

ÖRGÜTE OLAN BAĞLILIK DÜZEYİNİN KURUM İÇİ GİRİŞİMCİLİK EĞİLİMİNE ETKİSİ, PERAKENDECİLİK SEKTÖRÜNDE BİR ARAŞTIRMA

Mustafa ERBİR*

ÖZ

Bu araştırma çalışanların örgüte olan bağlılık derecesinin kurum içi girişimcilik eğilimine etkisini belirlemek amacıyla yapılmıştır. Ulusal ölçekte faaliyet gösteren bir zincir marketin Kayseri ilinde bulunan mağazalarında çeşitli kademelerde çalışan toplam 240 kişi araştırma örneklemini oluşturmaktadır. Araştırma örneklemini yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu gibi farklı özelliklere sahip çalışanlardan basit tesadüfi örnekleme yöntemine göre belirlenmiştir. Araştırmaya katılan kişilerden yaklaşık %80'i 30 yaş ve altında, %69'u bekâr ve %60'ı kadınlardan oluşmaktadır. Ayrıca çalışanların yaklaşık %57'si üniversite eğitimi alan kişilerden oluşmaktadır. Araştırma bir saha araştırması olduğundan veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmıştır. Online platformlar aracılığıyla toplanan veriler SPSS 18 ve AMOS 18 programları aracılığıyla analiz edilmiştir. Araştırmada ilişkisel tarama yöntemi kullanılmış ve değişkenler arasında anlamlı korelasyonlar bulunmuştur. Ayrıca örgütsel bağlılık alt boyutları olan duygusal bağlılık ve normatif bağlılığın kurum içi girişimcilik alt boyutlarından yenilikçilik ve risk alma eğilimine, devam bağlılığının ise özerklik ve proaktiflik eğilimine pozitif yönde anlamlı bir etkiye sahip olduğu bulgularına ulaşılmıştır.

Anahtar Kavramlar: Örgütsel Bağlılık, Girişimcilik, İç Girişimcilik, Perakendecilik

Jel Kodları: M10, M13, D23

Atf Önerisi /Cited as (APA): Erbir, M. (2022). Örgüte olan bağlılık düzeyinin kurum içi girişimcilik eğilimine etkisi, perakendecilik sektöründe bir araştırma. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (61), 91-118. DOI: 10.18070/erciyesiibd.961044.

* Öğr. Gör. Dr., Kayseri Üniversitesi, SBMYO, Yönetim ve Organizasyon Bölümü, mustafa.erbir@kayseri.edu.tr, <https://orcid.org/0000-0002-6887-1561>

Kayseri Üniversitesi Etik Kurulu Kararı, Karar Tarihi: 29.04.2021 Karar No: 26.

Geliş/Received: 01.07.2021

Kabul/Accepted: 24.11.2021

IMPACT OF THE LEVEL OF COMMITMENT TO THE ORGANIZATION ON THE TREND OF INTRAPRENEURSHIP, A RESEARCH IN THE RETAIL INDUSTRY

ABSTRACT

This study was carried out to determine the effect of organizational commitment levels among employees on the trend of intrapreneurship. A total of 240 people working at various levels in the stores of a chain market in Kayseri province operating nationwide constitute the research sample. The research sample was determined according to the simple random sampling method from employees with different characteristics such as age, gender, marital status, educational status. Approximately 80% of the respondents are 30 years of age or younger, 69% are single, and 60% are women. In addition, approximately 57% of the employees are university-educated people. Since the research is a field study, the survey was used as a method of collecting data. Data collected through online platforms were analyzed through SPSS 18 and AMOS 18 programs. Relational scanning method was used in the study and significant correlations were found between the variables. Moreover, it was found that affective commitment and normative commitment, which are sub-dimensions of organizational commitment, have a positive and significant effect on the trend of innovation and risk-taking from the sub-dimensions of intrapreneurship, while the continuance commitment has a positive and significant effect on the trend of autonomy and pro-activity.

Keywords: Organizational Commitment, Entrepreneurship, Intrapreneurship, Retailing

Jel Codes: M10, M13, D23

GİRİŞ

Perakendecilik sektörü tüm dünyada tedarik zincirinin en önemli paydaşlarından biridir. Perakendecilik sektöründe meydana gelebilecek olumsuzluklardan etkilenebilecek kitle en başta nihai tüketicilerdir. Bundan dolayı bu sektörün faaliyetlerinin aksatılmadan yürütülmesi büyük önem taşımaktadır. Perakendecilik, genel ekonomi üzerindeki etkisi ve dağıtım ile ilgili misyonu nedeniyle üzerinde durulması gereken önemli bir konudur (Berman vd., 2018). Perakendecilik sektörü, tarım ve imalat sektörlerini de desteklemektedir (Varinli ve Oyman, 2013). Bu sayede istihdam, sağlanmakta ve nihai tüketicilerde farkındalık oluşturularak tüketim alışkanlıklarına yön verme konusunda etkileri bulunmaktadır.

Günümüzde her ne kadar elektronik ticaretin yaygınlaşmasıyla mağaza temelli perakendecilik işlemleri elektronik ortamlara yönelse de (Levy ve Weitz, 2007) özellikle gıda sektöründe faaliyet gösteren işletmelerin büyük bir kısmı fiziki mağazalarda satış yapmaya devam etmektedirler. Bu yüzden perakendecilik sektörü çalışanları üzerinde yapılan araştırmalar sektörün daha etkin ve verimli bir hale gelmesine katkıda bulunabilir. Bu araştırmanın da örneklemini perakendecilik sektörü çalışanları oluşturmaktadır.

Araştırmada, perakendecilik sektöründe çalışan kişilerin kurum içi girişimcilik eğilimi ile bu eğilime etki edebilecek olan faktörlerden örgüte olan

bağlılık düzeyi ele alınmaktadır. Yapılan bilimsel çalışmalara göre kurum içi girişimcilik eğiliminin artış göstermesi işletme için olumlu sonuçlar doğurmaktadır (Amado vd., 2010; Kızıloğlu ve İbrahimoglu, 2013; Aslan, 2012). Araştırmanın amacı da bu doğrultuda kurum içi girişimcilik eğilimine pozitif etki edebilecek bir değişkenin daha bulunması ve bu etkiye ait bulgunun literatüre kazandırılmasıdır. Bu yüzden kurum içi girişimcilik eğilimine etki edebilecek örgüte olan bağlılık düzeyi bu araştırmanın bağımsız değişkeni olarak belirlenmiştir.

Araştırma bir saha araştırması olduğundan hedef kitleden seçilen örneklerden elde edilen bulgular sonucunda araştırma evrenine yönelik bir genelleme yapılabilmektedir. Araştırmanın birinci bölümünde örgütsel bağlılık ve iç girişimcilik değişkenlerine ait kavramsal bir çerçeve çizilmiştir. İkinci bölümde araştırma metodolojisi bulunmaktadır. Üçüncü bölümde ise araştırmaya ait bulgular verilmiştir. Sonuç bölümünde de araştırma sonuçları bir bütün olarak değerlendirilmektedir.

I. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Araştırmada örgütsel bağlılık ve iç girişimcilik olmak üzere iki değişken bulunmaktadır. Araştırma değişkenleri alt boyutlarıyla birlikte kavramsal olarak ana başlıklar halinde ele alınmaktadır.

A. ÖRGÜTSEL BAĞLILIK KAVRAMI VE ALT BOYUTLARI

Örgütsel bağlılık kavramının temelinde olan bağlılık kavramı, bir duygunun yüksek derecede ifade edilmesidir. Örneğin bir kişiye olan bağlılık, bir kuruma olan bağlılık veya bir düşünceye olan bağlılık kişinin yerine getirmek zorunda olduğu bir yükümlülük olarak görülebilir (Balay, 2014). Bir başka açıdan bağlılık kavramı, sadakat veya sadık olma (Yenihan, 2014) kavramlarıyla eş anlamlı olarak kullanılabilir. Dolayısıyla bağlılık kavramının toplumsal duygunun var olduğu yerlerde görülebildiği söylenebilir.

Örgütsel bağlılık kavramını ilk defa 1956 yılında literatürde Whyte kullanmıştır (Yüce ve Kavak, 2017). Örgütsel bağlılık kavramı, üyenin örgütün tüm değerlerini, amaçlarını ve hedeflerini benimsemesi olarak tanımlanmaktadır (Çelik, 2015). Başka bir tanıma göre örgütsel bağlılık, çalışanın örgütsel amaç ve değerleri bir bütün olarak benimsediği ve örgüte olan üyeliklerinin sürdürülebilirliğinin sağlanması amacı ile ilişkili bir durumdur (Durma ve Eren: 2005). Örgütsel bağlılık çalışanın örgüt ile olan özdeşleşme seviyesi olarak da görülebilir (Uygur, 2009). Allen ve Meyer (1990) örgütsel bağlılığı, çalışanı ve örgütü birbirine bağlayabilen, örgütte kalma kararlarıyla sonuçlanan psikolojik bir bağ olarak tanımlamaktadır. Güney (2011)'e göre örgütsel bağlılık, bir örgüte dâhil olup o örgüte olan sadakat duygusunun gelişmesi ve örgüte ait olan değerlere bağlılığın artması gibi faktörleri içine alan ve psikolojik olarak örgüte bağlanmayı sağlayan bir kavramdır. Stup

(2006)'a göre örgütsel bağlılık, kişi ile örgüt değerlerinin birbirleriyle özdeşleşmesi ile kişinin çalıştığı örgüte karşı oluşan bağlılığıdır.

Örgütsel bağlılık kavramı ile ilgili literatürde farklı tanımlamalar görülebilmektedir. Bunun sebebi, bir kurumda çalışan kişiler ile kurum arasında gelişen ilişkilerin nasıl bir gelişim sağladığı ve bu ilişkilerin yapılarında farklılık görülebilmesidir (Mathieu ve Zajac, 1990). Cohen (1993)'e göre kişinin örgütte uzun süre çalışması, ileri yaşta olması ve örgüte yatırım yapması örgüte olan bağlılığı artırmaktadır. Örgütsel bağlılık, kişilerin örgütsel amaçları ve politikaları benimseyerek örgüte sahip çıkması ve kendisini bir ailenin üyesi gibi görmesi aidiyet duygusunu geliştirmektedir (Özdemir, 2019). Oluşan bu aidiyet duygusunun çalışanın daha verimli faaliyetlerde bulunması bakımından oldukça faydalı bir durum olduğu söylenebilir.

Örgütsel bağlılık kavramıyla ilgili literatürde çok sayıda çalışma bulunmaktadır. Yapılan çalışmalarda örgüte olan bağlılığı etkileyen faktörler arasında “yaş, cinsiyet, medeni durum” gibi bazı demografik özellikler gösterilebilir (Ahmed, 2004; Cengiz, 2001). Ayrıca motivasyon da örgütsel bağlılığı etkilemektedir (Solmuş, 2004; Cengiz, 2001; Allen ve Meyer, 1990). Çalışanın örgütsel bağlılık düzeyine etki edebilecek diğer bazı faktörler ise, işin yapısı, niteliği, örgütsel adalet kavramı, işyerindeki otoritenin kullanımı, kariyer olanakları, kullanılan teknoloji, örgütün kapasitesi ve çevresel ilişkiler olarak sayılabilir (Çetin, 2004; Wallance, 1995). Örgütsel iletişim şekli, uygulanan ücret politikası da örgütsel bağlılık düzeyini etkileyen faktörlerdir (Florkowski ve Schuster, 1992).

Literatür incelendiğinde örgütsel bağlılık kavramının örgütsel adalet (Doğan ve Demirtaş, 2020; Crow vd., 2012), örgütsel güven (Tunalı ve Peker, 2020), örgütsel sadakat (Ko, 2009), iş tatmini (Güven, 2020) ve psikolojik güçlendirme (Özdemir, 2021) ile pozitif yönde anlamlı ilişkiler içerisinde olduğu görülmektedir. Buna karşın örgütsel bağlılık ile örgütsel tükenmişlik arasında (Kalay, 2020) negatif yönlü ilişkiler bulunmuştur. Bu durum örgütsel bağlılık düzeyinin yükselmesinin olumlu sonuçlar doğuracağını bunun tam tersinin ise olumsuz sonuçlar doğuracağını göstermektedir.

Meyer ve Allen (1997) örgütsel bağlılığı, “duygusal bağlılık”, “devam bağlılığı” ve “normatif bağlılık” olarak üç alt boyut olarak ele almaktadır. Bu araştırmada da örgütsel bağlılık kavramının alt boyutları olarak bu kavramlar ele alınmaktadır.

-Duygusal Bağlılık: Kişinin ve örgütün ortak değerlerinin ve ortak hedeflerinin olması, kişinin çalıştığı örgüte duygusal ya da psikolojik olarak bir bağlılık göstermesi, örgüt ile özdeşleşmesi ve örgütsel faaliyetlere katılım göstermesidir (Allen ve Meyer, 1990). Örgüt üyeleri olan çalışanlar duygusal

tercihlerine bağlı olarak örgütte kalmaya isteklidirler (Meyer ve Allen, 1991). Duygusal bağlılık türünde çalışanın mantıklı değil duygusal karar verdiği söylenebilir.

-Devam Bağlılığı: Bu bağlılık türüne göre örgütten ayrılmanın bir bedeli vardır. Çalışanın örgütten ayrılması neticesinde bunun örgüte getireceği bir maliyet söz konusudur. Bunu dikkate alan kişi örgüt bünyesinde çalışmaya devam edecektir (Allen ve Meyer 1990). Bir başka ifade ile kişi örgütte kalma veya örgütten ayrılma konusunda bir karar vermek durumunda ise fayda maliyet analizi yapar ve eğer ayrılmanın maliyeti daha yüksek olursa örgütte kalmayı tercih eder (Meyer ve Allen, 1997; Wasti, 2002). Bu durumda verilen kararın duygusallıktan uzak daha gerçekçi olduğu söylenebilir.

-Normatif Bağlılık: Örgütte bazı zorunlu nedenlerde kalma duygusudur. Çalışanlar kendilerini bir görev duygusu ile örgüte bağlı hissederler (Meyer ve Allen, 1997). Normatif bağlılık türü örgüte girişten önce aile veya kültür etkisiyle oluşan sosyalleşme süreçleri ve örgüt üyesi olduktan sonraki sosyalleşme süreçleri ile içselleştirilen normatif baskılar sonucu oluşabilmektedir (Stephens vd., 2004). Böylece kişide hem duygusal hem de zorlayıcı nedenlerle örgütsel bağlılık oluşur.

B. İÇ GİRİŞİMCİLİK KAVRAMI VE ALT BOYUTLARI

İç girişimcilik, “bir örgütte yeni pazar fırsatlarını araştırmak ve kârlı fırsatları belirlemek amacıyla kaynakları bir araya getirme, üretme ve satışı başlatma sürecidir” (Çetin, 2011: 70). Diğer bir tanımda Bulut ve Alpkan (2006) iç girişimciliği, örgüt çalışanlarının ticari nitelikte bir faaliyete girişmesi olarak ifade etmektedir. Bu durumda iç girişimciliğin, ekonomik bir amacı olan tüm örgütler için stratejik bir kavram olduğu söylenebilir. Parker (2011) iç girişimcilik kavramını; örgüte ekonomik bir katkı oluşturmanın, yeni olarak nitelendirilen imkânları kullanabilmenin ayrıca yenilikçi girişim oluşturabilmenin alternatif yolu olarak ifade etmektedir. İç girişimcilik, örgüt içerisinde mevcut olan imkânları bir araya getirerek yeni ürün veya hizmetin oluşturulmasıdır (Culhane, 2003). İç girişimciliğin örgüt içi ile sınırlı olması onu genel girişimcilik kavramından ayırmaktadır.

İç girişimcilik faaliyetlerinin kilit noktalarından biri de kurumun durağanlık gösteren özelliklerini harekete geçirmesidir. Kaygın (2012)’a göre bu dinamikler kurumun piyasada bulunan fırsatların yakalayabilme yeteneğini artırabilir. Örgüt içinde girişimcilik faaliyetleri yapan iç girişimci; bir bütün olarak organizasyon içinde bir konuyu ya da düşünceyi, risk almak suretiyle ve yenilikçilik yaparak kâr amacı güden bir işleme dönüştüren kişidir (Güler, 2012). İç girişimcilik kavramına ait farklı alt boyutlar ve farklı sınıflandırmalar vardır. Bu çalışmada iç girişimciliğe ait alt boyutlar, “Yenilikçilik, Risk alma, Proaktiflik ve Özerklik” şeklinde” dört alt boyut olarak ele alınmaktadır (Altuntaş ve Dönmez, 2010; Bouchard ve Basso, 2011;

Ireland vd., 2009; Mariano vd., 2014; Mohamad, 2011; Ramanigopal vd. 2012). Bu alt boyutlar alt başlıklar halinde ele alınmaktadır.

-Yenilikçilik: Bir girişimcide bulunması beklenen en önemli bir kişilik özelliği yenilikçiliktir. Bu kavram, iç girişimcilik faaliyetinin temelinde bulunmaktadır (Antoncic ve Hisrich, 2001; Naktiyok, 2004). Yenilik, örgütler için değişim hızı yüksek olabilen dış çevrede ayakta kalabilmek amacıyla rekabette üstünlük sağlayan etkenlerden biridir. Bu üstünlük yenilikçilik sayesinde sürdürülebilir bir özellik taşıyabilir. Yenilik, örgütlerin yeni ürün ya da fikirlere ve çalışanın yaratıcılık kabiliyetlerine destek olma arzusunu yansıtır (Özşahin ve Zehir, 2011). Böylece örgütlerde iç girişimcilik faaliyetinin önü açılabilir.

Küreselleşmenin etkisinin daha fazla görüldüğü günümüzde, değişim hızının yüksek olmasından dolayı yenilikçilik faaliyetlerine daha fazla gereksinim duyulmaktadır. Burada kilit nokta mevcut problemlere alışılmış kalıpların dışında çözüm alternatifleri bulabilmektir. Yenilikçilik kavramı bir başka açıdan değerlendirildiğinde, örgütün sahip olduğu teknolojik ufku ilerisine geçebilecek bir bakışa sahip olmak şeklinde de düşünülebilir (Dess ve Lumpkin, 2005). Bu bakış açısına sahip olan örgütlerin küresel rekabette rakiplere karşı avantaj sağlayabileceği söylenebilir.

-Risk Alma: Risk alma kavramı, bilinmeyen bir ortam veya durumda bir işlemin sonucu hakkında bir belirsizlik bulunması halinde kişinin hissedebileceği bir baskı olarak tanımlanır (Antoncic ve Hisric, 2003). Başka bir açıdan risk alma, belirsiz ortamlarda yatırım yapabilmek için borç kullanmaya ve belirsiz bir araca yatırım yapma konusunda cesaretli davranışa denir (Rauch vd., 2009). Risk alma, girişimcilik kavramının temel özelliklerinden bir tanesidir (Demircan, 2000; Zhao vd., 2005). Girişimciler yapacakları yeniliklerde ortamdaki belirsiz durumlara karşı risk almak zorundadırlar (Basım vd., 2008). Zaten belli derecede bir riske girmeden örgüt içi girişimcilik faaliyetleri yapabilmek pek mümkün değildir (Aloulou ve Fayolle, 2005). Sonuç olarak çalışılan örgütte hayatta kalabilmek ve rekabette avantajı elde edebilmek amacıyla risk almanın gerekli bir davranış olduğu söylenebilir.

-Proaktiflik: Proaktiflik kavramı, örgütlerin rekabette üstün olmak ve öncü konumunda olmak için teknolojik yenilikleri ve yönetim süreçlerinde yeni teknikleri rakiplerine nispeten daha erken fark etmesi ve bu yenilikleri piyasaya koşullarında uygulaması stratejileridir (Altuntaş ve Dönmez, 2010). Bu kavram Çetin (2011)'e göre özellikle de fırsatlara odaklanmak suretiyle olayları rakiplere nispeten daha önceden fark edebilme, pazardaki boşlukları erkenden fark ederek stratejileri belirleyip rekabette avantaj sağlayabilme yeteneğidir.

Örneğin faaliyette bulunduğu piyasaya farklı ve yeni bir ürün sunan bir işletme piyasada oluşan fırsatları değerlendirerek yüksek karlılık oranına sahip olabilir, ayrıca piyasadaki markalarına olan güven düzeyini artırarak piyasa lideri

olabilirler (Şanal, 2011). Kısaca piyasada tüm rakiplerden önce davranarak başarıyı yakalamak proaktif davranışın bir neticesidir.

-Özerklik: İç girişimcilik kavramına ait diğer bir alt boyut olan özerklik kavramı, kişilerin ya da grupların fikirlerini bağımsız olarak uygulamaya dönüştürebilmeleri, örgüt içerisinde çalışan kişilerin kendilerini bağımsız hissedip kendilerine ait olan yetkileri çekinmeden kullanabilmeleridir (İbrahimoğlu ve Uğurlu, 2013). Böylece örgüt kademelerinde çalışan kişilerin performansı, örgütün karlılık oranı ve iş süreçlerindeki verimlilik artmış olacaktır (Felicio vd., 2012). Özerklik kavramı iç girişimcilik bünyesinde incelendiğinde, örgüt içerisinde planlanan işlerin, işe yönelik harcanacak çabanın ya da işe yönelik kullanılacak yöntemlerin belirlenmesinde kişinin yöneticilerinden bağımsız bir şekilde karar alabilmesidir (Çöl, 2008). Lumpkin ve Dess (1996)'e göre özerklik iç girişimcilik faaliyeti açısından kilit bir konuma sahiptir.

C. LİTERATÜR TARAMASI VE HİPOTEZLERİNİN KURULMASI

Literatür taraması sonucunda, iç girişimcilik eğilimi üzerinde etkili olan ve iç girişimcilik eğilimi ile anlamlı derecede ilişkili olan kavramlara rastlanmaktadır. Yapılan bilimsel araştırmalarda performans (Amado vd., 2010), yenilik (Kızıloğlu ve İbrahimoğlu, 2013), inovasyon (Arslan, 2012) ve özyeterlilik (Çetin, 2011) kavramlarının iç girişimcilik eğilimi ile arasında anlamlı ilişkiler bulunmuştur. Diğer yandan liderlik tarzının (Moriani, 2014), dönüştürücü liderlik tarzının (Büyükyılmaz ve Kayış, 2018), etik liderlik tarzının (Kasap, 2020), çalışanın psikolojik sermaye düzeyinin (Özkan ve Tosun, 2020), örgütsel vatandaşlık davranışının (Erbir, 2020) ve algılanan örgütsel desteğin (Erkal, 2000) çalışanın iç girişimcilik eğilimine pozitif yönde etki ettiği görülmektedir. Buna karşın iş-aile çatışmasının (Cingöz ve Kaya, 2018) ve iş güvencesizliğinin (Özdemir, 2019) iç girişimcilik eğilimini negatif olarak etkilediği görülmektedir. Bu durumda pozitif davranış veya algıların iç girişimcilik eğilimini artırdığı söylenebilir. Bu durumu destekleyen ve bu araştırmanın konusuyla birebir örtüşen diğer çalışmalarda (Soomro ve Shah, 2019; Kocaoğlu ve Şener, 2018) örgütsel bağlılığın iç girişimcilik eğilimine pozitif yönde etki ettiği görülmektedir. Yapılan bilimsel çalışmalardan yola çıkılarak çalışanın örgütsel bağlılık düzeyinde meydana gelen bir artışın iç girişimcilik eğilimini olumlu olarak etkileyebileceği öngörülmektedir. Literatürdeki araştırma sonuçlarından yola çıkarak örgütsel bağlılığın iç girişimcilik eğilimini artıracağı hipotezleri kurulmuştur. Kurulan hipotezler şunlardır:

H1: Örgüte olan bağlılık düzeyi ile çalışanın iç girişimcilik eğilimi arasında anlamlı ilişkiler vardır.

H2: Örgüte olan bağlılık düzeyi çalışanın yenilikçilik eğilimini olumlu yönde etkiler.

H2a: Örgüte olan duygusal bağlılık düzeyi çalışanın yenilikçilik eğilimini olumlu yönde etkiler

H2b: Örgüte olan normatif bağlılık düzeyi çalışanın yenilikçilik eğilimini olumlu yönde etkiler

H2c: Örgüte olan devam bağlılık düzeyi çalışanın yenilikçilik eğilimini olumlu yönde etkiler

H3: Örgüte olan bağlılık düzeyi çalışanın risk alma eğilimini olumlu yönde etkiler

H3a: Örgüte olan duygusal bağlılık düzeyi çalışanın risk alma eğilimini olumlu yönde etkiler

H3b: Örgüte olan normatif bağlılık düzeyi çalışanın risk alma eğilimini olumlu yönde etkiler

H3c: Örgüte olan devam bağlılık düzeyi çalışanın risk alma eğilimini olumlu yönde etkiler

H4: Örgüte olan bağlılık düzeyi çalışanın proaktiflik eğilimini olumlu yönde etkiler

H4a: Örgüte olan duygusal bağlılık düzeyi çalışanın proaktiflik eğilimini olumlu yönde etkiler

H4b: Örgüte olan normatif bağlılık düzeyi çalışanın proaktiflik eğilimini olumlu yönde etkiler

H4c: Örgüte olan devam bağlılık düzeyi çalışanın proaktiflik eğilimini olumlu yönde etkiler

H5: Örgüte olan bağlılık düzeyi çalışanın Özerklik eğilimini olumlu yönde etkiler

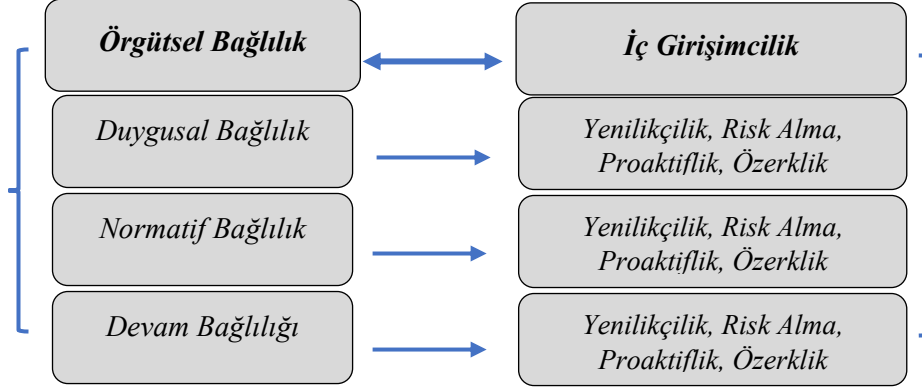
H5a: Örgüte olan duygusal bağlılık düzeyi çalışanın özerklik eğilimini olumlu yönde etkiler

H5b: Örgüte olan normatif bağlılık düzeyi çalışanın özerklik eğilimini olumlu yönde etkiler

H5c: Örgüte olan devam bağlılık düzeyi çalışanın özerklik eğilimini olumlu yönde etkiler

Geliştirilen hipotezler sonucunda ortaya çıkan model Şekil 1’de gösterilmektedir

Şekil 1: Araştırma Modeli



II. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Araştırma bir saha araştırmasıdır ve nicel araştırma yöntemleri kullanılmıştır. Araştırma kapsamında birincil veriler kullanılmış ve veriler anket yöntemiyle toplanmıştır. Elde edilen verilerin analiz edilmesi esnasında ilişkisel tarama yöntemlerinden “korelasyon analizi” ve “çoklu doğrusal regresyon analizi” kullanılmıştır. Araştırmanın etik kurul onayı “Kayseri Üniversitesi Etik Kurulu” tarafından 29.04.2021 tarih ve 26 numaralı kararıyla verilmiştir. Araştırma sürecinde Covid-19 küresel salgını olduğundan anketler katılımcılar tarafından çevrimiçi olarak doldurulmuştur. Veri toplama sürecinde basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmıştır.

Toplanan verilerin geçerlilik analizi kapsamında SPSS 18 programı aracılığıyla açımlayıcı faktör analizi (AFA) ve AMOS 18 programı aracılığıyla doğrulayıcı faktör analizi (DFA) yapılmıştır. Sonrasında ölçeklere ait güvenilirlik testi yapılarak ölçeklerin güvenilirlikleri test edilmiştir. Araştırmada kullanılan değişkenlerin aralarında anlamlı ilişkiler olup olmadığını test etmek için “pearson korelasyon analizi”, bağımsız değişkenlerin belirlenen bağımlı değişken üzerindeki etkisini test edebilmek için “çoklu doğrusal regresyon analizi” yapılmıştır. Verilerin “pearson korelasyon analizine” ve “regresyon analizine” uygun olup olmadığını test etmek için gerekli olan varsayımlardan olan “normal dağılım”, “çoklu bağlantı sorunu” ($VIF > 5$) ve “otokorelasyon” ($0 < d < 4$) değerlerinin uygun olduğu görülmüştür.

A. ARAŞTIRMADA EVREN VE ÖRNEKLEMİ

Araştırma evreni Türkiye genelinde perakendecilik sektöründe faaliyet gösteren özel bir zincir market çalışanlarından oluşmaktadır. Zincir marketin Kayseri ili genelindeki mağazalarında yaklaşık 610 çalışanı mevcuttur. Ana kütlede

örneklem alınırken kullanılabilen formül gereği $n = \frac{Nt^2pq}{d^2(N-1)+t^2pq}$ (Yıldız vd., 2002) %95 güven aralığında anlamlı sonuçlar alabilmek için $n=236$ kişiye anket uygulamanın yeterli olduğu hesaplanmıştır.

$n = \frac{640x(1,96)^2x0,5x0,5}{(0,05)^2x(640-1)+(1,96)^2x(0,5x0,5)} = 236$. Araştırma kapsamında toplam 240 çalışana çevirim içi olarak anket uygulanmıştır. Dolayısıyla toplanan verilerden elde edilen sonuçlar ile bir genelleme yapılabilmektedir.

Araştırmada katılımcıların kişisel bilgi formuna verdiği cevaplar değerlendirildiğinde Tablo 1'deki gibi bir dağılım ortaya çıkmaktadır.

Tablo 1'e göre katılımcıların 142'si (%59,16) kadın 98'i (%40,84) ise erkektir. Katılımcıların yaşa göre dağılımı incelendiğinde yalnızca %20'sinin 30 yaş üzerinde olduğu görülmektedir. Bu sonuç kurumun daha çok genç istihdamına yöneldiğini göstermektedir.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özelliklerine Yönelik Frekans Analizi

Cinsiyet	Frekans	Yüzde (%)	Medeni Durum	Frekans	Yüzde (%)
Kadın	142	59,16	Bekar	165	68,75
Erkek	98	40,84	Evli	75	31,25
Yaş	Frekans	Yüzde (%)	Eğitim Seviyesi	Frekans	Yüzde (%)
18-21	66	27,50	Lise	80	33,33
22-25 Yaş	71	29,58	Ön Lisans	45	18,75
26-30 Yaş	55	22,92	Lisans	75	31,25
31 ve Üzeri	48	20,00	Lisansüstü	16	6,67
Sendika Üyeliği	Frekans	Yüzde (%)	Diğer	24	10,00
Evet	38	15,83	Ailede Girişimci	Frekans	Yüzde (%)
Hayır	202	84,17	Var	54	22,50
Ekonomik Durum	Frekans	Yüzde (%)	Yok	186	77,50
Kötü	97	40,41	İdari Görev	Frekans	Yüzde (%)
Orta	88	36,67	Var	48	20,00
İyi	55	22,92	Yok	192	80,00
Toplam	240	100	Toplam	240	100

Katılımcılar arasında sendika üyeliği oranı %15,83 olarak görülmektedir. Katılımcılar kendi ekonomik durumunu genelde kötü veya orta olarak görmektedirler. Katılımcıların %68,75'i bekar %31,25'i ise evlidir. Bekar çalışan oranının yüksek olmasının nedeninin yaş ortalamasının düşük olması ile bağlantılı

olduğu düşünülmektedir. Araştırmaya katılan çalışanların yaklaşık %57'si üniversite eğitimi almıştır. %22,50'sinin ailesinde en az bir kişi girişimcidir. Çalışanların %20'sinin kurumda bir idari görevi bulunmaktadır.

B. VERİ TOPLAMA ARAÇLARI

Araştırmada kullanılan anket, toplam üç bölümden oluşmaktadır. Anketin birinci bölümünde katılımcılar hakkında kişisel ve demografik bilgilerin sorulduğu “kişisel bilgi formu” bulunmaktadır. Anket formunun ikinci bölümünde katılımcıların örgüte olan bağlılık düzeylerini ölçmek için “örgütsel bağlılık” ölçeği ve üçüncü bölümde “iç girişimcilik” eğilimi ölçeği bulunmaktadır.

- Örgütsel Bağlılık Ölçeği: Ölçek Meyer ve Allen (1991) tarafından geliştirilmiştir. Ölçeğin alt boyutları “duygusal bağlılık”, “normatif bağlılık” ve “devam bağlılığı” olmak üzere toplam 3 tanedir. Ölçeği daha önce çalışmalarında kullanan Akkuş (2020) ölçeğin güvenilirlik düzeyini ($\alpha=0,707$), Yılmaz (2020), $\alpha=0,815$, Koyuncu ve Elçi (2018), $\alpha=0,815$, Atılğan ve Geçikli (2020), $\alpha=0,740$ olarak hesaplamıştır. Ölçek toplam 18 sorudan oluşmaktadır. Ölçeğin literatürde çok sık kullanıldığı görülmektedir.

- İç Girişimcilik Ölçeği: Ölçek Naktiyok (2004) tarafından Türkçe olarak geliştirilmiştir. Daha önce yapılan çalışmalar incelendiğinde ölçeğin güvenilirlik düzeyini Durmaz (2011) $\alpha=0,918$, Kanbur (2015) $\alpha=0,900$ ve Söker (2016) $\alpha=0,940$ olarak bulmuştur. Söz konusu ölçek bu araştırmada da iç girişimcilik ölçeği olarak kullanılmıştır. İç girişimcilik ölçeğinin “Yenilikçilik”, “Özerklik”, “Risk Alma” ve “Proaktiflik” olmak üzere toplam dört alt boyutu vardır. 21 sorudan oluşmaktadır.

C. GEÇERLİLİK ANALİZİ

Araştırma kapsamında kullanılan ölçekler daha önce farklı örneklem gruplarında kullanılmış ve yapı geçerliliği sağlanmıştır. Ancak bu araştırmada ele alınan örneklem grubu farklı olduğu için “Açımlayıcı Faktör Analizi” (AFA) ve “Doğrulayıcı Faktör Analizi” (DFA) yapılarak tekrar ölçeklerin geçerlilikleri test edilmiştir.

Faktör analizi yapabilmek için ilk olarak verilerin faktör analizine uygunluğunun tespit edilmesi için “Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Barlett's testi” yapılmıştır. Analiz sonucunda tüm ölçeklerin faktör analizi için uygun yapıda olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 2: KMO ve Barlett Testi Sonuçları

Ölçek Adı	KMO	Barlett
2-Örgütsel Bağlılık	0,917	0,000
3-Kurum İçi Girişimcilik	0,814	0,000

Tablo 2'ye göre ölçeklerin her ikisinin de KMO değerleri 0,5'ten büyüktür. Ayrıca Barlett testi sonuçları da $p>0,05$; $p=0,000$ olarak hesaplanmıştır. KMO değerinin 0,5'ten yüksek olması ve Barlett değerinin $p<0,01$ olması verilerin faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir (Büyüköztürk, 2002).

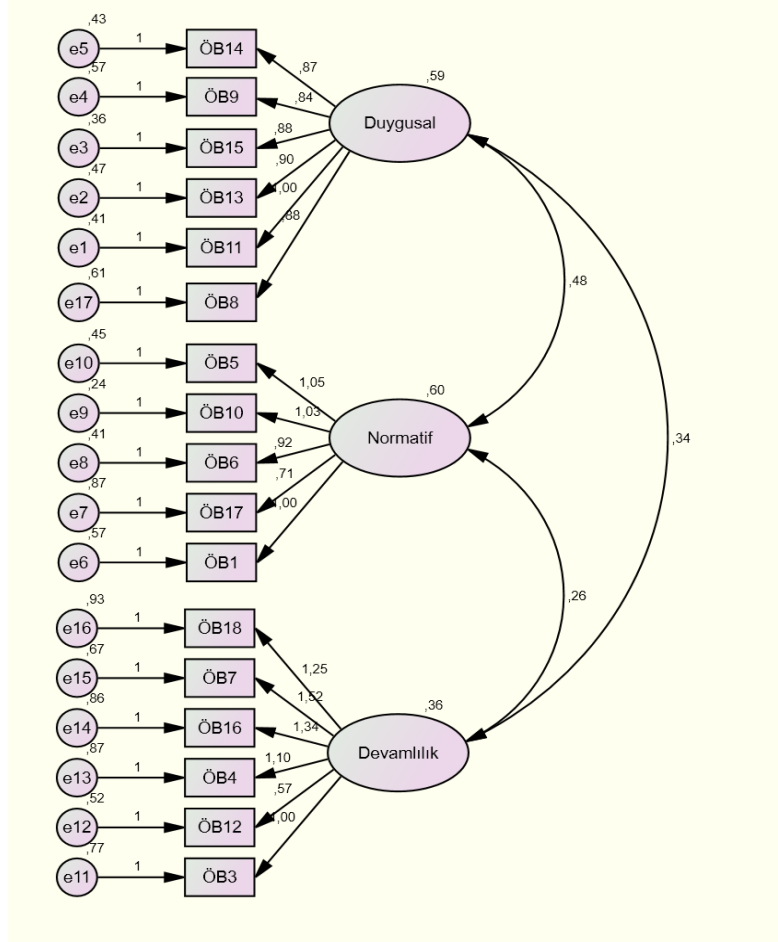
-Örgütsel Bağlılık Ölçeğine Yönelik AFA ve DFA Analizi: Örgütsel Bağlılık ölçeğine yönelik yapılan AFA sonucunda ölçek maddelerinin orijinal ölçekte olduğu gibi üç alt boyutta toplandığı görülmektedir. Ölçekte bulunan bir soru faktör yükü 0,5'in altında olduğu için değerlendirmeye alınmamıştır. Açıklanan toplam varyans %56,885 olarak hesaplanmıştır. AFA sonucunda üç alt boyutta toplanan ölçeğin yapı geçerliliğini analiz etmek için DFA yapılmıştır. DFA sonucu elde edilen uyum değerleri Tablo 3'te yol diyagramı ise Şekil 2'de verilmiştir.

Tablo 3: Örgütsel Bağlılık Ölçeğine Ait DFA Değerleri

Ölçek Adı	χ^2	χ^2/df	GFI	CFI	RMSEA
Örgütsel Bağlılık	226,420	1,952	0,904	0,934	0,063
Kabul Edilebilir Uyum		≤ 3	$\geq 0,900$	$\geq 0,900$	$\leq 0,80$

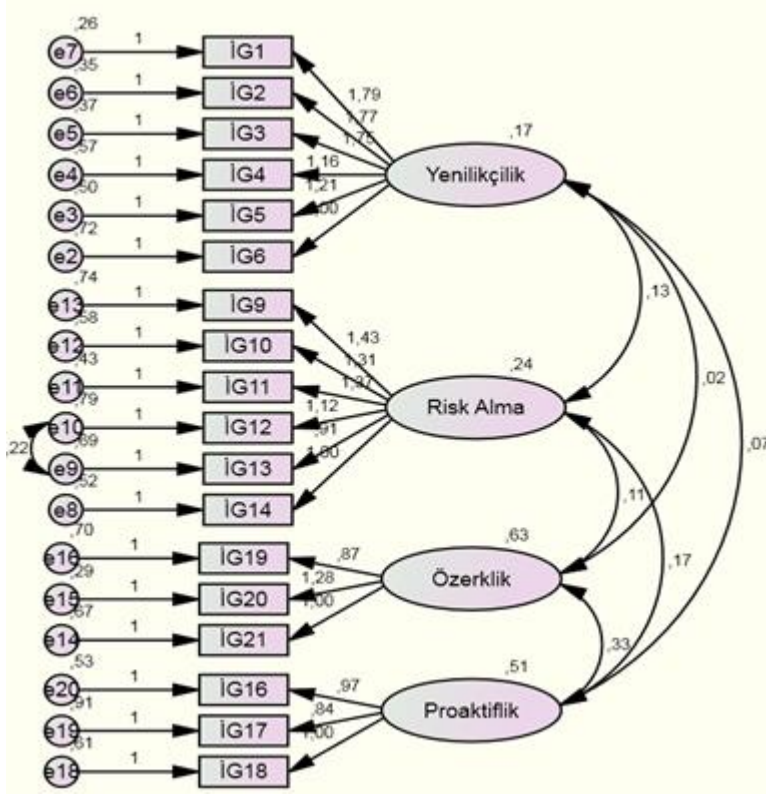
Tablo 3'te örgütsel bağlılık ölçeğine ait DFA sonuçları verilmiştir. Analiz değerlerinin kabul edilebilir uyum içerisinde olduğu görülmektedir.

Şekil 2: Örgütsel Bağlılık Ölçeği Yol Diyagramı



-Kurum İçi Girişimcilik Ölçeğine Yönelik AFA ve DFA Analizi: İç Girişimcilik ölçeğine yönelik yapılan AFA sonucunda ölçek maddelerinin orijinal ölçekte olduğu gibi dört alt boyutta toplandığı görülmektedir. Ölçekte bulunan 7.8. ve 15. soruların faktör yükleri 0,5'in altında olduğu için değerlendirmeye alınmamıştır. Açıklanan toplam varyans %57,120 olarak hesaplanmıştır. AFA sonucunda dört alt boyutta toplanmıştır. Faktör analizi sayesinde değişkenler arasında anlamlı korelasyonlara sahip ölçek soruları bir grupta toplanarak alt boyutlarda birleştirilmiştir. Bu durum analiz yapmada ve yorumlamada kolaylık sağlamaktadır. Ölçeğin yapı geçerliliğini analiz etmek için DFA yapılmıştır. Yapı geçerliliğinin sağlanması modelin çalıştığını göstermektedir. DFA sonucu elde edilen yol diyagramı Şekil 3'te uyum değerleri ise Tablo 4'te verilmiştir.

Şekil 3: İç Girişimcilik Ölçeğine Ait Yol Diyagramı



Tablo 4: İç Girişimcilik Ölçeğine Ait DFA Değerleri

Ölçek Adı	X ²	X ² /df	GFI	CFI	RMSEA
İç Girişimcilik	253,049	1,977	0,908	0,908	0,064
Kabul Edilebilir Uyum		≤3	≥0,900	≥0,900	≤0,80

Tablo 4'te iç girişimcilik ölçeğine ait DFA analizi sonuçları verilmiştir. Analiz değerlerinin kabul edilebilir uyum içerisinde olduğu görülmektedir.

D. GÜVENİLİRLİK ANALİZİ SONUÇLARI

Ölçeklerin yapı geçerliliğine yönelik analizler yapıldıktan sonra her bir ölçek için ve her bir ölçeğin alt boyutları için ayrı ayrı güvenilirlik analizi yapılmıştır. Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda ölçeklerin güvenilirlik düzeylerinin yeterli olduğu görülmüştür.

Tablo 5: Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Ölçek Adı	Güvenilirlik Katsayısı (α)
Örgütsel Bağlılık Ölçeği	0,904
-Duygusal	0,857
-Normatif	0,750
-Devamlılık	0,757
İç Girişimcilik	0,835
-Yenilikçilik	0,818
-Risk Alma	0,773
-Özerklik	0,776
-Proaktiflik	0,669

III. ARAŞTIRMA BULGULARI

Araştırmada elde edilen verilerin geçerlilik ve güvenilirliği sağlanmıştır. Sonrasında araştırma başında kurulan hipotezleri test etmek amacıyla korelasyon ve çoklu doğrusal regresyon analizleri yapılmıştır.

A. KORELASYON ANALİZİNE YÖNELİK BULGULAR

Normal dağılım sergileyen verilerde iki değişken arasındaki ilişkinin anlamlı olup olmadığını tespit etmek için pearson korelasyon analizi yapılmıştır. Analiz sonuçları Tablo 6’da verilmiştir.

Tablo 6: Korelasyon Analizine Yönelik Bulgular

Değişkenler	1	1.1	1.2	1.3	2	2.1	2.2	2.3
1. Örgütsel Bağlılık	1							
1.1. Duygusal	0,897 **	1						
1.2. Normatif	0,837 **	0,685 **	1					
1.3. Devamlılık	0,834 **	0,614 **	0,498 **	1				
2. İç Girişimcilik	0,502 **	0,445 **	0,454 **	0,393 **	1			
2.1. Yenilikçilik	0,339 **	0,340 **	0,359 **	0,180 **	0,715 **	1		
2.2. Risk Alma	0,461 **	0,421 **	0,454 **	0,319 **	0,804 **	0,476 **	1	
2.3. Özerklik	0,264 **	0,181 **	0,129 *	0,353 **	0,566 *	0,88 **	0,239 **	1
2.4. Proaktiflik	0,274 **	0,218 **	0,228 **	0,258 **	0,625 **	0,180 **	0,330 **	0,446**

**Korelasyonlar “0,01 düzeyinde” anlamlıdır

* Korelasyonlar “0,05 düzeyinde” anlamlıdır

Tablo 6’da görüldüğü gibi örgütsel bağlılık düzeyi ile iç girişimcilik eğilimi ana ölçekleri arasında 0,01 anlamlılık düzeyinde 0,502 oranında anlamlı bir ilişki olduğu bulgusuna ulaşılmıştır. Bu sonuç araştırmanın birinci hipotezini doğrulamaktadır. Diğer yandan örgütsel bağlılık ve iç girişimcilik ölçeklerinin alt boyutları arasında da anlamlı ilişkiler olduğu görülmektedir.

B. ÇOKLU REGRESYON ANALİZİNE YÖNELİK BULGULAR

Değişkenler arasında anlamlı ilişkiler bulunduğundan sonra bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisinin olup olmadığının tespit edilebilmesi için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmıştır. İlk olarak örgütsel bağlılık ölçeğinin alt boyutlarının iç girişimcilik ölçeği alt boyutlarından “yenilikçilik” üzerinde etkili olup olmadığı analiz edilmiş ve elde edilen bulgular Tablo 7’de verilmiştir.

Tablo 7: Örgütsel Bağlılık Alt Boyutlarının “Yenilikçilik” Üzerindeki Etkisi

Katsayılar Tablosu						
Kavramlar	B	St.Hata	Beta	t	p	VIF
Sabit Terim	2,707	0,212		12,777	0,000	
Bağımsız Değişkenler						
Duygusal	0,194	0,082	0,217	2,379	0,018 *	2,318
Normatif	0,208	0,070	0,249	2,989	0,003 *	1,921
Devamlılık	-0,068	0,067	-0,078	-1,014	0,311	1,635
Model Özeti: R=0,386; R ² =0,149; Adj.R ² = 0,138; F= 13,802; p=0,000						
Bağımlı Değişken= Yenilikçilik / *p<0,05, d=1,702						

Tablo 7 incelendiğinde “duygusal bağlılık, normatif bağlılık ve devam bağlılığı” alt boyutlarının “yenilikçilik” alt boyutu üzerindeki etkisinin analiz edildiği görülebilmektedir. Analiz sonucunda kurulan regresyon modelinin anlamlı olduğu (F=13,802; p=0,000; p<0,05) görülmektedir. Sonucun anlamlı olması ile yenilikçilik eğiliminde meydana gelen değişimde örgüte olan bağlılık düzeyinin etkisinin olduğu anlaşılmaktadır. “Yenilikçilik” eğiliminde meydana gelen değişimin %13,8’i modelde bulunan bağımsız değişkenler tarafından açıklanmaktadır (Adj.R²=0,138). Ayrıca duygusal bağlılık (p=0,018; p<0,05) ve normatif bağlılık (p=0,003; p<0,05) alt boyutlarında meydana gelen bir artışın kişinin yenilikçilik eğilimi üzerinde anlamlı derecede pozitif bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Buna karşın analiz sonuçlarına göre, devam bağlılığında (p=0,331; p>0,05) meydana gelen bir artışın kişinin yenilikçilik eğilimi üzerinde anlamlı derecede bir etkisi bulunmamaktadır. Başka bir ifadeyle, kişinin duygusal bağlılık ve normatif bağlılığının artış göstermesi yenilikçilik eğiliminin de artmasına katkı

sağlamaktadır. Bu sonuçlara göre araştırmanın 2a ve 2b hipotezleri de doğrulanmaktadır.

Araştırmanın üçüncü hipotezini test edebilmek için örgütsel bağlılık alt boyutlarından “duygusal bağlılık, normatif bağlılık ve devam bağlılığı” düzeylerinin iç girişimcilik alt boyutlarından “risk alma” eğilimi üzerindeki etkisi çoklu regresyon analizi yöntemiyle analiz edilmiştir.

Tablo 8: Örgütsel Bağlılık Alt Boyutlarının “Risk Alma” Üzerindeki Etkisi

Katsayılar Tablosu						
Kavramlar	B	St.Hata	Beta	t	p	VIF
Sabit Terim	1,889	0,204		9,253	0,000	
Bağımsız Değişkenler						
Duygusal	0,159	0,079	0,176	2,026	0,044*	2,318
Normatif	0,257	0,067	0,304	3,838	0,000*	1,921
Devamlılık	0,052	0,065	0,059	0,809	0,419	1,635
Model Özeti: R=0,480; R ² =0,231; Adj.R ² = 0,221; F= 23,603; p=0,000						
Bağımlı Değişken= Risk Alma / *p<0,05, d=1,841						

Tablo 8’e göre “duygusal bağlılık, normatif bağlılık ve devam bağlılığı” alt boyutlarının “risk alma” alt boyutu üzerindeki etkisinin analiz edildiği görülebilmektedir. Analiz sonucunda kurulan regresyon modelinin anlamlı olduğu (F=23,603; p=0,000; p<0,05) görülmektedir. Sonucun anlamlı olması ile risk alma eğiliminde meydana gelen değişimde örgüte olan bağlılık düzeyinin etkisinin olduğu anlaşılmaktadır. “Risk alma” eğiliminde meydana gelen değişimin %22,1’i modelde bulunan bağımsız değişkenler tarafından açıklanmaktadır (Adj.R²=0,221). Ayrıca duygusal bağlılık (p=0,044; p<0,05) ve normatif bağlılık (p=0,000; p<0,05) alt boyutlarında meydana gelen bir artışın kişinin risk alma eğilimi üzerinde anlamlı derecede pozitif bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Buna karşın analiz sonuçlarına göre, devam bağlılığında (p=0,419; p>0,05) meydana gelen bir artışın kişinin risk alma eğilimi üzerinde anlamlı derecede bir etkisi bulunmamaktadır. Başka bir ifadeyle, kişinin duygusal bağlılığı ve normatif bağlılığının artış göstermesi risk alma eğiliminin de artmasına katkı sağlamaktadır. Bu sonuçlara göre araştırmanın 3a ve 3b hipotezleri de doğrulanmaktadır.

Araştırmanın dördüncü hipotezini test edebilmek için örgütsel bağlılık alt boyutlarından “duygusal bağlılık, normatif bağlılık ve devam bağlılığı” düzeylerinin iç girişimcilik alt boyutlarından “özerklik” eğilimi üzerindeki etkisi çoklu regresyon analizi yöntemiyle analiz edilmiştir.

Tablo 9 incelendiğinde “duygusal bağlılık, normatif bağlılık ve devam bağlılığı” alt boyutlarının “özerklik” alt boyutu üzerindeki etkisinin analiz edildiği görülebilmektedir. Analiz sonucunda kurulan regresyon modelinin anlamlı olduğu (F=6,809; p=0,000; p<0,05) görülmektedir. Sonucun anlamlı olması ile özerklik

eğiliminde meydana gelen değişimde örgüte olan bağlılık düzeyinin etkisinin olduğu anlaşılmaktadır.

Tablo 9: Örgütsel Bağlılık Alt Boyutlarının “Özerklik” Üzerindeki Etkisi

Katsayılar Tablosu						
Kavramlar	B	St.Hata	Beta	t	p	VIF
Sabit Terim	2,246	0,274		8,191	0,000	
Bağımsız Değişkenler						
Duygusal	0,026	0,106	0,024	,0247	0,805	2,318
Normatif	0,125	0,090	0,120	1,388	0,166	1,921
Devamlılık	0,199	0,087	0,183	2,294	0,023*	1,635
Model Özeti: R=0,282; R ² =0,080; Adj.R ² = 0,068; F= 6,809; p=0,000						
Bağımlı Değişken= Özerklik / *p<0,05, d=1,559						

“Özerklik” eğiliminde meydana gelen değişimin %6,8’i modelde bulunan bağımsız değişkenler tarafından açıklanmaktadır (Adj.R²=0,068). Ayrıca devam bağlılığı (p=0,023; p<0,05) alt boyutunda meydana gelen bir artışın kişinin özerklik eğilimi üzerinde anlamlı derecede pozitif bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Başka bir ifadeyle, kişinin devam bağlılığının artış göstermesi özerklik eğiliminin de artmasına katkı sağlamaktadır. Buna karşın analiz sonuçlarına göre, duygusal bağlılık (p=0,805; p>0,05) ve normatif bağlılık (p=0,166; p>0,05) alt boyutlarında meydana gelen bir artışın kişinin özerklik eğilimi üzerinde anlamlı derecede bir etkisi bulunmamaktadır. Bu durumda duygusal bağlılık ve normatif bağlılıkta meydana gelen bir artış özerklik eğiliminde bir artışa neden olmamaktadır. Bu sonuçlara göre araştırmamızın 4c hipotezi doğrulanmaktadır.

Araştırmamızın beşinci hipotezini test edebilmek için örgütsel bağlılık alt boyutlarından “duygusal bağlılık, normatif bağlılık ve devam bağlılığı” düzeylerinin iç girişimcilik alt boyutlarından “proaktiflik” eğilimi üzerindeki etkisi çoklu regresyon analizi yöntemiyle analiz edilmiştir.

Tablo 10: Örgütsel Bağlılık Alt Boyutlarının “Proaktiflik” Üzerindeki Etkisi

Katsayılar Tablosu						
Kavramlar	B	St.Hata	Beta	t	p	VIF
Sabit Terim	1,724	0,301		5,719	0,000	
Bağımsız Değişkenler						
Duygusal	-0,035	0,116	-	-0,305	0,761	2,318
			0,028			
Normatif	-0,057	0,099	-	-0,572	0,568	1,921
			0,048			
Devamlılık	0,484	0,095	0,395	5,080	0,000*	1,635
Model Özeti: R=0,358; R ² =0,128; Adj.R ² = 0,117; F= 11,568; p=0,000						
Bağımlı Değişken= Proaktiflik / *p<0,05, d=1,624						

Tablo 10 incelendiğinde “duygusal bağlılık, normatif bağlılık ve devam bağlılığı” alt boyutlarının “proaktiflik” alt boyutu üzerindeki etkisinin analiz edildiği görülebilmektedir. Analiz sonucunda kurulan regresyon modelinin anlamlı olduğu ($F=11,568$; $p=0,000$; $p<0,05$) görülmektedir. Sonucun anlamlı olması ile proaktiflik eğiliminde meydana gelen değişimde örgüte olan bağlılık düzeyinin etkisinin olduğu anlaşılmaktadır. “Proaktiflik” eğiliminde meydana gelen değişimin %11,7’si modelde bulunan bağımsız değişkenler tarafından açıklanmaktadır ($Adj.R^2=0,117$). Ayrıca devam bağlılığı ($p=0,000$; $p<0,05$) alt boyutunda meydana gelen bir artışın kişinin proaktiflik eğilimi üzerinde anlamlı derecede pozitif bir etkiye sahip olduğu görülmektedir. Başka bir ifadeyle, kişinin devam bağlılığının artış göstermesi proaktiflik eğiliminin de artmasına katkı sağlamaktadır. Buna karşın analiz sonuçlarına göre, duygusal bağlılık ($p=0,761$; $p>0,05$) ve normatif bağlılık ($p=0,568$; $p>0,05$) alt boyutlarında meydana gelen bir artışın kişinin özerklik eğilimi üzerinde anlamlı derecede bir etkisi bulunmamaktadır. Bu sonuçlara göre araştırmanın 5c hipotezi doğrulanmaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Bu çalışmada perakendecilik sektöründe çalışan kişilerin örgüte olan bağlılık düzeyleri ile kurum içi girişimcilik eğilimleri arasındaki ilişki ve örgütsel bağlılık alt boyutlarının kurum içi girişimcilik eğilimi alt boyutları üzerindeki etkisi test edilmiştir. Her ne kadar gelişen teknoloji ve endüstri 4.0 gibi kavramlar (Davutoğlu, 2021a; Davutoğlu, 2021b) perakendecilik sektöründe de otomasyonun artması sonucunu doğursa da yine de emek yoğun bir sektör olan perakendecilik sektöründe kurum içi girişimcilik faaliyeti kurumun geleceği adına büyük önem taşımaktadır.

Araştırma kapsamında toplam 5 ana hipotez kurulmuştur. 1. hipotez test edildiğinde, örgütsel bağlılık düzeyi ile kurum içi girişimcilik eğilimi arasında bir bütün olarak anlamlı pozitif yönlü ilişkiler bulunmuştur. Yapılan literatür taramasında görüldüğü üzere, Tokgöz (2015), Altınbaş (2013), Wood vd. (2008) ve Zehir vd. (2012) de çalışmalarında örgütsel bağlılık ile girişimcilik arasında anlamlı pozitif ilişkiler bulmuşlardır ve bu çalışmada elde edilen bulguları destekler niteliktedir.

Araştırmanın 2. hipotezi, örgütsel bağlılık ölçeği alt boyutlarının yenilikçilik eğilimi üzerindeki etkisinin tespit edilmesine yöneliktir. Yapılan analiz sonucunda normatif bağlılık ve duygusal bağlılık düzeyinde meydana gelen bir artışın çalışanın yenilik yapma eğilimini artırdığı bulgusuna ulaşılmıştır. 3. hipotez ise örgütsel bağlılık alt boyutlarının risk alma eğilimine olan etkisini doğrulama amacıyla kurulmuştur. 2. hipotezde olduğu gibi normatif bağlılık ve duygusal bağlılık düzeyinin artması risk alma eğilimini de pozitif yönde etkilemektedir. Bu sonuca göre kişinin normatif bağlılık veya duygusal bağlılık düzeyinde meydana gelen bir

artışın yenilikçilik ve risk alma eğiliminde bir artışa sebep olduğu söylenebilir. Dolayısıyla bir örgütte bulunan kişilerin yenilikçilik ve risk alma eğilimlerinin artırılması isteniyorsa çalışanların örgüte olan normatif bağlılık ve duygusal bağlılık düzeylerinin artırılması tavsiye edilir.

Araştırma kapsamında kurulan 4. ve 5. hipotezler ile örgütsel bağlılık alt boyutlarının özerklik ve proaktiflik eğilimine olan etkisi doğrulanmaya çalışılmıştır. Yapılan analizler sonucunda örgütsel bağlılık alt boyutlarından devam bağlılığı düzeyinde meydana gelen bir artışın kişinin özerklik ve proaktiflik eğilimini de artıracığı bulgusuna ulaşılmıştır. Dolayısıyla bir örgütte çalışan kişilerin özerklik ve proaktiflik eğiliminin artırılması isteniyorsa bunun yollarından biri de kişilerin devam bağlılığı düzeyinin artırılmasıdır.

Literatür incelendiğinde ulusal ve uluslararası çalışmalarda örgütsel bağlılık alt boyutlarının iç girişimcilik alt boyutlarına etkisini ele alan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Ancak Soomro ve Shah (2019) ve Kocaoğlu ve Şener (2018) çalışmalarında örgütsel bağlılığın bir bütün olarak iç girişimcilik üzerinde pozitif yönde bir etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşmıştır. Tuğsal (2018) ise çalışmasında proaktiflik eğiliminin duygusal bağlılık ve devam bağlılığı üzerinde, yenilikçiliğin ise sadece devam bağlılığı üzerinde etkili olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Elde edilen bu sonuçlardan yola çıkarak işletme için rekabette üstünlüğü sağlama adına önemli bir kavram olan kurum içi girişimcilik eğiliminin artırılmasına yönelik faaliyetlerin çoğaltılması tavsiye edilmektedir. Örneğin kişilerin örgütsel bağlılık düzeyini artıracak ödüllendirme, daha iyi özlük hakları, mobbingden kaçınma, motivasyonu artırıcı faaliyetler vb. yapılarak hem örgüte olan bağlılık düzeyi artırılabilir hem de örgütsel bağlılık düzeyinin pozitif olarak etkilediği iç girişimcilik eğilimi artırılabilir.

Araştırmanın sonuçlarına bütüncül olarak bakıldığında örgütsel bağlılık düzeyi ile iç girişimcilik eğiliminin birbiriyle ilişkili olduğu ve örgütsel bağlılık düzeyinde meydana gelen bir artışın iç girişimcilik eğilimini pozitif olarak etkilediği söylenebilir. Diğer bir açıdan araştırma sonuçlarının belirli kısıtlara sahip olduğu ve sadece perakendecilik sektöründe çalışanlar üzerinde yapıldığı düşünüldüğünde birikimli olarak ilerleyen bilime katkı sağlamak amacıyla sonraki çalışmaların değişik örneklem gruplarında yapılması tavsiye edilmektedir.

KAYNAKÇA

- Ahmed, M. (2004). *İş tatmininin örgütsel bağlılık üzerindeki etkileri* (Yüksek Lisans Tezi). Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Akkuş, D. B. (2020). *Psikolojik Sermayenin Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisinde İş-Yaşam Dengesinin Aracılık Rolü: KTMÜ Örneği*, (Doktora Tezi), Kırgızistan-Türkiye Manas Üniversitesi, SBE.
- Allen, N. J., ve Meyer, J. P. (1990). The measurement and antecedents of affective, continuance, and normative commitment to the organization. *Journal of Occupational Psychology*, 63(1), 1-18.
- Aloulou, W., ve Fayolle, A. (2005) A conceptual approach of entrepreneurial orientation within small business context. *Journal of Enterprising Culture*, 13(1), 21-45.
- Altınbaş, Z. (2013), *Kurumsal girişimcilik ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişki: mücevherat sektöründe bir araştırma*, (Yüksek Lisans tezi). Marmara Üniversitesi SBE.
- Altuntaş, G. ve Dönmez, D. (2010). Girişimcilik yönelimi ve örgütsel performans ilişkisi: Çanakkale bölgesinde faaliyet gösteren otel işletmelerinde bir araştırma. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 39(1), 50-74.
- Amado, B. J., Montes, L. J. F., ve Arostegui, P. N. M. (2010). Information technology-enable intrapreneurship culture and firm performance. *Industrial Management and Data System*, 110(4), 550-566.
- Antoncic, B. ve Hisrich, R.D. (2001). Intrapreneurship: Construct refinement and cross-cultural validation. *Journal of Business Venturing*, 16, 495-527
- Antoncic, B. ve Hisrich, R.D. (2003). Clarifying the intrapreneurship concept, *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 10(1), 7-24.
- Arslan, T. E. (2012). *İnovasyon ve iç girişimcilik etkileşimi: bilişim 500 şirketlerinde bir araştırma*, (Doktora Tezi). Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Atılğan, S. ve Geçikli, G. (2020). Örgütsel adaletin örgütsel sinizme etkisinde örgütsel bağlılığın aracı rolü. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 24 (Aralık Özel Sayı), 289-312.
- Balay, R. (2014). *Yönetici ve öğretmenlerde örgütsel bağlılık*. Ankara: Pegem Akademi.

- Basım, H. N., Korkmazıyrek, H. ve Tokat, A.O. (2008). Çalışanların öz yeterlilik algılamasının yenilikçilik ve risk alma üzerine etkisi: Kamu sektöründe bir araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 19, 121-130.
- Berman B., Evans J.R. ve Chatterjee, P. (2018). *Retail management: A strategic approach* (13.th edition). Pearson.
- Bouchard, V. ve Basso, O. (2011). Exploring the links between entrepreneurial orientation and intrapreneurship in SMEs. *Journal of Small Business and Enterprise Development*, 18(2), 219-231.
- Bulut, Ç. ve Alpkan, L. (2006). Behavioral consequences of an entrepreneurial climate within large organizations: An integrative proposed model. *South East European Journal of Economics and Business*, 2, 64-70.
- Büyüköztürk Ş. (2002). faktör analizi: temel kavramlar ve ölçek geliştirmede kullanımı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*. 32, 470-483.
- Büyükyılmaz, O. ve Kayış, M. (2018). Dönüştürücü liderliğin iç girişimcilik davranışına etkisi: Bolu ilinde bir araştırma. *Bolu Abant İzzet Baysal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18 (3), 147-167.
- Cengiz, A. (2001). *Kişisel özelliklerin örgütsel bağlılık üzerindeki etkileri ve Eskişehir’de sağlık personeli üzerinde bir uygulama*, (Yüksek Lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Cingöz, A. ve Kaya, A. (2018). İş-aile çatışmasının iç girişimcilik üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik turizm sektörü çalışanları üzerinde bir araştırma. *Çukurova Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(2), 127-153.
- Cohen, A. (1993). Age and tenure in relation to. *Basic and Applied Social Psychology*, 14(2), 143-159.
- Crow, M.S., Lee, C.B. ve Joo, J.J. (2012). Organizational justice and organizational commitment among south korean police officers an investigation of job satisfaction as a mediator. *An International Journal of Police Strategies & Management*, 35(2), 402-423.
- Cullhane, J. M. H. (2003). *The entrepreneurial orientation-performanca linkage in high technology firms: an international corparative study*. (Doctoral Dissertation), Isenberg School of Management.

- Çelik, F. (2015). *Örgütsel güvenin iş tatmini ve örgütsel bağlılıkla ilişkisi: resmi-özel öğretim kurumlarında bir araştırma*, (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Çetin, F. (2011). Örgüt içi girişimcilikte öz yeterlilik algısı ve kontrol odağının rolü. *Business and Economics Research Journal*, 2(3), 69-85.
- Çetin, M. Ö. (2004). *Örgüt kültürü ve örgütsel bağlılık*. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Çöl, G. (2008). Algılanan güçlendirmenin işgören performansı üzerine etkileri. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 9(1), 35-46.
- Davutoğlu, N. A. (2021a). Tekno yönetim yapısı ve altyapısını oluşturan gizilgüçler. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 8(68), 841-853
- Davutoğlu, N. (2021b). Sanayi 4.0 ve yönetim paradoksu. *Management and Political Sciences Review*, 3(1), 53-67
- Demircan, N. (2000). *Girişimcilik ve girişimcilerin kişisel özellikleri konusunda bir uygulama*, (Yüksek Lisans Tezi). Gebze İleri teknoloji Enstitüsü.
- Dess, G. ve Lumpkin, G.T. (2005). The role of entrepreneurial orientation in stimulating effective corporate entrepreneurship, *The Academy of Management*, 19(1), 147-156.
- Doğan, S., ve Demirtaş, Ö., (2020). Sağlık kurumlarında örgütsel adalet algısının örgütsel bağlılık üzerine etkisi. *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 6(1), 79-93.
- Durmaz, I. (2011). *Psikolojik güçlendirme algısının iç girişimcilik üzerine etkisi*, (Doktora Tezi). Gazi Üniversitesi SBE.
- Durna, U. ve Eren, V. (2005). Üç bağlılık unsuru ekseninde örgütsel bağlılık. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 6(2), 210-219.
- Erbir, M. (2020). Sağlık kurumları çalışanlarının kurumsal sosyal sorumluluk algıları ve örgütsel vatandaşlık davranışlarının iç girişimcilik düzeylerine etkisi, (Doktora Tezi). Kırıkkale Üniversitesi SBE.
- Erkal, P. (2020). Örgütlerde algılanan desteğin iç girişimcilik düzeyine etkisi: İş tatmininin aracılık rolü. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 11 (22), 567-621.

- Felicio, J. A., Rodrigues, R. ve Caldeirinha, R. V. (2012). The effect of intrapreneurship on corporate performance. *Management Decision*, 50(10), 1717-1738.
- Florkowski, G., ve Schuster, M. (1992). Support for profit sharing and organizational commitment: A path analysis. *Human Relations*, 45(5), 507-523.
- Güler, E. (2012). İç girişimcilik: Bir literatür taraması. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, (6), 56-75.
- Güney, S. (ed.). (2001). *Yönetim ve Organizasyon*, 1. Basım. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.
- Güven, A. (2020). Türkiye’de belediyelerde çalışan personelin iş tatmini ve örgütsel bağlılık algısı. *Akademik Bakış Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler Dergisi*, 133-149
- Ireland, R. D., Covin, G. J. ve Kurato, F. D. (2009). Conceptualizing corporate entrepreneurship strategy. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33(1), 19-46.
- İbrahimoglu, N. ve Ugurlu, Y. Ö. (2013). KOBİ’lerde iç girişimcilik ve örgüt kültürü ilişkisi: Sektörel bir araştırma. *H.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 31(1), 103-126.
- Kalay, Ü. (2020). Muhasebe meslek mensuplarında tükenmişlik ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişki: Çorlu örneği. *Sosyal Bilimler Metinleri*, (1), 1-12.
- Kanbur, E. (2015). *Çalışanların bireysel yaratıcılık düzeylerinin iç girişimcilik performansları üzerindeki etkisinde algılanan örgütsel desteğin aracılık rolü*, (Doktora Tezi). Gaziosmanpaşa Üniversitesi SBE.
- Kasap, M. (2020). Etik liderliğin iç girişimciliğe etkisi: Çanakkale’de bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 34 (1), 257-272.
- Kaygın, E. (2012). Sürdürülebilir bir rekabet avantajı sağlamanın yolu: İç girişimcilik anlayışı. *Sosyal ve Beşeri Bilimler Dergisi*, 4, 93-103.
- Kızıloğlu, M. ve İbrahimoglu, N. (2013). İç girişimcilik olgusunun yenilik yapabilme becerisine etkisi: Gaziantep’te faaliyet gösteren yenilikçi örgütlerde bir uygulama. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 5(3), 2013, 105-117.
- Ko, H. (2009). Örgütsel bağlılık ve sadakat ilişkisi. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(28), 200-211.

- Kocaoğlu, M. ve Şener, E. (2018). Kurum içi girişimcilik, örgütsel bağlılık ve sosyal sermaye ilişkisi: Kamu sektörü ve özel sektörde bir karşılaştırma. *Avrasya Uluslararası Araştırmalar Dergisi*, 6(14), 164-175.
- Koyuncu, E. ve Elçi, A. (2018). İlçe belediye çalışanlarının örgütsel bağlılık düzeyleri: Aksaray ili örneği. *International Journal of Entrepreneurship and Management Inquiries*, 2(2), 64-73.
- Levy M. ve Weitz B.A. (2007). *Retail Management*, 6. Edition. New York, USA: McGraw-Hill.
- Lumpkin, G. T. ve Dess, G. G. (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21(2), 135-172.
- Mathieu, J.E. ve Zajac, D.M. (1990). A review and meta-analysis of the antecedents, correlates and consequences organizational commitment. *Psychology Bulletin*, 108(2), 171-194.
- Meyer, J. P. ve Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resource Management Review*, 1(1), 61-89.
- Meyer, J.P. ve Allen, N. J. (1997). *Commitment in the workplace: Theory, research, and application*. Thousand Oaks: Sage Publications.
- Mohamad, O., Tamayah, T., Puspowsarito, H., Natalis, D. ve Saerang, P. E. D. (2011). Corporate entrepreneurship and firm performance: The role of business environment as a moderator. *The IUP Journal of Management Research*, X(3), 7-27.
- Moriano, A. J., Molero, F., Topa, G. ve Mangin, L. J. (2014). The influence of transformational leadership and organizational identification on intrapreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 10(1), 103-119.
- Naktiyok, A. (2004). *İç Girişimcilik*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Özdemir, H. (2021). Örgütsel bağlılık ile psikolojik güçlendirme arasındaki ilişkiler: Kırşehir örneği. *Ahi Evran Akademi*, 2(1), 53-60.
- Özdemir, H. Ö. (2019). Sağlık çalışanlarının örgütsel davranışları üzerine projeksiyon çalışması: Kırşehir örneği. *Ahi Evran Üniversitesi Sağlık Bilimleri Dergisi*, 3(1), 13-23.

- Özdemir, Ş. (2019). Çalışanların iş güvencesizliğinin duygusal emek ve iç girişimcilik üzerine etkisi. *Osmaniye Korkut Ata Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 3(2), 185-196.
- Özşahin, M. ve Zehir, C. (2011). Yüksek performanslı işletmelerde liderlik, girişim odaklılık ve örgütsel performansın ilişkisi. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 9(2), 43-72.
- Özkan, O. ve Tosun, B. (2020). Psikolojik sermaye iç girişimcilik ilişkisinde kişi-örgüt uyumunun aracı rolü. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi*, 16(2), 326-345.
- Parker, C. S. (2011). Intrapreneurship or entrepreneurship? ". *Journal of Business Venturing*, 26, 19-34.
- Ramanigopal, S. C., Palaniappan, G., Hemalatha, N. ve Murugesan, G. (2012). Corporate entrepreneurship- a business strategy. *International Journal of Research in Commerce, Economics and Management*, 2(11), 51-54.
- Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G. T. ve Frese, M. (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future, *Entrepreneurship Theory and Practice*, 761-787
- Solmuş, T. (2004). *İş yaşamında duygular ve kişilerarası ilişkiler*. İstanbul: Beta Basım.
- Soomro, B. A. ve Shah, N. (2019), Determining the impact of entrepreneurial orientation and organizational culture on job satisfaction, organizational commitment, and employee's performance. *South Asian Journal of Business Studies*, 8(3), 266-282.
- Söker, F. (2016). *İşletmelerde iç girişimcilik ve yönetsel - dönüşümsel liderlik: Karaman'da bir araştırma*, (Yüksek Lisans Tezi). Karamanoğlu Mehmetbey Üniversitesi SBE.
- Stephens, R. D., Dawley, D. D., ve Stephens, D. B. (2004). Director role potential as antecedents of normative and affective commitment on nonprofit boards. *Organizational Analysis*, 12(4), 395-413.
- Stup, R. E. (2006). Special research report: Human resource management and dairy employee organizational commitment (Doktora tezi). *Department Of Dairy and Animal Science College Of Agricultural Sciences*, 1-4.

- Şanal, M. (2011). *Aile İşletmelerinde Kurumsallaşma ve Kurumsal Girişimcilik Üzerine Bir Araştırma*, (Doktora Tezi). Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tokgöz, S. (2015), *Çalışanların öğrenen örgüt algılarının iş tatmini, örgütsel bağlılık ve örgüt içi girişimcilikleri üzerindeki etkisi: bilişim sektörü üzerine bir çalışma*, (Doktora Tezi). Okan Üniversitesi SBE
- Tuğsal, T. (2019). Çalışanların İç Girişimcilik Eğilimlerinin Örgütsel Bağlılıklarına Etkisinde Demokratik Katılımcı Yönetim Tarzının Aracılık Etkisi: İstanbul'da Bankacılık Sektörü Örneği. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(3), 79-87.
- Tunalı, D., ve Peker, A. (2020). Bankacılık sektöründe örgütsel adalet, örgütsel güven ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(1), 30-51.
- Uygur, A. (2009). *Örgütsel bağlılık ve işe bağlılık*. Ankara: Barış Platin Yayınevi.
- Varinli İ. ve Oyman M. (2013). *Perakendeciliğe giriş*. No. 2851. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Wallace, J. E. (1995). Organizational and professional commitment in professional and nonprofessional organizations. *Administrative Science Quarterly*, 40(2), 228-255.
- Wasti, S. A. (2002). Meyer ve Allen'in üç boyutlu örgütsel bağlılık ölçeğinin geçerlilik ve güvenilirlik analizi. *VIII. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildirisi*, Nevşehir.
- Wood, C., Holt, D., Reed, T., ve Hudgens B. (2008). Perceptions of corporate entrepreneurship in air force organizations: Antecedents and outcomes. *Journal of Small Business and Entrepreneurship*, 117-132.
- Yenihan, B. (2014). Örgütsel bağlılık ve iş tatmini arasındaki ilişki. *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4(2), 170-178.
- Yıldız, N., Akbulut, Ö., ve Bircan, H. (2002). *İstatistiğe Giriş* (3. baskı). Erzurum: Aktif yayınevi.
- Yılmaz, H. (2020). *Örgütsel sosyalleşmenin işten ayrılma niyetine etkisinde örgütsel bağlılık ve örgütsel vatandaşlığın aracılık rolü: Havacılık sektöründe bir araştırma*, (Doktora Tezi). Hatay Mustafa Kemal Üniversitesi SBE.

- Yüce, A. ve Kavak, O. (2017). İçsel pazarlama faaliyetlerinin örgütsel bağlılık ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisi: Bir araştırma. *Balkan ve Yakın Doğu Sosyal Bilimler Dergisi*, 3(3), 79-96.
- Zehir, C., Müceldili, B. ve Zehir, S. (2012). The impact of corporate entrepreneurship on organizational citizenship behavior and organizational commitment: Evidence from Turkey smes. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 58, 924–933.
- Zhao, H., Seibert, S. E. ve Hills, G. E. (2005). The mediating role of self-efficacy in the development of entrepreneurial intentions, *Journal of Applied Psychology*, 90(6), 1265-1272.