

Küreselleşme Bağlamında Başarılı Bir Toplam Kalite Yönetimi İçin Psikolojik Sahiplenme ve İç Girişimciliğin Rolü: Kuramsal Bir Analiz

Zeki UÇAR

Yrd. Doç. Dr.

Bitlis Eren Üniversitesi, İİBF, İşletme Bölümü

ORCID: 0000-0001-7491-5703

zucar@beu.edu.tr

Mehmet Akif ERÇELİK

Öğr. Gör.

Bitlis Eren Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksekokulu

ORCID: 0000-0001-6387-853X

maercelik@beu.edu.tr

Öz

Küreselleşmenin sınırları aşındırmasıyla birlikte dünyamız global bir pazar haline gelmiş ve yıkıcı rekabet küçük büyük bütün işletmeleri etkisi altına almıştır. Bu yeni düzen ne üretirsem satarım anlayışını temelinden sarsarken, müşteri memnuniyetini merkeze alan yeni ve dinamik bakış açılarının oluşmasına ortam hazırlamıştır. Bu noktada Japonya' dan dünyaya yayılan Toplam Kalite Yönetimi (TKY) anlayışı üç temel unsur (kalite, hız ve uygun maliyet) ekseninde müşteri memnuniyetini hedeflemiştir. TKY sayesinde Japon işletmeleri yıkıcı rekabeti yüksek getiri sağlayan fırsatlara dönüştürmeyi başarmıştır. Bununla birlikte, dinamik bir süreç olan TKY'nin sürdürülebilir olması için uygun bir örgüt ikliminin varlığı önemlidir. Buradan hareketle TKY'yi etkin kılacak unsurların belirlenip örgütsel alanın bu unsurlara göre yeniden kurgulanması gerekmektedir. Özellikle de bu yeni yönetim anlayışının tüm çalışanlarca sahiplenilmesi ve iç girişimsel yaklaşımlarla dinamik bir sürece dönüştürülmesi TKY sürdürülebilir olması açısından önem arz etmektedir. Bu çalışmada TKY anlayışının etkinliğini ve sürekliliği açısından önemli olduğu düşünülen Psikolojik sahiplenme ve iç girişimcilik unsurlarının TKY üzerindeki etkisi kuramsal bağlarla açıklanmıştır. Çalışma TKY, Psikolojik Sahiplenme ve İç Girişimcilik olgularını ilk kez bir arada ele alırken, sonradan yapılacak araştırmalara kuramsal bir alt yapı sağladığı için de ayrıca önemlidir.

Anahtar Kelimeler: Küreselleşme, TKY, Psikolojik Sahiplenme, İç Girişimcilik

The Roles of Psychological Ownership and Internal Entrepreneurship for A Successful Total Quality Management in The Context of Globalization: A Theoretical Analysis

Abstract

With globalization eroding the borders, our world has become a global market and destructive competition has affected all small and large businesses. Whilst this new order shake the ground the understanding of what you produce sell, has prepared a occasion to the new and dynamic aspects centered customer satisfaction. At this point, Total Quality Management (TQM) approach had spread from Japan to the world has targeted customer satisfaction on three main elements (quality, speed and cost). Thanks to TQM, Japanese businesses have managed to turn destructive competition into high-yielding opportunities. At the same time, the existence of an appropriate organizational climate is essential for the sustainability of TQM as a dynamic process. Move from here, the components that make TQM effective should be identified and the organizational field must be re-constructed on the basis of these ingredients. Especially, It is important for TQM to be sustainable the fact that this new management mentality should be owned by all employees and transformed into a dynamic process via internal entrepreneurship approaches. In this study, the effects of the psychological ownership and internal entrepreneurship phenomenons, which is thought to be a positive effect on the TQM, has been theoretically examined. The study is also important because it provides a theoretical infrastructure for subsequent research, also TQM, Psychological Ownership and Internal Entrepreneurship are considered together for the first time.

Key words: Globalization, TQM, Psychological Ownership, Internal Entrepreneurship

GİRİŞ

Geçen yüzyılın ortalarına kadar ulusal sınırlar dâhilinde ürün ve hizmet üretip satmak işletmelerin başarılı olabilmesi için yeterli görülmekteydi. Arzın talebi karşılama yeteneğinin tam olmadığı bu dönem içerisinde ihracat rakamları hasılatın çok küçük bir kısmını karşılık geldiği için fazla önemsenmemiştir. İhracat pazarına genelde Amerikan firmaları egemendi ve üretmiş oldukları tüm ürünleri satma kabiliyetine sahiptiler. Ancak 20. Yüzyılın üçüncü çeyreğinin sonlarına doğru haberleşme ve ulaşım teknolojilerinin etkisi ve bununla birlikte Japon firmalarının 20 yıla yakındır çıkmış oldukları kalite serüveninde büyük başarılar elde etmesi, dünya üzerindeki dengeleri neredeyse tersine çevirmiştir. Artık ulusal sınırlar içerisinde faaliyet gösteren hiçbir firma bu durumun yaratmış olduğu tehditten bağımsız değildir ve adına *küreselleşme* denen bu yeni düzenle birlikte her şey sürekli ve hızlı bir şekilde değişmeye başlamıştır.

Küreselleşme süreci, ekonomik, mali, siyasi ve kültürel boyutlarıyla tüm dünyayı derinden etkilemektedir. Süreç içerisinde iletişim teknolojilerindeki gelişmeler, ulaşımın ucuzlaması, fiber optik gelişmeler, bilgi paylaşım hızındaki inanılmaz artış ve sınırsız miktarlarda bilgilerin depolanması ve işlenmesi gibi teknolojik gelişmeler küreselleşmeye çok önemli katkılar sunmuştur. Bu gelişmeler ürün ve üretim teknolojilerinin gelişim ivmesini arttırırken, özellikle de ekonomik boyutta 20. Yüzyılın sonlarından itibaren işletmecilik yaşamına damgasını vurmuş ve köklü değişikliklere neden olmuştur. Yerel firmalar yerini uluslararası, çok uluslu ve küresel firmalara bırakmış ve rekabette yerel nitelikli rakiplerden çok küresel özellik taşıyan rakipler söz sahibi olmuştur. Dolayısıyla dünyanın en ücra köşesindeki kişinin bile hedef pazarın içine girdiği bir dönemde yaşamaktayız. İşletmeler, dünyanın birçok yerinde birbirlerine rakip haline gelmiştir (Dinçer, 2007: 80). Rekabetin bu denli yoğunlaştığı bu ortamda işletmeler için ayakta kalabilmek kullanacakları rekabet stratejilerine göre şekillenecektir (Doğan, 2010: 12).

Bu bağlamda, Japonya’dan tüm dünyaya yayılan ve sınırsız müşteri memnuniyeti ve tatminini hedefleyen ve buna yönelik kalite, hız ve üretim maliyetlerine vurgu yapan Toplam Kalite Yönetimi’nin (TKY) işletmelerin küresel stratejilerine yön vermesi açısından araçsal bir yönetim biçimi olduğu değerlendirilmektedir. Çünkü kaynakların en iyi şekilde kullanımı, israfın, duraklamaların ve ara stokların olmaması esasına dayalı TKY anlayışı kıt kaynakların en verimli şekilde kullanılarak sınırsız insan ihtiyaçlarının karşılanması zorunluluğunun bir sonucu olarak ortaya çıkmıştır (Küçük, 2016: 67). Ancak TKY anlayışının bir işletme içerisinde içselleştirilmesi uygun bir ortamın varlığıyla mümkün olacaktır. Bu bağlamda birçok unsurun yanında psikolojik sahiplenme bu yeni anlayışın benimsenip sahiplenilmesine ortam hazırlarken diğer taraftan iç girişimcilik etkisiyle sürekli gelişme dinamik bir hal alacaktır. Dolayısıyla bu çalışmada psikolojik sahiplenme ve iç girişimciliğin TKY üzerindeki etkileri kuramsal temelde ele alınmıştır.

KÜRESELLEŞME VE REKABET

Kavram olarak “Küresel” (global) sözcüğünün kökeni, 400 yıl öncesine dayanmaktadır. Ancak “küreselleşme” kavramı literatürde oldukça yeni bir kavramdır. İlk olarak 1960’larda ortaya çıkmış ve 1980’lerde sıkça kullanılmaya başlamıştır. 1990’larda bilim dilinde önemi vurgulanmış, anahtar bir sözcü haline almış ve ekonomiden siyasete, sosyal politikadan kültüre, hemen hemen yeryüzündeki değişimi ifade etmek için kullanılan sihirli bir sözcük haline gelmiştir (Bozkurt, 2010). Aşağıdaki tanımlardan da anlaşılacağı üzere kavram, farklı disiplinlerce tarafından, farklı bakış açılarıyla değerlendirilmekte ve kavrama farklı anlamlar yüklenmektedir (Seymen ve Bolat, 2005: 3).

Küreselleşme, en basit anlamda, yerkürenin farklı bölgelerinde yaşayan insan, toplum ve devletlerarasındaki iletişim ve etkileşim derecesinin artması “dünyanın küçülmesi”, “dünyanın tek bir mekân olarak algılanması”, “yeni dünya düzeni” olarak tanımlanabilir (Seymen ve Bolat, 2005: 3).

Küreselleşme, dünya ölçeğinde ekonomik, siyasal ve kültürel bütünleşme, fikirlerin, görüşlerin, pratiklerin teknolojilerin küresel düzeyde kullanılması, sermaye dolaşımının evrenselleşmesi, ulus-devlet sınırlarını aşan yeni ilişki ve etkileşim biçimlerinin ortaya çıkması, mekanların yakınlaşması, dünyanın küçülmesi, sınırsız rekabet, serbest dolaşım, pazarın dünya ölçeğinde büyümesi ve ulusal sınırların dışına çıkması, kısaca dünyanın “tek pazar” haline gelmesidir (Balay, 2004: 62-63).

IMF, 2002 tarihli “World Economic Outlook” adlı raporunda küreselleşmeye basitçe ticaret ve finansın entegrasyonu” olarak tanımlamaktadır. Dünya Bankası “Küreselleşme, Büyüme ve Fakirlik” adlı raporunda (2002) küreselleşme sürecini “dünyadaki ekonomilerin ve toplumların süregiden bütünleşmesi olarak tanımlamış ve nedenleri olarak ta taşıma maliyetlerinin düşmesi, düşük ticari engeller, düşüncelerin hızlı iletimi, artan sermaye akışları ve artan göç baskısı olarak sıralamıştır (Erdoğan, 2003: 8)

Amerikan Ulusal Savunma Enstitüsü küreselleşmeyi “malların, hizmetlerin, paranın, teknolojinin, fikirlerin, enformasyonun, kültürün ve halkların hızlı ve sürekli bir biçimde sınır ötesine akışı” biçiminde tanımlamaktadır. Bu yaklaşıma göre, küreselleşme sayesinde ülkelerin ekonomileri arasında daha önce örneği görülmemiş bir bütünleşme sağlanmakta, bir enformasyon devrimi yaşanmakta ve pazarlar, şirketler, örgütler ve yönetim uluslararası hale gelmektedir (Öymen, 2000: 26). Birleşmiş Milletler İnsan Hakları Komisyonu, küreselleşmeyi “sadece ekonomik olmayan sosyal, siyasal, çevresel, kültürel ve hukuksal boyutları da olan bir süreç” olarak tanımlamaktadır. Bu tanımda da görüleceği gibi, küreselleşme pek çok kavramı içerisine alan karmaşık bir olgudur. Tek başına ne siyasi, ne ekonomik,

ne üretim ve ne de sermaye hareketleri olarak değerlendirilebilir (Öymen, 2000: 27).

Küreselleşme kavramının anlamına ilişkin olarak yaşanan karmaşanın yanı sıra, tarihsel gelişimi konusunda da bir uzlaşma söz konusu değildir. Kimi yazarlar küreselleşmenin yeni bir gelişme olmadığını ve çok daha önce başlayan bir sürecin devamı olduğunu ileri sürerken; bazıları özellikle son çeyrek yüzyılda bilgi teknolojisinde ve telekomünikasyondaki gelişmelerle küreselleşmenin hız kazandığını ileri sürmektedir (Seymen ve Bolat, 2005: 17). Konuya ilişkin olarak Köse'nin (2012: 6) ifadeleri oldukça çarpıcıdır: “Büyük dinlerin küresel amaçlar taşıdıkları bilinmektedir. 19. Yüzyıl ütopyalarının özlemleri küresel bağlamda değerlendirilebilir. Proudhon'un dünya federasyonu özlemleri, Marx'ın proleterya enternasyonalizmi düşüncesi de küreselleşmedir. 1848'de yazdığı Komünist Manifesto'da Marx'ın yaptığı “yerel ve ulusal düzeyde kendine yeterlilikten vazgeçen uluslar, evrensel olarak karşılıklı bağımlılığı benimserler” şeklindeki değerlendirmenin, günümüzde küreselleşme olarak tanımladığımız süreci ifade ettiği açıktır. Bununla birlikte ilgili yazında küreselleşme olgusunun üç dönemde incelendiği görülmektedir.

Birinci Küreselleşme Dönemi: İlk küreselleşme dalgası 1870'de başlayıp 1914'de Birinci Dünya Savaşı'nı başlangıcına kadar devam etmiştir. Küreselleşmenin iktisadi anlamda oldukça ileri bir seviyede olduğu bu dönemde denizcilik ve tren yolu ulaşımının önemli ölçüde geliştiği, telgrafın icadı ile uzak mesafelerle iletişimin sağlandığı, böylece dış ticaretin arttığı görülürken; diğer taraftan (Aslan, 2005: 7-8) uluslararası ticaretin önündeki engel ve tarifeler yok denecek seviyelere gerilemiş, küresel piyasaların entegrasyonu derinleşmiş, ulaşım maliyetleri ve uluslararası alanda kişilerin serbest dolaşımı önündeki kısıtlamalar en düşük seviyeye inmiştir (Bayar, 2012: 26). Örneğin Balkanlı, küreselleşmeyi kar maksimizasyonu sağlamak amacıyla, girişimcilerin pazarlarını dünya ölçeğinde genişletmeyi hedeflemeleri olarak ele almakta ve bu hammadde ve pazar boyutunda 18.yy'ın sonu ve 19.yy başında geçerli olduğunu vurgulamaktadır (Aktaran Seymen ve Bolat, 2005: 18).

İkinci Küreselleşme Dönemi: Küreselleşme lehinde gelişen ilk evredeki olumlu hava 1914'lerden 1945-50'lere kadar süren evre içerisinde tersine dönmüştür. I. Dünya Savaşı ile başlayan, *Büyük Bunalım* ile devam eden ve II. Dünya Savaşı'nın bitmesiyle sona eren bu dönem, küreselleşme dinamiklerinin ve global entegrasyon akımlarının ciddi bir biçimde sekteye uğradığı bir dönemdir. Siyasi anlamda aşırı-milliyetçilik, iktisadi anlamda korumacılık ve kendi kendine yeterlilik türündeki eğilimler bu dönemin tipik özelliğidir (Bayar, 2012: 26). II. Dünya Savaşı Döneminde Avrupa'nın üretim kapasitesi tahrip olurken ABD dünyanın hâkim ekonomik ve sosyal gücü olarak yeniden liberalleşme eğilimlerini ön plana çıkarmıştır. 1944 Bretton Woods ile Uluslararası Para Fonu (IMF) ve Uluslararası İmar ve Kalkınma Bankası (Dünya Bankası- IBRD) kurulmuş ve uluslararası

ticareti engelleyen düzenlemelerin azaltılması yönünde kararlar alınmıştır (Aslan, 2005: 8)

Üçüncü Küreselleşme Dönemi: 1945-50 sonrası dönemde ve özellikle 1980 sonrasında ise küreselleşme büyük bir ivme kazanarak benzeri görülmemiş bir seviyeye ulaşmıştır. Bu durumun türlü nedenleri mevcuttur. Ekonomik anlamda, uluslararası ticaret hacmi ve uluslararası sermaye akımlarının hızı daha önceden eşi görülmemiş seviyelere erişmiş, küresel üretim süreçleri büyük bir dönüşüm yaşamıştır. Öte yandan, özellikle II. Dünya Savaşı sonrası dönemde böyle büyük bir savaşın bir kez daha yaşanmamasını teminen, siyasi küreselleşme ivme kazanmıştır. Ayrıca teknolojik anlamda, bu dönemde, yerkürenin hemen her kesimini etkisi altına alan bir iletişim devrimi yaşanmıştır. Son olarak ve bilhassa 1980 sonrasında, küreselleşmenin çevresel demografik ve kültürel boyutları dünya gündeminin ilk sıralarında yer almaya başlamıştır (Bayar, 2012: 27).

1980’li yıllarda gelişmekte olan ülkelerin özelleştirme, piyasa ekonomisine ve dünya ile bütünleşme sürecine geçiş çabaları yoğunluk kazanmıştır. 1990’larda ise doğu bloğu ülkelerinin yıkılması ile beraber küreselleşme hız kazanmıştır. Yine 1990’lı yıllarda GATT Uruguay Turu görüşmeleri çerçevesinde uluslararası ticaret üzerindeki engellerin kaldırılması ve WTO’nun kurulması söz konusu dönemde küreselleşmeye ivme kazandıran etmenler olmuştur. II. Dünya Savaşı sonrası hız kazanan küreselleşme 2000’li yılları yaşadığımız bu günlerde de dünya ölçeğinde de etkisini sürdürmeye devam etmektedir.

Ekonomik ve ticari açıdan yaşanan küreselleşmeyle birlikte eş anlı olarak gelişen bir diğer olgu ise rekabettir. Yakın bir geçmişe kadar ulusal sınırlar içerisinde mal ve hizmet üretip satmak işletmeler için yeterliydi (Dinçer, 2007: 79). Özellikle Neo-liberal küreselleşme ile birlikte rekabet ülkelerin ve firmaların ulusal ve uluslararası düzeyde başvurdukları önemli bir kavram haline gelmiştir (Erat ve Arap, 2016: 149). Dünyanın tek bir pazar haline gelmesi ulusal sınırlar içerisinde üretim yapan işletmeleri dünyanın ücra bir köşesinde üretim yapan farklı bir firmayla rekabet yapmak zorunda bırakmıştır. Bununla birlikte dışa açılma stratejileri, 1980’lere kadar egemen olan yaklaşımların yerine dünya piyasalarında sürdürülebilir ve rekabet gücüne dayalı bir anlayışa bırakmıştır (Erat ve Arap, 2017: 147).

Rekabet farklı amaçlarla, farklı unsurlar vurgulanarak tanımlanabilen ve iktisadi, siyasi ve sosyal boyutları olan bir kavramdır. En geniş anlamıyla, kıt bir şeyi paylaşmak veya bir ödül elde etmek amacıyla belirli kural ve kısıtlamalar çerçevesinde temel özgürlüklerin ve insan haklarının garanti altına alındığı ve hiçbir ayrıcalığın ve ayrımcılığın olmadığı bir ortamda birden fazla oyuncu arasında oynanan bir oyun veya bir yarış olarak tanımlanabilir (www.rekabetdernegi.org). Rekabet toplum içerisinde kimin daha iyi olduğunu belirlemekle birlikte, en iyi ikincinin birinciden daha iyi olmak için daha çok çaba göstermesini sağlar (Akgemici, 2008: 165). Aslında rekabet kavramı genel anlamda kişi ya da örgütlerin daha iyi, daha önde olmak için uğraş halinde olmaları olarak ifade

edilebilir. Diğer bir ifade ile rekabet, bir işletmenin müşterilerinin isteklerini, diğer işletmelerden daha etkin olarak yerine getirmesi, yani mal ve hizmetleri daha kaliteli ve ucuz olarak üretip pazara sunması yarışıdır. Rekabetçilik ya da rekabet edebilirlik kavramı işletmelerin kaynak, kabiliyet ve varlıkları ile sektörde faaliyet gösteren rakipleri karşısında ayakta kalabilme ve mücadele edebilme durumunu ifade eder (Gürpınar ve Döven, 2007: 15). Kavram en basit tanım ile üstün olma mücadelesidir (Saruhan ve Yıldız, 2009: 34).

1960’lı yıllarda işletmeler için en önemli konu verimliliği artırma ve daha fazla üretebilmek olduğundan rekabet bu dönemde üretim odaklıdır. 1970’li yıllara gelindiğinde dünya genelinde arzın talebi aşmaya başlaması ile birlikte uluslararası ticaretin ilk adımları atılmış ve maliyet ve fiyat kavramları ön plana çıkmıştır. Dolayısıyla bu dönemde rekabet maliyet ve fiyat odaklıdır. 1980’li yıllarda ise TKY felsefesinin yaygınlaşmasıyla birlikte kalite kavramı ön plana çıkmış ve rekabet kalite odaklı olmuştur. 1990’lı yıllara gelindiğinde hız ve esneklik rekabet çabalarında önemli kavramlar haline gelmiştir. 2000’lerde ise yenilikçi ve yaratıcı felsefenin ürünü olan benzersiz ve müşteriye özel ürünler üzerinden rekabet şekillenmiştir. Dolayısıyla bu dönem yenilik ve yaratıcılık odaklıdır (Akgemici, 2008:167).

TOPLAM KALİTE YÖNETİMİ

Dünyanın tek bir pazar halini dönüştüğü bu yeni düzen içerisinde rekabet oldukça dinamikleşmiş ve rekabet edebilirlik işletmeler açısından hayati bir önem taşımaya başlamıştır. Nitekim farklı ülkelerde üretilen birçok marka ürün dünyanın diğer farklı ülkelerinde en yakın mağaza ve satış merkezlerinden temin edilebilir hale gelmiştir (Küçük, 2016: 25). Bu noktada müşteri memnuniyetini temel hedef olarak belirleyen TKY anlayışı, müşterinin arzu etmiş olduğu kalitede mal ve hizmeti daha uygun maliyette ve daha hızlı bir biçimde müşteriye ulaştırmayı başarının temel unsurları olarak belirlemiş ve yıkıcı rekabetten ancak kaliteli mal ve hizmet üreterek baş edilebileceğine vurgu yapmıştır.

Kelimeleri tek tek ele alırsak, “*toplama*” o ürün veya hizmetle ilgili her birimi, her fonksiyonu ve her süreci kapsar. “*Kalite*” kelimesi ölçülebilen yönetim değerleri demektir. “*Yönetim*” ise mükemmelliği sağlayabilmek için tüm kaynaklar ve faaliyetlere uygulanan teknik ve prensiplerdir. TKY’nin bütün tanım ya da anlatımlarında üst kademe yönetimin desteği, müşteri ve tedarikçilerle ilişkiler ve çalışanların katılımı gibi bazı ortak unsurların temel görülmektedir (Ateş ve Batuk, 2007).

TKY anlayışının temeli, kalite kontrol kavramına dayanmaktadır. Kavram ilk olarak 1947 tarihinde Japonya’da Faigenbaum tarafından tanımlanmıştır. Faigenbaum, Kalite Kontrolünü; “bir üretim sistemi içerisinde kalitenin önceden tasarlanmış standartlara uygun bir biçimde gerçekleştirilmesine yönelik faaliyetler” şeklinde tanımlamıştır (Halis, 2000: 58). İşletmelerde üretilen ürün ve hizmet bakımından arzu edilen kalite standartlarına ulaşabilmek ve kalitenin sürekli olarak

geliştirilebilmesi için kalite kontrol işlemlerinin gerçekleştirilmesi gerekmektedir (Tekin, 1999: 61). Bununla birlikte Toplam Kalite Kontrolü (TKK) kavramının açıklanması gerekmektedir. Yine Faingenbaum’ a göre tüketici ihtiyaçlarına en üst düzeyde tatmin sağlamak amacıyla ürün ve hizmetlerin en düşük maliyette üretebilmek için, bir örgütteki farklı birimlerin kalite geliştirme, kaliteyi kararlı hale getirme ve kaliteyi iyileştirme uygulamalarını uyumlaştırıp bir araya getiren etkin bir sistemdir (Iswikawa, 1997: 92). Dolayısıyla kavramın yönetim kavramını da barındırdığı anlaşılmaktadır.

TKY kaynakların en verimli şekilde kullanılarak insan ihtiyaçlarının karşılanması gerekliliğinin sonucunda ortaya çıkmıştır. Dolayısıyla kaynaklardan en iyi şekilde istifade etmek; israfın, duraklamaların ve ara stoklamaların olmaması esasına dayanmaktadır (Küçük, 2016: 67).

TKY, sosyal bir varlık olan işletmeler açısından bir yaşam felsefesiyken; ürün açısından ise kalite uygulamalarına yönelik sistemsel bir gelişimi ifade eden bir yaklaşımdır. Bu yaklaşım içerisinde iç ve dış tüm müşterilerin girdi, problem çözme ve karar almaya katılımlarını öngören katımlı yönetim (yönetişim) anlayışını öngörür. Kısacası TKY sistemli ve planlı olarak mükemmelliğe ulaşma, kalitenin geliştirilmesine yönelik sürekli devam eden bir döngü içerisinde daha iyiyi ve daha mükemmeli arama’ süreci olarak tanımlayabiliriz (Ateş ve Batuk, 2007). Bir diğer tanımda Küçük (2016: 68) TKY’yi, örgüt fonksiyonları ve sonuçları yerine süreçler üzerinde odaklanan, tüm çalışanların niteliklerinin geliştirilmesiyle yönetim kararlarını sağlıklı bilgi ve veri toplanması analizine ve tüm personelin katılımına dayandıran, örgütün beşeri faktörler dahil tüm kaynaklarının bütünlük içinde ele alan bir yaklaşım, şeklinde tanımlamaktadır. Dolayısıyla TKY tüm çalışanların sorumluluğu altında, insan odaklı, sürekli iyileşme ve gelişme anlayışı içerisinde gelişen bir kalite bilincinin oluşmasına ve yönetilmesine vurgu yapmaktadır.

İÇ GİRİŞİMCİLİK

Yıkıcı küresel rekabetin yaygınlaşması, ekonomik, teknolojik, yasal, politik ve kültürel çevredeki hızlı değişim ve dönüşümlerin dinamikleşmesi, küresel firmalarda olduğu gibi ülkemizde de birçok işletmeyi hayatta kalabilmek adına kendi girişimsel potansiyellerini harekete geçirmeleri yönünde teşvik etmektedir (Ağca ve Yörük, 2006: 157). Faaliyet halindeki bir organizasyondaki bu potansiyelin harekete geçirilmesi işlemine kısaca iç girişimcilik denmektedir. Ağca ve Kurt’un (2007) belirtmiş olduğu üzere akademisyenler ve uygulamacılar iç girişimcilik kavramına 80’li yıllardan beri ilgi göstermektedirler. Bunun nedeni iç girişimcilik olgusunun firma karlılığı ve ekonomik büyümeye önemli katkılarının olmasıdır.

Girişimciliğin bir alt alanı olarak beliren iç girişimcilik kavramı, örgüt içindeki girişimcileri ifade ederken, girişimci kişilik ya da girişimci karakteristikler konusunda yeni bir alanın açılmasına da zemin hazırlamıştır (Özdevecioğlu ve Karaca, 2015). İç girişimcilik bir örgütsel ağ içinde veya kurulu bir işletme içinde

kendi yeteneğini kanıtlamış bireylerin, diğer insanlarla ilişki geliştirerek, iletişim kurarak ve bunları kendi yetenek ve değerleriyle bir araya getirip değerlendirerek kendilerini tanıyıp keşfetmeleri ve kendilerinin farkına varmaları ile başlayan bir başka girişimciliğin içinde yaşama imkânı bulmaya başlayan girişimcilik türüdür. Günümüzde işletmeler için iç girişimcilik giderek önem kazanmaktadır. Çünkü iç girişimcilik sayesinde girişimcilik ile ilgili sorumluluklar bir kişide değil tabandan tavana tüm yönetim kademelerine yayılır. Bu durumda işletmelere rekabet avantajı sağlar. Çünkü iç girişimcilik; karlılığı, stratejik yenilenmeyi, yeniliği, bilgi kazanımını ve uluslararası başarı için harekete geçmeyi özellikle vurgular.

Bağımsız girişimci ile iç girişimcilik kavramı birbiri ile aynı kavramlar değildir. Bu iki kavram üç nedenden dolayı birbirinden ayrılır. Bu nedenlerden birincisi iç girişimci kurulu bir işletme içerisinde dar bir alanda hareket edip kararlar alırken, bağımsız girişimci son derece geniş bir pazarda çalışmaktadır. İkincisi iç girişimci zaten kurulu olan bir ortamın içerisinde çalışırken bağımsız girişimci çalışabileceği bir ortam kurmaya çalışmaktadır. Üçüncü ve sonuncusu ise aldıkları risk ve ikna etmeye çalıştıkları grupların farklılığıdır. İç girişimci bir firmanın içerisinde çalışmaktadır. Bundan dolayı aldıkları kararlar firma riskini oluşturur. Oysa bağımsız girişimcinin aldığı risk kendisini ilgilendirir. Sonuç olarak bağımsız girişimci müteşebbistir. İç girişimci ise müteşebbisin yanında bir çalışandır.

Ağca ve Yörük (2006: 161-162) The American Heritage Dictionary of the English Language’ den alıntıladıkları tanımda iç girişimciyi (intrapreneur) büyük bir firma içinde bir fikri, risk alma ve yenilik yapma yoluyla karlı nihai bir ürüne dönüştürme sorumluluğunu üstlenen kişi” olarak tanımlandığını belirtmektedirler.

İç girişimcilik kavramına ilişkin dış yazın incelendiğinde kavrama ilişkin farklı isimlendirmelerin olduğu görülmektedir. Bunlar; Intrapreneurship (İç Girişimcilik) (Kuratko vd., 1990; Hostager vd., 1998; Antoncic ve Hisrich, 2001); Corporate Entrepreneurship (Firma Girişimciliği) (Zahra vd., 2000; Zahra, 1991; Hornsby vd., 2002), Corporate Venturing (Kurumsal Girişim) MacMillan ve George, 1985; Stopford ve Baden 1994), Internal Corporate Entrepreneurship (Kurumsal İç Girişimcilik) Jones ve Butler (1992) ve Entrepreneurial Orientation’dur (Girisimcilik Yönelimi) (Lumpkin ve Dess 1996; Knight; 1997).

İç girişimciliğe ilişkin tanımlar genel olarak değerlendirildiğinde, organizasyon içerisinde yeni ürün ve hizmetler, yeni düşünce ve fikirler, yeni hizmetler, yeni teknolojiler, yeni yönetim teknikleri, yenilikçi stratejiler ve rekabet pozisyonu geliştirme, kurum içerisinde yeni işler yaratma, yeni kaynak kombinasyonları oluşturma, yeni yetenekler elde etmek, fırsat alanlarının genişletilmesi, organizasyonel dönüşüm, değer yaratma, kazanç getirici beceri ve yetenekler geliştirme, firma karlılığının artması, uzun dönemli büyüme, sürekli iyileştirmelerin yapılması, rekabetçi pozisyonu geliştirmek gibi kavramların ön plana çıktığı görülmektedir.

PSİKOLOJİK SAHİPLENME

Örgüt araştırmaları içerisinde PS olgusunun psikolojik bağlamda ele alındığı görülsede PS'ye ilişkin çalışmaların insan gelişimi, psikoloji ve sosyoloji literatürüne dayandığı bilinmektedir. Kimi yazarlar sahipliğin doğası gereği çok boyutlu olduğuna vurgu yapmaktadır (Etzioni, 1991: 465; Pierce vd., 1991: 124). Bunlar yasal (formal,) sahiplik olgusu ve psikolojik bağlamda deneyimlenen sahiplik olgularıdır. Ancak yazın bu olguları ilişkili görmesine rağmen, yasal ve psikolojik sahiplenme arasında önemli farklılıkların olduğu belirtilmiştir. Yasal sahiplik kamusal bağlamda yasal dayanaklara sahipken, PS ise kişisel bağlamda sahip olunan hislere dayanmaktadır (Pierce vd., 2003: 5-6). Bununla birlikte psikolojik bağlamda içerisinde üç önemli tespit yapıldığı görülmektedir: 1) sahiplenme duygusunun insani bir durumdur. 2) İnsanlar doğadaki maddi ve maddi olmayan çeşitli tüm objelere yönelik sahiplenme hissi geliştirebilir. 3) Sahiplenme duygusunun önemli davranışsal, duygusal ve psikolojik sonuçları vardır (Pierce vd., 2001: 299; Pierce vd., 2003: 5).

İşletmeler özelinde sahiplik araştırmaları üç dönemde ele alınabilir. İlk çalışmaların finansal sahiplik ekseninde geliştiği görülmektedir. Bu ilk dönem araştırmaları temelde iş gören devir hızı, devamsızlık, şikâyetleri azaltma, iş gören yabancılaşması, örgütsel etkililik gibi işyerlerinde var olan temel problemlerin çözümüne odaklanmıştır (Pierce vd., 1991: 121). İkinci dönemde ise araştırmaların psikolojik çıktılara yöneldiği anlaşılmaktadır. Bunlar pozitif işgören tutum ve davranışları geliştirmeye yöneliktir (Pierce vd. 1991; Pierce ve Furo, 1991). Ancak her iki döneme de ait finansal sahiplik ile işgören tutum ve davranışları arasındaki ilişkileri konu alan araştırmaları bir bütün olarak incelediklerini belirten Pierce ve Furo (1991) finansal sahiplik planlarının, işgörenlerin olumlu tutum ve performansları üzerinde çelişkili sonuçlar ortaya çıkardığını belirtmişlerdir. Sorunun kaynağına inen araştırmacılar yasal sahiplikle eşdeğer olarak değerlendirilen finansal sahipliğin her koşulda olumlu sonuçlar doğurmayacağını, bunun için yasal sahipliğin bireye tanımış olduğu tüm hakların finansal sahiplikte de konu olması gerektiğini vurgulamışlardır. Ancak bu şekilde yasal sahiplik duygusal düzeye ulaşacaktır. Bu haklar 1) nesnenin fiziksel ve/veya finansal değeri üzerinde bir kısım hisselere sahip olma hakkı, 2) sahip olunan nesne üzerindeki kullanma (kontrol) hakkı, 3) sahip olunan nesne hakkında bilgi alma hakkıdır (Pierce vd., 1991: 125). Dolayısıyla bu haklar sahipliğin duygusal yönünün gelişmesine zemin hazırlamaktadır. Bu durum finansal sahiplik olmaması durumunda da işgörenlerin işlerine ve örgütlerine karşı sahiplenme hissedebileceklerini ortaya çıkarmış ve psikolojik sahiplenme üzerine araştırmalar başlamıştır.

Dış yazında psychological ownership (psikolojik sahiplenme/psikolojik sahiplik) olarak kavramsallaştırılan PS olgusu pozitif iş gören tutum ve davranışlarının önemli bir etkileyicisi olarak görülmektedir (Van Dyne ve Pierce, 2004: 439). Pierce vd., (2001) tarafından örgütsel düzlemde ele alınan (Pierce vd., 2004: 511)

bu olgu, belirli koşullar altında örgüt üyelerin örgüt ve çeşitli örgütsel faktörlere ilişkin geliştirdikleri sahiplik hissi olarak tanımlarken, kişinin kendini sahipliğin odağında yada sahipliğin bir parçasıymış gibi hissetmesinin bir ifadesi olarak ifade edilmektedir (Pierce vd., 2001: 298, 299). Bir diğer tanımda Mahhew vd. (2007: 477) PS’yi mülkiyet hakkının resmi ya da yasal iddiasının yokluğundaki sahiplenme duygusu olarak tanımlarken, bu tanıma benzer bir şekilde Vandewalle vd.’nin de (1995: 211) işgörenlerin yasal bir sahiplikleri olmamasına rağmen iş ve örgütlerine karşı sahiplenme duyguları hissetmeleri olarak tanımladığı görülmektedir.

Psikolojik sahiplenmeye ilişkin bu temel güdüleri araştıran Pierce vd (2001), psikolojik sahiplenme boyutları diye tanımladıkları üç temel güdü ortaya koymuşlardır. Bu boyutlar etkililik ve etkileme, öz-kimlik ve bir alana sahip olmadır. Bu boyutlardan farklı olarak Avey vd. (2009), yeni bir boyut olarak değerlendirdikleri “sorumluluk” boyutuna değinmektedir. Mahhew vd. (2007: 477) psikolojik sahiplenmenin iş yeri düzleminde iki farklı şekilde çıktığını iddia etmektedirler. Bunlar iş tabanlı psikolojik sahiplenme ve örgüt tabanlı psikolojik sahiplenmedir. Bir diğer çalışmada Pierce vd., (2001) psikolojik sahiplenmenin destekleyici ve önleyici olmak üzere iki odağa sahip olduğunu belirtmektedirler.

TOPLAM KALİTE YÖNETİMİ PSİKOLOJİK SAHİPLENME VE İÇGİRİŞİMCİLİK İLİŞKİSİ

İnsanlar çeşitli somut ve soyut hedeflere ilişkin sahiplik duygusu hissettikleri andan itibaren hedefe yönelik bir yakınlık hissetmektedir. Bu hedef bazen şirket kafeteryasında oturma yeri olarak tercih edilen küçük bir koltuk olabileceği gibi bazen de bir bütün olarak tüm endüstri veya örgüt olabilmektedir. Örneğin bir işyerinde bir tekniker için sahipliğin hedefi tercih etmiş olduğu bir bilgisayar programı ya da bir alet seti olabilmekteyken, bir mühendis için belirli bir ürünün tasarımı olabilmektedir ya da bir yönetici daha özelde örgütün stratejik önceliklerine, misyonuna, bir fikre sahiplenme hissedebilmektedir (Avey, 2009: 174,175). Bu yönüyle değerlendirildiğinde TKY anlayışının örgüt içerisinde işgörenler tarafından sahiplenilmesi ve TKY anlayışına yönelik pozitif tutum ve davranışlar geliştirmesi psikolojik sahiplenme olgusuyla sağlanabilir.

Örgüt içerisinde arzu edilen bir durumun işgönerlerce sahiplenilmesi bu durumun kalıcı olabilmesi açısından önemlidir. TKY anlayışının kalıcı olabilmesi ancak işgönerlerin onu benlikleriyle bütünleştirmelerine ve örgüt içerisindeki kimliklerini onun üzerinden inşa etmelerine bağlıdır. Bu bakımdan hedef, insanların kendilerini ne şekilde tanımladıklarına ilişkin bir sembol olarak değerlendirilmektedir (Avey vd., 2009: 174). Diğer bir ifade ile insanlar sahip oldukları ile diğer kişilere kendi kendilerini tanımlama, öz-kimliklerini ifade etme ve zaman içinde öz devamlılıklarını sağlamayı amaçlamaktadırlar (Pierce vd. 2001: 300). Sahiplik ve ilişkili olduğu psikolojik durum, kişi tarafından belirli bir hedefi sahiplenmeyle ifade edilebilir. Kişi potansiyel olarak kendisinin olduğunu hissedeceği hedefe

yönelik enerji ve kaynak harcadığı sahiplik sayesinde bu güdüsünü tatmin edecektir (Pierce vd., 2001: 300).

TKY felsefesinin odağında insan vardır. Örgüt fonksiyonlarının icra edicisi ve nihai hedefin tüketiciler olması bakımından insan faktörü TKY içerisinde son derece önemli hale gelmektedir. Başarılı bir takım oyuncusu olmak insan davranışını güdülemekte ve işgörenlerin davranışlarını etkilemektedir (Işık ve Zincirli, 2016: 93). Nitekim diğer örgütsel unsurlara ilişkin verimliliklerin artırılması da insan unsuruna bağlıdır. Bu bakımdan tüm çalışanların katılımı TKY açısından en önemli ilkelerden biridir (Küçük, 2016: 27). TKY anlayışının odaklanmış olduğu kalite anlayışı yönetim kadar tüm çalışanlarında sorumluluğunda olan bir durumdur (Küçük, 2016: 69). Dolayısıyla insan unsurunun bu denli önemli olduğu TKY anlayışı içerisinde psikolojik bağlamın ötelenmesi düşünülemez. Nitekim Pierce vd. (2003: 1) sahiplik duygusunun önemli davranışsal, duygusal ve psikolojik sonuçlarının olduğunu belirtmektedirler. Bu bağlamda PS TKY anlayışının örgütsel bir kültür haline dönüşmesinde önemli bir görevi yerine getirebilir.

TKY anlayışı tüm çalışanların sorumluluğunda gelişebilir. Avey vd., (2009: 177) sorumluluk hissini sahiplenme PS'nin bir bileşeni olarak değerlendirmektedir. Yine TKY anlayışı içerisinde organizasyonun tüm çalışanları müşterilerin talep ve beklentilerini en iyi şekilde karşılamakla sorumludur. Bu durum yetki ve sorumluluk alanlarının genişlemesine ve dolayısıyla örgütsel bilgi akışının son derece etkin olmasına bağlıdır. Psikolojik sahiplenme yazını içerisinde hedef nesne hakkında bilgi alma sahiplenme için gerekli haklardan biri olarak belirtilmektedir. Nitekim Pierce vd., (1991) yazının, yasal sahipliği genel olarak üç temel hak üzerinden tanımlandığını belirtirken bunlardan birinin de sahip olunan nesne hakkında bilgi alma hakkı olduğunu belirtmektedirler (Pierce vd., 1991: 125). Bu durum sahipliğin duygusal yönünü geliştirmekte ve sahiplenmeye ortam hazırlamaktadır. Dolayısıyla örgüt içerisindeki etkin ve açık iletişim bilginin gerekli zamandan gerekli olduğu yerde olmasını sağlamasının yanı sıra hem TKY'nin gelişmesini hem de çalışanların TKY anlayışını sahiplenmesine katkı sağlayacaktır.

TKY'nin temel ilkelerinden bir tanesi Tam Katılım ilkesidir. Bu ilke, kalitenin tüm iş ve süreçlerde tüm organizasyon çalışanlarının katılımıyla gerçekleştirilmesini temel almaktadır. Dolayısıyla kişilerin etkinliği TKY içerisinde en önemli vurgulardan biridir. Bununla birlikte bireylerin çalışmış oldukları örgüt ve yapmış oldukları işlerini sahiplenmeleri onun üzerindeki etkililik ve etkileme güdülüleriyle yakından ilişkili görülmektedir. Bu güdünün altında yatan ana neden kontrol sahibi olma isteğidir. Sahiplik ve bu durumun sağladığı haklar kişilerin çevrelerini keşfetme ve değiştirmelerine izin verir. Bu şekilde kişiler doğalarındaki başarılı olma ihtiyacından dolayı tatmin olmaktadır. Kişinin kontrol veya eylemleri sonucunda istenilen çıktılar elde edildikçe etkililik duygusu, memnuniyet ve dışsal bir tatmin oluşmaktadır. Çevreyi değiştirmede nedensel etkililiği yaşama arzusu,

sahip olma girişimlerine ve sahiplik hislerinin ortaya çıkmasına neden olmaktadır (Pierce vd. 2001: 300).

TKY anlayışının bir organizasyonda başarılı bir şekilde uygulanması ancak üst yönetimin onu sahiplenmesi ve desteğiyle sağlanabilir. Bu destek sahiplenmeye uygun örgüt yapısının geliştirilmesiyle sağlanabilir. Nitekim O’Driscoll vd., (2006: 390) işgören duygu, motivasyon ve davranışlarının örgüt yapısından etkileneceğini belirtmektedir. Liderlik ve Psikolojik sahiplenme üzerine yapılan araştırmalarda önem düzeyi yüksek ilişkilere rastlanmıştır (Avey vd., 2009; Ghafoor vd., 2011; Bernhard ve Driscoll, 2012; Zhu vd., 2013; Avey vd., 2012; Avey vd., 2009; Ghafoor vd., 2011; Bernhard ve O’Driscoll, 2011; Zhu vd., 2013). Kimi liderlik özellikleri işgörenlerin yapmış oldukları iş ve örgütleri üzerindeki öz etkinliklerini, mesuliyet ve sorumluluk hislerini arttırmakta ve yapmış oldukları işleri ve içerisinde çalışmış oldukları örgütlerini benlikleriyle bütünleştirmelerini sağlamaktadır. Ancak, psikolojik sahiplenme üzerindeki liderlik etkisini sadece doğrudan bir etki olarak değerlendirmemek gerekir. Çünkü lider, davranışlarının dışı yansımalarının toplamı olarak değerlendirilen yönetim felsefesi ile örgüt yapı ve özellikleri arasında çoğu zaman sıkı bir ilişki olduğu bilinmektedir (Uçar, 2016: 183). İşgörenlerin sahiplenme hisleri, norm, kural, hiyerarşi, uzmanlaşma, standartlaşma, merkezileşme gibi unsurların örgütsel düzeyine bağlıdır. Özellikle işlerin aşırı standartlaştığı ve çalışanların tek tip davranışlar sergilemelerinin beklendiği katı ve mekanik örgüt yapıları, bir yandan bireylerin psikolojik sahiplenme için gerekli güdülerini bastırmalarına neden olurken diğer taraftan psikolojik sahipliğin gelişmesine katkı sağlayan mekanizmaların oluşmasını da engellemektedir (Pierce vd., 2003: 24-25). Dolayısıyla psikolojik sahiplenme iş üzerinde kontrole ve yetki göçerimine vurgu yapmaktadır. TKY anlayışının her çalışana yüklemiş olduğu sorumluluk, katılımcı ve demokratik yönetim anlayışı psikolojik sahiplenmenin öncülleriyle birebir örtüşmektedir. Denebilir ki; TKY’nin varsayımları sahiplenmeyi ortaya çıkaran uygun örgütsel ortam faktörlerine vurgu yapmaktadır.

İç girişimcilik olgusunun kavramsallaştırılmasına yönelik araştırmalar organizasyon içerisinde yeni ürün ve hizmetler, yeni düşünce ve fikirler, yeni hizmetler, yeni teknolojiler, yeni yönetim teknikleri, yenilikçi stratejiler ve rekabet pozisyonu geliştirme, kurum içerisinde yeni işler yaratma, yeni kaynak kombinasyonları oluşturma, yeni yetenekler elde etmek, fırsat alanlarının genişletilmesi, organizasyonel dönüşüm, değer yaratma, kazanç getirici beceri ve yetenekler geliştirme, firma karlılığının artması, uzun dönemli büyüme, sürekli iyileştirmelerin yapılması, rekabetçi pozisyonu geliştirmek gibi kavramları ön plana çıkarmıştır. (Kuratko vd., 1990; Hostager vd.1998; Antoncic ve Hisrich, 2001; Zahra vd., 2000; Zahra,1991; Hornsby vd., 2002;-MacMillan ve George, 1985; Stopford ve Baden 1994; Jones ve Butler(1992; Lumpkin ve Dess1996; Knight; 1997). Nitekim KY örgütün her alanında bütünsel bir gelişime vurgu yapmaktadır. Çoğu araştırmacı her alanda yeniliği iç girişimciliğe yönelik

operasyonların odak noktası olarak değerlendirmektedir. İç girişimciliğin yenilikçi yönü ürün ve hizmet geliştirmeyi kapsamış olmasının yanı sıra yönetim, üretim, pazarlama, satış, dağıtım gibi organizasyon fonksiyonlarına yönelik yeni yönetim ve teknolojileri de kapsamaktadır. Dolayısıyla bu yeniliklerin sonuçları yeni ürünlerden yeni pazarlara ve yeni süreçlere kadar uzanmaktadır (Ağca ve Kurt, 2007: 93). Knight, gittikçe şiddetini arttıran küresel rekabet şartları içerisinde yenilikler yapmada öncü olan kuruluşların karşı karşıya olduğu tehditler açısından yaratıcı ve benzersiz çözümler geliştirdiğini belirtmektedir. Bir diğer ifadeyle iç girişimcilik firmaların yaşamlarına devam etmeleri ve büyük başarılar sağlamaları için önemli bir araçtır (1997: 214). Tüm bu nedenlere bağlı olarak TKY anlayışının iç girişimcilikle desteklenmesi kaçınılmaz hale gelmektedir. Çünkü iç girişimcilik sayesinde girişimcilik ile ilgili sorumluluklar bir kişide değil tabandan tavana tüm yönetim kademelerine yayılır. Bu durumda işletmelere rekabet avantajı sağlar. Çünkü iç girişimcilik; karlılığı, stratejik yenilenmeyi, yeniliği, bilgi kazanımını ve uluslararası başarı için harekete geçmeyi özellikle vurgular. Dolayısıyla iç girişimcilik TKY'nin doğasında zaten var olması gerekli bir olgu olarak karşımıza çıkmaktadır. Çünkü TKY'nin temelinde sürekli gelişim, sürekli iyileşme ve sürekli yenileşme yatmaktadır.

SONUÇ

Günümüz dünyasında artan rekabetle baş etmek örgütler için bir takım yeteneklerin kazanılmasına bağlıdır. Özellikle de insan unsuru işletmeler açısından oldukça önemli bir kaynaktır. Bu kaynağı en etkin ve verimli bir biçimde kullanmak küresel ortamda işletmeler için çok önemli başarılarla ortam hazırlamaktadır. TKY anlayışı insana yapmış olduğu vurgu bakımından önemlidir. Bu anlayış içerisinde başarı bütünsel hareket tarzının bir sonucu olarak değerlendirilmektedir. Dolayısıyla tüm çalışanların katılımı ve sahiplenmesi TKY açısından vazgeçilmezdir. Bununla birlikte çalışanların örgütsel karar ve yönelimlere direnç göstermenin aksine sahip çıkmaları gerekmektedir. Bu noktada örgüt ve yönetim araştırmalarında pozitif örgütsel davranış çıktılarıyla olumlu yönde ilişkilendirilen psikolojik sahiplenme olgusu önemli hale gelmektedir. Çalışanların TKY anlayışına sahip çıkmaları için onlara bir takım ortamlar hazırlanmalıdır. Örneğin istedikleri zaman bilgiye ulaşabilmeli, işleri üzerinde kontrollerinin ve etkilerinin olduğunu bilmeleri ve sorumluluk hissetmeleri psikolojik sahiplenme hissinin oluşması açısından önemlidir.

TKY anlayışının temel çıktıları sürekli iyileşme, sürekli gelişme ve sürekli yenileşmedir. Buradan hareket ettiğimizde iç girişimcilik kavramının TKY açısından nedenli önemli olduğu kolayca anlaşılabilir. Küresel ölçekte işletmelerin dinamiklerinin gücü ürün, hizmet, süreç, yönetim teknikleri, yeni stratejiler vb. birçok hususta yenilikçi girişimlerine bağlıdır. Bu durum onların hem küresel rekabet ortamında yaşamlarını sürdürmeleri açısından önemliyken hem de yeni fırsat alanları yaratması bakımından da çok daha önemli hale gelmektedir.

İşletmelerin küresel rekabet ortamında hayatta kalabilmeleri ve hatta rekabeti yönlendirmeleri onların TKY anlayışına ne denli adaptasyon sağladıklarıyla ilgilidir. İşletmeler açısından yaşamsal olan bu stratejik unsuru besleyecek mekanizmaların tespit edilmesi ve buralardan beslenmesinin sağlanması gerekmektedir. Bu bakımdan psikolojik sahiplenme ve iç girişimcilik olguları TKY için önemli hale gelmektedir. Dolayısıyla bilim insanlarının ve yönetim uygulamacılarının bu gerçeklere göre hareket etmeleri ve örgüt yapı ve yönetim esaslarını bu temelde inşa etmeleri önemli hale gelmektedir.

Çalışmada ele alınan bağlantılara dayalı olarak TKY anlayışının küreselleşme ve küreselleşmenin hızına bağlı olarak ivmesini attıran rekabet açısından önemli hale geldiği anlaşılmaktadır. Dolayısıyla işletmelerin küresel rekabet ortamında yaşamlarını sürdürebilmeleri etkin ve sürdürülebilir bir rekabet altyapılarının olmasına bağlıdır. TKY bu anlamda önemli bir yaklaşım olarak benimsenebilir. Ancak TKY'nin bir örgüt kültürü olarak benimsenmesi ve tüm çalışanlarca sahiplenilmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda psikolojik sahiplenme TKY anlayışının bir örgütte yerleşmesini ve devamlılığını sağlayacak bir ortam hazırladığından önemli bir unsurdur. TKY açısından bir diğer önemli unsur sürekli gelişme ve yenileşmedir. Bir firma içerisinde buna yönelik en önemli araç ise iç girişimcilik olgusunun varlığı ve bu olgunun firma içerisindeki düzeyidir. Dolayısıyla sürekli gelişim ve dinamizm için TKY iç girişimcilikten beslenmesi gerekmektedir.

KAYNAKÇA

- Ağca V., Yörük D. (2006). “Bağımsız Girişimcilik ve İç Girişimcilik Arasındaki Farklar: Kavramsal Bir Çerçeve”, *Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, C:8, Sayı:2: 155-173, 2006.
- Ağca, V., & Kurt, M. (2007). “Intrapreneurship and Its Deta Conceptual Framework” Erciyes Universty. *Journal of Faculty Economics and Administrative Sciences*, 29, 83-112.
- Ağca, Veysel, Yörük, D. (2006). “Bağımsız Girişimcilik ve İç Girişimcilik Arasındaki Farklar: Kavramsal Bir Çerçeve”. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi* (C.VIII, S.2, 2006). SS: 155-167
- Akgemici, T. (2008) *Stratejik Yönetim*, (Yenilenmiş İkinci baskı). Gazi kitabevi: Ankara
- Antoncic, B. ve Hisrich, R.D., (2001). “Intrapreneurship: Construct Refinement and Cross-Cultural Validation”, *Journal of Business Venturing*, 16 (5), ss. 495-527.

Uçar ve Erçelik (2017), “Küreselleşme Bağlamında Başarılı Bir Toplam Kalite Yönetimi İçin Psikolojik Sahiplenme ve İç Girişimciliğin Rolü: Kuramsal Bir Analiz”, *BEÜ SBE Derg.*, 6(2), ss. 158-176.

- Aslan, N. (2005). *Dünya Ekonomisinde Gelişmeler: Küreselleşme, Ekonomik Entegrasyon Küresel ve Bölgesel Yaklaşım* Osman Küçükahmetoğlu, Hamza Çeştepe, Şevket Tüylüoğlu (Ed.), (ss: 5–22), Ankara: Ekin Kitapevi.
- Avey, J. B., Avolio, B. J., Crossley, C. D., ve Luthans, F (2009). “Psychologicalownership: Theoretical Extensions, Measurement and Relation to Work Outcomes” *Journal of Organizational Behavior*, 30(2), 173-191.
- Balay, R. (2004). “Küreselleşme, Bilgi Toplumu ve Eğitim”. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 37(2): 61-82
- Bayar, F. (2008). “Küreselleşme Kavramı ve Küreselleşme Sürecinde Türkiye”. *Ekonomik Sorunlar Dergisi*, (32): 25-44
- Bozkurt, V. (2007). “Küreselleşme; Kavram, Gelişim ve Yaklaşımlar”. [http://www.genbilim.com/content/view/1659/86/\(18/02/2012\)](http://www.genbilim.com/content/view/1659/86/(18/02/2012)).
- Diñçer, Ö. (2007). *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*. İstanbul: Alpha Basım Yayın ve Dağıtım Ltd. Şti.
- Doğan, Ö. (2007). *Teknoloji Yönetimi ve Küresel Rekabet*. Bursa: Dora Yayınları.
- Erat, V. ve Arap, İ. (2016). *Dünyada ve Türkiye’de Bilim-İktidar İlişkisinin Evrimi*, Ankara: Notabene Yayınları.
- Erat, V. ve Arap, İ. (2017). Kalkınmadan Rekabete Türkiye’de Planlamanın Dönüşümü. *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 1(18), 137-156.
- Erdoğan, E. (2003). “Küreselleşen Dünyada Türkiye’nin Rolü ve Kırılgan Demokrasiyi Korumak”. <http://www.urbanhobbit.net/PDF/kuresellesme.pdf> (24.02.2012)
- Etzioni, A. (1991). “The Socio-Economics of Property. In F. W. Rudmin (Ed.), To Have Possessions: A Hand Book on Ownership and Property”, *Special Issue, Journal of Social Behavior and Personality*, 6(6), 465-468.
- Etzioni, A. (1991). *The Socio-Economics of Property. In F. W. Rudmin (Ed.), To Have Possessions: A Hand Book on Ownership and Property. Special Issue, Journal of Social Behavior and Personality*, 6(6), 465-468.
- Gürpınar, K., & Döven, S. (2007). “Stratejik yönetim perspektifinden Türk mobilya sektörünün rekabet durumunun analizi”. *Afyon Kocatepe Üniversitesi, İİBF Dergisi* 9(1) 173-190.
- H. Ateş, F, Batuk, (2007). *Toplam Kalite Yönetimi*.<http://www.hkmo.org/tr/>

Uçar ve Erçelik (2017), “Küreselleşme Bağlamında Başarılı Bir Toplam Kalite Yönetimi İçin Psikolojik Sahiplenme ve İç Girişimciliğin Rolü: Kuramsal Bir Analiz”, *BEÜ SBE Derg.*, 6(2), ss. 158-176.

Hornsby, J.S., Kuratko, D.F. Ve Zahra, S.A. (2002). “Middle Managers’ Perception of The Internal Environment For Corporate Entrepreneurship: Assessing A Measurement Scale”, *Journal of Business Venturing*, 17 (3), ss. 253-273.

Hostager, T.J.; Neil, T.C., Decker, R.L., Ve Lorentz, R.D.; (1998), “Seeing Environmental Opportunities: Effects of Intrapreneurial Ability, Efficacy, Motivation and Desirability”, *Journal of Organizational Change Management*, 11 (1), ss. 11-25

Ishakawa, Kauro. (1997). *Toplam Kalite Kontrol*, 2. Baskı Çeviren: Kalder. Yayın No: 7, İstanbul.

Iswikawa, K. (1997). *Toplam Kalite Kontrol*. 2. Baskı. Çeviri: Kalder. Yayın no: 7. İstanbul.

Işık, M. ve Zincirkıran, M. (2016). “Kurumsal itibar algısının iş tatminine etkisinde örgütsel özdeşleşmenin aracı rolü: Doğu Anadolu Bölgesi üniversiteler üzerinde bir uygulama”. *İşletme Araştırmaları Dergisi*. 8 (3). 89-106.

Jones, G.R., Ve Butler, J.E.; (1992), “Managing Internal Corporate Entrepreneurship: An Agency Theory Perspective”, *Journal of Management*, 18 (4), ss. 733-749.

Knight, G.; (1997), “Cross-Cultural Reliability and Validity of A Scale To Measure Firm Entrepreneurial Orientation”, *Journal of Business Venturing*, 12 (3), ss. 213-225

Köse, Ö. (2003). “Küreselleşme Sürecinde Devletin Yapısal ve İşlevsel Dönüşümü”. *Sayıştay Dergisi*, 49, 3-46.

Kuratko, D.F.; Montagno, R.V., Ve Hornsby, J.S.; (1990), “Developing An Intrapreneurial Assessment Instrument for Effective Corporate Entrepreneurial Environment”, *Strategic Management Journal*,. 11 (5), ss. 49-58.

Küçük, O. (2016). *Kalite Yönetimi Sınırsız İyileşme – EFQM Mükemmellik Modeli*. 3. Baskı. Seçkin. Yayıncılık, ANKARA

Lumpkin, G.T., Ve Dess, G.G.; (1996), “Clarifying The Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It To Performance”, *Academy of Management Review*, 21 (1), ss. 135-172.

MacMillan, I.C., ve George, R.; (1985), “Corporate Venturing: Challenges for Senior Manager”, *Journal of Business Strategy*, 5 (3), ss. 34-43.

Uçar ve Erçelik (2017), “Küreselleşme Bağlamında Başarılı Bir Toplam Kalite Yönetimi İçin Psikolojik Sahiplenme ve İç Girişimciliğin Rolü: Kuramsal Bir Analiz”, *BEÜ SBE Derg*, 6(2), ss. 158-176.

Mayhew, M. G., Ashkanasy, N. M., Bramble, T., ve Gardner, J. (2007) “A study of the antecedents and consequences of psychological ownership in organizational settings”, *The Journal of social psychology*, 147(5), 477-500.

Öymen, O. (2000). *Geleceği Yakalamak*, Remzi Kitapevi, İstanbul.

Özdevecioğlu, M., ve Karaca, M. (2015). *Girişimcilik, Girişimci Kişilik, Kavram ve Uygulama*. Konya: Eğitim Yayınevi.

Pierce, J. L., Kostova, T., ve Dirks, K. T. (2003) “The State of Psychological Ownership: Integrating and Extending A Century of Research” *Review of general psychology*, 7(1): 84.

Pierce, J. L., Kostova, T., ve Dirks, K. T. (2003). “The State of Psychological Ownership: Integrating and Extending A Century of Research”, *Review of general psychology*, 7(1): 84.

Pierce, J. L., ve Furo, C. A. (1991) “Employee Ownership: Implications for Management” *Organizational Dynamics*, 18(3): 32-43.

Pierce, J. L., ve Furo, C. A. (1991). “Employee Ownership: Implications for Management”, *Organizational Dynamics*, 18(3): 32-43.

Pierce, J. L., Kostova, T., ve Dirks, K. T. (2001) “Toward A Theory of Psychological Ownership in Organizations” *Academy of Management Review*, 26(2): 298-310.

Pierce, J. L., Kostova, T., ve Dirks, K. T. (2001) “Toward A Theory of Psychological Ownership in Organizations”, *Academy of Management Review*, 26(2): 298-310.

Pierce, J. L., O'driscoll, M. P., ve Coghlan, A. M. (2004) “Work Environment Structure And Psychological Ownership: The Mediating Effects Of Control”, *The Journal of Social Psychology*, 144(5): 507-534.

Pierce, J. L., Rubenfeld, S. A., ve Morgan, S. (1991) “Employee Ownership: A Conceptual Model of Process and Effects” *Academy of Management Review*, 16(1): 121-144.

Pierce, J. L., Rubenfeld, S. A., ve Morgan, S. (1991) “Employee Ownership: A Conceptual Model of Process and Effects”, *Academy of Management Review*, 16(1): 121-144.

Rekabet Derneği, Rekabet Nedir?
http://www.rekabetderneği.org/rekabethakkında.htm#rekabet_nedir

resimler/ekler/CHUD_2b1cd168ec62844_ek.doc

Saruhan, S. C. Ve Yıldız, M. L. (2009). *Çağdaş Yönetim Teknikleri*. İstanbul: Beta yayınları.

Uçar ve Erçelik (2017), “Küreselleşme Bağlamında Başarılı Bir Toplam Kalite Yönetimi İçin Psikolojik Sahiplenme ve İç Girişimciliğin Rolü: Kuramsal Bir Analiz”, *BEÜ SBE Derg.*, 6(2), ss. 158-176.

Seymen, O.A., Bolat, T. (2005). *Küreselleşme Olgusuna Kavramsal Bir Bakış*, Küreselleşme ve Çok uluslu İşletmecilik (ss. 3-31). Ankara: Nobel Yayın Dağıtım

Stopford, J.M., Ve Baden-Fuller, C.W.F. (1994). “Creating Corporate Entrepreneurship”, *Strategic Management Journal*, 15 (7), ss. 521-536.

TEKİN, M. (1999). *Toplam Kalite Yönetimi*. Konya: Kuzucular Ofset.

Uçar, Z. (2017). Psikolojik Sahiplenme: Örgütsel Alana İlişkin Bir Model Önerisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 32(1).

Van Dyne, L., ve Pierce, J. L. (2004) “Psychological Ownership and Feelings of Possession: Three Field Studies Predicting Employee Attitudes and Organizational Citizenship Behavior” *Journal of Organizational Behavior*, 25(4): 439-459.

Vandewalle, D., Van Dyne, L., ve Kostova, T. (1995). “Psychological Ownership: An Empirical examination of Its Consequences”, *Group & Organization Management*, 20(2): 210-226.

Zahra, S.A.; Neubaum, D.O., Ve Huse, M.; (2000), “Entrepreneurship in Medium-Size Companies: Exploring The Effects of Ownership and Governance Systems”, *Journal of Management*, 26 (5), ss. 947-976.

Zahra, S.A; (1991). “Predictors and Financial Outcomes of Corporate Entrepreneurship: An Exploratory Study”, *Journal of Business Venturing*, 6 (4), ss. 259-285.