T.C.
TRAKYA ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
GİRİŞİMCİLİK ANABİLİM DALI
YÜKSEK LİSANS TEZİ

KİŞİLİK PROFİLİNİN ve ÖRGÜT KÜLTÜRÜNÜN BİREYSEL YENİLİKÇİLİK ÜZERİNE ETKİSİ: KOBİ'LER ÜZERİNDE BİR ALAN ARAŞTIRMASI

NECDET AKAR

TEZ DANIŞMANI
PROF. DR. AGAH SİNAN ÜNSAR

EDİRNE 2017

T.C.

TRAKYA ÜNİVERSİTESİ

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

……..

ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

…….. tarafından hazırlanan **…….** Konulu **Yüksek Lisans** tezinin Sınavı, Trakya Üniversitesi Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliği'nin 15.-16. maddeleri uyarınca **……** günü saat **……..** 'da yapılmış olup, yüksek lisans tezinin *..... **OYBİRLİĞİ/OYÇOKLUĞU** ile karar verilmiştir.

JÜRİ ÜYELERİ	**KANAAT**	**İMZA**

* Jüri üyelerinin, tezle ilgili kanaat açıklaması kısmında "Kabul Edilmesine/Reddine" seçeneklerinden birini tercih etmeleri gerekir.

Tezin Adı: Kişilik Profilinin ve Örgüt Kültürünün Bireysel Yenilikçilik Üzerine Etkisi: KOBİ'ler Üzerinde Bir Alan Araştırması

Hazırlayan: Necdet AKAR

ÖZET

Çalışmada öncelikle kişilik profili, örgüt kültürü ve bireysel yenilikçilik ayrıntılı olarak açıklanmıştır. Daha sonra kişilik profili ve örgüt kültürünün bireysel yenilikçiliğe etkisini araştıran küçük ve orta büyüklükteki işletmeler (KOBİ) üzerinde hizmet ve imalat sektörlerinde 424 işgören üzerinde uygulama gerçekleştirilmiştir. Çalışmada kişilik profili alt boyutlarının ve örgüt kültürü alt boyutlarının bireysel yenilikçiliği nasıl etkileyeceğinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Kolayda örnekleme yöntemi kullanılmış ve İstanbul ilindeki beşi imalat sektöründe ve yedisi hizmet sektöründe olmak üzere 12 işletmeden 424 işgörenden veriler toplanmıştır.

Araştırmada 13 maddelik sosyo – demografik, 25 maddelik kişilik profili, 24 maddelik örgüt kültürü ve 20 maddelik bireysel yenilikçilik ölçeği kullanılmıştır. Sosyo – demografik özelliklerin belirlenmesi amacıyla tanımlayıcı istatistikler, faktör analizi, güvenilirlik testi, Kolmogorov Smirnov normal dağılım testi, Ramsey Reset testi, Shapiro – Wilk testi, Jarque – Bera testi, asimetri ve basıklık testi, Mann Whitney U testi, bağımsız iki örnek t – testi ve çoklu regresyon analizleri uygulanmıştır.

Sonuçta tüm alt boyutlar modele dahil edilerek yapılan analiz sonucunda kişilik profili alt boyutlarından deneyime açıklık ve örgüt kültürü alt boyutlarından destekleyicilik eğilimi ve açıklık eğilimi ile bireysel yenilikçilik arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Kişilik profili alt boyutlarından; dışadönüklük, yumuşak başlılık, duygusal denge ve sorumluluğun, örgüt kültürü alt boyutlarından; klan

eğilimi ve gelişme eğiliminin bireysel yenilikçiliği pozitif yönde etkilediği görülmüştür. Örgüt kültürü alt boyutlarından, kuralcılık eğiliminin ise bireysel yenilikçiliği negatif yönlü etkilediği görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Kişilik, Kişilik Profili, Örgüt Kültürü, Bireysel Yenilikçilik

Name of Thesis: The Effect of Personality Profile and Organizational Culture to Individual Innovativeness: A Field Study on SME

Prepared by: Necdet Akar

ABSTRACT

In this study, primarily, personality profile, organizational culture and individual innovativeness is described in detail. Furthermore application is carried out 424 employees on small and medium enterprises (SME) in service sector and manufacturing sector, investigating the effect of personality profile and organizational culture to individual innovativeness. This study aims to determine how the subscales of the personality profile and the subscales of organizational culture will affect the individual innovativeness. Convenience sampling method was used and the data were collected 424 employees at the five in the manufacturing sector and seven in the service sector a total of twelve enterprises in İstanbul.

13 – item socio – demographic, 25 – item personality profile scale, 24 – item organizational culture scale and 20 – item individual innovativeness scale was used in this study. Descriptive statistics for the socio – demographic characteristics of employees, factor analysis, reliability test, the Kolmogorov – Smirnov normal distribution test, Ramsey Reset test, Shapiro – Wilk test, Jarque – Bera test, asymmetric and kurtosis test, Mann Whitney U test, independent samples t – test and multiple regression analysis were performed.

According to research results, as a result of analyzing all subscales including model, there is no significant relationship between openness to experience from the subscales of personality profile and propensity to support and openness tendency from the subscales of organizational culture with individual innovativeness. Personality profile's subscales; extraversion, agreeableness, neuroticism and conscientiousness, organizational culture's subscales; clan tendency and

development tendency were found to affect individual innovatiness pozitively. Formalism tendency from the subscales of organizational culture were found to affect individual innovativeness negatively.

Keywords: Personality, Personality Profile, Organizational Culture, Individual Innovativeness

ÖNSÖZ

Çalışmanın hazırlanma sürecinde bilgi, tecrübe ve desteğini esirgemeyen çok değerli danışmanım Sayın Prof. Dr. Agah Sinan ÜNSAR'a teşekkürlerimi sunarım.

Yüksek lisans eğitimimde yol gösteren ve yardımlarını esirgemeyen, analizlerimin şekillenmesinde büyük destek sağlayan Sayın Yrd. Doç. Dr. Onur ÇETİN ve Doç. Dr. Nihat Taş'a teşekkür ederim. Yüksek lisans eğitimimde bana yön veren Girişimcilik Bölümü hocalarıma çok teşekkür ederim. Manevi olarak her zaman yanımda olan annem Leyla AKAR'a ve merhum babam Abdullah AKAR'a saygı, sevgi ve şükranlarımı sunarım.

İÇİNDEKİLER

ÖZET **i**
ABSTRACT **iii**
ÖNSÖZ **v**
İÇİNDEKİLER **vi**
TABLOLAR LİSTESİ **xi**
ŞEKİLLER LİSTESİ **xiii**
GİRİŞ **1**

BİRİNCİ BÖLÜM

1. KİŞİLİK PROFİLİ **3**
1.1. Kişilik Kavramı 3
1.2. Kişiliğin Özellikleri 4
1.3. Kişiliğin Bileşenleri 5
1.3.1. Karakter 5
1.3.2. Mizaç 6
1.3.3. Yetenek 6
1.4. Kişiliği Oluşturan Faktörler 6
1.4.1. Biyolojik Faktörler 7
1.4.2. Aile Faktörü 7
1.4.3. Kültürel Faktörler 8
1.4.4. Coğrafi ve Fiziki Faktörler 8
1.4.5. Sosyal Faktörler 9
1.4.6. Diğer Faktörler 9
1.5. Kişilik Kuramları 10
1.5.1. Freud'un Kişilik Kuramı 10
1.5.2. Carl Jung'un Kişilik Kuramı 12

1.5.3. Alfred Adler'in Kişilik Kuramı 12
1.5.4. Horney'in Kişilik Kuramı 13
1.5.5. Fromm'un Kişilik Kuramı 13
1.5.6. Sullivan'ın Kişilik Kuramı 14
1.5.7. Benlik Kuramı 15
1.5.8. A Tipi ve B Tipi Kişilik Kuramı 15
1.5.9. Eysenck'in Kişilik Kuramı 16
1.5.10. Alport'un Kişilik Kuramı 17
1.6. Kişilik Envanterleri 17
1.6.1. Cattell'in 16PF Kişilik Envanteri 18
1.6.2. Beş Faktör Kişilik Modeli Envanteri 19
1.6.2.1. Dışadönüklük 19
1.6.2.2. Sorumluluk 20
1.6.2.3. Deneyime Açıklık 20
1.6.2.4. Duygusal Tutarlılık 21
1.6.2.5. Uyumluluk 21
1.6.3. Minnesota Çok Yönlü Kişilik Envanteri 21
1.7. Kişilik Ölçüm ve Teknikleri 23

İKİNCİ BÖLÜM

2. ÖRGÜT KÜLTÜRÜ 24
2.1. Örgüt Kavramı 24
2.2. Kültür Kavramı 25
2.3. Kültür Çeşitleri 26
2.4. Örgüt Kültürü Kavramı 26
2.5. Örgüt Kültürünün Tarihsel Gelişimi ve Oluşumu 27
2.6. Örgüt Kültürünün Önemi ve Yararları 28
2.7. Örgüt Kültürünün Özellikleri 30
2.8. Örgüt Kültürünün İlişkili Olduğu Kavramlar 31
2.8.1. Örgüt Kültürü ve Örgüt İklimi 31

2.8.2. Örgüt Kültürü ve Örgüt Kimliği 32
2.8.3. Örgüt Kültürü ve Örgüt Stratejisi 32
2.8.4. Örgüt Kültürü ve Örgütsel İletişim 33
2.9. Örgüt Kültürünün Bileşenleri 34
2.9.1. Varsayımlar 34
2.9.2. Normlar 34
2.9.3. Değerler 35
2.9.4. Mitler 35
2.9.5. Semboller 36
2.9.6. Kahramanlar 36
2.9.7. Seremoniler ve Törenler 36
2.9.8. Hikayeler 37
2.9.9. Dil 38
2.10. Örgüt Kültürünü Oluşturan Aktörler 38
2.11. Örgüt Kültürü Modelleri 39
2.11.1. Quinn ve Cameron Modeli 39
2.11.2. Deal ve Kennedy Modeli 41
2.11.3. Ouchi'nin "Z" Modeli 42
2.11.4. Harrison ve Handy Modeli 43
2.11.5. Peters ve Waterman Modeli 44
2.11.6. Parsons "AGIL" Modeli 45
2.11.7. Hofstede Modeli 46
2.11.8. Byars Modeli 47
2.11.9. Toyohiro Kono Modeli 48
2.11.10. Trompenaars Modeli 49
2.11.11. Miles ve Snow Modeli 50
2.11.12. Denison Modeli 51
2.11.13. Schein Modeli 51
2.11.14. Danışman ve Özgen Modeli 52

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

3. BİREYSEL YENİLİKÇİLİK 54

3.1. Yenilik Kavramı ve Özellikleri 54

3.2. Yenilik Türleri 57

3.2.1. Ürün Yeniliği 57

3.2.2. Süreç Yeniliği 57

3.2.3. Pazarlama Yeniliği 58

3.2.4. Organizasyonel Yenilik 58

3.3. Yenilikçilik Kavramı 59

3.4. Bireysel Yenilikçilik Kavramı 60

3.5. Rogers'ın Yeniliklerin Yayılması Modeli 61

3.6. Yenilikçilik Kategorileri 62

3.7. Yenilikçi Birey Davranışı 64

3.8. Bireysel Yenilikçiliğin Önündeki Engeller 65

3.9. Yenilikçilik Üzerine Yapılan Çalışmalar 66

3.9.1. Yenilikçilik Üzerine Yapılan Yerli Çalışmalar 67

3.9.2. Yenilikçilik Üzerine Yapılan Yabancı Çalışmalar 68

3.10. Kişilik Profili, Örgüt Kültürü ve Bireysel Yenilikçilik Arasındaki İlişki 69

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

4. KİŞİLİK PROFİLİNİN VE ÖRGÜT KÜLTÜRÜNÜN BİREYSEL YENİLİKÇİLİK ÜZERİNE ETKİSİ: KOBİ'LER ÜZERİNDE BİR ALAN ARAŞTIRMASI 73

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi 73

4.2. Araştırmanın Modeli 74

4.3. Veri Toplama Yöntemi 75

4.4. Evren ve Örneklem 75

4.5. Veri Toplama Aracı 76

4.6. Verilerin Analizi 77
4.6.1. Araştırmanın Hipotezleri 77
4.6.2. Katılımcıların Sosyo – Demografik Özellikleri 79
4.6.3. Kişilik Profilinin Hizmet ve İmalat Sektörlerine İlişkin Bulguları 86
4.6.4. Örgüt Kültürünün Hizmet ve İmalat Sektörlerine İlişkin Bulguları 88
4.6.5. Bireysel Yenilikçiliğin Hizmet ve İmalat Sektörlerine İlişkin Bulguları 90
4.6.6. Güvenilirlik Analizi ve Faktör Analizi Bulguları 94
4.6.6.1. Kişilik Profili Ölçeği Güvenilirlik Analizi ve Faktör Analizi 94
4.6.6.2. Örgüt Kültürü Ölçeği Güvenilirlik Analizi ve Faktör Analizi 98
4.6.6.3. Bireysel Yenilikçilik Ölçeği Güvenilirlik Analizi 101
4.6.7. Çoklu Doğrusal Regresyon Analizleri ve Bulgular 103
4.6.7.1. Kişilik Profili Alt Boyutlarının Bireysel Yenilikçiliğe Etkisi (Model 1) 104
4.6.7.2. Örgüt Kültürü Alt Boyutlarının Bireysel Yenilikçiliğe Etkisi (Model 2) 109
4.6.7.3. Kişilik Profili Alt Boyutlarının ve Örgüt Kültürü Alt Boyutlarının Bireysel Yenilikçiliğe Etkisi (Model 3) 114
4.6.8. Kişilik Profili Alt Boyutları, Örgüt Kültürü Alt Boyutları ve Bireysel Yenilikçilik Düzeylerinin Sosyo – Demografik Özelliklere Göre Farklılıkları 118
4.6.8.1. Kişilik Profili Alt Boyutlarının Sosyo – Demografik Özelliklere Göre Farklılıkları 119
4.6.8.2. Örgüt Kültürü Alt Boyutlarının Sosyo – Demografik Özelliklere Göre Farklılıkları 121
4.6.8.3. Bireysel Yenilikçilik Düzeyinin Sosyo – Demografik Özelliklere Göre Farklılıkları 123

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER 125
KAYNAKÇA 136
EKLER 153

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. Freud'un Kişilik Tipleri Sınıflaması 11
Tablo 2. 16PF Kişilik Envanteri 18
Tablo 3. Minnesota Çok Yönlü Kişilik Envanteri Klinik ve Geçerlik Alttestleri 22
Tablo 4. Deal ve Kennedy Örgüt Kültürü Modeli 41
Tablo 5. Kullanılabilir Anket Formlarının KOBİ'lere Göre Dağılımı 75
Tablo 6. Kişilik Profilinin Genel Ortalaması, Hizmet Ortalaması, İmalat Ortalaması ve Bağımsız İki Örnek T-Testi ve Mann Whitney U Testi P Anlamlılık Değerleri 86
Tablo 7. Örgüt Kültürünün Genel Ortalaması, Hizmet Ortalaması, İmalat Ortalaması ve Bağımsız İki Örnek T-Testi ve Mann Whitney U Testi P Anlamlılık Değerleri 89
Tablo 8. Bireysel Yenilikçiliğin Genel Ortalaması, Hizmet Ortalaması, İmalat Ortalaması ve Bağımsız İki Örnek T-Testi ve Mann Whitney U Testi P Anlamlılık Değerleri 91
Tablo 9. Kişilik Profili Ölçeği Güvenilirlik Analizi 95
Tablo 10. Maddeli Kişilik Profili Ölçeği KMO ve Bartlett Testi Bulguları 96
Tablo 11. Kişilik Profili Ölçeği Faktör Analizi Bulguları 97
Tablo 12. Kişilik Profili Alt Boyutlarında Cronbach α İstatistikleri 97
Tablo 13. Örgüt Kültürü Ölçeği Güvenilirlik Analizi 99
Tablo 14. Maddeli Örgüt Kültürü Ölçeği KMO ve Bartlett Testi Bulguları 100
Tablo 15. Örgüt Kültürü Ölçeği Faktör Analizi Bulguları 100
Tablo 16. Örgüt Kültürü Alt Boyutlarında Cronbach α İstatistikleri 101
Tablo 17. Bireysel Yenilikçilik Ölçeği, Pozitif ve Negatif Maddeler 102
Tablo 18. Bireysel Yenilikçilik Ölçeği Güvenilirlik Analizi 102
Tablo 19. Model 1 Bulguları 105
Tablo 20. Model 1 Hata Terimleri Dağılımının Normallik Testleri 105
Tablo 21. Model 1 Hata Terimleri Dağılımının Normalliği için İlave Testler 106
Tablo 22. Model 2 Bulguları 109
Tablo 23. Model 2 Hata Terimleri Dağılımının Normallik Testleri 110
Tablo 24. Model 2 Bulguları (Anlamsız Değişkenler Çıkarıldığında) 112

Tablo 25. Model 2 Hata Terimleri Dağılımının Normallik Testleri (Anlamsız Değişkenler Çıkarıldığında) 113
Tablo 26. Model 3 Nihai Bulguları 115
Tablo 27. Model 3 Hata Terimleri Dağılımının Normallik Testleri 116
Tablo 28. Kişilik Profili Alt Boyutlarının Sosyo – Demografik Özelliklere Göre Farklılıklarının Testi 119
Tablo 29. Örgüt Kültürü Alt Boyutlarının Sosyo – Demografik Özelliklere Göre Farklılıklarının Testi 121
Tablo 30. Sosyo – Demografik Özelliklere Göre Bireysel Yenilikçilik Düzeyi Farklılıkları 124

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1. Eysenck'in Kişilik Boyutları 16
Şekil 2. Quinn ve Cameron Rekabetçi Değerler Modeli 40
Şekil 3. Yenilik Karar Verme Süreci 62
Şekil 4. Yenilikçilik Kategorileri 63
Şekil 5. Araştırmanın Modeli 74
Şekil 6. Katılımcıların Görev Yaptıkları Sektöre Göre Dağılımları 79
Şekil 7. Katılımcıların Yaş Dağılımları 80
Şekil 8. Katılımcıların Cinsiyet Dağılımları 81
Şekil 9. Katılımcıların Öğrenim Durumu 81
Şekil 10. Katılımcıların Medeni Durumuna Göre Dağılımı 82
Şekil 11. Katılımcıların Aile Gelirlerine Göre Dağılımları 82
Şekil 12. Katılımcıların Eşlerinin İş Durumuna Göre Dağılımları 83
Şekil 13. Katılımcıların İşletmelerinde Bulundukları Toplam Yıl Dağılımları 84
Şekil 14. Katılımcıların Çocuk Sayılarına Göre Dağılımları 84
Şekil 15. Katılımcıların Yetişme Çağında Bulundukları Yere Göre Dağılımları 85
Şekil 16. Katılımcıların Kardeş Sayılarına Göre Dağılımları 85

GİRİŞ

Gelişen teknoloji, iletişim olanakları, rekabet unsurları göz önüne alındığında, tüm bu gelişmelerin merkezinde bulunan insanın önemi günden güne artmaktadır. İnsan, karakter ve yapı olarak sebebi olduğu bu gelişmelere bazen uyum gösterebilmekte bazen tüm bu gelişmelerin dışında kalabilmektedir. Bu durum kişinin kendi özellikleri ve içinde bulunduğu örgütün yapısına göre değişkenlik gösterebilmektedir.

Tarihin başlangıcından itibaren dikkat çeken konuların başında insan olgusunun kendisi gelmektedir. Bu olgu gerek tek başına gerek farklı kavramlarla birlikte anılmıştır. İnsanın sahip olduğu özellikler birçok kavramla ilişkilendirilmiştir. Bu kişilik özelliklerinin sebebi kalıtımsal aktarım, çevresel etkenler, iklim, aile, çalışma ortamı gibi nice unsurlar olabilir. Bu çeşitli unsurların bir araya gelmesiyle her bireye özgü bir profil ortaya çıkmaktadır. Bu ortaya çıkan profil bireyin tüm hayatını ve çevresini etkilemektedir.

Kişi ve örgüt birbirleriyle etkileşim halinde olan yapılardır. Örgütleri kişiler oluşturur ve yönlendirir. Kişilerde insani yapıları gereği kendilerini bir örgüte ait hissetmek isterler. Bu durumda kişi ve örgüt farklı ancak birbirinden etkilenen konular olarak karşımıza çıkmaktadır. Kişilerin hayatlarına baktığımızda küçük ya da büyük birçok örgüte dahil olduklarını görürüz. Bu örgütler aile, iş ortamı, millet, tuttuğu takım, arkadaş ortamı gibi çeşitlendirilebilir. Bu örgütlerde kişi bazen mecburiyetten bazen kendi isteğiyle bulunur ve içinde bulunduğu örgütlerin kültür yapıları kişinin davranış şeklini veya karakterini şekillendirebilir. Tam tersi olarak baktığımızda kişilerde sahip oldukları karakter özellikleri ve yönlendirme yetenekleriyle örgütlerin kültür yapılarını etkileyebilirler.

Örgüt kültürü, aynı hedef ve amaç doğrultusunda toplanmış insanların oluşturduğu yapıdır. 20. yüzyılın sonundan itibaren popülerliğini kaybetmemiş olan

bu kavram günümüzde de önemini gittikçe arttırmaktadır. Teknolojik gelişmeler ışığında özellikle iş yaşamında örgütler yenilenme ve çağa ayak uydurma adına önemli adımlar atmaktadır. Örgüt kültürü de insan gibi etkileyen ya da etkilenen bir oluşumdur. Artan rekabet ve iletişimdeki gelişim örgütlerin birbirlerinden veya bireylerden etkilenmelerinde rol oynamaktadır.

Artan rekabet ortamında ve gelişim gösteren iş yaşamında etkin şekilde görev alan en temel etken bireylerdir. Bireylerin bu yeniliklere adaptasyonu, örgütlerin büyüme ve gelişme göstermesinde önem oluşturmaktadır. Örgütlerin bu ortamda hayatta kalabilmeleri ve farklılık oluşturabilmeleri bireylere bağlıdır. Burada karşımıza çıkan kavram "Bireysel Yenilikçilik" kavramı oluyor. Bireylerin kendilerini geliştirebilme ve örgüte fayda sağlayabilmeleri yeniliklere ve değişimlere karşı eğilimleriyle doğrudan alakalıdır. Bireylerin sürekli değişen bu çağda yeniliklere uyum sağlaması ve yeniliklere karşı sergileyecekleri tutum iki önemli unsura bağlıdır. Bu unsurlar; bireyin kişisel özellikleri ve içinde bulunduğu örgüt kültürüdür. Birey, bu iki temel unsurun etkisi altında yenilikçiliğe karşı olumlu veya olumsuz bir tavır takınacaktır.

Çalışmanın birinci kısmında kişilik profili kavramı ele alınmıştır. Kişilik kuramları, özellikleri ve kişiliği etkileyen faktörler incelenmiş ve açıklanmıştır. İkinci kısımda ise örgüt kültürü kavramına değinilmiş, örgüt kültürünü oluşturan bileşenler ve örgüt kültürü modelleri üzerinde durulmuştur. Üçüncü kısımda bireysel yenilikçilik kavramı detaylı bir literatür taramasıyla açıklanmış, yenilikçilik, yenilikçi birey davranışı, yenilikçilik kategorileri açıklanmıştır. Dördüncü ve son kısımda ise kişilik profili ve örgüt kültürünün, bireysel yenilikçiliğe etkisini incelemek adına KOBİ'ler üzerinde anket çalışması uygulanmış ve verilerin analizleri yapılıp yorumlanmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

Çalışmanın bu kısmında kişilik profili konusu işlenecektir. Kişilik kavramı, özellikleri, kişiliği oluşturan faktörler ve kişilik kuramları üzerinde durulacaktır.

1. KİŞİLİK PROFİLİ

İnsanlar birçok konu üzerinde durmuş ve bu konulara ilişkin birçok araştırma yapmıştır. Bu yapılan araştırmaların en ilgi çekenlerinden biri de kişilik konusu olmuştur. Hemen her birey kendisine özgü davranışlara sahiptir. Bu durumu oluşturan şartlarda ilgi çekici hale gelmektedir. İlk olarak kişilik kavramının doğru şekilde tanımlanması gerekmektedir.

1.1. Kişilik Kavramı

İnsan için ilginç kavramlardan birisi de kendisidir. İnsana karmaşık bir yapı olarak bakıldığında onu bütün detaylarıyla kavramak oldukça zordur. Bu uzun bir süreci kapsamaktadır (Günel, 2010: 44).

Kişiliğin köken olarak Latince de bulunan "Persona" kavramından ortaya çıktığı düşünülmektedir. Klasik Roma Tiyatrosu'nda oyuncular yüzlerine maske takarlardı. Bu maskelere "Persona" ismini vermekteydiler. Maskeler farklı kişilik özelliklerini temsil etmekteydi. Kişilik kavramının bu şekilde var olduğu ileri sürülmektedir (Erdoğan, 1991: 235).

Kişilik kavramının bizim dilimizde birkaç çeşit anlamı mevcuttur. Bizi ilgilendiren anlama bakacak olursak, TDK' ya göre kişilik kelimesinin karşılığı; "Bir kimseye özgü belirgin özellik, manevi ve ruhsal niteliklerin bütünü, şahsiyet" olarak tanımlanmıştır (www.tdk.gov.tr).

Kişilik kavramına bir başka bakış açısıyla bakacak olursak bireyin kendi gözünden, fizyolojik, zihinsel ve ruhsal nitelikleri hakkındaki düşüncesidir. İnsanın kendisinde var olanı değerlemesi ve menfaat sağlayacak şekilde bir role bürünmesidir (Eren, 1993: 40).

Yapılan birçok tanımdan yola çıkarak kişilik kavramının insanın kalıtımsal özeliklerinden, çevresinden, fiziki ve zihinsel faktörlerden etkilendiğini ve bu etkileşimin bir sonucu olarak ortaya çıkan kişinin düşünce yapısı, davranışları olarak açıklayabiliriz. Öncelik verecek olursak bireyin etrafında gelişen olaylara karşı tutumu ve dışardan nasıl algılanmak istediği konusu kişiliğin oluşumunda etkili olduğu düşünülebilir (Özsoy ve Yıldız, 2013; 3)

1.2. Kişiliğin Özellikleri

Kişilik üzerine yapılan birçok tanıma bakıldığında genel olarak göze çarpan üç özellik mevcuttur. Bu üç özellikten ilki insanların tümünün kendine has oluşu, ikincisi insanın kişilik yapısının tutarlılığı, üçüncüsü ise bireyin kişilik yapısının durağanlığıdır (Günel, 2010; 45). Ayrıca literatürde birçok araştırmacıda kişilik özelliklerine değinmiştir. Bu özellikleri sıralayacak olursak,

Erdoğan kişilik özelliklerini şu şekilde sıralamaktadır (Erdoğan, 1991: 246–247):

- Bazı davranışların toplamıdır. Kişilik bireyin tüm davranışsal özellikleri olarak düşünülmelidir.
- Özel çevrenin ortaya çıkardığı bir durumdur. Birey, aile veya iş ortamından soyutlanamaz.
- Bireysel dengenin ürünüdür. Birey nasıl bir zihinsel dengeye sahipse iyi veya kötüyü bu şekilde yorumlar.
- Davranışlar kişiliğin kontrolündedir.

- Kişilik, belirli zaman dilimindeki davranışların bütünleşmesiyle oluşur. Geçmiş elde edilen tecrübelerle mevcut zaman içinde ya da gelecekte planlar yapılır.

Kişilik özellikleri Eren'e göre şu şekildedir (Eren, 1993: 41–42):

- Kişilik doğuştan ve daha sonra kazanılan eğilimlerin bütünüdür.
- Bu eğilimlerin düzenlenmesiyle oluşturulan bir yapıdan söz edilir.
- İnsanı diğerlerinden ayıran farklılıklarını temsil eder.
- Kişilik, bireyin eğilimlerinin çevreye uyumunu sağlar. Birey farklı çevrede farklı davranışlar ortaya koyar buna sosyal uyum kavramı denir.
- Kişiliğin doğuştan gelen bir karakteri vardır. Karakter kişiliğin vazgeçilmezidir.

1.3. Kişiliğin Bileşenleri

Kişiliğin bileşenleri kişilik oluşumunda önemli rol oynamaktadır. Kişiliğin bileşenleri karakter, mizaç, yetenek olmak üzere üç bölümden oluşmaktadır.

1.3.1. Karakter

Kişiliğin temel özelliği ve iskeletidir karakter. Karakter, çocuklukta başlar ve çocukluktan itibaren süregelen sosyalleşmeyle oluşur. Bu süreçte yaşanılan benimseme ve özdeşleşmeyle belli bir süre sonunda oluşan vicdani özellikler karakterin kalitesini saptamaktadır (Oktay, 1996: 284–285).

Karakter ruhsal olan birtakım özelliklerin bireyin şahsına özel olarak aynı bünyede barınmasıdır. Bireyi diğerlerinden ayıran en temel özelliklerdendir. Esas olarak karakter kendine has özelliklerin çevredeki bireyler tarafından algılanan kısmıdır (Biçer, 2011; 406).

Kişiliğin sosyal ve ahlaki özelliklerine karakter denmektedir. Sosyal değerlere ve ahlaki yapıya uyumlu olan kişiler için kullanılan tabir "karakterli" olurken, bunun tam tersi durumunda olan bireyler için kullanılan tabir "karaktersiz" olmuştur (Eroğlu, 1996: 149).

1.3.2. Mizaç

Mizaç, duygusal uyarılara kişinin doğuştan gelen genetik özellikleri çerçevesinde tepki gösterme biçimidir (Cloninger, 1987: 575).

Psikologlar mizaç kavramını "nature" olarak adlandırmıştır. Bu "nature" kelimesindeki maksat bireyin doğduğu andan itibaren yapısal olarak barındırdığı huy, yapı ve mizaçtır (Alkahtani, 2011: 74).

Mizaca farklı bir bakış açısıyla bakacak olursak, insanların genel davranışlarının örüntüsüdür. Mizaç, kişinin her hareketinde iz taşır. Hareketler mizaç sayesinde kişiyle özdeşleşir ve hareketin kime ait olduğu anlaşılır. Mizaç kişinin parmak izi gibidir (Çetiner, 2014: 34).

1.3.3. Yetenek

Yetenek kavramı zihinsel ve bedensel olmak üzere ikiye ayrılmıştır. İlk olarak zihinsel yetenek, kişinin ilişkileri anlama, analiz etme, çözümleme ve sonuçlandırma gibi zihinsel özellikleridir. Zihinsel yeteneklerin önde gelenleri sayısal ilgisi, teknik kavrama becerisi, hafıza kabiliyeti, öğrenme, soyut düşünme yetenekleridir. Bedensel yeteneğe bakıldığında ise bireyin duyu organlarıyla temel durumları gerçekleştirebilme yeteneğidir (Eroğlu, 1996: 149).

1.4. Kişiliği Oluşturan Faktörler

Kişiliği oluşturan birçok etken bulunmaktadır. Bu bölümde kişiliği oluşturan faktörler altı başlıkta incelenmiştir.

1.4.1. Biyolojik Faktörler

Bireyin biyolojik yapısından gelen psikolojik ve zihinsel özelliklerin hepsi bu başlıkta incelenebilir. Bu kalıtımsal özellikler kişiden kişiye değişiklik göstermektedir (Yüksel, 2006: 60). Doğumdan itibaren gelen kalıtsal özellikler ve kişinin fiziki yapısı biyolojik faktörler başlığı altında incelenebilir. Yapılan araştırmalar temel özelliklerin kalıtıma bağlı olarak geliştiği yönündedir (Ünsar, 2011: 257–258). Kişiliğin atalarımızdan bize biyolojik yollarla aktarılmış bir miras olduğu düşünülmektedir (Feldman, 1997: 386).

Bazı bireylerin diğer bireylere nazaran daha istekli, canlı veya korkusuz olduğu tespit edilmiş ve bu özellikleri ömürleri boyunca taşıdıkları görülmüştür. Bu tür bireyden bireye farklılık gösteren özelliklerin kalıtımsal faktörlerden etkilendiği düşünülmektedir (Baysal ve Tekarslan, 2004: 102). Çeşitli ülkelerde yapılan birçok araştırmaya göre doğduktan sonra ayrı yetiştirilen çift ve tek yumurta ikizlerinin benzer özellikler gösterdiğini rastlanmıştır. Kalıtım bu durumda etkili olmasaydı benzerliklere rastlanması beklenmezdi (Robbins ve Judge, 2013: 135).

Sonuç olarak biyolojik faktörlerin kişiliğin gelişimi üzerindeki etkisi azımsanmayacak derecede fazladır. Hatta kişiliğin oluşumunda en önemli etken diyebiliriz.

1.4.2. Aile Faktörü

Kişiliğin oluşmasında en önemli faktörlerden biri aile faktörüdür. Kişinin dünyaya geldiği anda ilk içinde bulunduğu sosyal gruptur. Bireyin birçok değeri öğrendiği ilk ortam aile ortamıdır. Aile toplumsallaşmanın ilk kaynağıdır (Güney, 2001: 413).

Aileler kişiliğin ilk oluşum aşamasından itibaren etkili olurlar. Bu etki üç durumda oluşur (Baysal ve Tekarslan, 2004: 103):

- Aile birçok durum karşısında davranış kalıbı oluşturur. Çocuklar doğru davranış için ailelerini örnek alırlar.
- Çocuklar ebeveynlerin hareketlerini taklit eder ve rol model olarak benimserler.
- Aile çocuk üzerinde ödül ve ceza gibi yaptırım gücüne sahiptir. Bu yaptırımlar çocuğun davranışını etkileyecek ve kişiliğinde önemli rol oynayacaktır.

1.4.3. Kültürel Faktörler

Toplumu oluşturan değerler, normlar gibi unsurlar kültürün bileşenleridir. Kültür kişi üzerinde belli bir etki oluşturarak davranışlarını etkiler ve bu etkiler doğrultusunda davranmasını ister. Örnek verecek olursak " büyüklerin yanında sigara içilmez" kavramı birey üzerinde bir beklenti oluşturur. Ulusal ya da bölgesel kültür olsun bireyin hareketlerini şekillendirir (Yüksel, 2006: 60).

Kültür aynı zamanda gelenek ve inançları kuşaktan kuşağa aktarmaktadır. Kişinin yaşam ve ölüm, sağlık ve hastalık gibi kavramlara bakış açısı kültürle şekillenmektedir. Kişinin kültüründen ne kadar etkilendiği başka kültürlerle etkileşimde bulunduğu zaman anlaşılır (Baysal ve Tekarslan, 2004: 102).

Kültür toplumun karakterini meydana getiren bir sistemdir. İnsanın ne olduğu cevabı içinde doğduğu kültürde bulunmaktadır (Arslantaş, 2008: 106).

1.4.4. Coğrafi ve Fiziki Faktörler

Kişiliği oluşturan bir diğer unsur da bireyin içinde bulunduğu coğrafi çevredir. Bireyin davranışlarına içinde bulunduğu, doğup ve büyüdüğü coğrafyanın etkisinden söz edilebilir. Bireyin içinde bulunduğu iklim ve fiziksel özelliklerin yaşam tarzına etki etmesi mümkündür (Özsoy ve Yıldız, 2013: 6). Örneğin, kıyı kesimde yaşayanlarla, kırsal ve dağlık kesimde yaşayan insanlar bariz bir şekilde farklılık

göstermektedir. Soğuk iklime sahip bölgelerde bulunan insanlar daha sert mizaçlı olurken sıcak iklim olan bölgelerde insanların değişken duygusal tutumları ve rahat mizaç yapıları olduğu genel bir görüştür (Güney, 2001: 415).

1.4.5. Sosyal Faktörler

Birçok farklı alt kültürün birleşimi sosyal yapıyı oluşturmaktadır. Bunlar yöresel kültür, sokak kültürü, örgüt kültürü gibi kültürlerdir. Bu sosyal yapı içinde bireyin statüsü oluşur (Yüksel, 2006: 60).

Geliri yüksek bir zümre de doğan bir çocuk yaşam şekli veya meslek seçimi bakımından ona göre eğilim gösterecektir. Tam aksi bir durumdan da söz edilebilir. Bu da bireyin içinde bulunduğu sosyal sınıfla ilgilidir (Özsoy ve Yıldız, 2013: 7). Kişiye yetiştiği çevrenin ve içinde bulunduğu ortamın kişilik gelişimine etkisi söz edilebilir bunların toplamı soysal faktörleri oluşturmaktadır.

1.4.6. Diğer Faktörler

Diğer faktörlerin içinde kitle iletişim araçlarını sayabiliriz. Bir çocuğun kitap, dergi, bilgisayar, televizyon gibi kitle iletişim araçlarını kullanım sıklığı veya şekli yeni veya farklı davranışlar kazanmasına sebep olabilir (Güney, 2001: 415).

Diğer faktörlere başka örnek verecek olursak bireyin doğduğu zaman dilimi de önemli etken olacaktır. İçinde bulunduğu teknolojik ortam ve teknolojik gelişmeler, bireyin bunlara ayak uydurması veya uyduramaması kişisel gelişimini etkileyecektir.

Genel olarak baktığımızda biyolojik yapı, aile, kültür, coğrafya, sosyal yapı kişiliğin gelişimde etkili olan önemli faktörlerdir.

1.5. Kişilik Kuramları

İnsan karmaşık bir yapıya sahiptir. Bu bakımdan araştırmacılar kişilikle ilgili olarak farklı kuramlar ortaya koymuşlardır. Araştırmanın bu bölümünde bu kuramlardan söz edilecektir.

1.5.1. Freud'un Kişilik Kuramı

Freud'un düşünce yapısını tanımlamak oldukça zordur. Onun fikirleri zaman içinde değişmiştir. Bu başlıkta Freud'un kişilik kavramına bakış açısını inceleyeceğiz. Freud'a göre kişiliğin üç temel birimi vardır. Bunlar id, ego ve süperegodur (Cüceloğlu, 2003; 407).

İd: Bilinçsiz yapılan davranışların kaynağını oluşturur. Doğuştan gelir ve istekleri sona ermez. İlkel dürtüleri etkilemektedir ve davranışların belirlenmesinde önemli rol oynar (Odabaşı ve Barış, 2003; 193).

Ego: İd'in danışmanı rolünü üstlenmiş kişilik birimidir. Temelde ego, id'e yol gösterir. Ego iyi veya kötü kavramlarıyla ilgilenmez id'in istekleri doğrultusunda hareket eder ve ortam uygunsa id'e yapabilirsin mesajını verir. Akılcı ve pratik bir yönü vardır bir nevi ortamı hazırlar (Cüceloğlu, 2003; 408).

Süperego: İnsan davranışlarını topluma uygunluk doğrultusunda kontrol eder. Ahlak ve etik gibi kavramları temsil eder. Yapılan davranışları kontrol altında tutarken ceza (utanma, suçluluk, vicdan) ya da ödül (gururlanma, takdir etme) kullanır (Özkalp, 2003; 247).

Freud'a göre kişilik, bebeklik ve çocukluk döneminde bazı evrelerden oluşmaktadır. Bunlar beş grupta incelenmiştir.

Oral Dönem: Doğumdan itibaren ilk iki seneyi kapsayan süreçtir. İhtiyaçların tamamında dışa bağımlılık mevcuttur. Bu dönemin özelliklerini taşıyan bireylerde bağımlılık ya da pasiflik söz konusudur (Odabaşı ve Barış, 2003; 195).

Anal Dönem: İki ve üç yaş dönemidir. Tuvalet eğitiminin verildiği süreçtir. Bu dönem de birey saplantılı olabilir ve ileride inatçılık, cimrilik gibi davranışlar sergileyebilir (Ünlü, 1995; 96).

Fallik Dönem: Üç ve altı yaşa tekabül eden bu dönemde çocuklar karşı cinsten farklı olduklarını öğrenirler. Bu dönemde "odipal kompleks" farklı cinsteki ebeveyne yakınlık ve ilgi duyması durumu ortaya çıkar. Ebeveyne karşı oluşan sevgi ya da kıskançlık duygusu çocukta çatışma oluşturur. Daha sonra kendi cinsindeki ebeveynle yakınlık kurarak çözümlenir (Özkalp, 2003; 248–249).

Latens Dönemi: Altı ve on bir yaş döneminde geçiş ve bekleyiş süreci oluşur ve çocuk kendini biraz daha kontrol altına alır bu davranışlarına yansır. Bu dönem egonun gelişim dönemidir (Özkalp, 2003; 249).

Genital Dönem: On bir yaş ve sonrasına işaret eden son dönemdir. Karşı cinse ilgi artar ve ilişki kurma çabasına girilir (Odabaşı ve Barış, 2003; 196).

Tablo 1. Freud'un Kişilik Tipleri Sınıflaması

Erotik Tipin Özellikleri	Obsesif Tipin Özellikleri	Narsist Tipin Özellikleri
-Başkalarıyla olmayı sever. -Kalabalığı sever. -Kendisini ve başkalarını ölçer. -Abartmayı sever.	-Eleştirir. -Etkilenmez. -Objektiflikle övünür. -Basiti zor yorumlar.	-Başkalarında kusur arar. -İlişkilerde kendini beğenir. -Kendisinden memnundur.

Kaynak: Ünlü (1995) , *Psikoloji,* s: 97–98.

2.5.2. Carl Jung'un Kişilik Kuramı

Jung insanın geleceğini kendisinin belirleyeceğini düşünür çünkü insan beyninin iki eylemden oluştuğunu ileri sürer. Bu eylemler algılamak ve yorumlamaktır. Kişiliği oluşturan algılama ve yorumlama durumu karar verme sürecimizi etkiler (Odabaşı ve Barış, 2003; 198).

Jung, kişileri psikolojik yapılarına göre tiplere ayırmıştır. Jung'un içe dönüklük ve dışa dönüklük olmak üzere iki temel yaklaşımı bulunmaktadır. İçe dönük kimselere baktığımızda utangaç ve çekingen bir tavır sergilerler. Bireysel çalışmaktan hoşlanırlar. Dışa dönük bireyler ise grup çalışmalarından hoşlanan girişimci yapıdadırlar. Jung'a göre bireyin bu iki yönü dengede tutması etkin yaşam sürdürebilmesi açısından olmazsa olmazdır (Ünlü, 1995; 100).

1.5.3. Alfred Adler'in Kişilik Kuramı

Adler insanın sosyal bir varlık olduğunu ileri sürmektedir. Sosyal ilgi insan dünyaya geldiği andan itibaren vardır ancak bu ilgiyi bireyin yaşadığı toplum belirler (Özkalp, 2003; 249).

Adler, bireyin esas hedefinin güçlü olma eğilimde olduğunu söylemektedir. Güçlü olmayan kişinin aşağılık kompleksine sahip olduğunu düşünür ve bu sebeple güçlü olduğu alanların üzerine gittiğini ileri sürer (Odabaşı ve Barış, 2003; 197).

Kısaca özetlemek gerekirse Adler kişiliği iki kavramla izah etmektedir. Bunlar "hayat tarzı" ve "sosyal duygu" dur. İnsan kendini tatmin eden bir yaşam tarzı için öncelikle topluma yönelir. Gereken desteği bulamaz ve isteklerinden uzaklaşırsa yaşam tarzını kendisi oluşturur (Eker, 2012; 170).

1.5.4. Horney'in Kişilik Kuramı

Horney bireyi iki temel eğilimin yönlendirdiği görüşündedir. Bu eğilimler emniyet ve doyum duygularıdır. Horney bireyin emniyet ve doyum için birçok ihtiyaçtan feragat edebileceğini düşünür. Bireyin korkmadan yaşamak isteyeceğini düşünerek emniyet içinde bir yaşam sürme eğiliminde olduğunu düşünür ve buna yönelik davranış sergileyeceğini öne sürer (wiki.zirve.edu.tr).

Horney'e göre üç nevrotik kişi kalıbı vardır (www.akademik.adu.edu.tr):

- İnsanlara yönelme (uyan, itaatkâr)
- İnsanlara karşı olma (saldırgan)
- İnsanlardan uzaklaşma (bağlantısız)

1.5.5. Fromm'un Kişilik Kuramı

Fromm, kişiliği içgüdüselliğe bağlamamıştır. Fromm'a göre kişilik, insanın dış dünya ile olan ilişkileri doğrultusunda oluşan bir yapıdır. Sevgi, kin, güçlü olma isteği ya da boyun eğme gibi karakterden karaktere farklılık gösteren durumlar toplumsal sürecin sonucu olarak karşımıza çıkmaktadır (Geçtan, 2004; 284).

Fromm'a göre kişiliğin normal bir insandaki karşılığı, pratik bir şekilde kendisi için gerekli olanı almak amacıyla hareket etmek ve ruhsal bir doyuma ulaşmaktır (Fromm, 1999; 262).

Bireyin toplumsal ilişkilerde başkalarına bağımlılık eğilimi göstermesine "sembiyotik ilişkiler" adı verilmiştir. Yalnızlıktan kurtulma amacıyla başka bireylere zarar verme ya da bunun tam tersi gerçekleştirerek güvensizlikten kurtulmayı amaçlar (www.kpssdersanesi.net).

Fromm'un öne sürdüğü diğer kavramlardan ikisi içe çekilme ve yıkıcılıktır. İçe çekilme durumunda birey içinde bulunduğu ortamı güvenli hale getirmeyi amaçlar. Yıkıcılıkta, agresif davranarak güven kazanma eğilimi gösterir (www.kpssdersanesi.net).

Bir diğer kavramda asimilasyondur. Kişi etrafındaki somut ve soyut bütün nesneleri değerleme biçimidir. Bunlar (wiki.zirve.edu.tr):

Alıcı Eğilim: Etrafında gelişen bütün olaylarda birey çevresinin ona yardım etmesini bekler. Çözümü başkalarından bekleme durumudur.

Sömürücü Eğilim: Kişi hayatı boyunca başkalarını sömürür ve en doğal hakkı olduğunu düşünür.

İstifleyici: Dış dünyaya karşı kendini korumak amacıyla her şeyi biriktirir ve saklar.

Pazarlayıcı: Başarıyı elde etmek için kendini pazarlar, "ne iş olsa yaparım" ya da "aradığınız kişi benim" izlenimi oluşturmaya çalışır.

Üretici: Olumlu olan bir kişilik türüdür. Üretir, yapıcı ve yararlı olmak amacıdır.

1.5.6. Sullivan'ın Kişilik Kuramı

Sullivan, kişiliği varsayımsal düşünmüş ve kişinin ilişki durumlarıyla incelenmesi gerektiğini vurgulamıştır. Ona göre incelenmesi gereken nokta insandan çok insanın içinde bulunduğu ilişkilerdir. Kişiliğin insan ilişkilerinin bir ürünü olduğunu ileri sürmüştür. Kişiliğin insanın bir ya da daha fazla kişiyle etkileşim halinde olması durumunda ortaya çıkacağını düşünür. Bunun için insanın somut bir ilişki içinde olması gerekmeyebilir yani bireyin gerçekte var olmayan kişilerle ilişkileri bile kişiliği oluşturur (Geçtan, 2004; 255).

1.5.7. Benlik Kuramı

Benlik kuramını ortaya koyan ilk isin Carl Rogers'tır. Rogers'a göre benlik davranışları düzenlemez, kişinin içinde bulunduğu durumu algılaması ve bunu deneyimle birleştirmesidir. Benlik kavramı çocukluk döneminde şekillenir. Çevresinde gördüklerini yorumlar ve kendi değer sistemini oluşturur (Saltürk, 2008; 150).

Rogers insanlarda gelişebilme, ileri gidebilme potansiyelinin varlığına inanmış ve adına kendini gerçekleştirme eğilimi demiştir. Rogers'ın benlik teorisine baktığımızda "eğer-ise" kavramlarının baskın olduğunu görürüz. Eğer belirli şartlar ortaya konulur ise kişilik ve davranış değişimlerinin oluşacağını ileri sürmektedir. Rogers, bireylerin dış dünyayı algılaması, deneyim etmesi ve anlam yüklemesi sonucunda "ben" kavramının ortaya çıkacağını düşünür. Benliğin ise bu kavramların düzenli ve tutarlı halde olması durumunda oluşacağını söyler (Gürcan, 2015; 17).

1.5.8. A Tipi ve B Tipi Kişilik Kuramı

İlk olarak bu kavram iki kardiyolog tarafından ortaya çıkmıştır. Friedman ve Rosenman tarafından gözlenen bu durum sandalyeleri tamir eden ustanın sadece döşemenin ön tarafında yıpranma olduğunu söylemesi üzerine doktorlar hastaların endişeli olduklarını gözlemlemiş ve bunu bir başlangıç noktası alarak hastadan hastaya büyük farklılıkların olduğu sonucuna erişmişler (Pelit, Türkmen ve Yarmacı, 2010; 11).

A Tipi Kişilik Yapısı: Bu tarz bireylerde rekabet, kendini işine adama ve zaman konusunda hassasiyet gözlenmektedir. Agresif ve sabırsız olan bu kişilik yapısındaki bireyler kısa sürede başarılı olmak istemektedir. Sürekli olarak bir şeyler yapmak ister ancak zamanı pek iyi yönetemezler (Durna, 2005; 277).

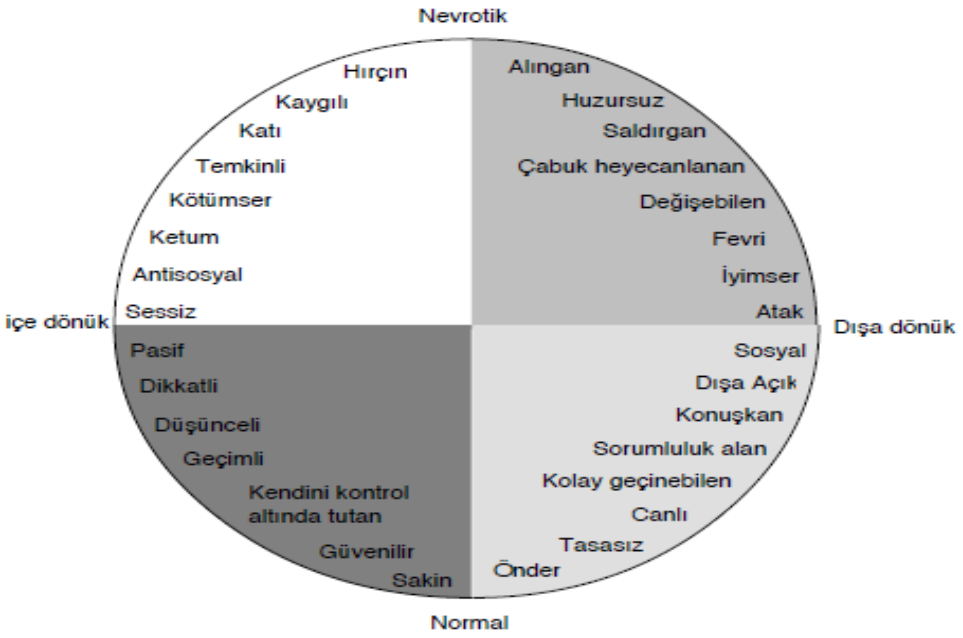
B Tipi Kişilik Yapısı: Bu tipteki bireylerin daha çok ya da daha az başarılı olduğu söylenemez. Hırslı olmayan bu bireylerde başarı çok büyük bir önem ifade etmez. Tedirgin olmayan, sinirlenmeyen, uysal ve rahat bireylerdir (İbrahimoğlu ve Karayılan, 2012; 252)

1.5.9. Eysenck'in Kişilik Kuramı

İlk olarak Eysenck kişiliği nörotisizm ve dışa dönüklük olarak iki başlıkta incelemiştir. Daha sonraları psikotizm faktörünü de ele almış ve kişiliğe üçüncü bir boyut katmıştır. Sosyallik ve dürtüler dışa dönüklüğü temsil ederken, nörotisizm ise duygusal tutarlılık ve aşırı tepkileri ele almaktaydı. Sonradan eklenen boyut olan psikotizm soğukluğu temsil ediyordu (Taymur ve Türkçapar, 2012; 169).

Eysenck, kişiliği yatay ve dikey olmak üzere iki uçlu bir şema olarak değerlendirmiştir. Yatay boyutta içe-dışa dönüklük yer alırken, dikey boyutta ise nevrotik ve normal tipler bulunmaktadır. Bireylerin tümünün bu dört temel boyutta yer aldığını düşünür (Ulucan ve Bahadır, 2011; 176).

Şekil 1. Eysenck'in Kişilik Boyutları



Kaynak: wiki.zirve.edu.tr

1.5.10. Allport'un Kişilik Kuramı

Allport'un kişilik kuramında kişilik, kişinin çevreye karşı uyum ve adaptasyona dayalı bir oluşumdur. Allport'un bakış açısından kişilik bir tür var olma, hayatta kalma şeklidir. Uyum ise bu süreci sağlıklı sürdürme biçimidir. Gerektiği yerde aktif gerektiği yerde pasif olma durumudur. Allport'un kişiliği açıklarken çok sık değindiği "propium" kavramı vardır. Propium, bireyi her yönüyle ele alan günlük yaşantısını, içyapısını, amaç ve uzun süreli hedefleri kapsayan düşünsel bir yapıdır. Propiuma anlam yükleyen iki tür eğilimden söz edilir. Bu eğilimler faaliyet gösterme ve temel ihtiyaçları karşılama eğilimidir (Aslan, 1992; 7–8).

Özellik kuramına dair ilk çalışmalar Allport tarafından yapılmıştır. Kişiliğe ilişkin ilk ders veren psikolog olan Allport, Freud'un tam tersi bir kişilik yaklaşımı ileri sürmüştür. Allport'a göre bireylerin çocukken verdiği kararlarla belirli yaşlara geldiğinde verdiği kararlar arasında bir bağlantı yoktur. Bir erkek çocuğunun küçük yaşlarda bir kız çocuğuna yaklaşımıyla ilerleyen dönemlerdeki yaklaşımları farklıdır. Allport'un teorisinin temelinde insanların kişilikleri arasında ortak özellikler mevcuttur ancak bu ortak özellikler hariç her insanın kendine has bir tutumu veya bir özelliği mevcuttur. Allport'un üzerinde durduğu esas konu bireyin kişilik yapısının çeşitliliği ve benzersiz oluşudur (Güney, 2014; 203).

1.6. Kişilik Envanterleri

Kişilik envanterleri, çeşitli durumlar karşısında bireylerin özelliklerini belirlemek amacıyla uygulanır. Birçok birey kısa zaman diliminde kalıcı ya da kolay değişmeyen kişilik özelliklerine sahiptir. Bu kişilik özellikleri kişilik envanterleri yoluyla ölçülüp yorum yapılabilir hale getirilebilir. Kişilik envanterlerinde esas amaç bireyi genel olarak tanıma ve hakkında tahmin yürütebilmektir (Şencan, 2005; 577–578).

1.6.1. Cattell'in 16PF Kişilik Envanteri

Cattell'in liderliğinde bir grup araştırmacı kişiliğin temel özellikleri olarak adlandırdığı 16 özellikte karar kılmışlardır. Anket içinde bulunan yüzden fazla soruya verilen cevaplar doğrultusunda bu 16 kişilik özelliğine dair puanlara ulaşılmaktadır. Bu özelliklerden ilk on ikisi başkaları tarafından değerlendirilirken, son dördü ise kendi kendinin değerlendirmesi sonucu ortaya çıkmaktadır. Puanların yüksekliği ve düşüklüğü arasında kişinin negatif ve pozitif davranışları ilişkilendirilmiştir (Saltürk, 2008; 169).

Kişiliğin temel yapısında bulunan özellikleri inceleyen bu test 17 yaşından itibaren her bireye uygulanabilir. Okuma ve yazması olan her birey kendi kendine yanıtlayabilir. Faktörlerden elde edilen yüksek ve düşük puanlar tablolardan yararlanılarak yorumlanır. Örneğin, A faktöründe elde edilen düşük puan çekimserliği simgelerken, yüksek puan ise sıcakkanlılığı ortaya koymaktadır (Öner, 1994; 331–332).

Tablo 2. 16PF Kişilik Envanteri

Negatif Boyut (Düşük)	**Faktör Sembolü**	**Pozitif Boyut (Yüksek)**
Çekimser, Şüpheci	A- Sıcakkanlılık	Sıcak, Samimi
Durgun, Somut Düşünce	B- Zeka	Pratik, Zeki
Değişken	C- Duygusal Kararlılık	Rahat
Kibar, Kurallara Uyumlu	E- Dominant Olma	Kaba, Baskın
Ciddiyet, İçine Kapanık	F- Neşelilik	Uyanık, Mutlu
Telaşlı, Kararsız	G- Kararlılık	Sorumluluk Sahibi, Olgun
Çekingen	H- Dışa Dönüklük	Girişken
Realist, Özgüvenli	I- Duyarlılık	Hayalperest, Dışa Bağlı
Yumuşak, Taviz Veren	L- Uyanıklık	Sert Karakterli
Çabuk, Geleneksel	M- Dalgınlık	Dalgın
Doğal, Hisli	N- Cin Fikirlilik	Kurnaz

Özgüvenli, Cesaretli	O- Kuruntulu Olma	Korkak
Gelenekçi	Q1- Değişime Açıklık	Güncel
Genele Uyan, Grupçu	Q2- Kendine Güvenme	Bireysel
Özgüvensiz	Q3- Yetkinlik	Emin, İleri Görüşlü
Sakin	Q4- Gerginlik	Tedirgin

Kaynak: Kutanış ve Elçi (2006), *Akademik İncelemeler Dergisi,* s:7.

Bu kişilik envanteri birçok sanayi, klinik ve eğitim araştırmayı içeren hemen hemen her alanda başarılı bir şekilde uygulanmış ve mesleki, kişisel yetenek, psikolojik durumlar gibi önemli konularda geçerliliği olan sonuçlar ortaya koymuştur (Kutaniş ve Elçi, 2006; 5).

1.6.2. Beş Faktör Kişilik Modeli Envanteri

Beş faktör kişilik modeli, en yaygın olarak görülen ve çok önemli bir yere sahip olan modellerdendir. Bu modeli bu kadar önemli yapan birçok sebep bulunmaktadır. Kişilik özelliklerinin anlaşılabilmesini esas alır (Yelboğa, 2010; 262). Bu modelin araştırmacılar tarafından bu kadar benimsenmesinin sebebi model olarak boylamsal ve ampirik çalışmalara dayandırılması aynı zamanda her çağda uygulanabilir olması, biyolojik esaslara sahip olması ve her kültür, coğrafyadan insana uygun bir yapısının olması diyebiliriz. Adından anlaşılacağı üzere bu model beş temel unsura dayandırılmaktadır. Bunlar dışadönüklük, sorumluluk, deneyime açıklık, duygusal tutarlılık ve uyumluluktur (Doğan, 2013; 57).

1.6.2.1. Dışadönüklük

Bu faktöre baktığımızda yüksek sonucu olan kişilerin sosyal çevresiyle sürekli olarak etkileşim halinde sıcak kanlı özellikte olduğunu görmekteyiz. İyimser ve neşeli olan bu bireyler çevresi tarafından sürekli olarak uyarılmak isterler. Bu bireyler kalabalık ortamda bulunmaktan ve onlarla etkileşim halinde olmaktan zevk duyarlar. Dışadönük olmayan insanlar tam zıttı bir durumda değillerdir aralarındaki

en belirleyici fark dışadönük olmayan bireylerin özelliklerini etrafa karşı belli etmekten kaçınan bir tavır sergilemesidir (Madran ve Akdoğan, 2010; 370).

Dışadönüklük kavramı başka bir anlamda kişilerin ne kadar rekabetçi, girişimci ve istekli olduklarını göstermektedir. Dışadönüklüğün yüksek olduğu kişilerin başka insanlarla bir arada olma isteklerinin, onlarla vakit geçirme arzusunun fazla olduğu görülürken, dışadönüklüğü düşük bireylerin ise yalnız kalma eğiliminde olduğu görülmektedir. Örneğin iş yaşamındaki karşılığına baktığımızda yeni arayış içinde, iş kurma hevesinde olan kişilerin dışadönüklük seviyelerinin yüksek olduğu da gözlemlenmektedir (Varoğlu ve Çetin, 2009; 60).

1.6.2.2. Sorumluluk

Bu tarz kişilik özelliği bulunan bireylerde sorumlu olma bilinci üst düzeyde olup, dürüstlük ve güven konularına daha çok ehemmiyet gösterirler. Ciddiyet, dikkat, ısrar gibi başlıklarla paralellik gösteren bu bireyler, unutkanlık ve bencillik tarzı sıfatlarla uyumluluk göstermezler (Develioğlu ve Tekin, 2013; 19).

Bu kişilik özelliği temelde bireyin ne yönde kontrol ve disiplin sahibi olduğunu ortaya çıkarmaktadır. Bazı araştırmacılara göre bu faktöre bakılarak bireyin başarıya yönelim duygusu ve arzusu belli olurken, kimi araştırmacılar ise bireyin dikkat ve kendini yönlendirme yeteneğine sahip olup olmadığı belirlenir. Bu yapıda olan bireyler her türlü çalışma ortamında kazanma arzusuyla hareket edebilir (Tatlılıoğlu, 2014; 949).

1.6.2.3. Deneyime Açıklık

Deneyime açıklık faktöründe öne çıkan özellikler yeniliklere karşı açık olma, merak eğilimi, esnek ve tecrübe etmekten korkmayan gibi başlıklar altında toplayabiliriz. Bu yapıdaki bireylerin değişim ve yeni fikirlere karşı tutumları pozitif yöndedir (Erkuş ve Tabak, 2009; 217). Deneyime açıklık faktöründe düşük puan alan

bireylerde gözlenen temel durumlar ise geleneklerine bağlı, sabit düşünceli, yeniliklere kapalılık olarak tanımlayabiliriz (Doğan, 2013; 58).

1.6.2.4. Duygusal Tutarlılık

Bu faktörü yüksek olan kişilerde gözlemlenen bir takım özellikler mevcuttur. Öz güveni yüksek olan bu bireyler aynı zamanda karşı tarafa da pozitif etkiler yansıtır. Sakin ve içinde bulunduğu durumu olgunlukla karşılarlar. Duygusal tutarlılığı düşük olan bireylerde gözlemlenen davranışların başında endişeli oluşu, her olaya gereksiz derecede şüpheli yaklaşımı, gerginlik ve olayları içinde yaşaması gibi davranışların var olduğu görülmüştür (Tabak, Basım, Tatar ve Çetin, 2010; 543).

1.6.2.5. Uyumluluk

Beş faktörün sonuncusu olarak incelediğimiz uyumluluğa baktığımızda bu kişilik faktörü yüksek çıkan bireylerin daha verici, mütevazı, grup çalışmalarına yatkın bireyler olduğu gözlemlenmiştir. İş birliği, ortak karara varma gibi konularda uzlaşmacı bir yapı sergileyen bu bireyler çatışma ve gereksiz rekabet gibi durumlardan uzak dururlar. Birleştirici yapıda ve kaos ortamlarında çözüme odaklı davrandıkları görülmektedir (Basım, Çetin ve Tabak, 2009; 22).

Birçok araştırmacı uyumluluk faktörünün düşük olduğu bireylerin daha bencil, sert, karşısındakine güvenmeyen, saldırıya meyilli ve işbirliği konusunda uzlaşmadan uzak tutum sergilediklerini öne sürmüşlerdir (Tatar, Bildik, Saltukoğlu ve Dinçel, 2014; 185).

1.6.3. Minnesota Çok Yönlü Kişilik Envanteri

Bireyin kendini değerlendirmesi amacıyla Hathaway ve McKinley tarafından 1940 yılında ortaya çıkmış bir envanterdir. Kişilik özellikleri ve toplumla birey arasındaki uyumu ölçmek için oluşturulmuştur. Bu kişilik envanteri yapılan bir dizi klinik uygulamasından sonra geçerliliğini kanıtlamıştır. Ülkemize uyarlayan kişi Işık

Savaşır olup, Erol'un hastalar üzerinde yaptığı geniş bir çalışma ile ülkemizde de kullanılabilir olduğu görülmüştür (Uluç, 2008; 58).

Envanter 16 yaş üstündeki ve orta eğitim seviyesinde herkese uygulanabilir. Yapılan testlerde iki şık bulunmaktadır. Bu şıklardan "doğru" ya da "yanlış" seçeneklerinden biri tercih edilir. Envanter içeriğinde birçok unsur incelenmektedir. Bunların başında gelenleri sağlık, psikolojik sorunlar, mesleki ve ailevi problemler, din, cinsellik gibi unsurları sayabiliriz. 566 maddesi ve 10 klinik alttesti ayrıca 3 geçerlik testi bu envanter bünyesinde bulunur (Öner, 1994; 421).

Tablo 3. Minnesota Çok Yönlü Kişilik Envanteri Klinik ve Geçerlik Alttestleri

Klinik Alttestleri	
Hipokondri (Hs)	33 maddedir. Görme, işitme, uyku gibi problemleri değerlendirir.
Depresyon (D)	60 maddedir. Umutsuzluk, kendini değersiz görme gibi depresyon belirtilerini ölçer.
Histeri (Hy)	60 maddedir. Sosyal alanlardaki problemleri belirler.
Psikopatik Sapma (Pd)	50 maddedir. Kişilik bozukluğu, mutsuzluğu, sosyal uyumsuzluğu gösterir.
Maskulinite-Feminite (Mf)	60 maddedir. Korku, endişe, cinsellik gibi konuları inceler.
Paronoya (Pa)	40 maddedir. Paronoid şüpheleri yansıtır.
Psikasteni (Pt)	58 maddedir. Kararsızlık, bunalım, kendine güven eksikliği konularını değerlendirir.
Skizofreni (Sc)	78 maddedir. İlginç düşünceleri, dikkat dağınıklığı, kötü aile unsurlarını ölçer.
Hipomani (Ma)	46 maddedir. Bedensel, ahlaksal, ailesel, hareket ve düşünce hızlanması konularını kapsar.
Sosyal İçedönüklük (Si)	70 maddedir. Karşı tarafa güvensizlik, insanlarla etkileşim problemlerini ortaya çıkarır.

Geçerlik Alttestleri	
L Alttesti	15 maddeden oluşur. Bilerek testte hata yapma eğilimi olanları tespit eder.
F Alttesti	64 maddedir. Kendini olduğundan iyi ya da kötü göstermeyi amaçlayan bireyleri tespit eder.
K Alttesti	30 maddedir. Tutarlılık, ruh sağlığı, test yanıtlama şeklini inceler.

Kaynak: Öner (1994), *Türkiye'de Kullanılan Psikolojik Testler,* s: 422.

1.7. Kişilik Ölçüm ve Teknikleri

Kişilik üzerine araştırma yapanlar, birtakım teknikler ortaya koymuştur. Bu tekniklerin kabul görebilmesi için öncelikle güvenilirliğinin ve geçerliliğinin olması gerekmektedir. Burada güvenilirlik sonuçların ne kadar tutarlı olduğunu gösterirken, geçerlilik ise kullanılan tekniğin ne derece doğru olduğunu göstermektedir (Feist, 1990; 15). Kullanılan tekniğin güvenilir ve geçerli olması birbirine yakın şartlarda, birbirine benzer sonuçların ortaya çıkmasıyla olur (Şencan, 2005; 579).

Genel kabul görmüş kişilik envanterlerine baktığımızda 200–600 arasında değişen madde sayısı vardır. Cevaplama süreleri kısa olup 30 ila 90 dakika arası sürmektedir. Genellikle zaman sınırlaması getirilmez. Herhangi bir ülkede geçerliliği olması için çok sayıda insana uygulanmalı ki içeriğin o ülkeye uygunluğu anlaşılsın. Kişilik ölçüm teknikleri yapısına göre iki grupta incelenmektedir. Bu gruplar "objektif kişilik envanterleri" ve "izdüşümlü kişilik envanterleri"dir. Objektif kişilik envanterlerine beş faktör kişilik, Cattell'in 16PF kişilik envanteri gibi geçerlilik ve güvenilirlik analizleri yapılmış testlerdir. İzdüşümlü kişilik envanterleri ise mürekkep lekesi testi, Rotter cümle tamamlama testi gibi geçerliliği ve güvenilirliği net olmayan envanterlerdir (Şencan, 2005; 577,579).

İKİNCİ BÖLÜM

Araştırmanın bu kısmında örgüt kültürü, örgüt kültürünün ilişkili olduğu kavramlar, örgüt kültürünün bileşenleri ve örgüt kültürü modellerine yer verilecektir.

2. ÖRGÜT KÜLTÜRÜ

Örgüt kültürü, 20. yüzyılın sonlarında karşımıza çıkan bir kavramdır. Yönetimsel hareketin ve grup davranışlarının önemli bir parçası haline gelen örgüt kültürü, günümüzde birçok rekabet ortamında işletmelerin avantaj sağlayabileceği bir unsur olmuştur. Bunun bilincinde olan kuruluşlar hem sürdürebilirlik açısından hem de rekabette bir adım önde olabilmek adına bünyesinde bulundurduğu insanlara örgüt kültürü bilincini aşılamaya önem göstermektedir (Vural ve Coşkun, 2007; 3). Örgüt kültürü üzerinde durulması gereken ve önem arz eden bir konu olduğundan öncelikle kavramları adım adım açıklayarak konumuzda ilerleyeceğiz.

2.1. Örgüt Kavramı

Örgüt, bireylerin bir araya gelerek oluşturdukları yapılardır. Birçok yaklaşıma bakıldığında örgütler için, insani ve teknik değerlerin bütünleşmesiyle oluşan, mekanikten uzak insanların var ettiği, içinde bulunduğu sosyal olgulardan etkilenen yapıya örgüt denmektedir (Şişman, 1994; 5). Daha basit hale getirecek olursak, önceden belirlenmiş birtakım hedef ve amaçlara ulaşmak için işbirliği ve uyum içinde emek harcayan insanların oluşturduğu gruplara örgüt denir (Aytaç, 2004; 191).

Örgütler bünyesinde bazı özellikleri barındırmaktadır. Genel olarak bakacak olursak (Vural ve Coşkun, 2007; 7):

- Belli amaçlar,
- Örgüt üyelerinin görev dağılımı ve faaliyet şeması,

- Üyeler arasındaki hiyerarşik yapı ve uyum,
- Örgüt içindeki bireylerin hedefler doğrultusunda paralellik göstermesi.

Örgüt kavramının en temel öğesi insandır. Bir insanı etkileyen en temel yapı da içinde bulunduğu sosyal çevreye ait kültürdür. Bu açıdan bakıldığında kültür, insan ve örgüt arasında bir bağlantı oluşturabiliriz. Yani örgütü içinde bulunduğu kültürden ayrı düşünmek mümkün olmayacaktır (Şişman, 1994; 5).

2.2. Kültür Kavramı

Kültüre ait birçok tanım ve açıklama yapılmıştır. Temelde kültür kavramına baktığımızda insanların ortaya koyduğu bir bütün ve yaşamın en önemli şartıdır diyebiliriz. Kültür ve insan kavramı birbirine bağlı kavramlardır. Kültür, insanı oluştururken, insan da kültürü oluşturmaktadır. Kültür, bireyin kendinden önceki kuşaktan devralıp, üzerine ekleme yaparak, bir sonraki kuşağa aktardığı bir tür mirastır. İçinde davranış kalıpları, dil, din, gelenek gibi insanı insan yapan unsurları barındıran bir oluşumdur (Güney, 2014; 24–25).

Zaman içinde çok fazla değişime uğrayan kültür kavramı ilk kullanılmaya başlandığında Latincede “cultura” yani ekip, biçmek anlamları taşıyordu. Fakat tarihler ilerledikçe bu kelimeye çok anlam yüklenmiş ve günümüzdeki halini almıştır. Farklı alanlarda araştırmacılar farklı anlamlar yüklemiştir (Unutkan, 1995; 2–3).

Kültür üzerine yapılmış tanımların biride bir gruba, millet ve uygarlığa bir başka millet ve uygarlıkta bulunmayan nitelikleri veren bir olgudur. Maddeler halinde kültürü ele aldığımızda;

- Davranışların yapı ve kalıplarını,
- Nesnelerin ve aletlerin kullanım amaçlarını,
- İnanç, bilgi ve düşünce yapısını,

- Olaylara karşı alınan duygu ve tutumları içinde bulunduran bir yapıdır (Vural ve Coşkun, 2007; 6).

2.3. Kültür Çeşitleri

Kültür birçok şekilde sınıflandırılmıştır. Bu sınıflandırmaların en yaygın olanları ise genel kültür ve alt kültür, maddi kültür ve manevi kültür, karşı kültür olarak karşımıza çıkmaktadır.

Genel kültür, bir topluluğun geçmişi ve çevre koşulları doğrultusunda benimsediği alışkanlık, davranış, değer biçimlerinin tümüdür. Alt kültür, genel kültürü oluşturan, kendine has değer, tutum ve davranışları olan diğer küçük topluluklarla arasında belli farkları bulunan gruplara ait kültürdür. Alt kültürler genel kültürün özelliklerini taşımaktadır.

Maddi kültür, bir topluma ait teknoloji, eser ve aletlerin tamamına verilen isimdir. Topluma ait sanat eserleri, mimarisi, evlerin yapısı yani o toplumun mensupları tarafından el emeğiyle oluşturulmuş ürünlerdir. Manevi kültür, toplumun inancı, konuştuğu dil, ahlak anlayışı, cenaze törenlerinden çocuk yetiştirmesine kadar her anlamda gelenek ve göreneklerin bir araya gelmesiyle oluşan kültür yapısıdır. Maddi ve manevi kültür genel kültürle paralellik göstermektedir.

Karşı kültür, toplumda var olan genel kültür öğelerinin bir kısmına ya da tümüne karşı olan ve bunu yıkmak veya zayıflatmak isteyenlerin oluşturduğu kültür biçimidir. Karşı kültürü oluşturanların en önemli kaynağı alt kültürlerdir. Alt kültür genel kültürden beslenmektedir ancak alt kültür içindeki kimi gruplar alt kültür içinde karşı kültür oluşturabilmektedirler (Köse, Tetik ve Ercan, 2001; 224).

2.4. Örgüt Kültürü Kavramı

Örgüt kültürü iki zor kavramın bir araya gelmesiyle oluşmuştur. Örgüt ve kültür kavramlarını tanımlanmakta zorlanılırken, bu iki kavramın bir araya gelmesiyle

oluşan örgüt kültürü tanım anlamında sıklıkla tartışılan bir konu olmuştur (Işık ve Gürsel, 2009; 190).

Örgüt kültürü için literatürde çok sayıda tanımla karşılaşılmıştır. Bunlardan birkaçına bakacak olursak Schwartz ve Davis'e göre kişi ve grupların davranış, tutum ve hareketlerini önemli ölçüde etkileyen normların oluşmasını sağlayan ve örgüt ya da grup üyelerinin ortak inanç ve beklentilerinin bütünüdür. Bir başka yaygın olarak kullanılan kavrama bakıldığında, insanların nasıl tutum sergileyeceği ile ilgili olan inançlar ve hangi amacın onlar için önem taşıdığının ayırt edilmesini sağlayan değerlerin bir araya gelerek oluşturduğu kümedir (Karahan, 2006; 458).

En kabul gören tanımlardan biri de Schein'ın örgüt kültürü tanımıdır. Bir örgüt veya grubun etkin olarak çalışabilmesi için gerekli olan ve yeni üyeler tarafından da benimsenen, dışsal bütünleşme ve içsel uyumu sağlamaya yönelik yaklaşımlara "örgüt kültürü" denir (Soyşekerci, 2012; 175).

Örgüt kültürünü örgütü bir arada tutan tutkala benzetebiliriz. Çünkü örgütü örgüt yapan bütün unsurlar örgüt kültürü çatısı altında birleşmektedir. Örgüt kültürü üzerine konuşulması gereken bir diğer önemli durum ise ulusal kültürden bağımsız olmamasıdır. Milli kültürün bir alt sistemini oluşturmaktadır. Bütün bu yapılan açıklama ve özelliklerden sonra sonuç olarak örgüt kültürü, üyelerce paylaşılan, diğer örgütlerden ayıran, örgüte bir kimlik veren ve ulusal kültürle paralellik gösteren norm ve simgelerdir (Şahin, 2010; 24).

2.5. Örgüt Kültürünün Tarihsel Gelişimi ve Oluşumu

20. yüzyılın başlarında Bernard ve Mayo tarafından örgütlerde biçimsel olmayan yapılar dikkate alınarak örgütlerin doğası, değer ve normları incelenmiştir. Daha sonralarda Katz ve Kahn tarafından, her örgüte ait kendisine has bir kültürü olduğu vurgulanmıştır. Örgüt kültürü üzerine yapılan ilk çalışmalar daha çok 1960'lı yıllarda yoğunluk kazanmış Barry Turner "Endüstriyel Alt Kültürün Keşfi" ve Pettigrew ise "Örgüt Kültürleri Üzerine" adlı makaleler yayımlamıştır.

1980'lerde Business Week ve Fortune dergisinde örgüt kültürüne ilişkin yazılar yayımlanmasıyla sadece akademik mecrada değil kamuoyunda da popülerlik kazanmaya başlamıştır. Kültür fikriyle örgüt kavramının bir arada kullanılması antropologlar, iletişim bilimciler, sosyal psikologlar ve örgüt bilimciler gibi camialarda ilgiyle karşılanmıştır (Güney, 2012; 6).

Örgüt kültürünün oluşumunda çeşitli etkenlerden bahsetmek mümkündür. En önemli rollerden biriside bu örgütü, kurum ya da grubu kuran kişiye düşmektedir. Kurucunun sahip olduğu kişilik yapısı örgütün üzerine doğrudan etki edecektir. Bir diğer önemli etken ise örgütün üyeleridir. Bunlara çalışanlar, öğrenciler, aile bireyleri gibi örnekler verebiliriz (Güçlü, 2003; 148).

Örgüt kültürünün ortaya çıkışı dinamik bir süreçten geçer. Bir kurum üzerinden örgüt kültürünü oluşturan unsurları sıralayacak olursak;

- Davranış açısından güvenlik oluşturma,
- Bütünleşme ve aidiyetin aşılanması,
- Birlik duygusu,
- Temel değerler üzerinde durulması,
- Kişiler arası iletişimin sağlanması,
- Çalışanların uyumu,

gibi birçok maddeyi alt alta sıralayabiliriz (Karahan, 2006; 460) .

2.6. Örgüt Kültürünün Önemi ve Yararları

Yaşadığımız bu dönemde örgüt içi kültür, kurum ve kuruluşların rekabet avantajı açısından önemli bir rol oynamaktadır. Bir organizasyona ait kültür, amaç, strateji ve organizasyon politikalarının belirlenmesinde etkilidir. Organizasyonun kültürünün iyi olması durumunda yöneticilere strateji belirleme ve yürütmede çok büyük artılar

sağlayabilir. Ayrıca kurum ve kuruluşlarda oturmuş olan güçlü kültür bilinci çalışanların yapacağı davranışlarda belirleyici olacaktır (Eren, 2001; 166).

Örgüt kültürünü önemli kılan bir diğer unsur ise en alt kademeden en üst kademeye kadar uyum ve ortak payda içinde dinamik bir şekilde çalışma ortamını sağlamasıdır. Örgüt içinde gizli bir kontrol mekanizması görevi görmektedir. Birçok belirsizliği ortadan kaldırarak, kimin nasıl ve ne şekilde çalışacağına açıklık getirir. Görünmeyen bir bağlılık duygusu entegre eder (Şahin, 2010; 25).

Örgüt kültürü, rekabet avantajı, işletmenin amaçları, stratejileri, belirlenen stratejinin yürütülmesinde yöneticilerin işlerini kolaylaştırma gibi unsurlarda önemli rol oynamakta ve işletmelere kolaylık sağlamaktadır. Örgüt kültürünün sağladığı yararlar altı madde altında toplanabilir;

- Çalışanların belli değer ve standartları anlamalarına böylece kendisinden beklenenin farkına varmasını ve bu yolda neler yapması gerektiğini algılamasına yardımcı olur. Yöneticiyle daha uyumlu çalışmasına yardımcı olur.
- Yeni yöneticilerin bilgi, yetenek, tutum ve davranış gelişimlerine katkı sağlar.
- Biz duygusu aşılar, örgüt içindeki iletişimi güçlendirir ve gruplaşmayı önler. Bireyleri birbirine ve işletmeye bağlamaya yardımcı olur, örgüt iklimini olumlu yönde geliştirir.
- Olası örgüt içindeki çatışmaları, geliştirilmiş olan uygulama ve süreçlerle azaltır.
- Örgüt kültürü, sembol, kahraman, hikaye gibi bileşenlerle nesilden nesile aktarılarak örgütün devamlılığı sağlanır.
- Kültür, kimliğe benzer ve örgüt hakkındaki yorumlar örgüte ait olan kültürle yapılır (Tozkoparan ve Susmuş, 2001; 209).

2.7. Örgüt Kültürünün Özellikleri

Örgüt kültürünün temel özelliklerine baktığımızda bunu dört temel başlıkta toplayabiliriz;

- Örgüt kültürü esas olarak sonradan kazanılmış bir olgudur. Üst kademe yönetici ve liderlerin empoze ettiği davranışlar örgüt üyelerini etkiler ve bireysel kültürü oluşturan tutumlar sonradan öğrenilmiş olur.
- Örgütsel kültür grup üyelerince paylaşılabilir olmalı. Örgüte has ortak özelliklere üyelerin inanması, saygı duyması ve bu özellikleri yaşaması gerekir.
- Örgütsel kültür yazılı değildir. Üyelerin bilinç ve belleklerinde yer alır.
- Örgüt kültürü sürekli olarak tekrarlanan ve belli davranışsal kalıplar şeklindedir (Eren, 2001; 138–139).

Ayrıca birçok yazarın hem fikir olduğu örgüt kültürüne ait belli başlı 10 karakteristik özellik mevcuttur;

- Bireysel teşebbüs, üyelerin örgüt içindeki sorumluluğu,
- Risk toleransı, bireyler için uygulanan belli sınırlar,
- Yön, amaç ve beklentiler,
- Birleşme, koordineli çalışmaya teşvik,
- Yönetim desteği, üst kademenin alt kademeye sağladığı yardım ve destek,
- Kontrol, kural ve düzenler,
- Benlik, bireylerin örgüte karşı aidiyet duyguları,
- Ödül sistemi, ödül ve maaşların çalışanların performansına göre dağılımı,
- Çatışma toleransı, çalışanların kendilerini savunması için gösterilen destek,
- İletişim kalıpları, üst ve ast arasındaki iletişim düzeni (Özkalp, 1998; 98–99).

2.8. Örgüt Kültürünün İlişkili Olduğu Kavramlar

Örgüt kültürünün oluşumuna etki eden birçok faktör vardır. Bunlar örgüt kültürüyle birlikte anılan ve örgüt kültürünün ortaya çıkmasında önemli rol oynayan etmenlerdir. Bu kavramlardan en etkili olanları bu başlık altında inceleyeceğiz.

2.8.1. Örgüt Kültürü ve Örgüt İklimi

Örgüt iklimi, bireylerin işletme içindeki çalışma ortamının nasıl bir yapı içinde olması gerektiğine dair beklentileriyle, bu beklentinin ne kadarının karşılandığı algısının sonucunda oluşan havadır. Örgüt iklimi daha çok örgüt kültürüyle çalışanların değerleri arasındaki uyumu ölçer (Karcıoğlu, 2001; 271). Örgüt iklimine dair yapılan ilk çalışmalarda örgüt iklimi kavramı, çalışan bireylerin çalıştıkları ortam ve çevresinden, direk ya da dolaylı yoldan algılanan, motivasyon ve davranışlara etki edebilen, ölçülebilir değerlerin toplamı olarak ifade edilmiştir (Hofstede, 1990; 292).

Örgüt kültürü ve örgüt kimliği birbirleriyle iç içe geçmiş bir kavramdır. Çoğu zaman eş anlamlı gibi anıldığı olmuştur. Ancak örgüt kültürü sosyolojik ve toplumla ilgili temel ilkelere bağlıyken, örgüt iklimi ise daha psikolojik ve bireyseldir. Örgüt kültürü kalıcı ve zor değişen bir yapıdır. Örgüt iklimi ise daha anlık ve dönemseldir. Bu aradaki farklara rağmen birbirini çok fazla etkileyen kavramlardır (Karcıoğlu, 2001, 271).

Örgüt iklimi liderler ya da örgüt içindeki söz sahibi insanlar tarafından etkilenebilir ve değiştirilebilir. Örgüt kültürüne bakıldığında ise daha derin ve köklü, geçmişten beslenen, kişiler tarafından değiştirilmesi zor bir oluşumdur (Denison, 1996; 644).

2.8.2. Örgüt Kültürü ve Örgüt Kimliği

Örgüt kimliği kavramı da örgüt kültürü kavramıyla karıştırılan ancak farklılıkları olan kavramlardır. Örgüt kimliği genel olarak iç ve dış çevrede oluşturulmak istenen imajı temsil etmektedir. Örgüt kimliği, örgüte ilişkin logo, renk, amblem gibi görsel unsurlarla birlikte, örgütün iç ve dış yapıdaki iletişim ve davranışları aynı zamanda bütün örgüt kültürü unsurlarından da etkilenir. Örgüt kültürü ve örgüt iklimi arasındaki en temel farklılık ise örgüt kimliği bilinçli bir şekilde oluşturulmaya çalışılır ancak örgüt kültürü daha ziyade bilinçsizce oluşur. Örgüt kültürü daha çok örgüt içi bir faktördür. Örgüt kimliği, örgütün dışarıdan nasıl göründüğüyle ilgilidir (Unutkan, 1995; 54).

Örgüt kimliği, örgütün "kim olduğunu", "ne yaptığını" ve "nasıl yaptığını" gösteren ürün ve hizmetleri içeren yapıdır. Örgütün vermiş olduğu ürün ve hizmet kimliğin somut delillerinden olup, çalışılan mekanlar, binalar, kılık-kıyafet biçimi bunu pekiştirir. Örgüt kültürü, örgütün içyapısıyla daha çok ilgilidir, örgüt kimliği ise örgütün dışarıya nasıl yansıdığıdır. Bunlar göz önüne alındığında iyi bir dış görünüşün en önemli belirleyicisi iyi bir içyapıdır (Oktay, 1996; 341).

2.8.3. Örgüt Kültürü ve Örgüt Stratejisi

Rekabetin sürekli olarak artması ve tüketici tutum ve davranışlarının değişmesini ele aldığımızda, örgüt kültürü ve örgüt stratejisi paralellik göstermesi önem arz etmektedir. Hofer ve Standel stratejiyi, örgüte ait kaynak, yetenek, fırsat ve risklerin örtüşmesi olarak açıklamıştır. Kültür ile strateji arasında bir uyum söz konusuysa kültür stratejinin özümsenmesini kolaylaştırır aksi takdirde değişimi zora sokan bir unsur olarak karşımıza çıkar (Murat ve Açıkgöz, 2007; 3).

Peters ve Waterman örgütsel başarı ve doğru strateji oluşturmada örgüt kültüründe etkili olan temel düşünce ve unsurları aşağıdaki şekilde sıralamıştır:

- Hareketlilik ve aksiyona hazır olmak,
- Müşteriye yakınlık,
- Otonomi ve girişimcilik,
- İnsanlar aracılığıyla verimlilik,
- Denetimci bir yapı,
- Bildiği ve deneyim sahibi olduğu işi yapma,
- Basit yönetim yapısı,
- Esnek ve sıkı organizasyon.

Stratejilere uygun bir örgüt kültürünün oluşturulması temel hedeflerden biri olmalıdır (Ülgen ve Mirze, 2007; 383–384).

2.8.4. Örgüt Kültürü ve Örgütsel İletişim

Kültür günümüze kadar iletişim yoluyla aktarılmıştır. Örgüt içindeki kültürde de durum böyledir. Etkin bir haberleşme ve iletişimle örgüt içindeki bireylerle etkileşim halinde olma durumunda örgüt mensupları örgütün kültür ve yapısını daha iyi benimser ve tanır (Oktay, 1996; 350).

Örgütsel iletişime bakıldığında örgüt içindeki bireylerin arasında paylaşılan anlam, değer ve inanç gibi unsurların gelişmesinde yardımcı olan bir yapı olarak görülmektedir. Örgüt kültürü kapsamında örgütsel iletişimin iki yönünden söz edebiliriz. Bu iki yönden ilki imkan vermedir. Örgüt mensuplarının sosyalleşmesi, sorumluluklarının hafiflemesi, statü kazanmaları ve bireysel amaçlarını gerçekleştirmesi anlamında iletişimin imkan veren ve olanak sağlayan bir yapısının olduğu görülür. İletişimin örgüt kültürü içindeki diğer yönüne verilen isim ise zorlamadır. Örgüt üyeleri ideoloji, milliyet, yaş ve cinsiyet gibi bazı özellikleri göz önüne alarak iletişime geçmektedir. Bu da üyeler arasında olumsuz etki ve engellenme hissi oluştururken bazı gruplaşmalar söz konusu olabilir. Bu gruplaşmalar bütünlüğe zarar verebilmektedir (Durğun, 2006; 126).

2.9. Örgüt Kültürünün Bileşenleri

Birçok örgütsel kültür örneğinde o örgüte ait birtakım olgular vardır. Bunlar örgütün derinliklerinde bulunur ve çevrede neler olup bittiğini, hangi davranışı sergilemesi gerektiğini gösteren olgulardır. Örgüt için önemli olan unsurları örgüt çalışanlarının hatırında tutmak için yardımcı olan bileşen ve elemanlardır (Özkalp, 1998; 112). Bu bölümde bu elemanları tek tek ele alacağız.

2.9.1. Varsayımlar

Örgüt üyelerinin günlük davranış ve tutumlarını en çok etkileyen bileşenlerden biridir. Varsayımlar, çalışanların algı ve düşüncelerini yönlendirir ve örgütsel yaşama dair doğru - yanlış kalıplarını oluşturur. Varsayımlar bilinçsizce oluşur ve üyeler bu varsayımları ihlal etmeyi düşünmezler (Güçlü, 2003; 152).

Örgüt kültürünün gözlenmesi en zor bileşeni olan varsayımlar, çalışanlara örgütün neden dışarıya karşı varlığını sürdürmesi gerektiğini, örgüt içindeki sorunları, bu sorunların çözüm yöntemlerini, belli bir düşünce kalıbı halinde geçmesini sağlar (Gizir, 2008; 189).

2.9.2. Normlar

Normlar, örgütün kültürel yapısına uygun bir biçimde, örgüt üyelerince benimsenen davranış kural ve kalıplarıdır. Örgüt belli problemler karşısında izlediği yolda başarı gösterirse bu izlediği yolda takındığı tutum ve davranışlar değiştirilmesi zor olan normlara dönüşür (Örücü ve Yıldız, 2012; 134).

Olumlu ya da olumsuz ve yazılı ya da yazısız şekilde karşımıza çıkan normlar iş görenlerin davranış sınırlarını belirler (Çırpan ve Koyuncu, 1998; 226). Örgüt içindeki rol sahiplerinin uymaları gereken kurallar ve ölçülerdir. Bir örgütün kültürü oluşturulurken örgütün bünyesindekilerin kültürel normlarını bilmek ve belirlenecek

kural ve kaideleri bu normlara uydurmak gerekmektedir (Köse, Tetik ve Ercan, 2001; 225).

2.9.3. Değerler

Bireylerin davranış ve tutumlarındaki ölçüyü belirleyen kavrama değer denir. Örgüt içindeki bireylerin yaptığı çalışmaları, nitelendiren ölçüttür. Üyelerin davranışlarının örgüt ile uyumlu olup olmadığını değerler sayesinde anlarız. Örgütün kültürel değerlerinin belirleyicisi ise gelenek, görenek, adet ve inançlardır. Bu unsurlar neyin iyi ya da kötü veya neyin doğru ya da yanlış olduğunu belirleyen değerleri oluşturur (Köse, Tetik ve Ercan, 2001; 225).

Değerler, önemli yaşam hedefleri ve bireyin yaşamını yönlendiren standartlardır. Örgüt içindeki değerlerin en önemli rollerinden biri örgüt mensuplarının bir sorunla karşılaşması durumunda nasıl bir yol izlemeleri gerektiğini gösterir. Karşılaşılan sorun olumlu bir yönde aşıldığı takdirde ortaya konan değer biçimlenmeye başlamaktadır (Örücü ve Yıldız, 2012; 134).

Değerlerin iki ölçüde ele alındığı görülmüştür. Bunlar; kullanımda olanlar ve örtük değerlerdir. Kullanımda olan değerler çalışanların günlük yaşantılarında uyguladıkları değer ölçütleri iken, örtük değerler sembolik olarak var olan çok sık başvurulmayan değerlerdir (Awbrey, 2005; 7).

2.9.4. Mitler

Örgüt değerleriyle uyum halinde olan, kurucularla ya da iş görenlerle ilgili ilginç olaylar zamanla belirli bir anlam yüklendiğinde mit olarak anılır. Örgüt ya da örgüt mensuplarıyla birlikte anılan örnek davranış ve tutumlar da mitleşebilir. Fakat bu illa ki pozitif yönde olmaz bazen bu öyküler, tutumlar ve davranışlarda negatif etkilerde bırakabilir. Aidiyet duygusu aşılayan mitlere pozitif etkili mitler diyebiliriz. Örgüte karşı bir gruplaşmaya sebep olduğunda, bölünme gibi tehlikelere yol açtığında bu mitler negatif etkilidir (Güçlü, 2003; 154).

2.9.5. Semboller

Güçlü kültüre sahip olan örgütler, örgüte ışık tutan, güçlü bir duruşu olduğunu gösteren semboller kullanırlar. Örgüt kültürünün benimsenmesinde, akılda kalmasında semboller önemli yer tutar. Duyguyu harekete geçiren ve hem örgüt üyelerince hem de dış çevrede heyecan uyandıran bir özelliğe sahiptir. Örgütün tanınmasına da destek verir (Ören, Erdem ve Kaplan, 2005; 7).

Sembol birçok alanda kullanılır. Sembol, bir toplumu ya da kültürü temsil etmekte kullanılan bir değerdir. Semboller belirli fikirleri temsil eder ve çağrışım yolu ile o fikre sahip olanları aynı çatı altında toplar. Aynı kültüre sahip olmanın göstergelerinden biri olan semboller, örgüt kültürü içinde önem arz eden bir yapıya sahiptir (Köse, Tetik ve Ercan, 2001; 226).

2.9.6. Kahramanlar

Bir kültürün güçlenmesi için kahramanlara ihtiyaç duyulur. Bunlar hedefe giden yolda faydalı olmuş, örgütle bütünleşmiş kişilerdir. Yol gösterici ve ortaya koyulan davaya inanmış, örgüt üyelerini bu davada ateşleyecek bireylerdir. Model oluşturan ve örgütün üstlendiği rolün en iyi uygulayıcısıdırlar (Ören, Erdem ve Kaplan, 2005; 7). Bu kahramanlar bazen örgüt dışına verdiği enerji olarak bazen ise örgüt üyelerini motive edici bir unsur olarak görülür (Çırpan ve Koyuncu, 1998; 227).

2.9.7. Seremoniler ve Törenler

Seremoniler, örgütün bütünleşmesi ve bir araya gelmesi için yapılan özel faaliyetlerdir. Burada amaç örgüte başarılı bir şekilde hizmet etmiş olan, değer ve normlara özen gösteren kişileri tanıtmak ve anmaktır. Bu kişiler diğer üyelere örnek gösterilir, ödüllendirilir ve yad edilir (Ören, Erdem ve Kaplan, 2005; 7).

Nelson ve Cample örgütlerde altı çeşit törenin varlığını saptamışlardır:

- Statü töreni, statülerdeki değişimi gösterir.
- Teşvik törenleri, başarıya destek amacı taşır.
- Yenileme töreni, değişime yönelik organizasyonlardır. Bir kurumun eğitim merkezi açması örnek gösterilebilir.
- Bütünleşme törenleri, örgüt genelinde yapılan piknik ve yemek gibi organizasyonlarla örgüt içindekilerin birbiriyle bağ kurmasını amaçlar.
- Çatışmayı azaltıcı törenler, anlaşmazlıkları ve tatsız durumları gidermeyi amaçlar.
- Derece indirme, örgüt içindeki norm ve değerlere uymayan, etik dışı davranan bireylere uygulanır. Bu iş yapılırken abartılı gösterilir çünkü diğer üyelere emsal olması amaçlanır. Mesela Japonya'da örgüt içinde örgüte uymayan davranış sergileyenlere kırmızı kurdele takılır (Güçlü, 2003; 152).

2.9.8. Hikayeler

Örgütün geçmişi ile geleceği arasında köprü kuran ve biraz abartılarak anlatılan kültür taşıyıcılarıdır. Hikayelerde de amaç diğer bileşenlerle benzerdir. Çalışanların tutum ve davranışlarına yön vermek ve örgüt hakkında önemli ipuçları vermek amaçlanır. Çalışanlara içinde bulundukları örgütün bugünlere nasıl geldiğini, örgütün nasıl bir politika izlediğini daha iyi anlatmak için anlatılır. Joanne Martin ve araştırmacıların yaptıkları çalışmalara göre belirli konularda hikayelerin aktarıldığı gözlemlenmiştir. Patron hikayeleri, kovulma hikayeleri, düşük seviyede bir çalışanın nasıl yükseldiği, krizlerde şirketin tutumuna ilişkin konulara ait hikayelerin daha çok sayıda olduğu görülmüştür. Hikayelerin daha çok yeni bir çalışanın adaptasyon sürecini atlatmasında yardımcı olduğunu söyleyebiliriz (Güçlü, 2003; 153).

2.9.9. Dil

Örgütün kullandığı dilde o örgütün bir aynasıdır. Kültürel fikirlerin algılanmasına ve paylaşılmasına destek olur. Hikayeleri, normları, değerleri ve diğer bütün bileşenleri aktarmada dil kullanılır. Çalışanların kullanmış olduğu dil, özellikle dış ilişkilerde o örgütün kültürünü yansıtır ve belli bir izlenim oluşturur (Özkalp, 1998; 116).

Kültürel farklılıklardan dolayı örgüt içinde kullanılan dil farklılıklar gösterir. Bazı kelimeler o örgüt içinde farklı anlamlar kazanabilir. Yeni katılan bir üyenin örgüte alışıp alışmadığı örgüte has kullanılan dili benimsemesinden anlaşılabilir (Çırpan ve Koyuncu, 1998; 226).

2.10. Örgüt Kültürünü Oluşturan Aktörler

Örgüt kültürünün oluşumunda bileşenler önemli rol oynamaktadır ancak bu bileşenleri harekete geçirecek bireylere ihtiyaç duyulmaktadır. Bu bireyler belirleyici rol oynamaktadır. Bu birey grupları beşe ayrılır; girişimciler, yönetim kurulu, tepe yöneticiler, insan kaynakları yöneticileri ve aktivistler.

Girişimciler; yöneticilerden farklıdırlar. Kültürel iklimi etkiler, risk alır, kar elde etmeyi amaçlar, şirkete yeni hedefler belirlerler bu sebeple yöneticilerden farklı bir kültür oluştururlar. Örgütsel değer ve inançlar girişimcinin davranışıyla şekillenir. Yönetim kurulu; yol gösterici ve yönlendiricilerdir. Örgütün politikasını, programını ve ilkelerini belirlerler. Tepe yöneticilerin kim olacağına karar veren yapıdır. Tepe yöneticiler; örgüt üyelerine kimlik duygusu aşılarlar, üyeleri belirli ortak değer etrafında toplarlar, sosyal yapının dengesini sağlarlar, çalışanların davranışlarını şekillendirirler. İnsan kaynakları yöneticileri; çalışanların motivasyonlarıyla ilgilenirler, eğitim planlamasından sorumludurlar, üyelerin şikayetlerine yönelik çözüm geliştirirler, performansa dayalı yükselme olanağı sunarlar, örgüt üyelerinin seçiminden sorumludurlar, örgüt üyelerinin alacağı ücreti rasyonel ve verimli bir şekilde dengede tutarlar. Aktivistler; uygulayıcı rolündedirler, yaptıkları iş için para

alırlar, hedefleri reform yapmaktır, çalışanları harekete davet ederler ve bu şekilde başarıya ulaşılmasını sağlarlar (Soyşekerci, 2012; 182–186).

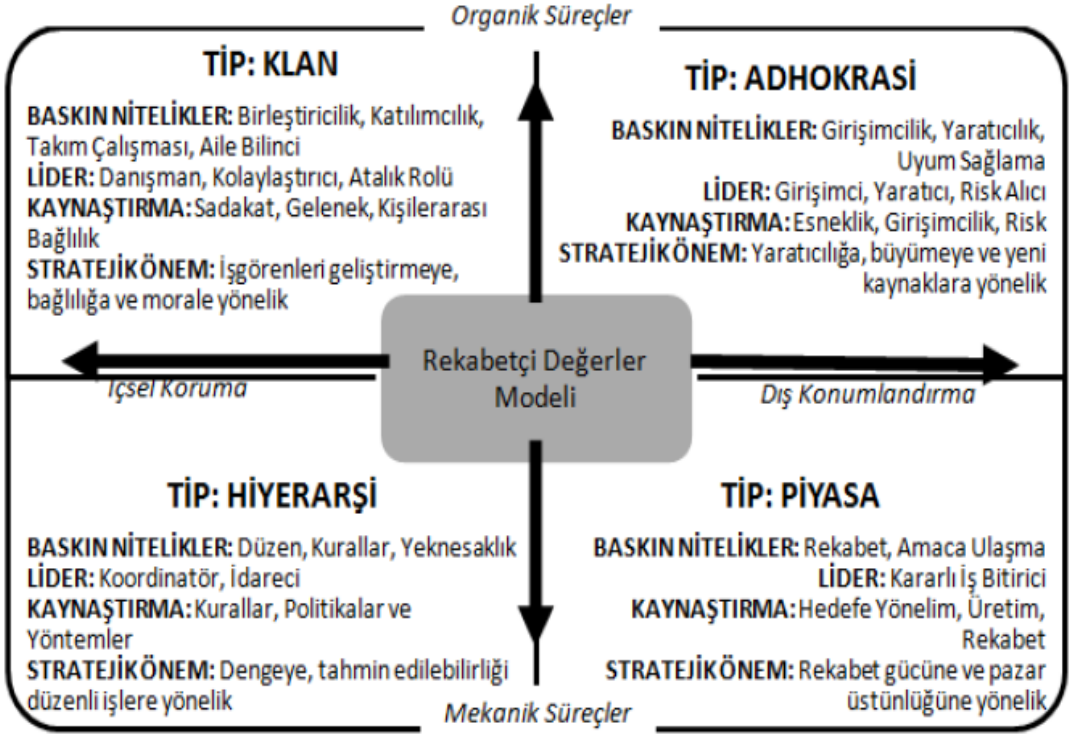
2.11. Örgüt Kültürü Modelleri

Örgütün ne tarz bir kültüre sahip olduğunun anlaşılmasına yardımcı olan birtakım modeller geliştirilmiştir. Örgütlerin yapıları insanların parmak izleri gibidir. Her örgütü diğerlerinden ayıran özellikler mevcuttur. Bu açıdan birçok örgüt kültürü modeli ortaya çıkmış ve her araştırmacı farklı kriterleri göz önüne almıştır. Yapılan araştırmalardan öne çıkanları ana hatlarıyla ele alacağız (Unutkan, 1995; 56).

2.11.1. Quinn ve Cameron Modeli

Quinn ve Cameron, yaptığı araştırmalarda örgütsel kültür ile örgütsel başarı arasındaki ilişki üzerinde durmuştur. Bu iki unsur arasındaki ilişkiyi ölçen Quinn ve Cameron, bir model geliştirmişler ve buna “Rekabetçi Değerler” adını vermişler. Rekabetçi değerler modelini anlaşılabilir, basit bir şemayla açıklamışlar (Vural, 2005; 88).

Şekil 2. Quinn ve Cameron Rekabetçi Değerler Modeli



Kaynak: docplayer.biz.tr/4900744-Orgut-kulturu-orgutlerdekultur-olusumuve-yaklasimlari.html

Quinn ve Cameron tarafından oluşturulan şema iki eksenden meydana gelmektedir. Dikey eksen, organik ve mekanik süreçleri göstermektedir. Organik süreçler, örgütteki esnekliğe, doğaçlamaya önem gösteren bir yapıyken, mekanik süreçler ise disiplin, düzen ve dengeye vurgu yapmaktadır. Yatay eksene baktığımızda içsel koruma ve dış konumlandırmadan oluşmaktadır. İçsel koruma, bütünleşmeyi, dış konumlandırma ise esnekliği ifade etmektedir (Eren, 2001; 148).

Şema, dört farklı kültür yapısından bahsetmektedir. Şemadaki kültür yapılarını açıklayacak olursak;

Adhokrasi Kültürü: Örgüt nitelik ve yönetim bakımından girişimci bir yapıdadır. Esneklik ve tolerans ön plandadır. Yeni pazarlara yönelim, yeni alanlara doğru ilerleme önem taşır (Vural, 2005; 90).

Klan Kültürü: Birlik beraberliğin, katılımın, uyumun, değer paylaşımının ön planda olduğu bir kültürdür. Liderler, yol gösterici görevi üstlenirler. Akıl hocası hatta bir ebeveyn gibi düşünen lider olgusu vardır. Dostça ilişkilerin, sadakatin ve geleneklere bağlılığın üst düzeyde olduğu gözlemlenir. Sağlık kurumları, üniversitelerde bu tarz bir kültür mevcuttur (İşcan ve Timuroğlu, 2007; 123).

Hiyerarşi Kültürü: Bu örgütlerde bürokratik kurallar işler. Başarı, etkinlik ve verimlilik odaklıdır. Kurallar işletmeyi bir arada tutar. Düşük maliyetle önemli hedefler başarmak amaçlanır (Öcal ve Ağca, 2010; 167).

Pazar Kültürü: Dış odaklı, rekabetçi örgüt kültür türlerindendir ancak kontrol yönü olan ve durağan yapıya sahiptirler. Kişisel çıkarlar doğrultusunda hareket edilir. Pazar payının artışı, kar gibi somut verilere göre değerlendirme yapılır. Hızlı ve yarışmacı liderler mevcuttur. Örgütü motive eden duygu kazanma arzusudur (Erdem, 2007; 66).

2.11.2. Deal ve Kennedy Modeli

Deal ve Kennedy yaptıkları araştırmada çevre ve örgüt kültürü arasındaki bağlantıyı iki boyutlu değişken ve dört değişik kültür biçimiyle açıklamaya çalışmıştır. Bu iki boyutlu eksenden biri, stratejik kararların taşıdığı riskler üzerineyken diğeri ise kararın başarısına ilişkin çevreden gelen tepkilerin hızıdır (Eren, 2001; 152).

Tablo 4. Deal ve Kennedy Örgüt Kültürü Modeli

	Yavaş	**Hızlı**
Yüksek Risk	Yetki Kültürü	Atılgan Kültür
Düşük Risk	Kapalı Hiyerarşi Kültürü	Aktivite Kültürü

Kaynak: Vural (2005), Kurum Kültürü, s: 85.

Atılgan Kültür: Belirsizliğin ve riskin yüksek olduğu, geri bildirimin hızlı olduğu çevre koşullarında ortaya çıkar. Başarı bireysellik odaklıdır. Ödüllendirme bireysel performans doğrultusunda düzenlenir. Kozmetik, reklam gibi prim odaklı işlerde daha çok görülür (Gülova ve Demirsoy, 2012; 54).

Yetki Kültürü: Geniş çapta yatırım yapan, ciddi risklere giren örgütlerde gözlemlenir. İzlenen stratejinin başarılı olup olmadığı uzun bir süre sonra belli olur. Riskin yüksek, geri bildiriminde ağır olduğu örgütlerdir. Ağır sanayi, uzay çalışmaları, büyük işletmelerin Ar-Ge bölümlerinde bu kültüre rastlanır (Unutkan, 1995; 65).

Kapalı Hiyerarşi Kültürü: Bu kültürde işletme çalışanları oldukça ağır ve yavaş çalışır. Hata yapmamak önem taşımaktadır. Yönetimin inandığı ve güvendiği yolu izlemek gerekmektedir. Bu kültüre örnek sektörler, sigorta, kamu kurumları, kredi ağırlıklı çalışan bankalardır (Vural, 2005; 87).

Aktivite Kültürü: Düşük risk, geribildirim yüksektir. Müşteri odaklıdır. Geleneksel kural ve kaideler benimsenir. Otomotiv sektöründe sık rastlanan bir kültür yapısıdır (Gülova ve Demirsoy, 2012; 54).

2.11.3. Ouchi'nin Z Modeli

Japon Profesör William G. Ouchi tarafından geliştirilmiş bir modeldir. Z teorisi adını verdiği bu model, üç ayrı grup işletme üzerinde çalışılarak oluşturulmuştur. İlk grup sıradan Amerikan şirketleri, ikinci grup sıradan Japon şirketleri ve üçüncü grup Z tipi Amerikan şirketleridir (Özkalp ve Kırel, 1998; 104). Z tipi Amerikan şirketlerinden kasıt, başarılı Japon yönetim kültürünü, Amerikan şirketlerine uyarlamadır. Ouchi, Z yönetim teorisi adını taşıyan kitapta başarılı Amerikan işletmelerinde kullanılan Z tipi yönetim kültürünü örnek vererek diğer Amerikan işletmelerine isterlerse Japonların en büyük başarı silahı olan bu yönetim tarzının kendi firmalarına uygulayabileceğini göstermektir (Eren, 2001; 158).

Z tipi adı verilen işletmelerin bünyesinde bulunan nitelikleri şu şekilde sıralayabiliriz;

- Uzun süreli istihdam,
- Uzun vadeli değerlendirme ve terfi mekanizması,
- Çapraz işlevli kariyer,
- Kontrol mekanizması ve yönetim felsefesi uyumu,
- Katılım ve çoğunluktan yana karar verme,
- Ortak değerlere bağlılık ve sorumluluk eğilimi,
- Birlik, bütünlük ve özgecilik,

Maddelerden anlaşılacağı gibi bu örgüt ve yönetim tarzında sorumluluk ve karşılıklı güven ortamına dayanan bir yapı benimsenmektedir (Aydoğan, 2004; 3).

2.11.4. Harrison ve Handy Modeli

Farklı zamanlarda yaşayan iki araştırmacı benzer kültür tipleri ortaya koymuşlardır. Harrison ve Handy dört farklı kültür yapısından bahsetmektedir. Bunlar güç, rol, görev ve birey kültürü olarak sınıflandırılmıştır. Bu kültür çeşitlerine bakacak olursak;

Güç Kültürü: Karar mekanizması tamamen tepe yönetime aittir. Çalışanların kararlarda rolü çok azdır ve bu kararlara uymaları beklenir (Ordun ve Demirbaş, 2012; 107). Güç belirli kişilerin elinde bulunmaktadır. Karar verme yetkisine sahip olan kişilerin örgütten ayrılma durumunda örgütün çöküntüye uğraması muhtemeldir. Küçük ve orta boy işletmelerde görülen bir örgüt kültürü türüdür (Özdevecioğlu ve Çelik, 2009; 100).

Rol Kültürü: Mantığın ve rasyonelliğin ön planda olduğu kültür çeşididir. Statü ve statüye uygun roller önem arz eder. Sorunların ve anlaşmazlıkların önceden

belirlendiği bürokratik bir yapı hakimdir. Devlet kurumları ve bankalarda sık görülen bir kültür yapısıdır (Gulova ve Demirsoy, 2012; 54).

Görev Kültürü: Başarı odaklı kültür biçimidir. Her departmana ayrı başarı kriterleri belirlenmiştir. Üretim departmanının başarı kriteri kaliteli ürün ortaya koymakken, pazarlama departmanı ise satış odaklı düşünmesi gerekmektedir. Başarının türüne, yapısına göre kurallar esnetilebilir (Ordun ve Demirbaş, 2012; 107).

Birey Kültürü: Birey odaklı olup, bireylerin bilgi, tecrübe, yetenek, performans gibi unsurlarla sonuç elde etmeleri istenir. Örgütsel yapı bireylerin ihtiyaçlarına karşılık vermek ve onlara destek sağlamak için vardır. Çalışanlar örgütü kendi kariyerlerinde istedikleri yere gelmek için kullanırlar. Avukatlık, mali müşavirlik büroları ve üniversiteler gibi örgütleri örnek gösterebiliriz (Özdevecioğlu ve Çelik, 2009; 100).

2.11.5. Peters ve Waterman Modeli

Peters ve Waterman adındaki iki araştırmacı 1982 yılında "Mükemmeli Arayış" adında bir eser ortaya koymuşlardır. Amerika'nın IBM, Walt Disney Productions gibi önde gelen şirketlerinin başarısının nedenlerini araştırmışlardır. Bu araştırma doğrultusunda örgüt kültürünü oluşturan mükemmellik niteliklerini belirlemişlerdir (Aydoğan, 2004; 205).

Peters ve Waterman mükemmel nitelikleri sekiz madde halinde sıralamıştır (Özkalp ve Kırel, 1998; 107) ;

- Karar verirken aceleci davranmak ve bir an önce harekete geçmek çünkü başka şirketlerden önce davranmak özellikle yatırımlar konusunda etkili olabilir.
- Müşteriye değer veren bir tutum sergilemek ve müşteriyi tatmin etmek gelecek için tüketici gözünde olumlu izlenim oluşturmak şirket açısından önem arz eder.

- Girişimciliği ve özgür düşünce yapısına destek vermek ve riske girmekten korkmamayı özellikle genç ve yeni çalışanlara aşılamak şirketin sürekliliğini sağlama yönünden önemlidir.
- İşgörenlere gerekli değeri vererek üretim ve verimliliği arttırmak, mükemmel örgüt kültürünü oluştururken atlanmaması gerektiği vurgulamak.
- Yöneticilerin iş ve departmanlarla ilgisini yüksek tutması da doğru örgüt kültürünün oluşumunda etkilidir.
- Şirketin elinden gelen en iyi yaptığı işe odaklanması gerekmektedir.
- Az sayıda kaliteli yönetici ve basit bir sistem benimsenmelidir.
- Gevşek ve aynı zamanda birbirine bağlı bir organizasyon yapısı oluşturulmalı. Bunun sebebi sıkı organizasyon olmalı ki şirketin değerleri ve çalışanların birbirini anlaması sağlanmalı, aynı zamanda gevşek olunmalı ki çalışanlar az sayıda yöneticiyle yönetilmeli ve az sayıda kural ile ilgilenmeli. Çalışanlar kurallar ve yöneticilerle uğraşmamalı, işine odaklanabilmeli, riske girebilmelidir.

Mükemmellik çığırını açan Peters ve Waterman'a gelen birçok eleştiriden sonra daha sonraki eserlerinde yaptıkları hataların farkına vararak mükemmellik kavramının ve yaptıkları genellemelerin hatalı olduğunu vurgulamışlardır (Eren, 2001; 162).

2.11.6. Parsons "AGIL" Modeli

Parsons'ın geliştirdiği bu model adını içinde geçen dört fonksiyonun baş harflerinden almıştır. Bu dört fonksiyon sırasıyla adaptasyon (adaptation), amaca ulaşma (goal attainment), bütünleşme (ıntegration) ve yasallık (legitimacy) olarak belirlenmiştir (Özkalp ve Kırel, 1998; 102).

Değer kavramı üzerinde fazlasıyla duran Parsons şirket içi oluşturulan değerler bütünü ve örgüt kültürüne ilişkin bu dört fonksiyonu kısaca aşağıdaki şekilde açıklamıştır;

- Sistem değişen çevreye ve diğer sistemlere uymalıdır.
- Sistemin tutarlılığı, çevre koşulları göz önünde bulundurularak amaçlar belirlenmeli ve bu amaçlara ulaşılmalıdır.
- Sistemin her parçası bir bütünlük içinde olmalıdır.
- Toplum tarafından sistem benimsenmeli ve yaşama hakkı tanınmalıdır (Eren, 2001; 143).

2.11.7. Hofstede Modeli

Örgüt kültürü üzerine oluşturulan modellerin en popülerlerinden birisi de Hofstede'nin geliştirdiği modeldir. Beş kültür boyutunu esas alarak geliştirilmiştir. Bu beş kültür boyutunun tanımları şu şekildedir:

Güç Mesafesi Boyutu: Bu boyutta dar bir güç mesafesinin olduğunu savunanlar "herkesin eşit hakları olmalı" görüşündedir. Geniş güç mesafesini savunanlar ise "güce sahip olanların ayrıcalıkları olmalı" tezini sunmaktadır. Güç mesafesinin yüksek olduğu durumlarda üstlerin emirleri sorgusuz yerine getirilir. Yöneticilerin gücüne inanılır. Güç mesafesinin düşük olduğu örgütlerde astlar yöneticileri kendileriyle eşit görürler. Gelişmişlik düzeyi yüksek ülkelerde güç mesafesinin düşük olduğu görülürken, gelişmişlik düzeyi düşük ülkelerde güç mesafesinin yüksek olduğu görülmüştür (Öğüt ve Kocabacak, 2007; 150–151).

Belirsizlikten Kaçınma Boyutu: Örgüt içinde belirsizlik söz konusu olduğunda, kaygı, gerilim gibi duygular tetiklenmektedir. Örgüt üyeleri belirsizlik durumunda yenilikten kaçınır hale gelmektedir. Bu tarz bir ortamda örgüt mensupları az riske girer, çatışmalardan kaçınır, işini kaybetme korkusuyla hareket eder ve kuralları asla ihlal etmez. Belirsizliğin olmadığı bir örgütte ise kaygı ortadan kalkar, risk eğilimi artar ve değişim daha çabuk kabul edilebilir. İşte ilerleme ve yükselme arzusunda istek gözlemlenir (Çakır ve Örücü, 1999; 23).

Bireysellik Boyutu: Bu boyutta göze çarpan ilk unsur kişi kendi çıkarlarını mı yoksa bağlı olduğu örgütün çıkarlarını mı ön planda tutmaktadır. Bireyselliğin yüksek olduğu durumlarda kişi kendini bulunduğu örgütten daha önemli görür. Bireyselliğin düşük olduğu durumlarda ise bağlı olunan örgütün çıkarları gözetilir. Genelde gelişmişlik düzeyi yüksek olan ülkelerde gözlemlenen durum bireyselliğin yüksek olduğu yönündedir. Daha düşük gelişmişlik düzeyi gösteren ülkelerde ise bireysellik düşüktür. Aynı zamanda bireyselliğin yüksek olduğu ülkelerde güç mesafesinin de düşüklüğünden söz edilebilir (Öğüt ve Kocabacak, 2007; 154).

Kadınsı – Erkeksi Olma Boyutu: Hofstede'ye göre bir toplumda ya da örgütte para hırsı, maddi eğilim, atılgan bir tutum ön plandaysa o toplumda ya da örgütte erkeksi kültür ön plandadır. İnsan hayatına önemin fazla olduğu, çalışma atmosferinin dostça ve iyi ilişkilere dayandırıldığı ve iş birliğinin önemsendiği toplum ya da örgütlerde ise kadınsı kültürün ön planda olduğu ortaya çıkmaktadır (Çakır ve Örücü, 1999; 24).

Kısa Döneme ya da Uzun Döneme Yönelik Olma Boyutu: Hofstede bu boyutu çalışmalarına sonradan eklemiştir. Kısa döneme yönelik bir kültür benimseyen örgütlerin bakış açısının daha dar olduğunu, geçmişten pek ders çıkarmadığını ve statik bir yapı içinde olduğunu ileri sürmüştür. Uzun döneme yönelik bir yapı benimseyen örgütlerin ise dinamik ve geleceğe dair belli planlar çizgisinde ilerlediğini belirtmiştir (Öğüt ve Kocabacak, 2007; 157).

2.11.8. Byars Modeli

Bu modele göre örgütler ya katılımcı bir kültüre ya da katılımcı olmayan merkezi bir otoritenin olduğu kültüre sahiptirler. Katılımcı kültürde adından anlaşılacağı gibi fikirlerin rahatça söylenebildiği, yenilikçi ve paylaşımın olduğu bir ortam vardır. Katılımcı olmayan kültürde ise merkezi otoriteden işler yürütülür. Örgütle alakalı olan her konuyu merkezi otorite planlar, organize eder, uygular ve kontrol eder. Bu modelde dört kategori söz konusudur. Bu kategorilerden sistematik kültür ve girişimci kültür katılımcı olmayan kültür yapısı kapsamına girerken, etkileşen kültür

ve bütünleşik kültür ise katılımcı kültür yapısının alt kolları durumundadır (Uzunçarşılı, 2000; 26).

Bu model içindeki bir başka ayrım ise etkisellik ve tepkisellik esasıdır. Tepkisel örgütler çevrede gelişen durumlara göre plan geliştirirler ve pasiflerdir. Etkisel örgütler ise çevre ve kendi içinde sürekli iletişim halinde olup, müşteriler, işgörenler, tedarikçilerle aktif bir ilişki halindedir. Yukarıda belirttiğimiz dört kategoriden, girişimci ve bütünleşik kültür yapısı etkisel örgütlerde görülürken, sistematik ve etkileşen kültür yapısı tepkisel örgütlerde görülmektedir (Vural, 2005; 91).

Etkileşen Kültür: İşgören ve müşteri odaklı bir kültürdür. İhtiyaçlara en iyi hizmeti vermeyi amaçlar. Rekabet ve yeni teknolojilerden kaynaklanan istek ve ihtiyaçları karşılar (Vural, 2005; 92).

Bütünleşik Kültür: Müşterilerin ihtiyaçlarını yönlendirmeye ve değiştirmeye yöneliktir. Çevreyi etkileyen bir yapı içinde olup, yeni ürün ya da hizmetleri ortaya koyarlar. Rekabet avantajı elde etmek için çok büyük azimle gayret gösterilir (Vural, 2005; 92).

Sistematik Kültür: Politika ve kuralların işleyişi çok önemlidir. Görev tanımları sabit ve kalıplaşmıştır. Rutin bir işleyiş yapısı içindedir (Uzunçarşılı, 2000; 27).

Girişimci Kültür: Bireysellik ön plandadır. Ürün ve hizmetlerde yenilikçi tavır sergilenir. Çalışanlara yönelim azdır. Örgütler katılımcı olmayan bir yapı içindedir (Vural, 2005; 92).

2.11.9. Toyohiro Kono Modeli

Kono, örgüt kültürünü beş başlık altında toplayarak bir model oluşturmuştur. Bu başlıkları, dinamik kültür, lideri izleme ve dinamik kültür, bürokratik kültür, hareketsiz kültür, güçlü lider ve hareketsiz kültür olarak sıralamıştır.

Dinamik Kültür: Örgütsel başarının temelinde ortak değerlerin yattığı düşünülür. Örgüt içinde iletişim kuvvetlidir. Görevler ve amaçlar bellidir. Örgüt paylaşımcı ve aile ortamının hakim olduğu bir yapıdadır (Gülova ve Demirsoy, 2012; 55).

Lider İzleme ve Dinamik Kültür: Üyeler çoğunlukla şirket kurucularından güçlü bir liderin yolunda giderler. Lidere güvenilir ve kararlara uyum sağlanır. Üst yönetim yaşlandıkça ve kötü kararlar almaya başladığında kültür kendi içinde bir dönüşüme girer (Vural, 2005; 84).

Bürokratik Kültür: Kuralların ve normların hakim olduğu kültür türüdür. Resmi ilişkiler ön plandadır. Tüm olaylar resmiyet çerçevesinde gelişir (Gülova ve Demirsoy, 2012; 55).

Hareketsiz Kültür: Yeni fikirlere kapalı bir kültür anlayışıdır. Davranışlar monoton haldedir ve sürekli tekrarlanır. Çevredeki değişimlere karşı duyarsızdır (Vural, 2005; 84)

Güçlü Lider ve Hareketsiz Kültür: Tüm yetki liderdedir. Çalışanlara söz hakkı tanınmaz. Tamamen lider odaklı bir politika yürütülür (Gülova ve Demirsoy, 2012; 55).

2.11.10. Trompenaars Modeli

Binlerce yönetici üzerinde inceleme yapılarak oluşturulan bir modeldir. Model dört ana gruptan oluşmaktadır.

İlk grup aile tipi işletmelerdir. Aile tarzında yönetilen bu şirketlerde baba modeli vardır ve işletmeye sahip çıkar. Otoriteyi temsil eden baba, işletmenin izleyeceği yolu belirler. İlişkiler yakın ve sevgi odaklıdır. Eiffel kulesi tipi örgütler, hiyerarşinin fazla ve organizasyon piramidinin dik olduğu işletmelerdir. Kurallar, görevler ve rol tanımları önemli yer tutar. Güdümlü füze tipi örgütler, uzman çalışan kadrosuna sahip ve problem çözme yeteneği var olan örgütlerdir. Amaçlar sürekli değişir. Son

olarak bu modelde kuluçka makinesi örgüt kültürü tipi mevcuttur. Bu örgüt tipinde ise gelişim, üretim ve yenilikçilik kavramları esas alınır (Uzunçarşılı, 2000; 29).

2.11.11. Miles ve Snow Modeli

Miles ve Snow örgütleri sahip oldukları gelenek ve alışkanlıklarına göre sınıflandırmıştır. Bu yapılan sınıflandırma sonucunda dört grup ortaya çıkmıştır.

Koruyucu Kültür: Uyum sağlama konusunda yetenekleri az olan bir organizasyon yapısıdır. Basit bir koordinasyon ağı mevcuttur. Kuralcı bir yapı hakimdir. Finans ve üretim önemli yer tutar. Bulundukları pazarda sınırlı sayıda ürün üreterek dengeli bir ortam oluşturmayı amaçlarlar (Apaydın ve Torlak, 2007; 618-619).

Geliştirici Kültür: Pazar fırsatlarını araştıran ve yeni ürün ortaya koymayı hedefleyen bir kültür tipidir. Rakiplerini zor durumda bırakırlar ve sürekli trend belirleyici bir tutum sergilerler. Araştırmacı bir örgüt yapısı içindedirler. Genç yöneticiler tarafından yönetilirler. İnovasyon, değişim, geniş pazar ağı ve esnek bir organizasyona sahip örgütlerdir (Dinçer, Yıldırım ve Dil, 2012; 245).

Analizci Kültür: Koruyucu ve geliştirici kültürün özelliklerini bir arada bulunduran bir kültür tipidir. Dengeli bir pazar alanına sahip ve ortaya çıkan fırsatları yakalama eğiliminde olan bir strateji yürütür. Yeni ürün ortaya koyan firmaları takip eder, hatalarını gözlemler ve bu şekilde kendi firması yeni bir ürün pazara çıkartırken o hatalardan arındırılmış bir şekilde ürünü ortaya koyar. Uyum sağlama yetenekleri yüksektir. Kapsamlı ve yoğun bir planlama şeması oluştururlar. Müşteriden ziyade rakiplerine odaklanarak taklit etme yoluyla piyasada varlıklarını sürdürürler (Apaydın ve Torlak, 2007; 619-620).

Tepkici Kültür: Değişimin ya da belirsizliğin var olduğu ortamlarda başa çıkmakta yetersiz kalan yöneticilerin olduğu örgütlerdir. Bıçak kemiği dayadığında harekete geçen bir yapı mevcuttur. Fırsatları değerlendirmek yerine tehditlerden kaçınmaya odaklıdır. Belli bir strateji yoktur. Şirket kriz ortamlarında devamlılığı sürdürebilmek

için tasarruf ya da işçi çıkarma gibi anlık çözümlere başvurur (Dinçer, Yıldırım ve Dil, 2012; 246).

2.11.12. Denison Modeli

Denison örgüt kültürüne ölçülebilirlik kazandırmak için iki ana ekseni olan bir şablon oluşturmuştur. Birinci ana eksende işletmenin müdahale alanı dışında olan koşullara uyum derecesi mevcutken, ikinci ana eksende bu dış koşullara uyumu sağlayacak olan işletme içindeki gereken yapısal ve işlevsel kapasitedir (Yahyagil, 2004; 59).

Denison'un öne sürdüğü bu iki ana eksenli model kendi içinde dört temel boyuta ayrılmaktadır. Katılım ve tutarlılık birinci eksende, değişkenlik ve misyon ikinci eksende yer alır. Ayrıca bu dört temel boyutun her biri kendi içinde üç alt boyuta ayrılır. Katılım boyutu; takım anlayışı, yetenek geliştirme ve personel güçlendirme alt boyutlarını bünyesinde barındırır. Misyon; stratejik yönetim, amaçlar ve vizyon başlıklarından oluşur. Değişkenlik ve uyum yeteneği; örgütsel öğrenme, değişim ve müşteri odaklılık alt boyutlarından oluşur. Son olarak tutarlılık boyutu ise; koordinasyon, temel değerler ve anlaşma alt boyutlarından oluşur (Örücü ve Yıldız, 2012; 135).

2.11.13. Schein Modeli

Schein örgüt kültürünün üç ana işlevden oluştuğunu ileri sürmekteydi. Bunlar örgütün dış çevreyle uyum sorunlarını çözme, örgütün çevresiyle bütünleşme sorunlarını çözme ve çevresel belirsizlikleri azaltarak endişeleri gidermedir (Eren, 2001; 144).

Uyum sorunlarından en önemlisi örgütün amacının, çevreyle tutarlılık göstermesidir. Bu yönde stratejiler oluşturmak hayati bir önem taşır. Bütünleşmenin sağlanması için gerekli olan birtakım ortak değerler olması gerekmektedir. Bunlar ideoloji, din, dil gibi unsurlardır. Örgüt kültürünün önemli rollerinden biride dışardan

gelebilecek belirsizliklere karşı filtre rolü görmesidir. Birey korku ve endişeye kapılmadan bu tarz kriz ortamlarında kendi görev, hedef ve amaçlarına odaklanmalıdır (Eren, 2001; 144-145).

2.11.14. Danışman ve Özgen Modeli

Danışman ve Özgen'in geliştirdiği modelde örgüt kültürü boyutlandırmada dokuz farklı eğilimden söz edilmektedir. Bu eğilimler farklı örgüt kültürü boyutlarıyla yerel kültürün sentezlenmesi sonucu oluşturulmuştur (Görmen, 2012; 51). Bu eğilimler aşağıdaki gibidir:

Kuralcılık Eğilimi: Çalışanlara hareket alanı daraltılmış hissi verecek şekilde yürürlükte çok fazla kuralın olması, kurallara uymaya son derece önem verilmesi, kullanılan alet ve makinalarla ilgili son derece katı işletme prosedürlerinin bulunması, her gün aynı şey yapılıyor hissi verecek şekilde çok fazla rutin iş olması şeklinde tanımlanmaktadır.

Hiyerarşi Eğilimi: Üstler tarafından verilen emirlere mutlak itaat edilmesi, işyerinde adaletsizliğe sebep olacak şekilde statüler arasında önemli farklılıklar bulunması, otoriteye saygının son derece önemsenmesi, emir komuta zincirine son derece önem verilmesi şeklinde tanımlanmaktadır.

Sonuç Eğilimi: Çalışanların yüksek performans göstermeleri yolunda teşvik edilmesi, işlerin yapılış şeklinden çok sonuçlara önem verilmesi sonuçların değerlendirilmesinde kişisel sorumluluğun dikkate alınması, çalışanların öncü olmaya teşvik edilmesi şeklinde tanımlanmaktadır.

Klan Eğilimi: Çalışanların aileden biri gibi görülmesi, işgörenlerin kişisel sorunlarıyla ilgilenilmesi, çalışanların birbirlerine samimi bir şekilde davranmalarına müsamaha gösterilmesi, yöneticilerin çalışanlar tarafından aile büyüğü gibi görülmesi olarak açıklanmaktadır.

Destekleyicilik Eğilimi: Makul ölçüde risk almada çalışanlara imkan verilmesi, bilginin, işletme içinde başkaları ile serbest bir şekilde paylaşılabilmesinin mümkün olması, kişisel haklara saygıya özen gösterilmesi, çalışanların kişisel çıkarlarına hassaslıkla yaklaşılması şeklinde tanımlanmaktadır.

Takım Eğilimi: Çalışanların takım ruhu içinde çalışmalarının teşvik edilmesi**,** işyerinde arkadaşlık ilişkilerine olanak sağlanması, katılımcı karar verme yaklaşımının esas alınması**,** çalışanların birbirleri ile işbirliği içinde çalışmaya teşvik edilmesi olarak tanımlanmaktadır.

Gelişme Eğilimi: Yeni koşul ve durumlara anında cevap verebilecek şekilde esnekliğe sahip olunması**,** yeni fikirlerin teşvik edilmesi, fırsatların değerlendirilmesinde çabuk hareket edilebilmesi**,** pazarda takipçiden çok lider olmaya ağırlık verilmesi**,** rekabet ortamının son derece farkında olunması, kaliteye son derece önem verilmesi şeklinde açıklanmaktadır.

Profesyonelizm Eğilimi: Analitik ve rasyonel sorun çözümüne ağırlık verilmesi, herkese hakkının verildiği ve herkesin performansına göre takdir edildiği adalet anlayışına ağırlık verilmesi, çalışanlara profesyonel gelişme ve ilerleme yolunda fırsatlar sunulması, firmadaki herkesin ne yapacaklarını bilmelerini sağlayacak şekilde rol ve sorumlulukların tanımlanmış olması, işe alım ve terfilerde kişisel ilişkilerden çok beceriye önem verilmesi olarak tanımlanmaktadır.

Açıklık Eğilimi: Çatışma ve anlaşmazlıklarla ilgili açık tartışmaya imkan tanınması**,** yönetimin eleştiriye açık olması, çalışanların yaptıkları hatalara karşı tolerans gösterilmesi, bağımsız olarak hareket edebilmeyi sağlayacak şekilde serbestlik hissinin verilmesi şeklinde açıklanmaktadır (Danışman ve Özgen, 2003; 107).

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Üçüncü ve metin kısmının son bölümünde bireysel yenilikçilik üzerine yapılan çalışmalara yer verilecektir. Bu bölümde bireysel yenilikçiliğin kavramı, yenilikçi kişilik özellikleri, yenilikçiliğin önündeki engeller ve yapılan araştırmalar üzerinde durucağız.

3. BİREYSEL YENİLİKÇİLİK

Yenilik ve yenilikçilik kavramları, 20. yüzyılın başlarından itibaren iletişim, ekonomi, sağlık ve eğitim gibi farklı alanlarda incelenmiş kavramlardır. Kişilerin yeniliklere verdikleri tepkileri inceleyen yenilikçilik kavramı birçok araştırmacı tarafından ele alınmıştır (Örün, Orhan, Dönmez ve Kurt, 2015; 65). Bu bölümde kavramlara, bireysel yenilikçiliğin temelini oluşturan yenilik kavramını açıklayarak başlayacağız.

3.1. Yenilik Kavramı ve Özellikleri

Latince kökenli "innovatus" kelimesinden türeyen "inovasyon" kavramının Türkçe karşılığı, yeniliktir. Sözlük anlamında, toplumsal, kültürel ve idari ortamlarda yeni usul ve yöntemlerin benimsenip kullanılması anlamı taşımaktadır. Yenilik kavramı, yenileme, yenilenme ve yenilikçi gibi kavramlarla bağdaştırılmaya çalışılsa da, anlam bakımından tek bir kelimeyle karşılanmayacak kadar geniştir (Öztürk ve Summak, 2014; 846).

Joseph Schumpeter yeniliği "kalkınmanın itici gücü" olarak açıklamıştır. Olmayan bir ürünün ortaya çıkarılması veya var olan ürüne yeni bir nitelik kazandırarak piyasaya sürülmesi, yeni bir üretim yönteminin uygulanması, yeni bir pazar meydan getirilmesi işlemlerini yenilik kavramı içinde ifade edebiliriz (Işık ve Meriç, 2015; 4).

Yenilik genel olarak, ürün, fikir ya da hizmetlerin bireyler tarafından yeni olarak algılanması şeklinde de tanımlanabilir (Uzkurt, 2007; 242). Yenilik kavramı üzerinde en çok durmuş araştırmacılardan biri olan Rogers'a göre yenilik; bireyler ya da birimler tarafından yeni olarak algılanan fikir, nesne ve uygulamalardır (Oğuztürk, 2003; 254).

Yenilik kavramı kişiden kişiye değişebilen bir kavramda olabilmektedir. Bazen yeni fikir ve uygulamaların ortaya koyduğu süreç, bazen yeni fikir ve uygulamaların kendisi, bazen var olanı kabullenen bireylerin farklı tepkilerini ifade eder (Goldsmith ve Foxall, 2003; 322).

Yeniliğin kendine has birtakım karakteristik özellikleri vardır. Rogers'a göre yeniliğin özelliklerini sıralayacak olursak:

Göreli Avantaj: Yeniliğin sosyal prestijini, ekonomik boyutlarını ve sağladığı güvenilirlik derecesini ifade eder. Oluşturulmak istenen yeniliğin maliyeti yüksek olabilir. Bu yüzden düşük maliyetli yenilikler daha çok tercih edilir. Ancak maliyetin düşüklüğü her zaman avantaj sağlamak anlamına gelmez. Bu bazen yeniliği sağlayan kuruma, birime ya da bireye zarar verebilir.

Uygunluk: Yapılan her yenilik birey ve gruplarca benimsenmez. Yapılan yeniliğin fayda sağlayacağı veya uygunluğu kesinlik kazandıktan sonra benimsenir.

Karmaşıklık: Yapılan bir yeniliğin fayda sağlayacağı düşünülse bile uygulamadaki karmaşıklık benimsenme sürecini geciktirebilir.

Denenebilirlik: Bir yenilik deneysel ve bilimsel temellere dayandırılma derecesini gösterir. Ortaya koyulan yenilik denenebilir olduğu sürece benimsenebilirlik oranı artacaktır.

Gözlemlenebilirlik: Sonuçların başkaları tarafından idrak edilebilme derecesidir. Algılar kişiden kişiye göre değişebilir. Yeniliği iyi gözlemleyen avantaj ve dezavantajı kısa sürede anlayacaktır (Yeloğlu, 2007; 142).

Drucker, yeniliğin var olması için kaynakların önemine değinmiştir. Drucker'a göre yeniliğin kaynakları şöyledir:

Ani Oluşumlar: Bireyler gün içinde karşılaştıkları duruma göre farklılık gösterir. İçinde bulunduğu konumdan farklı konuma geçebilir. İçinde bulunduğu yeni farklı konum bireyi daha yenilikçi düşünmeye iter ve ortama ayak uydurma eğilimi gösterir. Bu da farklı yeniliklerin ortaya çıkmasına sebep olabilir.

Uygunsuzluk: Bir yenilik oluşan maliyet ya da zarar etme durumundan dolayı o yeniliğe alternatif daha az maliyetli, yeni bir ürün ortaya koyma ihtiyacı doğurabilir. Bu durum pazar için bir yeniliktir.

Süreç İhtiyaçları: Bir yeniliği ortaya koymadan önce tanıtım amaçlı zamana ihtiyaç duyulabilir. Bu zaman diliminde ortaya farklı satış stratejileri, reklam ya da kampanyalar koyularak yeni bir yol izlenebilir.

Endüstri ve Pazarın Değişimi: Bireyin ya da grupların içinde bulunduğu sektörün şartlarının değişmesi farklı yollar izlemeye sebebiyet oluşturabilir. Bu da yenilik için bir kaynaktır.

Demografik Değişmeler: Yenilikçi birey ya da grupların oluşan şartlardan dolayı bir yerden başka bir yere göç etmesi yeniliğin nerede ortaya çıkacağını etkilemektedir.

Yeni Bilgiler: Yeni teknolojiler ve yeni ürünler farklı birçok yeniliğin tetikleyicisi olabilir (Drucker, 2002; 95–102).

3.2. Yenilik Türleri

Bir organizasyon çalışma yöntemleri, üretim faktörü ya da girdi ve çıktı üzerine birçok yenilik yapabilir. Temel yenilik türleri ürün, süreç, örgütsel ve pazarlama yeniliği olarak sıralanmaktadır (Sabuncu, 2014; 107).

3.2.1. Ürün Yeniliği

İçinde bulunduğu ülke şartları doğrultusunda, ileri teknolojiyle üretilen, farklı tüketici ihtiyaçlarını karşılayan ya da benzer üretim mamullerine rakip olabilecek, tüketicinin takdirini kazanmış mal ve hizmetlere yeni ürün denilir. Yeni ürün kavramı üç şekilde açıklanır. İşletme açısından yeni ürün, çeşitli amaçlar doğrultusunda piyasada mevcut olan fakat kendisinin ilk defa üreteceği bir ürünü imal etmeye veya satmaya karar vermesidir. Pazar bakımından yeni ürün, çeşitli piyasalarda var olan ürünün başka bir piyasaya ilk defa tanıtılması veya sunulmasıdır. Hiçbir piyasada olmayan yeni bir ürün, ilk defa bir ürünün icat edilip ya da bulunmasıyla oluşan üründür (Sabuncu, 2014; 107).

Ürün yeniliği, yeni mal veya hizmetin tanıtımı olabileceği gibi mevcut olan mal ve hizmetlerde önemli iyileştirmeleri de kapsamaktadır. Ürünün sahip olduğu malzeme, bileşenler, performans, tanıtım ve pazarlamasındaki tüm değişiklik ve iyileştirmeler ürün yeniliği içindedir (Akgöz, Göral ve Gürsoy, 2014; 3).

3.2.2. Süreç Yeniliği

Yeni veya büyük ölçüde değiştirilmiş ve iyileştirilmiş bir üretim ya da teslimat yönteminin oluşturulmasıdır. Bu tarz yeniliğe giden organizasyonlar teknik, teçhizat ve yazılımlarda değişiklikler yapmaktadır. Üretimde ya da teslimatta maliyetleri azaltmak, kaliteyi bir üst seviyeye taşımak, yeni ve yenileştirilmiş ürünler üretmek ve teslim etmek amacıyla süreç yeniliğine gidilmektedir (Oslo Kılavuzu, 2006; 53).

Süreç yeniliğinde dikkat edilmesi gereken önemli noktalar vardır;

- Süreç yeniliğine karar verildiği anda iki veya üç süreç yeniliği hedeflenmelidir. Aynı anda çok fazla süreç yeniliğine gidilmesi işletmelerde kaosa sebep olabilir.
- Hedef seçiminde genel olarak zor hedeflere yönelmek daha olumlu sonuçlar doğurmaktadır. Bu ulaşılması güç hedefler bireyleri veya grupları radikal yeniliklere yöneltmektedir.
- Süreç yeniliğinde fark oluşturacak yenilikler yapmaya karar verdiğimizde daha çok farklı sektörlerdeki süreç yeniliklerinden ilham almalıyız. İçinde bulunulan sektörde yapılacak olan kıyaslama bizi yanıltabilmektedir.
- Süreç yeniliğinde ihtimaller iyi analiz edilmelidir. Ancak ihtimalleri olduğu gibi kabul etmek engel oluşturabilir (Bozkurt, 2015; 97).

3.2.3. Pazarlama Yeniliği

Bu yenilik türünde, satışları arttırmak, müşteri ihtiyaçlarını daha iyi bir şekilde karşılamak, yeni pazarlar oluşturmak ve bir ürünü pazarda farklı bir şekilde konumlandırmak hedeflenir. İşletme tarafından daha önce denenmemiş bir pazarlama tekniği kullanılır. Bu pazarlama tekniği pazara sürülen yeni bir ürün için ya da işletmenin sahip olduğu mevcut ürünler içinde kullanılabilir (Sabuncu, 2014; 107).

Pazarlama yeniliği ürünün tasarımında ve ambalajındaki ya da fiyat politikasındaki değişiklik anlamına da gelmektedir. Ürünün içyapısında olan değil daha ziyade görünüşündeki değişiklikleri ifade etmektedir (Akgöz, Göral ve Gürsoy, 2014; 4).

3.2.4. Organizasyonel Yenilik

Ticari faaliyetlerde, işyeri içi organizasyonlarda veya dış ilişkilerinde farklı bir yöntem uygulamasıdır. İdari ve işlem maliyetlerini düşürmek, çalışan memnuniyetini

arttırmak en temel amaçlardandır. Dış ilişkilerde yeni işbirliği yolları denenir. İşletme içinde çalışanların sorumlulukları net bir şekilde belirlenmeye çalışılır (Oslo Kılavuzu, 2006; 55).

Bir başka bakış açısıyla organizasyonel yenilik, işletme için yeni olan bir fikrin veya durumun işletmeye adaptasyonudur. Yeni fikirlerin veya davranışların oluşturulmasını ve uygulanmasını kapsayan bir yenilik türüdür. Organizasyonel yenilik bireylerce en çok hissedilen yenilik türüdür. Bunun sebebi işletmenin yeni yönetim organizasyonunu benimsemesi veya stratejik başarı için işletme içindeki kural ve ilkelerin değiştirilmesidir (Bozkurt, 2015; 98).

3.3. Yenilikçilik Kavramı

Yenilikçilik, değişime ve yeni olanı denemeye karşı duyulan istek, bireyin ya da kurumun ortaya çıkan yeniliği benimseme derecesi olarak kısaca tanımlayabiliriz. Ayrıca yenilikçilik, risk alma eğilimi, deneyime açık olma, fikir önderliği gibi kavramları içinde bulunduran bir çatı olarak da görülebilir (Kılıçer ve Odabaşı, 2010; 151).

Rogers ve Shoemaker yenilikçilik kavramını, bireyin içinde bulunduğu sosyal yapıda diğer üyelere oranla var olan bir yeniliği benimseme düzeyi olarak açıklamışlardır (Rogers ve Shoemaker, 1971; 476). Yenilikçilik için yapılmış bir başka tanım ise bireyler ya da gruplar tarafından ortaya konan yeni fikir ve alternatiflerin değer oluşturması ve gelişimi destekleyen uygulamalara dönüşmesidir (Demirel ve Seçkin, 2008; 191).

Yenilikçilik, daha önceki tercihlerden farklı olarak yeni ya da farklıyı satın alma ve kullanma eğilimidir. Steenkamp bu eğilimin dört farklı sebepten kaynaklandığını ileri sürmektedir. Bunlar; uyarı ihtiyacı, yenilik arayışı, tüketim deneyimlerinden bağımsızlık ve farklılık ihtiyacı olarak sıralanmıştır (Aydın, 2009; 190).

Yenilikçiliğe verilen özgün anlam “yeniyi yapmak” ya da “yeni bir şey yapmak”tır. Bu sebepten dolayı yenilikçilik çoğu zaman icatla karıştırılabilmektedir. İcat piyasaya sürülmesi durumunda bir yenilikten söz edebiliriz. Aynı icat birçok yeniliğin sebebi olabilir (Barker, 2001; 21).

3.4. Bireysel Yenilikçilik Kavramı

İçinde bulunulan şartlar bireyleri, çevrelerine adaptasyon süreçlerini hızlandırmaya yöneltmektedir. Bireyler yeniliklere uyum konusunda birbirlerinden farklıdırlar. Bu farklılıklar, yeniliğin benimsenme ve kabullenme sürecini etkilemektedir. Bu bağlamda bireysel yenilikçilik; yeniliği geliştirmek, benimsemek, kabullenmek ya da uygulamak olarak tanımlanabilir. Bireysel yenilikçilik; var olan bir yeniliği benimseme süresi olarak da yorumlanır. Günümüzde bireysel yenilikçilik bir tür pozitif kişilik özelliğidir (Oktuğ ve Özden; 2013; 1,4).

Bireysel yenilikçiliğe farklı bir bakış açısı da herhangi ürün, hizmet veya fikrin birey tarafından yeni olarak algılanmasıdır. Bireysel anlamda yenilikçilik, disiplin, öğrenme becerisi ve uygulama yeteneği gerektiren bir özelliktir. Yeniliğin algılanma durumu bireyin yeniliğe karşı göstermiş olduğu tepkiyle ilişkilidir (Rogers, 1983). Bireylerin yeniliğe karşı duruşu bireyler arasında farklılık göstermektedir. Kimi birey yapı olarak yenilikçi özellikler sergilerken, kimi bireylerin karakter özellikleri yenilikçiliğe engel teşkil etmektedir. İnsanların olaylara karşı duruşu yenilikleri benimseme sürelerini de etkiler (Surry ve Brennan, 1998; 4,5).

Yenilik ortaya koyma açısından bireyler önemli yetenek farklılıklarına sahiptir. Yenilik yeteneği var olan bireyler orijinal düşünce ve bakış açısına sahipken, yeniliğin sebep olacağı kaos ortamına karşı durabilecek bir karakter yapısına da sahiptir (Işık ve Meriç, 2015; 5).

3.5. Rogers'ın Yeniliklerin Yayılması Modeli

Yenilik kavramına öncülük eden isimlerden en önemlisi Rogers diyebiliriz. İlk baskısını 1962 yılında yaptığı "yeniliklerin yayılması" adlı çalışma ortaya konulmuş en önemli çalışmalardan biridir. Rogers, yeniliğin yayılmasını, yeni fikrin, belli bir sosyal sistem içinde belli iletişim kanallarıyla zamanla kaynaktan kullanıcılara aktarılması şeklinde tanımlamıştır. Rogers'a göre yeniliğin yayılımını dört temel bileşen sağlamaktadır. Bunlar; yenilik, sosyal sistem, iletişim kanalı ve zamandır (Uzkurt, 2007; 243).

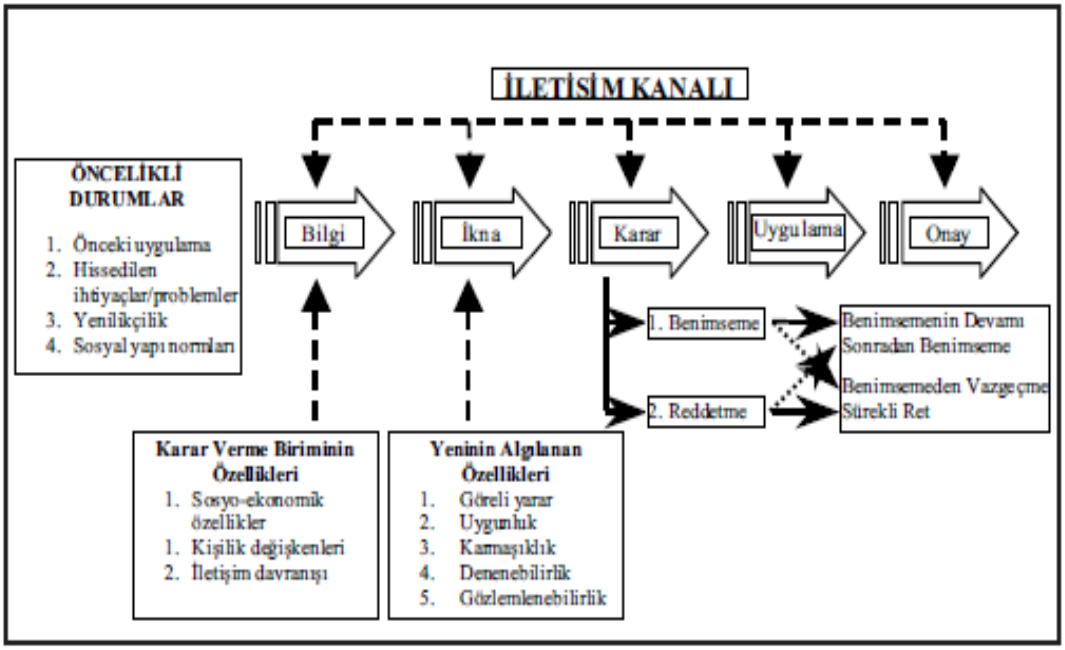
Yenilik: Daha önceki başlıklarda değindiğimiz yenilik, bir fikir, uygulama veya nesne olabilir. Yenilik, bir kişi için yeni olanı ifade eder. Göreli avantaj, uyumluluk, karmaşıklık, denenebilirlik, izlenebilirlik yeniliğin özellikleridir. Bu kavramları detaylı bir şekilde yeniliğin özellikleri başlığı altında incelemiştik (Özaygen, 2005; 2).

İletişim Kanalları: Yeniliğin yayılması, hedef kitleye ulaşması ancak belli iletişim kanallarıyla mümkündür. Bu ulaşımı veya iletimi sağlayan ortam ve araçların tümüne iletişim kanalları adı verilir. Bir yeniliğin yayılması için muhakkak bir iletişim kanalına ihtiyaç duyulur. Doğru iletişim kanalının seçimi, yeniliğin istenilen hedef kitleye benimsetilmesinde en önemli rolü oynamaktadır. Birçok insana bakıldığında yenilik, bilimsel araştırma sonuçları doğrultusunda değil, kitle iletişim veya o yeniliklerden fayda sağlamış yakın çevresinin yorumlarıyla benimsenmiştir (Karasar, 2004; 119).

Zaman: Bir yeniliğin kabulü belli bir süreç gerektirir. Bu sürecin beş aşaması mevcuttur. Bu aşamalardan ilki "bilgi" yeniliğe dair haber alınmasıyla başlayan süreçtir. İkinci olarak "ikna" yeniliğe karşı sergilenen olumlu ya da olumsuz tutumdur. Üçüncüsü "karar" yeniliği kabul etme ya da etmeme durumudur. Dördüncü aşama "uygulama" kabul etme durumunda harekete geçilen süreçtir. Son olarak ise "onay" yararı sağlayıp benimseme durumudur (Ersoy, 2014; 62).

Sosyal Yapı: Belli ilişkiler içinde bulunan birim, topluluk veya kurumdur. Sosyal yapı da kendi içinde birimlerden oluşur. Normlar; sosyal sistemin kalıplaşmış davranış şekilleri. Kanaat önderleri; bağlantı ağında merkez görevi gören kişiler. Değişim ajanları; müşterinin kararını etkileyen ve bu konuda uzman olan kişiler. Yardımcılar; uzman olmayan ancak yenilik hakkında bilgi sahibi olan ve yönlendirebilen kişilerdir (Özaygen, 2005; 2).

Şekil 3. Yenilik Karar Verme Süreci

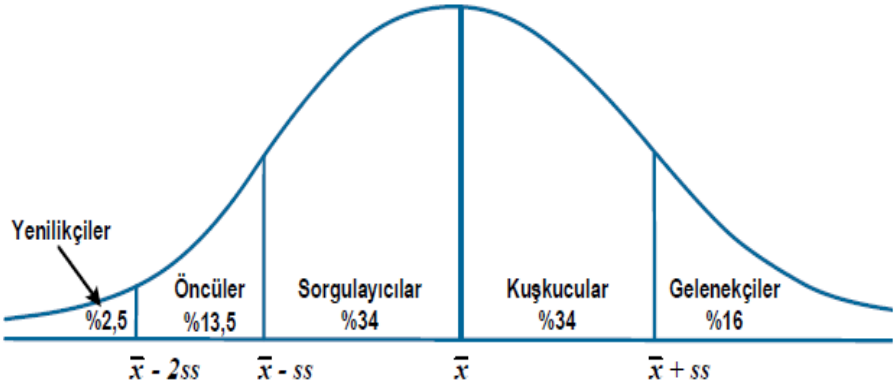


Kaynak: Kılıçer (2008), Teknolojik Yeniliklerin Yayılmasını ve Benimsenmesini Arttıran Etmenler, s: 211.

3.6. Yenilikçilik Kategorileri

Yenilikleri benimseyenler sahip oldukları kişilik yapılarına göre sınıflandırılmıştır. Bu kişilik yapıları yeniliği kabul etme de geçen süreçte etkili olmuştur. Yapılan araştırmalar doğrultusunda beşli bir sınıflama ortaya konmuştur. Bunlar; yenilikçiler, öncüler, sorgulayıcılar, kuşkucular ve gelenekçilerdir.

Şekil 4. Yenilikçilik Kategorileri



Kaynak: Rogers (1983), Diffusion of Innovations, The Free Press, New York, s: 247.

Yenilikçiler: Tabloda görüldüğü üzere %2,5'lik kısmı oluştururlar. Yeni fikirleri denemeye isteklidirler. Eğitimli, bilgiye direk ulaşma eğilimli, teknoloji kullanımına meraklı, düşünme becerileri güçlü bireylerdir (Özgür, 2013; 410). Yeni fikirlerin topluma tanıtılmasında yardımcı olurlar. Risk alma, acele etme ve cesur olma gibi kişilik özelliklerine sahiptirler (Kılıçer, 2008; 215). Yenilikçi bireyler, genelde gelir seviyeleri yüksek, sosyal sistem içinde aktif bireylerdir (Beal ve Bohlen, 1956; 119).

Öncüler: Sosyal sistemi en çok etkileyenlerdir. %13,5'lik bölümü oluştururlar. Toplumdaki diğer isimleri değişim ajanıdır. Yenilikçiler ve diğer kategoriler arasında bağlantı kurarlar. Bir yeniliği benimseme eğiliminde olanlara bilgi ve tavsiyede bulunurlar. Yenilik konusunda bir nevi eğitici rolü üstlenirler (Kılıçer, 2008; 216). Genel olarak genç bireylerden oluşurlar. Eğitim seviyeleri yüksek, saygınlığı olan bireylerdir. Yenilikleri kulaktan öğrenmezler ve dergi, gazete gibi iletişim araçlarını yenilikleri öğrenmek için okurlar (Beal ve Bohlen, 1956; 119-120).

Sorgulayıcılar: Yeniliklere karşı temkinlidirler. Risk alma ve girişimcilik konusunda istekli değillerdir. Ortalama eğitim ve ortalama sosyo-ekonomik düzeyde, kitle iletişim araçlarıyla makul seviyede ilgilenen bireylerdir (Özgür, 2013; 410).

Kuşkucular: Toplumun hemen hemen üçte birini oluştururlar. Toplumun çoğunluğunun bir yeniliği benimsemesini beklerler. Yeniliklere şüpheci yaklaşırlar ve genellikle toplum baskısından dolayı yeniliğe yönelirler. Kuşkucular açısından kişiler arası iletişim, yeniliğin benimsenmesinde en önemli rolü oynar (Kılıçer, 2008; 216).

Gelenekçiler: Yeniliği en son benimseyen, yeniliklere karşı önyargılı olan ve teknolojik anlamda daima desteğe ihtiyaç duyan bireylerdir (Özgür, 2013; 410). Yeniliklerde karar verme süreçleri çok uzundur. Düşük eğitim seviyesine sahiptirler ve genelde nüfusun yaşlı kesiminden oluşurlar. İletişim araçlarından çok az yararlanırlar (Beal ve Bohlen, 1956; 121).

3.7. Yenilikçi Birey Davranışı

Yenilikçi bireyler bazı davranış şekillerine ve kişilik özelliklerine sahiptirler. Yenilikçi bireylerde gözlemlenen en belirgin kişilik özelliği proaktifliktir. Bu özellikteki kişiler, değer ve inançları doğrultusunda davranan, risk almayı seven ve sorumluluk bilincinde aktif bireylerdir. Kendi kendini motive etme özelliğine sahiptirler (Çetin, 2009; 70).

Yenilikçi bireylerin sahip olduğu önemli niteliklerden ikisi; özsaygı ve özgüvendir. Özsaygı, bireyin kendini önemli ve değerli hissetmesiyle ilgilidir. Özgüveni bireyin içinde bulunduğu durumlarda sorumluluk alarak başarılı olmaya inanma ve kendine güvenme olarak tanımlayabiliriz. Ayrıca yenilikçi yapıda olan bireyler genel olarak dinamik kimselerdir. Bu dinamikliğin sebebi ise sorumluluk alan, fikirleri gerçekleştirme ihtiyacı içinde olan, gelecek beklentisiyle hareket eden bireyler olmalarıdır (Duran ve Saraçoğlu, 2009; 61).

Yenilikçi bireyler için en çok kullanılan tabirlerden birisi de risk alma eğilimleridir. Rutinden sıkılan ve yenilik arayan hemen her bireyde bu özellik görülür. Her yenilik içinde bir belirsizlik taşır ve bu belirsizlikte risk anlamına gelir. Risk alma eğilimi göstermeyen bireyler yenilikten uzak duran bireylerdir (Aydın,

2009; 192). Bazı araştırmacılara göre risk alma, yenilik yapmanın ön şartıdır. Yapılan araştırmalar göstermektedir ki yenilikçilik ve risk alma davranışı arasında pozitif bir ilişki mevcuttur (Tabak, Erkuş ve Meydan, 2010; 163).

Genel olarak yenilikçi bireylerin davranış özelliklerini sıralayacak olursak; hevesli, istekli, azimli, bilgili, tecrübeli, yetenekli, hayal gücüne sahip, fırsatları kollayan ve fikirleri belirleyen yapıda, iletişim gücü yüksek, planlı çalışan, risk alma eğilimli, özsaygısı ve özgüveni olan kimselerdir (Çetin, 2009; 70).

Bu özelliklerin esasında kişilik yapısı yatmaktadır. Yenilikçi davranış sergileyen bireyler aslında birtakım kişilik boyutlarına sahiptirler;

- Bir durum karşısında "daha iyi nasıl yaparım" sorusunu soran "ortalama iç uyum",
- Başarı ve sonuç odaklı düşünmeye teşvik eden "yüksek hırs",
- Risk almayı sağlayan ancak doğru sonuca yönlendiren "ortalama tedbirlik"
- Sürekli deneyen "yüksek yeniliğe açıklık"
- Neden, nasıl sorularının peşinden giden, araştırmaya meraklı olmayı sağlayan "yüksek öğrenmeye açıklık" gibi maddeler kişinin yenilikçi davranışa sahip olup olmadığı konusunda bize bilgi verebilir (www.kaynakdergisi.net).

3.8. Bireysel Yenilikçiliğin Önündeki Engeller

Yenilikler, karmaşık ve tahmini zor süreçlerdir. Her yenilik beraberinde yeni sorunları getirir ve mutlaka her yenilik süreci içinde bazı riskleri taşımaktadır. Fırsat gibi görünen her durum içinde risk de içermektedir. Bazen ortaya çıkan bu riskli durumlar bireyler ve örgütler bazında yenilikten kaçınma gereksinimi getirir. Bu belirsiz ortam insanların hareketlerini kısıtlayan bir etkendir. Ayrıca yenilikler, değişimi gerektiren süreçlerdir. Bu değişim birey, kurum, örgüt ve yöneticiler gibi yenilikte rol oynayan unsurlara bir endişe oluşturur. Bu da birey ya da örgütleri yeniliğe ve yenilikçiliğe karşı çekimser bir tavır sergilemeye iter. Bilinen bir

durumdan uzaklaşmak, alışılandan vazgeçmek rahatsız edici bir olaydır. Kişilerin riskten kaçınması, mevcut konum ve şartlarını kaybetme korkusu sonucunda ortaya çıkan değişime direnç, yeniliğin önündeki en önemli engellerdendir (Işık ve Meriç, 2015; 6,7).

Bireyin sahip olduğu bilgi, iletişim becerisi, yeniliklere karşı bakış açısı yenilikçilik karşısında engel oluşturabilecek durumlardır (Rogers, 1983). Bireyin yaşı, eğitim düzeyi, geliri ve geçmişte yeniliğe karşı yaşadığı olumsuz deneyimler de yenilikçilik önünde engel teşkil ederler (Wejnert, 2002; 305).

Bireyin yenilikçiliğe karşı direnç göstermesinin altında birçok sebep yatabilir. Bu sebeplerde iş ile ilgili olanları; teknolojik işsizlik korkusu, iş yükünün artma korkusu, teknik bilgi yetersizliği, iş ve ücret ilişkilerinde değişiklik endişesi, değişimi teknik olarak imkansız görme, iş koşullarının değişimi, maliyetlerin yüksekliği şeklinde sıralayabiliriz. Kişisel sebepler; bilinmeyen korkusu ve güvenlik ihtiyacı, alışkanlıklardan vazgeçme zorluğu, değişim hakkında yetersiz bilgiye sahip olma, başarısızlık korkusu, çıkar endişesi, yeni şeyler öğrenme zorluğu, güven eksikliği ve olumsuz tecrübelerdir. Sosyal nedenler ise; değişim ve grup arasındaki farklar, değişimi uygulayana güvensizlik, çevredekilerin değişime karşı olumsuz tutumu, dışarıdan yönlendirmeden hoşlanmama, değişimi belli bir grubun çıkarı şeklinde algılama, değişimin işin dışında kaldığı inancı, sosyal ilişkilerden vazgeçmeme arzusudur (Çetin, 2009; 64).

3.9. Yenilikçilik Üzerine Yapılan Çalışmalar

Yenilikçilik üzerine çalışmalar incelendiğinde, genel olarak yeni bir teknolojik gelişmenin, ürünün ya da uygulamanın benimsenmesi üzerinde durulduğu görülmektedir. Rogers'ın "yenilik yayılımı teorisi" bu çalışmalar üzerinde hakim olan teoridir. Yenilikçilik çalışmalarının yurtdışında daha etkin olarak gerçekleştiğini ve ülkemizde çok çalışma olmadığını görmekteyiz. Birçok farklı alanda araştırmalar yapılmış ve bu konuya ilgi gösterilmiştir. Ülkemizde 2000'li yıllardan itibaren

yenilikçilik üzerine çalışmalar gerçekleştirilmiştir. Bu başlık altında yenilikçiliğe dair yerli ve yabancı çalışmalar yer alacaktır.

3.9.1. Yenilikçilik Üzerine Yapılan Yerli Çalışmalar

Esen ve Mardan yapmış oldukları çalışmada yeniliklerin kabul sürecindeki yenilikçilik kategorilerini ve kategorilere göre öğrencilerin özellikleri üzerinde durmuştur. 289 üniversite öğrencisinin VCD filmleri benimsemeleri, yenilikçilik kategorilerine göre dağılımı ve aralarındaki farkları araştırmışlardır. Üniversite öğrencileri yenilikçiler, erken çoğunluk ve geç çoğunluk olarak üç gruba ayrılmıştır. Yapılan çalışmanın sonucunda yenilikçilerin medyayı fazla takip ettiği, yenilikçilerin ailelerinin eğitim seviyesinin ve gelir düzeylerinin daha fazla olduğu görülmüş ve yenilikçilerin daha teknolojik ürünlere sahip olduğu gözlemlenmiştir (Madran ve Esen, 2002).

Özen ve Bingöl Erzurum, Erzincan ve Bayburt üzerinde yaptıkları çalışmada 112 küçük ve orta ölçekli imalat sanayi işletmesini incelemişlerdir. Yapılan araştırma sonucunda işletmelerdeki çalışanların eğitim düzeyi, bilgisayar kullanımı ve hangi yenilik türüne yatkın olduğuna dair önemli sonuçlara varılmıştır. Kurum içindeki bireylere teknolojik imkan verildiğinde ve çalışanlara belirli eğitimler uygulandığında, yenilikçiliğin arttığı tespit edilmiştir (Özen ve Bingöl, 2006).

Basım, Korkmazyürek ve Tokat çalışanların öz yeterlilik algılarını ölçmek ve bu algının yenilikçi davranmalarına ve risk eğilimlerini nasıl etkilediğini ortaya koymak amacıyla bir çalışma yapmıştır. Bu çalışmada kamu kurum ve kuruluşlarında çalışan 230 kişiye anket uygulamışlardır. Çalışma sonucunda ortaya çıkan sonuçta çalışanların öz yeterlilik algılarının ve risk alma eğilimlerinin ortalamanın üzerinde olduğu ve yenilikçi davranışa yüksek derecede meyilli oldukları saptanmıştır. Risk alma, öz yeterlilik ve yenilikçi davranış arasında bir bağ olduğu görülmüştür (Basım, Korkmazyürek ve Tokat, 2008).

Yılmaz, Soğukçeşme, Ayhan, Tuncay, Sancar ve Deniz yaptıkları çalışmada öğretmen adaylarının mesleki yenilikçilik eğilimlerini ölçmeyi amaçlamışlardır. Dicle Üniversitesindeki 512 öğretmen adayı üzerinde bir çalışma uygulanmıştır. Araştırmaya göre kadın öğretmen adaylarının erkek öğretmen adaylarına nazaran daha yenilikçi eğilimde olduğu görülmüştür. Sosyal bilgiler öğretmen adaylarının yenilikçiliğe daha eğilimli olduğu ayrıca birinci ve ikinci sınıflardaki öğretmen adaylarının üçüncü ve dördüncü sınıflardaki öğretmen adaylarına göre yenilikçilik puan ortalamalarının yüksek olduğu belirlenmiştir (Yılmaz, Soğukçeşme, Ayhan, Tuncay, Sancar ve Deniz, 2014).

3.9.2. Yenilikçilik Üzerine Yapılan Yabancı Çalışmalar

Rosen, "Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Modeli" esasında bilişim teknolojilerindeki yenilikçiliğin, teknolojinin benimsenmesine etkisini araştırmıştır. Üniversite öğrencilerine bir bilgisayar programı verilmiş, bu programı benimsemelerine ve kullanımlarına bakılmıştır. Bu araştırmada kişilerin bilişim teknolojilerine karşı yenilikçilik eğiliminin teknolojiyi kullanmada önemli bir unsur olduğu belirtilmiştir. Ayrıca internet üzerinden satın alma tutumunun, yenilikçilik düzeyi yüksek olan bireylerde daha sık görüldüğü saptanmıştır (Rosen, 2004).

Martin, Salanova ve Piero işteki talep ve kaynakların bireysel yenilikçiliği etkilemedeki görevini araştırmıştır. Yaş ve cinsiyetin kontrol altında tutulduğunda işteki talep ve kaynakların bireysel yenilikçiliği belirlemede etkili olacağını düşünmüşlerdir. Çalışanların yüksek oranda iş talep ve kaynaklarına sahip olduklarında daha yenilikçi bir tavır sergiledikleri görülmüştür. Yüksek iş talepleriyle mücadele edebilmek için yüksek iş kaynaklarına sahip çalışanların farklı ve yenilikçi yollar denedikleri görülmüştür (Martin, Salanova ve Piero, 2007).

Scott ve Bruce, bireysel yenilikçilik davranışı doğrultusunda mühendisleri ve bilim adamlarını kapsayan geniş bir çalışma yapmıştır. Liderliğin, grup içindeki ilişkilerin, sorun çözme tarzının bireysel yenilikçilik davranışını etkilediğini saptamışlardır. Araştırmaya göre yöneticinin, çalışanların yenilikçi olmasını istemesi

çalışanın yenilikçi davranışını olumlu olarak etkilemektedir. Bu durum çalışanı cesaretlendirecektir ve yeni şeyler denerken daha rahat hareket etmesini sağlayacaktır. Ayrıca sorun çözmede sistematik olmanın yenilikçi davranış üzerinde olumsuz etkisi olduğu görülmüştür (Scott ve Bruce, 1994).

Könnings, Gruwel ve Merrienboer, Hollanda'da görev yapan 142 öğretmenin yeniliklere karşı tutumlarının, çalışma yılı, cinsiyet ve ders sayısıyla ilgisi olup olmadığını karşılaştırmıştır. Araştırmada eğitimcilerin ya da öğretmenlerin işbirliği içinde olmaları gerektiği ve yenilikçi uygulamalar geliştirilerek daha yenilikçi kişilerin yetiştirileceği kanısına varılmıştır (Könnings, Gruwel ve Merrienboer, 2007).

Spiering ve Erickson, yeniliğin yayılımı teorisi doğrultusunda çalışmıştır. Bu çalışma birleşmiş milletlerdeki yurtdışında eğitim gören ve görmeyen öğrenciler üzerinde yapılmış, yeniliğin beş özelliğinin yurtdışında eğitim görme isteğini nasıl etkilediği ölçülmüştür. Bu doğrultuda denenebilirlik ve göreceli avantajın yurtdışında eğitim görmeye karar vermede etkili olduğu belirtilmiş. Gözlenebilirlik ise 3. sırayı almıştır. Karmaşıklık özelliği ise yurtdışında eğitim görmeme kararında en etkili olmuştur. Öğrenciler enteresan olarak sürecin planlarına uygunluğu ve yurtdışı eğitimin kolay olup olmadığıyla ilgilenmediklerini belirtmişlerdir (Spiering ve Erickson, 2006).

Noone, yaptığı çalışmasında akademik personelin ve yöneticilerin yeniliğin önünde engel olarak hangi sorunları algıladıkları üzerinde çalışmıştır. Araştırma nitel araştırma ve 48 katılımcıyla yapılmıştır. En önemli engelin değişime direnç olduğu belirlenmiştir (Noone, 2000).

3.10. Kişilik Profili, Örgüt Kültürü ve Bireysel Yenilikçilik Arasındaki İlişki

Bu başlık yaptığımız çalışmanın önemini vurgulamak açısından bir özet niteliği taşımaktadır. İçinde bulunduğumuz dönemde birçok kavram birbirinden olumlu ya da olumsuz şekilde etkilenmektedir. Bu kavramlar iyi analiz edildiğinde olası bir

uygulama sürecinde bireylere ya da işletmelere çok büyük avantajlar sağlamaktadır. Tezimizin başlığını ve ana hatlarını oluşturan kişilik profili, örgüt kültürü ve bireysel yenilikçilik kavramları içinde bulundukları döneme ya da şartlara göre birbirinden etkilenmekte ve bu etki olumlu veya olumsuz şekilde olmaktadır.

İlk olarak kişilik profili ve örgüt kültürü arasındaki ilişkiye bakacak olursak. Her işletme veya gruba ait bir örgüt kültüründen söz edebiliriz. Bu işletmeyi ve grubu oluşturan temel unsur kişilerdir. Bu durumda oluşan kültür kişilerin tutum ve davranışları çerçevesinde şekillenir. Bir gruba ait kültürden söz ederken o grubu oluşturan kişilerin yapı ve karakter özelliklerine değinmeden net bir açıklama yapamayabiliriz.

Kişilerin profilleri, hayata karşı bakış açıları, karakterleri içinde bulundukları ortamdan etkilenmektedir. Bunun sebebi aile yapısı, çevresi, yaşadığı coğrafya ya da içinde bulunduğu topluluğa ait kültür olabilir. Kültürler kişilerden oluşmaktadır aynı zamanda kişilere ait olan karakter özelliklerinin de içinde bulunduğu kültürden etkilendiğini rahatlıkla söyleyebiliriz. Bu durumda bu kadar iç içe geçmiş olan kişi ve kültür kavramını birbirinden bağımsız düşünmemiz imkansızdır. Bu iki kavram arasındaki ilişkiyi özetleyecek olursak sürekli olarak etkileşim halinde olan iki kardeşe benzetebiliriz.

Tezimizde bulunan diğer etkileşim halinde olan kavramlar kişilik profili ve bireysel yenilikçilik kavramlarıdır. Kişilik profili birçok alt başlıktan oluşmaktadır. Bir bireye ait olan birçok özellik mevcuttur. Yenilikçilikte birey bazında bakıldığında bu özelliklerden bir tanesidir. Esasen bireysel yenilikçiliğe kişilik özelliklerinden bir tanesi diyebiliriz. Bir kişiye yenilikçi diyebilmemiz için bunu gösteren bazı özellik, tutum ve davranışlara sahip olması gerekir. Örnek verecek olursak daha önceki başlıklar altında söz ettiğimiz gibi yenilikçi bir birey istekli, meraklı, araştırmacı, güncel gibi bazı özelliklere sahip olması gerekmektedir. Bu özellikler onun kişilik profiliyle doğrudan ilgilidir. Bu tarz bir kişilik profiline sahip bireyin yenilikçi olduğu kanısına büyük oranda varabiliriz. Bireyin yenilikçiliğini göz önüne seren ilk olgu kendi kişilik yapısı ve özellikleridir. Bireyin yenilikçiliği kendi kişilik

profilinden beslenmektedir. Kişinin yenilikçilik özelliğinin oluşması ve gelişmesi büyük oranda kendi kişiliğine bağlıdır.

Örgüt kültürü ve bireysel yenilikçilik arasındaki ilişkiyi ele alalım. Bazı araştırmacılar yenilikçi bireylerden oluşan, yenilikçi örgütlerin güçlü kültürler oluşturacağını düşünürken, bazıları ise güçlü kültürlerin yenilikçiliğin tetikleyicisi olduğunu düşünmektedir. Birtakım araştırmacılar paylaşılan değerlerin hakim olduğu bir örgüt kültürü yapısında yenilikçiliğin oturması ve etkin bir şekilde yapılmasının daha kolay olduğunu ileri sürmektedirler. Yenilikçi davranışın oluşmasında ve gelişmesinde örgütsel desteğin önemi çok büyüktür. Örgüt kültürünün yapısı çalışanların tutum ve davranışlarını olumlu ya da olumsuz şekilde etkilemektedir. Bu durumda yenilikçi davranış üzerinde de örgüt kültürünün direk etkisinden söz edebiliriz. Günümüzde araştırmacılar yenilikçi birey ve yenilikçi kültür için işletme sistemindeki gerekli değişikliği sağlayacak bir örgüt kültürü yapısının gerekliliğine vurgu yapmaktadır. Yapılan araştırmaların birçoğunda örgüt kültürü ile yenilikçilik arasında pozitif bir ilişki olduğu düşüncesi hakimdir (Çalışkan, 2013; 95).

Yaşadığımız dönem göz önünde bulundurulduğunda özellikle işletmeler açısından çevrelerinde yaşanan değişime ayak uydurma, rekabet üstünlüğü sağlayabilme, piyasada kendine yer edinme gibi önem arz eden konularda ortaya çıkan yeniliklere adapte olabilecek uygun bir örgüt yapısına ve kültürüne sahip olması kaçınılmazdır. Sonuç olarak yenilikçilik kavramı ve örgüt kültürü arasındaki ilişki işletmeler açısından hayati bir önem taşımaktadır (Özkan ve Turunç, 2015; 345).

Bireysel yenilikçilik, kişilik profili ve örgüt kültürü arasındaki ilişki göz önünde bulundurulduğunda bireysel anlamda yenilikçiliğin harekete geçmesini sağlayan en etkili iki kavramın bireye ait olan kişilik profili, yapısı ve özellikleri ile içinde bulundukları topluluğun, işletmenin ya da grubun kültürüdür diyebiliriz. Bireyde oluşmasını beklediğimiz yenilikçi davranışın en önemli iki tetikleyicisi bireyin kendi özellikleri ve bulunduğu örgüt ya da örgütlerin kültürleridir. Bu yenilikçilik davranışına imkan sağlayan ya bu davranışı destekleyen bir örgüt ya da kişinin öz

benliğidir. Kişi kendisinde ya da içinde bulunduğu örgütte yenilikçilik bazında bir destek göremediği takdirde bu davranışı sergilemesi beklenemez.

Daha önceki çalışmalar incelendiğinde bu üç kavramın yan yana pek kullanılmadığı görülmüştür. Ancak kişilik profili, örgüt kültürü ve bireysel yenilikçilik kavramları ayrı bir şekilde defalarca incelenmiş üzerine çok önemli çalışmalar yapılmıştır. Bu kavramların arasındaki ilişkiye bakıldığında birbirinden çok fazla etkilendiği gözlemlenmiştir. Bu tezin amacı kişilik profillerinin mevcut olan örgüt kültürüyle birlikte bireysel anlamda yenilikçi davranışa nasıl etki ettiğidir.

DÖRDÜNCÜ BÖLÜM

Çalışmanın dördüncü ve son bölümünde çalışmaya ilişkin alan araştırması ve araştırma sonucu elde edilen verilerin analizine yer verilmiştir.

4. KİŞİLİK PROFİLİNİN ve ÖRGÜT KÜLTÜRÜNÜN BİREYSEL YENİLİKÇİLİK ÜZERİNE ETKİSİ: KOBİ'LER ÜZERİNDE BİR ALAN ARAŞTIRMASI

Çalışmanın dördüncü bölümünde; araştırmanın amacı, önemi, modeli, evren ve örneklem, verilerin toplanması ve verilerin analizine ilişkin bilgiler verilmiştir. İstanbul ilinde küçük ve orta büyüklükteki işletmeler (KOBİ) üzerinde anket yöntemi ile veri toplanmıştır. Araştırmaya katılanların yarısı, hizmet sektöründe çalışan işgörenler, diğer yarısı ise imalat sektöründe çalışan işgörenlerdir. Elde edilen veriler SPSS 20 programı ile analiz edilmiştir.

4.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın amaçlarını maddeler halinde sıralayacak olursak:

- KOBİ'lerde kişilik profilinin ve örgüt kültürünün bireysel yenilikçiliğe etkisinin belirlenmesi,

- Kişilik profili, örgüt kültürü ve bireysel yenilikçilik maddelerinin hizmet ve imalat sektörlerine göre farklılık gösterip göstermediğinin belirlenmesi,

- Kişilik profilinin alt boyutlarının bireysel yenilikçiliğe etkisi ile örgüt kültürünün alt boyutlarının bireysel yenilikçiliğe etkisinin ayrı ayrı belirlenmesi,

- Katılımcıların demografik özelliklerinin tespit edilmesi,

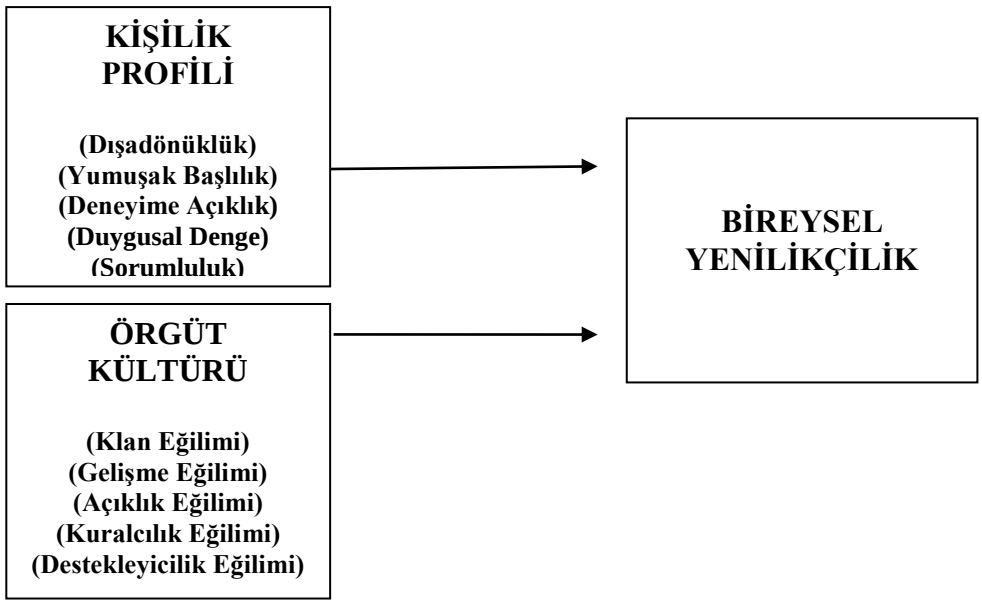
- Kişilik profili alt boyutları, örgüt kültürü alt boyutları ve bireysel yenilikçilik düzeylerinin sosyo – demografik özelliklere göre farklılaşıp farklılaşmadığının tepsit edilmesidir.

Bireysel yenilikçilik düzeyinin farklılık göstermesinde kişilik profili ve örgüt kültürü önemli unsurlardır. Bireysel yenilikçiliği, kişilik profili ve örgüt kültürünün hangi alt boyutlarının pozitif anlamda etkilediği, hangi alt boyutlarının negatif anlamda etkilediği ya da hangi alt boyutlarının etklilemediği çalışma kapsamında değerlendirilmiştir. Bu etkileri ortaya koyma açısından bu çalışma önem arz etmektedir.

4.2. Araştırmanın Modeli

Araştırmanın modelinde, iki bağımsız ve bir bağımlı değişken yer almaktadır. Bağımsız değişkenler; kişilik profili ve örgüt kültürü, bağımlı değişken; bireysel yenilikçilik şeklindedir.

Şekil 5. Araştırmanın Modeli



4.3. Veri Toplama Yöntemi

Geçmiş çalışmalar incelenerek çalışmalar benzer ve farklı yönleri ile ele alınmıştır. Bunun ardından literatür taraması yapılmıştır. Konuya ilişkin kitaplar, makaleler, tezler, çeşitli yayınlar, üniversite veri tabanları ve internet sitelerinden faydalanılmıştır. Daha sonra hedef kitleye anket uygulaması yapılmış ve birincil kaynaklardan veri toplanmıştır. Anket çalışması Mart – Temmuz 2016 yılında uygulanmıştır.

4.4. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evreni İstanbul'da imalat ve hizmet sektörlerinde faaliyet gösteren KOBİ'lerdir. Araştırmanın örneklemini ise kolayda örnekleme yöntemi ile seçilen 12 adet KOBİ oluşturmaktadır. Bu KOBİ'lerden 5 tanesi imalat sektöründe, 7 tanesi hizmet sektöründe faaliyet göstermektedir. Bu 12 adet KOBİ'de işgören sayısı yaklaşık olarak toplam 600 kişidir. Toplam 600 adet anket formu dağıtılmıştır ve bu anketlerden toplam 505 adet anket formu elde edilmiştir. Bu anket formlarından 81 tanesi çeşitli sebeplerden dolayı kullanılamamıştır. Araştırmada kullanılabilir durumdaki anket formlarının KOBİ'lere göre dağılımları aşağıda gösterilmiştir.

Tablo 5. Kullanılabilir Anket Formlarının KOBİ'lere Göre Dağılımı

İMALAT SEKTÖRÜ İÇİNDE İŞGÖRENLER	ANKET SAYISI
Hazır Giyim İmalat Firması	58
Hazır Giyim İmalat Firması	54
Otomotiv Yedek Parça İmalatı	32
Otomotiv Yedek Parça İmalatı	36
Ayakkabı Taban İmalatı	31
Toplam	211

HİZMET SEKTÖRÜ İÇİNDE İŞGÖRENLER	ANKET SAYISI
Mobilya Mağazacılığı	30
Teknoloji Market	15
Hazır Giyim Mağazacılık	21
Sigorta Hizmetleri	31
Sağlık Hizmetleri	54
Gıda Market	32
Eğitim Hizmetleri	30
Toplam	213

4.5. Veri Toplama Aracı

Veri toplama yöntemi olarak anket formu kullanılmıştır. Anket formu 4 bölümden oluşmaktadır. İlk bölüm demografik özelliklere ilişkin maddeler, ikinci bölümde kişilik profiline ilişkin maddeler, üçüncü bölümde örgüt kültürüne ilişkin maddeler, dördüncü ve son bölümde bireysel yenilikçiliğe ilişkin maddeler yer almaktadır. Ölçekler 5'li Likert ölçeğidir ve ifadeler "Kesinlikle Katılmıyorum=1", "Katılmıyorum=2", "Kararsızım=3", "Katılıyorum=4" ve "Kesinlikle Katılıyorum=5" şeklinde kodlanmıştır. Demografik özelliler 13 madde, kişilik profili 25 madde, örgüt kültürü 24 madde ve bireysel yenilikçilik 20 madde olmak üzere anket formu 82 maddeden oluşmaktadır.

Kişilik profili ölçeği Costa ve McCrae (1987) tarafından oluşturulmuş ve Somer vd. (2002) tarafından Türkçeye uyarlanmıştır. Küçük (2014) ise ölçeği farklı bir şekilde uyarlamıştır. Bu çalışmada Küçük (2014) tarafından uyarlanmış olan ölçek aynen kullanılmıştır.

Örgüt kültürü ölçeği, Danışman ve Özgen (2003) tarafından geliştirilen ve Görmen, (2012) tarafından uyarlanan ölçektir. Bu çalışmada Görmen (2012) tarafından uyarlanan ölçek aynen kullanılmıştır.

Bireysel yenilikçilik ölçeği, H. Thomas Hurt vd. (1977) tarafından geliştirilmiş ve Kılıçer ve Odabaşı (2010) tarafından Türkçeye uyarlanmıştır. Bu çalışmada Kılıçer ve Odabaşı (2010) tarafından uyarlanan ölçek aynen kullanılmıştır.

4.6. Verilerin Analizi

Bu bölümde öncelikle örnek verilerinden elde edilen demografik bilgiler özetlenmekte, ölçeklere ait güvenilirlik ve faktör analizi sonuçlarının ardından araştırma hipotezlerini test etmek üzere oluşturulan çoklu doğrusal regresyon modelleri ile uygulanan parametrik ve parametrik olmayan hipotez testleri bulgularına yer verilmektedir. Örnekten elde edilen verilerin analizinde istatistik paket programı IBM SPSS 20 sürümü kullanılmıştır.

Güvenilirlik ve faktör analizleri, 424 çalışanın verisiyle gerçekleştirilmiştir. Bu analizlerden elde edilen bulgularla bireysel yenilikçilik skorları ve diğer ölçek alt boyut skorları oluşturulmuştur. Oluşturulan bu değişkenler kullanılarak araştırma hipotezlerinin test edilmesinden önce standardize edilmiş tek değişkenli dağılımlar incelenmiş, histogram incelemesinde ve bireysel yenilikçilik değişkeni standardize skoru –2,50 altında kalan 17 gözlem aşırı gözlem kabul edilerek devam eden analizlere dahil edilmemiştir. Çoklu doğrusal regresyon modelleri ve parametrik ve parametrik olmayan hipotez testleri 407 gözlem kullanılarak uygulanmıştır.

4.6.1. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırma hipotezleri aşağıdaki gibidir. Tüm sıfır hipotezleri, "ilişkisi yoktur" veya "farklılık yoktur" biçimindedir:

H_1: Hizmet sektöründe faaliyet gösteren işgörenlerin kişilik profili maddeleri ile imalat sektöründe faaliyet gösteren işgörenlerin kişilik profili maddeleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır.

H_2: Hizmet sektöründe faaliyet gösteren işgörenlerin örgüt kültürü maddeleri ile imalat sektöründe faaliyet gösteren işgörenlerin örgüt kültürü maddeleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır.

H_3: Hizmet sektöründe faaliyet gösteren işgörenlerin bireysel yenilikçilik maddeleri ile imalat sektöründe faaliyet gösteren işgörenlerin bireysel yenilikçilik maddeleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır.

H_4: Kişilik profili alt boyutu olan "dışadönüklük" alt boyutu ile bireysel yenilikçilik düzeyi arasında ilişki vardır.

H_5: Kişilik profili alt boyutu olan "yumuşak başlılık" alt boyutu ile bireysel yenilikçilik düzeyi arasında ilişki vardır.

H_6: Kişilik profili alt boyutu olan "deneyime açıklık" alt boyutu ile bireysel yenilikçilik düzeyi arasında ilişki vardır.

H_7: Kişilik profili alt boyutu olan "duygusal denge" alt boyutu ile bireysel yenilikçilik düzeyi arasında ilişki vardır.

H_8: Kişilik profili alt boyutu olan "sorumluluk" alt boyutu ile bireysel yenilikçilik düzeyi arasında ilişki vardır.

H_9: Örgüt kültürü alt boyutu olan "klan eğilimi" alt boyutu ile bireysel yenilikçilik düzeyi arasında ilişki vardır.

H_{10}: Örgüt kültürü alt boyutu olan "gelişme eğilimi" alt boyutu ile bireysel yenilikçilik düzeyi arasında ilişki vardır.

H_{11}: Örgüt kültürü alt boyutu olan "açıklık eğilimi" alt boyutu ile bireysel yenilikçilik düzeyi arasında ilişki vardır.

H12: Örgüt kültürü alt boyutu olan "kuralcılık eğilimi" alt boyutu ile bireysel yenilikçilik düzeyi arasında ilişki vardır.

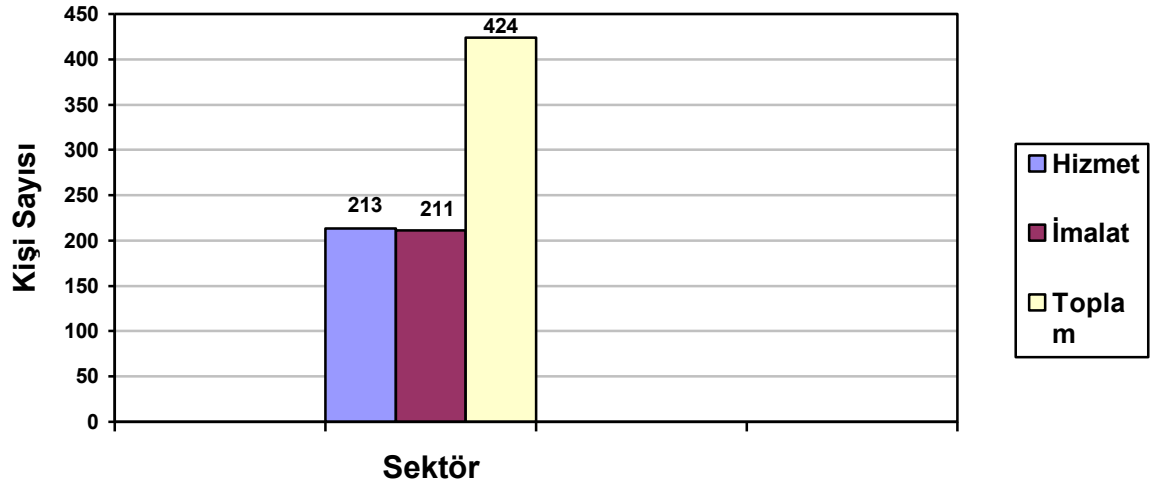
H13: Örgüt kültürü alt boyutu olan "destekleyicilik eğilimi" alt boyutu ile bireysel yenilikçilik düzeyi arasında ilişki vardır.

H14: Kişilik profili alt boyutları ve örgüt kültürü alt boyutları ile bireysel yenilikçilik düzeyi arasında ilişki vardır.

4.6.2. Katılımcıların Sosyo-Demografik Özellikleri

Katılımcıların faaliyet gösterdikleri sektöre göre yaş, cinsiyet, öğrenim durumu, medeni durum, aylık toplam aile geliri, eşin iş durumu, işletmelerinde bulundukları yıl, çocuk sayısı, yetişme çağında bulunduğu yer ve kardeş sayıları aşağıdaki tablolarda belirtilmiştir. Sosyo – demografik özelliklere ilişkin maddeler Ek 1'de yer almaktadır.

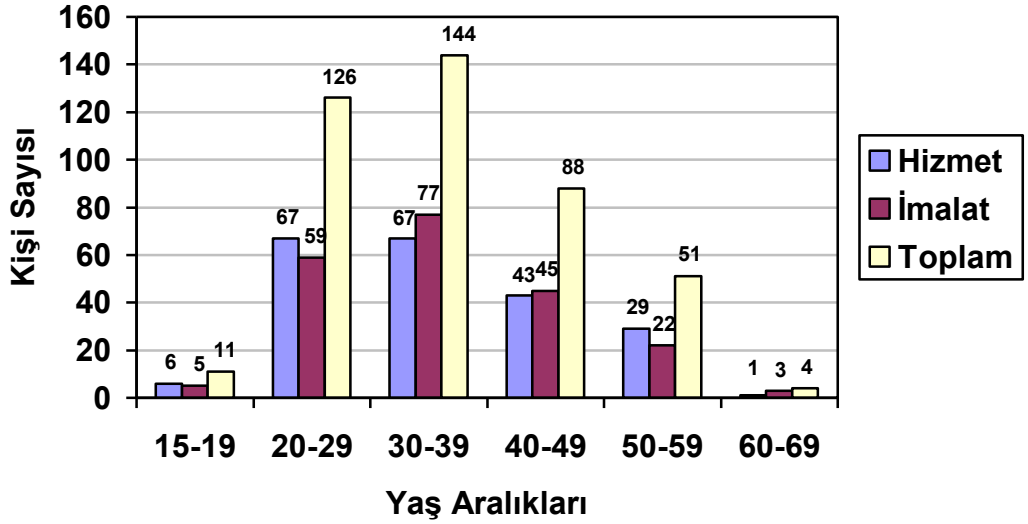
Şekil 6. Katılımcıların Görev Yaptıkları Sektöre Göre Dağılımları



Araştırmada hizmet ve imalat sektörüne göre kişilik profili, örgüt kültürü ve bireysel yenilikçiliğin farklılıkları ölçümlenmek istenmiştir. Bu sebeple hizmet ve imalat sektöründe faaliyet gösteren katılımcılar tabloda görüldüğü gibi sayısal olarak

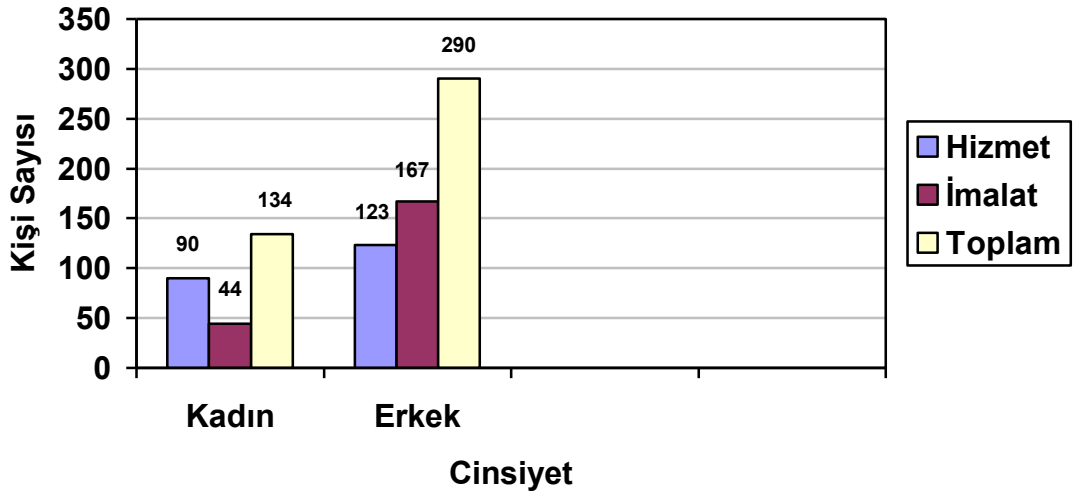
birbirlerine yakınlık göstermektedir. Araştırmada 300 hizmet sektörü çalışanına ve 300 imalat sektörü çalışanına anket uygulanmış ancak 213 hizmet sektörü çalışanının ve 211 imalat sektörü çalışanın anketleri geçerli kabul edilmiştir.

Şekil 7. Katılımcıların Yaş Dağılımları



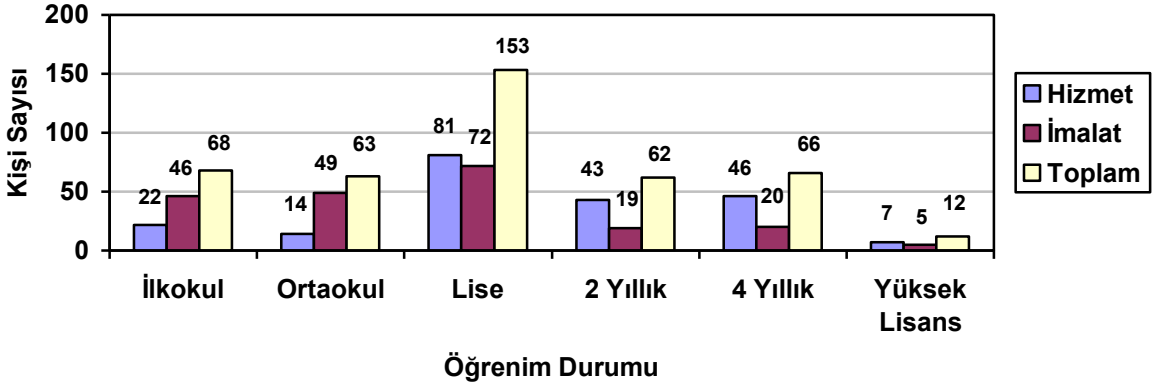
Katılımcıların yaşları 16 ile 66 arasında değişmektedir. Hizmet sektöründe faaliyet gösteren işgören sayısı en fazla olduğu yaş aralığı 20 – 29 ile 30 – 39 yaş aralığıdır. İmalat sektöründe ise en fazla işgören 30 – 39 yaş aralığında bulunmaktadır. Genele baktığımızda ise 144 işgörenle (% 33,9) en fazla işgören 30 – 39 yaş aralığındadır. Her iki sektörde yaş ortalamaları yakınlık göstermektedir. Hizmet sektöründeki işgörenlerin yaş ortalaması 35,87, imalat sektöründeki işgörenlerin yaş ortalaması ise 35,94'tür.

Şekil 8. Katılımcıların Cinsiyet Dağılımları



Hizmet sektöründe kadın işgören sayısı 90, erkek işgören sayısı 123'tür. İmalat sektöründe kadın işgören sayısı 44, erkek işgören sayısı 167'dir. İmalat sektöründeki erkek sayısı, hizmet sektörüne göre fazlalık gösterirken, hizmet sektöründeki kadın sayısı, imalat sektörüne göre fazlalık göstermektedir.

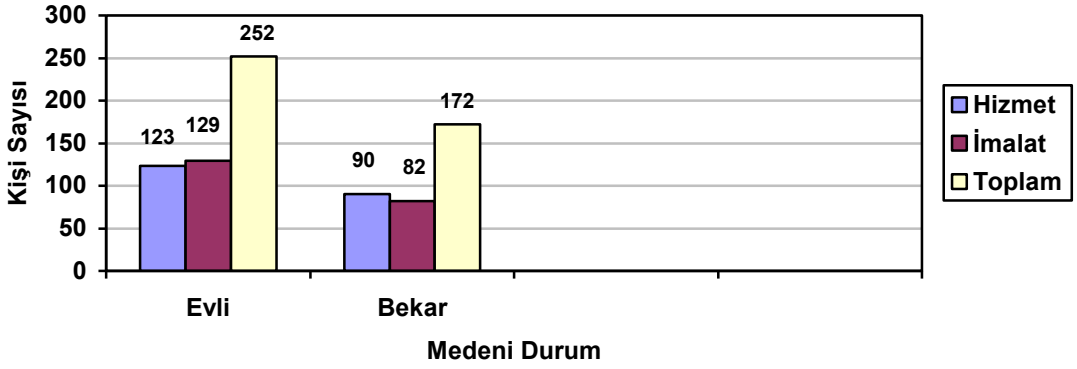
Şekil 9. Katılımcıların Öğrenim Durumu



Her iki sektörde de katılımcıların çoğunluğunu lise mezunları oluşturmaktadır. Yüksek lisans mezunu ise en az orana sahiptir. Hizmet sektöründe lise, 2 yıllık yüksekokul, 4 yıllık üniversite ve yüksek lisans mezunu imalat sektörüne göre

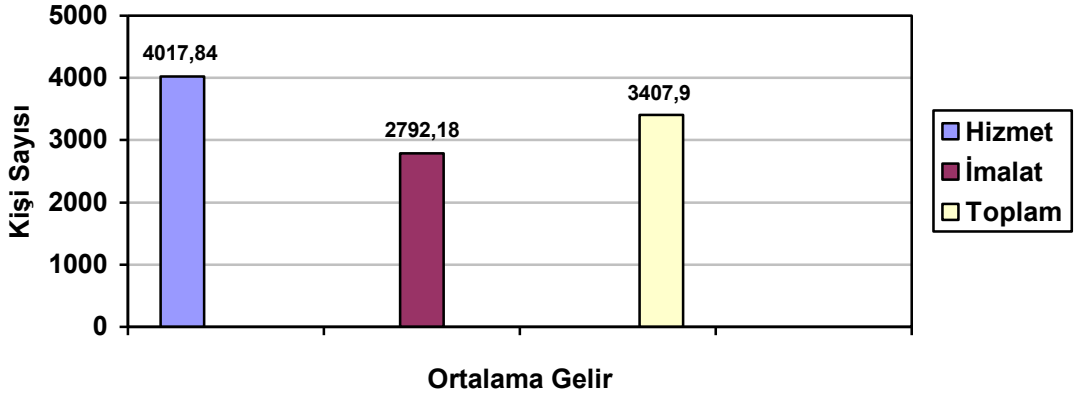
fazlalık göstermektedir. Araştırma kapsamında hizmet sektörünün eğitim düzeyi imalat sektörüne göre daha yüksektir diyebiliriz. Genel olarak ise katılımcıların çoğunu 153 kişiyle (% 36,1) lise mezunları oluşturmaktadır.

Şekil 10. Katılımcıların Medeni Durumuna Göre Dağılımı



Katılımcıların çoğunu evliler oluşturmaktadır. Hizmet sektöründe imalat sektörüne göre bekarlar az bir farkla fazlalık gösterirken, imalat sektöründe de evliler hizmet sektörüne göre az bir farkla fazlalık göstermektedir.

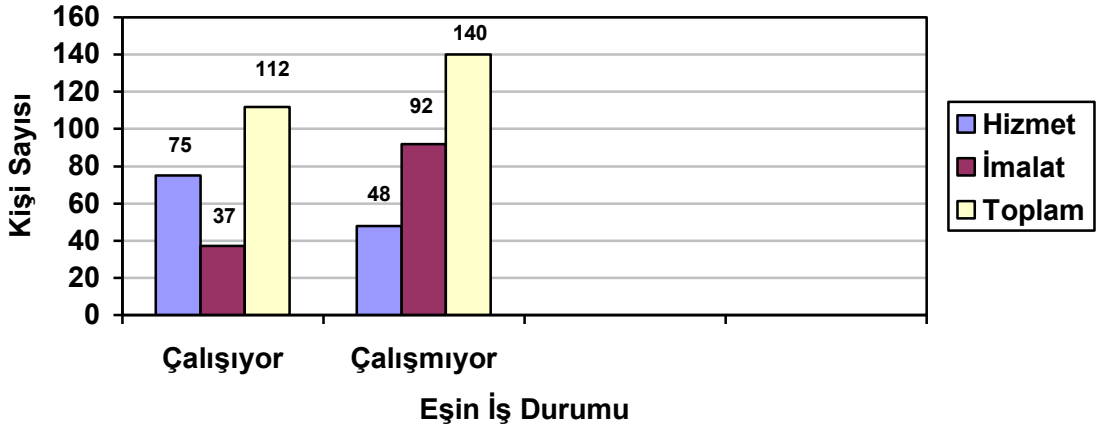
Şekil 11. Katılımcıların Aile Gelirlerine Göre Dağılımları



Hizmet sektöründe faaliyet gösteren işgörenlerin aylık ortalama aile gelirleri 4017,84 Türk Lirası, imalat sektöründe faaliyet gösteren işgörenlerin aylık ortalama aile gelirleri 2792,18 Türk Lirası ve tüm katılımcıların ortalama aylık aile gelirleri

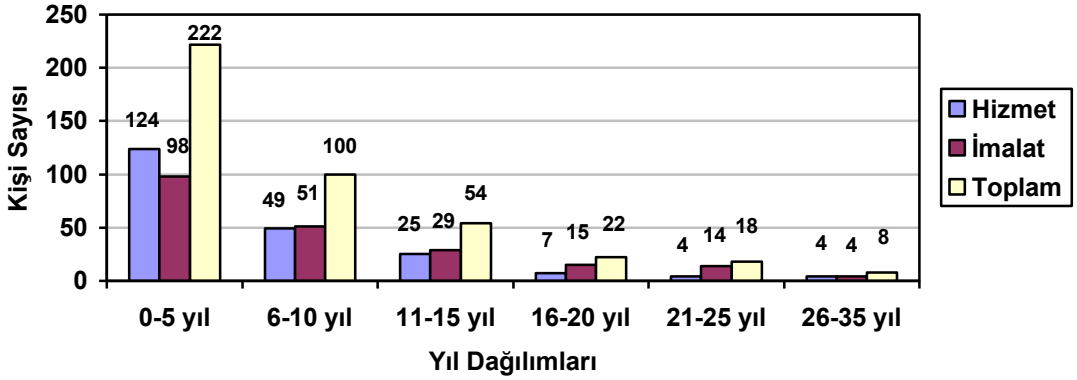
3407,90 Türk Lirasıdır. Hizmet sektöründe faaliyet gösteren işgörenler imalat sektörüne göre ortalama olarak 1225 Türk Lirası daha fazla aylık aile gelirine sahiptirler.

Şekil 12. Katılımcıların Eşlerinin İş Durumuna Göre Dağılımları



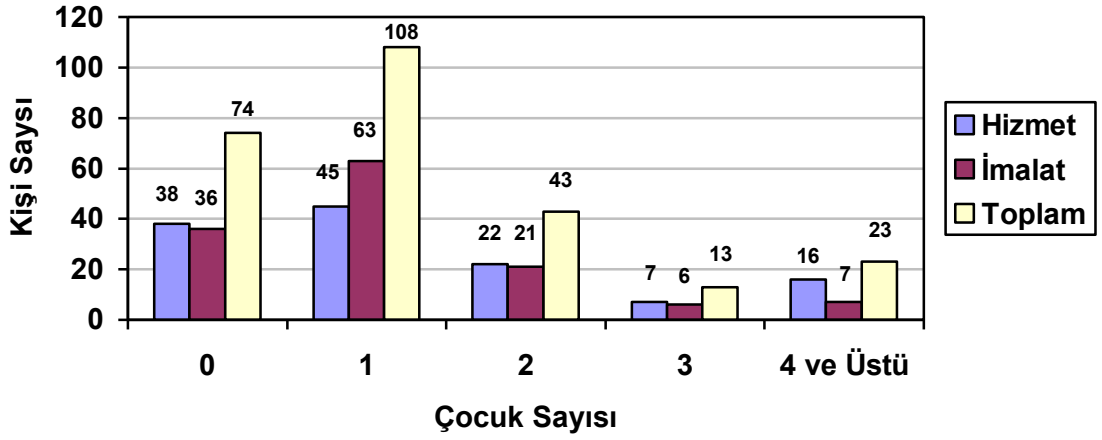
252 evli katılımcıdan 112 katılımcının eşi çalışırken, 140 katılımcının eşi çalışmamaktadır. Hizmet sektöründe eşi çalışan katılımcı sayısı 75, eşi çalışmayan katılımcı sayısı 48'dir. İmalat sektöründe eşi çalışan katılımcı sayısı 37, eşi çalışmayan katılımcı sayısı ise 92'dir. Hizmet sektöründe eşi çalışan katılımcı sayısı imalat sektörüne göre fazlalık göstermektedir. Bu durum hizmet ve imalat sektörlerine göre aylık ortalama aile gelirindeki farklılığın sebeplerinden biridir.

Şekil 13. Katılımcıların İşletmelerinde Bulundukları Toplam Yıl Dağılımları



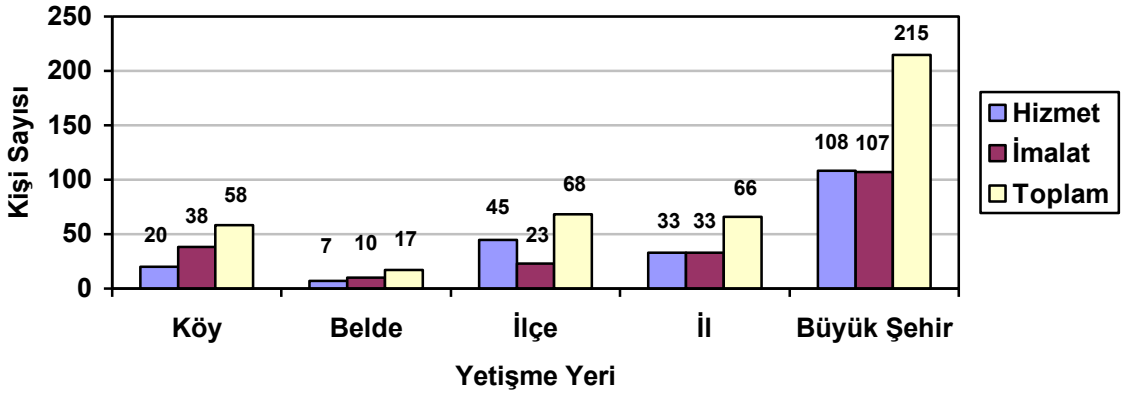
Her iki sektörde de en fazla işgören 0 – 5 yıl aralığında bulunmaktadır. Hizmet sektöründe 124, imalat sektöründe 98 işgören işletmelerinde 0 – 5 yıl tecrübeye sahiptir. 21 – 25 yıl ve 26 – 35 yıl aralığını çoğunlukla işletme sahipleri ve yöneticiler oluşturmaktadır.

Şekil 14. Katılımcıların Çocuk Sayılarına Göre Dağılımları



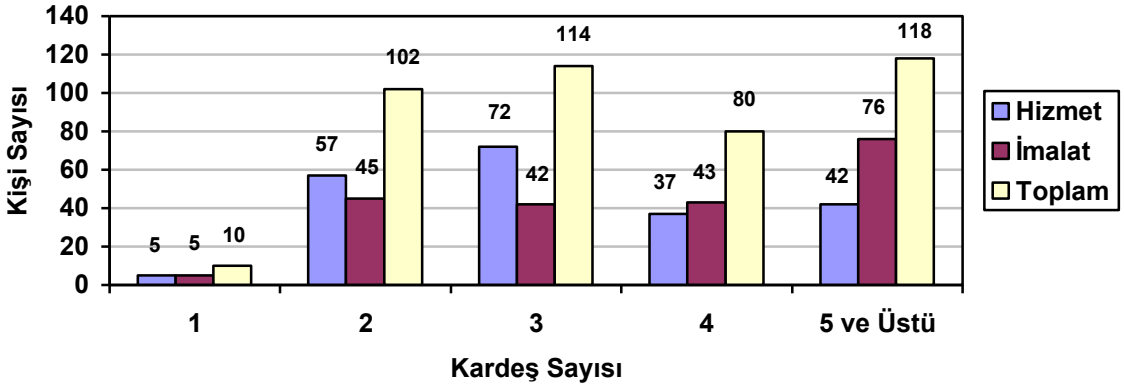
Evli katılımcıların sayısı 252 iken kaç çocuğunuz var maddesine cevap verenlerin sayısı 261'dir. Aradaki 9 katılımcı farkını evli olmayıp ancak çocuk sahibi olduğu şeklinde açıklayabiliriz. Hizmet ve imalat sektörlerinde en fazla işaretlenen cevap 1 olduğu görülmektedir.

Şekil 15. Katılımcıların Yetişme Çağında Bulundukları Yere Göre Dağılımları



Katılımcıların büyük bir çoğunluğu yetişme çağında büyük şehirde bulunmuştur. İmalat sektöründe hizmet sektörüne göre yetişme çağında köyde bulunan işgören sayısı fazlalık göstermektedir. Yetişme çağında ilçede bulunan işgören sayısında ise hizmet sektöründe imalat sektörüne göre fazlalık söz konusudur.

Şekil 16. Katılımcıların Kardeş Sayılarına Göre Dağılımları



2 ve 3 kardeş sayısına sahip katılımcılar arasında hizmet sektörü fazla durumdayken 4 ve 5 ve üstü kardeş sayısına sahip katılımcılar arasında imalat sektörünün fazla olması göze çarpmaktadır.

4.6.3. Kişilik Profilinin Hizmet ve İmalat Sektörlerine İlişkin Bulguları

Bu bölümde işgörenlerin tümünün kişilik profili ölçeği maddelerine ilişkin verdikleri cevap ortalamalarına, imalat ve hizmet sektörlerine göre cevap ortalamalarına, bağımsız iki örnek t-testine göre "p" değerinin anlamlılık düzeyine, Mann Whitney U (MWU) testine göre "p" değerinin anlamlılık düzeyine yer verilmiştir. Kişilik profilinin hizmet ve imalat sektörlerine göre farklılık gösterip göstermediğine dair hipotezler aşağıdaki gibidir:

H_0: Hizmet sektöründe faaliyet gösteren işgörenlerin kişilik profili maddeleri ile imalat sektöründe faaliyet gösteren işgörenlerin kişilik profili maddeleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık yoktur.

H_1: Hizmet sektöründe faaliyet gösteren işgörenlerin kişilik profili maddeleri ile imalat sektöründe faaliyet gösteren işgörenlerin kişilik profili maddeleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 6. Kişilik Profilinin Genel Ortalaması, Hizmet Ortalaması, İmalat Ortalaması ve Bağımsız İki Örnek T-Testi ve Mann Whitney U Testi P Anlamlılık Değerleri

No	Maddeler	Genel Ortalama	Hizmet Ortalaması	İmalat Ortalaması	P (T-Test) Anlamlılık	P (MWU) Anlamlılık
1.	Konuşkan, neşeli, hareketli, arkadaş canlısı, topluluk içinde bulunmaktan hoşlanan biriyim.	3,81	3,79	3,82	0,801	0,997
2.	Yarışmacı, baskın biriyim.	3,48	3,46	3,51	0,674	0,477
3.	Girişken biriyim.	3,77	3,85	3,69	0,131	0,300
4.	Sosyal, rahat, dikkat çekmekten rahatsız olmayan biriyim.	3,37	3,43	3,32	0,346	0,438
5.	Çekingen, sessiz, yalnızlığı seven, mesafeli, bireyselci biriyim.	3,45	3,67	3,22	0,001*	0,001*
6.	Başkalarını düşünen, merhametli, anlayışlı, verici, geçimli, yumuşak kalpli biriyim.	4,04	3,95	4,12	0,064	0,001*
7.	Eleştiriye açık biriyim.	3,42	3,25	3,60	0,003*	0,001*
8.	Önyargısız birisi biriyim.	3,25	3,13	3,37	0,039*	0,026*

9.	Olaylar karşısında sakin, serin kanlı biriyim.	3,37	3,44	3,29	0,241	0,238
10.	Dik kafalı, kinci, inatçı, tartışmacı biriyim.	3,75	3,61	3,90	0,018*	0,059
11.	Düzenli, dikkatli, titiz biriyim.	3,93	3,95	3,91	0,672	0,512
12.	Sorumluluk sahibi, güvenilir biriyim.	4,26	4,29	4,23	0,519	0,698
13.	Amaçlı, başarı motivasyonu yüksek biriyim.	3,83	3,71	3,95	0,014*	0,015*
14.	Kurallara bağlı, temkinli biriyim.	3,79	3,60	3,98	0,001*	0,001*
15.	Maceracı, aklına eseni yapan, risk ve tehlikeye açık olan, çılgın biriyim.	3,06	2,86	3,27	0,002*	0,002*
16.	Endişeli, gergin, kaygılı, başkalarının onayına ihtiyaç duyan biriyim.	3,66	3,62	3,70	0,521	0,444
17.	Kararsız, güvensiz, alıngan biriyim.	3,85	3,83	3,88	0,591	0,413
18.	Kendimden memnun olmayan biriyim.	3,90	4,00	3,79	0,039*	0,298
19.	Duygusal açıdan istikrarlı olan biriyim.	3,42	3,31	3,52	0,061	0,020*
20.	En zor durumlarda bile sabırlı olabilen biriyim.	3,44	3,28	3,59	0,015*	0,013*
21.	Analitik düşünen, araştırıcı biriyim.	3,50	3,44	3,56	0,277	0,083
22.	Değişikliği seven, farklı düşüncelere açık, hür düşünceli biriyim.	3,76	3,68	3,85	0,119	0,198
23.	Zeki biriyim.	3,96	3,95	3,96	0,873	0,492
24.	Sanatçı ruhlu, duygulu biriyim.	3,00	2,64	3,37	0,000*	0,000*
25.	Hassas, ince ruhlu, nazik biriyim.	3,22	2,89	3,56	0,000*	0,000*

Tablo incelendiğinde “Mann Whitney U Testi” ve “Bağımsız İki Örnek T-Testinde” “p” değerinin 0,05’ten yüksek olduğu maddeler; 1, 2, 3, 4, 9, 11, 12, 16, 17, 21, 22, 23 no’lu maddelerdir. Bu durumda bu maddeler için parametrik olmayan “Mann Whitney U Testi” ve parametrik olan “Bağımsız İki Örnek T-Testi” anlamlı sonuç vermemektedir. Bu durumda her iki test için H0 hipotezi kabul edilir.

“Mann Whitney U Testi” ve “Bağımsız İki Örnek T-Testinde” “p” değerinin 0,05’ten düşük olduğu maddeler; 5, 7, 8, 13, 14, 15, 20, 24, 25 no’lu maddelerdir. Bu

durumda bu maddeler için parametrik olmayan "Mann Whitney U Testi" ve parametrik olan "Bağımsız İki Örnek T-Testi" anlamlı sonuç vermektedir. Bu durumda her iki test için H_0 hipotezi reddedilerek H_1 hipotezi kabul edilir.

"Mann Whitney U Testi" için "p" değeri 0,05'ten düşük, "Bağımsız İki Örnek T-Testi" için "p" değeri 0,05'ten yüksek olan maddeler; 6, 19 no'lu maddelerdir. Bu durumda bu maddeler için parametrik olmayan "Mann Whitney U Testi" anlamlı sonuç verir ve H_0 hipotezi reddedilir H_1 hipotezi kabul edilir. Parametrik olan "Bağımsız İki Örnek T-Testi" anlamlı sonuç vermez ve H_0 hipotezi kabul edilir.

"Mann Whitney U Testi" için "p" değeri 0,05'ten yüksek, "Bağımsız İki Örnek T-Testi" için "p" değeri 0,05'ten düşük olan maddeler; 10, 18 no'lu maddelerdir. Bu durumda bu maddeler için parametrik olmayan "Mann Whitney U Testi" anlamlı sonuç vermez ve H_0 hipotezi kabul edilir. Parametrik olan "Bağımsız İki Örnek T-Testi" anlamlı sonuç verir ve H_0 hipotezi reddedilir H_1 hipotezi kabul edilir.

4.6.4. Örgüt Kültürünün Hizmet ve İmalat Sektörlerine İlişkin Bulguları

Bu bölümde işgörenlerin tamamının örgüt kültürü ölçeği maddelerine ilişkin verdikleri cevap ortalamalarına, imalat ve hizmet sektörlerine göre cevap ortalamalarına, bağımsız iki örnek t-testine göre "p" değerinin anlamlılık düzeyine, Mann Whitney U (MWU) testine göre "p" değerinin anlamlılık düzeyine yer verilmiştir. Örgüt kültürünün hizmet ve imalat sektörlerine göre farklılık gösterip göstermediğine dair hipotezler aşağıdaki gibidir:

H_0: Hizmet sektöründe faaliyet gösteren işgörenlerin örgüt kültürü maddeleri ile imalat sektöründe faaliyet gösteren işgörenlerin örgüt kültürü maddeleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık yoktur.

H_2: Hizmet sektöründe faaliyet gösteren işgörenlerin örgüt kültürü maddeleri ile imalat sektöründe faaliyet gösteren işgörenlerin örgüt kültürü maddeleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 7. Örgüt Kültürünün Genel Ortalaması, Hizmet Ortalaması, İmalat Ortalaması ve Bağımsız İki Örnek T-Testi ve Mann Whitney U Testi P Anlamlılık Değerleri

No	Maddeler	Genel Ortalama	Hizmet Ortalaması	İmalat Ortalaması	P (T-Test) Anlamlılık	P (M-WU) Anlamlılık
1.	Çalışanlara hareket alanı daraltılmış hissi verecek şekilde yürürlükte çok fazla kural vardır.	2,67	2,37	2,97	0,000*	0,000*
2.	Kurallara uymaya çok fazla önem verilir.	3,59	3,46	3,73	0,013*	0,017*
3.	Çalışanlar aile ferdi gibi görülür.	3,89	4,14	3,64	0,000*	0,000*
4.	Makul ölçüde risk almada çalışanlara tolerans tanınır.	3,65	3,87	3,43	0,000*	0,000*
5.	Bilgi, işletme içinde diğerleriyle serbestçe paylaşılır.	3,62	3,86	3,37	0,000*	0,000*
6.	Yeni koşul ve durumlara anında cevap verebilecek şekilde esneklik vardır.	3,88	4,03	3,72	0,002*	0,005*
7.	Yeni yaklaşım ve fikirler teşvik edilir.	3,72	3,98	3,47	0,000*	0,000*
8.	Çatışma ve anlaşmazlıklarla ilgili açık tartışmaya imkan tanınır.	3,20	3,36	3,04	0,002*	0,006*
9.	Yönetim eleştiriye açıktır.	3,32	3,40	3,25	0,159	0,355
10.	Üstler tarafından verilen emirlere uymak zorunludur.	3,90	3,93	3,86	0,480	0,676
11.	Sosyal eşitsizliğe yol açacak şekilde statüler arasında önemli farklılıklar vardır.	2,82	2,43	3,21	0,000*	0,000*
12.	Çalışanların kişisel sorunlarına ilgi ve alaka gösterilir.	3,79	3,98	3,60	0,000*	0,000*
13.	Kişisel haklara saygıya önem verilir.	3,84	4,05	3,63	0,000*	0,000*
14.	Çalışanların kişisel menfaatlerine önem verilir.	3,59	3,90	3,27	0,000*	0,000*
15.	Fırsatlardan yararlanmada çabuk hareket edilir.	3,63	3,88	3,37	0,000*	0,000*
16.	Kaliteye son derece önem verilir.	4,04	4,15	3,91	0,017*	0,047*
17.	Çalışanların yaptıkları hatalara tolerans tanınır.	3,65	3,85	3,44	0,000*	0,000*
18.	Kullanılan alet ve	2,86	2,53	3,19	0,000*	0,000*

	makinelerle ilgili son derece katı kurallar vardır.					
19.	Otoriteye saygı son derece önemlidir.	3,89	3,94	3,83	0,247	0,186
20.	Emir komuta zincirine son derece önem verilir.	3,70	3,57	3,83	0,022*	0,037*
21.	Çalışanların aralarında fazla samimi olmalarına müsamaha gösterilir.	2,93	2,67	3,20	0,000*	0,000*
22.	Bağımsız olarak hareket edebilmeyi sağlayacak serbestlik vardır.	3,00	3,00	3,00	0,932	0,928
23.	Çok fazla rutin iş vardır.	3,28	3,26	3,30	0,720	0,796
24.	Çalışanlar yöneticileri aile büyüğü gibi görür.	3,81	4,07	3,55	0,000*	0,000*

Tablo incelendiğinde "Mann Whitney U Testi" ve "Bağımsız İki Örnek T-Testinde" "p" değerinin 0,05'ten yüksek olduğu maddeler; 9, 10, 19, 22, 23 no'lu maddelerdir. Bu durumda bu maddeler için parametrik olmayan "Mann Whitney U Testi" ve parametrik olan "Bağımsız İki Örnek T-Testi" anlamlı sonuç vermemektedir. Bu durumda her iki test için H_0 hipotezi kabul edilir.

"Mann Whitney U Testi" ve "Bağımsız İki Örnek T-Testinde" "p" değerinin 0,05'ten düşük olduğu maddeler; 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 20, 21, 24 no'lu maddelerdir. Bu durumda bu maddeler için parametrik olmayan "Mann Whitney U Testi" ve parametrik olan "Bağımsız İki Örnek T-Testi" anlamlı sonuç vermektedir. Bu durumda her iki test için H_0 hipotezi reddedilerek H_2 hipotezi kabul edilir.

4.6.5. Bireysel Yenilikçiliğin Hizmet ve İmalat Sektörlerine İlişkin Bulguları

Bu bölümde işgörenlerin tamamının bireysel yenilikçilik ölçeği maddelerine ilişkin verdikleri cevap ortalamalarına, imalat ve hizmet sektörlerine göre cevap ortalamalarına, bağımsız iki örnek t-testine göre "p" değerinin anlamlılık düzeyine, Mann Whitney U (MWU) testine göre "p" değerinin anlamlılık düzeyine yer

verilmiştir. Bireysel yenilikçiliğin hizmet ve imalat sektörlerine göre farklılık gösterip göstermediğine dair hipotezler aşağıdaki gibidir:

H_0: Hizmet sektöründe faaliyet gösteren işgörenlerin bireysel yenilikçilik maddeleri ile imalat sektöründe faaliyet gösteren işgörenlerin bireysel yenilikçilik maddeleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık yoktur.

H_3: Hizmet sektöründe faaliyet gösteren işgörenlerin bireysel yenilikçilik maddeleri ile imalat sektöründe faaliyet gösteren işgörenlerin bireysel yenilikçilik maddeleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık vardır.

Tablo 8. Bireysel Yenilikçiliğin Genel Ortalaması, Hizmet Ortalaması, İmalat Ortalaması ve Bağımsız İki Örnek T-Testi ve Mann Whitney U Testi P Anlamlılık Değerleri

No	Maddeler	Genel Ortalama	Hizmet Ortalaması	İmalat Ortalaması	P (T-Test) Anlamlılık	P(M-WU) Anlamlılık
1.	Arkadaşlarım öneri veya bilgi almak için sık sık bana başvururlar.	3,39	3,50	3,28	0,063	0,039*
2.	Yeni fikirleri denemekten hoşlanırım.	3,80	3,83	3,76	0,495	0,651
3.	Bir şey yapmanın yeni yollarını ararım.	3,85	3,84	3,86	0,864	0,760
4.	Genellikle yeni fikirleri kabullenmekte temkinliyim.	3,17	3,08	3,26	0,139	0,201
5.	Bir sorunu çözerken yanıt açık olmadığı zaman çözüm için çoğu kez yeni yöntemler geliştiririm.	3,90	3,91	3,89	0,786	0,667
6.	Yeni icatlara ve yeni düşünce tarzlarına karşı şüpheciyimdir.	2,64	2,62	2,67	0,626	0,833
7.	Çevremdeki insanların büyük bir çoğunluğunun kabul ettiğini görene kadar yeni fikirlere pek itibar etmem.	2,80	2,80	2,80	0,987	0,990
8.	Arkadaş grubum içinde etkili bir birey olduğumu düşünürüm.	3,68	3,69	3,67	0,905	0,607
9.	Düşüncelerimde ve	3,77	3,70	3,83	0,216	0,41*

	davranışlarımda kendimi özgün görürüm.					
10.	Genellikle arkadaş grubum içinde yeni bir şeyi kabul eden son kişilerden biriyimdir.	2,66	2,57	2,75	0,128	0,075
11.	Yeniliklere düşkün bir kişiliğe sahibim.	3,66	3,66	3,65	0,910	0,925
12.	Ait olduğum grubun liderlikle ilgili sorumluluklarını almaktan hoşlanırım.	3,62	3,64	3,59	0,625	0,831
13.	Çevremdeki bireylerde işe yaradığını görene kadar bir işi yapmanın yeni yollarını kabullenmekte isteksiz davranırım.	2,72	2,79	2,65	0,218	0,285
14.	Düşüncelerimde ve davranışlarımda özgün olmayı heyecan verici bulurum.	3,64	3,63	3,64	0,912	0,531
15.	Eski usul yaşam tarzının ve işleri eski yöntemlerle yapmanın en iyisi olduğunu düşünürüm.	2,62	2,57	2,68	0,391	0,225
16.	Belirsizlikler ve çözülmemiş problemler beni güdüler.	3,38	3,40	3,35	0,575	0,963
17.	Yenilikleri dikkate almadan önce diğer insanların o yeniliği kullandığını görmeliyim.	3,02	2,93	3,11	0,122	0,112
18.	Yeni fikirlere açığımdır.	3,99	3,99	4,00	0,961	0,539
19.	Cevabı belirsiz sorular beni heyecanlandırır.	3,52	3,54	3,49	0,651	0,810
20.	Yeni fikirlere karşı çoğunlukla şüpheciyimdir.	2,61	2,47	2,75	0,011*	0,016*

Tablo incelendiğinde “Mann Whitney U Testi” ve “Bağımsız İki Örnek T-Testinde” “p” değerinin 0,05’ten yüksek olduğu maddeler; 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 10, 11, 12, 13, 14, 15, 16, 17, 18, 19 no’lu maddelerdir. Bu durumda bu maddeler için parametrik olmayan “Mann Whitney U Testi” ve parametrik olan “Bağımsız İki Örnek T-Testi” anlamlı sonuç vermemektedir. Bu durumda her iki test için H_0 hipotezi kabul edilir.

“Mann Whitney U Testi” ve “Bağımsız İki Örnek T-Testinde” “p” değerinin 0,05’ten düşük olduğu maddeler; 20 no’lu maddedir. Bu durumda bu madde için parametrik olmayan “Mann Whitney U Testi” ve parametrik olan “Bağımsız İki Örnek T-Testi” anlamlı sonuç vermektedir. Bu durumda her iki test için H_0 hipotezi reddedilerek H_3 hipotezi kabul edilir.

“Mann Whitney U Testi” için “p” değeri 0,05’ten düşük, “Bağımsız İki Örnek T-Testi” için “p” değeri 0,05’ten yüksek olan maddeler; 1, 9 no’lu maddelerdir. Bu durumda bu maddeler için parametrik olmayan “Mann Whitney U Testi” anlamlı sonuç verir ve H_0 hipotezi reddedilir H_3 hipotezi kabul edilir. Parametrik olan “Bağımsız İki Örnek T-Testi” anlamlı sonuç vermez ve H_0 hipotezi kabul edilir.

Bu bölümde ayrıca katılımcıların tamamının, hizmet sektöründe işgörenlerin ve imalat sektöründe işgörenlerin bireysel yenilikçilik düzeyi hangi kategori altında olduğu ölçümlenecektir. Bireysel yenilikçilik ölçeği 12 pozitif ve 8 negatif maddeden oluşmaktadır. Pozitif maddeler; 1, 2, 3, 5, 8, 9, 11, 12, 14, 16, 18, 19. Negatif maddeler; 4, 6, 7, 10, 13, 15, 17, 20 şeklindedir. Pozitif maddelere verilen cevapların toplamından, negatif maddelere verilen cevapların toplamı çıkartılıp +42 puan eklenerek katılımcıların hangi kategoride olduğu belirlenmektedir. Alınabilecek en düşük puan 14, en yüksek puan 94’tür. 80 puan üstü “yenilikçi”, 69 ile 80 aralığı “öncü”, 57 ile 68 aralığı “sorgulayıcı”, 46 ile 56 puan aralığı “kuşkucu”, son olarak 46 puanın altı ise “gelenekçi” şeklinde kategorize edilmiştir.

Katılımcıların genel olarak bireysel yenilikçik kategorilerine bakacak olursak; pozitif maddelerin ortalaması; 44,2, negatif maddelerin ortalaması 22,24’tür. 42+(44,2–22,24)=63,96 sonucunu verir. Hizmet sektörü için pozitif maddelerin ortalaması; 44,33, negatif maddelerin ortalaması; 21,83’tür. 42+(44,33 – 21,83)=64,5 sonucunu verir. İmalat sektörü için pozitif maddelerin ortalaması; 44,1, negatif maddelerin ortalaması; 22,67’dir. 42+(44,1 – 22,67)= 63,43 sonucunu verir. Bu durumda tüm katılımcıların ortalaması, hizmet sektöründe işgörenlerin ortalaması ve imalat sektöründe işgörenlerin ortalaması için “sorgulayıcı” kategori diyebiliriz.

Sonuç olarak hizmet ve imalat sektörlerinde işgörenlerin bireysel yenilikçilik düzeylerinde anlamlı bir farklılık olmadığını söyleyebiliriz.

4.6.6. Güvenilirlik Analizi ve Faktör Analizi Bulguları

Veri toplama aracı olarak kullanılan ankette üç ayrı ölçek kullanılmıştır; bireysel yenilikçilik ölçeği, kişilik profili ölçeği ve örgüt kültürü ölçeği. Kişilik profili ve örgüt kültürü ölçekleri için güvenilirlik analizleri ve faktör analizleri, bireysel yenilikçilik ölçeği için güvenilirlik analizi yapılmıştır. Orijinal ölçekte yer almasına karşın, güvenilirlik ve geçerliliğe dönük faktör analizi sonucu ölçekten çıkartılması yönünde bulgulara ulaşılan maddeler ölçekten çıkartılarak madde sayısı azaltılmış, kalan maddelerle asal bileşenlere dayalı faktör analizin uygulanarak elde edilen alt boyutlara karşılık gelen değişkenler türetilmiştir.

4.6.6.1. Kişilik Profili Ölçeği Güvenilirlik Analizi ve Faktör Analizi

Güvenilirlik ve faktör analizi öncesinde, orijinali 25 madde ve 5 alt boyuttan oluşan kişilik profili ölçeğinde yer alan 5, 10, 15, 16, 17 ve 18 numaralı maddeler (6 – madde skoru) işlemi ile pozitife dönüştürülmüştür. Ölçek maddeleri Ek 2'de yer almaktadır.

Güvenilirlik ve faktör analizleri eş zamanlı olarak yapılmış, her iki analiz bulguları her adımda birlikte yeniden değerlendirmeye tabi tutulmuştur. 25 maddelik ölçekte yapılan cronbach α güvenilirlik analizinde, her bir maddenin ölçeğe katkısı;

- Madde ölçekten çıkarıldığında cronbach α,
- Madde bütün korelasyonu,
- Madde belirlilik katsayısı,
- Maddeler arası basit korelasyonlar,

- Diğer tanımsal ölçüler (madde ve ölçekte ortalama, standart sapma)

bir arada değerlendirilerek incelenmektedir. Genel olarak, ölçek güvenilirliğini düşüren, madde bütün korelasyonu düşük, madde belirlilik katsayısı düşük olan maddeler adım adım incelenerek çıkartılmıştır.

Tablo 9. Kişilik Profili Ölçeği Güvenilirlik Analizi

Madde Sayısı	Cronbach α	Yorum
19	0,790	Oldukça güvenilirdir

Ölçeğe katkısı olmayan ve/veya güvenilirliğini düşüren 6 madde çıkarıldıktan sonra, ölçek bütünü için cronbach α istatistiği 0,790 olarak hesaplanmıştır. Çıkarılan maddeler ölçekteki 10, 13, 15, 19, 20 ve 23 numaralı maddelerdir. Çıkartılması halinde güvenilirliği 0,790'dan 0,795'e çıkaran 14 nolu madde, faktör analizinde faktörleşmeye katkısı dikkate alınarak ölçekte tutulmuştur. 19 maddeli Kişilik Profili ölçeğinin bütünü için güvenilirlik analizi SPSS çıktıları Ek 5'de verilmektedir.

Ölçek alt boyutlarının nasıl oluştuğu asal bileşenlere dayalı faktör analizinde varimax dik döndürme uygulanarak incelenmiştir. Maddelerin faktörleşmeye katkıları;

- Varyans büyütme çarpanları (VIF değerleri),
- Madde bazlı Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ölçüleri,
- Kısmi korelasyon katsayıları,
- Faktörlerce madde varyansının ne kadarının çıkartıldığı (communalities),

istatistikleri ile incelenmektedir.

Faktör analizinde madde analizleri ile birlikte, örneklem yeterliliği Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği ölçüsü incelenerek araştırılmakta; değişkenlerin dikliği (korelasyon matrisinin birim matris olduğu savı) ise Bartlett testi ile sınanmaktadır.

Bartlett testi sıfır hipotezi " H_0 : Korelasyon matrisi birimdir. "biçimindedir.

19 maddeye indirgenmiş olan Kişilik profili ölçeğine ait KMO ölçüsü ve Bartlett testi bulgularına Tablo 10'da yer verilmektedir.

Tablo 10. Maddeli Kişilik Profili Ölçeği KMO ve Bartlett Testi Bulguları

KMO Ölçüsü	Bartlett χ^2 İstatistiği	Serbestlik Derecesi	p değeri
0,778	2457,679	171	0,000

KMO ölçüsünün değeri 0,778 olup, örneklem yeterliliği düzeyi oldukça iyidir. Bartlett testi sonucu değişkenler arasında korelasyon olmadığını söyleyen sıfır hipotezi reddedilmektedir (hesaplanan χ^2 test istatistiğine ait p-değeri 0,000). Ölçek faktörleşmeye uygundur.

Ölçekteki 19 madde, varimax dik döndürmeli asal bileşenler yöntemi uygulandığında, toplam varyansın %59,727'sini çıkaran 5 alt boyut oluşturmaktadır. Seçilmiş bazı SPSS faktör analizi çıktıları Ek 5'de yer almaktadır. Bu alt boyutlar ve her alt boyutta yer alan maddeler ve bu maddelerin yükleri Tablo 11'de verilmektedir. Kişilik profili ölçeğinin maddeleri sırasıyla A1, A2, A3, A4, A5r, A6, A7, A8, A9, A11, A12, A14, A16r, A17r, A18r, A21, A22, A24, A25 şeklinde kodlanmıştır. Kodların yanındaki "r" ifadesi maddelerin pozitife dönüştürüldüğünü göstermektedir.

Tablo 11. Kişilik Profili Ölçeği Faktör Analizi Bulguları

					Varimax Döndürme Sonrası	
	Faktör Yükü	**Özdeğer**	**Varyans (%)**	**Birikimli Varyans (%)**	**Varyans (%)**	**Birikimli Varyans (%)**
Alt Boyut 1	–	**4,314**	**22,707**	**22,707**	**15,816**	**15,816**
A3	0,805					
A1	0,767					
A4	0,716					
A2	0,714					
A5r	0,704					
Alt Boyut 2	–	**2,738**	**14,411**	**37,118**	**11,442**	**27,258**
A7	0,743					
A9	0,691					
A8	0,656					
A22	0,510					
A6	0,489					
Alt Boyut 3	–	**1,723**	**9,069**	**46,187**	**11,361**	**38,620**
A25	0,842					
A24	0,841					
A21	0,556					
Alt Boyut 4	–	**1,367**	**7,193**	**53,380**	**10,888**	**49,507**
A17r	0,825					
A16r	0,786					
A18r	0,681					
Alt Boyut 5	–	**1,206**	**6,347**	**59,727**	**10,219**	**59,727**
A11	0,802					
A12	0,748					
A14	0,603					

Oluşan 5 alt boyutun ayrı ayrı güvenilirlik analizi cronbach α istatistikleri ve alt boyutu oluşturan madde sayıları Tablo 12'de verilmektedir. Tüm ölçüler kabul edilebilir (0,60 üzeri) düzeydedir.

Tablo 12. Kişilik Profili Alt Boyutlarında Cronbach α İstatistikleri

	Alt Boyut 1	**Alt Boyut 2**	**Alt Boyut 3**	**Alt Boyut 4**	**Alt Boyut 5**
Madde Sayısı	5	5	3	3	3
Cronbach α	0,815	0,683	0,703	0,720	0,638

Alt boyut 1= dışadönüklük, alt boyut 2= yumuşak başlılık, alt boyut 3= deneyime açıklık, alt boyut 4= duygusal denge, alt boyut 5= sorumluluk şeklinde isimlendirilmiştir. Faktör analizi bulgularından hareketle, alt boyutları oluşturan maddelerin toplamları alınarak alt boyut skorları oluşturulmuş ve ölçek etkisinden kurtulmak amacıyla tüm alt boyut skorları 0 ortalama ve 1 standart sapmalı olacak şekilde (z dönüşümü) standardize edilmiştir.

4.6.6.2. Örgüt Kültürü Ölçeği Güvenilirlik Analizi ve Faktör Analizi

Orijinali 24 madde ve 6 alt boyuttan oluşan örgüt kültürü ölçeğine güvenilirlik ve faktör analizleri eş zamanlı olarak yapılmış, her iki analiz bulguları her adımda birlikte yeniden değerlendirmeye tabi tutulmuştur. Ölçek maddeleri Ek 3'de yer almaktadır.

24 maddelik ölçekte yapılan cronbach α güvenilirlik analizinde, her bir maddenin ölçeğe katkısı;

- Madde ölçekten çıkarıldığında cronbach α,
- Madde bütün korelasyonu,
- Madde belirlilik katsayısı,
- Maddeler arası basit korelasyonlar,
- Diğer tanımsal ölçüler (madde ve ölçekte ortalama, standart sapma)

bir arada değerlendirilerek incelenmektedir. Genel olarak, ölçek güvenilirliğini düşüren, madde bütün korelasyonu düşük, madde belirlilik katsayısı düşük olan maddeler adım adım incelenerek çıkartılmıştır.

Ölçeğe katkısı olmayan ve güvenilirliğini düşüren 6 madde çıkarıldıktan sonra, ölçek bütünü için cronbach α istatistiği 0,816 olarak hesaplanmıştır. Çıkarılan maddeler ölçekteki 10, 11, 17, 21, 22 ve 23 numaralı maddelerdir.

Tablo 13. Örgüt Kültürü Ölçeği Güvenilirlik Analizi

Madde Sayısı	Cronbach α	Yorum
18	0,816	Yüksek derecede güvenilirdir

18 maddeli Örgüt Kültürü ölçeğinin bütünü için güvenilirlik analizi SPSS çıktıları Ek 6'da verilmektedir.

Ölçek alt boyutlarının nasıl oluştuğu asal bileşenlere dayalı faktör analizinde varimax dik döndürme yöntemi uygulanarak incelenmiştir. Maddelerin faktörleşmeye katkıları;

- Varyans büyütme çarpanları (VIF değerleri),
- Madde bazlı Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ölçüleri,
- Kısmi korelasyon katsayıları,
- Faktörlerce madde varyansının ne kadarının çıkartıldığı (communalities),

istatistikleri ile incelenmiştir.

Faktör analizinde madde analizleri ile birlikte, örneklem yeterliliği Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliliği ölçüsü incelenerek araştırılmakta; değişkenlerin dikliği (korelasyon matrisinin birim matris olduğu savı) ise Bartlett testi ile sınanmaktadır.

Bartlett testi sıfır hipotezi " H_0 : Korelasyon matrisi birimdir. "biçimindedir.

18 maddeye indirgenmiş olan Örgüt kültürü ölçeğine ait KMO ölçüsü ve Bartlett testi bulgularına Tablo 14'de yer verilmektedir.

Tablo 14. Maddeli Örgüt Kültürü Ölçeği KMO ve Bartlett Testi Bulguları

KMO Ölçüsü	Bartlett χ^2 İstatistiği	Serbestlik Derecesi	p değeri
0,839	2586,382	153	0,000

KMO ölçüsünün değeri 0,839 olup, örneklem yeterliliği düzeyi çok iyidir. Bartlett testi sonucu değişkenler arasında korelasyon olmadığını söyleyen sıfır hipotezi, hesaplanan χ^2 test istatistiğine ait p-değeri 0,000 bulunarak reddedilmektedir. Bu bulgulara göre ölçek maddeleri faktörleşmeye uygundur.

Ölçekteki 18 madde, varimax dik döndürmeli asal bileşenler yöntemi uygulandığında, toplam varyansın %62,197'sini çıkaran 5 alt boyut oluşturmaktadır. Seçilmiş bazı SPSS faktör analizi çıktıları Ek 6'da yer almaktadır. Bu alt boyutlar ve her alt boyutta yer alan maddeler ve bu maddelerin yükleri Tablo 15'de verilmektedir. Örgüt kültürü ölçeği maddeleri sırasıyla; B1, B2, B3, B4, B5, B6, B7, B8, B9, B12, B13, B14, B15, B16, B18, B19, B20, B24 şeklinde kodlanmıştır.

Tablo 15. Örgüt Kültürü Ölçeği Faktör Analizi Bulguları

					Varimax Döndürme Sonrası	
	Faktör Yükü	**Özdeğer**	**Varyans (%)**	**Birikimli Varyans (%)**	**Varyans (%)**	**Birikimli Varyans (%)**
Alt Boyut 1	–	**5,404**	**30,020**	**30,020**	**15,359**	**15,359**
B12	0,783					
B13	0,769					
B24	0,670					
B14	0,654					
Alt Boyut 2	–	**2,094**	**11,636**	**41,656**	**14,310**	**29,669**
B15	0,689					
B16	0,669					
B6	0,637					
B7	0,545					
B19	0,473					

Alt Boyut 3	–	**1,584**	**8,800**	**50,456**	**11,156**	**40,825**
B8	0,782					
B9	0,716					
Alt Boyut 4	–	**1,102**	**6,123**	**56,578**	**10,754**	**51,579**
B1	0,740					
B2	0,702					
B18	0,699					
B20	0,482					
Alt Boyut 5	–	**1,011**	**5,619**	**62,197**	**10,618**	**62,197**
B4	0,765					
B5	0,716					
B3	0,622					

Örgüt kültürü ölçeğinde oluşan 5 alt boyutun ayrı ayrı güvenilirlik analizi cronbach α istatistikleri ve alt boyutu oluşturan madde sayıları Tablo 16'da verilmektedir. Tüm ölçüler kabul edilebilir (0,60 üzeri) düzeydedir.

Tablo 16. Örgüt Kültürü Alt Boyutlarında Cronbach α İstatistikleri

	Alt Boyut 1	**Alt Boyut 2**	**Alt Boyut 3**	**Alt Boyut 4**	**Alt Boyut 5**
Madde Sayısı	4	5	2	4	3
Cronbach α	0,790	0,736	0,712	0,604	0,708

Alt boyut 1= Klan Eğilimi, Alt Boyut 2= Gelişme Eğilimi, Alt Boyut 3= Açıklık Eğilimi, Alt Boyut 4= Kuralcılık Eğilimi, Alt Boyut 5= Destekleyicilik Eğilimi olarak isimlendirilmiştir. Faktör analizi bulgularından hareketle, alt boyutları oluşturan maddelerin toplamları alınarak alt boyut skorları oluşturulmuş, ölçek etkisinden kurtulmak amacıyla tüm alt boyut skorları 0 ortalama ve 1 standart sapmalı olacak şekilde (z dönüşümü) standardize edilmiştir.

4.6.6.3. Bireysel Yenilikçilik Ölçeği Güvenilirlik Analizi

Bireysel Yenilikçilik ölçeği 20 maddeden oluşmaktadır. Yenilikçiliğe dönük tutumun ölçülmesinde, pozitif tutumu ölçen 12 maddeye ve negatif tutumu ölçen 8 maddeye yer verilmektedir. Ölçek maddelerinin tümü Ek 4'de yer almaktadır.

Tablo 17. Bireysel Yenilikçilik Ölçeği, Pozitif ve Negatif Maddeler

Bireysel Yenilikçilik Ölçeği	Ölçekteki Madde Numaraları
Pozitif Eğilim	1, 2, 3, 5, 8, 9, 11, 12, 14, 16, 18, 19
Negatif Eğilim	4, 6, 7, 10, 13, 15, 17, 20

Ölçek güvenilirlik analizine alınmadan önce, negatif maddeler pozitife dönüştürülmüştür. Bunun için, gözlenen skorlar 6'dan çıkartılmıştır. Böylece negatif maddeye verilen yanıtlar sırasıyla 1-2-3-4-5 olduğunda; pozitife dönüştürüldüğünde elde edilen skorlar sırasıyla 5-4-3-2-1 olmaktadır.

Tümü pozitife dönüştürülmüş 20 maddeli bireysel yenilikçilik ölçeğinin tümü için güvenilirlik analizi cronbach α istatistiği 0,881'dir.

Tablo 18. Bireysel Yenilikçilik Ölçeği Güvenilirlik Analizi

Madde Sayısı	Cronbach α	Yorum
20	0,881	Yüksek derecede güvenilirdir

Buna göre, bireysel yenilikçilik ölçeği yüksek derecede güvenilirdir. Ayrıca ölçekte yer alan her bir maddenin madde-bütün korelasyonları ile madde silindiğinde cronbach α istatistikleri tek tek incelendiğinde, ölçekten çıkartılması yönünde bulguya ulaşılan bir maddeye rastlanmamaktadır. Yalnızca Madde 1 ve Madde 16'nın diğer maddelere göre ölçeğe katkıları düşüktür. Ancak bu maddelerin ölçek dışında bırakılması, cronbach α istatistiğini 0,881'den yalnızca 0,882'ye değiştirdiğinden, ayrıca madde-bütün korelasyonları sırasıyla 0,309 ve 0,276 olup 0,250 altına düşmediği için, ölçeğin orijinaline sadık kalınarak 20 maddenin tümünün birlikte kullanılmasına karar verilmiştir. Bireysel yenilikçilik ölçeği güvenilirlik analizine ilişkin SPSS çıktısı Ek 7'de yer almaktadır.

20 maddeye verilen cevaplarla ölçek skorunun (bireysel yenilikçilik düzeylerinin) elde edilişinde, ölçeğin uygulandığı her bireye +42 puan verilmekte ve hesaplanabilecek en düşük ve en yüksek puanlar sırasıyla 14 ve 94 olmaktadır.

Puanlar, 42+(pozitif maddelerin toplamı)-(negatif maddelerin toplamı) işlemi ile hesaplanmaktadır. Buna göre örneğin alınabilecek en düşük puan 42+(12*1)-(8*5)=14 iken, en yüksek olası puan ise 42+(12*5)-(8*1)=94 olmaktadır.

4.6.7. Çoklu Doğrusal Regresyon Analizleri ve Bulgular

Araştırma hipotezlerinden 4, 5, 6, 7, 8, 9, 10, 11, 12, 13, 14 numaralı hipotezlerin test edilmesinde çoklu doğrusal regresyon modellerinden yararlanılmıştır. Bu kısımda 3 ayrı çoklu doğrusal regresyon modeli analiz edilerek bulgulara yer verilmektedir. İncelenen modeller:

(Model.1)
$$Y = \beta_{0,1} + \beta_{1,1}(zOA_1) + \beta_{2,1}(zOA_2) + \beta_{3,1}(zOA_3) + \beta_{4,1}(zOA_4) + \beta_{5,1}(zOA_5) + \varepsilon_1$$

(Model.2)
$$Y = \beta_{0,2} + \beta_{1,2}(zOB_1) + \beta_{2,2}(zOB_2) + \beta_{3,2}(zOB_3) + \beta_{4,2}(zOB_4) + \beta_{5,2}(zOB_5) + \varepsilon_2$$

(Model.3)
$$\begin{aligned} Y = {} & \beta_{0,3} + \beta_{1,3}(zOA_1) + \beta_{2,3}(zOA_2) + \beta_{3,3}(zOA_3) + \beta_{4,3}(zOA_4) \\ & + \beta_{5,3}(zOA_5) + \beta_{6,3}(zOB_1) + \beta_{7,3}(zOB_2) + \beta_{8,3}(zOB_3) \\ & + \beta_{9,3}(zOB_4) + \beta_{10,3}(zOB_5) + \beta_{11,3}(Yaş) + \beta_{12,3}(Kıdem) \\ & + \beta_{13,3}(HaneGeliri) + \beta_{14,3}(KardeşSayısı) + \varepsilon_3 \end{aligned}$$

Model.1'de, bireysel yenilikçilik bağımlı değişkeni ile kişilik profili ölçeğinden elde edilmiş olan standardize edilmiş 5 alt boyut bağımsız değişkeni arasındadır.

Model.2'de, bireysel yenilikçilik bağımlı değişkeni ile örgüt kültürü ölçeğinden elde edilmiş olan standardize edilmiş 5 alt boyut bağımsız değişkeni arasındadır.

Model.3'de, bireysel yenilikçilik bağımlı değişkeni ile kişilik profili ölçeğinden elde edilmiş olan standardize edilmiş 5 alt boyut bağımsız değişkeni, örgüt kültürü

ölçeğinden elde edilmiş olan standardize edilmiş 5 alt boyut bağımsız değişkeni ve çalışanların gözlenen 4 nicel özelliği olan yaş, kıdem, hane geliri ve kardeş sayısı bağımsız değişkenleri (14 bağımsız değişkenli) arasındadır.

Oluşturulan tüm regresyon modellerinde, hata terimlerinin dağılımı hakkında "hata terimlerinin normal dağılıyor olması" ve "hata terimleri dağılımının sabit (eşit) varyanslı olması (homoskedasticity)" model varsayımları sırasıyla normallik testleri ve Ramsey RESET sabit varyanslılık testi ile incelenmekte ve özet bulgular sunulmaktadır.

"Hata terimlerinin bağımsızlığı (otokorelasyon olmaması)" varsayımının testinde kullanılan Durbin-Watson (DW) istatistiği hesaplatılmakta ancak test edilmemektedir. Bunun nedeni, yatay kesit verileri ile çalışılıyor olması, araştırma birimlerinde bir gözlem sıralaması olmaması, bu nedenle muhtemel her farklı sıralamada farklı DW istatistiği elde edilecek olmasıdır. Otokorelasyon, zaman serilerinde regresyon modellerinde sıklıkla karşılaşılan bir problemdir.

Ayrıca, "model bağımsız değişkenleri arasında güçlü çoklu doğrusal bağlantı olmaması" varsayımı, varyans büyütme çarpanları (VIF) ile kontrol edilmektedir.

4.6.7.1. Kişilik Profili Alt Boyutlarının Bireysel Yenilikçiliğe Etkisi (Model 1)

Bireysel Yenilikçilik düzeyini açıklamak üzere modelde, kişilik profili ölçeğine ait 5 alt boyut bağımsız değişken olarak alınmış ve Tablo 19'da verilen bulgulara ulaşılmıştır. zOA1: dışadönüklük alt boyutu ile bireysel yenilikçilik ilişkisi, zOA2: yumuşak başlılık alt boyutu ile bireysel yenilikçilik ilişkisi, zOA3: deneyime açıklık alt boyutu ile bireysel yenilikçilik ilişkisi, zOA4: duygusal denge alt boyutu ile bireysel yenilikçilik ilişkisi, zOA5: sorumluluk alt boyutu ile bireysel yenilikçilik ilişkisi şeklinde kodlanmıştır.

Tablo 19. Model 1 Bulguları

Model 1	$\hat{\beta}$	$\hat{\beta}_z$	t_{test}	$p-değeri$	***Kısmi Korelasyon***	***VIF***
Sabit	65,236		136,016	0,000		
zOA1	1,184	0,110	2,207	0,028	0,110	1,233
zOA2	2,679	0,243	4,885	0,000	0,237	1,240
zOA3	–1,410	–0,132	–2,625	0,009	–0,130	1,255
zOA4	1,302	0,124	2,560	0,011	0,127	1,165
zOA5	2,620	0,247	4,970	0,000	0,241	1,237

$R = 0,445 \quad R^2 = 0,198 \quad \hat{\sigma}_\varepsilon = 9,657$

$F_{5;401} = 19,748 \;\; p-değeri = 0,000$

Bağımlı (Açıklanan) değişken: Bireysel Yenilikçilik Düzeyi

Modelin bütüncül olarak (ve anlamlı bulunduğunda modelde yer alan bağımsız değişkenlerin tek tek kısmi olarak) testleri yapılmadan ve bulgular yorumlanmadan önce, modelin çoklu doğrusal regresyon analizi varsayımlarını sağlayıp sağlamadığı incelenmiştir.

İlk olarak hata terimleri dağılımının normalliği için H_0 : Hata terimleri (ε_1) dağılımı normaldir. sıfır hipotezi altında, Tablo 20'de bulguları özetlenen Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk normallik testleri yapılmıştır.

Tablo 20. Model 1 Hata Terimleri Dağılımının Normallik Testleri

	Kolmogorov-Smirnov			**Shapiro-Wilk**		
Model 1	**Test İstatistiği**	**Serbestlik Derecesi**	**p-değeri**	**Test İstatistiği**	**Serbestlik Derecesi**	**p-değeri**
Hata Terimleri	0,044	407	0,054	0,991	407	0,016*

Not: p-değeri sütunlarında (*) işareti, %5 düzeyinde anlamlı sonuçları göstermektedir.

Kolmogorov-Smirnov testi sonucunda sıfır hipotezi reddedilememekte (p-değeri %5,4); Shapiro-Wilk testi sonucunda ise %5 anlamlılık düzeyinde sıfır hipotezi reddedilmektedir (p-değeri %1,6).

Bu nedenle ilave olarak tahmini hata terimlerine (kalıntı) ait Asimetri (Skewness) ve Basıklık (Kurtosis) ölçüleri ile bu ölçülere ait standart hatalar hesaplanmış ve dağılımın normalliği parametrik asimetri ve basıklık testleri (z testleri) ve Jarque-Bera Ki-kare normale uygunluk testleri ile de test edilmiştir. Asimetri ve basıklık testlerinde sıfır hipotezleri hata terimleri anakütlesi dağılımında asimetri ölçüsünün ve basıklık ölçüsünün sıfır olduğu (normal düzeyde olduğu) biçiminde kurulmakta iken, Jarque-Bera testinde sıfır hipotezi dağılımın normale uygun olduğu biçimindedir. Bulgular Tablo 21'de yer almaktadır.

Tablo 21. Model 1 Hata Terimleri Dağılımının Normalliği için İlave Testler

					Jarque-Bera Ki-kare Testi		
	Test İstatistiği	**Std.Hata**	**z**	**p-değeri**	**Test İstatistiği**	**Serbestlik Derecesi**	**p-değeri**
Asimetri (Skewness)	0,163	0,121	1,347	0,178	1,804	2	0,406
Basıklık (Kurtosis)	–0,010	0,241	–0,415	0,678			

Yapılan ilave testlerin üçünde de sıfır hipotezleri reddedilememektedir (p-değerleri sırasıyla %17,8; %67,8 ve %40,6). Hata terimleri dağılımının normal olduğuna karar verilmektedir.

Hata terimleri dağılımının sabit varyanslılığı için Ramsey RESET testi yapılmış ve $F_{test} = 0,005$ ve p-değeri 0,945 bulunarak

$H_0 : \rho = 0$ (veya dağılım varyansı sabittir).

biçimindeki sıfır hipotezi reddedilememiştir. Hata terimleri dağılımı sabit varyanslıdır.

Modeldeki bağımsız değişkenler arasında güçlü çoklu doğrusal bağlantı olmaması varsayımı, bağımsız değişkenlere (kişilik profili alt boyutlarına) ait varyans büyütme çarpanları (VIF) ile incelenmektedir. Alt boyutlara ait VIF değerleri sırasıyla 1,233; 1,240; 1,255; 1,165 ve 1,237'dir. Tüm VIF değerleri minimum değer olan 1'e çok yakındır ve çoklu doğrusal bağlantı düzeyinin model sağlığını tehdit düzeyi olarak kabul edilen 5 (veya 10) değerinin oldukça altındadır. Çoklu doğrusal bağlantı sorunu yoktur.

Regresyon modeli varsayımlarının incelenmesi ve bulguların güvenilir olduğu sonucuna ulaşılması ile model testleri ve bulguları aşağıdaki gibi yorumlanabilmektedir.

Modelin bir bütün olarak anlamlılığı F testi ile test edilmiştir. Sıfır hipotezi

$H_0 : \rho_{Y.(zOA1)(zOA2)(zOA3)(zOA4)(zOA5)} = 0$ veya,

$H_0 : \beta_{1,1} = \beta_{2,1} = \beta_{3,1} = \beta_{4,1} = \beta_{5,1} = 0$

biçimindedir. Çoklu korelasyon katsayısının (veya modeldeki tüm eğim katsayılarının) sıfır olduğunu ileri süren sıfır hipotezi için hesaplanan, serbestlik dereceleri sırasıyla 5 ve 401 olan F_{test} istatistiği değeri 19,748 olup, p–değeri 0,000 olduğundan sıfır hipotezi reddedilmektedir. Buna göre, Bireysel yenilikçilik düzeyi ile kişilik profili alt boyutlarının bir bütün olarak ilişkili olduğu anlaşılmaktadır. Bu (çoklu) ilişkinin gücü %44,5 düzeyindedir ($R = r_{Y.12345} = 0,445$). Modelin belirlilik katsayısı (çoklu korelasyon katsayısının karesi) %19,8'dir. Kişilik profili alt boyutlarının tümü birlikte, bireysel yenilikçilik düzeyinde oluşan değişkenliğin %19,8'ini açıklayabilmektedir.

Bir bütün olarak anlamlı bulunan modele hangi bağımsız değişken/değişkenlerin katkısı olduğu, t-testleri ile test edilmektedir. Bu testler aynı zamanda 4, 5, 6, 7, 8 numaralı araştırma hipotezlerinin testi niteliğindedir. Ancak bu değişkenler tek tek ilişki analizine alınmak yerine, kişilik profilinin diğer alt boyutlarının etkileri sabit tutulduğunda, her bir alt boyutun bireysel yenilikçilik düzeyi ile ilişkilerini incelemek üzere burada bulgularına yer verilen çoklu regresyon modeline

alınmışlardır. Regresyon modelindeki kısmi regresyon (eğim, ilişki) katsayılarına ait alternatif hipotezler aşağıdaki gibidir. Sıfır hipotezleri ilişki olmadığını ileri sürmektedir.

$$H_i : \beta_{i,1} \neq 0 \quad (i = 1,2,3,4,5)$$

Kısmi regresyon katsayılarına ait tüm testlerde, sıfır hipotezleri reddedilmekte (p–değerleri sırasıyla %2,8; %0,0; %0,9; %1,1 ve %0,0) ve kişilik profilinin her alt boyutunun, diğer alt boyutların etkileri sabit tutulduğunda, bireysel yenilikçilik düzeyi ile anlamlı kısmi ilişkiye sahip olduğu gözlenmektedir. Kısmi korelasyon katsayılarının tahminleri sırasıyla %11,0; %23,7; –%13,0; %12,7 ve %24,1'dir. Üçüncü alt boyut dışındaki tüm kişilik profili alt boyutlarının bireysel yenilikçilik düzeyi ile ilişkileri pozitif yönlü iken, üçüncü alt boyutun (zOA3) ilişki yönü negatiftir. Bireysel yenilikçilik düzeyi ile mutlak değerce en güçlü kısmi ilişki beşinci alt boyuta (zOA5, %24,1) ve hemen ardından ikinci alt boyuta (zOA2, %23,7) aittir. En zayıf kısmi ilişki ise %11,0'lik kısmi ilişki gücüne sahip olan birinci alt boyuta aittir.

Standardize edilmiş tahmini kısmi regresyon katsayıları incelendiğinde, diğerleri sabit tutulduğunda, kişilik profili alt boyutlarındaki 1 standart sapmalık artışa karşılık, bireysel yenilikçilik düzeyinde tahmin edilen ortalama değişim miktarı (standart sapma cinsinden) sırasıyla 0,110 artış; 0,243 artış; 0,132 azalış; 0,124 artış ve 0,247 artış biçimindedir.

Sonuç olarak, bireysel yenilikçilik düzeyi ile kişilik profili arasındaki ilişki, diğer olası etkenler model dışındayken (ve etkileri göz ardı edildiğinde), istatistiksel olarak anlamlıdır. Bu durumda H_4, H_5, H_6, H_7 ve H_8 araştırma hipotezleri kabul edilmiş olur. Ancak bireysel yenilikçilikte oluşan değişkenliğin yalnızca %19,8'i tek başına kişilik profili (alt boyutları) ile açıklanabilmektedir. Model 1'e ait SPSS çıktılarına Ek 8'den ulaşılabilir.

4.6.7.2. Örgüt Kültürü Alt Boyutlarının Bireysel Yenilikçiliğe Etkisi (Model 2)

Bireysel Yenilikçilik düzeyini açıklamak üzere modelde, örgüt kültürü ölçeğine ait 5 alt boyut bağımsız değişken olarak alınmış ve Tablo 22'de verilen bulgulara ulaşılmıştır. zOB1: klan eğilimi alt boyutu ile bireysel yenilikçilik ilişkisi, zOB2: gelişme eğilimi alt boyutu ile bireysel yenilikçilik ilişkisi, zOB3: açıklık eğilimi alt boyutu ile bireysel yenilikçilik ilişkisi, zOB4: kuralcılık eğilimi alt boyutu ile bireysel yenilikçilik ilişkisi, zOB5: destekleyicilik eğilimi alt boyutu ile bireysel yenilikçilik ilişkisi şeklinde kodlanmıştır.

Tablo 22. Model 2 Bulguları

Model 2	$\hat{\beta}$	$\hat{\beta}_z$	t_{test}	$p-değeri$	***Kısmi Korelasyon***	***VIF***
Sabit	65,342		134,815	0,000		
zOB1	1,504	0,140	2,407	0,017	0,119	1,658
zOB2	1,733	0,162	2,619	0,009	0,130	1,858
zOB3	0,955	0,089	1,722	0,086	0,086	1,357
zOB4	–2,830	–0,264	–5,705	0,000	–0,274	1,045
zOB5	0,358	0,033	0,580	0,562	0,029	1,621

$R = 0,421 \qquad R^2 = 0,177 \qquad \hat{\sigma}_\varepsilon = 9,778$

$F_{5;401} = 17,289 \;\; p-değeri = 0,000$

Bağımlı (Açıklanan) değişken: Bireysel Yenilikçilik Düzeyi

Modelin bütüncül olarak (ve anlamlı bulunduğunda modelde yer alan bağımsız değişkenlerin tek tek kısmi olarak) testleri yapılmadan ve bulgular yorumlanmadan önce, modelin çoklu doğrusal regresyon analizi varsayımlarını sağlayıp sağlamadığı incelenmiştir.

İlk olarak hata terimleri dağılımının normalliği için

H_0 : Hata terimleri (ε_2) dağılımı normaldir.

sıfır hipotezi altında, Tablo 23'te bulguları özetlenen Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk normallik testleri yapılmıştır.

Tablo 23. Model 2 Hata Terimleri Dağılımının Normallik Testleri

	Kolmogorov-Smirnov			**Shapiro-Wilk**		
Model 2	**Test İstatistiği**	**Serbestlik Derecesi**	**p-değeri**	**Test İstatistiği**	**Serbestlik Derecesi**	**p-değeri**
Hata Terimleri	0,026	407	0,200	0,996	407	0,493

Gerek Kolmogorov-Smirnov, gerek Shapiro-Wilk testleri sonucunda sıfır hipotezi reddedilememektedir (p-değerleri sırasıyla %20,0 ve %49,3). Hata terimleri dağılımı normaldir.

Hata terimleri dağılımının sabit varyanslılığı için Ramsey RESET testi yapılmış ve $F_{test} = 0,038$ ve p-değeri 0,846 bulunarak

$H_0 : \rho = 0$ (veya dağılım varyansı sabittir).

biçimindeki sıfır hipotezi reddedilememiştir. Hata terimleri dağılımı sabit varyanslıdır.

Modeldeki bağımsız değişkenler arasında güçlü çoklu doğrusal bağlantı olmaması varsayımı, bağımsız değişkenlere (örgüt kültürü alt boyutlarına) ait varyans büyütme çarpanları (VIF) ile incelenmektedir. Alt boyutlara ait hesaplanmış ve Tablo 22'de verilmiş olan VIF değerlerinde gözlenen en büyük değer, ikinci alt boyuta ait olan 1,858'dir. Modelde çoklu doğrusal bağlantı sorunu yoktur.

Regresyon modeli varsayımlarının incelenmesi ve bulguların güvenilir olduğu sonucuna ulaşılması ile model testleri ve bulguları aşağıdaki gibi yorumlanabilmektedir.

Modelin bir bütün olarak anlamlılığı F testi ile test edilmiştir. Sıfır hipotezi

$H_0 : \rho_{Y.(zOB1)(zOB2)(zOB3)(zOB4)(zOB5)} = 0$ veya,

$H_0 : \beta_{1,2} = \beta_{2,2} = \beta_{3,2} = \beta_{4,2} = \beta_{5,2} = 0$

biçimindedir. Çoklu korelasyon katsayısının (veya modeldeki tüm eğim katsayılarının) sıfır olduğunu ileri süren sıfır hipotezi için hesaplanan, serbestlik dereceleri sırasıyla 5 ve 401 olan F_{test} istatistiği değeri 17,289 olup, p–değeri 0,000 olduğundan sıfır hipotezi reddedilmektedir. Buna göre, Bireysel yenilikçilik düzeyi ile örgüt kültürü alt boyutlarının bir bütün olarak ilişkili olduğu anlaşılmaktadır. Bu (çoklu) ilişkinin gücü %42,1 düzeyindedir ($R = r_{Y.12345} = 0,421$). Modelin belirlilik katsayısı (çoklu korelasyon katsayısının karesi) %17,7'dir. Örgüt kültürü alt boyutlarının tümü birlikte, bireysel yenilikçilik düzeyinde oluşan değişkenliğin %17,7'sini açıklayabilmektedir.

Bir bütün olarak anlamlı bulunan modele hangi bağımsız değişken/değişkenlerin katkısı olduğu, t-testleri ile test edilmektedir. Bu testler aynı zamanda 9, 10, 11, 12, 13 numaralı araştırma hipotezlerinin testi niteliğindedir. Ancak bu değişkenler tek tek ilişki analizine alınmak yerine, örgüt kültürünün diğer alt boyutlarının etkileri sabit tutulduğunda, her bir alt boyutun bireysel yenilikçilik düzeyi ile ilişkilerini incelemek üzere burada bulgularına yer verilen çoklu regresyon modeline alınmışlardır. Regresyon modelindeki kısmi regresyon (eğim, ilişki) katsayılarına ait alternatif hipotezler aşağıdaki gibidir. Sıfır hipotezleri ilişki olmadığını ileri sürmektedir.

$H_i : \beta_{i,2} \neq 0 \quad (i = 1,2,3,4,5)$

Kısmi regresyon katsayılarına ait t-testleri incelendiğinde, alt boyut 5'in, diğer alt boyutların etkisi sabit tutulduğunda anlamsız olduğu (p-değeri %56,2); alt boyut 3'ün ise ancak %8,6'da anlamlı olduğu; diğer alt boyutların (1, 2 ve 4) kısmi etkilerinin ise anlamlı olduğu (p–değerleri sırasıyla %1,7; %0,9; ve %0,0) gözlenmektedir. Anlamsız bulunan beşinci ve üçüncü alt boyutlar sırayla modelden çıkarıldıktan sonra, alt boyut 1, 2 ve 4'ün yer aldığı üç bağımsız değişkenli regresyon modeli bulgularına Tablo 24'deki gibi ulaşılmıştır.

Tablo 24. Model 2 Bulguları (Anlamsız Değişkenler Çıkarıldığında)

Model 2	$\hat{\beta}$	$\hat{\beta}_z$	t_{test}	$p-değeri$	***Kısmi Korelasyon***	***VIF***
Sabit	65,342		134,497			
zOB1	1,771	0,165	2,947	0,003	0,145	1,527
zOB2	2,178	0,203	3,594	0,000	0,176	1,552
zOB4	–2,917	–0,272	–5,907	0,000	–0,282	1,031

$R = 0,411 \quad R^2 = 0,169 \quad \hat{\sigma}_\varepsilon = 9,801$

$F_{5;401} = 27,382 \;\; p-değeri = 0,000$

Bağımlı (Açıklanan) değişken: Bireysel Yenilikçilik Düzeyi

Model hata terimlerinin dağılımının normal olduğu anlaşılmaktadır. Ramsey RESET testi test istatistiği $F_{test} = 0,030$ ve p-değeri 0,862'dir. Hata terimleri varyansı sabittir. En yüksek VIF değeri 1,552 (alt boyut 2) olduğundan modelde ciddi çoklu doğrusal bağlantı yoktur.

Tablo 25. Model 2 Hata Terimleri Dağılımının Normallik Testleri (Anlamsız Değişkenler Çıkarıldığında)

	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
Model 2	**Test İstatistiği**	**Serbestlik Derecesi**	**p-değeri**	**Test İstatistiği**	**Serbestlik Derecesi**	**p-değeri**
Hata Terimleri	0,038	407	0,170	0,995	407	0,268

Model 2'de anlamsız bulunan örgüt kültürü alt boyut 5 ve 3 çıkarıldıktan sonra elde edilen 3 bağımsız değişkenli çoklu doğrusal regresyon modelinde, modelin bir bütün olarak anlamlılığı F testi ile test edilmiştir. Sıfır hipotezi

$$H_0 : \rho_{Y.(zOB1)(zOB2)(zOA4)} = 0$$

biçimindedir. Çoklu korelasyon katsayısının (veya modeldeki tüm eğim katsayılarının) sıfır olduğunu ileri süren sıfır hipotezi için hesaplanan, serbestlik dereceleri sırasıyla 3 ve 403 olan F_{test} istatistiği 27,382 ve p–değeri 0,000 olduğundan sıfır hipotezi reddedilmektedir. Buna göre, Bireysel yenilikçilik düzeyi ile örgüt kültürü 3 alt boyutunun bir bütün olarak ilişkili olduğu anlaşılmaktadır. Bu (çoklu) ilişkinin gücü %41,1 düzeyindedir ($R = r_{Y.124} = 0,411$). Modelin belirlilik katsayısı (çoklu korelasyon katsayısının karesi) %16,9'dur. Örgüt kültürü alt boyutlarından 1, 2 ve 4 birlikte, bireysel yenilikçilik düzeyinde oluşan değişkenliğin %16,9'unu açıklayabilmektedir.

Modeldeki üç bağımsız değişken (örgüt kültürü alt boyut 1, 2 ve 4) için tek tek yapılan kısmi regresyon katsayılarına ait tüm testlerde sıfır hipotezleri reddedilmektedir (p–değerleri sırasıyla %0,3; %0,0 ve %0,0). Diğer ikisinin etkisi sabit tutulduğunda her alt boyutun bireysel yenilikçilik düzeyi ile anlamlı kısmi ilişkiye sahip olduğu gözlenmektedir. Kısmi korelasyon katsayılarının tahmini değerleri sırasıyla %14,5; %17,6 ve –%28,2'dir. Örgüt kültürü birinci ve ikinci alt boyutlarının (zOB1 ve zOB2) bireysel yenilikçilik düzeyi ile kısmi ilişkileri pozitif yönlü iken, dördüncü alt boyutun (zOB4) ilişki yönü negatiftir. Bireysel yenilikçilik düzeyi ile mutlak değerce en güçlü kısmi ilişki dördüncü alt boyuta (zOB4, -%28,2

negatif) ve hemen ardından ikinci alt boyuta (zOB2, %17,6) aittir. En zayıf kısmi ilişki ise %14,5'lik kısmi ilişki gücüne sahip olan birinci alt boyuta (zOB1) aittir.

Standardize edilmiş tahmini kısmi regresyon katsayıları incelendiğinde, diğerleri sabit tutulduğunda, örgüt kültürü alt boyutlarındaki 1 standart sapmalık artışa karşılık, bireysel yenilikçilik düzeyinde tahmin edilen ortalama değişim miktarı (standart sapma cinsinden) sırasıyla 0,165 artış; 0,203 artış ve 0,272 azalış biçimindedir.

Sonuç olarak, bireysel yenilikçilik düzeyi ile örgüt kültürü arasındaki ilişki, diğer olası etkenler model dışındayken (ve etkileri göz ardı edildiğinde), istatistiksel olarak anlamlıdır. Bu durumda araştırma hipotezlerinde H_9, H_{10} ve H_{12} kabul edilirken, H_{11} ve H_{13} reddedilerek bu hipotezlerin sıfır hipotezleri kabul edilir. Ancak bireysel yenilikçilikte oluşan değişkenliğin yalnızca %16,9'u tek başına örgüt kültürü (anlamlı bulunan üç alt boyutu) ile açıklanabilmektedir. Model 2'ye ait SPSS çıktıları Ek 9'da yer almaktadır.

4.6.7.3. Kişilik Profili Alt Boyutlarının ve Örgüt Kültürü Alt Boyutlarının Bireysel Yenilikçiliğe Etkisi (Model 3)

Model 1 ve model 2 altında, bireysel yenilikçilik ile sırasıyla kişilik profili alt boyutları ve örgüt kültürü alt boyutları arasındaki kısmi ilişkiler incelenmiştir. Model 3 altında ise, kişilik profili ve örgüt kültürü alt boyutlarıyla birlikte, çalışanların gözlenmiş nicel özelliklerinin de (yaş, kıdem, hane geliri ve kardeş sayısı) bireysel yenilikçilik ile kısmi ilişkileri analiz edilmektedir. Bu amaçla öncelikle tüm bağımsız değişkenler birlikte modele alınmış, gerekli varsayım testleri yapılmış, varsayım ihlali olmadığı bulgusunun ardından model çoklu korelasyon katsayısı ile kısmi regresyon katsayılarının t-testleri yapılmıştır. T-testleri neticesinde anlamsız bulunan en zayıf kısmi ilişkiye sahip bağımsız değişken modelden dışlanmış ve benzer işlemler neticesinde tüm regresyon varsayımlarını sağlayan ve tümü anlamlı ilişkiye sahip bağımsız değişkenler içeren çoklu regresyon modeli elde edilmiştir. Model 3'ün nihai bulguları Tablo 26'da yer almaktadır.

Tablo 26. Model 3 Nihai Bulguları

Model 3	$\hat{\beta}$	$\hat{\beta}_z$	t_{test}	$p-değeri$	***Kısmi Korelasyon***	***VIF***
Sabit	69,453		39,575	0,000		
zOA1	1,096	0,101	2,246	0,025	0,112	1,242
zOA2	2,048	0,186	4,188	0,000	0,206	1,201
zOA4	1,369	0,130	2,957	0,003	0,147	1,175
zOA5	2,487	0,235	5,359	0,000	0,260	1,167
zOB1	1,386	0,129	2,554	0,011	0,127	1,562
zOB2	1,344	0,125	2,424	0,016	0,121	1,630
zOB4	-3,122	-0,291	-6,879	0,000	-0,327	1,092
Yaş	-0,089	-0,083	-1,880	0,061	-0,094	1,176
HaneGeliri	0,000	0,071	1,629	0,104	0,082	1,162
KardeşSayısı	-0,621	-0,103	-2,430	0,016	-0,121	1,093

$R = 0,591$ $R^2 = 0,349$ $\hat{\sigma}_\varepsilon = 8,751$

$F_{10;396} = 21,262$ $p-değeri = 0,000$

Bağımlı (Açıklanan) değişken: Bireysel Yenilikçilik Düzeyi

Çoklu doğrusal regresyon analizi varsayımlarından ilk olarak hata terimleri dağılımının normalliği için

H_0 : Hata terimleri (ε_3) dağılımı normaldir.

sıfır hipotezi altında, Tablo 27'de bulguları özetlenen Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro-Wilk normallik testleri yapılmıştır.

Tablo 27. Model 3 Hata Terimleri Dağılımının Normallik Testleri

	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk		
Model 3	**Test İstatistiği**	**Serbestlik Derecesi**	**p-değeri**	**Test İstatistiği**	**Serbestlik Derecesi**	**p-değeri**
Hata Terimleri	0,027	407	0,200	0,997	407	0,676

Her iki normallik testi sonucunda da sıfır hipotezi reddedilememektedir (p-değerleri sırasıyla %20,0 ve %67,6). Hata terimleri dağılımı normaldir.

Hata terimleri dağılımının sabit varyanslılığı için Ramsey RESET testi yapılmış ve $F_{test} = 0,039$ ve p-değeri 0,844 bulunarak

$H_0 : \rho = 0$ (veya dağılım varyansı sabittir).

biçimindeki sıfır hipotezi reddedilememiştir. Hata terimleri dağılımı sabit varyanslıdır.

Modeldeki bağımsız değişkenler arasında güçlü çoklu doğrusal bağlantı olmaması varsayımının geçerliliği için, bağımsız değişkenlere ait varyans büyütme çarpanları (VIF) incelendiğinde, Tablo 27'de verilen VIF değerlerinde gözlenen en büyüğü, örgüt kültürü ikinci alt boyutuna ait olan 1,630'dur. Modelde çoklu doğrusal bağlantı sorunu yoktur.

Regresyon modeli varsayımları açısından modelde bir sorun bulunmamaktadır. Modelin bir bütün olarak anlamlılığı F testi ile test edilmiştir. Sıfır hipotezi

$H_0 : \rho_{Y.(zOB1)(zOB2)(zOB4)(zOB5)(zOA1)(zOA2)(zOA4)(Yaş)(HaneGelir)(KardeşSayısı)} = 0$

biçimindedir. Çoklu korelasyon katsayısının (veya modeldeki tüm eğim katsayılarının) sıfır olduğunu ileri süren sıfır hipotezi için hesaplanan, serbestlik dereceleri sırasıyla 10 ve 396 olan F_{test} istatistiği değeri 21,262 olup, p–değeri 0,000 olduğundan sıfır hipotezi reddedilmektedir. Buna göre, Bireysel yenilikçilik düzeyi ile bir bütün olarak modelde bulunan bağımsız değişkenler seti arasında anlamlı ilişki vardır. Bu (çoklu) ilişkinin gücü %59,1 düzeyindedir

$(R = r_{Y.1245124YaşHaneGelKardSay} = 0,591)$

Modelin belirlilik katsayısı (çoklu korelasyon katsayısının karesi) %34,9'dur. Modelde yer alan açıklayıcı değişkenlerin tümü birlikte, bireysel yenilikçilik düzeyinde oluşan değişkenliğin %34,9'unu açıklayabilmektedir.

Bir bütün olarak anlamlı bulunan modele hangi bağımsız değişken/değişkenlerin katkısı olduğu, t-testleri ile test edilmektedir. Regresyon modelindeki kısmi regresyon (eğim, ilişki) katsayılarına ait alternatif hipotezler aşağıdaki gibidir. Sıfır hipotezleri ilişki olmadığını ileri sürmektedir.

$H_i : \beta_{i,3} \neq 0 \quad (i = 1,2,3,4,5)$

14 açıklayıcı içeren Model 3'ten anlamsız olduğu için *kişilik profili alt boyut 3*, *örgüt kültürü alt boyut 3* ve *örgüt kültürü alt boyut 5* ve ayrıca *kıdem* değişkenleri düşürülmüştür. Modelde kalan 10 bağımsız değişken için tek tek yapılan kısmi regresyon katsayısı testlerinde sıfır hipotezleri sırasıyla şu anlamlılık düzeylerinde reddedilmektedirler: (p–değerleri sırasıyla %2,5; %0,0; %0,3; %0,0; %1,1; %1,6; %0,0; %6,1; %10,4 ve %1,6). Modeldeki diğer 9 açıklayıcı değişkenin etkisi sabit tutulduğunda, *hane gelirinin* bireysel yenilikçilik ile arasındaki ilişkinin anlamlılık düzeyi %10,4'tür. Ayrıca, *Yaşa* ait kısmi ilişkinin anlamlılık düzeyi de %6,1 olarak elde edilmiştir.

Kısmi korelasyon katsayılarının tahmini değerleri incelendiğinde, bireysel yenilikçilik düzeyi ile kısmi ilişkileri negatif yönlü olan üç açıklayıcı bulunmaktadır. Bu değişkenler *örgüt kültürü alt boyut 4*, *kardeş sayısı* ve *yaştır*. Diğer açıklayıcı değişkenlerin ilişki yönü ise pozitif bulunmaktadır. Bireysel yenilikçilik düzeyi ile mutlak değerce en güçlü kısmi ilişki *örgüt kültürü alt boyut 4* (zOB4, -%32,7 negatif) ve hemen ardından *kişilik profili alt boyut 5*'e (zOB5, %26,0 pozitif) aittir. En zayıf kısmi ilişki ise %8,2'lik pozitif kısmi ilişki gücüne sahip olan *hane gelirine* ve ardından %9,4'lük negatif kısmi ilişkiye sahip olan *yaşa* aittir.

Sonuç olarak, kişilik profili ve örgüt kültürü alt boyutları ile birlikte yaş, kıdem, hane geliri ve kardeş sayısı nicel değişkenleri birlikte modellendiğinde, bireysel yenilikçilik düzeyi ile *kişilik profili alt boyutlarından 1 & 2 & 4 ve 5* (p-değerleri 0,025; 0,000; 0,003 ve 0,000); *örgüt kültürü alt boyutlarından 1 & 2 ve 4* (p-değerleri 0,011; 0,016 ve 0,000); *yaş* (p-değeri 0,061), *hane geliri* (p-değeri 0,104) ve *kardeş sayısının* (p-değeri 0,016) ilişkili oldukları bulgusu elde edilmektedir. Bireysel yenilikçilikte oluşan değişkenliğin %34,9'u modeldeki 10 bağımsız değişken tarafından açıklanabilmektedir.

Kişilik profili ve örgüt kültürüne ait tüm alt boyutların tamamı aynı anda değerlendirildiğinde çalışmanın temelini oluşturan H_{14} hipotezi yukarıda belirtilen kişilik profili alt boyutları; dışadönüklük, yumuşak başlılık, duygusal denge, sorumluluk ve örgüt kültürü alt boyutları; klan eğilimi, gelişme eğilimi ve kuralcılık eğilimi için kabul edilir. Kişilik profili alt boyutu; deneyime açıklık ve örgüt kültürü alt boyutları; açıklık eğilimi ve destekleyicilik eğilimi için H_{14} hipotezi reddedilerek sıfır hipotezi kabul edilmiş olur.

Model 3'ün özet bulgularına yukarıda değinilen 10 açıklayıcılı nihai formuna ait SPSS çıktıları Ek 10'da yer almaktadır.

4.6.8. Kişilik Profili Alt Boyutları, Örgüt Kültürü Alt Boyutları ve Bireysel Yenilikçilik Düzeylerinin Sosyo – Demografik Özelliklere Göre Farklılıkları

Bu bölümde kişilik profili alt boyutlarının, örgüt kültürü alt boyutlarının ve bireysel yenilikçilik düzeylerinin sosyo – demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediği tespit edilmiştir.

4.6.8.1. Kişilik Profili Alt Boyutlarının Sosyo – Demografik Özelliklere Göre Farklılıkları

Bu başlık altında kişilik profili ölçeğinin alt boyutları olan dışadönüklük, yumuşak başlılık, deneyime açıklık, duygusal denge ve sorumluluk alt boyutları ile işgörenlerin sosyo – demografik özellikleri olan yaş, cinsiyet, öğrenim durumu, iş yerinde çalışma süresi, medeni durum, eşin iş durumu aile geliri, yetişme yeri, kardeş sayısı ve sektör değişkenleri arsında anlamlı bir faklılığın olup olmadığını ortaya koymak için Mann – Whitney U ve Kruskal Wallis Testi uygulanmıştır. Mann Whitney U, iki grubu bir değişkene göre karşılaştırır. Kruskal Wallis, üç ya da daha fazla grubu bir değişkene göre karşılaştırır. Tüm değişkenler, ölçeklerin alt boyutları, uygulanan test ve anlamlılık değerleri aşağıdaki gibidir.

Tablo 28. Kişilik Profili Alt Boyutlarının Sosyo – Demografik Özelliklere Göre Farklılıklarının Testi

DEĞİŞKEN	ALT BOYUT	TEST TÜRÜ	P (anlamlılık değeri)
YAŞ	Dışadönüklük	Kruskal-Wallis	0,195
	Yumuşak Başlılık	Kruskal-Wallis	0,244
	Deneyime Açıklık	Kruskal-Wallis	0,113
	Duygusal Denge	Kruskal-Wallis	0,823
	Sorumluluk	Kruskal-Wallis	0,340
CİNSİYET	Dışadönüklük	Mann-Whitney U	0,155
	Yumuşak Başlılık	Mann-Whitney U	0,190
	Deneyime Açıklık	Mann-Whitney U	0,849
	Duygusal Denge	Mann-Whitney U	0,471
	Sorumluluk	Mann-Whitney U	0,052
ÖĞRENİM DURUMU	Dışadönüklük	Kruskal-Wallis	0,146
	Yumuşak Başlılık	Kruskal-Wallis	0,678
	Deneyime Açıklık	Kruskal-Wallis	0,909
	Duygusal Denge	Kruskal-Wallis	0,527
	Sorumluluk	Kruskal-Wallis	0,636
İŞYERİNDE ÇALIŞMA SÜRESİ	Dışadönüklük	Kruskal-Wallis	0,240
	Yumuşak Başlılık	Kruskal-Wallis	0,189
	Deneyime Açıklık	Kruskal-Wallis	0,742
	Duygusal Denge	Kruskal-Wallis	0,867
	Sorumluluk	Kruskal-Wallis	0,287
MEDENİ DURUM	Dışadönüklük	Mann-Whitney U	0,629
	Yumuşak Başlılık	Mann-Whitney U	0,135

	Deneyime Açıklık	Mann-Whitney U	**0,015**
	Duygusal Denge	Mann-Whitney U	0,420
	Sorumluluk	Mann-Whitney U	0,156
EŞİN İŞ DURUMU	Dışadönüklük	Mann-Whitney U	0,428
	Yumuşak Başlılık	Mann-Whitney U	0,168
	Deneyime Açıklık	Mann-Whitney U	**0,048**
	Duygusal Denge	Mann-Whitney U	0,538
	Sorumluluk	Mann-Whitney U	0,167
AİLE GELİRİ	Dışadönüklük	Kruskal-Wallis	0,082
	Yumuşak Başlılık	Kruskal-Wallis	0,558
	Deneyime Açıklık	Kruskal-Wallis	0,545
	Duygusal Denge	Kruskal-Wallis	0,082
	Sorumluluk	Kruskal-Wallis	0,339
YETİŞME YERİ	Dışadönüklük	Kruskal-Wallis	0,128
	Yumuşak Başlılık	Kruskal-Wallis	**0,009**
	Deneyime Açıklık	Kruskal-Wallis	0,549
	Duygusal Denge	Kruskal-Wallis	0,672
	Sorumluluk	Kruskal-Wallis	0,565
KARDEŞ SAYISI	Dışadönüklük	Kruskal-Wallis	0,788
	Yumuşak Başlılık	Kruskal-Wallis	0,289
	Deneyime Açıklık	Kruskal-Wallis	0,084
	Duygusal Denge	Kruskal-Wallis	0,625
	Sorumluluk	Kruskal-Wallis	0,361
SEKTÖR	Dışadönüklük	Mann-Whitney U	0,109
	Yumuşak Başlılık	Mann-Whitney U	**0,024**
	Deneyime Açıklık	Mann-Whitney U	**0,000**
	Duygusal Denge	Mann-Whitney U	0,661
	Sorumluluk	Mann-Whitney U	0,137

P>0,05 olduğundan işgörenlerin tüm değişkenlere göre dışadönüklüğe ilişkin yargılarında farklılık yoktur.

P <0,05 olduğundan işgörenlerin sektör ve yetişme yerine göre yumuşak başlılığa ilişkin yargılarında farklılık vardır. P>0,05 olduğundan işgörenlerin kardeş sayısı, aile geliri, eşin iş durumu, medeni durum, iş yerinde çalışma süresi, yaş, cinsiyet ve öğrenim durumuna göre yumuşak başlılığa ilişkin yargılarında farklılık yoktur.

P<0,05 olduğundan işgörenlerin sektör, eşin iş durumu ve medeni duruma göre deneyime açıklığa ilişkin yargılarında farklılık vardır. P>0,05 olduğundan işgörenlerin kardeş sayısı, yetişme yeri, aile geliri, öğrenim durumu, iş yerinde

çalışma süresi, yaş ve cinsiyetine göre deneyime açıklığa ilişkin yargılarında farklılık yoktur.

P>0,05 olduğundan işgörenlerin tüm değişkenlere göre duygusal dengeye ilişkin yargılarında farklılık yoktur.

P>0,05 olduğundan işgörenlerin tüm değişkenlere göre sorumluluğa ilişkin yargılarında farklılık yoktur.

4.6.8.2. Örgüt Kültürü Alt Boyutlarının Sosyo – Demografik Özelliklere Göre Farklılıkları

Bu başlık altında örgüt kültürü ölçeğinin alt boyutları olan klan eğilimi, gelişme eğilimi, açıklık eğilimi kuralcılık eğilimi ve destekleyicilik eğilimi ile işgörenlerin sosyo – demografik özellikleri olan yaş, cinsiyet, öğrenim durumu, iş yerinde çalışma süresi, medeni durum, eşin iş durumu aile geliri, yetişme yeri, kardeş sayısı ve sektör değişkenleri arsında anlamlı bir faklılığın olup olmadığını ortaya koymak için Mann – Whitney U ve Kruskal Wallis Testi uygulanmıştır. Tüm değişkenler, ölçeklerin alt boyutları, uygulanan test ve anlamlılık değerleri aşağıdaki gibidir.

Tablo 29. Örgüt Kültürü Alt Boyutlarının Sosyo – Demografik Özelliklere Göre Farklılıklarının Testi

DEĞİŞKEN	ALT BOYUT	TEST TÜRÜ	P (anlamlılık değeri)
YAŞ	Klan Eğilimi	Kruskal-Wallis	0,617
	Gelişme Eğilimi	Kruskal-Wallis	**0,033**
	Açıklık Eğilimi	Kruskal-Wallis	**0,014**
	Kuralcılık Eğilimi	Kruskal-Wallis	0,499
	Destekleyicilik Eğilimi	Kruskal-Wallis	**0,011**
CİNSİYET	Klan Eğilimi	Mann-Whitney U	**0,021**
	Gelişme Eğilimi	Mann-Whitney U	0,110
	Açıklık Eğilimi	Mann-Whitney U	0,402
	Kuralcılık Eğilimi	Mann-Whitney U	0,860
	Destekleyicilik Eğilimi	Mann-Whitney U	**0,010**
ÖĞRENİM DURUMU	Klan Eğilimi	Kruskal-Wallis	0,258
	Gelişme Eğilimi	Kruskal-Wallis	0,611
	Açıklık Eğilimi	Kruskal-Wallis	0,424

	Kuralcılık Eğilimi	Kruskal-Wallis	**0,007**
	Destekleyicilik Eğilimi	Kruskal-Wallis	**0,012**
İŞYERİNDE ÇALIŞMA SÜRESİ	Klan Eğilimi	Kruskal-Wallis	0,700
	Gelişme Eğilimi	Kruskal-Wallis	0,884
	Açıklık Eğilimi	Kruskal-Wallis	0,152
	Kuralcılık Eğilimi	Kruskal-Wallis	0,569
	Destekleyicilik Eğilimi	Kruskal-Wallis	0,398
MEDENİ DURUM	Klan Eğilimi	Mann-Whitney U	0,905
	Gelişme Eğilimi	Mann-Whitney U	0,560
	Açıklık Eğilimi	Mann-Whitney U	0,550
	Kuralcılık Eğilimi	Mann-Whitney U	0,191
	Destekleyicilik Eğilimi	Mann-Whitney U	**0,031**
EŞİN İŞ DURUMU	Klan Eğilimi	Mann-Whitney U	**0,048**
	Gelişme Eğilimi	Mann-Whitney U	0,068
	Açıklık Eğilimi	Mann-Whitney U	0,932
	Kuralcılık Eğilimi	Mann-Whitney U	0,527
	Destekleyicilik Eğilimi	Mann-Whitney U	**0,001**
AİLE GELİRİ	Klan Eğilimi	Kruskal-Wallis	**0,017**
	Gelişme Eğilimi	Kruskal-Wallis	**0,024**
	Açıklık Eğilimi	Kruskal-Wallis	0,724
	Kuralcılık Eğilimi	Kruskal-Wallis	0,059
	Destekleyicilik Eğilimi	Kruskal-Wallis	**0,008**
YETİŞME YERİ	Klan Eğilimi	Kruskal-Wallis	0,096
	Gelişme Eğilimi	Kruskal-Wallis	0,156
	Açıklık Eğilimi	Kruskal-Wallis	**0,048**
	Kuralcılık Eğilimi	Kruskal-Wallis	0,187
	Destekleyicilik Eğilimi	Kruskal-Wallis	**0,024**
KARDEŞ SAYISI	Klan Eğilimi	Kruskal-Wallis	0,170
	Gelişme Eğilimi	Kruskal-Wallis	0,209
	Açıklık Eğilimi	Kruskal-Wallis	0,502
	Kuralcılık Eğilimi	Kruskal-Wallis	0,432
	Destekleyicilik Eğilimi	Kruskal-Wallis	0,065
SEKTÖR	Klan Eğilimi	Mann-Whitney U	**0,000**
	Gelişme Eğilimi	Mann-Whitney U	**0,000**
	Açıklık Eğilimi	Mann-Whitney U	**0,030**
	Kuralcılık Eğilimi	Mann-Whitney U	**0,000**
	Destekleyicilik Eğilimi	Mann-Whitney U	**0,000**

P<0,05 olduğundan işgörenlerin sektör, aile geliri, eşin iş durumu ve cinsiyetine göre klan eğilimine ilişkin yargılarında farklılık vardır. P>0,05 olduğundan işgörenlerin kardeş sayısı, yetişme yeri, medeni durum, iş yerinde çalışma süresi, yaş ve öğrenim durumuna göre klan eğilimine ilişkin yargılarında farklılık yoktur.

P<0,05 olduğundan işgörenlerin sektör, aile geliri ve yaşına göre gelişme eğilimine ilişkin yargılarında farklılık vardır. P>0,05 olduğundan işgörenlerin kardeş sayısı, yetişme yeri, medeni durum, eşin iş durumu, iş yerinde çalışma süresi, öğrenim durumu ve cinsiyetine göre gelişme eğilimine ilişkin yargılarında farklılık yoktur.

P<0,05 olduğundan işgörenlerin sektör, yetişme yeri ve yaşına göre açıklık eğilimine ilişkin yargılarında farklılık vardır. P>0,05 olduğundan işgörenlerin kardeş sayısı, aile geliri, medeni durum, eşin iş durumu, iş yerinde çalışma süresi, öğrenim durumu ve cinsiyetine göre açıklık eğilimine ilişkin yargılarında farklılık yoktur.

P<0,05 olduğundan işgörenlerin sektör ve öğrenim durumuna göre kuralcılık eğilimine ilişkin yargılarında farklılık vardır. P>0,05 olduğundan işgörenlerin kardeş sayısı, yetişme yeri, aile geliri, eşin iş durumu, medeni durum, iş yerinde çalışma süresi, yaş ve cinsiyetine göre kuralcılık eğilimine ilişkin yargılarında farklılık yoktur.

P<0,05 olduğundan işgörenlerin sektör, yetişme yeri, aile geliri, eşin iş durumu, medeni durum, öğrenim durumu, cinsiyet ve yaşa göre destekleyicilik eğilimine ilişkin yargılarında farklılık vardır. P>0,05 olduğundan işgörenlerin kardeş sayısı ve iş yerinde çalışma süresine göre destekleyicilik eğilimine ilişkin yargılarında farklılık yoktur.

4.6.8.3. Bireysel Yenilikçilik Düzeyinin Sosyo – Demografik Özelliklere Göre Farklılıkları

Bu bölümde bireysel yenilikçilik düzeyi olan yenilikçi, öncü, sorgulayıcı, kuşkucu ve gelenekçi kategorilerinin işgörenlerin sosyo – demografik özelliklerine göre farklılığının olup olmadığı tespit edilmiştir. Bunun için her bir sosyo – demografik değişken için bireysel yenilikçiliğin pozitif maddelerinin ortalamasından negatif maddelerin ortalaması çıkartılmış ve +42 puan eklenmiştir. Sosyo – demografik özelliklere göre bireysel yenilikçilik düzeyi bulguları aşağıdaki gibidir.

Tablo 30. Sosyo – Demografik Özelliklere Göre Bireysel Yenilikçilik Düzeyi Farklılıkları

DEĞİŞKEN	DEĞİŞKEN GRUPLARI	POZİTİF MADDELERİN ORTALAMASI	NEGATİF MADDELERİN ORTALAMASI	BİREYSEL YENİLİKÇİLİK PUANI	BİREYSEL YENİLİKÇİLİK DÜZEYİ
YAŞ	15 – 19	45,45	23,09	64,36	Sorgulayıcı
	20 – 29	45,63	21,54	66,09	Sorgulayıcı
	30 – 39	44,83	21,50	65,33	Sorgulayıcı
	40 – 49	42,67	22,31	62,36	Sorgulayıcı
	50 – 59	41,16	25,57	57,59	Sorgulayıcı
	60 – 69	43,25	25,00	60,25	Sorgulayıcı
CİNSİYET	Kadın	45,10	20,81	66,29	Sorgulayıcı
	Erkek	43,75	22,91	62,84	Sorgulayıcı
ÖĞRENİM DURUMU	İlkokul	42,04	24,94	59,10	Sorgulayıcı
	Ortaokul	42,83	22,51	62,32	Sorgulayıcı
	Lise	43,78	22,78	63,00	Sorgulayıcı
	2 Yıllık	45,95	20,02	67,93	Sorgulayıcı
	4 Yıllık	46,65	20,76	67,89	Sorgulayıcı
	Yüksek Lisans	45,67	18,33	**69,34**	**Öncü**
İŞ YERİNDE ÇALIŞMA SÜRESİ	0 – 5 Yıl	45,32	21,52	65,80	Sorgulayıcı
	6 – 10 Yıl	43,12	22,42	62,70	Sorgulayıcı
	11 – 15 Yıl	42,33	23,78	60,55	Sorgulayıcı
	16 – 20 Yıl	42,18	23,14	61,04	Sorgulayıcı
	21 – 25 Yıl	45,17	24,78	62,39	Sorgulayıcı
	26 – 35 Yıl	41,38	21,50	61,88	Sorgulayıcı
MEDENİ DURUM	Evli	43,23	22,73	62,50	Sorgulayıcı
	Bekar	45,56	21,52	66,04	Sorgulayıcı
EŞİN İŞ DURUMU	Çalışıyor	44,19	21,89	64,30	Sorgulayıcı
	Çalışmıyor	42,45	23,43	61,02	Sorgulayıcı
AİLE GELİRİ	0 – 2000	43,16	22,43	62,73	Sorgulayıcı
	2001 – 4000	44,49	22,19	64,30	Sorgulayıcı
	4001 – 6000	44,00	22,71	63,29	Sorgulayıcı
	6001 – 8000	46,00	22,29	65,71	Sorgulayıcı
	8001 ve üstü	45,30	18,40	68,90	Sorgulayıcı
YETİŞME YERİ	Köy	40,83	24,26	58,57	Sorgulayıcı
	Belde/Bucak	41,47	24,71	58,76	Sorgulayıcı
	İlçe	43,96	23,18	62,78	Sorgulayıcı
	İl	43,79	22,91	62,88	Sorgulayıcı
	Büyük Şehir	45,49	21,00	66,49	Sorgulayıcı
KARDEŞ SAYISI	1	43,60	25,50	60,10	Sorgulayıcı
	2	44,10	21,20	64,90	Sorgulayıcı
	3	45,29	21,16	66,13	Sorgulayıcı
	4	43,84	22,78	63,06	Sorgulayıcı
	5 ve üstü	43,46	23,56	61,90	Sorgulayıcı
SEKTÖR	Hizmet	44,33	21,83	64,50	Sorgulayıcı
	İmalat	44,10	22,67	63,43	Sorgulayıcı

Tablodan da görüldüğü üzere öğrenim durumu yüksek lisans olan katılımcıların bireysel yenilikçilik düzeyi "öncü" kategorisindedir. Geri kalan bütün sosyo – demografik değişkenlere ilişkin bireysel yenilikçilik düzeyi ise "sorgulayıcı" kategorisindedir. Buradan anlaşılacağı üzere araştırmaya katılan işgörenlerin büyük bir çoğunluğunun bireysel yenilikçilik düzeyi "sorgulayıcı" kategorisindedir.

TARTIŞMA, SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu bölümde araştırma analiz ve bulgularına ilişkin sonuç, geçmiş araştırmalara ilişkin tartışma, kişi ve işletmelere verilebilecek bazı önerilere yer verilmiştir.

Tartışma

Çalışmada ikisi bağımsız biri bağımlı olmak üzere üç değişkene yer verilmiştir. Bağımsız değişkenler; kişilik profili ve örgüt kültürü, bağımlı değişken ise bireysel yenilikçiliktir. Üç değişkene yönelik geçmiş çalışmalar incelenmiş, gerekli kuramsal kavramlar açıklanmış, yaklaşımlar tanımlanmış ve KOBİ'ler üzerinde alan araştırması yapılmıştır.

Kişilik profili ve kişilik özellikleri kavramlarının literatürde birçok konuyla ilişkilendirildiği görülmektedir. Açıklanmak istenen hemen her konuda temelde insan olgusu yatmaktadır. İnsan sahip olduğu özellikler neticesinde çevresinden etkilenmekte ve aynı zamanda çevresini etkilemektedir. Bu sebeple yapılan birçok araştırma kişilik profili, kişilik yapısı, kişilik özellikleri gibi birbiriyle neredeyse aynı olan bu kavramlarla beraber incelenmiştir. Kişilik profili üzerine yapılan araştırmalarda genellikle "beş faktör kişilik özellikleri", "A tipi ve B tipi kişilik" ya da "16 PF kişilik envanteri" ölçeklerine daha sık rastlanmaktadır.

Örgüt kültürü de tıpkı kişilik profili gibi literatürde sık rastlanan bir kavramdır. Örgüt kültürüne ilişkin yapılan çalışmalar daha çok ticari işletmeler ve devlet kurumlarına yoğunluk göstermektedir. Örgüt kültürü kavramının iş performansı, motivasyon, liderlik gibi birçok konuya etkisinin olduğu gözlemlenmektedir. Ayrıca

şirket, kurum ve kuruluş gibi bir kültüre sahip olan yerlerdeki araştırmaların sebeplerinden biri de o örgüte ilişkin örgüt kültürü eğiliminin tespitidir.

Bireysel yenilikçilik kavramına bakıldığında 2000 yılından itibaren önem kazandığı görülmektedir. Özellikle ulusal bazda az sayıda çalışmanın olduğu görülmektedir. Bireysel yenilikçiliğe dair çalışmalar teknolojik gelişmenin ve yeniliklerin sürekli olduğu sektör, kurum ve kuruluşlarda görülmektedir. Eğitim, sağlık, teknoloji gibi sürekli yenilenen sektörlerde bireysel yenilikçilik üzerine yapılan çalışmalar yoğunlaşmaktadır.

Baldridge ve Burnham (1975), örgütsel yenilik: bireysel, örgütsel ve çevresel etkiler üzerine bir çalışma yapmıştır. Sosyo - demografik özelliklerin yenilikleri benimsemeye katkısının düşük olduğunu tespit etmişlerdir. Sosyo - demografik özelliklerden ziyade kişilerin örgütte aldıkları görevlerin yenilikçiliğe daha çok katkısının olduğu görülmüştür. Küçük işletmelerin büyük işletmelere nazaran yenilikleri daha kolay benimsediklerini ortaya koymuşlardır. Bizim çalışmamızda da sosyo – demografik özelliklerin bireysel yenilikçiliği etkilemediği görülmektedir. Bu açıdan iki çalışma benzerlik göstermektedir.

Yi vd. (2006) yenilik özelliklerinden olan kullanışlılık, uygunluk ve kullanım kolaylığının davranışsal niyete doğrudan ve birleşik etkilerini inceleyen bir çalışma yapmıştır. Erkeklerin kadaınlara göre yenilikçilik düzeylerinin daha yüksek olduğu bulunmuştur. Bizim çalışmamızda ise erkek ve kadınların bireysel yenilikçilik düzeylerinde anlamlı bir farklılığın olmadığı görülmüştür. Bu açıdan iki çalışma birbirine zıt sonuçlar bulmuştur.

Çalışkan (2013), iç odaklı örgüt kültürünün yenilikçi davranışa etkisinde personel güçlendirmenin aracılık rolü üzerinde çalışma yapmıştır. Savunma sektörü üzerinde yaptığı çalışmada grup kültürü ile yenilikçi davranış arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulmuştur. Grup kültürü bizim çalışmamızda destekleyicilik eğilimi ve açıklık eğilimi ile benzer bir kültür biçimidir. Bizim çalışmamızda ise destekleyicilik eğilimi ve açıklık eğilimi ile bireysel yenilikçilik arasında anlamlı bir

ilişki bulunamamıştır. Bu sebeple iki çalışma birbirinden farklı sonuçlar elde etmiştir.

Uzkurt (2007), kişisel değerlerin tüketicilerin yenilikleri benimseme sürecindeki etkilerini incelemiştir. Yapılan araştırmada Anadolu Üniversitesinin ve Osmangazi Üniversitesinin öğrencileri ve öğretim üyeleri olmak üzere iki farklı grupta çalışılmıştır. Kişisel değerler hedonist ve muhafazakar olmak üzere iki boyutta ele alınmıştır. Hedonist değerlere yani hayattan zevk alma ve heyecan duygularına sahip bireylerin muhafazakarlara oranla yenilikleri benimseme açısından daha istekli olduğu görülmüştür. Bizim araştırmamızda kişilik profili alt boyutu olan dışadönüklük ile bireysel yenilikçilik arasında pozitif yönlü ilişki bulunmaktadır. Yapılan bu çalışma araştırmamızla benzerlik göstermektedir.

Özkan ve Turunç (2015), örgüt kültürü ile yenilikçilik ilişkisinde rekabet şiddetinin düzenleyici etkisi üzerinde savunma sanayinde bir uygulamalı çalışma yapmıştır. Sonuç olarak örgüt kültürünün yenilikçilik üzerinde etkisinin olduğunu tespit etmişlerdir. Gelişimsel, rasyonel, grup ve hiyerarşik kültürün yenilikçiliği anlamlı ve pozitif yönde etkilediği sonucuna varmışlardır. Bizim araştırmamızla benzer olarak örgüt kültürünün yenilikçilik üzerinde etkisinin olduğu sonucuna varmıştır.

Handa ve Gupta (2009) Hindistan'da yapılan çalışmada öğrencilerin sanal alışveriş yapma açısından cinsiyetlerinin tüketici yenilikçiliği üzerindeki etkiyi araştırmışlardır. Kadın ve erkeklerin aynı düzeyde yenilikçiliğe sahip olduklarını tespit etmişlerdir. Bu açıdan bizim çalışmamızla benzerlik göstermektedir.

Choi (2004) yaptığı çalışmada, bir elektronik şirketinin 191 çalışanının katılımıyla, yeniliğe karşı tutum, yeniliği kullanmadaki teknik beceri gibi unsurların hem bireysel hem de örgütsel yenilikçi davranış üzerine etkisini incelemiştir. Yenilikçi değerlere sahip çalışanların, yeni fikir ve uygulamaları benimsemede yenilikçi değerlere daha az sahip çalışanlara göre daha olumlu oldukları görülmüştür. Yenilikçi örgüt kültürünün çalışanlar üzerinde yenilikçi değer katma konusunda daha

etkili olduğu görülmüştür. Çalışanlar içinde bulundukları örgütten etkileneceğinden dolayı yenilikçi örgüt kültürüne sahip bir işletme ile çalışanların yenilikçi kişisel değerleri arasında olumlu bir ilişki vardır. Bizim çalışmamızda örgüt kültürü alt boyutu olan gelişme eğilimi ile bireysel yenilikçilik arasında pozitif yönlü ilişki bulunmaktadır. Bu açıdan yapılan bu çalışma araştırmamızla paralellik göstermektedir.

Deshpande vd. (1993), geçmiş dönemlerde yaptıkları 100'ün üzerindeki çalışmayı sentezleyerek örgüt kültürü türlerini: pazar kültürü, zümre kültürü, adhokrasi kültürü ve hiyerarşik kültür olmak üzere incelemişlerdir. Bazı örgüt kültürü türlerinin diğer türlere oranla daha yenilikçi olabileceğini ileri sürmüşlerdir. Sonuçta Pazar ve adhokrasi kültürünün daha yenilikçi kültür türleri olduğu görülmüştür. Bizim çalışmamızda örgüt kültürü alt boyutu olan gelişme eğilimi ile bireysel yenilikçilik arasında pozitif yönlü ilişki bulunmaktadır. Gelişme eğilimi ile adhokrasi kültürü arasındaki benzerliği göz önüne aldığımızda iki çalışma birbirine benzer sonuçlar vermektedir.

Kurt (2010), araştırma yaptığı bölge için klan kültürünün yenilikçilik açısından en uygun örgüt kültürü yapısı olduğu sonucuna varmıştır. Yapılan çalışmada inovasyon performansı ile en yüksek seviyede ilişkinin örgüt kültürü türlerinden klan kültüründe olduğu tespit edilmiştir. Yenilikçilik odaklı klan kültürüne sahip işletmelerin güçlü bağlar sayesinde etkili inovasyonlar yaptığı görülmüştür. Bizim araştırmamızda örgüt kültürü alt boyutu olan klan eğilimi ile bireysel yenilikçilik arasında pozitif yönlü ilişki bulunmaktadır. Bu açıdan iki çalışmanın sonucu da birbirleriyle benzerlik göstermektedir.

Kişilik profili ve örgüt kültürünün bireysel yenilikçiliğe etkisi çoklu doğrusal regresyon analizi ile belirlenmiştir. Kişilik profilinin ve örgüt kültürünün bireysel yenilikçilikle arasında genel olarak anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Varılan sonuçlar ile literatür arasında genel olarak benzerlik olduğu gözlenmiştir.

Sonuç

Bireysel yenilikçiliği doğrudan etkileyen kavramlardan ikisi; kişisel özellikleri ve içinde bulunduğu örgütlerin kültürel yapılarıdır. Teknolojinin hızla geliştiği, değişimin süreklilik kazandığı çağımızda bireylerin yeniliklere karşı tutumları bireyin kendisi ve içinde bulunduğu örgüt için önem kazanmaktadır. Bireyin yeniliklere karşı sergilediği tutum içinde bulunduğu örgüt açısından rekabetin ve değişimin üst seviyelerde olduğu sektörlerde avantaj ve dezavantaj sağlamaktadır. Günümüzde hem bireyin hem de örgütün hedeflerine ulaşması yenilikçilik tutumlarıyla ilişkilidir.

Çalışma, kişilik profili ve örgüt kültürünün bireysel yenilikçiliğe etkisini İstanbul ilindeki kolayda örnekleme yöntemiyle seçilen 12 işletme ve bu işletmelerde işgören 424 kişi üzerinde yapılmıştır. Anket formları dağıtılarak veriler elde edilmiş ve bu verilere bağlı kalınarak analiz yapılmıştır. Araştırmaya ait önemli sonuçlar aşağıdaki gibidir:

- Araştırma 213 hizmet sektörü işgöreni ve 211 imalat sektörü işgöreni üzerinde yapılmıştır. Hizmet sektöründe kadın işgören sayısı 90, erkek işgören sayısı 123'tür. İmalat sektöründe kadın işgören sayısı 44, erkek işgören sayısı 167'dir. Katılımcıların 252'si evli, 172'si bekardır.

- 144 işgörenle (% 33,9) en fazla işgören 30 – 39 yaş aralığındadır. Her iki sektörde yaş ortalamaları yakınlık göstermektedir. Hizmet sektöründeki işgörenlerin yaş ortalaması 35,87, imalat sektöründeki işgörenlerin yaş ortalaması ise 35,94'tür.

- Her iki sektörde de katılımcıların çoğunluğunu lise mezunları oluşturmaktadır. Yüksek lisans mezunu ise iki sektörde de en az orana sahiptir. Hizmet sektöründe lise, 2 yıllık yüksekokul, 4 yıllık üniversite ve yüksek lisans mezunu imalat sektörüne göre fazlalık göstermektedir.

Araştırma kapsamında hizmet sektörünün eğitim düzeyi imalat sektörüne göre daha yüksektir diyebiliriz. Genel olarak ise katılımcıların çoğunu 153 kişiyle (% 36,1) lise mezunları oluşturmaktadır.

- Hizmet sektöründe faaliyet gösteren işgörenlerin aylık ortalama aile gelirleri 4017,84 Türk Lirası, imalat sektöründe faaliyet gösteren işgörenlerin aylık ortalama aile gelirleri 2792,18 Türk Lirası ve tüm katılımcıların ortalama aylık aile gelirleri 3407,90 Türk Lirasıdır. Hizmet sektöründe faaliyet gösteren işgörenler imalat sektörüne göre ortalama olarak 1225 Türk Lirası daha fazla aylık aile gelirine sahiptirler.

- 252 evli katılımcıdan 112 katılımcının eşi çalışırken, 140 katılımcının eşi çalışmamaktadır. Hizmet sektöründe eşi çalışan katılımcı sayısı 75, eşi çalışmayan katılımcı sayısı 48'dir. İmalat sektöründe eşi çalışan katılımcı sayısı 37, eşi çalışmayan katılımcı sayısı ise 92'dir. Hizmet sektöründe eşi çalışan katılımcı sayısı imalat sektörüne göre fazlalık göstermektedir. Bu durum hizmet ve imalat sektörlerine göre aylık ortalama aile gelirindeki farklılığın sebeplerinden biridir.

- Her iki sektörde de en fazla işgören 0 – 5 yıl aralığında bulunmaktadır. Hizmet sektöründe 124, imalat sektöründe 98 işgören işletmelerinde 0 – 5 yıl tecrübeye sahiptir. 21 – 25 yıl ve 26 – 35 yıl aralığını çoğunlukla işletme sahipleri ve yöneticiler oluşturmaktadır.

- Kişilik profilinin hizmet ve imalat sektörlerine göre farklılık gösterip göstermediği Mann Whitney U Testi ve Bağımsız İki Örnek T-Testi kullanılarak incelenmiştir. Hizmet ve imalat sektörlerinde faaliyet gösteren her bir işgören için anket formunda bulunan maddelere verilen cevapların çoğunluğunda farklılık gözlemlenmiştir.

- Örgüt kültürünün hizmet ve imalat sektörlerine göre farklılık gösterip göstermediği Mann Whitney U Testi ve Bağımsız İki Örnek T-Testi kullanılarak incelenmiştir. Hizmet ve imalat sektörlerinde faaliyet gösteren her bir işgören için anket formunda bulunan maddelere verilen cevapların çoğunluğunda farklılık gözlemlenmiştir.

- Katılımcıların genel olarak bireysel yenilikçik kategorilerinde; pozitif maddelerin ortalaması; 44,2, negatif maddelerin ortalaması 22,24'tür. 42+(44,2–22,24)=63,96 sonucunu verir. Hizmet sektörü için pozitif maddelerin ortalaması; 44,33, negatif maddelerin ortalaması; 21,83'tür. 42+(44,33 – 21,83)=64,5 sonucunu verir. İmalat sektörü için pozitif maddelerin ortalaması; 44,1, negatif maddelerin ortalaması; 22,67'dir. 42+(44,1 – 22,67)= 63,43 sonucunu verir. Bu durumda tüm katılımcıların ortalaması, hizmet sektöründe işgörenlerin ortalaması ve imalat sektöründe işgörenlerin ortalaması "sorgulayıcı" kategoridedir. Sonuç olarak hizmet ve imalat sektörlerinde işgörenlerin bireysel yenilikçilik düzeylerinde bir farklılık yoktur.

- Kişilik profilinin her alt boyutunun, diğer alt boyutların etkileri sabit tutulduğunda, bireysel yenilikçilik düzeyi ile anlamlı kısmi ilişkiye sahip olduğu gözlenmektedir. Kişilik profili alt boyutlarından; dışadönüklük, yumuşak başlılık, duygusal denge ve sorumluluk ile bireysel yenilikçilik düzeyi arasındaki ilişki pozitif yönlüdür. Sonuçlardan bir diğeri diğer bir alt boyut olan deneyime açıklık ile bireysel yenilikçilik düzeyi arasındaki ilişki negatif yönlüdür. Bu (çoklu) ilişkinin gücü %44,5 düzeyindedir ($R = r_{Y.12345} = 0,445$). Modelin belirlilik katsayısı (çoklu korelasyon katsayısının karesi) %19,8'dir. Kişilik profili alt boyutlarının tümü birlikte, bireysel yenilikçilik düzeyinde oluşan değişkenliğin %19,8'ini açıklayabilmektedir. Araştırma kapsamında neşeli, girişken, sosyal ve rahat olma özelliklerine sahip dışadönük kişilerin, merhametli, eleştiriye açık, anlayışlı ve sakin olma özelliklerine sahip yumuşak huylu kişilerin, kararlı

ve kendine güvenen özelliklerine sahip duygusal açıdan tutarlı kişilerin ve düzenli, dikkatli ve güvenilir olma özelliklerine sahip sorumluluk sahibi kişilerin yeniliklere karşı tutumları olumlu yöndedir. Sanatçı ruhlu, nazik, duygulu, analitik düşünme özelliklerine sahip deneyime açık kişilerin ise yeniliklere karşı tutumları olumsuz olarak görülmektedir. Kişilik profili alt boyutları kişilerin bireysel yenilikçilik düzeyinin neredeyse % 20'sini etkileyen önemli bir değişken olduğu araştırma da görülmektedir. Sonuç olarak araştırmada kişilik profili alt boyutlarının bireysel yenilikçiliğe etkisi olduğu görülmektedir.

- Örgüt kültürünün 3 alt boyutunun, diğer alt boyutların etkileri sabit tutulduğunda, bireysel yenilikçilik düzeyi ile anlamlı kısmi ilişkiye sahip olduğu gözlenmektedir. Örgüt kültürü alt boyutlarından, açıklık eğilimi ve destekleyicilik eğilimi ile bireysel yenilikçilik düzeyi arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Örgüt kültürü alt boyutlarından, klan eğilimi, gelişme eğilimi ve kuralcılık eğilimi ile bireysel yenilikçilik düzeyi arasındaki ilişkinin anlamlı olduğu tespit edilmiştir. Bu alt boyutlardan klan eğilimi ve gelişme eğilimi pozitif yönlüdür. Kuralcılık eğilimi ise negatif yönlüdür. Bu (çoklu) ilişkinin gücü %41,1 düzeyindedir ($R = r_{Y.124} = 0,411$). Modelin belirlilik katsayısı (çoklu korelasyon katsayısının karesi) %16,9'dur. Örgüt kültürü alt boyutlarından klan eğilimi, gelişme eğilimi ve kuralcılık eğilimi bireysel yenilikçilik düzeyinde oluşan değişkenliğin %16,9'unu açıklayabilmektedir. İşletme içinde aile ortamının olması, çalışanların menfaatlerinin göz önünde bulundurulması, işletmenin yeni şartlara uyum sağlaması, işletme içinde kaliteye önem verilmesi ve piyasada oluşan fırsatlardan faydalanılması gibi klan eğilimi ve gelişme eğilimi özelliklerine sahip işletmelerin işgörenlerinin daha yenilikçi olduğu görülmektedir. Aşırı kuralcı, emir komuta zincirinin son derece katı olduğu ve işgörenlerin kısıtladığı kuralcılık eğilimi benimseyen işletmelerin işgörenlerinin yenilikçilik düzeylerinin daha düşük olduğu görülmektedir. Ayrıca araştırma kapsamında örgüt kültürünün bireysel yenilikçilik düzeyinin neredeyse %

17'sini etkileyen önemli bir değişken olduğu görülmektedir. Sonuç olarak örgüt kültürü alt boyutlarından; klan eğilimi, gelişme eğilimi ve kuralcılık eğiliminin bireysel yenilikçiliğe etkisi söz konusudur.

- Kişilik profili ve örgüt kültürü alt boyutları ile birlikte yaş, kıdem, hane geliri ve kardeş sayısı nicel değişkenleri birlikte modellendiğinde, bireysel yenilikçilik düzeyi ile kişilik profili alt boyutlarından; dışadönüklük, yumuşak başlılık, duygusal denge ve sorumluluk (p-değerleri 0,025, 0,000, 0,003 ve 0,000), örgüt kültürü alt boyutlarından; klan eğilimi, gelişme eğilimi ve kuralcılık eğilimi (p-değerleri 0,011, 0,016 ve 0,000), yaş (p-değeri 0,061), hane geliri (p-değeri 0,104) ve kardeş sayısının (p-değeri 0,016) ilişkili oldukları bulgusu elde edilmektedir. Kısmi korelasyon katsayılarının tahmini değerleri incelendiğinde, bireysel yenilikçilik düzeyi ile kısmi ilişkileri negatif yönlü olan üç açıklayıcı bulunmaktadır. Bu değişkenler örgüt kültürü alt boyutu kuralcılık eğilimi, kardeş sayısı ve yaştır. Anlamsız olduğu için Kişilik profili alt boyutu deneyime açıklık, örgüt kültürü alt boyutu açıklık eğilimi ve örgüt kültürü alt boyutu destekleyicilik eğilimi ve ayrıca kıdem değişkenleri modelden düşürülmüştür. Bireysel yenilikçilik düzeyi ile bir bütün olarak modelde bulunan bağımsız değişkenler seti arasında anlamlı ilişki vardır. Bu (çoklu) ilişkinin gücü ($R = r_{Y.1245124YaşHaneGelKardSay} = 0,591$) %59,1 düzeyindedir. Modelin belirlilik katsayısı (çoklu korelasyon katsayısının karesi) %34,9'dur. Modelde yer alan açıklayıcı değişkenlerin tümü birlikte, bireysel yenilikçilik düzeyinde oluşan değişkenliğin %34,9'unu açıklayabilmektedir. Sonuç olarak kişilik profili ve örgüt kültürü alt boyutları birlikte modellendiğinde kişilik profili alt boyutlarından; dışadönüklük, yumuşak başlılık, duygusal denge ve sorumluluk ile örgüt kültürü alt boyutlarından; klan eğilimi, gelişme eğilimi ve kuralcılık eğiliminin bireysel yenilikçiliğe etkisi olduğu görülmektedir.

- Sosyo – demografik özelliklere göre katılımcıların neredeyse tamamının bireysel yenilikçilik düzeyleri "sorgulayıcı" kategoridedir. Sadece öğrenim durumu "yüksek lisans" olan katılımcıların bireysel yenilikçilik düzeyleri "öncü" kategorisinde çıkmıştır. Bu açıdan araştırma kapsamında sosyo – demografik değişkenlerin bireysel yenilikçilik düzeyi üzerinde genel anlamda etkili olmadığını görmekteyiz. Ancak öğrenim durumu "yüksek lisans" olanların bir istisna oluşturduğu ve "öncü" yani yenilikleri benimseme düzeyi olarak genelden daha istekli olduğu, yenilikleri denemede öncülük ettiği görülmektedir.

- Araştırmaya katılanların kişilik profili alt boyutlarından deneyime açıklık ve yumuşak başlılığa ilişkin yargılarında sosyo – demografik özelliklerinden etkili olduğu değişkenler; medeni durum, sektör, yetişme yeri ve eşin iş durumu değişkenleridir. Diğer sosyo – demografik özelliklerin katılımcıların kişilik profili alt boyutlarına ilişkin yargılarında etkili olmadığı görülmektedir. Araştırma da katılımcıların deneyime açıklık yargılarındaki farklılığın sebebi bekarlar evlilere göre, eşi çalışmayanlar eşi çalışanlara göre, imalat sektöründekiler hizmet sektöründekilere göre daha analitik düşünen, hassas ve sanatçı ruhlu olmasından kaynaklanmaktadır. Katılımcıların yumuşak başlılık yargılarındaki farklılığın sebebi imalat sektöründekiler hizmet sektörüne göre, büyük şehir, il ve köyde yetişenlerin belde/bucak ve kasabada yetişenlere göre daha merhametli, sakin ve serinkanlı olmasından kaynaklanmaktadır.

- Araştırmaya katılanların örgüt kültürü alt boyutlarına ilişkin yargılarında ise sosyo – demografik özelliklerden iş yerinde çalışma süresi ve kardeş sayısı dışında tamamı etkili olmuştur. Bunun sebeplerini örgüt kültürünü algılamanın kişiden kişiye farklılık göstermesi, 12 farklı işletme üzerinde araştırma yapılması ve bu işletmelerin örgüt kültürü eğilimleri farklılığı ve örgüt içindeki kişiler arası diyalogların farklılık göstermesi olarak sıralayabiliriz.

Öneriler

Araştırmanın analizleri neticesinde şu öneriler sunulabilir:

- Kişilik özellikleri olarak dışadönük, yumuşak huylu, duygusal açıdan tutarlı ve sorumluluk sahibi bireylerin yenilikçiliğe daha yatkın olduğu görülmüştür. Bu açıdan sürekli olarak bir yenilenme ve değişimin içinde olan işletmelerin işe alma sürecinde bu özelliklere sahip bireyleri tercih etmeleri işletmenin avantajına olacaktır.

- Değişim ve yenilenmenin hakim olduğu sektörlerde faaliyet gösteren işletmelerin örgüt kültürü türlerinden; klan eğilimi ve gelişme eğilimini benimsemeleri rekabet açısından işletmelere avantaj sağlayacaktır.

- Hem hizmet sektöründe faaliyet gösteren işletmeler için hem de imalat sektöründe faaliyet gösteren işletmeler için yenilikçiği teşvik edecek bir yapı oluşturmaları gerekmektedir. Araştırma kapsamındaki işletmelerde faaliyet gösterenlerin yenilikçilik düzeyleri "sorgulayıcı" yani orta düzeyde olduğu görülmüştür. Bu sebeple günümüz şartlarında işletmelerin yenilikçiliği tetikleyecek faaliyetler içinde olması çağa ayak uydurma anlamında işletmelere fayda sağlayacaktır.

- Aşırı kuralcı bir örgüte mensup bireylerde yenilikçiliğin negatif yönde etkilendiği görülmektedir. Bu sebeple kurallar biraz daha esnetilmeli ve işgörenlere hareket alanı sağlanmalıdır.

KAYNAKÇA

KİTAPLAR

Barker Alan, *Yenilikçiliğin Simyası,* Çev: Ahmet Kardam, BZD Yayın ve İletişim Hizmetleri, İstanbul, 2002.

Baysal Can, Tekarslan Erdal, *Davranış Bilimleri,* Avcıol Basım Yayın, İstanbul, 2004.

Cüceloğlu Doğan, *İnsan ve Davranışı,* Remzi Kitabevi, İstanbul, 2003.

Erdoğan İlhan, *İşletmelerde Davranış*, İşletme Fakültesi Yayın No: 242, İşletme İktisadı Enstitüsü Yayın No: 135, İstanbul, 1991.

Eren Erol, *Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi,* Beta Basım A.Ş., İstanbul, 2001.

Eren Erol, *Yönetim Psikolojisi*, Beta Basım A.Ş., İstanbul, 1993.

Eroğlu Feyzullah, *Davranış Bilimleri,* Beta Basım A.Ş., İstanbul, 1996.

Feist Jess, *Theories of Personality,* Holt, Rinehart and Winston Inc., 1990.

Feldman Robert S., *Essentials of Understanding Psychology,* The McGraw-Hill Companies, 1997.

Fromm Erich, *Özgürlükten Kaçış,* Öteki Yayınevi, 1999.

Geçtan Engin, *Psikanaliz ve Sonrası,* Metis Yayınları, İstanbul, 2004.

Güney Salih, *Davranış Bilimleri,* Nobel Yayın Dağıtım, Ankara, 2014.

Güney Salih, *Yönetim ve Organizasyon,* Nobel Yayın Dağıtım, İstanbul, 2001.

Odabaşı Yavuz ve Barış Gülfidan, *Tüketici Davranışı*, Mediacat Akademi, İstanbul, 2003.

Oktay Mahmut, *Davranış Bilimlerine Giriş,* Der Yayınları, İstanbul, 1996.

Öner Necla, *Türkiye'de Kullanılan Psikolojik Testler,* Boğaziçi Üniversitesi Yayınları, İstanbul, 1994.

Özkalp Enver, *Davranış Bilimlerine Giriş,* Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 2003.

Özkalp Enver ve Kırel Çiğdem, *Örgütsel Davranış,* Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 1998.

Robbins Stephen P. ve Judge Timothy A. *Örgütsel Davranış,* Çev: İnci Erdem Nobel Akademik Yayıncılık, Ankara, 2013.

Rogers Everett, *Diffusion of Innovations,* The Free Press, New York, 1983.

Rogers Everett ve Shoemaker Floyd, *Communication of Innovations,* New York: Free Press, 1971.

Saltürk Metin, *Yönetim Başarısı ve Kişilik,* Toplumsal Dönüşüm Yayınları, İstanbul, 2008.

Soyşekerci Serhat, *Uygulamalar ve Şirket Örnekleriyle Girişimcilik,* Kriter Yayınları, İstanbul, 2012.

Şencan Hüner, *Sosyal ve Davranışsal Ölçümlerde Güvenilirlik ve Geçerlilik,* Seçkin Yayıncılık, Ankara, 2005.

Şişman Mehmet, *Örgüt Kültürü,* Anadolu Üniversitesi Basımevi, Eskişehir, 1994.

Unutkan Ataman Göksel, *İşletmelerin Yönetimi ve Örgüt Kültürü,* Türkmen Kitabevi, İstanbul, 1995.

Uzunçarşılı Ülkü, *Şirket Kültürü ve İş Prensipleri,* İstanbul Ticaret Odası Yayınları, İstanbul, 2000.

Ülgen Hayri ve Mirze Kadri, *İşletmelerde Stratejik Yönetim,* Arıkan Basım Yayım Dağıtım, İstanbul, 2007.

Ünlü Sezen, *Psikoloji,* Anadolu Üniversitesi Yayınları, Eskişehir, 1995.

Vural Beril Akıncı, *Kurum Kültürü,* İletişim Yayınları, İstanbul, 2005.

Vural Beril Akıncı ve Coşkun Gül, *Örgüt Kültürü,* Nobel Yayın Dağıtım, 2007.

Yelboğa Atilla, *Yönetimde İnsan Kaynakları Çalışmaları,* Turhan Kitabevi Yayınları, Ankara, 2010.

Yüksel Öznur, *Davranış Bilimleri,* Gazi Kitabevi, Ankara, 2006.

TEZLER

Çetin Tahsin, "*Tam Serbesti Tanıyan Liderlik Anlayışının Orta Kademe Yöneticilerin Yenilikçilik Eğilimleri Üzerindeki Etkisi",* (Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Yönetim Organizasyon Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi), Kütahya, 2009.

Çetiner Melike, "*Bireysel Kariyer Planlaması ile Kişilik Arasındaki İlişkinin İş Tatmini Üzerindeki Etkisi: Süleyman Demirel Üniversitesi Örneği",* (Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi), Isparta, 2014.

Görmen Murat, "*Örgüt Kültürünün Örgütsel Sinizm Tutumları Üzerine Etkisi ve Bir Uygulama",* (Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Doktora Tezi), Ankara, 2012.

Kurt Tuğba, "*Örgüt Kültürünün Yenilikçilik (İnovasyon) Performansı Üzerindeki Etkileri: Kayseri İmalat Sektöründe Uygulama"* (Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Ana Bilim Dalı Yüksek Lisans Tezi) Kayseri, 2010.

Küçük Kübra Alaybeyoğlu, "*Kişilik Özelliklerinin Girişimcilik Davranışına Etkisi; "Abant İzzet Baysal Üniversitesi" Örneği",* (Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yüksek Lisans Tezi), 2014.

SÜRELİ YAYINLAR

Akgöz Erkan, Göral Ramazan ve Gürsoy Yüksel, "Yenilik Kapsamında Turistik Ürün Çeşitlendirmesi ve Kurban Bayramı Örneği", *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* 2014, Sayı: 31, s: 3,4.

Alkahtani A. Hussein, "The Impact of Personality and Leadership Styles On Leading Change Capability of Malaysian Managers" , *Australian Journal of Business and Management Research,* Cilt: 1, Sayı: 2, 2011, s: 74.

Apaydın Fahri ve Torlak N. Gökhan, "Denison'un Önerdiği Uyum Sağlama Yetenekleriyle Miles ve Snow'un Strateji Tipolojisinin Desteklenmesi ve Açıklanması ve Bunların İşletmelerin Performans Çıktıları Üzerine Etkilerinin İncelenmesi", *İstanbul Üniversitesi Sosyal Siyaset Konferansları,* 2007, s: 618–620.

Arslantaş Halis Adnan, "Kültür – Kişilik ve Kimlik", *Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları,* 2008, s: 106.

Aslan Esra, "Benlik Kavramı ve Bireyin Yaşamındaki Etkileri", *Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi,* Sayı: 4, 1992, s: 7–8.

Awbrey Susan, "General Educatıon Reform as Organizational Change: Integrating Cultural and Structural Change", *The Journal of General Education,* Cilt: 54, Sayı: 1, 2005, s: 7.

Aydın Serkan, "Kişisel ve Ürün Temelli Yenilikçilik: Cep Telefonu Kullanıcıları Üzerine Ampirik Bir Uygulama", *Doğuş Üniversitesi Dergisi,* Cilt: 10, Sayı: 2, 2009, s: 190,191.

Aydoğan Zeynep Ferhan, "Örgüt Kültürü ve İklimi", *Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi,* Sayı: 2, 2004, s: 205.

Aytaç Ömer, "Örgütler: Sosyolojik Bir Perspektif", *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,* Cilt: 14, Sayı: 1, 2004, s: 191.

Baldridge J. Victor ve Burnham Robert A., "Organizational Innovation: Individual, Organizational, and Environmental Impacts" *Administrative Science Quarterly,* Cilt: 20, Sayı: 2, 1975, s:165-176.

Basım Nejat, Çetin Fatih ve Tabak Akif, "Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin Kişilerarası Çatışma Çözme Yaklaşımlarıyla İlişkisi", *Türk Psikoloji Dergisi,* Cilt: 24, Sayı: 63, 2009, s: 22.

Basım Nejat, Korkmazyürek Haluk ve Tokat Osman, "Çalışanların Öz Yeterlilik Algılamasının Yenilikçilik ve Risk Alma Üzerine Etkisi: Kamu Sektöründe Bir Araştırma", 2008, s: 121.

Biçer Ramazan, "Kişilik ve Bir Kur'an Terimi Olarak Şakile" , *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi,* Cilt: 31, Sayı: 2, 2011, s: 406.

Bozkurt Öznur, "Sosyal Hizmetler İşletmelerinde Yenilik Yönetimi", *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi,* Sosyal Hizmet Özel Sayısı, 2015, s: 97,98.

Choi Jin Nam, "Individual and Contextual Dynamics of Innovation-Use Behavior in Organizations", *Lawrence Erlbaum Associates,* Cilt: 17, Sayı: 4, 2004.

Cloninger C. Robert, "A Systematic Method for Clinical Description and Classification of Personality Variants", *Archives of General Psychiatry,* Cilt: 44, Sayı: 6, 1987, s: 575.

Çakır Melek ve Örücü Edip, "Üretim İşletmelerinde Örgüt Kültürünün Tespitine Yönelik Bir Araştırma", *Muğla Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi,* Cilt: 13, Sayı: 1, 1999, s: 23, 24

Çalışkan Abdullah, "İç Odaklı Örgüt Kültürünün Yenilikçi Davranışa Etkisinde Personel Güçlendirmenin Aracılık Rolü", *İş, Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi,* Cilt: 15, Sayı: 1, 2013, s: 88 – 112.

Çırpan Hüseyin ve Koyuncu Mustafa, "İşletme Kültürünün Alt Kademe Yöneticileri Üzerindeki Etkisi: Bir Örnek Olay Çalışması", *Öneri Dergisi,* Cilt: 2, Sayı: 9, 1998, s: 226,227.

Danışman Ali ve Özgen Hüseyin, "Örgüt Kültürü Çalışmalarında Yöntem Tartışması: Niteliksel – Niceliksel Yöntem İkileminde Niceliksel Ölçümler ve Bir Ölçek Önerisi", *Yönetim Araştırmaları Dergisi,* Cilt: 3, Sayı: 2, 2003, s: 91 – 124.

Demirel Yavuz ve Seçkin Zeliha, "Bilgi ve Bilgi Paylaşımının Yenilikçilik Üzerine Etkileri", *Ç. Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* Cilt: 17, Sayı: 1, 2008, s: 191.

Denison Daniel, "What is the Difference Between Organizational Culture and Organizational Climate? A Native's Point of View on a Decade of Paradigm Wars", *The Academy of Management Review,* Cilt: 21, Sayı: 3, 1996, s: 644.

Deshpande Rohit, John U. Farley and E. F. Webster, "Corporate Culture, Customer Orientation and Innovativeness in Japanese Firms: A Quadrad Analysis", *Journal of Marketing,* January, 1993, s: 23-37.

Develioğlu Kazım ve Tekin Ö. Akgün, "Beş Faktör Kişilik Özellikleri ve Yabancılaşma Arasındaki İlişki: Beş Yıldızlı Otel Çalışanları Üzerinde Bir Uygulama", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* Cilt: 18, Sayı: 2, 2013, s: 19.

Dinçer M. Abdül Metin, Yıldırım Mustafa ve Dil Esra, "Firmanın Tercih Ettiği Stratejinin Belirlenmesinde Girişimci Tipinin Etkisi Üzerine Bir Araştırma", *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* Cilt: 7, Sayı: 2, 2012, s: 245–246.

Doğan Tayfun, "Beş Faktör Kişilik Özellikleri Ve Öznel İyi Oluş", *Doğuş Üniversitesi Dergisi,* Cilt: 14, Sayı: 1, 2013, s: 57.

Drucker Peter, "The Discipline of Innovation", *Harvard Business Review,* Cilt: 80, Sayı: 8, 2002, s: 95–102.

Duran Cengiz ve Saraçoğlu Metin, "Yeniliğin Olan İlişkisi ve Yeniliği Geliştirme Süreci", *Yönetim ve Ekonomi Dergisi,* Cilt: 16, Sayı: 1, 2009, s: 61.

Durğun Serpil, "Örgüt Kültürü ve Örgütsel İletişim", *Yüzüncü Yıl Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi,* Cilt: 3, Sayı: 2, 2006, s: 126.

Durna Ufuk, " A Tipi ve B Tipi Kişilik Yapıları ve Bu Kişilik Yapılarını Etkileyen Faktörlerle İlgili Bir Araştırma", *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi,* Cilt: 19, Sayı: 1, 2005, s: 277.

Eker Semih, " Alfred Adler'in Kişilik Kuramının Demokrasi Düşüncesi Açısından Önemi", *Uludağ Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi,* Cilt: 13, Sayı: 22, 2012, s: 170.

Erdem Ramazan, "Örgüt Kültürü Tipleri ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki: Elazığ İl Merkezindeki Hastaneler Üzerinde Bir Çalışma", *Eskişehir Osman Gazi Üniversitesi İBF Dergisi,* Cilt:2, Sayı: 2, s: 66.

Erkuş Ahmet ve Tabak Akif, "Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin Çalışanların Çatışma Yönetim Tarzlarına Etkisi: Savunma Sanayinde Bir Araştırma", *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi,* Cilt: 23, Sayı: 2, 2009, s: 217.

Ersoy Mehmet, "Matematik Öğretiminde Semantik Web Tabanlı İkna Teknolojisi Kullanımı", *E- Journal of New World Sciences Academy,* Eskişehir, 2014, Cilt: 9, Sayı: 1, s: 62.

Giriz Sıdıka, "Örgütsel Değişim Sürecinde Örgüt Kültürü ve Örgütsel Öğrenme", *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi,* Cilt: 4, Sayı: 2, 2008, s: 189.

Goldsmith Ronald E. ve Foxall Gordon R., "The Measurement of Innovativeness", *The International Handbook on Innovation,* 2003, s: 322.

Güçlü Nezahat, "Örgüt Kültürü", *Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,* 2003, s: 148–154.

Gülova Asena Altın ve Demirsoy Özge, "Örgüt Kültürü ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişki: Hizmet Sektörü Çalışanları Üzerinde Ampirik Bir Araştırma", *Business and Economics Research Journal,* Cilt: 3, Sayı: 3, 2012, s: 54.

Günel Ö. Devrim, " İşletmelerde Yıldırma Olgusu ve Yıldırma Mağdurlarının Kişilik Özelliklerine İlişkin Bir Araştırma ", *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* Cilt: 12, Sayı: 3, 2010, s: 44,45.

Güney Selami, "Günümüz Finans ve Bankacılık Sektörünün Kriz Dönemlerinde Liderlik Modeli ve Uygulamaları", *Akademik Bakış Dergisi,* Sayı: 31, 2012, s: 6.

Gürcan Derya, "Benlik Farklılıklarına Rogers'ın Danışan Odaklı Terapisi İle Yaklaşım: Vaka Çalışması", *Ayna Klinik Psikoloji Dergisi,* Cilt: 2, Sayı:1, 2015, s:17.

Handa Meenakshi ve Gupta Nirupma, Gender Influence on the Innovativeness of Young Urban Indian Online Shoppers. *VISION—The Journal of Business Perspective,* Cit: 13 Sayı: 2, 2009, s: 25-32.

Hofstede Geert, Neuijen Bram, Daval Ohayv Denise, Sanders Geert, "Measuring Organizational Cultures: A Qualitative and Quantitative Study Across Twenty Cases", *Administrative Science Quarterly,* Sayı: 35, 1990, s: 292.

Hurt H. Thomas, Joseph Katherine and Cook D. Chester, "Scales For The Measurement of Innovativeness", *Human Communication Research,* Cilt: 4, Sayı: 1, 1977, 58 – 65.

Işık Cem ve Meriç Sağbetullah, "Otel Yöneticilerinin Bireysel Yenilikçi Kapsamında Değerlendirilmesi: Van İli Örneği", *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi,* Cilt: 4, Sayı: 1, 2015, s: 4,5,6,7.

Işık Negiş Ayşe, Gürsel Musa, "Örgüt Kültürünün Bazı Değişkenler Göre Analizi (Eğitim Fakültesi Örneği)", *Selçuk Üniversitesi Ahmet Keleşoğlu Eğitim Fakültesi Dergisi,* Sayı: 27, 2009, s: 190.

İbrahimoğlu Nurettin ve Karayılan Demet, "A ve B Tipi Kişilik Özellikleri ile Zaman Yönetimi Davranışları Arasındaki İlişkiler", *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,* Sayı: 33, 2012, s: 252.

İşcan Ömer Faruk ve Timuroğlu M. Kürşat, "Örgüt Kültürünün iş Tatmini Üzerindeki Etkisi ve Bir Uygulama", *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi,* Cilt: 21, Sayı: 1, 2007, s: 123.

Karahan Atila, "Çalışanların Örgüt Kültürünü Algılamalarına Yönelik Ampirik Bir Çalışma",*Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* 2006, s: 458, 460.

Karasar Şahin, "Eğitimde Yeni İletişim Teknolojileri İnternet ve Sanal Yüksek Eğitim" *The Turkish Online Journal of Educational Technology,* Cilt: 3, Sayı: 4, 2004, s: 119.

Karcıoğlu Fatih, "Örgüt Kültürü ve Örgüt İklimi İlişkisi", *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi,* Cilt: 15, Sayı: 1-2, 2001, s: 271

Kılıçer Kerem, "Teknolojik Yeniliklerin Yayılması ve Benimsenmesini Arttıran Etmenler" *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,* Cilt: 8, Sayı: 2, 2008, s: 211, 215, 216.

Kılıçer Kerem ve Odabaşı Hatice Ferhan, "Bireysel Yenilikçilik Ölçeği: Türkçeye Uyarlama, Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması", *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi,* Cilt: 38, 2010, s: 150 – 164.

Könnings Karen, Gruwel Saskia Brand ve Van Merrienboer Jeroen, "Teacher's Perspectives on Innovations: Implications for Educational Design", *Elsevier,* 2006.

Köse Sevinç, Tetik Semra ve Ercan Cuma, "Örgüt Kültürünü Oluşturan Faktörler", *Yönetim ve Ekonomi Dergisi,* Cilt: 7, Sayı: 1, 2001, s: 224, 225, 226.

Kutaniş Rana Özen ve Elçi Meral, "Psikoteknik Testlerin Birbirleri Ve Bireysel Özellikler İle Uyumu: Bir Geçerlilik Analizi", *Akademik İncelemeler Dergisi,* Cilt: 1, Sayı. 2, 2006, s:5,7.

Madran Canan ve Akdoğan Tahsin, "Satıcıların Kişilikleri İle Performanslarının İlişkisi; Beş Faktör Modeline Göre Bir Analiz", *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* Cilt: 19, Sayı: 1, 2010, s: 370.

Madran Canan ve Esen Kamil, "Yeniliklerin Kabul Süreci: Üniversite Öğrencileri ile Yapılan Bir Pilot Çalışma", 2002, s: 136.

Martin Pilar, Salanova Marisa ve Perio Jose Maria, "Job Demands, Job Resources and Individual Innovation at Work: Going Beyond Karasek's Model?", *Psicothema,* Cilt: 19, Sayı: 4, 2007.

McCrae R. Robert and Costa Jr. Paul T., "Validation of The Five – Factor Model of Personality Across Instruments and Observers", *Journal of Personality and Social Psychology"* Cit: 52, Sayı: 1, 1987, s: 81 – 90.

Murat Güven ve Açıkgöz Banu, "Yöneticilerin Örgüt Kültürü Algılamalarına İlişkin Bir Analiz: Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Örneği", *Zonguldak Karaelmas Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,* Cilt: 3, Sayı: 5, 2007, s: 3.

Noone Palmer Laura, "Perceived Barriers to Innovation: First Report from a Study on Innovation in Higher Education", *Asseasment and Accountability Forum,* 2000.

Oğuztürk Sami, "Yenilik Kavramı ve Teorik Temelleri", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* Cilt: 8, Sayı: 2, 2003, s: 254

Oktuğ Zeynep ve Özden Melis Seray, "Biyecilik/Toplulukçuluk ile Bireysel Yenilikçilik Eğilimi Arasındaki İlişkide İçsel Motivasyonun Biçimlendirici Rolü", *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,* Cilt: 14, Sayı: 2, 2013, s: 1,4.

Ordun Güven ve Demirbaş H. Talha, "İş Tatmini, Örgüt Kültürü ve Kuruma Bağlılık Arasındaki İlişkilerin İncelenmesine Yönelik Tekstil Sektöründe Bir Araştırma", Yönetim Yıl: 23, Sayı: 71, 2012, s: 107.

Öcal Hülya ve Ağca Veysel, "Teknolojik Değişim Hızına Bağlı Olarak Farklılaşan Endüstri Yapılarının Örgüt Kültürü ve İşletme Performansı Üzerindeki Etkisi", *Ege Akademik Bakış,* Cilt: 10, Sayı: 1, 2010, s: 165.

Öğüt Adem ve Kocabacak Ayşe, "Küreselleşme Sürecinde Türk İş Kültüründe Yaşanan Dönüşümün Boyutları", *Türkiyat Araştırmaları Dergisi,* 2007, s: 150-151, 154, 157.

Ören Kenan, Erdem Bilal ve Kaplan Metin, "Örgütsel Kültürün İşgücü Verimliliğine Etkisi", *Kamu-İş Dergisi,* Cilt: 8, Sayı: 2, 2005, s: 7.

Örücü Edip ve Yıldız Harun, "Örgütsel Kültür Boyutlarının Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma: Bir Telekomünikasyon Şirketi Örneği", *Uludağ Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* Cilt: 31, Sayı: 2, 2012, s: 134, 135.

Örün Özgür, Orhan Derya, Dönmez Pelin ve Kurt Adile Aşkım, "Öğretmen Adaylarının Bireysel Yenilikçilik Profilleri ve Teknoloji Tutum Düzeyleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi", *Trakya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi,* Cilt: 5, Sayı: 1, 2015, s: 65.

Özaygen Altay, "Yenilik Olarak Özgür-Açık Kaynak Kodlu Yazılımların Yayılımı: ODTÜ Örneği", *Çalışma Makalesi,* Ankara, 2005, s: 2.

Özdevecioğlu Mahmut ve Çelik Cemile, "Örgüt Kültürü Tipleri İtibariyle Bireylerin Algıladıkları Mağduriyet Farklılıklarını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma", *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi,* Cilt: 23, Sayı: 1, 2009, s: 100.

Özkan Özgür ve Turunç Ömer, "Örgüt Kültürü ile Yenilikçilik İlişkisinde Rekabet Şiddetinin Düzenleyici Etkisi: Savunma Sanayinde Bir Uygulama", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* Cilt: 20, Sayı: 1, 2015, s: 339 – 363.

Özen Üstün ve Bingöl Murat, "İşletmelerde Bilişim Teknolojileri ve Yenilikçilik: Erzurum, Erzincan ve Bayburt'taki Kobi'lerde Bir Araştırma", 2006, s: 399.

Özgür Hasan, "Bilişim Teknolojileri Öğretmen Adaylarının Eleştirel Düşünme Eğilimleri ile Bireysel Yenilikçilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi", *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi,* Cilt: 9, Sayı: 2, 2013, s: 410.

Özkan Özgür ve Turunç Ömer, "Örgüt Kültürü ile Yenilikçilik İlişkisinde Rekabet Şiddetinin Düzenleyici Etkisi: Savunma Sanayinde Bir Uygulama", *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,* Cilt: 20, Sayı: 1, 2015, s: 345.

Özsoy Emrah ve Gültekin Yıldız, " Kişilik Kavramının Örgütler Açısından Önemi: Bir Literatür Taraması ", *İşletme Bilimi Dergisi,* Cilt: 1, Sayı: 2, 2013, s: 3,6,7.

Öztürk Zeynep Yılmaz ve Summak Mehmet Semih, "İlköğretim Okulu Öğretmenlerinin Bireysel Yenilikçiliklerinin İncelenmesi", *International Journal of Science Culture and Sport,* Sayı: 1, 2014, s: 846.

Pelit Elbeyi, Türkmen Fatih, Yarmacı Nihan, " Turizm Sektöründeki İşgörenlerin Kişilik Özelliklerini Değerlendirmeye Yönelik Bir Araştırma", *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi,* Cilt: 2, Sayı: 1, 2010, s: 11.

Rosen Peter, "The Effect of Personal Innovativeness In The Domain of Information Technology On The Acceptance And Use of Technology: AWorking Paper", 2004.

Sabuncu Birsel, "KOBİ'lerde Yenilik ve Engellerinin Tespitine Yönelik Bir Araştırma: Denizli Örneği", *İşletme Araştırmaları Dergisi,* Cilt: 6, Sayı: 1, 2014, s: 107.

Scott Susanne ve Bruce Reginald, "Determinants of Innovative Behavior: A Path Model of Individual Innovation in the Workplace", *The Academy of Management Journal,* Cilt: 37, Sayı: 3, 1994.

Somer Oya, Korkmaz Mediha ve Tatar Arkun, "Beş Faktör Kişilik Envanteri'nin Geliştirilmesi-I: Ölçek ve Alt Ölçeklerin Oluşturulması", *Türk Psikoloji Dergisi,* Cilt: 17, Sayı: 49, 2002, s: 21 – 33.

Spiering Kerri ve Erickson Sheri, "Study Abroad as Innovation: Applying the Diffusion Model to International Education", *International Education Journal,* Cilt: 7, Sayı: 3, 2006.

Şahin Ali, "Örgüt Kültürü-Yönetim İlişkisi ve Yönetsel Etkinlik", *Maliye Dergisi,* Sayı: 159, 2010, s: 24, 25.

Tabak Akif, Basım Nejat, Tatar İlker ve Çetin Fatih, "İzlenim Yönetimi Taktiklerinde Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin Rolü: Savunma Sanayinde Bir Araştırma", *Ege Akademik Bakış,* Cilt: 10, Sayı: 2, 2010, s: 543.

Tabak Akif, Erkuş Ahmet ve Meydan Cem Harun, "Denetim Odağı ve Yenilikçi Birey Davranışları Arasındaki İlişkiler: Belirsizliğe Tolerans ve Risk Almanın Aracılık Etkisi", *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,* Cilt: 10, Sayı: 1, 2010, s: 163.

Tatar Arkun, Bildik Tezan, Saltukoğlu Gaye ve Dinçel Münevver Güler, "Klinik Olmayan Örneklemde Beş Faktör Kişilik Envanteri Belirti Tarama Amaçlı

Kullanılabilir Mi?: Ön Çalışma", *Fatih Sultan Mehmet İlmi Araştırmalar İnsan ve Toplum Bilimleri Dergisi,* Sayı: 4, 2014, s: 185.

Tatlılıoğlu Kasım, "Üniversite Öğrencilerinin Beş Faktör Kişilik Kuramına Göre Kişilik Özellikleri Alt Boyutlarının Bazı Değişkenlere Göre İncelenmesi", *Tarih Okulu Dergisi,* Yıl: 7, Sayı: 17, 2014, s: 949.

Taymur İbrahim ve Türkçapar M. Hakan, "Kişilik: Tanımı, Sınıflaması ve Değerlendirmesi", *Psikiyatride Güncel Yaklaşımlar,* Cilt: 4, Sayı: 2, 2012, s:169.

Tozkoparan Güler ve Susmuş Türker, "Üretim ve Hizmet Sektörü İşletmelerinde Örgüt Kültürüne İlişkin Karşılaştırmalı Bir Uygulama", *Ege Akademik Bakış,* Cilt: 1, Sayı: 1, 2001, s: 209.

Ulucan Hakkı ve Bahadır Ziya, "Haltercilerin Kişilik Özelliklerinin Farklı Değişkenlere Göre İncelenmesi", *Niğde Üniversitesi Beden Eğitimi Ve Spor Bilimleri Dergisi,* Cilt: 5, Sayı: 2, 2011, s:176.

Uluç Sait, "MMPI-2 Depresyon, Kaygı ve Öfke İçerik Ölçeklerinin Ölçüt Geçerliliği Açısından Değerlendirilmesi", *Türk Psikiyatri Dergisi,* Cilt: 19, Sayı: 1, 2008, s: 58.

Uzkurt Cevahir, "Tüketicilerin Yenilikleri Benimseme Eğilimleri Üzerinde Kişisel Değerlerin Etkisi", *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi,* Cilt: 7, Sayı: 2, 2007, s: 242, 243.

Ünsar Sinan, "Çalışanların Kişilik Özelliklerinin İşten Ayrılma Eğilimine Olan Etkisi: Bir Alan Araştırması", *Selçuk Üniversitesi İ.İ.B.F. Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi,* Cilt: 6, Yıl: 11, Sayı: 22, 2011, s: 257–258.

Varoğlu Kadir ve Çetin Fatih, "Özellikler Bağlamında Girişimcinin Beş Faktör Kişilik Örüntüsü", *Başkent Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi,* 2009, s: 60.

Wejnert Barbara, "Integrating Models of Diffusion of Innovations: A Conceptual Framework", *Annual Review of Sociology,* 2002, 28, s: 305.

Yahyagil Mehmet Y., "Denison Örgüt Kültürü Ölçme Aracının Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması: Ampirik Bir Uygulama", *Yönetim Dergisi,* Yıl: 15, Sayı: 47, 2004, s: 59.

Yeloğlu Hakkı Okan, "Örgüt, Birey, Grup Bağlamında Yenilik ve Yaratıcılık Tartışmaları", *Ege Akademik Bakış,* Cilt: 7, Sayı: 1, 2007, s: 142.

Yi Mun Y., Fiedler Kirk D. ve Park Jae S., Understanding the Role of Individual Innovativeness in the Acceptance of IT-Based Innovations: Comparative Analyses of Models and Measures, *Decision Sciences,* Cilt: 37, Sayı: 3, 2006, s: 393-426.

Yılmaz Ferat, Soğukçeşme Gülcan, Ayhan Nurhan, Tuncay Sakine, Sancar Seher ve Deniz Yıldız Merve, "İlköğretim Bölümü Öğretmen Adaylarının Mesleki Yenilikçilik Eğilimlerinin Çeşitli Değişkenler Açısından İncelenmesi", Cilt: 11, Sayı: 7, 2014, s: 259.

İNTERNET KAYNAKLARI

http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.55bccfdb91c356.98678883, Erişim Tarihi: 02.08.2015.

https://wiki.zirve.edu.tr/sandbox/users/m.aslan/weblog/15445/attachments/59f04/PS%C4%B0KOLOJ%C4%B0%20unite08.pdf?sessionID=32600f302a6fbd19746b2070da9b6b2b3a1df69f, Erişim Tarihi: 08.10.2015.

http://www.akademik.adu.edu.tr/bolum/fef/psikoloji/webfolders/topics/K%20%C4%B0%20%C5%9E%20%C4%B0%20L%20%C4%B0%20K-sunu2.pdf, Erişim Tarihi: 08.10.2015.

http://docplayer.biz.tr/4900744-Orgut-kulturu-orgutlerdekultur-olusumuve-yaklasimlari.html, Erişim Tarihi: 25.12.2015.

http://www.kpssdershanesi.net/forum/kpss-dokumanlari/egitim-bilimleri-sozlugu/d-e-f/eric-fromm-un-kisilik-kurami/igcategory.html Erişim Tarihi: 06.10.2015.

Beal George ve Bohlen Joe, The Diffusion Process, 1956, http://ageconsearch.umn.edu/bitstream/17351/1/ar560111.pdf Erişim Tarihi: 23.01.2016.

Oslo Kılavuzu, OECD ve Eurostat Ortak Yayımı, 2006, http://www.tubitak.gov.tr/tubitak_content_files/BTYPD/kilavuzlar/Oslo_3_TR.pdf Erişim Tarihi: 16.01.2016.

Surry Daniel ve Brennan Patrick, Diffusion of Instructional Innovations: Five Important, Unexplored Questions, 1998 http://files.eric.ed.gov/fulltext/ED422892.pdf Erişim Tarihi: 21.01.2016.

Dacey ve kathleen M. Lennon, Understanding Creativity: The Interplay of Biological, Psychological, a Social Factors, Çev: Yasemin Duman, Jossey Bass Publishers, 1998, http://www.kaynakdergisi.net/makaleler.asp?sayi=31&sira=316 Erişim Tarihi: 03.02.2016.

EKLER

Ek 1: Kişisel Bilgi Formu

KİŞİSEL BİLGİLER

1. KAÇ YAŞINDASINIZ? (Lütfen yazınız:……)

2. CİNSİYETİNİZ? Kadın ( ) Erkek ( )

3. ÖGRENİM DURUMUNUZ?
İlkokul ( ) Ortaokul ( ) Lise ( )

2 yıllık Yüksek Okul ( ) 4 yıllık üniversite ( ) Yüksek Lisans ( )

4. ŞU ANKİ GÖREVİNİZ? (Lütfen yazınız:……..)

5. BU İŞYERİNDE KAÇ YILDIR ÇALISMAKTASINIZ? (Lütfen yazınız:……)

6. MEDENİ DURUMUNUZ? (Cevabınız Bekar ise 10. soruya geçiniz.) Evli ( ) Bekar ( )

7. KAÇ ÇOCUĞUNUZ VAR? Yok ( ) 1 ( ) 2 ( ) 3 ( ) 4 ve Üstü ( )

8. KAÇ YILLIK EVLİSİNİZ? (Lütfen yazınız ……)

9. EŞİNİZİN İŞ DURUMU NEDİR? Çalışıyor ( ) Çalışmıyor ( )

10. AYLIK TOPLAM AİLE GELİRİNİZ NE KADAR? (Lütfen yazınız:……..…TL)

11. YETİŞME ÇAĞINIZDA (7–19 yaşları arasında) EN UZUN SÜRE BULUNDUĞUNUZ YER?
Köy ( ) Belde/Bucak ( ) İlçe ( ) İl ( ) Büyük Şehir ( )

12. SİZ DAHİL TOPLAM KAÇ KARDEŞSİNİZ? (Lütfen Yazınız:……..)

13. ŞU AN HANGİ SEKTÖRDE GÖREV YAPIYORSUNUZ? (Lütfen yazınız:……..…)

Ek 2: Kişilik Profili Anketi

Kişilik Profili: Kendinizi düşünerek cevaplayınız.	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1. Konuşkan, neşeli, hareketli, arkadaş canlısı, topluluk içinde bulunmaktan hoşlanan biriyim.					
2. Yarışmacı, baskın biriyim.					
3. Girişken biriyim.					
4. Sosyal, rahat, dikkat çekmekten rahatsız olmayan biriyim.					
5. Çekingen, sessiz, yalnızlığı seven, mesafeli, bireyselci biriyim.					
6. Başkalarını düşünen, merhametli, anlayışlı, verici, geçimli, yumuşak kalpliyim.					
7. Eleştiriye açık biriyim.					
8. Önyargısız birisi biriyim.					
9. Olaylar karşısında sakin, serin kanlı biriyim.					
10. Dik kafalı, kinci, inatçı, tartışmacı biriyim.					
11. Düzenli, dikkatli, titiz biriyim.					
12. Sorumluluk sahibi, güvenilir biriyim.					
13. Amaçlı, başarı motivasyonu yüksek biriyim.					
14. Kurallara bağlı, temkinli biriyim.					
15. Maceracı, aklına eseni yapan, risk ve tehlikeye açık olan, çılgın biriyim.					
16. Endişeli, gergin, kaygılı, başkalarının onayına ihtiyaç duyan biriyim.					
17. Kararsız, güvensiz, alıngan biriyim.					
18. Kendimden memnun olmayan biriyim.					
19. Duygusal açıdan istikrarlı olan biriyim.					
20. En zor durumlarda bile sabırlı olabilen biriyim.					
21. Analitik düşünen, araştırıcı biriyim.					

22. Değişikliği seven, farklı düşüncelere açık, hür düşünceli biriyim.					
23. Zeki biriyim.					
24. Sanatçı ruhlu, duygulu biriyim.					
25. Hassas, ince ruhlu, nazik biriyim.					

Ek 3: Örgüt Kültürü Anketi

Örgüt Kültürü: Çalıştığınız kurumu düşünerek cevaplayınız.	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1. Çalışanlara hareket alanı daraltılmış hissi verecek şekilde yürürlükte çok fazla kural vardır.					
2. Kurallara uymaya çok fazla önem verilir.					
3. Çalışanlar aile ferdi gibi görülür.					
4. Makul ölçüde risk almada çalışanlara tolerans tanınır.					
5. Bilgi, işletme içinde diğerleriyle serbestçe paylaşılır.					
6. İşletme yeni koşul ve durumlara anında uyum sağlar.					
7. Yeni yaklaşım ve fikirler teşvik edilir.					
8. Çatışma ve anlaşmazlıklarla ilgili açık tartışmaya imkan tanınır.					
9. Yönetim eleştiriye açıktır.					
10. Üstler tarafından verilen emirlere uymak zorunludur.					
11. Sosyal eşitsizliğe yol açacak şekilde statüler arasında önemli farklılıklar vardır.					
12. Çalışanların kişisel sorunlarına ilgi ve alaka gösterilir.					
13. Kişisel haklara saygıya önem verilir.					
14. Çalışanların kişisel menfaatlerine önem verilir.					
15. Fırsatlardan yararlanmada çabuk hareket edilir.					

16. Kaliteye son derece önem verilir.					
17. Çalışanların yaptıkları hatalara tolerans tanınır.					
18. Kullanılan alet ve makinelerle ilgili son derece katı kurallar vardır.					
19. Otoriteye saygı son derece önemlidir.					
20. Emir komuta zincirine son derece önem verilir.					
21. Çalışanların aralarında fazla samimi olmalarına müsamaha gösterilir.					
22. Bağımsız olarak hareket edebilmeyi sağlayacak serbestlik vardır.					
23. Çok fazla rutin iş vardır.					
24. Çalışanlar yöneticileri aile büyüğü gibi görür.					

Ek 4: Bireysel Yenilikçilik Anketi

Bireysel Yenilikçilik: Kendinizi düşünerek cevaplayınız.	Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1. Arkadaşlarım öneri veya bilgi almak için sık sık bana başvururlar.					
2. Yeni fikirleri denemekten hoşlanırım.					
3. Bir şey yapmanın yeni yollarını ararım.					
4. Genellikle yeni fikirleri kabullenmekte temkinliyim.					
5. Bir sorunu çözerken yanıt açık olmadığı zaman çözüm için çoğu kez yeni yöntemler geliştiririm.					
6. Yeni icatlara ve yeni düşünce tarzlarına karşı şüpheciyimdir.					
7. Çevremdeki insanların büyük bir çoğunluğunun kabul ettiğini görene kadar yeni fikirlere pek itibar etmem.					
8. Arkadaş grubum içinde etkili bir birey olduğumu düşünürüm.					

9. Düşüncelerimde ve davranışlarımda kendimi özgün görürüm.					
10. Genellikle arkadaş grubum içinde yeni bir şeyi kabul eden son kişilerden biriyimdir.					
11. Yeniliklere düşkün bir kişiliğe sahibim.					
12. Ait olduğum grubun liderlikle ilgili sorumluluklarını almaktan hoşlanırım.					
13. Çevremdeki bireylerde işe yaradığını görene kadar bir işi yapmanın yeni yollarını kabullenmekte isteksiz davranırım.					
14. Düşüncelerimde ve davranışlarımda özgün olmayı heyecan verici bulurum.					
15. Eski usul yaşam tarzının ve işleri eski yöntemlerle yapmanın en iyisi olduğunu düşünürüm.					
16. Belirsizlikler ve çözülmemiş problemler beni güdüler.					
17. Yenilikleri dikkate almadan önce diğer insanların o yeniliği kullandığını görmeliyim.					
18. Yeni fikirlere açığımdır.					
19. Cevabı belirsiz sorular beni heyecanlandırır.					
20. Yeni fikirlere karşı çoğunlukla şüpheciyimdir.					

Ek 5: Kişilik Profili Ölçeği Güvenilirlik Analizi ve Faktör Analizi SPSS Çıktısı

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,790	19

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
A1	3,8090	1,27489	424
A2	3,4835	1,15048	424
A3	3,7689	1,10805	424
A4	3,3726	1,19606	424
A5r	3,4528	1,33957	424
A6	4,0377	,94706	424
A7	3,4245	1,21026	424
A8	3,2500	1,23723	424
A9	3,3679	1,29429	424
A11	3,9269	1,04591	424
A12	4,2594	,86358	424
A14	3,7877	1,12451	424
A16r	3,6651	1,15924	424
A17r	3,8585	1,05802	424
A18r	3,9009	1,08921	424
A21	3,5000	1,11512	424
A22	3,7618	1,13710	424
A24	3,0047	1,32621	424
A25	3,2217	1,36761	424

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
A1	65,0448	87,476	,581	,765
A2	65,3703	92,186	,428	,777
A3	65,0849	91,425	,486	,773
A4	65,4811	92,071	,412	,778
A5r	65,4009	93,196	,308	,785
A6	64,8160	94,150	,430	,778
A7	65,4292	90,941	,457	,774
A8	65,6038	95,214	,257	,788
A9	65,4858	93,522	,310	,785
A11	64,9269	95,808	,296	,785
A12	64,5943	95,220	,415	,779
A14	65,0660	98,686	,135	,795
A16r	65,1887	94,328	,324	,783
A17r	64,9953	94,151	,374	,780
A18r	64,9528	95,969	,272	,786
A21	65,3538	94,054	,354	,781
A22	65,0920	90,084	,537	,770
A24	65,8491	94,422	,263	,788
A25	65,6321	93,259	,296	,786

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
68,8538	102,957	10,14679	19

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,778
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2457,679
	Df	171
	Sig.	,000

Communalities

	Initial	Extraction
A1	1,000	,694
A2	1,000	,529
A3	1,000	,680
A4	1,000	,535
A5r	1,000	,561
A6	1,000	,478
A7	1,000	,649
A8	1,000	,503
A9	1,000	,510
A11	1,000	,665
A12	1,000	,636
A14	1,000	,538
A16r	1,000	,666
A17r	1,000	,716
A18r	1,000	,596
A21	1,000	,392
A22	1,000	,492
A24	1,000	,748
A25	1,000	,758

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	4,314	22,707	22,707	4,314	22,707	22,707	3,005	15,816	15,816
2	2,738	14,411	37,118	2,738	14,411	37,118	2,174	11,442	27,258
3	1,723	9,069	46,187	1,723	9,069	46,187	2,159	11,361	38,620
4	1,367	7,193	53,380	1,367	7,193	53,380	2,069	10,888	49,507
5	1,206	6,347	59,727	1,206	6,347	59,727	1,942	10,219	59,727
6	,908	4,781	64,508						
7	,828	4,356	68,864						
8	,790	4,156	73,019						
9	,726	3,821	76,840						
10	,636	3,346	80,186						
11	,607	3,192	83,379						
12	,538	2,829	86,208						
13	,473	2,490	88,697						
14	,453	2,383	91,081						
15	,415	2,183	93,264						
16	,376	1,979	95,243						
17	,326	1,718	96,962						
18	,308	1,620	98,582						
19	,269	1,418	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotated Component Matrix[a]

	Component				
	1	2	3	4	5
A3	,805				
A1	,767				
A4	,716				
A2	,714				
A5r	,704				
A7		,743			
A9		,691			
A8		,656			
A22		,510			
A6		,489			,410
A25			,842		
A24			,841		
A21			,556		
A17r				,825	
A16r				,786	
A18r				,681	
A11					,802
A12					,748

A14			,367		,603

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.
a. Rotation converged in 6 iterations.

Ek 6: Örgüt Kültürü Ölçeği Güvenilirlik Analizi ve Faktör Analizi SPSS Çıktısı

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	Cronbach's Alpha Based on Standardized Items	N of Items
,816	,825	18

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
M1	2,6675	1,28283	424
M2	3,5943	1,16512	424
M3	2,8585	1,26930	424
M7	3,8868	1,01591	424
M8	3,6981	1,17435	424
M9	3,8939	1,10898	424
M10	3,7901	1,05669	424
M12	3,8090	1,11462	424
M13	3,6533	1,06307	424
M14	3,6203	1,18886	424
M15	3,8373	1,07823	424
M16	3,5873	1,17979	424
M17	3,8750	1,06788	424
M18	3,7241	1,07926	424
M19	3,6274	1,13313	424
M20	4,0354	1,03653	424
M21	3,2005	1,08063	424
M22	3,3231	1,11378	424

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Squared Multiple Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
M1	62,0142	100,581	-,112	,333	,839
M2	61,0873	92,293	,255	,337	,816
M3	61,8231	96,193	,062	,222	,829
M7	60,7948	90,088	,427	,387	,806
M8	60,9835	91,227	,301	,370	,813
M9	60,7877	87,477	,513	,395	,801
M10	60,8915	87,364	,550	,524	,799
M12	60,8726	89,605	,403	,326	,807
M13	61,0283	87,853	,520	,450	,801
M14	61,0613	88,672	,414	,452	,806
M15	60,8443	86,174	,600	,583	,796
M16	61,0943	86,161	,539	,481	,799
M17	60,8066	88,166	,501	,389	,802
M18	60,9575	86,840	,564	,492	,798
M19	61,0542	87,966	,475	,376	,803
M20	60,6462	86,929	,587	,458	,797
M21	61,4811	90,756	,361	,429	,809
M22	61,3585	88,074	,480	,416	,803

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
64,6816	99,352	9,96756	18

KMO and Bartlett's Test

Kaiser-Meyer-Olkin Measure of Sampling Adequacy.		,839
Bartlett's Test of Sphericity	Approx. Chi-Square	2586,382
	Df	153
	Sig.	,000

Communalities

	Initial	Extraction
M1	1,000	,666
M2	1,000	,582
M3	1,000	,538
M7	1,000	,547
M8	1,000	,608
M9	1,000	,646
M10	1,000	,699
M12	1,000	,537
M13	1,000	,693
M14	1,000	,703
M15	1,000	,711
M16	1,000	,626
M17	1,000	,559
M18	1,000	,624
M19	1,000	,553
M20	1,000	,587
M21	1,000	,668
M22	1,000	,648

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Total Variance Explained

Component	Initial Eigenvalues			Extraction Sums of Squared Loadings			Rotation Sums of Squared Loadings		
	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %	Total	% of Variance	Cumulative %
1	5,404	30,020	30,020	5,404	30,020	30,020	2,765	15,359	15,359
2	2,094	11,636	41,656	2,094	11,636	41,656	2,576	14,310	29,669
3	1,584	8,800	50,456	1,584	8,800	50,456	2,008	11,156	40,825
4	1,102	6,123	56,578	1,102	6,123	56,578	1,936	10,754	51,579
5	1,011	5,619	62,197	1,011	5,619	62,197	1,911	10,618	62,197
6	,860	4,777	66,974						
7	,819	4,549	71,524						
8	,726	4,031	75,554						
9	,641	3,564	79,118						
10	,590	3,279	82,397						
11	,500	2,776	85,173						
12	,496	2,756	87,929						
13	,446	2,478	90,407						
14	,404	2,244	92,651						
15	,374	2,079	94,730						
16	,357	1,984	96,714						
17	,324	1,798	98,511						
18	,268	1,489	100,000						

Extraction Method: Principal Component Analysis.

Rotated Component Matrix[a]

	Component				
	1	2	3	4	5
M10	,783				
M15	,769				
M12	,670				
M16	,654	,382			
M19		,689			
M20	,306	,669			
M17		,637			,305
M18		,545	,498		
M7	,333	,473	-,330		
M21			,782		
M22			,716		
M1				,740	
M2				,702	
M3				,699	
M8		,464	-,355	,482	
M13					,765

M14			,332		,716
M9	,498				,622

Extraction Method: Principal Component Analysis.
Rotation Method: Varimax with Kaiser Normalization.
a. Rotation converged in 11 iterations.

Ek 7: Bireysel Yenilikçilik Ölçeği Güvenilirlik Analizi SPSS Çıktısı

Reliability Statistics

Cronbach's Alpha	N of Items
,881	20

Item Statistics

	Mean	Std. Deviation	N
Y1	3,3892	1,20557	424
Y2	3,7972	1,02286	424
Y3	3,8491	1,04998	424
Y4	2,8325	1,29110	424
Y5	3,8986	,93100	424
Y6	3,3585	1,12095	424
Y7	3,2028	1,24014	424
Y8	3,6792	1,07230	424
Y9	3,7665	1,04042	424
Y10	3,3396	1,25392	424
Y11	3,6557	1,15237	424
Y12	3,6179	1,06758	424
Y13	3,2783	1,20397	424
Y14	3,6392	1,00329	424
Y15	3,3774	1,31335	424
Y17	2,9788	1,22697	424
Y16	3,3750	1,06010	424
Y18	3,9929	,97847	424
Y19	3,5189	1,17484	424
Y20	3,3892	1,15346	424

Item-Total Statistics

	Scale Mean if Item Deleted	Scale Variance if Item Deleted	Corrected Item-Total Correlation	Cronbach's Alpha if Item Deleted
Y1	66,5472	147,109	,309	,882
Y2	66,1392	142,985	,555	,874
Y3	66,0873	142,056	,577	,873
Y4	67,1038	142,892	,423	,878
Y5	66,0377	144,055	,567	,874
Y6	66,5778	144,065	,456	,877
Y7	66,7335	140,276	,537	,874
Y8	66,2571	145,468	,425	,878
Y9	66,1698	143,711	,513	,875
Y10	66,5967	138,927	,579	,872
Y11	66,2807	139,668	,610	,872
Y12	66,3184	147,806	,333	,880
Y13	66,6580	139,502	,585	,872
Y14	66,2972	143,874	,529	,875
Y15	66,5590	141,117	,473	,876
Y17	66,9575	142,674	,458	,877

Y16	66,5613	149,325	,276	,882
Y18	65,9434	141,647	,644	,871
Y19	66,4175	143,984	,434	,877
Y20	66,5472	141,359	,544	,874

Scale Statistics

Mean	Variance	Std. Deviation	N of Items
69,9363	157,601	12,55393	20

Ek 8: Model 1'e Ait SPSS Çıktıları

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,445[a]	,198	,188	9,65688	1,689

a. Predictors: (Constant), Zscore(OA5), Zscore(OA1), Zscore(OA4), Zscore(OA2), Zscore(OA3)
b. Dependent Variable: Y

ANOVA[a]

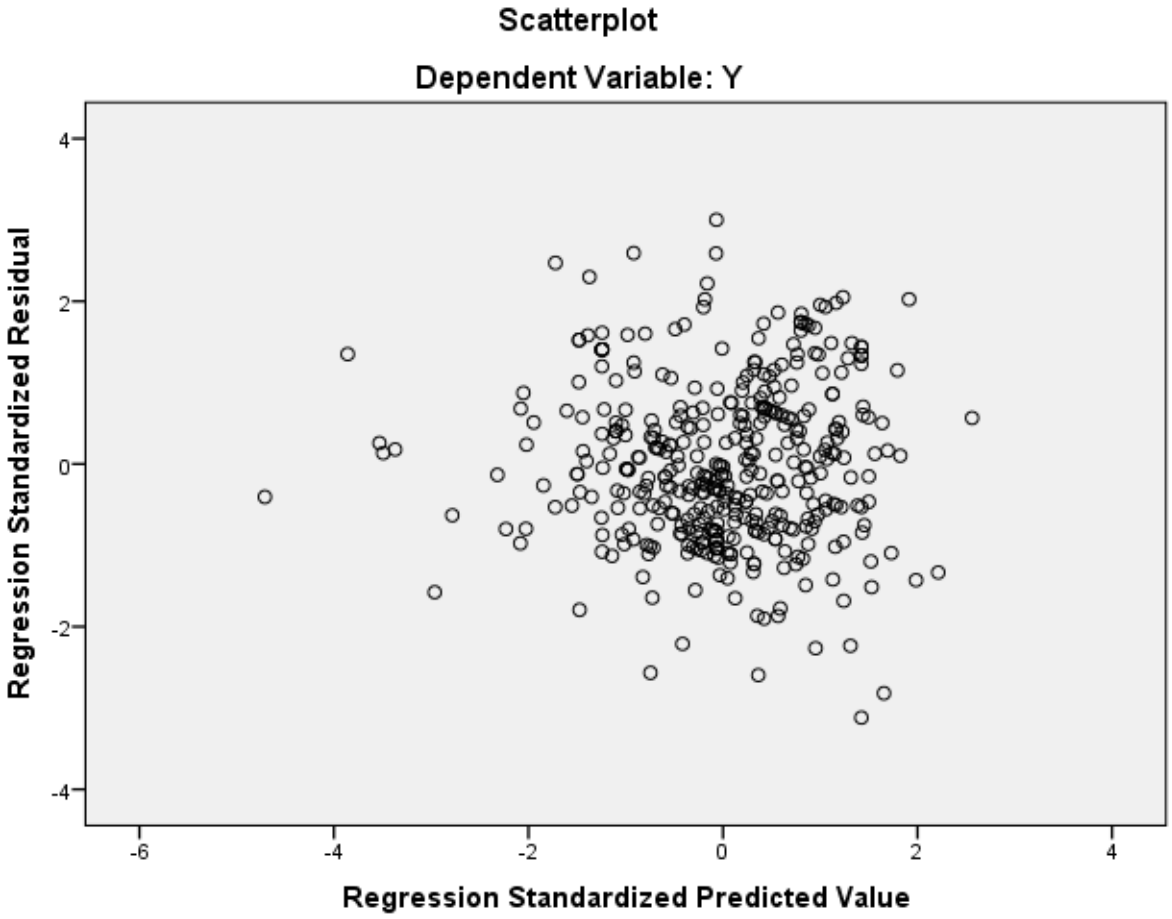
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	9208,127	5	1841,625	19,748	,000[b]
	Residual	37395,401	401	93,255		
	Total	46603,528	406			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), Zscore(OA5), Zscore(OA1), Zscore(OA4), Zscore(OA2), Zscore(OA3)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	65,236	,480		136,016	,000					
	Zscore(OA1)	1,184	,536	,110	2,207	,028	,240	,110	,099	,811	1,233
	Zscore(OA2)	2,679	,549	,243	4,885	,000	,323	,237	,219	,806	1,240
	Zscore(OA3)	-1,410	,537	-,132	-2,625	,009	,038	-,130	-,117	,797	1,255
	Zscore(OA4)	1,302	,509	,124	2,560	,011	,243	,127	,114	,859	1,165
	Zscore(OA5)	2,620	,527	,247	4,970	,000	,274	,241	,222	,809	1,237

a. Dependent Variable: Y



Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Unstandardized Residual	,044	407	,054	,991	407	,016

a. Lilliefors Significance Correction

Regression

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	,444	1	,444	,005	,945[b]
	Residual	37394,958	405	92,333		
	Total	37395,401	406			

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual
b. Predictors: (Constant), py2

Ek 9: Model 2'ye Ait SPSS Çıktıları

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,421[a]	,177	,167	9,77794	1,738

a. Predictors: (Constant), Zscore(OB5), Zscore(OB4), Zscore(OB3), Zscore(OB1), Zscore(OB2)
b. Dependent Variable: Y

ANOVA[a]

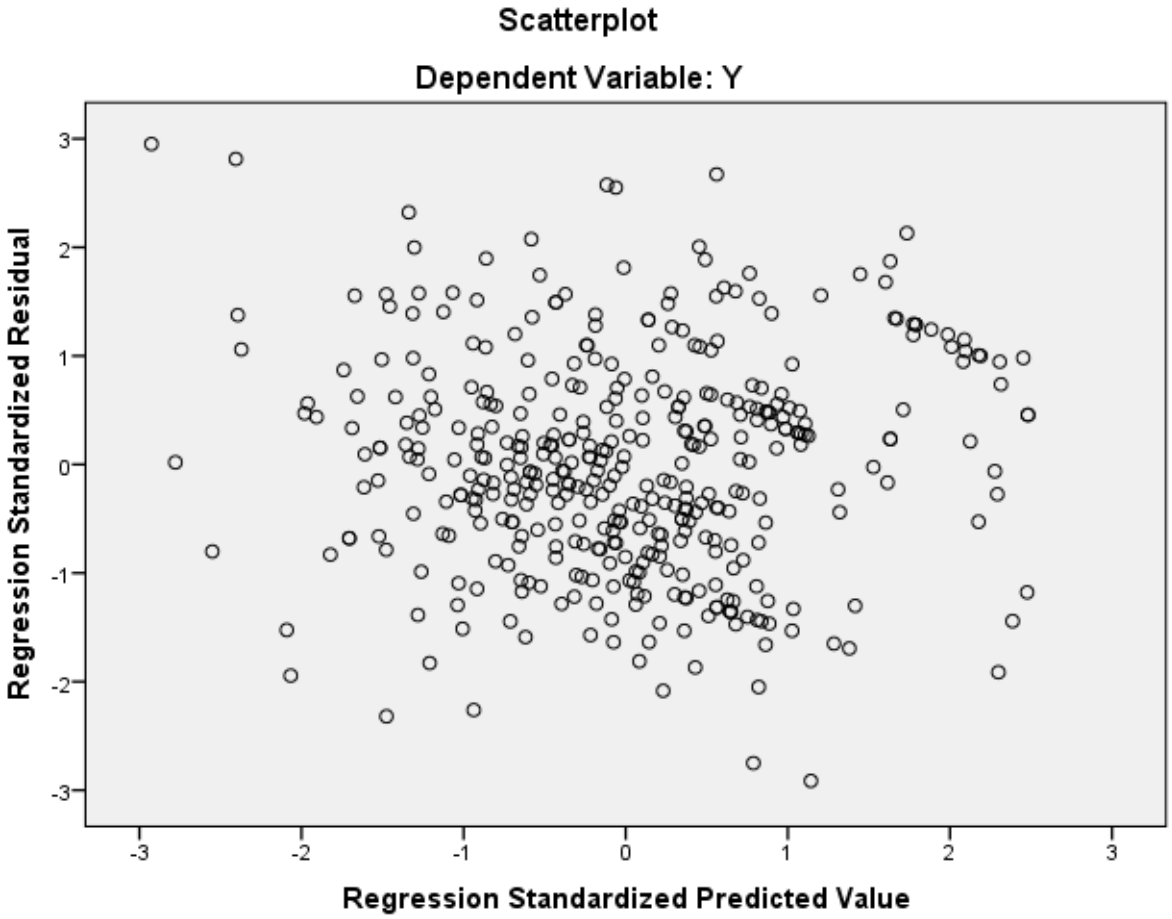
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	8264,654	5	1652,931	17,289	,000[b]
	Residual	38338,874	401	95,608		
	Total	46603,528	406			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), Zscore(OB5), Zscore(OB4), Zscore(OB3), Zscore(OB1), Zscore(OB2)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	65,342	,485		134,815	,000					
	Zscore(OB1)	1,504	,625	,140	2,407	,017	,289	,119	,109	,603	1,658
	Zscore(OB2)	1,733	,661	,162	2,619	,009	,264	,130	,119	,538	1,858
	Zscore(OB3)	,955	,555	,089	1,722	,086	,226	,086	,078	,765	1,307
	Zscore(OB4)	-2,830	,496	-,264	-5,705	,000	-,249	-,274	-,258	,957	1,045
	Zscore(OB5)	,358	,618	,033	,580	,562	,240	,029	,026	,617	1,621

a. Dependent Variable: Y



Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Unstandardized Residual	,026	407	,200*	,996	407	,493

*. This is a lower bound of the true significance.
a. Lilliefors Significance Correction

Regression

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	3,568	1	3,568	,038	,846[b]
	Residual	38335,306	405	94,655		
	Total	38338,874	406			

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual
b. Predictors: (Constant), py2_b

Regression

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,411[a]	,169	,163	9,80107	1,722

a. Predictors: (Constant), Zscore(OB4), Zscore(OB1), Zscore(OB2)
b. Dependent Variable: Y

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	7890,995	3	2630,332	27,382	,000[b]
	Residual	38712,533	403	96,061		
	Total	46603,528	406			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), Zscore(OB4), Zscore(OB1), Zscore(OB2)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	65,342	,486		134,497	,000					
	Zscore(OB1)	1,771	,601	,165	2,947	,003	,289	,145	,134	,655	1,527
	Zscore(OB2)	2,178	,606	,203	3,594	,000	,264	,176	,163	,644	1,552
	Zscore(OB4)	-2,917	,494	-,272	-5,907	,000	-,249	-,282	-,268	,970	1,031

a. Dependent Variable: Y

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Unstandardized Residual	,038	407	,170	,995	407	,268

a. Lilliefors Significance Correction

Regression

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2,883	1	2,883	,030	,862[b]

	Residual	38709,650	405	95,579		
	Total	38712,533	406			

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual
b. Predictors: (Constant), py2_b_2

Ek 10: Model 3'e Ait SPSS Çıktıları

Model Summary[b]

Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate	Durbin-Watson
1	,591[a]	,349	,333	8,75057	1,852

a. Predictors: (Constant), KardesSayi, Zscore(OA1), HaneGelir, Zscore(OA5), Zscore(OB1), Zscore(OB4), Zscore(OA4), Yas, Zscore(OA2), Zscore(OB2)
b. Dependent Variable: Y

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	16280,837	10	1628,084	21,262	,000[b]
	Residual	30322,691	396	76,572		
	Total	46603,528	406			

a. Dependent Variable: Y
b. Predictors: (Constant), KardesSayi, Zscore(OA1), HaneGelir, Zscore(OA5), Zscore(OB1), Zscore(OB4), Zscore(OA4), Yas, Zscore(OA2), Zscore(OB2)

Coefficients[a]

Model		Unstandardized Coefficients		Standardized Coefficients	t	Sig.	Correlations			Collinearity Statistics	
		B	Std. Error	Beta			Zero-order	Partial	Part	Tolerance	VIF
1	(Constant)	69,453	1,755		39,575	,000					
	Zscore(OA1)	1,096	,488	,101	2,246	,025	,240	,112	,091	,805	1,242
	Zscore(OA2)	2,048	,489	,186	4,188	,000	,323	,206	,170	,833	1,201
	Zscore(OA4)	1,369	,463	,130	2,957	,003	,243	,147	,120	,851	1,175
	Zscore(OA5)	2,487	,464	,235	5,359	,000	,274	,260	,217	,857	1,167
	Zscore(OB1)	1,386	,543	,129	2,554	,011	,289	,127	,104	,640	1,562
	Zscore(OB2)	1,344	,554	,125	2,424	,016	,264	,121	,098	,613	1,630
	Zscore(OB4)	-3,122	,454	-,291	-6,879	,000	-,249	-,327	-,279	,916	1,092
	Yas	-,089	,047	-,083	-1,880	,061	-,068	-,094	-,076	,850	1,176

HaneGelir	,000	,000	,071	1,629	,104	,124	,082	,066	,861	1,162
KardesSayi	-,621	,256	-,103	-2,430	,016	-,112	-,121	-,099	,915	1,093

a. Dependent Variable: Y

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov[a]			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
Unstandardized Residual	,027	407	,200*	,997	407	,676

*. This is a lower bound of the true significance.
a. Lilliefors Significance Correction

Regression

ANOVA[a]

Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	2,886	1	2,886	,039	,844[b]
	Residual	30319,805	405	74,864		
	Total	30322,691	406			

a. Dependent Variable: Unstandardized Residual
b. Predictors: (Constant), py2_g1