

## **OTANTİK LİDERLİK VE GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİ İLİŞKİSİNDE ÖZ YETERLİLİK ALGISININ ARACILIK ETKİSİ**

**Edip ÖRÜCÜ\***

**Ulviyya ZEYNALOVA\*\***

### **ÖZ**

Bu araştırmanın temel amacı, otantik liderlik ve girişimcilik eğilimleri ilişkisinde özyeterlilik algısının aracılık rolünü tespit etmektir. Çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Veriler anket yolu ile elde edilmiştir. Araştırmanın evrenini Antalya ilinin Kemer ilçesinde faaliyet gösteren 2 dört yıldızlı ve 1 beş yıldızlı otelin 240 mavi yakalı çalışanı oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklemini ise bu otellerde çalışan 130 mavi yakalı çalışan oluşturmaktadır.

Bu çalışma iki kısımdan oluşmaktadır. İlk kısımda araştırma kapsamındaki değişkenleri içeren geçmiş araştırmalar incelenmiştir. İkinci kısımda ise araştırma verilerinin analizi ve bulgulara yer verilmiştir. Yapılan literatür taraması sonucunda bu değişkenlere yönelik sınırlı sayıda çalışmaların olması, bu çalışmayı önemli kılan bir faktör olmuştur. Bu çalışmanın ileride bu alanda yapılacak diğer çalışmalara ışık tutması beklenmektedir.

Elde edilen veriler bir paket program yardımıyla analiz edilmiştir. Araştırma hipotezlerini test etmek amacı ile korelasyon, hiyerarşik regresyon analizleri uygulanmıştır. Hipotez testleri sonucu otantik liderlik, girişimcilik eğilimleri ve özyeterlilik algısı arasında olumlu ilişkilerin olduğu belirlenmiştir. Araştırma sonucunda özyeterlilik algısının otantik liderlik ve girişimcilik eğilimleri arasında ilişkide kısmi aracılık etkisinin olduğu saptanmıştır. Çalışmanın ana sonucu ışığında yöneticilerin çalışanlarının özyeterlilik algılarını nasıl arttırabilecekleri sorusunu yanıtlamaya dönük önerilere yer verilmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Otantik Liderlik, Girişimcilik Eğilimleri, Özyeterlilik Algısı.

**Jel Kodları:** D23 L26, M1.

---

**Atıf Önerisi /Cited as (APA):** Örucü, E. & Zeynalova, U. (2022). Otantik liderlik ve girişimcilik eğilimleri ilişkisinde öz yeterlilik algısının aracılık etkisi. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (61), 223-244. DOI: 10.18070/erciyesiibd.903921.

\* Prof. Dr. Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, eorucu@bandirma.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-3301-7496>.

\*\* Doktora Öğrencisi, Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, ulviyye.zeynalova@gmail.com, <https://orcid.org/0000-0001-6641-5522>.

Bandırma Onyedi Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Etik Kurulu Kararı, Karar Tarihi: 05.02.2021 Sayı No: 2021-2

**Geliş/Received:** 26.03.2021

**Kabul/Accepted:** 12.12.2021

## THE IMPACT OF INTERVENTION BY THE PERCEPTION OF SELF-EFFICACY ON THE RELATIONSHIP BETWEEN AUTHENTIC LEADERSHIP AND ENTREPRENEURSHIP TRENDS

### ABSTRACT

The main purpose of this research is to determine the mediating role of self-efficacy perception in the relationship between authentic leadership and entrepreneurial tendencies. Quantitative research method was used in the study. The data were obtained by means of a questionnaire. The universe of the research consists of 240 blue-collar employees of 2 four-star and 1 five-star hotels operating in Kemer, Antalya. The sample of the study consists of 130 blue-collar employees working in these hotels.

This study consists of two parts. In the first part, past studies including the variables within the scope of the research were examined. In the second part, the analysis of the research data and the findings are included. As a result of the literature review, the limited number of studies on these variables has been a factor that makes this study important. It is expected that this study will shed light on other studies in this field in the future.

The obtained data were analyzed with the help of a package program. Correlation and hierarchical regression analyzes were applied to test the research hypotheses. As a result of the hypothesis tests, it was determined that there are positive relationships between authentic leadership, entrepreneurial tendencies and self-efficacy perception. As a result of the research, it was determined that the perception of self-efficacy has a partial mediation effect in the relationship between authentic leadership and entrepreneurial tendencies. In the light of the main result of the study, suggestions are given to answer the question of how managers can increase their employees' self-efficacy perceptions.

**Keywords:** Authentic Leadership, Entrepreneurship Trends, Perception of Self-efficacy.

**Jel Codes:** D23 L26, M1.

### GİRİŞ

Sanayileşmenin, teknolojik gelişimin, ürün, hizmet ve ilişkilerde hızlı değişimlerin ve yeniliklerin yaşandığı günümüzde, girişimcilik her zamankinden çok daha önemli bir işlev kazanmıştır. Ekonomik sistemlerin dinamik ve itici unsuru olarak girişimciliğin kapsamı genişlemiştir. Küreselleşme ve sosyo-ekonomik düzeyde meydana gelen bu hızlı değişimler, işletmelerin sürdürülebilir rekabet avantajı yakalama çabasını zorunlu kılmıştır. Bu durumda üst düzey yöneticiler, stratejik bir anlayışla örgütsel kaynakları değişen çevre koşullarına uyumlu hale getirerek, fırsatları ve tehditleri göz önüne almalıdır. Mevcut işletmenin büyütülüp geliştirilmesinde girişimcilik kavramı giderek önem kazanmakta ve bu konuda işletmeler farklı uygulamalarla yenilik ve yaratıcılık üzerine odaklanmaktadır. Girişimcilik, her şeyden önce bir insan özelliği olduğu için önemlidir. Bu nedenle girişimcilik modern ekonomilerde, ekonomik büyüme ve kalkınma için her zamankinden daha önemli hale gelmiştir (Toma, 2014, s. 437). Bilim ve teknolojinin hızla ilerlediği günümüzde, çağı yakalamanın yolları; kendine ve kapasitesine inanç, etkin problem çözme becerisi, yapıcılık ve yaratıcılıktır.

Bu araştırma, çalışanların girişimcilik eğilimleri üzerinde otantik liderliğin ve özyeterlilik algısının etkisi var mıdır sorusuna cevap aramaktadır. İşletmelerde çalışanların girişimcilik eğilimleri artması halinde performans ve başarı da artmaktadır. Var olan bir örgütte bir çalışanın girişimcilik eğilimlerinin artırılması iç girişimcilik olarak ifade edilen bir kavramı karşımıza çıkarmaktadır. Bu çalışmadaki girişimcilik eğilimleri ifadesi ile işletmede çalışanlar ele alındığı için iç girişimcilik eğilimi sorgulanmıştır. Hızlı değişimin yaşandığı günümüzde çalışanlarının iç girişimcilik eğilimlerini yükselte bilen işletmeler daha inovatif oldukları için rekabet ortamında kolayca üstünlük sağlayabilmektedirler. Bu nedenle çalışanların girişimcilik eğilimlerinin sorgulanması ve etkileyen faktörlerin araştırılması hızlı değişime ayak uydurma bilme açısından önem arz etmektedir. Bu çalışmanın temel gerekçesi girişimcilik eğilimini etkileyen faktörler üzerine yazılmış sınırlı sayıda araştırma olması ve girişimcilik eğiliminin artırılması yönündeki önerilerin yöneticiler açısından değerinin artmış olmasıdır.

Türkiye’de yapılan araştırmalarda en çok rastlanılan liderlik tarzlarından birinin otantik liderlik olduğu bilinmektedir. Alanyazında çeşitli liderlik biçimleri önerilmesine rağmen, birçok önde gelen liderlik araştırmacısı şu anda, otantik liderlerin modern iş dünyasındaki liderlik krizine çözüm olacağına inanmaktadır (Akyürek, 2020). Yaygın olması nedeniyle otantik liderliğin girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisi çalışmada ele alınmıştır. Çalışmada ele alınan bir diğer bağımsız değişken ise özyeterlilik algısıdır. Bireylerin özyeterlilik algısının yükselmesi halinde daha başarılı oldukları bilinmektedir. Bu nedenle bir başka başarı kriteri olarak gördüğümüz girişimcilik eğilimleri üzerinde de özyeterlilik algısının etkisi araştırılmıştır.

Otantik liderlik, öz farkındalık sahibi ve şeffaflığı kendinde barındıran bir yönetim tarzıdır. Otantik bir lider, gerçekte kim olduğunu ve çalışanlarının performansı hakkında ne hissettiğini tutarlı bir şekilde göstererek, çalışanlarında sadakat ve güven uyandırabilir. Otantik liderler bir örgütte sürdürülebilir gerçek performans, iş ilişkisi, yaratıcılık, iş memnuniyeti, personel güçlendirme, yönetici ve personel kimliği gibi birçok bireysel düzeyde pozitif sonuçların doğmasına yol açmaktadırlar (Giu, Alizadeh, Dooley ve Zhang, 2019).

Özyeterlilik ise bir kişinin ileriye yönelik durumlarda bir eylem planını ne kadar iyi uygulayabileceğini belirleyen belirli inançlarıdır (Bandura, 1977). Daha basit bir ifadeyle özyeterlilik, bir kişinin belirli bir durumda başarılı olma becerisine olan inancıdır. Yeni teknolojiler, değişen müşteri talepleri ve toplumsal değişimler, iş ortamını hızla değiştirmektedir. Özyeterlilik düzeyleri yüksek olan bireylerde motivasyon yüksek olur. Bir işi başarabilmek için çaba sarf eder, başarısızlık durumlarında vazgeçmezler ve daima başarıya odaklanırlar. Bu da örgütün hedefine ulaşabilmesi için oldukça önemlidir. Özyeterlilik düzeyleri düşük olan bireyler ise başarılı olacaklarına dair inançları düşük olduğundan çoğu zaman bir işe girişmezler veya çabuk vazgeçerler. Bu durumda işletme olası başarıları

sağlayamaz. Bu çalışmada amaç otantik liderlik ve girişimcilik eğilimleri ilişkisinde özyeterlilik algısının kısmi aracılık etkisini tespit etmektir.

Turizm sektörü ekonomik gelişme açısından önemi artan bir sektördür. Cari açık sorunu ve istihdam sorununun giderilmesi için turizm sektörü kilit sektörlerden biridir. Turizm sektörü birçok sektöre girdi sağlayarak ekonominin canlanmasında büyük önem taşımaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı verilerine göre, 2021 yılı Ocak-Ekim döneminde Türkiye'ye gelen yabancı turist sayısı geçen yılın aynı dönemine göre yüzde 87, 98 artış göstererek 21 milyon 55 bin 764 olarak gerçekleşti. Gelen turistlerden 7 milyon 016 bin 276 kişi Antalya'yı tercih etmiştir. Her turist başına düşen ortalama harcama ise 774 dolar olmuştur (www.yigm.ktb.gov.tr).

Hizmet sektörleri açısından temel başarı faktörü insan kaynaklarıdır. Çalışmada bu nedenle Antalya'da faaliyet gösteren turizm işletmeleri örneklem olarak tercih edilmiştir. Turizm sektörü çalışanlarının davranışlarının incelenmesinin sektöre katkılar sağlayacağı umulmaktadır. Araştırma kapsamını, Antalya ilinin Kemer ilçesinde faaliyet gösteren 2 dört yıldızlı 1 beş yıldızlı mavi yakalı otel çalışanları teşkil etmektedir. Evren büyüklüğü 240, örneklem ise 130 çalışandan oluşmuştur. Araştırmanın örneklem büyüklüğü, örneklem büyüklüğü tablosuna esaslanılarak, bulunmuştur (Gürbüz ve Şahin, 2018, s.130).

Çalışmanın sonraki bölümlerinde konu ile ilgili yapılmış geçmiş çalışmalar özetlenmekte, yöntem, örneklem ve bulgular ile elde edilen sonuç verilmektedir.

## **I. KAVRAMSAL ÇERÇEVE**

### **A. OTANTİK LİDERLİK**

Otantik Liderlik, liderlerin kuruluşlardaki işbirlikçileriyle olan ilişkilerinin bir sonucu olarak, sürdürülebilir ve zaman içinde sürdürülen, beklentilerin ötesinde bir performansa ulaşan bir lider davranış modeli olarak tanımlanabilir (Valsania vd., 2016). Otantiklik “kendini bilmek ve kendini doğru ifade etmek” tir. Birey; kişiliğine, öz değerlerine, duygularına ve tercihlerine bağlı olduğu kadar otantiktir”. Otantik lider ise “kendi davranış ve düşüncelerinin başkaları tarafından nasıl algılandığının bilen, ahlaki bakış açısı sergileyen, bilgili olan, kendinin ve diğerlerinin değerini, güçlü yönlerini bilen, kendine güvenen, sorun çözücü ve iyimser olan, içinde bulunduğu ortamı tanıyan ahlaklı bireyler”dir (Korkmaz, 2017). Otantik liderlik teorisi örgütsel psikoloji literatürü içerisinde gelişmiş bir kavramdır. Otantik liderler takım performansına olumlu katkıda bulunmaktadır. Otantik liderler, dengeli bilgi işlemeyi, öz farkındalığı, ilişkisel şeffaflığı, içselleştirilmiş ahlaki perspektifi ve kişisel gelişimi artırmak amacı ile olumlu psikolojik durum ile pozitif etik ikliminin her ikisini teşvik eden bir liderlik modelini örgüt içerisinde ortaya koymaktadırlar. Otantik liderler bir örgütte sürdürülebilir gerçek performans, iş ilişkisi, yaratıcılık, iş memnuniyeti, personel güçlendirme, yönetici ve personel kimliği gibi birçok bireysel düzeyde pozitif sonuçların doğmasına yol açmaktadırlar. Aynı zamanda otantik liderler örgüt

içerisinde pozitif bir çalışma ortamı sağlamakla takım üyelerinin birbirine yardım etmesini sağlayacak bir örgüt kültürü oluşturmaktadırlar. Otantik lider çalışanlara; etik, güvene dayalı, yardımsever ve pozitif bir örgütsel çatı sağlamaktadır. Otantik lider kendini tanımanın, değerlere göre davranmanın, dengeli ve önyargısız karar almanın ve güvene dayalı ilişkileri inşa etmenin önemi üzerinde durmaktadır. Bu nedenle otantik lider iş dünyasında gittikçe önem kazanmakta ve uygulamada destek bulmaktadır (Kiersch ve Peters, 2017, s. 149).

Otantik liderlik dört temel boyutu içerir.

Birincisi, liderlerin kendi güçlü ve zayıf yönlerini bilmeleri ve davranışlarının takipçilerini nasıl etkilediğini anlamaları için öz farkındalığıdır.

İkinci boyut, dengeli bir işlemdir. Liderlerin eleştirel bakış açılarını teşvik ettiği ve karar vermeden önce ilgili tüm bilgileri dikkate aldığı bilgiler.

Üçüncüsü, ilişkisel şeffaflıktır, böylece liderler kendi fikirleri ve duyguları konusunda açık olurlar.

Son boyut, liderlerin altında bile olsa ahlaki değerler ve standartlar tarafından yönlendirildiği içselleştirilmiş bir ahlaki perspektiftir.

Otantik liderler, yüksek düzeyde ahlak ve dürüstlük sergileyen, açıklıkla iletişim kuran, takipçileriyle etkileşimde açıklık ve şeffaflık sağlamaya çalışan ve iş hedeflerine ulaşmak için iyi koşullar yaratan bireyler olarak tanımlanır.

Bu liderler, takipçilerinin saygısını ve güvenini kazanabilir ve onlarla destekleyici, olumlu, makul ve şeffaf bağlantılar kurarak çalışanların olumlu duygularını güçlendirebilirler (Ribeiro vd., 2020).

## **B. GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİ**

Girişimcilik, oldukça belirsiz iş koşullarında başarılı bir iş performansına yol açacak temel unsurlardan biridir. Girişimcinin ekonomik sistemdeki rolünü en güçlü olarak tanımlayan 20. YY. iktisatçılarından Schumpeter'dir. Kapitalist toplumun gelişme sorunları üzerinde duran Schumpeter, dinamik bir gelişme modelini benimsemekte ve bu sürecin baş aktörü olarak da girişimcileri görmektedir. Ona göre girişimciliğin mevcut şeyleri birleştirerek yeni fırsatlar ve organizasyonlar yaratması, ekonomideki gelişmenin tartışmasız ana kaynağıdır. Dolayısıyla girişimcilik aynı zamanda, yenilik ve değer yaratma eylemidir. Girişimcilik bir toplumun gelişimine yol açar ve toplumu ileriye taşır. Schumpeter, girişimcinin yaratıcı yıkım yoluyla gelenekselliğe meydan okuduğunu ve böylece ekonomik sistemi dönüştürdüğünü ve ekonomik büyümeyi ve gelişmeyi teşvik ettiğini belirlemiştir. Schumpeter, girişimcilerin ekonomik kalkınmayı teşvik etmede kilit bir rol oynadığını belirtmiştir ve girişimcilik işlevini özetlemiştir (Malerba ve McKelvey, 2018, s. 504).

Drucker (1985), girişimcilerin gelecekteki değişiklikleri hisseden ve bu değişime uyum sağlamanın yollarını bulanlar olduğunu söylemiştir. Bu değişimi

bir şans olarak kullanabilen girişimciler, kaynakların verimliliğini etkileyecek ve karlılıklarını arttırabilecektir. Girişimcilik, sürekli olarak yeni iş fırsatları arayan, bu fırsatları değerlendiren ve büyüme için yeni değerler yaratan bir eylemdir (Brockhaus, 1980). Ayrıca, genellikle girişimciliğin kapitalist bir toplumda servet inşa etmenin en önemli yollarından biri olduğu kabul edilmektedir. Ek olarak, girişimcilik ekonomik büyüme ve sosyal değişim için itici bir güçtür. McClelland (1961), girişimci kişilerin zorlu hedeflerin peşinden gitmeyi, bağımsız çalışmayı ve zor ama mümkün olan işler yapmayı tercih ettiğini öne sürmüştür. Bu kişilerin daha çok başarı ihtiyacı yüksek olan bireylerden olduklarını iddia etmiştir. Girişimciler her zaman yüksek risk peşinde koşmazlar. Ancak risk üstlenmekten de korkmazlar. Risk üstlenirken belirsizliği azaltacak ön çalışmalar yaparlar, sonra risk üstlenirler (Brockhaus, 1980). Varolan bir organizasyonda yenilikçi davranış göstererek o organizasyonun çok büyük hamleler göstermesine neden olanlara iç girişimci denir. İç girişimcilerin çoğalması, yenilikçiliğin ve rekabet üstünlüğü kazanılması sonucunu getirir. Örgütsel bir süreç olan iç girişimciliğin ortaya çıkması için işletmelerde dönüştürücü bir takım fikir, fırsatları değerlendirebilmek, girişim ve liderler olması gerekmektedir (Neessen, Jong, Caniels, ve Vos, 2021, s. 3).

Girişimcilik faaliyeti genellikle, uzun zaman alır ve iş kurmak için güçlü bir niyet gerektirir. Bir iş kurmak için, bir girişimcinin başlangıçta girişimcilik fırsatlarını belirleme becerisine sahip olması gerekir (Cho ve Lee, 2018, s. 126). Girişimciliğe yönelik bu belirlemeler, girişimciliğin her şeyden önce bir fırsat, değer ve bir değişim yaratma süreci olduğunu göstermektedir. Bu süreçte girişimcinin kapasitesi ve niyeti belirleyici olmaktadır. İş çevresinde oluşan fırsatların değerlendirilebilmesi, girişimcinin motivasyonu ve yetenekleriyle oluşan kapasitesine bağlıdır. Yapılan bazı araştırmalarda girişimcilik eğitimi ve öğretiminin, girişimcilik kapasitenin önemli öncül bir değişkeni olmadığı; daha ziyade, kültürel ve sosyal normlar yoluyla dolaylı bir etkinleştiricisi olduğu; buna karşın araştırma ve geliştirme transferinin girişimci kapasitesi üzerinde önemli bir olumlu etkisi olduğu belirlenmiştir (Çetin ve Taşdemir, 2017, s. 77).

Girişimcilik faaliyetini başlatan girişimcilik niyeti kişinin iş planı yapmasını, geliştirmesini ve uygulamasını sağlayan bilişsel bir süreçtir. Bird (1998) girişimcilik niyetinin, sosyo-kültürel değişkenlerden ve kişisel özelliklerden etkilendiğini belirtmektedir (Sabuncu, 2017, s. 13). Girişimciler, bir işe başlarken farklı amaçlara sahiptirler; bunlar çoğunlukla bağımsız olma arzusu ve kişinin kendi patronu olması gibi ekonomik olmayan niyetlerdir. Yeni bir girişimi planlamak, başlatmak ve yönetmek için kaynaklara ve zamana yatırım yapmak gerektiğinden girişimci bu zorlu işleri yapabilmek için güçlü bir motivasyona ve girişimcilerde olması gereken bir takım kişisel özelliklere sahip olmalıdır (Zeynalova, 2019, s. 10).

Kişisel özellikler, bir bireyin kendisini çeşitli durumlarda tutarlı olarak gösteren kalıcı özellikleridir. Belirli kişisel özelliklere sahip olması, girişimcilerin

rollerini iyi bir şekilde yerine getirmelerini sağlar. Belirli özelliklerin yokluğu ise bir bireyin girişimci olarak ortaya çıkmasını engelleyebilir (Doris ve Irena, 2013).

Girişimcilik literatürde en sık vurgulanan özellikler sırasında başarıya ihtiyacı, bağımsızlık arzusu, özgüven, kontrol odağı, belirsizliğe tolerans, risk alma eğilimi, yenilikçilik, duygusal zeka gibi özellikler yer almaktadır. Girişimcilik eğilimlerinin ortaya çıkması ve gelişmesinde en önemli etkenlere eğitim, ailenin özellikleri ve çevresel faktörler de dahildir. Örneğin, Eğitim kişiye otonomi, kendine güven, bağımsızlık kazandırmakta ve bu özellikler, işe başlama, iş kurma ve ilerlemede etkili olmaktadır (Zeynalova, 2019, s. 10-13).

Girişimcilik eğilimlerinin ortaya çıkması ve gelişmesinde en önemli etkenlere eğitim, ailenin özellikleri ve çevresel faktörler de dahildir. Örneğin, Eğitim kişiye otonomi, kendine güven, bağımsızlık kazandırmakta ve bu özellikler, işe başlama, iş kurma ve ilerlemede etkili olmaktadır (Zeynalova, 2019, s. 10-13).

### C. ÖZYETERLİLİK ALGISI

Bireylerin kendine olan inanç ve güvenin farklı biçimleri, özellikle öznel yeterlilik kavramından yararlananlar, insan öğreniminin ve motivasyon araştırmalarının yakın tarihi boyunca büyük ilgi görmüştür. Çok az uyumsuzlukla birlikte, bu öz-yapılar üzerine yapılan araştırmalar, birçok farklı alanda başarılı işleyiş ve adaptasyonda kişinin "gerçek" benliğinin aksine "algılanan" benliğinin önemini kanıtlamaktadır (Bong ve Clark, 1999).

Bandura'nın (1977) Sosyal-Bilişsel Teorisine göre, Özyeterlilik kavramı, insanların kendi eylemleriyle istenen etkileri üretme yeteneklerine olan inançları olarak tanımlanır. Özyeterlilik Algısı, "Bireyin istenen sonuçları elde etmek için gereken eylem planını organize etme ve yürütme becerisine olan inancıdır". Dolayısıyla Özyeterlilik algısı, belirli bir durumun taleplerine cevap vermek için ihtiyaç duyulan motivasyonel, bilişsel ve davranışsal kaynakları harekete geçirme yeteneklerine ilişkin bireylerin inançlarıyla ilgilidir. Hedeflere ulaşmak, yalnızca belirli yeteneklere sahip olmayı değil, aynı zamanda farkında olmayı da gerektirir. Diğer bir deyişle, yeterlik seviyesi elde edilen performans etkiliyorsa, etkisine yine de kişisel yeterlik ile ilgili inançlar aracılık eder. Bu, insanların gerekli yeteneklere sahip olsalar bile, bunlara ulaşma yeteneklerinden şüphe duyduklarında neden optimum performansları elde edemediklerini açıklar (Gangloff ve Mazilescu, 2017, s.1-2).

Luszczynska v.d. (2005), daha yüksek özyeterlilik düzeyleri sergileyen kişilerin, daha zorlu görevleri üstlenmeyi ve çevredeki zorlukları keşfetme ve kullanma, yeni hedefler belirleme ve her tür taleple daha iyi başa çıkma yeteneklerini gösterdiklerini vurgulamıştır (Alves vd., 2017, s. 1164).

Yüksek özyeterlilik inancına sahip bireyler, genel olarak kendilerini daha güçlü his eder ve özgüvenleri daha yüksek olur. İlgili alanlarda girişken olmaya,

çaba göstermeye ve etkinliklerine inandıkları sürece çabalarında ısrar etmeye isteklidirler.

Potansiyel stresli durumlarda, kendi kendine yeten bireyler daha az öznel stres üretir. Bununla birlikte, özyeterlilik strese karşı önleyici görevi görürken, aynı zamanda- dolaylı olarak- aşırı hırslı olmaya yol açabileceği ölçüde stres yaratabilir (Flammer, 2001, s. 13813).

## **II. LİTERATÜR TARAMASI**

### **A. OTANTİK LİDERLİK VE ÖZYETERLİLİK ALGISI ARASINDAKİ İLİŞKİ**

Köksal (2008) antrenörlerin özyeterlilik algısı ile liderlik tarzları arasındaki ilişkiyi belirlemek amacı ile yaptığı çalışmada özyeterlilik ile otokratik liderlik, destekleyici liderlik ve demokratik liderlik arasında anlamlı bir ilişki olmadığı sonucuna varılmıştır. Örucü ve arkadaşları (2015) tarafından AVM çalışanlarına yönelik liderlik tarzının özyeterlilik üzerindeki etkisi belirlemek amacıyla yapılan çalışmada, değişkenler arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Man (2011) hemşirelerin özyeterlilik düzeyleri ve liderlik özellikleri arasında ilişkiyi tespit etmek amacı ile yaptığı çalışmada, bu değişkenler arasında anlamlı ve pozitif ilişkilerin olduğu sonucuna varmıştır.

Akgündüz (2012) iş turizmi ve tatil turizminde faaliyet gösteren otellerdeki çalışanlara yönelik yaptığı çalışmada otantik liderlik ve özyeterlilik arasındaki ilişkiyi incelemiştir (Araştırmaya 175 kişi katılmıştır.). İş turizmine yönelik otellerinde ve tatil turizmine yönelik otellerde çalışanlar için yöneticilerinin liderlik davranışları ile özyeterlilik düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki olmadığı görülmüştür. Şehir otellerinde çalışanların, resort otellerde çalışanlarla mukayese edildiğinde otantik liderliğe daha olumlu baktıkları görülmüştür ve otantik liderliğin özyeterlilik üzerinde pozitif bir etkisinin olduğu sonucuna varılmıştır. Bolat (2011), Schyns ve arkadaşları (2007), Lider-üye etkileşimi ve özyeterlilik arasında ilişkiyi belirlemek için yaptığı çalışmada özyeterlilik algısı ile lider-üye etkileşimi arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğunu tespit etmiştir.

Yukarıda yer alan geçmiş araştırmaların ışığında aşağıdaki H1 hipotezi geliştirilmiştir. Araştırmanın hipotezleri sosyal değişim kuramına dayanmaktadır.

H1. Otantik liderliğin özyeterlilik algısı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.



## B. ÖZYETERLİLİK ALGISI VE GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ

Kişinin görevleri yerine getirme yeteneğine inanma fikri olan özyeterlilik, birçok ampirik çalışma ile girişimcilikle bağlantılı olduğu kanıtlanmış (Bandura, 1982), girişimci özyeterliliği girişimci niyetlerle ilişkilendirilmiştir (Bird, 1988; Boyd ve Vozikis, 1994). Bu nedenle, Boyd ve Vozikis (1994), kariyer gelişiminde yüksek girişimci özyeterlilik ve girişimci niyetlerin varlığının, yaşamın ilerleyen dönemlerinde güçlü girişimcilik faaliyeti olasılıkları üreteceğini öne sürmüştür.

Yapılan çalışmalar, özyeterlilik algısının teorik önemine dikkat çekmiş ve özyeterlilik düzeyinin yüksek olan bireylerin daha yüksek girişimci niyetlere sahip olduklarını göstermiştir (Talia, 2010).

Çetin (2011) bilişim sektörü çalışanlarına yönelik yaptığı çalışmada (katılımcı sayısı 211 kişi) kişilerde özyeterlilik algısı yükseldikçe, iç girişimcilik davranışlarından, risk alma, proaktiflik, yenilikçilik özerklik ve bireysel ağırları genişletme davranışlarının pozitif yönde arttığını tespit etmiştir.

Çolakoğlu, H. ve Çolakoğlu, T (2016) tarafından yapılan çalışmada özyeterlilik algısı ve girişimcilik potansiyeli açısından girişimcilik eğitimi alan ve almayan öğrenciler arasındaki farklılıkların araştırılmasıdır (katılımcı sayısı 252). Araştırma sonucunda, özyeterlilik algısının girişimcilik potansiyelini olumlu yönde etkilediği görülmüştür. Bu durum, yüksek düzeyde özyeterlilik algısına sahip olan kişilerin, girişimci olma potansiyeli ve girişimcilik eğilimi, düşük özyeterlilik algısına sahip kişilerden daha fazla olduğunu göstermektedir.

Çankır (2017) özyeterlilik ve değişime karşı direncin girişimcilik eğilimi üzerine etkisini araştırmak için yaptığı çalışmada özyeterlilikleri yüksek olan öğrencilerin girişimcilik eğilimlerinin daha fazla olduğunu ve özyeterlilik algısının girişimcilik eğilimini olumlu yönde etkilediğini tespit etmiştir.

Bu iki değişken arasındaki geçmiş araştırmaların ışığında aşağıdaki H2 hipotezi geliştirilmiştir.

H2. Özyeterlilik algısının girişimcilik eğilimleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

## C. OTANTİK LİDERLİK VE GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİ ARASINDAKİ İLİŞKİ

Girişimcilik ve liderlik tartışmasız son yıllarda en çok çalışma alanları arasında yer almıştır, ancak lider olarak girişimcilere, otantik liderlik ve girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişkilere yönelik çok az araştırma yapılmıştır.

Jensen ve Luthans (2006) tarafından yapılan araştırma liderlik özelliklerinin kişilerin girişimcilik eğilimi üzerinde pozitif yönde etkisi olduğunu tespit etmiştir.

Valsania vd. (2014)'nin Madrid'de 212 çalışana yönelik yaptıkları çalışmada, otantik liderliğin işletmelerin iç girişimcilik eğilimleri üzerinde olumlu etkisi olduğunu bulgularla desteklenmiştir.

Yılmaz vd. (2013) tarafından Konya sanayi işletmesinde görev yapan 338 personele yönelik yapılan araştırma ile, Attar ve Çetinkaya (2020) Konya'da otel sektöründe beyaz yakalı çalışanlara yönelik yaptıkları çalışmada, otantik liderlik düzeyinin iç girişimcilik eğilimleri üzerinde istatistiksel olarak pozitif ve anlamlı bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Otel işletmelerinde yapılan çalışmanın sonucuna göre, Otantik liderlik davranışlarında bulunan yöneticilerinin, işletmenin iç girişimcilik davranışını olumlu yönde etkileyerek; daha iyi bir çalışma ortamı sağlayacağı, işletmeyi daha yenilikçi, daha rekabetçi bir seviyeye taşıyacağı öngörülmektedir. Yöneticilerin ahlaki ve etik değerleri önemsemesi, şeffaflığa ön planda tutması, hata yaptığında hatalarını kabul etmesi, karar verirken farklı görüşleri dinlemesi ve değerlendirmesi güvenli bir iş ortamı oluşturarak yenilikçi ve yaratıcı çalışanların ortaya çıkmasına fırsat yaratacaktır.

Bu iki değişken arasındaki geçmiş araştırmaların ışığında aşağıdaki H3 hipotezi geliştirilmiştir.

H3. Otantik liderliğin girişimcilik eğilimleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

#### **D. OTANTİK LİDERLİK, ÖZYETERLİLİK ALGISI VE GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİ**

Literatür taraması sonucunda üç değişkenin birarada ilişkilerini kapsayan çalışmaya rastlanmamıştır. Sosyal değişim kuramı karşılıklı etkileşimi ele alan bir kuramdır. Bu kuram doğrultusunda bir bağımlı değişkeni etkileyen birden fazla bağımsız değişken olduğunda, bağımsız değişkenlerin tek tek etkilerine göre birlikte olmaları nedeni ile bağımlı değişken üzerindeki etki derecelerinin farklılaştığı görülebilmektedir. Bu çalışmada geçmiş araştırmalarda girişimcilik eğilimleri üzerinde etkisi olduğu saptanan otantik liderlik ve özyeterlilik algısının beraber tek bir modelde ele alınması söz konusudur. Uygulanan hiyerarşik regresyon analizi yardımıyla özyeterlilik algısının aracılık rolü tespit edilmeye çalışılmıştır. Uygulanan hiyerarşik regresyon analizi yardımıyla özyeterlilik algısının aracılık rolü tespit edilmeye çalışılmıştır. Böylece bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkilerinin tek bir modelde güç ve etki biçimlerinin ortaya çıkarılması hedeflenmiştir. Özyeterlilik algısının aracılık etkisinin belirlenmesi ile yöneticilere bu değişkeni iyileştirme konusunda öncelikli davranışları önerilebilecektir.

Yapılacak hiyerarşik regresyon analizi için çalışmamızın H4 ve H5 hipotezleri aşağıdaki gibi geliştirilmiştir.

H4. Otantik liderlik ve girişimcilik eğilimleri ilişkisinde özyeterlilik algısının tam aracılık etkisi vardır.

H5. Otantik liderlik ve girişimcilik eğilimleri ilişkisinde özyeterlilik algısının kısmi aracılık etkisi vardır.

### III. YÖNTEM

Çalışmada nicel araştırma yöntemi kullanılmıştır. Veriler anket yolu ile elde edilmiştir<sup>1</sup>. Araştırmada kullanılan olan anket formu dört bölümden oluşmaktadır. İlk bölümde demografik özelliklerin tespit edilmesine yönelik toplam 6 soru yer almaktadır. İkinci bölümde ise “Otantik Liderlik Ölçeği”, “Girişimcilik Eğilimi Ölçeği” son olarak ise “Özyeterlilik Ölçeği” kullanılmıştır. Her üç ölçekte de yer alan ifadeler, 5’li likert şeklindedir.

Araştırmada kullanılan ilk ölçek 2008 yılında Walumbwa ve arkadaşları tarafından geliştirilen 16 soruluk “Otantik Liderlik Ölçeği”dir.

“Girişimcilik Eğilimi Ölçeği” Emre Nalçagil tarafından 2020 yılında geliştirilen 21 maddelik Kurumsal Girişimcilik Eğilimleri ölçeğidir.

Araştırmada kullanılan son ölçek “Özyeterlilik Algısı Ölçeği”dir. Bu ölçek Gibson ve Dembo (1984)’nin geliştirdiği öğretmenler için (Teacher Self Efficacy Scale) özyeterlilik ölçeğidir. Ankette 10 soru yer almaktadır.

Araştırma evrenini, Antalya ilinin Kemer ilçesinde faaliyet gösteren 2 dört yıldızlı 1 beş yıldızlı mavi yakalı otel çalışanları teşkil etmektedir. Evren büyüklüğü 240, örneklem ise 130 çalışandan oluşmaktadır. Araştırmanın örneklem büyüklüğünün yeterlilik düzeyi, 0,05 güven aralığında hesaplanarak oluşturulan örneklem büyüklüğü tablosundaki verilere göre yeterlidir. (Gürbüz ve Şahin, 2018:130).

**Tablo 1:** Farklı Evrenler İçin Kabul Edilebilir Asgari Örneklem Büyüklükleri

Evren (N)	Gerekli Örneklem Büyüklüğü		
	%90 (10)	%95 (0.05)	%99 (0.01)
50	42	44	47
100	61	79	87
250	97	151	182
350	109	183	229
500	121	217	286
750	131	254	353
1000	137	278	400
1250	141	294	434
1500	144	306	461
1750	146	315	482
2000	148	322	499

<sup>1</sup> Bandırma Onyedli Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Etik Kurulu Kararı, Karar Tarihi: 05.02.2021 Sayı No: 2021-2.

2250	149	328	514
2500	150	333	526
2750	151	337	536
3000	151	341	545
3250	152	344	552
3500	152	346	559
3750	153	348	565
4000	153	350	571
4250	154	352	576
4500	154	354	580
4750	154	355	584
5000	154	357	587
5250	155	358	591
5500	155	359	594
5750	155	360	597
6000	155	361	599

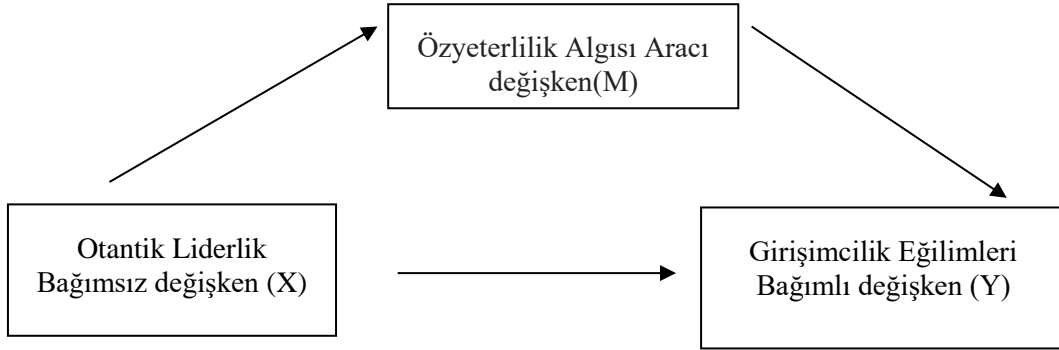
**Kaynak:** Gürbüz ve Şahin, 2018, s.130

#### A. ARAŞTIRMA MODELİ

Bu araştırmada otantik liderliğin girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisi saptanmaya çalışılarak söz konusu nedensellik ilişkisinde özyeterlilik algısının aracılık etkisi sorgulanmıştır.

Araştırma modeli aşağıdaki şekilde gösterilmektedir.

**Şekil 1:** Araştırma Modeli



#### B. FREKANS ANALİZİ

Bu kısımda katılımcıların demografik özellikleri, eğitim düzeylerine ilişkin bilgilere yer verilmiştir (Tablo 1).

51'i kadın, 79'u erkek olmakla araştırma anketimize toplam 130 kişi katılmıştır. 51 kadın anketimize katılan toplam kişi sayısının %39.2'sine karşılık

gelmektedir. 79 katılımcı erkek ise ankete katılan toplam kişi sayısının %60.8'ine karşılık gelmektedir. Ankete katılanların medeni durumu arasında farkın çok az olduğu görülmektedir. Katılımcıların 63'ü yani %48,5'i evli iken 67'si yani 51,5'i bekarıdır. Katılımcıların eğitim düzeyi açısından Üniversite eğitimi almış ve almamış kişilerin sayısı toplamda birbirine yakındır. Daha net söylemle, lise ve altı eğitim düzeyinde olan kişi sayısı 35, ön lisans 34, lisans 49, lisansüstü ise 12 kişi olmaktadır.

**Tablo 2:** Katılımcıların Demografik Özellikleri (N=130/ %100)

Cinsiyet		Medeni durum		Eğitim Durumu
Kadın	Erkek	Evli	Bekar	Lise ve altı N=35 (%26,9)
N= 51 (%39,2)	N= 79 (60,8)	N=63 (48,5)	N= 67 (51,5)	Ön lisans N=34 (%26,2)
				Lisans N=49 (%37,7)
				Lisansüstü N=12 (%9,2)

### C. GÜVENİLİRLİK ANALİZİ

Araştırma kapsamında anket sorularının güvenilirliğini ölçmek için güvenilirlik analizi uygulanmıştır. Değişkenlere ilişkin güvenilirlik, Cronbach Alfa ( $\alpha$ ) istatistiği aracılığıyla hesaplanmıştır. Otantik liderlik ölçeğine, girişimcilik eğilimleri ölçeğine ve özyeterlilik algısı ölçeği için belirlenen güvenilirlik değerleri Tablo 2'de gösterilmiştir.

**Tablo 3:** Güvenilirlik Analizleri (Cronbach's Alpha Değerleri)

Değişkenler	Güvenilirlik Değeri ( $\alpha$ )
Otantik Liderlik	0,914
Girişimcilik Eğilimleri	0,925
Özyeterlilik Algısı	0,853

Yapılan test sonucuna göre güvenilirlik değerleri 0,70'den yüksek belirlenmesi ölçeklerin güvenilir olması anlamına gelmektedir. Otantik liderlik ölçeğinin 0,914, girişimcilik eğilimleri ölçeğinin 0,925, özyeterlilik algısı ölçeğinin 0,853 cronbach alfa değeri alması ölçeklere ilişkin güvenilirliğin sağlanmış olduğunu göstermektedir.

**Tablo 4:** Normallik Testi

Değişkenler	Ortalama	Çarpıklık	Basıklık
Otantik Liderlik	3,49	0,053	-0,655
Girişimcilik Eğilimleri	3,68	0,038	-0,836
Özyeterlilik Algısı	4,08	-0,219	-0,423

Soruların çarpıklık ve basıklık değerleri -1,5 ile +1,5 değerleri arasında olduğu için verilerin normal dağıldığı görülmektedir.

**Tablo 5:** KMO ve Bartlett's Testi Tablosu

Kaiser – Meyer –Olkin		,854
	Ki-Kare	3806,648
Bartlett's Küresellik Testi	Df	1081
	Sig.	,000

Tablo 4'te ölçekler geçerlilik için keşfedici faktör analizine tabi tutulmuş olup, Kaiser Meyer Olkin (KMO) örneklem yeterliliği sonucu 0,854 olarak tespit edilmiştir. Bununla birlikte Bartlett's küresellik testinin sonucu da  $p= 0,000$  ve anlamlıdır ( $p < 0,001$ ). Bu test sonucuna göre örneklem büyüklüğü faktör analizi için yeterli düzeydedir. Ayrıca ölçekler faktör yükleri açısından da kabul edilebilir düzeydedir.

#### D. ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİNİN TEST EDİLMESİ

##### 1. Korelasyon analizi

Hiyerarşik regresyon analizinin ön adımı olarak korelasyon analizi uygulanmıştır.

**Tablo 6:** Korelasyon Analizi Tablosu

	Otantik Liderlik	Girişimcilik Eğilimleri	Özyeterlilik Algısı
Otantik liderlik	1		
Girişimcilik Eğilimleri	* 0,700*	1	
Özyeterlilik Algısı	0,427**	0,568**	1

Korelasyon tablosu sonuçlarına göre:

Otantik Liderlik, girişimcilik eğilimleri ve özyeterlilik algısı değişkenleri arasında anlamlı ilişki olduğu görülmüştür.

## 2. Hiyerarşik regresyon analizi

Otantik liderlik ve özyeterlilik algısının girişimcilik eğilimleri üzerindeki aracılık etkisini test etmek için hiyerarşik regresyon analizi yapılmıştır. Bunun için ilk olarak H1, H2, H3 hipotezine basit regresyon analizi, ardından ise H4 ve H5 hipotezlerini test etmek için çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Bununla da hiyerarşik regresyon analizinin aşamaları tamamlanmış ve aracılık etkisi düzeyi belirlenmiştir. Yapılmış hiyerarşik regresyon analizinin aşamaları ve sonuçları aşağıdaki gibidir:

### Adım 1.

Otantik liderliğin girişimcilik eğilimleri üzerinde etkisini belirlemek amacı ile kurulmuş: “H3. Otantik liderliğin Girişimcilik eğilimleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.” hipotezi için yapılmış regresyon analizi test sonuçları istatistiksel olarak anlamlı çıkmıştır. ( $p < 0,001$ ) Sonuca göre “otantik liderlik” “girişimcilik eğilimleri” üzerinde anlamlı etkiye sahip bağımsız değişkendir. Bu durumda (H3.) hipotez kabul olmuştur.

**Tablo 7:** Bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisi

Model			Beta	T	Sig.
	B	Std. Hata			
Sabit	1,633	0,188		8,69	,000
Otantik Liderlik	0,586	0,053	0,700	11,10	,000

F = 123,269

R = 0,700

R<sup>2</sup> = 0,491

Düzeltilmiş R<sup>2</sup> = 487

Bağımlı Değişken: Girişimcilik eğilimleri

Bağımsız Değişken: Otantik liderlik

### Adım 2.

“H1. Otantik liderliğin özyeterlilik algısı üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.” hipotezine yönelik yapılan regresyon testi sonucunda otantik liderliğin özyeterlilik algısı üzerinde anlamlı etkisi olduğu saptanmıştır. H1 Hipotezi de kabul edilmiştir.

**Tablo 8:** Bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisi

Model			Beta	T	Sig.
	B	Std. Hata			
Sabit	2,884	0,229		12,61	,000
Otantik liderlik	0,343	0,064	0,427	5,34	,000

---


$$F = 28,517$$

$$R = 0,427$$

$$R^2 = 0,182$$

$$\text{Düzeltilmiş } R^2 = 176$$

Bağımlı Değişken: Özyeterlilik algısı

Bağımsız Değişken: Otantik liderlik

Adım 3.

“H2. Özyeterlilik algısının girişimcilik eğilimleri üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.” hipotezini test etmek için yapılan regresyon analizi testi anlamlı çıkmıştır ( $p < 0,001$ ) ve H2 hipotez kabul olmuştur.

**Tablo 9:** Bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisi

Model			Beta	T	Sig.
	B	Std.Hata			
Sabit	1,269	0,312		4,066	,000
Özyeterlilik	0,591	0,076	0,568	7,801	,000

---


$$F = 60,859$$

$$R = 0,568$$

$$R^2 = 0,322$$

$$\text{Düzeltilmiş } R^2 = 0,317$$

Bağımlı Değişken: Girişimcilik eğilimleri

Bağımsız Değişken: Özyeterlilik algısı



#### Adım 4. Çoklu Regresyon Analizi

Araştırmanın sonucu hipotezleri olan “H4 ve H5 hipotezlerini test etmek amacı ile çoklu regresyon testi yapılmıştır. İstatistiksel olarak anlamlı çıkan analiz sonuçlarına göre, girişimcilik eğilimlerini açıklamada otantik liderlik ve özyeterlilik algısının katkısı vardır. Bağımlı değişken olan girişimcilik eğilimlerini her iki bağımsız değişkenin de etkilediği görülmektedir. Yani Otantik liderlik ve özyeterlilik algısı düzeyinin yüksek olması kişilerin girişimcilik eğilimlerini etkiliyor. Modele göre otantik liderlik boyutunda gerçekleşen bir birimlik artış diğer değişkenler sabitken girişimcilik eğilimleri davranışında 0,560, özyeterlilik algısı boyutunda ise 0,329 birimlik artışa neden olmaktadır. Analiz sonuçlarına göre H4. Hipotezi rededilmiştir. Çünkü özyeterlilik algısının tam aracılık etkisi doğrulanmamıştır. Tam aracılık olabilmesi için özyeterlilik algısının modele girdiği tablo 8’de otantik liderliğin girişimcilik eğilimleri üzerindeki anlamlı etkisinin ortadan kalkması gerekmektedir. Fakat tablo 8’de görüleceği üzere özyeterlilik algısının modele girmesi ile otantik liderliğin girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisini gösteren tablo 5’deki beta katsayısının değeri 0,700’den 0,560’a düşmüştür. Bu durumda özyeterlilik algısının kısmi aracılık etkisinin olduğu söylenebilir. H5 Hipotezi kabul edilmiştir.

**Tablo 10:** Özyeterlilik algısının ve Otantik liderliğin Girişimcilik eğilimleri Arasındaki Çoklu Regresyon Analizi

Model	B	Std. Hata	Beta	T	Sig.		
						Toleranc e	VIF
Sabit	0,647	0,257		2,519	0,013		
Otantik Liderlik	0,468	0,053	0,560	8,797	0,000	0,818	1,223
Özyeterlilik Algısı	0,342	0,066	0,329	5,160	0,000	0,818	1,223

$$F = 87,284$$

$$R = 0,761$$

$$R^2 = 0,579$$

$$\text{Düzenlenmiş } R^2 = 0,572$$

Bağımsız değişkenler: Otantik liderlik, özyeterlilik algısı

Bağımlı değişken: Girişimcilik eğilimleri

## SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu üç önemli değişkenin aralarındaki ilişkiyi incelemek, otantik liderlik ve özyeterlilik algısının girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisini değerlendirmek için Antalya'nın Kemer ilçesinde bulunan otel çalışanlarına anket uygulaması yapılmıştır. Toplanan verilere analizler yapılarak, bulgular değerlendirilmiştir.

Yapılan korelasyon analizi sonucunda, otantik liderlik ile girişimcilik eğilimleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü ilişki olduğu saptanmıştır. Bu sonuç diğer çalışmalarla örtüşmektedir (Jensen ve Luthans, 2006; Yılmaz vd., 2013; Valsania vd., 2014; Attar ve Çetinkaya, 2020).

Otantik Liderlik ve özyeterlilik algısı arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü ilişki olduğu saptanmıştır. Elde edilen bu sonucun diğer çalışmalarla örtüştüğü görülmektedir (Köksal,2008; Man, 2011; Akgündüz ,2012; Örucü vd., 2015).

Girişimcilik Eğilimleri ve özyeterlilik algısı arasında anlamlı ve pozitif yönde ilişki olduğu anlaşılmıştır. Elde edilen sonuç daha önce yapılmış diğer çalışmaların sonucu ile örtüşmektedir (Talia, 2010; Çetin, 2011; Çolakoğlu, H. ve Çolakoğlu, T., 2016; Çankır, 2017).

Bu sonuçlara göre girişimcilik eğilimlerini açıklamada otantik liderlik ve özyeterlilik algısının katkısı vardır. Hiyerarşik regresyon testi sonucuna göre otantik liderliğin girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisinde özyeterlilik algısının kısmi aracılık etkisi olduğu görülmüştür. özyeterlilik algısının girişimcilik eğilimleri üzerinde kısmi aracılık etkisi olduğu görülmüştür.

Elde edilen sonuçlara göre girişimcilik eğilimlerini açıklamada otantik liderlik ve özyeterlilik algısının anlamlı etkisi vardır. Bağımsız değişkenler arasında yer alan otantik liderliğin girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisi, özyeterlilik algısının etkisinden daha yüksek çıkmıştır. Bu nedenle çalışanların girişimcilik eğilimlerinin yükseltilmesi açısından otantik liderlik tarzına uygun liderlik uygulamalarının artırılmasında yarar vardır. Yöneticilerin astlarına karşı adalet gibi etik değerlere uygun davranmaları, çalışanlarının görüşlerine değer vermeleri ve yenilikçi davranışları teşvik etmeleri gerekli ve yararlıdır.

Elde edilen sonuçlar geçmiş çalışmalarla desteklenmektedir. Bu nedenle girişimcilik eğilimlerinin özyeterlilik algısı ve otantik liderlik ile pozitif ve anlamlı bir ilişkisi olduğu söylenebilir. Araştırma sonuçlarına göre yöneticilerin çalışanlarının özyeterlilik algılarını geliştirmeye yönelik çabalarının ve otantik liderlik tarzına yönelik uygulamalarının işletmedeki yenilikçiliği de arttırılabileceği öne sürülebilir. Hizmet sektöründe algılanan kaliteyi belirleyen en kritik faktörün alt kademe çalışanlar olduğu bilinmektedir. Müşterilerin kalite algılarının yükseltilmesi açısından çalışanların girişimcilik eğilimlerinin geliştirilmesinin önemli olduğu ifade edilebilir.

Araştırma sonucu, otantik liderlik davranışlarının ve özyeterlilik algısının girişimcilik eğilimleri üzerinde etkisi olduğunu göstermiştir. Yöneticiler şirket performansının yükseltilmesi için çalışanlarının özyeterlilik algılarını iyileştirme yönünde girişimlerde bulunmalıdırlar. Bandura (1977; 1986) kişilerin özyeterlilik duygularının dört kaynaktan beslendiğini belirtmiştir. Bunlar: başarılı deneyimler, vekaleten deneyimler, sözel ikna ve fizyolojik ve duygusal durumdur (H. Kotaman, 2008:120). Çalışanların hedef performansı yakalaya bilmeleri için özyeterlilik algılarının yüksek olması önemlidir. Yöneticiler çalışanlarının özyeterlilik algılarını yükseltmeye çalışarak personel niteliklerini artırabilirler.

Günümüzde önemli kavramlardan biri olmayı başaran otantik liderlik, girişimcilik eğilimleriyle pozitif ilişkilidir. Çalışma ekiplerini daha etkin olarak yönetebilmek otantik liderlerin girişimcilik özelliklerine bağlıdır. Yöneticiler otantik liderlik davranışını uygulayarak, işletmenin girişimcilik davranışını olumlu yönde etkileyecek, işletmeyi daha yenilikçi ve dolayısıyla daha rekabetçi bir seviyeye taşıyabilecektir. Böylece, hizmet kalitesi iyileştirilerek müşteri çekme potansiyeli artırılabilir.

Yapılmış literatür taraması sonucunda otantik liderlik, girişimcilik eğilimleri ve özyeterlilik algısı değişkenlerinin bir arada incelendiği çalışmaya rastlanmamıştır. Bu çalışmanın ileride yapılacak diğer çalışmalara ışık tutması beklenmektedir.

Araştırmanın sonucu araştırmanın örnekleme ile kısıtlıdır, genellenemez. Gelecek araştırmacıların daha fazla örneklem ve farklı sektörlerde yapacakları çalışmalarla literatüre yapılan katkılar artacaktır. Özellikle turizm sektörü üzerinde yapılan araştırmalarda dört ve beş yıldızlı otellerdeki çalışanlardan elde edilen sonuçların ülke turizmüne katkısının önemli olacağı belirtilebilir.

## KAYNAKÇA

- Akgündüz, Y. (2012). *Konaklama işletmelerinde otantik liderlik ve öz yeterlilik arasındaki ilişkinin analizi*. (Yayınlanmamış Doktora tezi). Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akyürek, İ.M. (2020). Otantik liderlik: bir alanyazın taraması. *Uluslararası Liderlik Çalışmaları Dergisi: Kuram ve Uygulama*. 3(3), 99-109.
- Alves, H. and Mainardes, E.W. (2017). Self-efficacy, trust, and perceived benefits in the co-creation of value by consumers. *International Journal of Retail and Distribution Management*, 45(11), 1159-1180.
- Attar, M. ve Çetinkaya, B. (2020). Otantik liderlik davranışının ve çevresel dinamizmin iç girişimcilik üzerindeki etkisi. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu Dergisi*, 23(1), 287-304.

- Bandura, A. (1977). Social learning theory. *Englewood Cliffs, NJ: Prentice Hall*. 247
- Bird, B. (1988). Implementing entrepreneurial ideas: the case for intentions. *Academy of Management Review*, 13, 442-454.
- Bolat (2011). Özyeterlilik ve tükenmişlik ilişkisi: lider-üye etkileşiminin aracılık etkisi. *Ege Akademik Bakış / Ege Academic Review*, 11(2), 255-266.
- Boyd, N.G. ve Vozikis, G.S. (1994). The influence of self-efficacy on the development of entrepreneurial intentions and actions. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 18(4), 63-75.
- Cho, H. and Lee, H. (2018). Entrepreneurial orientation, entrepreneurial education and performance. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(2), 124-134.
- Çankır, B. (2017). Özyeterlilik ve değişime karşı direncin girişimcilik eğilimi üzerine etkisi. *Uluslararası Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 3(2), 115-124.
- Çetin, F. (2011). Örgüt içi girişimcilikte öz yeterlilik algısı ve kontrol odağının rolü. *Business and Economics Research Journal*, Volume: 2(3), 69-85.
- Çetin, O. ve Taşdemir, Ö. (2017). Girişimcilik kapasitesi ve bireysel yenilikçiliğin girişimcilik niyeti üzerine etkisi. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 6(3), 76-87.
- Çolakoğlu, H. ve Çolakoğlu, T. (2016). Üniversitelerdeki girişimcilik eğitimi ile özyeterlilik algısı ve girişimcilik potansiyeli ilişkisi üzerine bir saha araştırması. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Dergisi*, 17, 70-84.
- Doris ve Irena, (2013). The influence of personal and environmental factors on entrepreneurs' performance. *Kybernetes*, 42(6), 906-927.
- Flammer, A. (2001). Self-efficacy. *International Encyclopedia of the Social & Behavioral Sciences*, 1, 13812-13815.
- Gangloff, B. ve Mazilescu, A. (2017). Algılanan özyeterliliğin normatif özellikleri, *MDPI*, 139(6), 1-2.
- Giu, S., Alizadeh, A., Dooley, LM., Zhang, R. (2019). The effects of authentic leadership on trust in leaders, organizational citizenship behavior, and service quality in the Chinese hospitality industry. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 40, 77-87.
- Guicciardi, M. Carta, M., Pau, M., Cocco, E. (2018). Özyeterlilik algısı ile öğretim performansı arasındaki ilişki: Meksika okul öncesi ve ilköğretim öğretmenleri örneği. *Arab World English Journal (AWEJ)* 9(1), 57.
- Gürbüz, S. ve Şahin, F. (2018). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri felsefe – yönetim – analiz*. Ankara: Seçkin Yayıncılık.

- Hatt, L. (2018). Threshold concepts in entrepreneurship – the entrepreneurs perspective. *Education+ Training*, 2, 155-167.
- Jensen, M. ve Luthans, F. (2006). Relationship between entrepreneurs' psychological capital and their authentic leadership. *Journal of Managerial Issues*, 18(2), 254–273.
- Jensen, M. ve Luthans, F. (2006). Entrepreneurs as authentic leaders: impact on employees' attitudes. *Leadership & Organization Development Journal*, 27(8), 646-666.
- Kiersch, C. ve Peters, J. (2017). Leadership from the inside out: student leadership development within authentic leadership and servant leaders hip frameworks. *Journal of Leadership Education*, 16(1), 148-168.
- Korkmaz, O. (2017). Otantik liderlik ve örgütsel güven, *The Journal of Academic Social Science Studies*, 58, 437-454.
- Kotaman, H. (2008). Özyeterlilik inancı ve öğrenme performansının geliştirilmesine ilişkin yazın taraması. *Eğitim Fakültesi Dergisi* 21(1), 111-133.
- Köksal, F. (2008). *Antrenörlerin liderlik tarzları ile öz yeterlikleri arasındaki ilişki* (Yayınlanmış Yüksek lisans Tezi). Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Malerba, F ve Mckelvey, M (2018). Knowledge-intensive innovative entrepreneurship integrating Schumpeter, evolutionary economics, and innovation systems. *Small Bus Econ*, 54, 503–522.
- Man, M.R.D.R. (2011). Leadersih and self-efficacy towards mission accomplishment among the nursing faculty of the lyceum of the philippines university. *E-International Scientific Research Journal*, 3(4), 225-23.
- Neessen, P., Jong. J., Caniels, M. and Vos, B., (2021). Circular purchasing in Dutch and Belgian organizations: The role of intrapreneurship and organizational citizenship behavior towards the environment. *Journal of Cleaner Production*, 280(2), 1-10
- Örücü, E., Şeker, C. ve Kaya, A. (2020). Özyeterlilik algısı ve liderlik tarzı ilişkisinde iş tatmininin aracılık rolü. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 15(24), 2335-2361.
- Ribeiro, N., Duarte, P. and Fidalgo, J. (2020). Authentic leadership's effect on customer orientation and turnover intention among Portuguese hospitality employees the mediating role of affective commitment. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(6), 2097-2116.
- Sabuncu, G. (2017). *Anadolu üniversitesi işletme fakültesi öğrencilerinin girişimcilik niyetleri ve çevresel tutumlarını ölçmeye yönelik bir araştırma*

- (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Schyns, B., Torck, N. ve Gössling, T. (2007). Turnover intention and preparedness for change exploring leader-member exchange and occupational self-efficacy as antecedents two employability predictors. *Career Development International*, 12(7), 660-679.
- Talia (2010). Gender, entrepreneurial self efficacy, and entrepreneurial attitude orientations: the case of the caribbean. *International Business & Economics Research Journal*, Volume 9(13), 17-31.
- Toma, G., Grigorea, A.M., Marinescu, P. (2014). Economic development and entrepreneurship. *Procedia Economics and Finance*, 8, 436-443.
- Valsania S. E., Moriano J. A., and Molero F. (2014). Authentic leadership and intrapreneurial behavior: cross-level analysis of the mediator effect of organizational identification and empowerment. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12 (1), 1-25.
- Valsania, S. E., Moriano, J. A., and Molero, F. (2016). Authentic leadership and intrapreneurial behavior: Cross-level analysis of the mediator effect of organizational identification and empowerment. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 12(1), 131–152.
- Yılmaz, A., Çelik, A., ve Ulukapı, H. (2013). Otantik ve dönüşümcü liderlik düzeyi algılamasının çalışanların iç girişimcilik eğilimleri üzerindeki etkisinin belirlenmesi: Konya ilinde bir araştırma. *21. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Kitabı*, 1, 17-22.
- Zeynalova, U. (2019). *Kadın girişimcilerin karşılaştıkları sorunlar: küçük ölçekli işletme sahipleri üzerine bir araştırma* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.