

ISSN:2528-9705

Örgütsel Davranış Araştırmaları Dergisi

Journal of Organizational Behavior Research

<http://odad.org>



Cilt / Vol. : 2

Sayı / Issue : 2

Yıl / Year : 2017



ÖRGÜTSEL DAVRANIŞ ARAŞTIRMALARI DERGİSİ
THE JOURNAL OF ORGANIZATIONAL BEHAVIOR RESEARCH

Cilt / Volume: 2 Sayı / Issue: 2 Yıl / Year: 2017

Kurucu ve İmtiyaz Sahibi / Founder & Owner

Doç. Dr. Kubilay ÖZYER

Editörler / Editors

Doç. Dr. Kubilay ÖZYER

Doç. Dr. Sema POLATCI

ISSN: 2528-9705

Yazışma Adresi / Mail Address

Doç. Dr. Kubilay ÖZYER

Örgütsel Davranış Araştırmaları Dergisi
Gaziosmanpaşa Üniversitesi Taşlıçiftlik Yerleşkesi
İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi İşletme Bölümü
60150 TOKAT

Tel: +90 356 252 16 16 – 2363 / 2388

Fax: +90 356 252 16 73

E-Posta/E-Mail: info@odad.org

Kapak fotoğrafı için Sayın Andian LUTFI'ye teşekkürler...

Special Thanks to Mr. Andian LUTFI for cover photo...

İNDEKS BİLGİLERİ

Örgütsel Davranış Araştırmaları Dergisi aşağıda yer alan indekslerde taranmaktadır.

Akademik Araştırmalar İndeksi
Acarindex.com



International Institute of Organized Research

ÖRGÜTSEL DAVRANIŞ
ARAŞTIRMALARI DERGİSİ
(ODAD)

JOURNAL OF ORGANIZATIONAL
BEHAVIOR RESEARCHES
(JOOBR)

Örgütsel Davranış Araştırmaları Dergisi yılda iki kez yayınlanan hakemli, bilimsel ve uluslararası bir dergidir. Örgütsel davranış, insan kaynakları ve çalışma hayatına ilişkin makalelere yer verilen dergimizin temel amacı, bu alanlarda akademik gelişim ve paylaşım katkı sağlamaktır. Dergimizde “Türkçe” ve “İngilizce” olmak üzere iki dilde makale yayınlanmaktadır. Dergiye yayınlanmak üzere gönderilen yazılar, belirtilen yazım kurallarına uygun olarak hazırlanmalıdır. Dergiye yayınlanmak üzere gönderilen yazılar, daha önce yayınlanmamış ve yayınlanmak üzere gönderilmemiş olmalıdır. Dergide yayınlanan yazılarda belirtilen görüşler, yazarlara ait olup Örgütsel Davranış Araştırmaları Dergisi’nin görüşlerini yansıtmaz. Örgütsel Davranış Araştırmaları Dergisi’nde yayınlanmış yazıların tüm yayın hakları saklı olup, dergimizin adı belirtilmeden hiçbir alıntı yapılamaz.

The Journal of Organizational Behavior Researches (JOOBR) is an academic, peer-reviewed, scientific and international journal which is being published bianually. JOOBR, with it’s articles essentially aims to contribute to academic development and sharing in the fields of organizational behavior, human resources and business envorinment. In JOOBR, Articles are being published both in Turkish and English Languages. Articles which will be sent to JOOBR for publishing, should be preapared according to guideline of JOOBR. Articles which will be sent to JOOBR for publishing, must be not published before or not sent to other journals. The views presented in the JOOBR represent opinions of the respective authors. The views presented do not necessarily reflect the opinion of the JOOBR. Copyrights for all articles published in JOOBR reserved. For quotation, JOOBR must be cited



Bilim Kurulu

Members of the Science Board

Prof. Dr. A. Asuman AKDOĞAN

Erciyes Üniversitesi

Prof. Dr. H. Nejat BASIM

Başkent Üniversitesi

Prof. Dr. Adnan ÇELİK

Selçuk Üniversitesi

Prof. Dr. Nurullah GENÇ

T.C. Merkez Bankası

Prof. Dr. Asep HERMAWAN

Trisakti Üniversitesi, Endonezya

Prof. Dr. Himmet KARADAL

Aksaray Üniversitesi

Prof. Dr. Çiğdem KIREL

Anadolu Üniversitesi

Prof. Dr. Enver ÖZKALP

Anadolu Üniversitesi

Prof. Dr. Suna TEVRUZ

Marmara Üniversitesi

Prof. Dr. İnci ERDEM ARTAN

Marmara Üniversitesi

Prof. Dr. İrfan ÇAĞLAR

Hitit Üniversitesi

Prof. Dr. Azize ERGENELİ

Hacettepe Üniversitesi

Prof. Dr. Semra GÜNEY

Hacettepe Üniversitesi

Prof. Dr. Farzand Ali JAN

Comsats University, Pakistan

Prof. Dr. Aşkın KEŞER

Uludağ Üniversitesi

Prof. Dr. Şevki ÖZGENER

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Prof. Dr. Mahmut PAKSOY

Kültür Üniversitesi

Prof. Dr. Husna Leila YUSRAN

Trisakti Üniversitesi Endonezya



Bu Sayıda Katkıda Bulunan Hakemler
Reviewers List of This Issue

Doç. Dr. Öznur AZİZOĞLU
Hacettepe Üniversitesi

Doç. Dr. Erkan Turan DEMİREL
Fırat Üniversitesi

Doç. Dr. Aysun KANBUR
Kastamonu Üniversitesi

Doç. Dr. Kubilay ÖZYER
Gaziosmanpaşa Üniversitesi

Doç. Dr. Hasan TAĞRAF
Cumhuriyet Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Ali Murat ALPARSLAN
Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Musa Said DÖVEN
Eskişehir Osmangazi Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Engin KANBUR
Kastamonu Üniversitesi

Doç. Dr. Adem BALTAÇI
Medeniyet Üniversitesi

Doç. Dr. Hasan GÜL
Ondokuzmayıs Üniversitesi

Doç. Dr. Onur KÖKSAL
Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi

Doç. Dr. Sema POLATCI
Gaziosmanpaşa Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Müslüme AKYÜZ
Cumhuriyet Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Mehmet Durdu BİÇKES
Nevşehir Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Esra ERENLER TEKMEİN
Çankırı Karatekin Üniversitesi

Yrd. Doç. Dr. Mustafa KARACA
İnönü Üniversitesi



<i>İçindekiler</i> <i>Table of Contents</i>	<i>Sayfa No.</i> <i>Page</i> <i>Num.</i>
1. Stratejik Girişimcilerin Kişilik Özelliklerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma: Neo – FFI Kişilik Envanteri Uygulaması A Research to Define the Personality Traits of Strategic Entrepreneurs': The Application With Neo – FFI Personality Inventory Mustafa KARACA.....	1 – 19
2. Hemşirelerde İş Tatmininin Motivasyon Düzeyine Etkisi The Effect of Job Satisfaction of Nurses on Motivation Türker BAŞ, Özgün ÜNAL, Mustafa AMARAT, Deniz SAĞLIK.....	20 – 39
3. Aşırı Nitelikliliğin İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisinde Kolektif Şükranın Moderator Etkisi The Moderating Effect of Collective Gratitude on the Overqualification-Turnover Intention Relationship Bora YILDIZ, Fırat ÖZDEMİR, Elif HABİP, Neşe ÇAKI.....	40 – 61
4. Toksik Liderliğin Sağaltımı ve Ortaya Çıkmadan Önlenmesine Dair Bilişsel Farkındalık (Üstbiliş) Gelişimi Çerçevesinden Bir Bakış A Brief Overview of Metacognitive Improvement on the Treatment and Prevention of Toxic Leadership Onur KAZANCI.....	62 – 84
5. Banka Çalışanlarının İşyerinde Mutluluk Ve Mutsuzluk Nedenleri Üzerine Keşif Amaçlı Bir Araştırma A Research on Exploration The Reasons of Bank Employees' Happiness and Unhappiness in the Workplace Feriştah GÜNER, Özlem ÇETİNKAYA BOZKURT.....	85 - 105
6. Mantar Yönetim Yaklaşımı Mushroom Management Approach Taşkın KILIÇ, Hatun OLGUN.....	106 - 113
7. Management Style and Collectivism at Turkish SMEs: An Exploratory Study Türk Kobi'lerinde Yönetim Şekli ve Kolektivizm: Keşifsel Bir Çalışma Ahmet Murat ÖZKAN, Ali Oğuz BAYRAKÇIL, Hasan TAĞRAF.....	114 - 134
8. Öğrenen Organizasyon Algısı ve İç Girişimcilik İlişkisi: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma The Relationship Between the Perception of Learning Organization and Internal Entrepreneurship: A Research in the Banking Sector Sedat SEYMEN, Erdoğan KAYGIN.....	135 - 151



STRATEJİK GİRİŞİMCİLERİN KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİ BELİRLEMeye YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA: NEO – FFI KİŞİLİK ENVANTERİ UYGULAMASI

Yrd. Doç. Dr. Mustafa KARACA¹

ÖZET

Bu çalışmanın temel amacı stratejik girişimcilerin kişilik özelliklerini neo-ffi kişilik envanteri aracılığıyla tespit etmektir. Bu çerçevede teorik alt yapının oluşturulmasının ardından Türkiye'nin en büyük ilk 500 işletmesinin kurulu olduğu iller arasında yer alan Ankara, İstanbul, İzmir, Bursa ve Kocaeli'de faaliyet gösteren stratejik girişimciler tespit edilmiştir. Tarafımızca oluşturulan anket formlarının uygulanmasıyla elde edilen 105 anket formu değerlendirmeye alınarak yapılan istatistikî analizler sonucunda stratejik girişimcilerin kişilik özelliklerinin tespiti sağlanmıştır. Araştırmanın ana hipotezi kısmen doğrulanmış ve oluşturulan 5 alt hipotezden ikisi kabul ve üçü reddedilmiştir. Çalışmada literatüre katkı sağlaması amacıyla Neo - FFI kişilik envanteri kullanılmış ve kişiliğin daha hassas ölçümü hedeflenmiştir. Ölçeklerin ve alt ölçeklerin güvenilirlik analizi sonuçları ise istatistikî açıdan kabul edilebilir düzeydedir.

Anahtar Kelimeler: *Stratejik Girişimcilik, Stratejik Girişimci, Beş Faktör Kişilik, Kişilik, Neo - Ffi Kişilik Envanteri*

A RESEARCH TO DEFINE THE PERSONALITY TRAITS OF STRATEGIC ENTREPRENEURS': THE APPLICATION WITH NEO – FFI PERSONALITY INVENTORY

ABSTRACT:

The main aim of this study is to define the personality traits of strategic entrepreneurs'. Due to this aim there have been established 1 main and 5 sub-hypothesis in this study. The sample of strategic entrepreneurs' is created from the biggest 500 firms' list in Turkey. The companies are choosen from Kocaeli, İstanbul, İzmir, Ankara and Bursa. The survey is applied on 105 strategic entrepreneurs. After collecting data it is examined in SPSS so the main hypethesis is verified partially. And the sub- hypothesises are verified partially too. In this study, Neo - FFI personality inventory is used to measure personality for a responsive result.

Keywords: *Strategic Entreprenurship, Strategic Entrepreneurs, Five Factor Personality Modal, Personality, Neo - Ffi Personality Inventory*

¹ İnönü Üniversitesi, İletişim Fakültesi, mustafakaraca38@gmail.com

GİRİŞ

Girişimcilik kısmen stratejik bir süreçtir. Bütün girişimleri stratejik olarak ifade etmek doğru olmamakla birlikte özellikle rekabet yoğun sektörlerde yapılan yatırımların stratejik bakış açısına sahip olması önemlidir. Bu noktadan hareketle stratejik girişimcilik, girişimcilik ile stratejik yönetimin kesişim noktası olarak ifade edilmektedir. Sürecin stratejik planlama ve stratejik eyleme sahip olması yatırımcıların vizyonu ve sektörün içinde bulunduğu genel ekonomik dengeden etkilenmektedir. Stratejik girişimciler sahip oldukları ve diğer girişimcilerden farklı olarak uygulamaya koydukları girişimci akıl seti ve stratejik bakış açısı ile girişimlerini tesis etmekte ve uygulamaya koymaktadırlar. Kişilik ise içinde insan olan her yerde önem arzeden ve bireylerin duygu, düşünce ve davranışlarının sentezi olarak ifade edilen ayırt edici bir özelliktir. Hiçbir bireyin kişiliği bir başka bireyinkine benzememektedir. Kişilik davranış kalıpları ve bireylerin tutumları ile gözlenebilen, kolay kolay değişmeyen bir özelliktir. Örgütsel yaşamda bireylerin kişilik yapılarının bilinmesi onların günlük olaylar karşısında nasıl tepki vereceklerinin tahmin edilebilmesi anlamına gelmektedir. Birey nasıl mutlu olur, nasıl motive olur, etkiler karşısında nasıl tepki verir eğer bilinebilirse bireylerin içinde bulunduğu örgütsel yaşamı ve çalışma barışının inşası da kolaylaşacaktır. Bu çalışmada bireylerin sahip oldukları kişilik özelliklerinin onların stratejik girişimciliğine olan etkisi tespit edilmeye çalışılmakta ve stratejik girişimcilerin baskın olan kişilik özelliklerinin ortaya konulması hedeflenmektedir. Bu amaçla oluşturulan anket formları ile stratejik faaliyette bulunan stratejik girişimcilerin kişilik özelliklerine ilişkin veriler toplanmakta ve yapılan istatistiki analizler sonucunda araştırmanın hipotezleri test edilmektedir. Kişiliğin girişimcilik üzerindeki etkilerini konu alan bir çok araştırma bulunmakla birlikte özelde stratejik girişimcilerin kişilik özelliklerine ilişkin uygulamalı bir çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu yönü ile araştırmanın literatüre katkı sağlaması beklenmektedir.

1. KAVRAMSAL AÇIKLAMALAR

1.1. Stratejik Girişimcilik

Girişimcilik üzerine yapılan araştırmaların büyük bir kısmı, yeni ürün ve fırsatların keşfinde ne, ne kadar, nasıl ve kim tarafından etkilenmektedir, bunu açıklamaya yöneliktir. Girişimcilik çalışmalar aynı zamanda keşfedilmemiş fırsatların nasıl keşfedileceğini ve bu fırsatlardan nasıl yararlanılacağını da açıklamaya çalışmaktadır. İşte bu noktada



girişimcilik ve strateji kavramları birbirine yakınlaşmaktadır. Girişimciler yeni fırsatlar yakalayıarak rekabet avantajı elde etmek zorundadırlar. Girişimcilerin bu rolü stratejik yönetim ile girişimciliğin arasındaki ilişkiyi de ortaya çıkarmaktadır (Hitt vd. 2001; Shane ve Venkataraman 2000). Özellikle 2000'li yıllardan itibaren gündemde olan yeni bir kavram olup, Mintzberg'in çalışmalarında ilk olarak ifadesini bulmuştur. Mintzberg, 1973 yılında girişimsel strateji oluşturmaktan bahsetmiş, günümüzdeki anlamıyla stratejik girişimcilik kavramının temelini atmıştır. Stratejik girişimcilik, rekabet yoğun bir ortamda yeni fırsatlar tespit edip onlardan faydalanmayı ifade etmektedir.

Stratejik yönetim ve girişimciliğin kesişim noktası olarak ifade edilen stratejik girişimcilik kavramı, stratejik bakış açısıyla gerçekleştirilen girişimsel faaliyetleri ifade etmektedir (Karadal 2013). Strateji kavramı, örgütsel çevredeki yoğun rekabet nedeniyle özellikle 2000'li yıllarda büyük önem kazanmıştır. Yeni teknolojik gelişmeler, küreselleşme ve çevresel belirsizlikler örgütleri stratejik düşünmeye ve davranmaya sevk etmiştir. Çevresel belirsizlikler beraberinde yüksek riski ve tahmin yapmada zorluğu doğurmuştur. Bu durum stratejik örgüt yapılarının ve yenilikçi yönetim uygulamalarının gerekliliğini artırmıştır (Hitt vd. 2001). Yaşanan yoğun rekabet içindeki işletmeler ve stratejik yönetim, stratejik girişimcilik kavramının doğmasına ve araştırmacılar tarafından ilgi odağı haline gelmesine neden olmuştur (Ireland vd. 2003). Stratejik girişimcilik, ekonomik refahı sağlayacak çevresel fırsatların rekabet avantajı oluşturacak şekilde yenilikçi ve yaratıcı bakış açısıyla yeniden tasarlanması ve uygulanmasını ifade etmektedir (Hitt vd. 2001). Girişimcilik bilgileriyle stratejik yönetim bilgilerinin birbirine entegrasyonu stratejik girişimciliği tanımlamaktadır. Stratejik girişimcilik sürekli fırsat kollamayı ve rekabetçi avantaj sağlamayı buna bağlı olarak da üstün bir firma performansını vurgulamaktadır. Sürekli fırsat arama işin girişimcilik yönünü, rekabet avantajı sağlayacak stratejiler oluşturma ise stratejik yönetim yönünü ifade etmektedir (Ireland vd. 2003). Stratejik perspektiften bakıldığında girişimcilik planlamanın da ötesinde bir düşünme şeklidir. Stratejik düşünme, dışa odaklı, devamlı olarak rekabet avantajına yönelik yeni kaynaklar aramayı vurgular. Girişimcilik perspektifinden bakıldığında ise riske girme, sosyo-ekonomik girdileri organize etme ve liderlik gibi stratejik unsurları içermektedir. Bu bağlamda stratejik girişimcilik, girişimsel ve stratejik eylemler yoluyla, refah sunmak ve yeni pazarlar bulmak çabalarıdır.



Stratejik girişimcilik, stratejik yönetim ile girişimcinin sahip olması gereken dinamik dış çevreye esnek tepkiler verebilme ve pazar gerekliliklerine uyum sağlayabilme gibi nicel özelliklerin birleşimiyle ortaya çıkmaktadır. Girişimsel yöntemle strateji oluşturabilen bir örgüt için çevre şekillendirilebilir ve kontrol edilebilir bir güçtür (Karadal 2013). Stratejik girişimciliğin 4 temel boyutu vardır. Bunlar, girişimci akılseti, girişimci kültür, girişimci liderlik ve kaynakların stratejik yönetimidir. Girişimci akıl seti, örgüt yönetici ve çalışanlarının stratejik davranabilmeleri için gerekli şarttır. Firma insan kaynağı stratejik düşünce ve davranışa sahip girişimci aktivitelerde bulunmak zorundadır. Örgütlerin çevresel belirsizlik ortamında hareket edebilmeleri girişimci akılsetinin varlığıyla yakından ilişkilidir. Ayrıca rekabet avantajı elde edecek stratejileri belirleyebilmek için de girişimci akılsetine ihtiyaç vardır (Miles vd. 2000). Girişimci kültür ise, örgütte paylaşılan değerleri ifade etmektedir. Çevresel değişimlere örgütsel adaptasyon girişimci kültür ile gerçekleşmektedir. Firmanın bütün paydaş gruplarının beklentileri ve çalışanların davranış örüntüleri girişimci kültürün etkisi altında şekillenmektedir (Dess ve Picken 1999). Girişimci liderlik, stratejik bakış açısıyla girişimsel faaliyetlerin gerçekleşmesinde kaynak ve insan gücünü yöneten ve yönlendiren faktördür. Bu noktada, firma çalışanlarının ortak bir amaç doğrultusunda kaynakları stratejik ve etkin kullanabilmeleri girişimci liderliğin fonksiyonudur (Covin ve Slevin 2002). Girişimci lider, çevresel belirsizlik ortamında öngörüleleriyle rekabet avantajı sağlayan kararlar alabilen kişidir. Bu nokta stratejik girişimciliğin ayırt edici özelliklerinden biridir. Kaynakların stratejik yönetimi ise stratejik girişimciliğin son boyutudur. Finansal sermaye, beşeri sermaye ve sosyal sermaye stratejik girişimcilikte kritik kabul edilen üç temel kaynaktır. Yapılan araştırmalar göstermektedir ki bu 3 sermaye stratejik girişimcilikte performansı etkileyen temel dinamiklerdir. Firmaların sahip olduğu bu sermaye bileşenleri firma performansını firmaların endüstriyel özelliklerinden daha fazla etkilemektedir. Firma performansı ise bir girişimin refah düzeyini gösteren en önemli göstergedir (Barney ve Arıkan 2001). Hitt ve diğerlerinin 2001 yılında yaptığı bir araştırmaya göre insan sermayesi ya da diğer adıyla beşeri sermaye firma performansı üzerinde etkili olan en önemli faktördür. Ayrıca bu dört boyuta ilave olarak yaratıcılık ve yenilikçilik stratejik girişimciliğin diğer önemli bileşenleridir. Yeni bir ürün ortaya koymak ya da mevcut üründe çarpıcı değişiklikler yapmak firmaların refah yaratan rekabet avantajı elde etmelerinde anahtar kriterdir. Yenilikçilik ve yaratıcılık hem sanayi



sektöründe hem de hizmet sektöründe firma performansını yakından ilgilendiren ve yoğun bir şekilde etkisi altına alan iki önemli kavramdır (Kluge vd. 2000). Firmaların yenilikçi davranabilmeleri yaratıcılık kapasitelerine bağlıdır. Yaratıcılık yenilikçiliği tetikleyen ve destekleyen parametredir. Kaynakların stratejik yönetimi firmaların yaratıcılığını ve yaratıcılık da firmaların yenilikçi davranışlarını etkilemektedir (Smith ve Di Gregorio 2002).

Ayrıca literatürde bazı araştırmacılar tarafından rekabetçi saldırganlık ve proaktiflik de stratejik girişimciliğin ilave iki temel bileşeni olarak belirtilmektedir (Antoncic ve Hisrich 2003). Proaktiflik gelecek fırsatlara karşı sürekli teyakkuzda olmayı ifade ederken, rekabetçi saldırganlık pazar içerisindeki rakiplere karşı sürekli yenilik ve yaratıcılık ile üstünlük sağlamayı ifade etmektedir. Son olarak risk alma girişimci davranışın temel karakteristiği olarak belirtilmektedir (Harris ve Ogbonna 2001). Stratejik girişimciler, klasik girişimciler gibi risk alan ve aldığı riski avantaja dönüştürebilen kişilerdir.

1.2. Kişilik

Harray tarafından yapılan bir araştırmaya göre, kişiliği daha fazla anlamak, duygu, düşünce ve davranışları daha iyi anlamak demektir. Bu tespit sosyal bilimlerde kişiliğin anlam ve önemini bir kat daha artırmaktadır. Kişiliğini tanıyan ve karşısındaki bireyin kişiliği hakkında fikir edinen bir birey diğer bireylerin kendisini nasıl algıladığını bilerek onlarla olan etkileşimini güçlendirme fırsatı yakalayabilecek ve bireylerle içine düştüğü çatışmaları engelleyebilecektir (Harray 1994). Psikoloji bilimi açısından kişilik kavramı söz konusu olduğunda anlatılmak istenen bir bireyin bütün özellikleridir. Kişilik birçok bilim dalı tarafından incelenmekle birlikte konusu insan olan her bilim dalının ilgilenme ve geliştirme çabaları da makul karşılanmalıdır.

Kişilik, insanın fiziksel ve sosyal çevresiyle olan etkileşimini ortaya koyan duygu, düşünce ve davranışlarının ayırt edici birleşimidir. Kişiliğin oluşumunda çevre ve kalıtımın etkisi net olarak ifade edilmekte ve kişilik çevre ve genetik faktörlerin sentezi şeklinde ortaya çıkmaktadır (Atkinson 1999). Bireylerin kendi kişilik ve yeteneklerinin farkında olmaları iş hayatında da başarıyı yakalamalarında temel koşullardan biri olacaktır. Bireylerin karakterleri, tutumları, değer yargıları, davranışları, düşünce yapıları, birçok etken tarafından belirlenmektedir. Biyolojik olarak birbirine benzer yapıda olan bireylerin



çevresel etkiler karşısında farklı tepkilerde bulunmalarının temel açıklayıcısı sahip oldukları kişilik yapısıdır. Kişilik bireylerin içinde buldukları kültür, çevre ve inançların etkisi altındadır. Bireylerin duygu, düşünce ve davranışları, olaylar karşısındaki tutumları birbirinden farklıdır ve buna bireysel farklılık denilmektedir. Bütün bu farklılıklar literatürde kişilik kavramı altında toplanmaktadır (Özkalp ve Kirel 2001). Bireysel farklılıklar iyi yönetildikleri takdirde birer zenginlik halini alırlar. Farklılıkların etkin yönetimi kişiliğin anlaşılma ile yakın etkileşim içerisinde yer alır.

Bir örgütün başarısı, başarılı yönetilmesiyle yakından alakalıdır. Başarılı yönetilen örgütlerin ise en önemli özelliği çalışanların kişilik ve davranışlarını anlayıp, yorumlayabilen örgütler olmalarıdır. Bireylerin kişilikleri işyerindeki davranışları üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. Örgütsel yaşamda sıkça irdelenen insan faktörü insanın önce kaynak, sonra değer daha sonra ise sermaye olmasıyla daha da önem kazanmıştır. Örgütler sahip oldukları beşeri sermayeyi etkin yönetebilmek için kişilik konusunda bilgi sahibi olmalıdırlar. Günümüz yöneticisi bu bağlamda iyi bir psikolog rolü de oynamalıdır. Gerekli gözlemleri yapıp gerekli rehabilitasyonu yönetebilmelidir.

Belli bir durumdaki davranış, bir tek kişilik özelliği ile değil birçok kişilik sıfatı tarafından belirlenmektedir (Somer 2004). Özellikler yaklaşımı adı verilen bu kavram, kişiliği insana özgü sıfatlarla tanımlama ve daha anlaşılır hale getirme çabasıdır. Arnold kişiliği, bireylerin duygu, düşünce ve davranışlarındaki farklılıkları ve benzerlikleri ortaya koyan eğilimlerin bütünü olarak tanımlamaktadır (Arnold 1986). Bu eğilimleri nitelemenin en basit yolu insana özgü özellikleri belirleme, onları tasnif etme ve anlaşılır hale getirmedir. Bir bireyin kişiliği, onun sosyal tabakadaki rollerine ve toplumsal statüsüne göre sahip olduğu özellikler ve oynadığı roller (Eren, 2000) olarak tanımlanırken buradaki bakış açısı kişiliğin davranışsal düzlemdeki ifadesini yansıtmaktadır. Kişilik, kişiye özgü, kolay kolay değişmeyen ve belirli bir konuda bireyin nasıl davranacağını tahmin etmeye olanak sağlayan özellikler toplamıdır.

2. STRATEJİK GİRİŞİMCİLERİN KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİ BELİRLEMeye YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Çalışmanın bu başlığında stratejik girişimciliği etkileyen kişilik özelliklerinin tespit edilmesine yönelik olarak yapılan saha araştırması yer almaktadır.



2.1. Araştırmanın Amacı

Stratejik girişimcilerin kişilik özelliklerini belirlemeye yönelik olarak yapılan bu çalışmanın ana amacı stratejik girişimcilerde baskın olan kişilik özelliklerinin belirlenmesidir. Bu amaç doğrultusunda hedeflenen yan amaçlar ise, özellikle girişimciler üzerinde politika yapıcıların stratejik girişimcilerin kişilik özellikleri ile ilgili bilgi sahibi olması ve stratejik girişimcilerin teşviki ve eğitimi konusunda kişilik yapısı ve kişisel özelliklerin dikkate alınmasına yardımcı olunmasıdır.

2.2. Araştırmanın Önemi

Araştırmanın hedefleri doğrultusunda stratejik girişimcilik türünde kişiliğin hangi özelliklerinin daha baskın olduğu saptanmakta ve girişimcilerin kişilik özelliklerinin baskın yönlerinin bilinmesi ilgili alanda yapılacak kamusal ve özel sektör yatırımlarının yönlendirilmesinden, girişimci geliştirme programlarının teşekkülüne kadar birçok sosyo-ekonomik konuda aydınlatıcı rol oynayabilecektir.

2.3. Araştırmanın Metodolojisi

Çalışmanın bu kısmında araştırmada kullanılan ölçekler, veri toplama yöntemleri, tanımlayıcı istatistik bilgileri, korelasyon ve regresyon analizi sonuçları ve hipotez testlerine ilişkin istatistik ve teknik bilgiler yer almaktadır. Literatüre göre belirlenen stratejik girişimcilik türüne ilişkin dizayn edilmiş ve aşama aşama stratejik girişimcilik türü itibarıyla araştırmanın değişkenleri, modeli ve hipotezleri takdim edilmiştir.

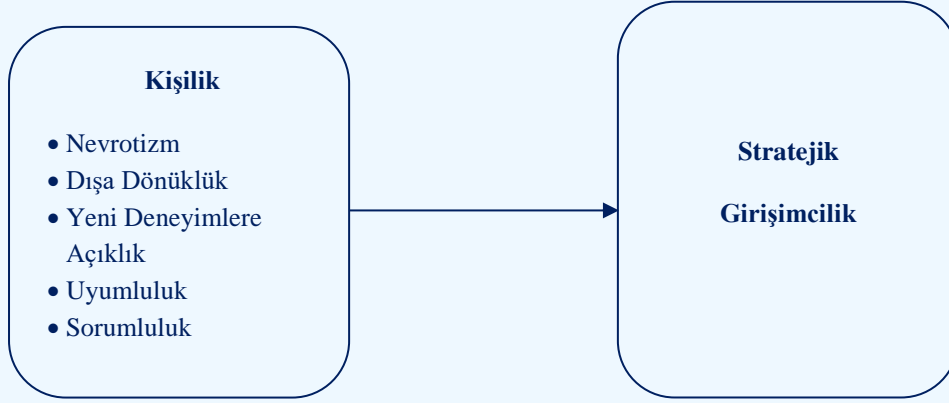
2.3.1. Araştırmanın Değişkenleri

Araştırmada kişiliğin stratejik girişimcilik üzerindeki etkileri irdelenmiş ve kişiliğin alt boyutları ile stratejik girişimcilik türü arasındaki ilişkinin yönü ve derecesinin tespitine yönelik olarak korelasyon, etkisini açıklamak için de regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan regresyon analizi ile aynı zamanda araştırma hipotezleri test edilmiştir. Araştırmanın bağımsız değişkeni kişilik ve kişiliğin alt boyutları, bağımlı değişkeni ise stratejik girişimciliktir.



2.3.2. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Şekil 1: Araştırmanın Modeli



Hipotez 1: Bireylerin kişilik özellikleri stratejik girişimciliği etkilemektedir

- Hipotez 1.1.: Bireylerin nevrozizm kişilik özelliği stratejik girişimciliği etkilemektedir.
- Hipotez 1.2.: Bireylerin dışa dönüklük kişilik özelliği stratejik girişimciliği etkilemektedir.
- Hipotez 1.3.: Bireylerin yeni deneyimlere açıklık kişilik özelliği stratejik girişimciliği etkilemektedir.
- Hipotez 1.4.: Bireylerin uyumluluk kişilik özelliği stratejik girişimciliği etkilemektedir.
- Hipotez 1.5.: Bireylerin sorumluluk kişilik özelliği stratejik girişimciliği etkilemektedir.

2.3.3. Veri Toplama Yöntemi ve Araştırmanın Ölçekleri

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Oluşturulan anket formunun ilk kısmında 60 ifadeden oluşan Neo-FFI Kişilik envanteri bulunmaktadır. Anket formunun ikinci kısmında stratejik girişimcilik türünün bireydeki düzeyini belirlemeye yönelik girişimcilik ifadeleri yer almaktadır.

- *Neo- FFI Beş Faktörlü Kişilik Envanteri*

McCrae ve Costa (1992) tarafından geliştirilen ölçekte toplam 60 ifade ve 5 alt boyut vardır. Her alt boyutta 12'şer ifade bulunmaktadır. Envanterin çevirisi ve pilot uygulaması tarafımızca yapılmış olup alfa katsayısı oldukça yüksek bir ölçektir. Türkçe literatürde

profesyonel olarak çevirisi yapılmış olmakla birlikte kullanım düzeyi Türkiye'de yapılan kişilik çalışmalarında sınırlıdır.

- *Stratejik Girişimcilik Ölçeği*

Kimuli (2011) tarafından geliştirilen ölçekte, 15 ifade bulunmaktadır. Ölçek 5'li likert olarak tasarlanmıştır. Stratejik girişimcilik ölçeğinin kullanım düzeyi dünya genelinde düşüktür. Bu ölçek uzun araştırmalar sonucunda bulunarak tarafımızca Türkçeye çevrilmiş ve pilot uygulaması İzmir ve İstanbullu girişimciler üzerinde yapılmıştır. Ölçeğin çevirisi ile ilgili bir problem yaşanmamış ve araştırmada alfa katsayısı yüksek çıkmıştır.

2.3.4. Araştırma Evreni ve Örneklem

TÜİK resmi rakamlarına göre 2014 yılı Mart ayı istatistiklerinde toplam istihdam içerisinde kendi işinin sahibi olanların oranı % 5 olarak açıklanmıştır (http://www.tuik.gov.tr/PreTablo.do?alt_id=1034). Bu bağlamda toplam girişimci sayısı yaklaşık olarak toplam işgücü sayısı olan 29.257.000 kişinin %5'i hesaplandığında 1.462.850 kişi olarak ifade edilmektedir. Bu rakam Türkiye geneli toplam girişimci evrenini oluşturmaktadır. Bu evren içerisinde anketler için 2013 yılı en büyük ilk 500 sanayi işletmesine sahip illerin sıralamasında ilk 5 sıradaki illerde anket uygulaması yapılmıştır. Bu iller sırasıyla, İstanbul (189), İzmir (36), Kocaeli (33), Ankara (27) ve Bursa (25)'dir. Bu örneklem içerisinde yer alan firmaların girişimcilik faaliyetleri incelenmiş ve literatüre paralel olarak stratejik faaliyette bulunduğu tespit edilen firmalara kolayda örnekleme yöntemiyle dağıtılan toplam 151 stratejik girişimcilik anketinin 105 adedi geri dönmüş ve 96 adet anket geçerli kabul edilmiştir.

Tablo 1: Stratejik Girişimcilik İtibariyle Örneklem Dağılımı ve Geçerli Anket Sayısı

Girişimcilik Türü	Elde Edilen Anket Sayısı	Geçerli Anket Sayısı
Stratejik Girişimcilik	105	96



2.3.5. Araştırma Verilerinin Analizi

Stratejik girişimcilik faaliyetinde bulunan girişimcilerden toplam 96 adet anket formundan elde edilen veriler istatistik paket programı ile analize tabi tutulmuştur. Çalışmanın bu bölümünde ölçeklere ilişkin frekans, güvenilirlik, korelasyon ve regresyon bulguları sunulmaktadır. Değişkenler arası ilişkilerin yönü ve kuvveti korelasyon analizi ile bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenleri açıklama oranı ve kurulan modelin anlamlılığı ise regresyon analizi ile açıklanmaktadır.

2.3.6. Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Çalışmanın bu bölümünde araştırma kapsamında uygulanan ölçekleri güvenilirlik analizlerine ilişkin sonuçlar yer almaktadır. Çalışmanın ölçeklerine ilişkin alfa katsayıları aşağıdaki tabloda sunulmaktadır:

Tablo 2: Stratejik Girişimciliği Ölçeği ve Neo-FFI

Ölçekler	İfade Sayısı	Cronbach's Alfa Değeri
Stratejik Girişimcilik Ölçeği	15	0,809
Neo-FFI Nevrotiklik	12	0,904
Neo-FFI Dışa Dönüklük	12	0,917
Neo-FFI Yeni Deneyimlere Açıklık	12	0,908
Neo-FFI Uyumluluk	12	0,913
Neo-FFI Sorumluluk	12	0,883

2.3.7. Araştırma Ölçeklerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Çalışmanın saha araştırması neticesinde toplanan veri formları istatistik paket programında analize tabi tutulmuş ve elde edilen sonuçlara göre, stratejik girişimcilik ölçeğine ilişkin tanımlayıcı istatistikler incelendiğinde verilerin 3,25-4,10 aralığında dağıldığı

gözlenmektedir. Verilerin ortalamaya göre dağılımını gösteren standart sapma ise 0,848-1,401 aralığında değerler almıştır. 12. ifadede cevaplar birbirine yakın noktada değerler alırken, 15. ifadede cevaplar farklılık göstermektedir. Neo-FFI ölçeği için ise veri seti incelendiğinde ortalamanın 2,37-3,99 aralığında dağılım gösterdiği görülmekte ve en yüksek standart sapmanın 1,478 ile 1. ifade de en düşük standart sapmanın ise 0,981 ile 37. ifadenin olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre 37. ifadeye birbirine yakın cevaplar verilmişken, 1. ifadede cevaplar birbirinden farklı noktalarda kümelenmiştir. Veri setindeki dağılımın normal dağılım gösterip göstermediğine bakmak için çarpıklık ve basıklık değerlerine bakılmaktadır. İstatistiksel anlamda çarpıklığın $+ \sim 2$, basıklığın ise $+ \sim 7$ aralığında olması normal dağılım sınırlarını ifade etmektedir. Her iki ölçeğin de çarpıklık ve basıklık değerleri verilerin normal dağılım gösterdiğini ifade etmektedir.

2.3.8. Bireylerin Kişilik Özellikleri İle Stratejik Girişimcilik Düzeyleri Arasındaki İlişki

Tablo 3: Stratejik Girişimcilik ve Beş Faktör Kişilik Özellikleri Korelasyon Tablosu

Değişkenler	1	2	3	4	5	Stratejik Girişimcilik
Neo-FFI Nevrotiklik	1					
Neo-FFI Dışa Dönüklük	-0,186	1				
Neo-FFI Yeni Deneyimlere Açıklık	-0,149	0,641**	1			
Neo-FFI Uyumluluk	-0,076	0,601**	0,639**	1		
Neo-FFI Sorumluluk	-0,038	0,604**	0,589**	0,670**	1	
Stratejik Girişimcilik	-0,130	0,147	0,320**	0,306**	0,239*	1

**Korelasyon $p < 0,01$ düzeyinde anlamlı (Çift Yönlü)

*Korelasyon $p < 0,05$ düzeyinde anlamlı (Çift Yönlü)

Neo- FFI kişilik envanterinin kendi alt boyutları arasında güçlü ve pozitif yönlü ilişkiler çıkmasına rağmen nevrotiklik alt boyutu diğer alt boyutlarla hiçbir şekilde ilişkili çıkmamıştır. Stratejik girişimcilik ile nevrotiklik ve dışa dönüklük alt boyutları arasında da



anlamli ilişkiler bulunamamıştır. Buna karşın stratejik girişimcilik ile yeni deneyimlere açıklık ($r= 0,320$) ve uyumluluk ($r= 0,306$) arasında %1 anlam düzeyinde pozitif yönlü nispeten az zayıf ilişkiler bulunmuştur. Son alt boyut olan sorumluluk ($r=0,239$) ile arasında ise pozitif yönlü ve %5 anlam düzeyinde zayıf bir ilişki mevcuttur.

2.3.9. Araştırma Hipotezlerinin Test Edilmesi

Aşağıda modelin geçerliliklerini ve anlamlılıklarını test eden F testi sonuçlarına bakılarak F değerlerine, değişkenler arası ilişkiyi gösteren regresyon katsayıları olan R değerlerine ve bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenler üzerindeki değişimini açıklayan R² değerlerine yer verilmiştir. Ayrıca araştırma hipotezlerinin geçerliliğine ilişkin sonuçlara bakıldığında, bağımsız değişkenlerle bağımlı değişken arasındaki ilişki düzeyini gösteren Beta katsayılarına ve kabul edilen hipotezlere ilişkin regresyon modelleri aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 4: Stratejik Girişimcilik ve Beş Faktör Kişilik Özellikleri Regresyon Analizi Sonuçları

Değişkenler	Beta	t	Sig.	R	R ²	F	Sig.F	Sonuç
Regresyon Modeli: $Y_{(\text{Stratejik Girişimcilik})} = 2,958 + 0,191(\text{Yeni Deneyimlere Açıklık}) + 0,145(\text{Uyumluluk}) - 0,078(\text{Nevrotiklik}) - 0,142(\text{Dışa Dönüklük}) + 0,052(\text{Sorumluluk})$								
Sabit	2,952	8,276	,000					
Nevrotiklik	-0,078	-1,167	0,246					
Dışa dönüklük	-0,142	-1,563	0,121					
Yeni Deneyimlere Açıklık	0,191	1,963	0,032					
Uyumluluk	0,145	1,510	0,044					
Sorumluluk	0,052	0,474	0,637					
				0,385	0,148	3,444	0,007	Kabul

İlk olarak regresyon analizinde kurulan modelin istatistiksel olarak geçerlilikleri ve anlamlılıkları test edilmiştir. Modelin geçerlilik ve anlamlılıklarını test eden F testi

sonuçlarına bakıldığında, F değerinin 3,444 olduğu görülmektedir. Anlamlılık değeri olan p değerinin ise $p=0,007$ olduğu görülmektedir. F testi sonucunda modellerin geçerliliğini ölçen F değeri $\pm 1,96$ 'dan büyük olduğu için ve modelin anlamlılığını ölçen p değeri modelde 0,05 ten küçük olduğu için modelin anlamlı ve geçerli bir model olduğu görülmektedir.

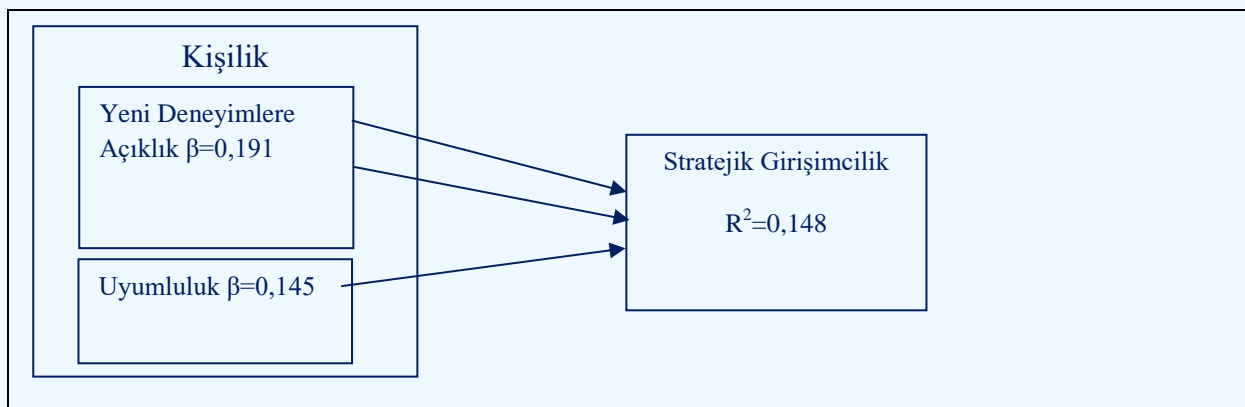
Bu regresyon analizi sonuçlarına göre; modelin geçerliliği analiz edildikten sonra bağımsız değişkenler ile bağımlı değişken arasındaki ilişkileri gösteren regresyon katsayıları olan R ve bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenler üzerindeki etkisini açıklayan R^2 değerlerine bakılmıştır. Bu model için R değeri 0,385 ve R^2 değeri 0,148 olarak hesaplanmıştır. Bu durumda bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenler üzerinde etkisi vardır. Çünkü R^2 değerinin 0–1 arasında bir değer alması beklenmektedir. R^2 değeri 1'e yaklaştıkça güçlü bir ilişki 0'a yaklaştıkça düşük bir ilişki kurulduğu öngörülmektedir.

Bu sonuca bağımsız değişkenlerin Sig. değerleri incelendiğinde 0,05 anlam düzeyinde H1.3ve H1.4 hipotezleri kabul edilmiş ve H1 hipotezi ise kısmen kabul edilmiştir. H1.1, H1.2ve H1.5 hipotezleri reddedilmiştir.

3. SONUÇ

Araştırma kapsamında kurulan model ve geliştirilen hipotezler, yapılan istatistiki analizler neticesinde yorum aşamasına gelmiştir. Bu başlıkta çalışmanın hipotezler ve modeller başlığında verilmiş olan bilgiler ışığında analiz sonuçları özet olarak okuyucunun daha rahat istifade edebilmesi açısından şematize edilerek verilmektedir.

Şekil 2: Kişilik Özellikleri ile Stratejik Girişimcilik Arasındaki İlişki



Hipotez 1.3: Bireylerin Yeni Deneyime Açıklık Kişilik Özelliği Stratejik Girişimcilik Düzeyini Etkilemektedir

Bireylerin yeni deneyimlere açıklık kişilik özelliği stratejik girişimciliği 0,05 anlam düzeyinde etkilemektedir. Bu durumda H1.3 olarak tanımlı hipotez kabul edilmiştir. Buradan çıkan sonuca ilişkin değerlendirme şu şekilde yapılabilmektedir: Yeni deneyimlere açıklık faktörü genel itibariyle gelişmiş entelektüel özellikler, dünyayı ve kendisini gözlemlenme ve farkında olma becerisi, derin algısalılık, duygusal yaşamda zenginlik ve yaratıcılık gibi özellikleri kapsamaktadır. Deneyime açıklık boyutu, kişilerarası ilişkilerde açık ve anlaşılır olmaktan ziyade, yeni deneyimlere karşı hevesli ve istekli olmayı ifade etmektedir. Bu faktörde bulunan özelliklerin hayal gücüne sahip olma, yeni fikirleri kabul etme, analitik düşünme ve meraklılık olduğu ifade edilmektedir. Açıklık, özellikle, yaratıcılığa katkıda bulunan aykırı düşünme gibi zeka boyutlarıyla ilişkilidir. Fakat açıklık, zekaya eş değer değildir. Bazı çok zeki insanlar deneyime kapalı olan insanlar olabilirken bazı çok açık insanlar, idrak kapasiteleri sınırlı insanlar olabilirler. Bu boyutta yüksek puan alan bireylerin gelenek dışı ve bağımsız hareket kapasitesine sahip kimseler olduğu düşünülmektedir. Bu kişilik özelliğini stratejik girişimcilik özelinde alt boyutlar itibariyle incelemek doğru olacaktır.

• Analitik Düşünme

Bu alt boyuttan yüksek puan alan bireyler, araştırmacı, inceleme yapmaktan hoşlanan, düşünme yeteneği yüksek, eleştirel, kendini geliştirmeyi seven, entelektüel, idealist, somut ve karmaşık düşünen, statik yapılı bireylerdir. Bu bireyler saldırganlık eğilimi düşük, saygılı bireylerdir

• Duyarlılık

Bu alt boyuttan yüksek puan alan bireyler, duygusal, hassas, düşünmeyi seven, nazik, ince düşünen kimselerdir. Kendilerinden ziyade toplulukçu bir yapıları vardır. Romantik yapıdırlar. Agresif tavırları ve saldırgan yapılı bireyleri çok sevmezler. Sakin ve rahattırlar. Stratejistlerin temel özelliklerinden bazıları hassaslık ve sakinliktir. Fevri hareket etmektan hoşlanmadıkları bilinir.



- *Yenilikçiliğe Açıklık*

Bu alt boyuttan yüksek puan alan bireylerin yaşamında farklı ve ilginç deneyimlere yer veren, olaylara farklı açılardan yaklaşabilen, tekdüzelikten sıkılan, ilgi alanları geniş, yeniliklere açık kişiler olması beklenilmektedir. Bu alt boyut girişimciliğin en temel niteliği durumundadır.

Hipotez 1.4: Bireylerin Uyumluluk Kişilik Özelliği Stratejik Girişimcilik Düzeyini Etkilemektedir

Uyumluluk faktörünün 0,05 anlam düzeyinde stratejik girişimciliği etkilediği sonucunda ise H1.4 hipotezi kabul edilmiştir. Uyumluluk kişiler arası eğilimlerin başlıca bir boyutudur. Bu sonuca göre uyumluluk ölçütünde yüksek skorlar kaydeden bir insan temelde fedakâr ve özgecil bir insandır. Bu kişi, diğerlerini anlar ve onlara yardım etmek ister. Ayrıca bu kişi, diğerlerinin karşılığında aynı derecede yardımcı olacaklarına inanmaktadır. Olumlu ucunda nazik, ince, saygılı, güvenli, esnek, açık yürekli, merhametli ve sevecen gibi özelliklerin bulunduğu bu faktör, uzlaşılabilirlik gibi isimlerle de ifade edilebilmektedir. Yumuşak başlılık kişilerarası ilişkilerde önemli olmasının yanı sıra bireyin kendilik algısını da etkilemektedir. Ayrıca bireylerde sosyal tutum ve yaşam felsefesi geliştirmede de etkili olduğu belirtilmektedir (Somer vd., 2011). Literatürde bu faktör, güven, dürüstlük, alturizm, itaat, alçakgönüllülük ve merhametlilik alt boyutlarıyla tanımlanmaktadır. İş hayatı açısından önemli bulgulardan bir tanesi bu faktörde düşük puan alan bireylerin genellikle klinik özellikler gösterdiğiidir. Bu bireyler saldırganlık, düşmanlık, hırçınlık ve huysuzluk olarak ifade edilen davranışlar sergileyebilmektedirler. Uyumluluk boyutunda yüksek puana sahip bireylerin, yardımsever, güvenilir ve şefkatli kimseler olduğu ifade edilmektedir. Bir akademisyende bulunması gereken temel bir nitelik olarak belirtilen uyumluluk faktörü literatüre paralel olarak girişimci akademisyenlerde de ortaya çıkmıştır. Stratejik girişimci olarak tanımlanan bireylerin aşağıdaki alt boyutlarda da yüksek puan almaları beklenilmektedir. Bu alt boyutlar sırasıyla;

- *Hoşgörü*

Bu alt boyuttan yüksek puan alan bireyler, alçak gönüllü, iletişimi seven, topluma ve bireylere karşı uyumlu, başkalarına karşı toleranslı, çabuk sinirlenmeyen, uzlaşmacı, kanaatkâr, çok hırslı olmayan bireylerdir. Bencilliği sevmezler ve tevazu sahibidirler.



Eleştirilmekten korkmazlar ve yeniliklere açıktırlar. İnsanlarla iyi geçinir ve saldırgan özellikleri yoktur. Hoş görülü bireyler toplum tarafından da sevilen bireylerdir. Kolay kabul edilir ve ederler. Sevecen ve cana yakındırlar. Bu alt boyut alçak gönüllülük ile yakın benzerlik göstermekte ve düşük puan alan bireylerin klinik anlamda narsisizm ile ilişkili olduğu belirtilmektedir (Somer vd., 2011). Girişimci özellikle elinde bulundurduğu insan kaynağını en değerli kaynak olarak görür ve etkin yönetimi için çaba sarfeder. Kişilerarası ilişkilerin temel yapıtaşı olan hoşgörü girişimciliğin kimyasında bulunan bir özellik olmalıdır.

- *Sakinlik*

Bu alt boyutta yüksek puan alan bireyler, mutlu, huzurlu, sakin, serinkanlı, nazik, kibar, eleştiriye açık, çabuk sinirlenmeyen, yumuşak başlı, uyumlu bireylerdir. Kırıcı ve kaba değildirler. Saldırganlık eğilimleri yoktur. Orta yol bulmaya çalışan ve anlaşmazlıklarda alttan alan taraftır genelde. Bu bireylerin kolay öfkelenmedikleri ve serinkanlı oldukları da bilinmektedir. Strateji geliştirebilen insanların davranışları sakin ve vakur olarak bilinmektedir. Onlar etkiler karşısında itidalli ve rasyonel hareket etmeleri ile tanınırlar. Bu nokta itibariyle stratejik girişimcilerin de bu alt boyuttan yüksek puan aldıkları düşünülmektedir.

- *Uzlaşılma*

Bu alt boyutta yüksek puan alan bireyler, genelde muhalefeti sevmeyen, şüphecilikten uzak, başkalarına güvenen, kolay ikna edilebilir, kin beslemeyen, uyumlu, mantıklı, rasyonel kararlar alabilen, ortak çıkarları düşünen, fevri hareket etmeyen, tartışmaktan ve kavgadan hoşlanmayan, saldırganlık eğilimi düşük, rahat ve ılımlı kişilerdir. Stratejik girişimci nerede durması gerektiğini bilen kişidir. Onlar stratejik amaçları için uzlaşma taktiklerini kullanabilen kişiler olarak düşünülmektedir.

- *Yumuşak Kalplilik / Elseverlik*

Bu alt boyuttan yüksek puan alan bireyler, başkalarını düşünen, merhametli, yardımsever, sıcakkanlı, anlayışlı, işbirliğine açık ve iyi geçimli kişilerdir. Stratejik girişimcilerin işbirliğine açık olmaları ve onların stratejik işbirlikleri yapmaları örgütsel yaşamın bilinen gerçekleridir. İyi bir işbirliği yardımseverlik, sıcakkanlılık ve anlayışlılık



özelliklerini gerektirir. İyi geçimli ve elsever bireylerin toplum içerisinde saygın bir yeri vardır.

Yapılan araştırmalar neticesinde stratejik girişimcilerde baskın olduğu saptanan kişilik özellikleri ve bu özelliklere ilişkin açıklamaların ileri ki araştırmalar için başlangıç sayılacağı düşüncesiyle, ileri ki araştırmalarda kişiliğin beş temele özellikle ifade edildiği beş faktörlü kişilik modeli kullanılarak, beş temel özelliği oluşturan alt boyutların da analizlere dahil edilmesi faydalı olacaktır. Çalışmanın gerek zaman, gerekse maddi kısıtlılıklar nedeniyle sınırlı bir örneklem üzerinde gerçekleştirildiği aşıkardır. Bu nedenle Türkiye genelini temsil edecek bir örneklem oluşturularak daha kapsayıcı araştırmaların yapılması hem akademik bilgi kalitesini hem de uygulayıcıların dikkatini artıracaktır. İleri ki araştırmalar için stratejik girişimcilik faaliyetinde bulunan firmaların tespitine yönelik ölçek geliştirme çalışmalarının yapılması da gereklidir. Bu çalışmanın literatüre başlangıç noktasında katkı sağlaması arzu edilmektedir.



Kaynakça

- Antoncic, B., R.D, Hisrich, (2003), Clarifying The Intrapreneurship Concept, Emerging Issues in Corporate Entrepreneurship, Journal of Management, 29(3), 7-24.
- Arnold, M., (1986), Client Empathic Understanding In Client Centered Therapy, McMillian Hill Eds., USA.
- Atkinson R., (1999), Psikolojiye Giriş, Arkadaş Yayınevi, Ankara.
- Barney, J. B., A. M., Arikan, (2001), The Resource-Based View: Origins and Implications, in M. A. Hitt, R. F. Freeman, J. S. Harrison (Eds.), Handbook of Strategic Management, Oxford: Blackwell.
- Costa, P. T., R. R., McCrae, J. L., Holland, (1984), Personality and Vocational Interests in an Adult Sample, Journal of Applied Psychology, 69(3), 390.
- Covin, J. G., D. P., Slevin, (2002), The Entrepreneurial Imperatives of Strategic Leadership, in M. A. Hitt, R. D. Ireland, S. M. Camp, D. L. Sexton (Eds.), Strategic Entrepreneurship: Creating A New Mindset: Oxford: Blackwell Publishers, 309-327.
- Dess, G. G., J. C., Picken, (1999), Beyond Productivity: How Leading Companies Achieve Superior Performance by Leveraging Their Human Capital, New York: Amacom.
- Eren, E., (2000), Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi, Beta Basın Yayın Dağıtım, İstanbul.
- Harris,L., Ogbonna, E., (2001), Strategic Human Resource Management, Market Orientation, And Organizational Performance, Journal of Business Research, Vol. 51 No. 2, 157-166.
- Harray, K., (1994), Who Do You Think You Are ?, Harpercollins Publishers, New York, Analysis, 1998, Upper Saddle River.
- Hitt, M. A., L., Bierman, K., Shimizu, R., Kochhar, (2001), Direct and Moderating Effects of Human Capital on Strategy and Performance in Professional Service Firms: A Resource-Based Perspective, Academy of Management Journal, 44, 13-28.
- Ireland, R.D., M.A., Hitt, D.G., Sirmon, (2003), A Model of Strategic Entrepreneurship: The Construct and its Dimensions, Journal of Management, Vol. 29, No. 6, 963-989.
- Karadal, H., (2013), Girişimcilik Bilgisi Ve Stratejik Girişimcilik, Girişimcilik Ed. Himmet Karadal İçinde Bölüm, Beta Yayınları, 1. Baskı, İstanbul.



- Kimuli, S. N. L. (2011). Strategic Entrepreneurship And Performance Of Selected Private Secondary Schools In Wakiso District (Doctoral Dissertation, Makerere University).
- Kluge, J., J., Meffert, L., Stein, (2000), The German Road to Innovation, The McKinsey Quarterly, 2, 99-118.
- Mccrae, R.R., Costa, P.T., (1992), Four Ways Five Factors Are Basics, Personality and Individual Differences, 13(6), 653-665.
- Miles, G., K. A., Heppard, R. E., Miles, C. C., Snow, (2000), Entrepreneurial Strategies: The Critical Role of Top Management, in G. D. Meyer and K. A. Heppard (Eds.), Entrepreneurship As Strategy: Competing on The Entrepreneurial Edge: Thousand Oaks, Ca: Sage Publications, 101-114.
- Özkalp, E.; Ç., Kirel, (2001), Örgütsel Davranış, Anadolu Üniv. Yayınları, Eskişehir.
- Shane, S., S., Venkataraman, (2000), The Promise of Entrepreneurship as a Field of Research, Academy of Management Review, 25(1), 217-226.
- Smith, K. G., D., Di Gregorio, (2002), Bisociation, Discovery and The Role of Entrepreneurial Action, in M. A. Porter, M. E. (1985), Competitive Advantage: Creating and Sustaining Superior Performance, New York: The Free Press.
- Somer, O., M., Korkmaz, A., Tatar, (2002), Beş Faktör Kişilik Envanterinin Geliştirilmesi - I: Ölçek ve Alt Ölçeklerinin Oluşturulması, Türk Psikoloji Dergisi, 17 (49), 21-33.
- Somer, O., L. R., Goldberg, (1999), The Structure of Turkish Trait-Descriptive Adjectives, Journal of Personality and Social Psychology, 76(3), 431-442.
- Somer, O., M., Korkmaz, A., Tatar, (2011), Kurumdan Uygulamaya 5 Faktör Kişilik Modeli ve 5 Faktör Kişilik Envanteri (5 FKE), Ege Üniversitesi Yayınları, Yayın No: 128, 2. Baskı, Bornova İzmir.
- Somer, O., (2004), Türkçe'de Kişilik Özelliğini Tanımlayan Sıfatların Yapısı ve Beş Faktör Modeli, Türk Psikoloji Dergisi, 13/42, 17-32.

