and Darnold, T. (2015). Social Networks In The Classroom: Personality Factors As Antecedents Of Student Social Capital. *American Journal Of Business Education*, 8(3), 193-206.

Selden, M., and Goodie, A. (2018). Review of the Effects of Five Factor Model. *Social Networks*, 81-99.

Serinkan, C., ve Arat, G. (2013). *İşletmelerde Örgütsel Değişim ve İç Girişimcilik*. İstanbul: Beta Yayıncılık.

Seshadri, D. V., and Tripath, A. (2006). Innovation through Intrapreneurship: The Road Less Travelled. *Vikalpa*, 17-29.

Sezgin, O. B. (2017). *Algılanan Örgütsel Destek ve Güven Vizyonundan İç Girişimcilik*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Sharma, P., and Chrisman, J. (1999). toward A Reconciliation of the Definitional Issues in the Field of Corporate Entrepreneurship. *Baylor University*, 11-27.

Shaw, E., Lam, W., and Carter, S. (2008). “The Role of Entrepreneurial Capital in Building Service Reputation. *Journal*, 28(7), 899–917.

Siisiainen, M. (2003). Two concepts of social capital: Bourdieu vs. Putnam. *International Journal of Contemporary Sociology*, 183-204.

Singh, H. R., and Rahman, H. (2013). Traits of successful Entrepreneurs. *International Journal of Scientific*, 2(11), 2.

Smidt, W. (2015). Big Five Personality Traits as Predictors of the Academic Success of University and College Students in Early Childhood Education. *Journal of Education for Teaching*, 385-403.

Somer, O., and Goldberg, L. (1999). The Structure of Turkish Trait-Descriptive Adjectives. *Journal of Personality and Social Psychology*, 431-450.

Sözcan, Z. (2019). *Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisi: Sakarya Üniversitesi Örneği*. Sakarya: Sakarya Üniversitesi İşletme Enstitüsü Yüksek Lisans Tezi.

Sözen, E. (2019). *Kimlik - Demir Kafesten Plastiğe*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.

Srivastava, K., and Das, R. (2013). Personality Pathways of Successful Ageing. *Industrial Psychiatry Journal* .

Svendsen, L. H., and Svendsen, G. (2003). On the Wealth of Nations: Bourdieueconomics and Social Capital. *Theory and Society*, 607-631.

- Şahin, M. M., ve Ünal, A. (Dü). (2010). *Sosyal Sermaye Kuram- Uygulama- Eleştiri*. İstanbul: Değişim Yayınevi.
- Şan, M. K., ve Şimşek, R. (2011). Sosyal Sermaye Kavramının Tarihsel - Sosyolojik Arkapları. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 89-110.
- Şeşen, C. (2018). *Lise Öğrencilerinde Okul Tükenmişliğinin Yordayıcısı Olarak Mizah Tarzlarının Ve Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin İncelenmesi*. Mersin: Mersin Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi.
- Şeşen, H. (2010). Öncülleri ve Sonuçları İle Örgüt İçi Girişimcilik: Türk Savunma Sanayinde Bir Araştırma. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*. Ankara: Kara Harp Okulu Savunma Bilimleri Enstitüsü.
- Şimşek, M. Ş. (2000). *İşletme Bilimlerine Giriş*. Ankara: Nobel Yayın.
- Şimşek, M. Ş., Çelik, A., ve Akgemci, T. (2014). *Davranış Bilimleri*. Konya: Eğitim Kitabevi.
- Şimşek, M. Ş., Çelik, A., ve Akgemci, T. (2019). *Davranış Bilimleri*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Taşkın, E. (2012). Başarılı Girişimcilerin Ortak Özellikleri. B. Z. Erdoğan, *Girişimcilik ve Kobiler Kavramlar, Sorunlar ve Çözüm Önerileri* (s. 26-39). Bursa: Ekin Kitabevi Yayınları.
- Tekin, E. (2019). *Girişimcilik ve Sosyal Sermaye*. Konya: Eğitim Yayınevi.
- Tekin, M. (2004). *Girişimcilik ve Küçük İşletme Yöneticiliği*. Ankara: Detay Yayıncılık.

- Tekin, Ö. A., Özmen, M., ve Turhan, A. (2012). Beş Faktör Kişilik Özellikleri ve Örgütsel Çatışma Yönetimi Arasındaki İlişkiler: Ankara'daki Beş Yıldızlı Otel İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama. *Journal of Yasar University*, 4611-4641.
- Tezcan, M. (1997). *Türk Kişiliği ve Kültür- Kişilik İlişkileri*. Ankara: T.C. Kültür Bakanlığı Kültür Eserler Dizisi.
- Thompson, J. L.(2004) “The Facets Of The Entrepreneur: Identifying Entrepreneurial Potential”, *Management Decision*, (42),
- Thompson, J. L. (1999). Strategic Perspective Entrepreneurship. *International Journal of Entrepreneurial Behaviour and Research*, 5(6), 279-296.
- Thornberry, N. (2001). Corporate Entrepreneurship: Antidote or Oxymoron? *European*, 19(5), 523-533.
- Titiz, T. (1994). *Girişimcilik*. İstanbul: İnkılap Kitabevi.
- Töremen, F. (2004). İlköğretim Okullarının Sahip Oldukları Sosyal Sermaye Konusunda Öğretmen Görüşleri. *XIII. Ulusal Eğitim Bilimleri Kurultayı*. Malatya: İnönü Üniversitesi Eğitim Fakültesi.
- Töremen, F., ve Ersözlü, A. (2010). *Eğitim Örgütlerinde Sosyal Sermaye ve Yönetimi*. İstanbul: İdeal Kültür Yayıncılık.
- Tulin, M., Lancee, B., ve Volker, B. (2018). Personality and Social Capital. *Social Psychology Quarterly*, 81(4), 295–318.
- Tüysüz, N. (2011). Sosyal Sermayenin Ekonomik Gelişme Açısından Önemi ve Sosyal. (2827).
- Van Der Zee, K., Zaal , J., and Piekstr, J. (2003). Validation of the Multicultural Personality Questionnaire in the Context of Personnel Selection. *European Journal of Personality*, 77-100.

- Velidedeoğlu, H. V. (1973, 12 23). Kişilik lmsz dr. *Olaylar ve Grşler*. (K. M. Fahmi, Rportaj Yapan) Taha Toros Arşivi.
- Wakkee, I., Elfring, T., and Monaghan, S. (2010). Creating Entrepreneurial Employees in Traditional Service The role of coaching and self-efficacy. *Int Entrep Manag*, 1-21.
- Wehrli, S. (2008). Personality on Social Network Sites: An Application of the Five Factor Model. *ETH Zurich Sociology Working Paper No. 7*.
- Westlund, H. (2006). *Social Capital in the Knowledge Economy*. New York: Springer.
- Westlund, H. (2006). *Social Capital in the Knowledge Economy: Theory and Empirics*. New York: Springer.
- Wolcott, R., and Lippitz, M. (2009). *Grow from Within: Mastering Corporate Entrepreneurship and Innovation*. New York: McGraw-Hill.
- Woolcock, M. (1998). Social Capital and Economic Development: Toward a Theoretical Synthesis and Policy Framework. *Theory and Society*, 27(2), 151-208.
- Woolcock, M., and Narayan, D. (2000). *Social Capital: Implications for Development Theory, Research, and Policy*. The World Bank Research Observer.
- Woolcock, M., and Narayan, D. (2010). Sosyal Sermaye Kalkınma Teorisi, Araştırma ve Politika için neriler. M. M. şahin, and M. nal (Ed.), *Sosyal Sermaye Kuram Uygulama Eleştiri* (s. 265-306). İstanbul: Değişim Yayınları.
- Wu, P.-C., Foo, M.-D., and Turban, D. (2008). The Role of Personality in Relationship Closeness, Developer Assistance, and Career Success. *Journal of Vocational Behavior*, 440-448.

- Yarbağ, P. Ş. (2019). Yöneticilerin Demokratik-Katılımcı Yönetim Tarzlarının Çalışanların İç Girişimcilik Eğilimlerine Etkisi. *Girişimcilik İnovasyon ve Pazarlama*, 3(5), 1-13.
- Yarcı, S. (2011). Pierre Bourdieu'da Sosyal Sermaye Kavramı. *Akademik İncelemeler Dergisi*, 6(1).
- Yayık, F. (2017). *Güç Mesafesinin Sosyal Sermaye Üzerine Etkisi: Tekstil Sektöründe Bir Araştırma*. Malatya: İnönü Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmış Yükske Lisans Tezi.
- Yazgan, A., Erdirençelebi, M., ve Şendoğdu, A. (2016). Şirket İçi Girişimcilik İkliminin Şirket Performansına Etkisine Yönelik Bir Araştırma. *KMÜ Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 57-64.
- Yelboğa, A. (2006). Kişilik Özellikleri ve İş Performansı Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *"İş Güç" Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, 8(2), 196-211.
- Yiğit, S., ve Gök, M. (2019). Kültürel Değişimin Ülkelerin Girişimcilik Faaliyetleri. *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi /Journal of Entrepreneurship and Innovation Management -*, 8(1), 73-93.
- Yüksel, H., Cevher, E., ve Yüksel , M. (2015). Öğrencilerin Girişimci Kişilik Özellikleri İle Girişimcilik Eğilimleri Üzerine Bir Araştırma. *Çankırı Karatekin Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 5(1), 143-156.
- Yürürer, G., Cindioğlu, M., ve Demirer, Ö. (2017). İç Girişimciliğin İş gören Performansı Üzerine Etkisi: Üretim İşletmesinde Bir Uygulama. M. Marangoz, A. Fırat, ve F. Daşkiran (Ed.), *11. Uluslararası Girişimcilik, İstihdam Ve Kariyer Kongresi İçinde*, (S. 102-111). Muğla.
- Zahra, S. A. (1986). A Cannonical Analysis of Corporate Entrepreneurship Antecedents and Impact on Performance. *Academy of Management Proceedings*, 71-75.

- Zahra, S. A. (1991). Predictors and Financial Outcomes of Corporate Entrepreneurship: An Exploratory Study. *Journal of Business Venturing*, 16(4), 260-285.
- Zahra, S. A. (1993). A Conceptual Model of Entrepreneurship as Firm Behavior: A Critique and Extension. *Baylor University*, 6-21.
- Zahra, S. A. (1993). Environment, Corporate Entrepreneurship and Financial performance: A Taxonomic Approach. *Journal of Business Venturing*, 8(4), 319-340.
- Zahra, S. A., and Garvis, D. (2000). International corporate entrepreneurship and firm performance - The moderating effect of international environmental hostility. *Journal of Business Venturing*, 15(5), 469-492.
- Zel, U. (2001). *Kişilik ve Liderlik Evrensel Boyutlarıyla Yöneltil Açidan Araştırmalar, Teoriler ve Yorumlar*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Zel, U. (2007). Yönetimde Kişilik ve Kişilik Teorileri. S. Güney (Ed.), *Yönetim ve Organizasyon* (s. 491-528). Ankara: Nobel Yayınevi.
- Zengin, E. (2017). Transaksiyonel Analiz Ego Durumlarının İletişime Etkisi Bağlamında “Ters Yüz” Filminin Analizi. *Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(1), 30-51.
- Zhao, H., and Seibert, S. (2006). The Big Five Personality Dimensions and Entrepreneurial Status: A Meta-Analytical Review. *Journal of Applied Psychology*, 259-271.
- Zhao, H., Seibert, S., and Lumpkin, G. (2010). The Big Five Personality Dimensions and Entrepreneurial Status: A Meta-Analytical Review. *Journal of Applied Psychology*, 36(2), 381-404.

## EKLER

### Ek 1: Anket Formu

#### Değerli Katılımcı,

Bu anket hazırlamakta olduğumuz “Kişilik Özelliklerinin İçgirişimcilik Davranışlar Üzerindeki Etkisinde Sosyal Sermaye Seviyelerinin Aracılık Rolü konulu akademik çalışma ile ilgilidir. Anket sorularına vereceğiniz yanıtlar yapılacak olan bu çalışmaya önemli katkılar sağlayacaktır. Tüm yanıtlar **gizli** kalacak ve yalnızca akademik amaçlı kullanılacaktır.

Katılımınızdan dolayı sizlere çok teşekkür ederiz.

**Aşağıdaki sorularda size uygun seçeneği işaretleyiniz.**

- Cinsiyetiniz:** ( ) Kadın ( ) Erkek
- Yaşınız:** ( ) 25'ten küçük ( ) 26-30 ( ) 31-35 ( ) 36-40 ( ) 41 ve üzeri
- Eğitim Durumunuz:** ( ) İlköğretim ( ) Lise ( ) Önlisans ( ) Lisans ( ) Lisansüstü
- Medeni Durumunuz:** ( ) Evli ( ) Bekar

**Çalıştığınız Sektör :**

.....

- Pozisyonunuz** ( ) Üst düzey yönetici ( ) Orta düzey yönetici ( ) Alt düzey yönetici  
( ) Yönetim görevim yok

**Şuan Çalıştığınız İşyerinde kaç yıldır çalışıyorsunuz?**

- ( ) 5 yıl ve altı ( ) 6-10 ( ) 11-15 ( ) 16-20 ( ) 21 yıl ve üzeri

No	Aşağıda sizi tanımlamaya çalışan birtakım özellikler yer almaktadır. Aşağıdaki özelliklerin sizi ne kadar tanımladığını, sizce uygun olan seçeneği (X) işareti ile belirtiniz. <b>(Beş Faktör Kişilik Ölçeği)</b>	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Konuşkan biriyim.					
2	Başkalarında hata arayan biriyim.					
3	İşini tam yapan biriyim.					
4	Bunalımlı ve melankolik biriyim.					
5	Orijinal, yeni fikirler ortaya koyan biriyim.					
6	Ketum /vakur biriyim.					
7	Yardımsaver, çıkarıcı olmayan biriyim.					
8	Umursamaz biriyim.					
9	Rahat, stresle kolay baş edebilen biriyim					
10	Çok değişik konuları merak eden biriyim.					
11	Enerji dolu biriyim.					
12	Başkaları ile sürekli tartışmaya giren biriyim.					
13	Güvenilir bir çalışmam.					
14	Gergin olabilen biriyim.					
15	Maharetli, derin düşünen biriyim.					
16	Heyecan yaratabilen biriyim.					
17	Affedici bir yapıya sahip biriyim.					
18	Dağınık olmaya eğilimli biriyim.					
19	Çok endişelenen biriyim.					
20	Hayal gücü yüksek biriyim					
21	Sessiz yapıda biriyim.					
22	Diğer insanlara genellikle güvenen biriyim.					
23	Tembel olmaya eğilimli biriyim					
24	Duygusal olarak dengeli, kolayla morali bozulmayan biriyim.					
25	Keşfeden, icat eden, yaratıcı biriyim.					
26	Atılgan, girişken bir kişiliğe sahip biriyim					
27	Soğuk ve mesafeli olabilen biriyim.					

28	Başladığı işi tamamlayabilen biriyim.						
29	Dakikası dakikasına uymayan biriyim						
30	Sanata ve estetik değerlere önem veren biriyim.						
31	Bazen çekingen, utangaç olabilen biriyim.						
32	Hemen hemen herkese karşı saygılı ve nazik olan biriyim.						
33	İşlerini verimli yapan biriyim.						
34	Gergin ortamlarda sakin kalabilen biriyim.						
35	Rutin, sabit bir düzeni olan işleri yapmayı seven biriyim						
36	Sosyal, girişken biriyim						
37	Bazen başkalarına karşı kaba davranabilen biriyim.						
38	Planlar yapan ve bu planları takip eden biriyim.						
39	Kolayca sinirlenen biriyim.						
40	Düşünmeyi seven, fikirler geliştirebilen biriyim.						
41	Sanata ilgisi çok az olan biriyim.						
42	Başkalarıyla işbirliği yapmayı seven biriyim.						
43	Kolaylıkla dikkati dağılabilen biriyim.						
44	Sanat, müzik ve edebiyatta çok bilgili olan biriyim.						
<b>(İç Girişimcilik Ölçeği)</b>							
<b>No</b>	Aşağıda görevinizi yerine getirirken yapabileceğiniz bazı davranışlar ve tutumlar bulunmaktadır. Her bir ifadeye ne derece katıldığınızı, sizce uygun olan seçeneği (X) işareti ile belirtiniz.	<b>Hiçbir Zaman</b>	<b>Nadiren</b>	<b>Pek Az</b>	<b>Ara Sıra</b>	<b>Sık Sık</b>	<b>Her Zaman</b>
1	İşimle ilgili yeni bir şeyler yapmak için çabalarım.						
2	Yeni fikirlere açık biri olduğumu düşünüyorum.						
3	Yenilikleri karar noktalarına kabul ettirebilmek için bireysel sosyal ağlara ihtiyaç vardır						

4	Sosyal ağımdaki kişilerle teması devam ettirebilmek için iletişimi canlı tutarım.						
5	Üzerinde çok çalıştığım bir planda gerekirse büyük değişiklikler yapmaktan çekinmem.						
6	İş çevresindeki faaliyetleri değerlendirmek için gelişmeleri takip etmek yerine, onların önünde olmaya çalışırım.						
7	Fırsatları değerlendirmek için gerekirse mali sınırları veya standart prosedürleri aşabilirim.						
8	İş hayatında, diğerlerinin düşüncelerinin ne olduğu konusunda kaygı duymadan, kendi yolumda giderim.						
9	Herhangi bir görevde tek başıma çalışmayı tercih ederim.						
10	Yenilikleri diğerlerine kabul ettirebilmek için, kişisel sosyal ağımy geliştirmeye çalışırım.						
11	Astlara yetki vermenin yaratıcı fikirlerin ortaya çıkmasına yardımcı olduğu kanaatindeyim.						
12	Gelişmelerin beni yönlendirmesine izin vermeyip, gelişmeleri yönlendirmeye çalışırım.						
13	Çalışanlarımı yenilikçi olmaları hususunda motive ederim.						
14	Yeni bir proje üzerinde çalışırken gideceğim yön konusunda her türlü özgürlüğe sahibim.						
15	Yeni ürün geliştirme faaliyetleri üzerine zaman ve kaynak harcamaktan kaçınmam.						
16	Görevin başarısına inanırsam her türlü riski üstlenebilirim.						
17	Belirsizlik durumunun atağa geçmek için bir fırsat olduğuna inanırım.						
18	Firma içinde yeni uygulama, ürün, teknik veya teknoloji geliştirme konusunda en önde olmaya çalışırım.						

19	Her yeniliğin bir risk getirdiğini kabul ederek, yenilik adına riski üstlenebilirim.						
20	Yeni bir fikri ortaya atarken, diğerlerinin onayını beklemem.						
21	Yeni fikirleri üst yönetime kabul ettirebilmek için tüm kişisel sosyal ağımı kullanırım.						
22	Sosyal ağıma dâhil olabilecek potansiyel temas noktaları ile iletişime geçmekten kaçınmam.						

No	Lütfen aşağıda yer alan ifadelere katılım düzeyinizi (X) işareti ile belirtiniz (Sosyal Sermaye Ölçeği)	Oldukça Az	Az	Ne Az Ne Çok	Çok	Çok Fazla
1	Aynı inancı paylaştığınız insanlara ne kadar güvenirsiniz?					
2	Aynı etnik gruptaki insanlara ne kadar güvenirsiniz?					
3	Yaşadığınız kentteki insanlara ne kadar güvenirsiniz?					
4	Sizinle aynı işletme edebirlikte bulunduğunuz insanlara ne kadar güvenirsiniz?					
5	Alışveriş yaptığınız ticaret erbabı kişilere ne kadar güvenirsiniz?					
6	Ailenizdeki insanlara ne kadar güvenirsiniz?					
7	Akrabalık bağınız olan insanlara (eşiniz ve çocuklarınız hariç) ne kadar güvenirsiniz?					
		<b>Kesinlikle Katılmıyorum</b>	<b>Katılmıyorum</b>	<b>Kararsızım</b>	<b>Katılıyorum</b>	<b>Kesinlikle Katılıyorum</b>
8	Çevremdeki insanlara karşı duyarlı (ilgili) olduğumu düşünüyorum					
9	Çalışma arkadaşlarımla toplumsal organizasyonlara (dernek, STK vb.) gönüllü olarak katıldıklarını düşünüyorum.					

10	Toplumsal organizasyonlara (dernek,vakıf, STK vb.) gönüllü olarak katılırım.					
11	İnsanların cezalandırılma ya da eleştiri kaygısı yüzünden toplumsal etkinliklere katıldıklarını düşünüyorum.					
12	İçinde olduğum toplumsal organizasyonlarda (dernek, STK vb.) herkesin birbirini destekleyeceğine inanıyorum.					
13	İşyerimde farklı düşüncelerin dikkate alındığını düşünüyorum.					
14	İşyerimde ailemin önemsendiğini düşünüyorum.					
15	İşyerimde birlikte iş yapmanın desteklendiğini düşünüyorum.					
16	Acil paraya ihtiyaç duyduğum durumlarda çevremdeki insanların bana destek olacağını düşünüyorum.					
17	Yakın arkadaşlarımla özel sorunlarım hakkında konuşup onlardan yardım alabileceğimi düşünüyorum.					
18	Hastalandığımda komşularımın bana destek olacağını düşünüyorum					
19	Çevremdeki insanlarla diyalogumun az olduğunu düşünüyorum.					
20	Çevremdeki insanların yaşadıkları problemleri benimle rahatlıkla paylaşabildiklerini düşünüyorum.					