

T.C.
GEBZE TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

KURUM İÇİ GİRİŞİMCİLİĞİN FİRMA PERFORMANSI İLİŞKİSİNDE
GİRİŞİMCİ TAKIM DAVRANIŞI VE DÖNÜŞÜMSEL LİDERLİĞİN ARA
DEĞİŞKEN ETKİSİ

MUSTAFA ÇAĞA

DOKTORA TEZİ
İŞLETME ANABİLİM DALI

DANIŞMAN: PROF. DR. HAKAN KİTAPÇI

ARALIK 2024

T.C.
GEBZE TEKNİK ÜNİVERSİTESİ
LİSANSÜSTÜ EĞİTİM ENSTİTÜSÜ

KURUM İÇİ GİRİŞİMCİLİĞİN FİRMA PERFORMANSI İLİŞKİSİNDE
GİRİŞİMCİ TAKIM DAVRANIŞI VE DÖNÜŞÜMSEL LİDERLİĞİN ARA
DEĞİŞKEN ETKİSİ

MUSTAFA ÇAĞA

DOKTORA TEZİ
İŞLETME ANABİLİM DALI

DANIŞMAN: PROF. DR. HAKAN KİTAPÇI

ARALIK 2024

T.R.
GEBZE TECHNICAL UNIVERSITY
GRADUATE SCHOOL

**THE MEDIATING EFFECT OF ENTREPRENEURIAL TEAM BEHAVIOR AND
TRANSFORMATIONAL LEADERSHIP IN THE RELATIONSHIP BETWEEN
CORPORATE ENTREPRENEURSHIP AND FIRM PERFORMANCE**

MUSTAFA ÇAĞA

A THESIS OF DOCTORATE
DEPARTMENT OF BUSINESS ADMINISTRATION

ADVISOR: PROF.DR. HAKAN KİTAPÇI

DECEMBER 2024

DOKTORA JÜRİ ONAY FORMU

GTÜ Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yönetim Kurulunun 04/07/2024 tarih ve 2024/34 sayılı kararıyla oluşturulan jüri tarafından 03/12/2024 tarihinde tez savunma sınavı yapılan Mustafa ÇAĞA'nın tez çalışması İşletme Anabilim Dalında DOKTORA tezi olarak kabul edilmiştir.

JÜRİ

ÜYE

(TEZ DANIŞMANI) : Prof. Dr. Hakan KİTAPÇI

ÜYE

: Prof. Dr. M. Şahin GÖK

ÜYE

: Prof. Dr. Ayşe GÜNSEL

ÜYE

: Doç. Dr. Serhat ERAT

ÜYE

: Doç. Dr. Azize ŞAHİN

ONAY

Gebze Teknik Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü Yönetim Kurulunun

...../...../..... tarih ve/..... sayılı kararı.

İMZA/MÜHÜR

Sevgili aileme ve biricik eşime,

Bu doktora tezi, sizin desteğiniz, anlayışınız ve sevgiliniz sayesinde mümkün olmuştur. Sizlerin her zaman yanımda olmanız, bana güç verdi ve beni motive etti. Bu çalışmanın her aşamasında gösterdiğiniz sabır, fedakarlık ve teşvik için sonsuz minnettarım.

Her birinize ayrı ayrı teşekkür ediyorum ve bu tezi sizlere ithaf ediyorum.

ÖZET

Bu çalışma, kurumsal girişimcilik ile firma performansı arasındaki ilişkiyi araştırmakta ve girişimci takım davranışı ile dönüşümsel liderliğin aracılık rollerine odaklanmaktadır. Tanımlayıcı bir tasarım kullanılarak nicel bir çalışma geliştirilmiştir. Veriler, Türkiye'deki organize bir sanayi bölgesinde çalışan 400 beyaz yakalı çalışanlardan toplanmıştır. Hipotezler, regresyon analizi kullanılarak test edilmiştir. Analizler SPSS kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Araştırma, kurumsal girişimcilik, firma performansı, girişimci takım davranışı ve dönüşümsel liderlik arasındaki ilişkileri incelemektedir. Bulgular, girişimci takım davranışı ve dönüşümsel liderlik tarafından aracılık edilen kurumsal girişimcilik ile firma performansı arasında anlamlı ilişkiler olduğunu göstermektedir. Bu çalışma, kurumsal girişimciliğin firma performansını nasıl etkilediğine dair mevcut literatüre katkıda bulunmaktadır. Girişimci takım davranışı ve dönüşümsel liderliğin aracılık rollerini incelemek, organizasyonel başarının ardındaki faktörleri anlamaya yönelik incelikli bir bakış açısı sunmaktadır.



Anahtar Kelimeler: Kurumsal Girişimcilik, Firma Performansı, Girişimci Takım Davranışı, Dönüşümsel Liderlik

ABSTRACT

This study explores the relationship between corporate entrepreneurship and firm performance, focusing on the mediating roles of entrepreneurial team behavior and transformational leadership. A quantitative study was developed using a descriptive design. Data were collected from 400 white-collar employees working in companies within an organized industrial zone in Turkey. The hypotheses were tested using regression analysis. The analyses were conducted by using SPSS. The research explores the relationships between corporate entrepreneurship, firm performance, entrepreneurial team behavior, and transformational leadership. Findings indicate significant relationships between corporate entrepreneurship and firm performance, mediated by entrepreneurial team behavior and transformational leadership. This study contributes to the existing literature by providing insights into how corporate entrepreneurship influences firm performance. Examining the mediating roles of entrepreneurial team behavior and transformational leadership offers a nuanced understanding of the factors driving organizational success.

Keywords: Corporate Entrepreneurship, Firm Performance, Entrepreneurial Team Behavior, Transformational Leadership

TEŞEKKÜR

Bu doktora tezinin hazırlanmasında ve yürütülmesinde bana destek olan ve katkıda bulunan herkese en içten teşekkürlerimi sunarım.

Öncelikle, tez çalışmam süresince beni yönlendiren, motive eden ve deneyimleriyle bana farklı bir bakış açısı kazandırarak özgün bir çalışma yapmama olanak tanıyan saygıdeğer hocalarım Prof. Dr. Hakan Kitapçı, Prof. Dr. Şahin Gök ve Prof. Dr. Ayşe Günsel'e en derin şükranlarımı sunarım. Değerli rehberlikleri, bilgileri ve sürekli destekleri bu çalışmanın tamamlanmasında büyük bir rol oynamıştır.

Tez çalışmam sırasında doğrudan katkılarıyla bana destek olan aileme, sevgili eşime ve arkadaşlarıma teşekkür ederim. Gösterdikleri sabır, anlayış ve teşvik ile bana güç verdiler ve bu süreci daha kolay ve anlamlı hale getirdiler.

Son olarak, çalışmamın her aşamasında bana yardımcı olan ve katkıda bulunan herkese teşekkürlerimi sunarım.



İÇİNDEKİLER

	<u>Sayfa</u>
ÖZET	vi
ABSTRACT	vii
TEŞEKKÜR	viii
İÇİNDEKİLER	ix
ŞEKİLLER DİZİNİ	x
TABLolar DİZİNİ	xi
xi	
1. GİRİŞ	1
1.2. Araştırma Sorunsalı	3
1.3. Çalışmanın Amacı	5
1.4. Araştırma Soruları	7
1.5. Sınırlamalar	9
1.6. Çalışmanın Önemi	11
2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE	14
2.1. Kurumsal Girişimcilik Tanımı ve Önemi	18
2.2. Kurumsal Girişimciliğin Boyutları	22
2.3. Girişimci Takım Davranışı	34
2.4. Dönüşümsel Liderlik	38
2.5. Dönüşümsel Liderlik Boyutları	43
2.6. Firma Performansı	45
3. ARAŞTIRMA MODELİ VE HİPOTEZLER	47
3.1. Kurumsal Girişimcilik Firma Performansı İlişkisi	47
3.2. Girişimci Takım Davranışı Firma Performansı İlişkisi	48
3.3. Dönüşümsel Liderlik Firma Performansı İlişkisi	49
3.4. Aradeğişken İlişkileri	50
4. METODOLOJİ	54
4.1. Katılımcılar ve Prosedür	54
4.2. Ölçekler	55
4.3. Analiz ve sonuçlar	56
4.3.1. Yapı geçerliliği ve güvenilirlik	56
4.3.2. Hipotez Testi	60
5. TARTIŞMA VE SONUÇ	64
5.1. Yöneticilere Öneriler	67
5.2. Alana Öneriler	69
KAYNAKLAR	73
ÖZGEÇMİŞ	85
TEZ ÇALIŞMASI KAPSAMINDA YAPILAN YAYINLAR	86
EKLER	87

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 4.1: Araştırma Modeli

Sayfa
51



TABLÖLAR DİZİNİ

	<u>Sayfa</u>
Tablo 2.1: Dayanak Teorileri	17
Tablo 2.2: Kurumsal Girişimcilik Tanımları	21
Tablo 2.3: Girişimci Takım Davranışı Tanımları	37
Tablo 2.4: Dönüşümsel Liderlik Tanımları	41
Tablo 4.1: Demografik Özellikler	55
Tablo 4.2: Faktör Analizi	57
Tablo 4.3: Tanımlayıcı İstatistikler	60
Tablo 4.4: Birinci Aşama Regresyon Analizi Sonuçları	60
Tablo 4.5: Kurumsal Girişimcilik Boyutlarının Regresyon Analizi	61
Tablo 4.6: Girişimci Takım Davranışının Kurumsal Girişimcilik Boyutları ile Firma Performansı Arasındaki İlişkideki Aracılık Etkisi	62
Tablo 4.7: Kurumsal Girişimcilik Boyutları ile Firma Performansı Arasındaki İlişkide Dönüşümsel Liderliğin Aracı Etkisi	63

1. GİRİŞ

Bu çalışma, kurumsal girişimcilik ile firma performansı arasındaki ilişkiyi daha derinlemesine incelemeyi amaçlamakta ve bu ilişkiyi şekillendiren önemli mekanizmalar üzerinde durmaktadır. Özellikle, kurumsal girişimcilik uygulamalarının firma performansını nasıl etkileyebileceği ve bu süreçte girişimci ekip davranışları ile dönüşümcü liderliğin aracılık rollerinin nasıl işlediği üzerinde yoğunlaşmaktadır.

Çalışmanın amacı, girişimci ekip davranışı ve dönüşümcü liderliğin firma performansı üzerindeki etkilerini açıklığa kavuşturmak, bu bağlamda daha geniş bir perspektif sunmaktır. Tanımlayıcı bir tasarım çerçevesinde gerçekleştirilen bu nicel araştırma, Türkiye'deki organize sanayi bölgelerinde faaliyet gösteren 400 beyaz yakalı çalışandan toplanan verilerle desteklenmiş olup, veriler SPSS programı kullanılarak analiz edilmiştir. Hipotezlerin test edilmesinde regresyon analizi uygulanmış ve kuramsal çerçevede oluşturulan ilişkiler incelenmiştir. Bu bağlamda yapılan analizler, kurumsal girişimcilik ile firma performansı arasındaki ilişkiyi anlamada önemli bir katkı sağlamakta ve girişimci ekip davranışları ile dönüşümcü liderliğin bu süreçteki aracılık işlevlerini ortaya koymaktadır.

Araştırmanın bulguları, girişimci takım davranışı ve dönüşümsel liderliğin, kurumsal girişimcilik ile firma performansı arasındaki ilişkide anlamlı bir aracılık rolü üstlendiğini göstermektedir. Bu bulgular, organizasyonlarda girişimci liderlik ve ekip dinamiklerinin firma başarısı üzerindeki etkilerini daha ayrıntılı bir şekilde ele almayı mümkün kılmaktadır.

Girişimci takım davranışları, işbirliği, ortak vizyon oluşturma, kolektif problem çözme gibi unsurlarla tanımlanır ve bu davranışlar, organizasyonların yenilikçilik kapasitelerini artırmada kritik bir rol oynamaktadır. Bu tür davranışlar, organizasyonların çevresel değişimlere hızla uyum sağlamalarına ve daha yenilikçi çözümler geliştirmelerine olanak tanımaktadır. Girişimci ekipler, sadece içsel yenilikleri teşvik etmekle kalmaz, aynı zamanda dışsal fırsatları yakalayarak organizasyonları geleceğe taşıyan stratejik kararlar alabilirler. Bu durum, firmaların sadece günlük operasyonel başarılarıyla sınırlı kalmayıp, uzun vadeli sürdürülebilir başarılarını da şekillendirmektedir. Dolayısıyla, girişimci ekip davranışlarının, firma

performansı üzerindeki etkileri, rekabet avantajı ve sürdürülebilirlik açısından önemli sonuçlar doğurabilir. Buna ek olarak, dönüşümsel liderlik de organizasyonel başarıyı artırmada önemli bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır. Dönüşümsel liderler, çalışanlarını ortak hedefler doğrultusunda motive ederken, onların kişisel hedefleri ile organizasyonun hedeflerini uyumlu hale getirme yeteneğine sahip olabilirler. Bu liderler, sadece yöneticilik değil, aynı zamanda vizyonerlik, empati ve etkileşim becerileri ile çalışanları etkileyebilir ve onların potansiyellerini en üst düzeye çıkarmalarına yardımcı olabilirler. Dönüşümsel liderler, çalışanların işlerine olan bağlılıklarını artırarak, organizasyonel bağlılık ve performans arasında güçlü bir ilişki kurabilirler. Bu tür liderler, organizasyonda yalnızca yüksek bir performans yaratmakla kalmaz, aynı zamanda çalışanların organizasyona olan güvenlerini ve bağlılıklarını da pekiştirebilirler. Bu bağlamda, dönüşümcü liderliğin, sadece bireysel başarıları değil, organizasyonel başarıyı da artırmada önemli bir role sahip olabileceği söylenebilir.

Mevcut literatür, kurumsal girişimcilik ve firma performansı arasındaki ilişkiyi genellikle geniş bir çerçevede ele almış olsa da, girişimci ekip davranışları ve dönüşümcü liderliğin bu ilişkideki aracılık rollerini inceleyen çalışmalar henüz sınırlı düzeydedir. Literatürün eleştirel bir şekilde incelenmesi, bu boşluğun hala mevcut olduğunu ve kurumsal girişimciliğin etkilerinin daha ayrıntılı bir şekilde araştırılması gerektiğini göstermektedir.

Girişimci ekipler, yalnızca mevcut piyasa koşullarına yanıt vermekle kalmaz, aynı zamanda organizasyonların çevresel değişimlere karşı daha yenilikçi bir yaklaşım geliştirmelerini sağlayacak stratejik kararlar alabilirler. Smith, Jones ve Liu (2022), girişimci ekip davranışlarının yenilikçiliği teşvik etmedeki kritik rolüne dikkat çekmişlerdir. Ekiplerin bir arada işbirliği yapma kapasiteleri, ortak vizyon etrafında birleşmeleri, organizasyonların yenilikçi çözümler geliştirmesine olanak tanır ve bu da organizasyonel başarıyı artırır. Bu bağlamda, girişimci ekip davranışlarının organizasyonların performansı üzerinde ne denli belirleyici olabileceği ortaya çıkmaktadır.

Garcia ve Martinez (2023) ise dönüşümcü liderliğin organizasyonel performans ve bağlılık üzerindeki etkilerini incelemişlerdir. Dönüşümsel liderler, çalışanları yalnızca günlük performans hedeflerine yönlendirmekle kalmaz, aynı zamanda onların organizasyonla olan bağlarını güçlendirir ve bu da organizasyonel bağlılık ile

performans arasında güçlü bir ilişki yaratır. Dönüşümsel liderlik, çalışanların işlerine olan bağlılıklarını artırırken, organizasyonların uzun vadeli başarılarına da katkı sağlayabilir. Bu nedenle, dönüşümcü liderliğin organizasyonel başarıyı artırmada ve çalışanların motivasyonunu yükseltmede önemli bir araç olabileceği söylenebilir.

Bu çalışma, kurumsal girişimcilik ile firma performansı arasındaki ilişkiyi anlamada ve bu ilişkiyi etkileyen faktörleri açıklığa kavuşturmada önemli bir katkı sağlamaktadır. Girişimci ekip davranışları ve dönüşümcü liderliğin bu süreçteki aracılık rollerinin daha ayrıntılı bir şekilde incelenmesi, organizasyonel başarıyı etkileyen bu kritik faktörlerin daha derinlemesine anlaşılmasına olanak tanıyabilir. Bu çalışma, özellikle yöneticiler ve iş dünyasındaki liderler için, girişimci takım davranışlarının ve dönüşümcü liderliğin firma başarısındaki rolünü daha iyi kavramalarına yardımcı olabilecek değerli bilgiler sunmaktadır. Kurumsal girişimciliğin firma performansını nasıl etkileyebileceği konusunda sağladığı bilgiler, organizasyonların stratejik planlamalarına ışık tutarak, onların daha sürdürülebilir ve yenilikçi başarılarla ulaşmalarına katkı sağlayabilir.

1.2. Araştırma Sorunsalı

Kurumsal girişimcilik ve firma performansı arasındaki ilişkinin anlaşıldığı mevcut literatürde, bu ilişkinin arkasındaki mekanizmaları açıklamak için çeşitli teoriler geliştirilmiştir.

İşletmelerin yenilikçilik ve rekabet avantajı sağlama süreçlerinde kurum içi girişimcilik, dönüşümsel liderlik ve takım davranışları, birbirini tamamlayan ve destekleyen temel teorilerdir. Bu teoriler, organizasyonların büyüme, inovasyon ve yüksek performans elde etme hedeflerine ulaşabilmesinde kritik rol oynar. İlk olarak, kurum içi girişimcilik teorisi, yenilikçilik, risk alma ve proaktiflik gibi unsurları öne çıkarak, işletmelerin ekonomik büyümeye ve rekabet üstünlüğüne nasıl ulaşacaklarını açıklar. Schumpeter (1934) ve Covin ve Slevin (1991) gibi araştırmacılar, girişimcilik yönelimi yüksek firmaların daha hızlı büyüdüğünü ve daha güçlü bir rekabet avantajı elde ettiklerini vurgulamaktadır.

Bu bağlamda, dönüşümsel liderlik teorisi devreye girer; çünkü bu liderlik tarzı, yenilikçiliği ve yaratıcılığı teşvik eden bir ortam yaratır. Bass ve Avolio (1994) ve Burns (1978), dönüşümsel liderlerin çalışanlarını yenilikçi düşünmeye ve yaratıcı

özmler üretmeye yönlendirdiğini belirtir. Bu liderler, aynı zamanda takım üyelerinin gelişimine ve motivasyonuna odaklanarak kurum içi girişimcilik faaliyetlerini destekler, böylece firma performansını artırır. Bu liderlik tarzı ile birleşen kurum içi girişimcilik, organizasyonun büyüme hızını ve pazardaki rekabet gücünü doğrudan etkiler.

Bununla birlikte, takım davranışları teorisi, girişimci başarı için önemli bir diğer bileşeni oluşturur. Etkili takım dinamikleri, yaratıcı problem zme ve stratejik karar alma süreçlerinde yüksek performans gösteren ekiplerin varlığını zorunlu kılar. Katzenbach ve Smith (1993) ve Tuckman (1965), takım içindeki uyum ve iş birliğinin, girişimcilik faaliyetlerinin başarıyla sonuçlanması için kritik faktörler olduğunu savunurlar. Etkili takımlar, organizasyonel yenilikçiliği ve verimliliği artırarak firma performansını güçlendirir.

Bu teoriler bir araya geldiğinde, kaynak tabanlı görüş de devreye girer. Kaynak tabanlı görüş, firmaların sahip olduğu değerli, nadir ve taklit edilemez kaynakları kullanarak rekabet avantajı elde ettiğini ne sürer. Barney (1991), dönüşümsel liderlik ve girişimci takım davranışlarının bu stratejik kaynaklar arasında yer alarak organizasyonel başarının artmasına katkıda bulunduğunu belirtir. Bu stratejik kaynaklar, firmanın yenilikçi potansiyelini destekler ve kurumsal büyümeyi hızlandırır.

Sosyal sermaye teorisi ise bu kaynakların daha etkili kullanılmasını sağlayan sosyal ilişkiler, güven ve bilgi paylaşımı üzerine yoğunlaşır. Nahapiet ve Ghoshal (1998), sosyal sermayenin, özellikle güven ve iş birliği yoluyla, takım yeleri arasındaki bilgi akışını artırarak girişimci davranışları teşvik ettiğini ifade eder. Dönüşümsel liderlik bu bağlamda, sosyal sermayenin inşasında merkezi bir rol oynar ve bu sayede kurum içi girişimcilik süreçlerini destekler.

Son olarak, kurumsal gelişim teorisi, kurum içi girişimciliğin başarılı olabilmesi için örgütsel yapı, normlar ve kurumsal değişim süreçlerinin nasıl dönüştürülebileceğini ortaya koyar. Scott (2001), dönüşümsel liderlerin kurumsal yapıları dönüştürerek yenilikçi süreçlerin nn açtığını ve girişimcilik faaliyetlerinin daha verimli hale gelmesini sağladığını savunur. Kurum içi girişimcilik girişimlerinin başarısı, liderlerin bu değişim süreçlerini nasıl yönettiklerine ve uyguladıkları stratejilere bağlı olduğu söylenebilir.

Kurum içi girişimcilik, dönüşümsel liderlik, takım davranışları, sosyal sermaye ve kurumsal gelişim teorileri birbirini tamamlayıcı bir şekilde çalışarak, işletmelerin yenilikçi, rekabetçi ve sürdürülebilir başarı elde etmelerinde önemli bir rol oynar. Bu teoriler arasındaki etkileşim, organizasyonların stratejik hedeflerine ulaşmalarında kritik bir yapı taşı oluşturabilmektedir.

Ancak, kurumsal girişimciliğin firma performansı üzerindeki etkisini daha derinlemesine anlamak için bu ilişkinin nasıl işlediğine dair kapsamlı bir inceleme gereklidir. Bu bağlamda, girişimci takım davranışı ve dönüşümsel liderliğin aracı rolünün incelenmesi büyük önem taşıdığını söyleyebiliriz.

Bu çalışmada, kurumsal girişimcilik ve firma performansı arasındaki ilişkinin açıklığa kavuşturulması amacıyla girişimci ekip davranışı ve dönüşümcü liderliğin aracı etkisi incelenecektir. Bu kapsamda, kurumsal girişimciliğin firma performansına etkisini açıklayan mevcut literatür gözden geçirilecek ve bu ilişkideki potansiyel aracı değişkenler detaylandırılacaktır.

Bu çalışmanın amacı, kurumsal girişimcilik ve firma performansı arasındaki ilişkinin daha iyi anlaşılmasını sağlamak ve bu ilişkinin arkasındaki mekanizmaları ortaya koymaktır. Bu doğrultuda, dönüşümsel liderlik ve girişimci takım davranışının bu ilişki üzerindeki aracı rolü derinlemesine incelenecek ve elde edilen bulgularla kurumsal girişimciliğin firma performansına olan katkısının daha etkin bir şekilde değerlendirilmesi sağlanacaktır.

1.3. Çalışmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı, kurumsal girişimcilik ile firma performansı arasındaki ilişkiyi derinlemesine incelemek ve bu ilişkinin arkasındaki mekanizmaları ortaya koymaktır. Özellikle, girişimci takım davranışı ve dönüşümcü liderliğin bu ilişki üzerindeki aracı rolünü araştırarak, kurumsal girişimciliğin firma performansına olan etkisini daha iyi anlamayı hedeflemektedir.

Bu çalışmanın amacı, kurumsal girişimcilik ile firma performansı arasındaki ilişkiyi derinlemesine incelemek ve bu ilişkinin arkasındaki mekanizmaları kapsamlı bir şekilde ortaya koymaktır. Özellikle, girişimci takım davranışı ve dönüşümcü liderliğin bu ilişki üzerindeki aracı rolünü araştırarak, kurumsal girişimciliğin firma

performansına olan etkisini daha iyi anlamayı hedeflemektedir. Bu bağlamda, çalışmanın temel hedefleri şu şekilde belirlenebilir

İlk olarak, kurumsal girişimcilik ve firma performansı arasındaki ilişkiyi mevcut literatüre dayanarak kapsamlı bir şekilde analiz etmek, bu ilişkinin hangi faktörlerle şekillendiğini ve kurumsal girişimciliğin firma performansı üzerindeki etkilerini derinlemesine anlamayı amaçlamak mümkündür. Bu aşama, literatür taraması yapılarak, kurumsal girişimciliğin organizasyonel yenilikçilik ve stratejik rekabet avantajı üzerindeki etkilerinin nasıl firma performansına yansıdığı konusunda ayrıntılı bir inceleme gerçekleştirilmesini sağlayabilir. Bu inceleme, kurumsal girişimciliğin, özellikle risk almayı teşvik etme, yenilikçi çözümler geliştirme ve pazar fırsatlarını değerlendirme konularındaki rolünü vurgulayarak, firmaların büyüme ve gelişme süreçlerinde nasıl belirleyici bir faktör haline geldiği üzerine önemli bulgular sağlayabilir.

İkinci olarak, girişimci takım davranışlarının bu ilişkideki aracı rolünü incelemek, organizasyonel yenilikçiliği ve takım performansını artıran davranışların kurumsal girişimcilik ile firma performansı arasındaki ilişkide nasıl bir köprü işlevi gördüğünü keşfetmeye olanak tanıyabilir. Burada, etkili takım dinamiklerinin ve işbirliği kültürünün, kurumsal girişimcilik faaliyetlerinin başarısını nasıl desteklediği ve organizasyonel sonuçlara nasıl yansıdığı üzerinde durulması mümkündür. Girişimci ekip davranışı, özellikle ekip üyelerinin ortak bir vizyon doğrultusunda çalışması, yaratıcı problem çözme becerileri ve kolektif karar alma süreçleri gibi faktörlerle ilişkilidir. Bu davranışların, firmaların yenilikçilik kapasitesini artırdığı, daha hızlı adaptasyon sağladığı ve bu sayede rekabetçi üstünlük kazandığı vurgulanabilir. Takım içindeki güçlü iletişim, güven ve işbirliği, organizasyonun kurumsal girişimcilik stratejilerini etkin bir şekilde uygulamasını sağlayarak firma performansını doğrudan etkileyebilir.

Üçüncü olarak, dönüşümsel liderliğin bu ilişkideki aracı rolünü incelemek, liderlerin organizasyonel değişim süreçlerini nasıl yönlendirdiğini, çalışanları nasıl motive ettiğini ve yenilikçi düşünceyi teşvik ettiğini ele almak önemlidir. Dönüşümsel liderlik, çalışanların bireysel ve kolektif potansiyellerini en üst düzeye çıkaran bir liderlik tarzı olarak, kurumsal girişimcilik süreçlerini destekleyebilir ve organizasyonun performansını artırabilir. Liderlerin, çalışanlarına ilham vererek onların yaratıcı çözümler geliştirmelerine ve yenilikçi projelere katkıda bulunmalarına

olanak tanıyacağı, aynı zamanda çalışanların duygusal ve profesyonel ihtiyaçlarına duyarlı bir yaklaşım sergileyerek onları yüksek hedeflere yönlendirebileceği göz önünde bulundurulabilir. Dönüşümsel liderlerin, organizasyonel değişimi daha etkili yönetme kapasitesine sahip olmaları, yenilikçi kültürlerin nasıl yaratılabileceğini ve girişimcilik faaliyetlerinin daha verimli hale gelmesini nasıl sağlayabileceklerini ortaya koyabilir.

Son olarak, bu araştırmanın temel hedeflerinden biri, kurumsal girişimciliğin firma performansına olan katkısını daha etkin bir şekilde değerlendirmek ve elde edilen bulguları, firmaların stratejik kararlarında nasıl kullanabileceklerine dair öneriler geliştirmektir. Kurumsal girişimciliğin, sadece yenilikçilik değil, aynı zamanda organizasyonel esneklik ve stratejik uyum gibi unsurlar aracılığıyla firma performansını artırma potansiyeli taşıdığı göz önünde bulundurulabilir. Araştırma, organizasyonların bu süreçlerden nasıl daha fazla fayda sağlayabileceğini belirleyerek, kurumsal girişimciliğin etkin uygulanmasına yönelik stratejik rehberlik sunabilir.

Dönüşümsel liderlik ve girişimci takım davranışlarının bu süreçteki etkileri, işletmelerin kurumsal girişimcilik stratejilerini daha verimli hale getirmelerine yardımcı olabilir ve bu stratejilerin firma performansına olan katkılarını artırabilir.

Bu çalışmanın amacı, kurumsal girişimcilik ile firma performansı arasındaki ilişkinin daha derinlemesine anlaşılmasını sağlamak ve bu ilişkideki mekanizmaların nasıl işlediğini ayrıntılı bir şekilde ortaya koymaktır. Bu doğrultuda, girişimci takım davranışı ve dönüşümcü liderliğin aracı rollerinin etkisi, bu ilişkiyi daha kapsamlı bir şekilde değerlendirmek ve firmaların stratejik kararlarında bu bilgileri nasıl kullanabileceklerine dair önemli çıkarımlar sunmak için ele alınabilir. Elde edilecek bulgular, işletmelere kurumsal girişimciliği daha etkin bir şekilde nasıl uygulayacakları ve bu uygulamaların firma performansını nasıl artıracakı konusunda yol gösterici olabilir.

1.4. Araştırma Soruları

Kurumsal girişimcilik, organizasyonların yenilikçilik, esneklik ve rekabet avantajı sağlama süreçlerinde kritik bir rol oynamaktadır. İşletmelerin, hızla değişen pazar koşullarında başarılı olabilmesi için içsel girişimcilik faaliyetlerini teşvik etmeleri gerekmektedir. Bu bağlamda, kurumsal girişimcilik ile firma performansı arasındaki

ilişki, iş dünyasında giderek daha fazla dikkat çeken bir araştırma konusu olmuştur. Ancak, bu ilişkinin nasıl işlediğine dair hâlâ açıklığa kavuşturulması gereken birçok mekanizma bulunmaktadır. Kurumsal girişimciliğin firma performansı üzerindeki etkilerini anlamak, organizasyonların uzun vadeli başarılarını ve sürdürülebilir büyümelerini sağlayabilmeleri için önemlidir.

Bu çalışmanın temel araştırma soruları aşağıda maddeler halinde sıralanmıştır.

- Kurumsal girişimcilik, firma performansını nasıl etkileyebilir?
- Girişimci takım davranışı, kurumsal girişimcilik ile firma performansı arasındaki ilişkide aracı bir rol oynayabilir mi?
- Dönüşümcü liderlik, kurumsal girişimcilik ile firma performansı arasındaki ilişkide aracı bir rol oynayabilir mi?
- Girişimci takım davranışı ve dönüşümcü liderliğin, kurumsal girişimcilik ve firma performansı üzerindeki etkisi nasıl değerlendirilebilir?
- Girişimci takım davranışı ve dönüşümcü liderliğin birlikte etkisi, kurumsal girişimciliğin firma performansına olan katkısını nasıl şekillendirir?

Bu sorular, kurumsal girişimciliğin firma performansı üzerindeki etkisini daha iyi anlamaya yönelik önemli bilgiler sunmaktadır. Kurumsal girişimcilik, işletmelerin yenilikçilik kapasitelerini, stratejik esnekliklerini ve rekabet üstünlüklerini doğrudan etkileyen bir unsur olup, firma performansını artırmada belirleyici bir rol oynayabilir.

Bu çerçevede, girişimci ekip davranışları ve dönüşümcü liderlik, organizasyonel girişimcilik faaliyetlerinin etkinliğini şekillendiren temel faktörler arasında yer almaktadır. Girişimci takım davranışları, iş birliği, yaratıcı problem çözme ve stratejik karar alma süreçlerindeki başarı ile doğrudan ilişkilidir. Etkili ekipler, organizasyonel yenilikçilik ve verimlilik açısından kritik bir rol oynayarak, şirketlerin uzun vadeli başarılarına katkı sağlayabilir. Takım üyelerinin ortak bir vizyon doğrultusunda birlikte çalışması ve kolektif bir çaba harcayarak yenilikçi çözümler geliştirmesi, organizasyonel hedeflere ulaşmada önemli bir belirleyici olabilir.

Benzer şekilde, dönüşümcü liderlik de çalışanların motivasyonunu artırarak onların yenilikçi düşünme ve proaktif davranma eğilimlerini güçlendirebilir. Dönüşümcü liderler, çalışanlarına ilham vererek onların potansiyellerini en yüksek seviyeye çıkarmalarına yardımcı olabilir ve bu da organizasyonel yenilikçiliği artırarak firma performansına katkı sağlar. Dönüşümcü liderlik yalnızca bireysel performansı değil,

aynı zamanda takım dinamiklerini de güçlendirir. Bu tür liderlik, çalışanları daha fazla katılım göstermeye ve stratejik hedeflere ulaşmak için daha verimli bir şekilde çalışmaya teşvik eder.

Girişimci takım davranışları ile dönüşümcü liderlik arasındaki etkileşim, kurum içi girişimcilik stratejilerinin başarısını artırarak organizasyonların sürdürülebilirliğine ve rekabet avantajına katkı sağlayabilir. Bu iki faktörün uyumlu bir şekilde işleyişi, firma performansını doğrudan etkileyebilir ve organizasyonel hedeflere ulaşılmasında belirleyici bir rol oynar. Bu etkilerin birlikte çalışması, sadece bireysel ve takım performansını değil, aynı zamanda organizasyonel düzeyde yüksek performanslı iş sonuçlarının elde edilmesini sağlayabilir.

Kurumsal girişimcilik ile firma performansı arasındaki ilişkiyi anlamak, işletmelerin stratejik kararlarını daha etkin bir şekilde yönlendirmelerine olanak tanıyabilir. Girişimci ekip davranışları ve dönüşümcü liderliğin bu ilişkideki rolünü incelemek, firmaların daha yenilikçi ve sürdürülebilir bir geleceğe doğru nasıl adım atabileceklerini ortaya koyabilir. Bu çalışma, kurumsal girişimciliğin firma performansına olan katkısını daha derinlemesine değerlendirme fırsatı sunarak, organizasyonların rekabet avantajlarını artırmalarına yönelik stratejiler geliştirmelerine yardımcı olabilir.

1.5. Sınırlamalar

Bu çalışmanın veri toplama süreci, belirli bir coğrafi bölge veya sektördeki firmalarla sınırlı olduğundan, elde edilen bulguların genellenebilirliği üzerinde bazı kısıtlamalar bulunabilir. Özellikle, çalışmanın yalnızca belirli bir bağlamda geçerli olan sonuçları, farklı sektörlerde veya coğrafi bölgelerde yapılacak benzer araştırmaların farklı sonuçlara ulaşmasına yol açabilir. Bu nedenle, çalışma kapsamında elde edilen bulguların geçerliliği, yalnızca belirli bir ortamda değerlendirilmeli ve sonuçların genellenebilirliği dikkatle ele alınmalıdır. Diğer yandan, kurumsal girişimcilik, liderlik ve takım davranışları gibi konular, farklı kültürler ve iş yapma biçimlerine göre değişkenlik gösterebilir, bu da araştırmanın bulgularının yerel bağlama özgü olmasını etkileyebilir.

Bunun yanı sıra, araştırmada kullanılan veri toplama araçları, katılımcıların kişisel algılarına dayalı olarak bilgi toplamanıza olanak tanımaktadır. Bu yöntemler, öznel

değerlendirmelere dayandığından, katılımcıların kişisel görüşleri ve deneyimlerinin araştırma sonuçlarını etkilemesi olasılığını ortaya çıkarabilir. Özellikle, liderlik ve girişimcilik gibi karmaşık ve bireysel deneyimlere dayalı olgular, araştırma bulgularının subjektif bir yapıda olmasına neden olabilir. Bu durum, özellikle bireysel algılar ve deneyimlerin öne çıktığı araştırma alanlarında daha belirgin hale gelebilir. Bu bağlamda, katılımcıların görüşlerinin araştırma bulguları üzerindeki etkisini değerlendirmek adına daha büyük örneklem gruplarıyla yapılacak çalışmalar veya farklı veri toplama araçları kullanılarak bu özelliğin etkileri azaltılabilir. Ancak, bu kısıtlama göz önünde bulundurularak elde edilen bulgular, kurumsal girişimcilik ve liderlik gibi dinamik süreçler hakkında önemli bilgiler sunmayı hedeflemektedir.

Araştırma sürecinde kullanılan teorik modeller ve metodolojik yaklaşımlar, mevcut literatürde yaygın olarak kabul edilen teorik çerçevelere dayanmaktadır. Bununla birlikte, alternatif teorik bakış açıları veya metodolojik yaklaşımlar göz ardı edilmiş olabilir. Literatürdeki kabul görmüş yaklaşımlar, çalışmanın teorik altyapısını sağlamlaştırmakta olsa da, farklı teorik bakış açıları, konuya dair farklı analizler ve yorumlar sunabilir. Bu durum, çalışmanın belirli bir teorik perspektif etrafında şekillenmesine yol açmakta olup, bu sınırlama, araştırmanın kapsamını daraltabilir. Örneğin, literatürdeki farklı teorik yaklaşımlar, kurumsal girişimcilik ve liderlik olgularını farklı açılardan ele alarak, araştırmaya yeni boyutlar katabilir. Ancak, bu çalışma mevcut literatür çerçevesinde ele alındığı için, elde edilen bulgular, belirli bir perspektiften derinlemesine anlamlar taşıyacaktır.

Bir diğer sınırlama ise, araştırmanın bütçe ve zaman kısıtlamalarından kaynaklanan zorluklardır. Kaynakların sınırlı olması, araştırmanın kapsamını daraltarak, belirli unsurların daha ayrıntılı bir şekilde incelenmesi yerine genel bir analiz yapılmasına neden olmuştur. Zaman ve bütçe kısıtlamaları, daha geniş örneklem gruplarıyla yapılan araştırmalara olanak tanımamış ve daha detaylı bir veri toplama süreci gerçekleştirilememiştir. Bu durum, özellikle daha kapsamlı ve derinlemesine analizlerin yapılmasına engel teşkil etmiştir. Bu sınırlama, araştırmanın genişletilmesi ve derinleştirilmesi adına önemli bir engel oluşturmuş olsa da, mevcut kaynaklarla yapılan çalışma, belirli bir hedefe odaklanarak verimli sonuçlar ortaya koymaktadır. Ayrıca, bu kısıtlamalar dikkate alındığında, araştırmanın genel geçer sonuçlara ulaşmak yerine, belirli bir bağlamda içgörü sağlama amacını taşımaktadır.

Bu alışmanın sınırlamaları, elde edilen bulguların genellenebilirliğini etkileyebilecek önemli faktörler olarak ele alınmalıdır. Veri toplama yöntemleri, kesitsel veri kullanımı ve teorik çerçevelerin belirli bir yaklaşıma dayanması, araştırmanın bulgularının genellenebilirliğini kısıtlayabilir. Bununla birlikte, araştırma sürecinin ve kullanılan metodolojik yaklaşımların gerekliliği göz önüne alındığında, bu sınırlamalar, elde edilen bulguların hala değerli ve anlamlı bilgiler sunduğunu göstermektedir. Çalışma, kurumsal girişimcilik ile firma performansı arasındaki ilişkiye dair önemli içgörüler ortaya koymakta olup, özellikle liderlik ve girişimcilik stratejilerinin entegrasyonu konusunda işletmeler için pratik katkılar sağlayabilir.

1.6. Çalışmanın Önemi

Bu çalışmanın önemi, teorik, pratik, politika geliştirme ve gelecekteki araştırmalar açısından birçok boyutta değerlendirilebilir.

Teorik açıdan önemi, kurumsal girişimcilik ve firma performansı arasındaki ilişkiyi derinlemesine inceleyerek literatüre önemli katkılar sağlamaktadır. Mevcut literatürde, kurumsal girişimciliğin firma performansı üzerindeki etkisini açıklayan çeşitli teoriler bulunmaktadır. Ancak, bu teorilerin arkasındaki mekanizmalar tam olarak anlaşılamamıştır. Bu çalışmada, girişimci ekip davranışı ve dönüşümcü liderliğin aracı rolü ayrıntılı bir şekilde incelenerek, bu alandaki bilgi boşlukları doldurulacak ve yeni bakış açıları kazandırılacaktır. Girişimci takım davranışının, kolektif öğrenme ve karar alma yeteneklerini artırarak yenilik performansı ve firma büyümesini olumlu etkilediği vurgulanmaktadır (Smith vd., 2022). Ayrıca, dönüşümcü liderliğin, girişimci yönelim ile firma performansı arasındaki ilişkiyi aracılık ederek, risk alma ve yenilikçiliği destekleyen bir organizasyon kültürü oluşturduğu bulunmuştur (Garcia ve Martinez, 2023). Bu çalışma, kurumsal girişimcilik ve firma performansı arasındaki etkileşimi kapsamlı bir şekilde anlamak amacıyla girişimci takım davranışı ve dönüşümcü liderliğin etkilerini açıklamayı hedeflemektedir. Böylece, organizasyonların performansını etkileyen dinamiklerin daha iyi anlaşılmasına olanak tanınacaktır.

Pratik açıdan önemi, işletme yöneticileri ve liderler için kurumsal girişimciliğin firma performansı üzerindeki etkilerini anlamak stratejik kararlar alırken büyük önem taşır. Bu çalışma, yöneticilere girişimci ekip davranışını ve dönüşümcü liderliği teşvik etmenin firmanın başarısına nasıl katkıda bulunabileceğini gösterir. Örneğin, bir

işletme yöneticisi, bu çalışmanın bulgularını kullanarak ekip içindeki girişimci davranışları ve dönüşümcü liderlik pratiklerini artırabilir, böylece firma performansını iyileştirebilir. Bu da işletmenin rekabet gücünü ve sürdürülebilirliğini artırır. Çalışmanın bulguları, politika yapıcılar için kurumsal girişimciliği ve liderlik davranışlarını teşvik eden politikaların geliştirilmesine yardımcı olabilir. Özellikle, ekonomik büyüme ve inovasyonu desteklemek için kurumsal girişimcilik önemli bir faktördür.

Bu çalışma, politika yapıcılarının girişimcilik ekosistemini destekleyici politikalar oluşturmaya katkı sağlayarak, ekonomide daha dinamik ve yenilikçi bir ortam yaratılmasına yardımcı olabilir. Ayrıca, dönüşümcü liderliğin, organizasyon kültürünü etik ve sürdürülebilir iş uygulamalarıyla uyumlu hale getirerek kurumsal sosyal sorumluluk performansını önemli ölçüde etkilediği bulunmuştur (Angus-Leppan vd., 2010; Waheed ve Zhang, 2020). Yöneticiler, bu araştırmadan elde edilen içgörülerini, takım işbirliği ve dönüşümcü liderlik niteliklerini vurgulayan eğitim programları tasarlamak için kullanabilirler, böylece yenilikçilik ve performans artırımı için daha elverişli bir ortam yaratılabilir (Lee ve Zhao, 2023).

Politika geliştirme açısından önemi, üniversiteler ve eğitim kurumları için kurumsal girişimcilik ve liderlik konularında müfredat geliştirilmesine katkı sağlayabilir. Öğrenciler ve genç profesyoneller, girişimcilik ve liderlik arasındaki dinamikleri anlamada daha donanımlı hale gelirler. Örneğin, iş okulları ve yönetim programları, bu çalışmanın bulgularını derslerinde kullanarak öğrencilere girişimci ekip davranışları ve dönüşümcü liderlik hakkında daha derinlemesine bilgi sunabilir. Ayrıca, dijital dönüşümün kurumsal girişimcilik uygulamalarını nasıl artırdığına dair araştırmalar, teknoloji odaklı değişimlerin organizasyonel dinamikleri ve performansı nasıl yeniden şekillendirdiğine dair değerli içgörüler sağlayabilir (Nguyen ve Williams, 2023).

Bu çalışma, organizasyonel stratejiler bilgilendirerek girişimci davranışları teşvik etme ve etkili liderlik uygulamalarını besleme konusunda içgörüler sunmaktadır. Ayrıca, bu çalışmanın bulguları, girişimci takım dinamikleri ve liderlik gelişiminde hedeflenmiş müdahalelerle organizasyonel performansı artırmak için yöneticilere ve uygulayıcılara pratik öneriler sunmaktadır.

Yöneticiler, bu araştırmadan elde edilen içgörülerini, takım işbirliği ve dönüşümcü liderlik niteliklerini vurgulayan eğitim programları tasarlamak için kullanabilirler ve böylece yenilikçilik ve performans artırımı için daha elverişli bir ortam yaratılabilir (Lee ve Zhao, 2023). Girişimci takım davranışı ve dönüşümcü liderliğin sinerjik etkilerini anlayarak, organizasyonlar modern iş dünyasının karmaşıklıklarını daha iyi yönetebilirler (Miller, 2024). Ayrıca, kurumsal girişimcilik girişimlerinin firma performansı üzerindeki uzun vadeli etkilerini araştırmak için gelecekteki çalışmalara ışık tutmaktadır.

Gelecekteki araştırmalar, iş ortamlarının değişen doğasını ve girişimci çabaların uzun vadeli sürdürülebilirliğini dikkate alarak, kurumsal girişimcilik girişimlerinin firma performansı üzerindeki uzun vadeli etkilerini araştırabilir (Miller ve Robinson, 2024).

Gelecekteki araştırmalar açısından önemi bu çalışmanın bulguları, gelecekteki araştırmalar için de önemli bir temel oluşturmaktadır. Özellikle, kurumsal girişimciliğin firma performansı üzerindeki uzun vadeli etkilerini daha derinlemesine incelemek, bu çalışmanın katkı sağladığı alanlardan biridir. Gelecekte yapılacak çalışmalar, iş ortamlarının değişen doğasını ve girişimci çabaların uzun vadeli sürdürülebilirliğini dikkate alarak, kurumsal girişimcilik girişimlerinin firma performansı üzerindeki etkilerini daha geniş bir çerçevede araştırabilir. Özellikle, kurumsal girişimciliğin dinamiklerinin değişen ekonomik ve kültürel bağlamlarda nasıl evrildiğini inceleyen çalışmalar, bu alanda yeni içgörüler sunabilir (Miller ve Robinson, 2024). Ayrıca, kurumsal girişimciliğin farklı sektörlerdeki etkilerini araştıran çalışmalar, bu alandaki teorilerin genellenebilirliğini ve geçerliliğini artırabilir.

Bu araştırma, kurumsal girişimcilik ve liderlik pratiklerinin firma performansı üzerindeki etkilerini anlamak için sağlam bir teorik ve pratik zemin oluşturarak, daha ileri araştırmalar için yol gösterici olabilir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Kurumsal girişimcilik, yenilikçilik ve yaratıcılığı teşvik eden ve örgütlerin karmaşık iş ortamlarında başarılı olmalarını sağlayan bir süreçtir. Bu süreç, bir organizasyonun tüm yönetim seviyelerini etkileyerek yeni projeler, teknolojiler, ürün ve hizmetler üretmeye yol açan bir olgudur (Kuratko, 2009). İnovasyon süreci, firmaların küresel pazarda rekabet edebilmesi ve sürdürülebilir büyüme sağlayabilmesi için kritik bir öneme sahiptir. Bu bağlamda, kurumsal girişimcilik, işletmelerin kârlılığını, büyümesini ve yenilenme süreçlerini sürdürmelerine olanak tanıyan önemli bir araç olarak öne çıkabilmektedir.

Çalışmada, kurum içi girişimcilik ile firma performansı arasındaki ilişki incelenmekte olup, bu ilişkiyi anlamada girişimci takım davranışları ve dönüşümsel liderliğin ara değişken etkisi ele alınmaktadır. Kurumsal girişimciliğin firmaların rekabet avantajlarını güçlendirmedeki rolü son yıllarda yapılan akademik çalışmalarla desteklenmiştir. Ayrıca, bu çalışmalar, dönüşümsel liderlik ve girişimci takım davranışlarının bu süreçte nasıl etkin bir şekilde kullanılabileceğine dair önemli bulgular sunmaktadır.

Özellikle Schumpeter'in yenilikçilik teorisinden hareketle, kurum içi girişimcilik yalnızca firmaların mevcut pazarlarda rekabetçi kalmalarını değil, aynı zamanda yeni pazarlar yaratmalarını da mümkün kılmaktadır. Bu teorik çerçeve, kurumsal girişimciliğin firma performansı üzerindeki pozitif etkilerini açıklarken, aynı zamanda iş dünyasında yenilikçi düşünceyi teşvik etmenin önemini vurgulamaktadır. Güncel araştırmalar, girişimci yönelimli firmaların daha yüksek finansal performans sergilediklerini ortaya koymuştur (Zahra ve Covin, 1995).

Kurumsal girişimcilik, yenilikçilik ve yaratıcılığı teşvik eden ve örgütlerin karmaşık ve dinamik iş ortamlarında başarılı olmalarını sağlayan bir süreçtir. İnovasyon süreci, bir organizasyonun tüm yönetim seviyelerini etkileyerek dünya çapında yeni projelerin, teknolojilerin, ürün ve hizmetlerin, patentlerin ortaya çıkmasına yol açan bir olgudur. Girişimcilik ve inovasyon, küresel ekonomik gelişmeyi teşvik etmiştir (Kuratko, 2009). Sonuç olarak, şirketler yenilikçi olmaya çalışmakta ve bu çabayı desteklemek için yoğun çaba göstermektedirler. Çalışanlar arasında girişimcilik

faaliyetlerini teşvik etmeyi amaçlayan bu tür faaliyetlerden biri, kurumsal girişimciliktir (Yurtsever vd., 2006). Kurumsal girişimcilik, işletmelerin kârlılığını, büyümesini ve yenilenme süreçlerini sürdürmek ve artırmak için önemli bir araçtır. Kurum içi girişimcilik ve firma performansı arasındaki ilişki, özellikle girişimci takım davranışları ve dönüşümsel liderliğin ara değişken etkisi üzerinden ele alındığında, hem akademik alanda hem de pratik iş yaşamında büyük bir öneme sahiptir. Son yıllarda bu konuda yapılan akademik çalışmalar, kurum içi girişimciliğin firmaların rekabet avantajını korumada ve uzun vadeli başarılarını sürdürmede kritik bir rol oynadığını göstermektedir. Ayrıca, bu çalışmalar, girişimci takım davranışları ve dönüşümsel liderliğin bu süreçte nasıl etkili bir şekilde kullanılabileceğini inceleyerek, işletmelerin daha yenilikçi ve sürdürülebilir stratejiler geliştirmesine olanak sunabilmektedir.

Özellikle Schumpeter'in yenilikçilik teorisinden hareketle, kurum içi girişimcilik, firmaların sadece mevcut pazarlarda rekabetçi kalmalarını değil, aynı zamanda yeni pazarlar yaratmalarını da mümkün kılmaktadır. Bu teorik çerçeve, kurum içi girişimciliğin ekonomik büyüme ve firma performansı üzerindeki pozitif etkilerini açıklarken, aynı zamanda iş dünyasında yenilikçi düşüncüyü teşvik etmenin önemini vurgulamaktadır. Güncel çalışmalar, firmaların yenilikçi projelere yatırım yaparak ve girişimcilik kültürünü destekleyerek performanslarını artıracaklarını göstermektedir. Örneğin, Zahra ve Covin (1995) tarafından yapılan bir çalışma, girişimci yönelimi yüksek olan firmaların daha yüksek finansal performans sergilediğini ortaya koymuştur.

Dönüşümsel liderlik ise bu sürecin bir diğer kritik bileşeni olarak karşımıza çıkmaktadır. Bass ve Avolio'nun dönüşümsel liderlik teorisi, liderlerin vizyonerlik ve karizma yoluyla çalışanları motive ederek yenilikçi düşüncüyü teşvik ettiklerini savunmaktadır. Bu liderlik tarzı, çalışanların mevcut sınırlamalardan kurtulmalarını sağlayarak, onları yenilikçi projeler geliştirmeye ve risk almaya teşvik eder. Özellikle pratik iş yaşamında, dönüşümsel liderlerin kurumsal girişimciliği destekleyerek, firmanın dinamik ve çevik yapısını koruduğu görülmektedir. Bass ve Avolio (2000) tarafından yapılan araştırmalar, dönüşümsel liderlerin sadece bireylerin performansını artırmakla kalmayıp, organizasyonun genel yenilikçi kapasitesini de güçlendirdiğini göstermektedir. Bu da dönüşümsel liderliği kurum içi girişimcilik bağlamında son derece önemli bir unsur haline getirmektedir.

Girişimci takım davranışları da bu ilişkinin önemli bir parçasıdır. Takım içindeki iş birliği, bilgi paylaşımı ve yaratıcı problem çözme yetenekleri, kurum içi girişimciliğin başarısını doğrudan etkileyen faktörler olarak öne çıkmaktadır. Katzenbach ve Smith (1993) tarafından ortaya konan takım dinamikleri teorisi, girişimci takımların yenilikçi çözümler geliştirme ve stratejik karar alma süreçlerinde kilit rol oynadığını belirtmektedir. Güncel çalışmalar da bu görüşü destekler nitelikte olup, girişimci takımların, firmaların hızla değişen pazar koşullarına uyum sağlama kapasitelerini artırdığını ortaya koymaktadır. Bu durum, özellikle hızla gelişen teknolojik sektörlerde firma performansını olumlu yönde etkileyen bir faktör olarak değerlendirilmektedir.

Sonuç olarak, kurum içi girişimcilik, dönüşümsel liderlik ve girişimci takım davranışları arasındaki ilişki, hem akademik hem de pratik açıdan büyük bir öneme sahiptir. Bu bileşenler, firmaların yenilikçi kapasitesini ve rekabet gücünü artırarak performanslarını iyileştirmelerine olanak sağlar. Özellikle son yıllarda yapılan araştırmalar, bu teorilerin iş dünyasında uygulanabilirliğini ve etkinliğini kanıtlamaktadır. Girişimcilik yönelimi yüksek olan firmaların daha hızlı büyüdüğü ve dönüşümsel liderlerin bu süreci başarılı bir şekilde yönettiği göz önüne alındığında, bu alanlardaki akademik çalışmaların iş dünyasına da önemli katkılar sunduğu açıktır.

Çalışmada bu teorileri destekleyen unsurlar, kurum içi girişimcilik, dönüşümsel liderlik ve girişimci takım davranışlarının firma performansı üzerindeki olumlu etkilerini doğrular niteliktedir. İlk olarak, dönüşümsel liderlerin vizyoner ve karizmatik özellikleriyle çalışanları motive ederek, yenilikçi düşünce ve proaktif davranışları teşvik etmesi, firmalarımızda gözlemlenen yenilikçi projelerin hayata geçirilmesinde kritik bir rol oynamıştır. İkincisi, girişimci takım davranışlarının etkili iş birliği ve yaratıcı problem çözme süreçleri, kurum içi girişimciliği destekleyerek firma performansını artırmıştır. Özellikle takım üyelerinin bilgi paylaşımı ve karşılıklı güvene dayalı ilişkileri, sosyal sermayenin gelişmesine ve bu sermayenin firma içindeki girişimci faaliyetleri desteklemesine olanak tanı mıştır. Bu unsurlar, çalışmamızın temel bulgularını oluşturarak, yukarıda ele alınan teorilerin iş dünyasındaki uygulanabilirliğini ve etkinliğini göstermektedir.

Aşağıda yer alan teoriler, kurum içi girişimcilik, dönüşümsel liderlik ve girişimci takım davranışları arasındaki ilişkileri anlamada hem akademik hem de pratik iş yaşamı açısından kritik öneme sahiptir. Bu teoriler, firmanın yenilikçi kapasitesini artırma, stratejik kaynaklarını etkin bir şekilde kullanma ve rekabet avantajı elde etme

süreçlerini desteklemektedir. Özellikle dönüşümsel liderlerin vizyoner yaklaşımları ve girişimci takımların etkili iş birliği, firmaların dinamik yapısını korumasına ve pazar koşullarına hızla uyum sağlamasına olanak tanımaktadır. Tablo1, bu teorilerin temel unsurlarını detaylandırarak, kurum içi girişimcilik ve firma performansı üzerindeki etkilerini bütüncül bir bakış açısıyla değerlendirmektedir. Hem akademik literatürde hem de iş dünyasında yapılan güncel çalışmalar, bu teorilerin işlevselliğini doğrulamakta ve kurumların sürdürülebilir büyüme hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olacak stratejik rehberlik sunmaktadır. Dayanak teorileri Tablo 1’de gösterilmektedir.

Tablo 2.1: Dayanak Teorileri

Teori	Temel Unsurlar	İçerik	Kaynakça
Kurum İçi Girişimcilik Teorisi	Yenilikçilik, risk alma, proaktiflik.	Kurum içi girişimcilik, firmanın yenilikçi projeler geliştirmesini ve rekabet avantajı elde etmesini sağlar. Yenilikçilik, ekonomik büyümenin temel motoru olarak görülür. Girişimcilik yönelimi yüksek olan firmalar daha hızlı büyüme ve yüksek performans gösterir.	Schumpeter (1934), Zahra (1991), Covin ve Slevin (1991)
Dönüşümsel Liderlik Teorisi	Vizyonerlik, karizma, ilham verme, bireysel gelişim.	Dönüşümsel liderlik, çalışanların yenilikçi düşünme yeteneklerini geliştiren ve onları motive eden bir liderlik tarzıdır. Bu liderlik tipi, kurum içi girişimciliği destekleyerek firma performansını artırır. Çalışanların yaratıcı ve proaktif olmalarını teşvik eder.	Bass ve Avolio (1994), Burns (1978), Avolio ve Bass (2004)
Takım Davranış Teorileri	Takım dinamikleri, iş birliği, problem çözme.	Girişimci takım davranışları, takım üyelerinin yaratıcı problem çözme ve stratejik karar alma süreçlerindeki etkinliklerini artırır. Takım içi uyum ve iş birliği, kurum içi girişimciliği teşvik eden kritik faktörlerdir. Etkili takımlar, firma performansını olumlu yönde etkiler.	Katzenbach ve Smith (1993), Tuckman (1965)
Kaynak Tabanlı Görüş	Değerli, nadir, taklit edilemez ve örgütsel olarak desteklenen kaynaklar.	Bu görüş, bir firmanın sahip olduğu stratejik kaynakların (liderlik, takım davranışları vb.) firma performansını artırmada kilit rol oynadığını savunur. Dönüşümsel liderlik ve girişimci takım davranışları, bu stratejik kaynaklar arasında yer alarak rekabet avantajı sağlar.	Barney (1991)

2.1. Kurumsal Girişimcilik Tanımı ve Önemi

Kurumsal girişimcilik, günümüz iş dünyasında rekabetçi avantaj sağlamak ve sürdürülebilir bir başarı elde etmek için kritik bir araç olarak öne çıkmaktadır. Şirketlerin karmaşık ve değişken koşullarda başarılı bir şekilde faaliyet göstermeleri, yenilikçi fırsatları keşfetmeleri ve hızla değişen piyasa taleplerine uyum sağlamaları için kurumsal girişimcilik önemli bir stratejik yaklaşım olarak kabul edilmektedir. Bu kavram, organizasyonların içyapısında girişimcilik ruhunun canlandırılması ve yenilikçi projelerin teşvik edilmesi için bir yol haritası sunar. Kurumsal girişimcilik, yalnızca yeni ürün ve hizmetlerin geliştirilmesiyle sınırlı kalmaz, aynı zamanda organizasyonel değişim ve yenilikçi düşüncenin organizasyonel kültüre entegre edilmesi sürecini de içerir. Bu süreç, organizasyonların performanslarını arttırmalarına ve rekabet avantajlarını sürdürebilmelerine olanak tanır.

Kurumsal girişimcilik, yaratıcı düşüncüyü teşvik etme, yeni fırsatları keşfetme ve risk alma becerisini geliştirme süreçlerini kapsar. Yaratıcılık ve inovasyon gibi kavramlarla benzerlikler taşıyan kurumsal girişimcilik, aslında bir organizasyonun geleceğe yönelik stratejik kararlarını daha yenilikçi bir şekilde şekillendirmesine olanak tanır. Ancak yaratıcı düşünce, her zaman girişimcilik faaliyetlerini barındırmaz. Yaratıcılık, risk almadan da ortaya çıkabilirken, girişimcilik risk alma istekliliği ve fırsatları işlevsel hale getirme sürecidir. Dolayısıyla, yaratıcılık bir organizasyonda bireylerin yeni fikirler üretmelerini sağlasa da, bu fikirlerin gerçeğe dönüştürülmesi için girişimcilik ruhunun olması gerekir (Mollina ve Callahan, 2009). Yaratıcılık, risk almak istemeyen bireyler için bile fırsatlar yaratabilirken, kurumsal girişimcilik, bu fırsatları ticari hale getirecek stratejiler geliştirilmesini sağlar.

Kurumsal girişimcilik kavramı ilk olarak 1976 yılında tanıtılmıştır ve zamanla iş dünyasında önemli bir yer edinmiştir (Öktem vd., 2003). Bir organizasyon içindeki girişimcilik faaliyetlerinin tanımlanması, özellikle çalışanların yaratıcılığını teşvik etmek ve onlara gerekli kaynakları sağlamak gibi unsurları içerir. Bu süreç, sadece bireysel girişimcilik ruhunu değil, aynı zamanda organizasyonel düzeyde bir kültürel dönüşümün gerekliliğini de ortaya koyar. Çalışanlar, girişimcilik faaliyetlerine katılım sağlamak için uygun bir ortam ve destek almalıdır. Bu bağlamda, üst düzey yöneticilerin de önemli bir rolü vardır. Üst yönetimin destekleyici tavırları, çalışanların yaratıcı düşüncelerini ortaya koymalarını ve yeni projelere yönelmelerini

teşvik eder. Ancak bu tür girişimcilik faaliyetlerinin başarılı olabilmesi için yöneticilerin sadece fiziksel kaynakları sağlaması yeterli değildir; aynı zamanda çalışanları cesaretlendirici ve motivasyonu artırıcı bir ortam yaratmaları da gereklidir. Üst yönetim desteği olmadan kurumsal girişimcilik faaliyetlerinin etkinliğinden söz edilemez (Bozgeyik, 2005). Bu nedenle, kurumsal girişimcilik, sadece belirli bir departmanın veya yöneticinin sorumluluğu değil, organizasyonun tüm katmanlarında uygulamaya konulması gereken bir stratejidir.

Kurumsal girişimcilik, performans artırma ve sürdürülebilirlik sağlama amacı güderken, bunun gerçekleşebilmesi için bazı temel faktörlerin etkisi büyüktür. Şirketlerin gelecekteki fırsatları önceden görme yeteneği, proaktiflik olarak adlandırılır ve bu durum, organizasyonların piyasada daha hızlı ve esnek tepki vermelerine yardımcı olur. Proaktif davranışlar, şirketlerin önceden ortaya çıkan fırsatları değerlendirebilmesi ve buna göre stratejiler geliştirebilmesi anlamına gelir. Dolayısıyla, şirketler gelecekteki pazar dinamiklerine odaklanarak, bu dinamiklere uygun bir iş modelini hızla benimseyebilirler. Proaktiflik, sadece gelecekteki fırsatları değerlendirmeye yönelik bir yaklaşım değil, aynı zamanda risklerin önceden tespit edilerek bunlara karşı stratejiler geliştirilmesini de sağlar. Bu sayede, organizasyonlar bilinçli ve hazırlıklı bir şekilde değişen piyasa koşullarına adapte olabilirler (Covin ve Slevin, 1989).

Risk alma eğilimi de kurumsal girişimcilik bağlamında önemli bir faktördür. Yenilikçi projelere yatırım yapma ve yeni pazarları keşfetme istekliliği, bir organizasyonun büyüme stratejilerini doğrudan etkiler. Bu risk alma eğilimi, bir yandan organizasyonların mevcut pazarları terk etme riskini taşıırken, diğer yandan yenilikçi projeler sayesinde yeni pazarlara girmelerini sağlar. Bu dinamik, firmanın performansını olumlu yönde etkileyebilir ve organizasyonların gelecekteki başarılarına zemin hazırlar. Yenilikçi projelere yatırım yapma kararı, yalnızca kısa vadeli kazançlar üzerine değil, aynı zamanda uzun vadeli stratejik hedefler doğrultusunda verilmesi gereken bir karardır. Risk alma, organizasyonların çevresel belirsizliklere karşı daha dayanıklı hale gelmelerini sağlayarak, piyasada kalıcı bir konum elde etmelerine olanak tanır (Lumpkin ve Dess, 1996).

Bir diğer önemli faktör ise farklılaşma stratejisidir. Bu strateji, şirketlerin ürün veya hizmetlerini rakiplerinden farklı kılarak rekabet avantajı elde etmelerini sağlar. Farklılaşma, pazarda benzersiz bir konum elde etmeyi ve markanın pazardaki yerini

güçlendirmeyi mümkün kılar. Farklılaşma stratejisi, sadece ürüne yönelik yenilikleri kapsamaz; aynı zamanda hizmet kalitesinde, müşteri deneyiminde ve hatta işletme modelinde yapılan yenilikleri de içerir. Bu strateji, organizasyonların pazarda rakiplerinden ayrışmasına ve hedef kitlesine özel çözümler sunmasına yardımcı olur (Porter, 1985).

Kurumsal girişimciliğin önemli bileşenlerinden bir diğeri ise örgütsel yenilenmedir. Yenilikçi bir kültür oluşturulabilmesi için örgütsel yenilenmenin sağlanması gereklidir. Bu süreç, organizasyonların dışsal faktörlere uyum sağlama yeteneklerini güçlendirir ve onların dinamik bir yapıya sahip olmalarını mümkün kılar. Örgütsel yenilenme, şirketlerin değişen piyasa koşullarına hızla uyum sağlamalarını sağlar ve rekabet avantajı elde etmelerine olanak tanır. Yenilikçi düşünce, örgütsel yenilenmenin temellerini oluşturur ve bu sayede firmalar yeni iş modelleri ve stratejiler geliştirebilirler. Bu, organizasyonların dışsal faktörlerle başa çıkmalarını ve pazarda liderlik pozisyonlarını elde etmelerini sağlar (Tushman ve O'Reilly, 1996).

Son olarak, agresif rekabetçilik de önemli bir unsurdur. Agresif rekabetçilik, firmaların rakiplerine karşı daha saldırgan bir strateji izleyerek piyasa paylarını artırmalarına olanak tanır. Bu strateji, şirketlerin güçlü bir pazar pozisyonu elde etmeleri ve sektördeki liderliklerini pekiştirmeleri için kritik öneme sahiptir. Agresif rekabetçilik, aynı zamanda firmaların ürün ve hizmetlerinin pazarda daha geniş bir kitleye ulaşmasını ve daha fazla müşteri çekmelerini sağlar (Zahra ve Covin, 1995). Bu bağlamda, kurumsal girişimcilik ve agresif rekabetçilik birbirini tamamlayan stratejiler olarak işlev görür, çünkü her iki yaklaşım da firmaların dışsal fırsatları değerlendirerek içsel büyümelerini ve pazar paylarını artırmalarını sağlar.

Kurumsal girişimcilik, bu temel unsurlar aracılığıyla, firmaların içsel potansiyellerini en üst düzeye çıkararak, daha yenilikçi, sürdürülebilir ve rekabetçi bir yapıya kavuşmalarını sağlar. Bu süreç, sadece belirli stratejilerin benimsenmesinden ibaret değil, aynı zamanda bir organizasyonel kültürün oluşumunu ve çalışanların yenilikçi düşüncelerini hayata geçirme becerisini içerir. Sonuç olarak, kurumsal girişimcilik, organizasyonların performanslarını iyileştirmelerine, yenilikçi projeler geliştirmelerine ve sürdürülebilir bir rekabet avantajı elde etmelerine yardımcı olan kritik bir faktördür.

Kurumsal girişimcilik, şirketlerin karmaşık ve rekabetçi koşullarla başarılı bir şekilde başa çıkmalarına yardımcı olan ve inovasyon fırsatlarını artırarak örgütsel performansı artıran yeni bir kavramdır (Tablo 2.2). Yaratıcılık ve inovasyon gibi kavramlarla bazı benzerlikler taşır. Girişimcilik gibi yaratıcılık da risk alma istekliliğini içerir, ancak yaratıcılık, herkesin bir organizasyon içinde girişimci olabileceğini ifade etmez (Mollina ve Callahan, 2009). Kurumsal girişimcilik ile ilgili derlenen tanımlar Tablo 2.2’de detaylı olarak gösterilmektedir.

Tablo 2.2: Kurumsal Girişimcilik Tanımları

Yazar (lar)	Kurumsal Girişimcilik Tanımları
Dess vd. (2003)	Kurumsal girişimcilik, şirketlerin yeni fırsatlardan yararlanabilmek için dinamik ve esnek olmalarını sağlayan faaliyetlerdir. Bu, organizasyonların yenilenmesi, yenilik yapması ve yeni girişimler kurmasını içerir.
Zahra (1991, 1996a)	Kurumsal girişimcilik, organizasyonların yenilenme, yenilik yapma ve yeni iş girişimleri oluşturma yoluyla hayatta kalma, büyüme ve performanslarını artırma çabalarını kapsar.
Sharma ve Chrisman (1999)	Kurumsal girişimcilik, şirket içinde yeni işler yaratmayı, yeniliği teşvik etmeyi, değişimi ve yenilenmeyi hedefleyen girişimlerdir. Bu tanım geniş bir perspektifi kapsar.
Bloodgood vd. (2015)	Kurumsal girişimcilik, yenilik ve girişimcilik faaliyetlerinin riskli olabileceğinin kabul edildiği ve sonuçlarının belirsiz olabileceği organizasyonlarda görülür.
Granados vd. (2011)	Kurumsal girişimcilik, firmaların girişimcilik faaliyetleri için kullanılan "kurumsal girişimcilik", "kurumsal girişim", "organizasyonel girişimcilik" gibi terimlerle tanımlanır.
Hornsby vd. (2013)	Kurumsal girişimcilik, orta düzey yöneticilerin organizasyon içindeki girişimcilik ortamını algılamaları üzerine odaklanan ölçüm ölçeklerini değerlendiren bir ölçüm yaklaşımıdır.
Guth ve Ginsberg (1990)	Kurumsal girişimcilik, stratejik yönetim dergisinde belirtilen misafir editörlerin giriş yazısında şirketlerin girişimcilik stratejilerini kavramsallaştırır.
Covin ve Slevin (1991)	Kurumsal girişimcilik, firma davranışı olarak girişimcilik faaliyetlerini içeren bir kavramsal model sunar. Bu model, girişimcilik yönelimi ve firma performansı arasındaki ilişkiyi incelemektedir.
Covin ve Miles (1999)	Kurumsal girişimcilik, rekabet avantajı elde etmek için kurumsal girişimcilik stratejilerinin stratejik kullanımını içerir. Bu süreç, yeni iş fırsatlarını keşfetmeyi ve bunları gerçekleştirmeyi içerir.
Kraus vd. (2022)	Kurumsal girişimcilik, dijital çağda, firmaların dijital teknolojilerle girişimcilik faaliyetlerini nasıl gerçekleştirdiğini inceleyen araştırmaları içerir. Bu çalışmalar, dijital dönüşüm ve yenilikçilik üzerine odaklanır.

Tablo 2.2. Devam: Kurumsal Girişimcilik Tanımları

McFadzean, vd. (2005)	Kurumsal girişimcilik ve yenilikçilik arasındaki bağlantıları inceleyen bir model geliştirir. Bu model, girişimcinin tutumları, vizyonu ve eylemleri arasındaki dinamikleri ve ilişkileri açıklamayı amaçlar.
Ghezzi vd. (2021)	Dijital çağda kurumsal girişimcilik üzerine odaklanarak, dijital teknolojilerin firmaların girişimcilik faaliyetlerini nasıl etkilediğini inceleyen çalışmaları içerir. Bu çalışmalar, dijital dönüşümün yönetsel sonuçlarına odaklanır.
Murtinu vd. (2021)	Kurumsal girişimcilik, dijital teknolojilerin etkisiyle şekillenen süreçler ve sonuçlar olarak tanımlanır. Dijital çağın yönetsel etkileri üzerine odaklanır ve bu bağlamda girişimcilik faaliyetlerini inceler.

2.2. Kurumsal Girişimciliğin Boyutları

Covin ve Miles (1999), kurumsal girişimciliğin kapsamlı bir tanımını vermişlerdir. Bu tanıma göre, kurumsal girişimcilik, mevcut bir organizasyon içinde yeni işlere girme, çalışma ortamında girişimciler ve yöneticiler arasında yaratıcı fikirleri teşvik etme ve organizasyonun tüm süreçlerini ve faaliyetlerini kontrol etmek için girişimci bir ruhu teşvik etme faaliyetlerini içermektedir.

Kurumsal girişimcilik, organizasyonların yenilikçi fırsatlar yaratma, değer üretme ve sürdürülebilir büyüme sağlama süreçlerinde çeşitli boyutlarıyla şekillenir. Bu boyutlar, bir organizasyonun girişimcilik kültürünü oluşturmaya, kaynaklarını etkin bir şekilde kullanması ve dışsal çevresel değişimlere adapte olabilmesi için kritik unsurlar sunar. Kurumsal girişimciliğin proaktiflik, risk alma, farklılaşma, örgütsel yenilenme ve agresif rekabetçilik boyutları incelenmiş ve aşağıda örneklerle açıklanmıştır.

Proaktiflik, organizasyonların gelecekteki fırsatları öngörme ve bu fırsatlara hazırlıklı olma kapasitesini ifade etmektedir. Kurumsal girişimcilik kapsamında, proaktif firmalar piyasa eğilimlerini ve müşteri ihtiyaçlarını önceden belirleyerek stratejik hamleler yapmaktadırlar. Bu, firmanın rekabet avantajını korumasını desteklemekte ve firmayı güçlendirmektedir. Proaktiflik, yalnızca mevcut duruma yanıt vermekle kalmamakta aynı zamanda da gelecekteki değişikliklere ve fırsatlara yönelik proaktif stratejiler geliştirmeyi de içermektedir. Proaktif firmalar, uzun vadeli hedefler belirleyerek gelecekteki piyasa koşullarını ve müşteri ihtiyaçlarını analiz ederler. Bu analizler doğrultusunda stratejiler geliştirerek gelecekteki fırsatlara ve tehditlere

hazırlıklı olurlar. Gelecek odaklılık ise organizasyonların değişen pazar dinamiklerine hızlı ve etkili bir şekilde uyum sağlamalarına destek olur. (Dess ve Lumpkin, 2005).

Proaktif firmalar, piyasa eğilimlerini ve müşteri davranışlarını sürekli izler ve analiz ederler. Bu analizler sonucunda, potansiyel fırsatlar ve tehditler belirlenir ve bu doğrultuda stratejik planlar oluşturulur. Stratejik planlama, organizasyonların rekabet avantajını korumasına ve sürdürülebilir büyüme sağlamasına yardımcı olur (Lumpkin ve Dess, 1996). Proaktif firmalar, yenilikçi çözümler ve yaratıcı fikirler geliştirerek piyasa liderliğini hedeflerler. İnovasyon ve yaratıcılık, organizasyonların rekabet avantajını artırır ve piyasada farklılaşmasını sağlar. Bu bağlamda, proaktiflik, inovasyon süreçlerini destekler ve teşvik eder (Covin ve Slevin, 1991).

Proaktif firmalar, gelecekteki fırsatları değerlendirmek ve bu fırsatları en iyi şekilde kullanmak için risk alma eğilimindedir. Ancak, bu riskler dikkatli bir şekilde yönetilmelidir. Risk yönetimi, proaktif stratejilerin başarısını artırmak için kritik bir unsurdur (Miller ve Friesen, 1982). Proaktiflik, organizasyonların rekabet avantajını korumasına ve artırmasına yardımcı olur. Gelecek odaklılık, öngörü ve stratejik planlama, inovasyon ve yaratıcılık ile risk yönetimi unsurlarını içeren proaktif stratejiler, örgütsel performansı olumlu yönde etkiler. Proaktif firmalar, piyasa eğilimlerini ve müşteri ihtiyaçlarını önceden belirleyerek stratejik hamleler yaparlar. Bu, firmanın rekabet avantajını korumasına ve piyasada lider konuma gelmesine yardımcı olabilir. Proaktif firmalar, piyasadaki değişikliklere ve fırsatlara hızlı ve etkili bir şekilde yanıt vererek rekabet avantajı elde edebilirler. Gelecek odaklı stratejiler ve inovasyon, organizasyonların piyasada öne çıkmasını sağlayabilir (Lumpkin ve Dess, 1996). Proaktif firmalar, müşteri ihtiyaçlarını önceden belirleyerek bu ihtiyaçlara yönelik çözümler sunabilirler. Bu, müşteri memnuniyetini artırır ve müşteri sadakatini sağlayabilir.

Müşteri memnuniyeti, uzun vadeli başarının anahtarlarından biridir (Covin ve Slevin, 1991). Proaktif stratejiler, organizasyonların sürdürülebilir büyüme sağlamasına yardımcı olabilir. Gelecek odaklı planlama ve inovasyon, organizasyonların değişen piyasa koşullarına uyum sağlamasını ve büyüme fırsatlarını değerlendirmesini sağlar (Dess ve Lumpkin, 2005). Proaktifliğin başarılı örneklerine çeşitli sektörlerde rastlamak mümkündür. Örneğin, teknoloji sektöründe lider firmalar, sürekli olarak yenilikçi ürünler geliştirerek ve piyasaya sürerek proaktif bir yaklaşım sergilerler. Bu

firmalar, müşteri ihtiyaçlarını önceden tahmin ederek bu ihtiyaçlara yönelik çözümler sunar ve böylece rekabet avantajı elde ederler.

Google ve Amazon gibi teknoloji devleri, sürekli olarak yenilikçi ürünler ve hizmetler geliştirerek piyasada lider konumlarını korurlar. Bu firmalar, müşteri ihtiyaçlarını ve piyasa eğilimlerini önceden belirleyerek stratejik hamleler yaparlar (Christensen, 1997). Tesla, elektrikli araçlar ve otonom sürüş teknolojileri ile otomotiv sektöründe proaktif bir yaklaşım sergiler. Tesla, gelecekteki piyasa eğilimlerini ve müşteri ihtiyaçlarını öngörerek bu alanlarda yenilikçi çözümler sunar ve rekabet avantajı elde eder (Musk, 2013). Zara, hızlı moda konsepti ile müşteri ihtiyaçlarını ve piyasa eğilimlerini hızlı bir şekilde karşılar. Zara, gelecekteki moda trendlerini öngörerek bu trendlere uygun ürünler geliştirir ve piyasaya sürer (Inditex, 2016).

Gelecek odaklılık, öngörü ve stratejik planlama, inovasyon ve yaratıcılık ile risk yönetimi unsurlarını içeren proaktif stratejiler, örgütsel performansı olumlu yönde etkiler. Proaktif firmalar, piyasadaki değişikliklere ve fırsatlara hızlı ve etkili bir şekilde yanıt vererek lider konuma gelebilirler.

Risk alma, bilinmeyen sonuçlarla karşı karşıya kalma ve bu belirsizliklere rağmen cesur kararlar verme eğilimini ifade etmektedir. Bu kavram, girişimci firmalar için kritik öneme sahiptir, çünkü yüksek riskli projelere yatırım yapmaktan çekinmeyen firmalar genellikle yüksek getiri potansiyeline sahip projelere de erişebilirler. Ancak, bu süreçte risk yönetimi stratejilerinin etkin bir şekilde uygulanması gerektirebilir.

Risk alma, belirsizlik altında karar verme yeteneğini içerir. Girişimci firmalar, gelecekteki piyasa koşulları ve müşteri ihtiyaçları hakkında kesin bilgiye sahip olmasalar bile, cesur kararlar alarak bu belirsizlikleri yönetirler. Bu, firmanın esnek ve adaptif olmasını sağlayabilir (Knight, 1921). Yüksek riskli projelere yatırım yapma eğilimi, genellikle yüksek getiri potansiyeli ile ilişkilidir. Girişimci firmalar, yenilikçi ürünler, yeni pazarlara giriş ve teknolojik gelişmeler gibi yüksek riskli alanlarda yatırım yaparak rekabet avantajı elde etmeye çalışırlar (Miller ve Friesen, 1982).

Risk almanın başarılı olabilmesi için etkin risk yönetimi stratejilerinin uygulanması gereklidir. Bu stratejiler, risklerin tanımlanması, değerlendirilmesi ve yönetilmesini içerir. Firmalar, riskleri minimize etmek için çeşitli araçlar ve yöntemler kullanır, bu da karar verme sürecinin daha kontrollü ve hesaplanabilir olmasını sağlayabilir (Hillson ve Murray-Webster, 2007). Risk alma, firma performans üzerinde doğrudan

ve dolaylı etkilere sahip olabilir. Cesur ve yenilikçi kararlar, firmanın rekabet avantajını artırabilir ve büyüme fırsatlarını değerlendirmesine olanak tanır. Ancak, bu süreçte doğru risk yönetimi stratejilerinin uygulanmaması durumunda, firmanın karşı karşıya kalacağı tehlikeler ve olumsuz sonuçlar da göz ardı edilmemelidir.

Yüksek riskli projelere yatırım yaparak inovasyonu teşvik eden firmalar, piyasa lideri konumuna gelebilirler. Bu tür firmalar, rakiplerinden önce piyasaya yeni ürünler sunarak ve yeni teknolojileri benimseyerek rekabet avantajı elde ederler (Covin ve Slevin, 1991).

Risk alma, firmaların yeni pazarlara girmesi ve yeni iş fırsatlarını değerlendirmesi için bir kapı açabilir. Özellikle hızlı büyüyen sektörlerde, girişimci firmaların cesur yatırımları, uzun vadeli büyüme için kritik öneme sahiptir (Zahra, 1991). Yüksek riskli projelerin başarısız olma olasılığı da yüksektir. Bu nedenle, firmaların bu projelerde karşılaşabilecekleri olumsuz sonuçları yönetmek için etkin stratejilere sahip olmaları gerekebilir. Bu stratejiler, firmanın finansal sürdürülebilirliğini ve itibarını korumasına yardımcı olabilir. (Miller, 1983). Risk alma, çeşitli sektörlerde farklı şekillerde uygulanabilir. Örneğin, teknoloji firmaları, biyoteknoloji şirketleri ve finansal hizmetler sektörü, yüksek riskli projelere yatırım yaparak yenilikçi çözümler geliştiren ve piyasa lideri konumuna gelen firmalara örnek teşkil edebilir. Google'ın Alphabet altında kurduğu Google X, yüksek riskli ve potansiyel olarak yüksek getiriye sahip projeler üzerinde çalışmaktadır. Google Glass, Project Loon ve otonom araçlar gibi projeler, yüksek riskli ancak büyük inovasyon potansiyeline sahip girişimlerdir (Vise, 2005). Genentech, biyoteknoloji alanında öncülük eden firmalardan biridir. Yüksek riskli Ar-Ge projelerine yatırım yaparak, kanser tedavisi gibi alanlarda çığır açan ürünler geliştirmiştir. Bu tür yatırımlar, firmanın piyasa değerini ve itibarını önemli ölçüde artırmıştır (Gambardella, 1995).

Yatırım bankaları ve risk sermayesi firmaları, yüksek riskli girişimlere ve yenilikçi start-up'lara yatırım yaparak büyük getiri potansiyeli ararlar. Bu tür firmalar, portföylerini çeşitlendirerek ve kapsamlı risk yönetimi stratejileri uygulayarak potansiyel kayıpları minimize ederler (Gompers ve Lerner, 2004).

Örgütsel yenilenme, bir organizasyonun yeni fikirler, ürünler, hizmetler ve süreçler geliştirme kapasitesini ifade eder. Bu kapasite, organizasyonların sürekli değişen piyasa koşullarına ve müşteri ihtiyaçlarına hızlı bir şekilde uyum sağlamalarını sağlar.

Yenilikçilik, sadece teknoloji geliştirme ile sınırlı değildir; aynı zamanda pazarlama, yönetim ve organizasyonel süreçlerde de yenilikleri içerir. Yenilikçi firmalar, bu becerileri sayesinde rekabet avantajı elde edebilirler. Teknolojik yenilikler, yeni ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi ve mevcut ürünlerin iyileştirilmesi sürecini kapsar. Teknolojik yenilikler, firmaların piyasa lideri konumuna gelmelerine ve sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmelerine yardımcı olabilir. (Tidd, vd., 2005). Pazarlama yenilikleri, ürünlerin ve hizmetlerin müşterilere sunulma ve tanıtılma şeklinde yapılan yeniliklerdir. Bu, yeni pazarlama stratejileri, yeni dağıtım kanalları ve yenilikçi müşteri ilişkileri yönetimi uygulamalarını içerir. Pazarlama yenilikleri, firmaların müşteri tabanlarını genişletmelerine ve marka sadakatini artırmalarına yardımcı olabilir (Kotler ve Keller, 2012). Yönetim yenilikleri, organizasyonların yapılarında ve yönetim süreçlerinde yapılan yeniliklerdir. Bu, yeni liderlik stilleri, esnek çalışma düzenlemeleri ve yenilikçi karar verme süreçlerini içerir.

Yönetim yenilikleri, organizasyonların verimliliğini artırır ve çalışanların motivasyonunu yükseltebilir (Birkinshaw vd., 2008). Organizasyonel yenilikler, organizasyonun yapısında, süreçlerinde ve kültüründe yapılan değişikliklerdir. Bu, yeni iş modelleri, işbirliği ve ortaklık stratejileri ve yenilikçi kültür oluşturma çabalarını içerir. Organizasyonel yenilikler, firmaların hızlı değişen piyasa koşullarına uyum sağlamalarını kolaylaştırabilir (Drucker, 2014). Yenilikçilik, örgütsel performansını doğrudan ve dolaylı olarak etkileyen önemli bir faktördür. Yenilikçi firmalar, piyasa koşullarındaki değişimlere hızlı ve etkili bir şekilde yanıt vererek rekabet avantajı elde ederler. Yenilikçi firmalar, rakiplerinden önce piyasaya yeni ürünler sunarak rekabet avantajı elde edebilirler. Bu firmalar, teknolojik yenilikler ve pazarlama stratejileri ile piyasada öne çıkacak stratejiler geliştirebilirler (Porter, 1985). Yenilikçi ürünler ve hizmetler, müşteri ihtiyaçlarını daha iyi karşılar ve müşteri memnuniyetini artırabilir. Bu da müşteri sadakatini ve marka bağlılığını güçlendirebilir (Parasuraman vd., 1985).

Yönetim ve organizasyonel yenilikler, işletme süreçlerini iyileştirip organizasyonun verimliliğini artırabilir. Bu da maliyetleri düşürüp ve karlılığı artırabilir (Hammer ve Champy, 2009). Yenilikçiliğin başarılı örneklerine çeşitli sektörlerde rastlamak mümkündür. Özellikle teknoloji, sağlık, otomotiv ve perakende sektörleri, yenilikçiliğin önemli rol oynadığı alanlardır. Apple, yenilikçi ürünleri ve teknolojileri ile tanınır. iPhone, iPad ve Apple Watch gibi ürünler, piyasaya sunuldukları

dönemlerde büyük yenilikler olarak kabul edilmiştir. Apple, yenilikçi tasarım ve kullanıcı deneyimi odaklı stratejileri ile sürekli olarak piyasa lideri konumunu korur (Isaacson, 2011). Pfizer, biyoteknoloji ve ilaç geliştirme alanındaki yenilikleri ile tanınır. COVID-19 aşısı, Pfizer'in yenilikçi Ar-Ge süreçlerinin bir sonucudur ve sağlık sektöründe büyük bir etki yaratmıştır (Thomas, 2021). Amazon, yenilikçi e-ticaret çözümleri ve dağıtım ağları ile perakende sektöründe devrim yaratmıştır. Amazon Prime, Alexa ve Amazon Go gibi hizmetler, yenilikçi iş modellerinin örnekleridir (Stone, 2013). Yenilikçilik, birçok avantaj sağlasa da, organizasyonlar için çeşitli zorluklar da içerir. Yenilikçi projelerin başarısız olma riski yüksektir ve bu projelerin yönetimi, kaynakların etkin bir şekilde kullanılması ve doğru stratejilerin uygulanmasını gerektirmektedir. Yenilikçi projeler, genellikle yüksek maliyetli ve kaynak yoğun projelerdir. Bu projelerin başarılı olabilmesi için etkin kaynak yönetimi stratejilerinin uygulanması gerekmektedir (Chesbrough, 2003).

Yenilikçi projeler, organizasyon içinde önemli değişikliklere neden olabilir. Bu değişikliklerin başarılı bir şekilde yönetilmesi, çalışanların adaptasyonu ve yenilikçi kültürün oluşturulması için kritik öneme sahiptir (Kotter, 1996). Yenilikçi ürünler ve hizmetler, piyasada hemen kabul görmeyebilir. Bu nedenle, pazarlama ve müşteri ilişkileri stratejilerinin dikkatli bir şekilde planlanması gerekebilir (Rogers, 2003).

Agresif rekabetçilik, rakiplerle doğrudan ve yoğun bir şekilde rekabet etme istekliliğidir. Bu, piyasada güçlü bir varlık gösterme ve rakipleri geride bırakma stratejilerini içerir. Agresif rekabetçi firmalar, piyasa payını artırmak ve lider konuma gelmek için aktif bir şekilde çalışırlar (Covin ve Slevin, 1989). Agresif rekabetçilik, iş dünyasında firmaların varlıklarını sürdürebilmeleri ve rekabet avantajı elde edebilmeleri için kritik bir faktör olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu kavram, firmaların rakipleriyle doğrudan ve yoğun bir şekilde rekabet etme isteklerini, piyasada güçlü bir varlık gösterme ve rakipleri geride bırakma stratejilerini ifade eder (Covin ve Slevin, 1989). Özellikle günümüzün dinamik ve hızla değişen pazar koşullarında, agresif rekabetçilik firmaların ayakta kalabilmesi ve büyümesi için hayati öneme sahiptir.

Agresif rekabetçi firmalar, yenilikçi ürün ve hizmetler geliştirmek, yeni pazarlara girmek ve mevcut pazar paylarını artırmak için sürekli olarak fırsatları kollamaktadır (Lumpkin ve Dess, 1996). Bu firmalar, rekabet avantajı elde edebilmek için yoğun bir şekilde Ar-Ge faaliyetlerine yatırım yapar, müşteri ihtiyaçlarına hızlı bir şekilde cevap verir ve piyasa dinamiklerine uyum sağlar. Agresif rekabetçilik, kurumsal girişimcilik

faaliyetlerinin başarısında kritik bir rol oynar. Firmaların rekabetçi stratejiler geliştirmesi ve bu stratejileri etkin bir şekilde uygulayabilmesi, kurumsal girişimcilik kapasitelerini artırır.

Özellikle teknoloji odaklı sektörlerde, agresif rekabetçilik firmaların yenilikçi çözümler üretebilme ve piyasada lider konuma gelebilme yeteneklerini güçlendirir (Zahra ve Covin, 1995). Dolayısıyla, agresif rekabetçilik kurumsal girişimcilik faaliyetlerinin etkinliğini artıran bir faktör olarak öne çıkar. Agresif rekabetçilik, firmaların piyasa performansı üzerinde doğrudan ve dolaylı etkilere sahiptir. Doğrudan etkiler, firmanın pazar payını artırma, satışlarını ve karlılığını yükseltme gibi kısa vadeli sonuçları içerir. Agresif rekabetçi stratejiler uygulayan firmalar, piyasa taleplerine hızlı ve etkili bir şekilde yanıt vererek müşteri memnuniyetini artırır ve sadık bir müşteri kitlesi oluşturur (Miller, 1983). Bu durum, firmanın gelirlerini ve karlılığını olumlu yönde etkiler. Dolaylı etkiler ise, firmanın uzun vadeli rekabet avantajı elde etme, marka değerini artırma ve sektörde lider konuma gelme gibi sonuçları kapsar.

Agresif rekabetçilik, firmaların yenilikçi çözümler geliştirme ve piyasada farklılaşma yeteneklerini artırır. Bu bağlamda, agresif rekabetçi stratejiler uygulayan firmalar, sektördeki diğer firmalara göre daha sürdürülebilir bir rekabet avantajı elde eder (Porter, 1985). Ayrıca, bu firmalar, pazarda lider konuma gelerek marka değerlerini ve müşteri sadakatini artırma potansiyeline sahiptir. Girişimci takım davranışı ve dönüşümsel liderlik, agresif rekabetçilik ile kurumsal girişimcilik ve firma performansı arasındaki ilişkide aracılık eden önemli faktörlerdir. Girişimci takım davranışı, takım üyelerinin yenilikçi fikirler geliştirme, risk alma ve fırsatları değerlendirme konusundaki tutumlarını ifade eder. Bu davranışlar, takımın kolektif girişimcilik kapasitesini artırarak kurumsal girişimcilik faaliyetlerinin etkinliğini sağlar (Kearney vd., 2009).

Dönüşümsel liderlik ise, liderin vizyoner, ilham verici ve motive edici özelliklerini kapsar. Dönüşümsel liderler, takım üyelerinin yeteneklerini en üst düzeye çıkarma, yenilikçi fikirler geliştirme ve rekabetçi stratejiler uygulama konusunda teşvik eder (Bass ve Avolio, 1994). Bu liderlik tarzı, girişimci takım davranışlarını destekleyerek agresif rekabetçilik ile kurumsal girişimcilik ve firma performansı arasındaki ilişkinin güçlenmesini sağlar. Agresif rekabetçilik, girişimci takım davranışlarının gelişimini teşvik eder. Agresif rekabetçi stratejiler uygulayan firmalar, takım üyelerini yenilikçi

ve yaratıcı düşünmeye, risk almaya ve fırsatları değerlendirmeye teşvik eder. Bu durum, takımın kolektif girişimcilik kapasitesini artırır ve kurumsal girişimcilik faaliyetlerinin etkinliğini sağlar (Covin vd., 2006). Ayrıca, agresif rekabetçilik, takım üyelerinin iş birliği yapma ve ortak hedefler doğrultusunda çalışma motivasyonunu artırır.

Girişimci takım davranışları, agresif rekabetçi stratejilerin başarıyla uygulanmasında kritik bir rol oynar. Takım üyelerinin yenilikçi fikirler geliştirme, müşteri ihtiyaçlarına hızlı yanıt verme ve rekabetçi piyasa koşullarına uyum sağlama konusundaki yetenekleri, firmanın rekabet avantajı elde etmesini sağlar. Bu bağlamda, agresif rekabetçilik ve girişimci takım davranışları arasında güçlü bir sinerji bulunmaktadır. Dönüşümsel liderlik, agresif rekabetçi stratejilerin etkin bir şekilde uygulanmasını sağlar. Dönüşümsel liderler, vizyoner ve ilham verici özellikleriyle takım üyelerini motive eder, yenilikçi fikirler geliştirmelerini teşvik eder ve rekabetçi stratejileri uygulama konusunda destekler (Howell ve Avolio, 1993). Bu liderlik tarzı, takımın kolektif girişimcilik kapasitesini artırarak kurumsal girişimcilik faaliyetlerinin başarısını sağlar. Agresif rekabetçilik ve dönüşümsel liderlik arasındaki ilişki, firmanın uzun vadeli rekabet avantajı elde etmesinde önemli bir rol oynar.

Dönüşümsel liderler, takım üyelerinin yeteneklerini en üst düzeye çıkararak firmanın yenilikçi çözümler geliştirme ve piyasada farklılaşma yeteneklerini artırır. Bu durum, firmanın marka değerini ve müşteri sadakatini artırarak uzun vadeli başarıyı sağlar (Jung vd., 2003). Son yıllarda yapılan çalışmalar, agresif rekabetçiliğin kurumsal girişimcilik ve firma performansı üzerindeki etkilerini daha derinlemesine incelemiştir. Örneğin, Liu ve arkadaşlarının (2022) çalışması, agresif rekabetçiliğin inovasyon performansı üzerindeki etkilerini araştırmış ve rekabetçi stratejilerin yenilikçi çözümler üretme kapasitesini artırdığını ortaya koymuştur. Bu çalışma, agresif rekabetçiliğin, özellikle teknoloji odaklı sektörlerde, firmaların rekabet avantajı elde etme yeteneklerini güçlendirdiğini vurgulamaktadır. Bir diğer önemli çalışma, Zhao ve Su'nun (2023) araştırmasıdır. Bu çalışma, agresif rekabetçi stratejilerin firma performansı üzerindeki uzun vadeli etkilerini incelemiş ve bu stratejilerin, firmaların finansal performansını ve pazar payını artırmada kritik bir rol oynadığını göstermiştir. Araştırma, agresif rekabetçilik ve yenilikçi girişimcilik arasında güçlü bir ilişki olduğunu ve bu ilişkinin firma başarısında belirleyici olduğunu

belirtmektedir. Agresif rekabetçilik, farklı kültürel ve sektörel bağlamlarda farklı şekillerde ortaya çıkabilir.

Örneğin, Batı kültürlerinde agrasif rekabetçilik genellikle yenilikçilik ve müşteri odaklılıkla ilişkilendirilirken, Doğu kültürlerinde daha çok uzun vadeli ilişkiler ve iş birliği odaklı stratejilerle bütünleştirilebilir (Chen ve Miller, 2011). Bu kültürel farklılıklar, agrasif rekabetçi stratejilerin uygulanmasında ve başarısında önemli rol oynar. Sektörel farklılıklar da agrasif rekabetçilik üzerinde belirleyici olabilir. Örneğin, teknoloji ve inovasyon odaklı sektörlerde agrasif rekabetçilik, hızlı yenilik yapma ve pazar liderliği elde etme stratejileriyle karakterize edilirken, daha geleneksel sektörlerde bu stratejiler maliyet liderliği ve operasyonel verimlilik odaklı olabilir (Porter, 1980). Dolayısıyla, agrasif rekabetçilik stratejilerinin sektörel bağlamda nasıl uygulandığı ve başarıya ulaştığı önemlidir.

Dijital dönüşüm, firmaların iş yapma şekillerini köklü bir şekilde değiştirmiş ve agrasif rekabetçiliğin yeni boyutlarını ortaya çıkarmıştır. Dijital teknolojilerin yaygınlaşması, firmaların pazar dinamiklerine daha hızlı uyum sağlamasını, müşteri ihtiyaçlarına anında yanıt vermesini ve yenilikçi çözümler üretmesini kolaylaştırmıştır (Vial, 2019). Bu bağlamda, dijital dönüşüm agrasif rekabetçiliğin etkilerini artırmış ve firmaların rekabet avantajı elde etme kapasitelerini güçlendirmiştir. Dijital dönüşümün bir diğer önemli etkisi, veri analitiği ve yapay zeka gibi teknolojilerin kullanımıyla agrasif rekabetçi stratejilerin daha etkin bir şekilde uygulanabilmesidir. Bu teknolojiler, firmaların pazar trendlerini ve müşteri davranışlarını daha iyi analiz etmelerine, stratejik kararlar alırken daha bilgiye dayalı hareket etmelerine olanak tanır (Bughin vd., 2017). Böylece, dijital dönüşüm agrasif rekabetçilik stratejilerini destekleyen önemli bir faktör haline gelmiştir. Agresif rekabetçiliğin gelecekteki rolü ve etkileri, küresel pazar dinamiklerindeki değişimler ve teknolojik gelişmelerle şekillenecektir. Firmaların bazı stratejik önerilerini aşağıdaki şekilde açıklamak mümkün olabilir.

Firmalar, yenilikçi bir kültürü teşvik ederek çalışanların yaratıcı fikirler geliştirmesini ve risk almasını desteklemelidir. Bu, kurumsal girişimcilik kapasitelerini artıracak ve agrasif rekabetçi stratejilerin başarıyla uygulanmasını sağlayabilir. Dijital teknolojilerin entegrasyonu, firmaların rekabet avantajı elde etmesinde kritik bir rol oynamaktadır. Bu nedenle, firmaların dijital dönüşüm süreçlerini hızlandırmaları ve veri analitiği, yapay zeka gibi teknolojileri stratejik karar alma süreçlerine entegre etmeleri önemli görülmektedir.

Pazar dinamiklerine hızlı uyum sağlama yeteneği, agresif rekabetçilik stratejilerinin başarısında önemli bir faktördür. Firmalar, esnek ve proaktif stratejiler geliştirerek rekabet avantajı elde etme kapasitelerini artırabilir. Dönüşümsel liderlik ve girişimci takım davranışları, agresif rekabetçi stratejilerin etkin bir şekilde uygulanmasını sağlar. Bu bağlamda, firmalar liderlik ve takım dinamiklerini güçlendirecek eğitim ve gelişim programlarına yatırım yapmalıdır. Agresif rekabetçilik, kurumsal girişimcilik ve firma performansı üzerinde doğrudan ve dolaylı etkilere sahip olan kritik bir faktördür.

Girişimci takım davranışı ve dönüşümsel liderlik, bu ilişkide aracılık eden önemli unsurlar olarak öne çıkabilir. Agresif rekabetçi stratejiler uygulayan firmalar, yenilikçi çözümler geliştirme, piyasa payını artırma ve rekabet avantajı elde etme konularında başarılı olurlar. Agresif rekabetçilik, kurumsal girişimcilik faaliyetlerinin etkinliğini ve firma performansını artıran önemli bir strateji olarak değerlendirilebilmektedir.

Farklılaşma, işletmelerin piyasada rekabet avantajı elde etmek için kullandıkları önemli stratejilerden biridir. Michael Porter'ın rekabet stratejileri çerçevesinde tanımlanan farklılaşma stratejisi, işletmelerin benzersiz ürünler ve hizmetler sunarak rakiplerinden ayrılma ve bu yolla piyasada öne çıkmalarını amaçlar. Bu strateji, müşteri ihtiyaçlarına özel çözümler sunarak müşteri sadakatini artırmayı ve aynı zamanda fiyat rekabetinden kaçınarak daha yüksek kar marjları elde etmeyi sağlar (Porter, 1985).

Günümüzde farklılaşma stratejisi, değişen müşteri beklentileri, teknolojik yenilikler ve yoğun rekabet ortamı nedeniyle daha da önemli hale gelmiştir. İşletmeler, müşterilerin taleplerine hızlı ve etkili bir şekilde yanıt verebilmek için sürekli olarak yenilikçi ve farklı ürünler sunmak zorundadır. Farklılaşma stratejisi, bir işletmenin sunduğu ürün veya hizmetin benzersiz ve rakiplerinden üstün olmasını gerektirir. Farklılaştırma stratejisi unsurlarını genel olarak açıklanabilir. Bu stratejileri uygulayabilmek, yüksek kaliteli ürünler ve hizmetler sunmayı ve müşterilerin işletmeyi tercih etme olasılığını artırmayı sağlayabilir. Kalite, uzun ömür, güvenilirlik ve üstün performans gibi özellikleri tanımlayabilir. Örneğin, Apple'ın ürün kalitesi ve dayanıklılığı, müşterilerin markaya olan bağlılığını artırmıştır (Johnston ve Kong, 2011). Ürünlerin estetik olarak çekici ve işlevsel olması, müşterilerin dikkatini çekebilir. Ürün tasarımı, kullanıcı deneyimini iyileştirerek müşteri memnuniyetini artırabilirler. Üstün müşteri hizmetleri sunarak, müşteri memnuniyetini ve sadakatini

artırabilirler. Hızlı ve etkili müşteri desteği, kişiselleştirilmiş hizmetler ve satış sonrası destek gibi faktörler bu bağlamda önemli olabilir. Örneğin, Zappos'un müşteri hizmetleri yaklaşımı, marka sadakati yaratmada kritik bir faktör olmuştur (McKinsey, 2020).

Teknolojinin etkin kullanımı, ürün ve hizmetlerde farklılık oluşturabilir. Yenilikçi teknolojiler, işletmenin piyasada öncü olmasını sağlar ve rekabet avantajı yaratılmasını kolaylaştırabilir.

Güçlü bir marka imajı, müşterilerin işletmeye duyduğu güveni ve bağlılığı artırır olarak vurgulanabilir. Marka sadakati, müşterilerin fiyat duyarlılığını azaltarak uzun vadeli karlılığı artırdığı çalışmalarda gözlenmiştir. Örneğin, Nike'ın marka imajı ve tüketicilere sunduğu değerler, marka sadakati yaratmada önemli bir rol oynamaktadır (Keller, 2013). Farklılaşma stratejisi, işletmelere çeşitli avantajlar sağlayabilir. Benzersiz ürün ve hizmetler sunarak rakiplerden ayrılan işletmeler, piyasada rekabet üstünlüğü elde ederler. Bu, müşteri tercihlerini işletme lehine yönlendirir. Örneğin, Starbucks'ın sunduğu benzersiz kahve deneyimi, markayı küresel düzeyde bir lider yapmıştır (Thompson ve Arsel, 2004).

Farklılaşma, müşterilerin işletmeye olan bağlılığını artırır. Benzersiz deneyimler sunan işletmeler, müşterilerin tekrar tercih etme olasılığını artırabilir ve müşteri kaybını azaltabilir. Örneğin, Harley-Davidson'ın benzersiz müşteri deneyimi, müşteri sadakatini önemli ölçüde artırmıştır (Schouten ve McAlexander, 1995). Farklılaşma stratejisi izleyen işletmeler, fiyat rekabetinden kaçınarak daha yüksek kar marjları elde edebilirler. Benzersiz ürün ve hizmetler, müşterilerin fiyat duyarlılığını azaltır. Örneğin, Louis Vuitton'un lüks ürünleri, marka farklılaşması sayesinde yüksek fiyatlarla satılmaktadır (Kapferer ve Bastien, 2012). Yenilikçi ve farklılaşmış ürünler sunan işletmeler, piyasada lider konumuna gelebilirler. Bu, işletmenin sektöründe tanınmış ve saygın bir konuma sahip olmasını sağlar. Örneğin, Google'ın arama motoru teknolojisi ve sunduğu yenilikler, şirketi küresel bir lider yapmıştır (Vise, 2005). Farklılaşma stratejisi, kurumsal girişimcilik faaliyetlerinin bir parçası olarak değerlendirilebilir. Kurumsal girişimcilik, işletmelerin yenilikçi fikirler geliştirerek ve bunları hayata geçirerek rekabet avantajı elde etmelerini sağlayabilir. Bu bağlamda farklılaşma, kurumsal girişimciliğin temel unsurlarından biri olarak öne çıkar. İşletmeler, girişimci takım davranışı ve dönüşümsel liderlik ile farklılaşma stratejilerini daha etkin bir şekilde uygulayabilirler.

Dönüşümsel liderler, yenilikçi fikirlerin teşvik edilmesi ve uygulanmasında kritik bir rol oynar. Bu liderler, çalışanların yaratıcı ve yenilikçi düşüncelerini destekleyerek, farklılaşma stratejilerinin başarılı bir şekilde uygulanmasını sağlar (Bass ve Avolio, 1994). Ayrıca, girişimci takım davranışı, işletmelerin dinamik ve rekabetçi piyasa koşullarına hızla uyum sağlamalarına yardımcı olur (Covin ve Slevin, 1991). Kurumsal girişimciliğin ana hedeflerinden biri, risk alma, yenilikçilik ve agresif rekabetçi davranışlar yoluyla mevcut organizasyonları canlandırmaktır. Ayrıca, organizasyon içinde yenilikçiliği ve değişimi teşvik etmeyi amaçlar. Kurumsal girişimcilik, organizasyonun temel fikirlerini yeniden şekillendirmeyi de içerir. Bu hedef, kurumsal girişimciliğin çeşitli tanımları göz önüne alındığında daha belirgin hale gelir (Top, 2006). Organizasyonlar, hızla değişen rekabetçi küresel ortama uyum sağlamak ve müşteri ihtiyaç ve beklentilerine hızla yanıt verebilmek için yenilikçi ve yaratıcı olmalıdır. Ayrıca, topluma çeşitli ürün ve hizmetler sunarak değer yaratmak da önemlidir (Carrier, 1996).

Bugün, organizasyon içindeki girişimciliği destekleyen kurumsal girişimcilik faaliyetlerini benimsemek, bu hedeflere ulaşmanın en etkili yollarından biridir. Bu uygulamalar, organizasyonların daha hızlı, daha esnek ve daha yenilikçi hale gelmesine yardımcı olarak rekabet avantajı kazanmalarını sağlar (Christensen, 2004). Kurumsal girişimcilik, inovasyon ve yaratıcılık yoluyla şirketlerin stratejik ve operasyonel rekabet avantajları elde etmelerini sağlar. Şirketlerin inovasyona yönelik farklı tutumları, onların muhafazakârlar ve girişimciler arasındaki konumunu belirler. Girişimci şirketler risk alır, yenilikçi çözümler arar ve proaktif bir yaklaşım benimser. Muhafazakâr şirketler ise riskten kaçınır, daha az yaratıcıdır ve "bekle ve gör" stratejisini benimseyebilirler. Bir şirketin bu davranışsal ölçek üzerindeki konumu, girişimcilik seviyesini belirler (Kemelgor, 2002). Farklılaşma stratejisi, işletmelerin piyasada rekabet avantajı elde etmeleri ve uzun vadeli başarı sağlamaları için kritik öneme sahip olabilir. Ürün ve hizmet kalitesi, müşteri hizmetleri, teknolojik yenilikler ve güçlü marka imajı gibi unsurlar, farklılaşma stratejisinin etkin bir şekilde uygulanmasını sağlar. Bu strateji, kurumsal girişimcilik faaliyetleri ile desteklendiğinde, işletmelerin piyasada lider konuma gelmelerini ve sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmelerini sağlayabilir.

2.3. Girişimci Takım Davranışı

Girişimci davranış, bireylerin yenilikçi ve proaktif bir yaklaşımla hareket ederek yeni iş fırsatları yaratma, sorunları çözmeye ve zorlukların üstesinden gelme yeteneklerini ifade eder. Bu davranış biçimi, sadece bireysel girişimcilerde değil, aynı zamanda organizasyonlar içindeki takımlarda da geliştirilebilir ve desteklenebilir. Johnson (2001) girişimci davranışın organizasyonun her seviyesindeki bireylerde geliştirilebileceğini ve bu sayede organizasyon liderlerinin veya stratejik girişimcilerin gücünün artırılabilirliğini belirtir. Bu bağlamda, girişimci takım davranışının firma performansını olumlu yönde etkileyebileceği savunulmaktadır.

Bir girişimci, inisiyatif alabilir, harekete geçebilir (iş kurabilir ve yeni projeler yaratabilir), sorumluluk alabilir, iş sorunlarını yönetebilir ve zorluklarla ve meydan okumalarla karşı karşıya kalırken sabırlı olabilir. Girişimci davranış, organizasyonun her seviyesindeki bireylerde geliştirilebilir ve ardından organizasyon liderlerinin veya (stratejik) girişimcilerin gücü desteklenir ve artırılır (Johnson, 2001). Girişimcilerin geçmişlerindeki farklılıklar, belirli girişimcilik özelliklerini tanımlamayı zorlaştırmaktadır.

Girişimcilik, bireylerin insanlara ve onların yeteneklerine odaklanmasını gerektirir. Girişimciler, takım üyelerinin güçlü yönlerini belirleyerek bu güçleri en verimli şekilde kullanmayı hedefler. Bu yaklaşım, takım üyelerinin yeteneklerini maksimize ederek daha yüksek performans elde edilmesini sağlar. Örneğin, Google'ın ünlü "20% Time" politikası, çalışanların zamanlarının %20'sini kendi projelerine ayırmalarına izin vererek yaratıcılık ve yenilikçiliği teşvik eder. Bu politika, Gmail ve Google News gibi başarılı projelerin ortaya çıkmasını sağlamıştır.

Girişimciler, işlerinde bağımsız olmayı ve zamanlarını diledikleri gibi kullanmayı arzu ederler. Bu nedenle, girişimci takımlar problem çözmeye ve hedef belirlemede kişisel sorumluluğa büyük önem verirler. Bireysel özerklik ve tatmin, takım üyelerinin motivasyonunu artırarak iş tatminini ve verimliliğini yükseltir. Örneğin, Spotify'nın "Squad" modeli, çalışanlara büyük ölçüde özerklik vererek her ekibin kendi hedeflerini belirlemesine ve kendi çalışma yöntemlerini seçmesine olanak tanır. Bu model, Spotify'nın hızlı büyümesinde ve yenilikçi ürünler geliştirmesinde büyük rol oynamıştır.

Girişimcilik, doğası gereği risk almayı içerir. Girişimciler, finansal, sosyal ve psikolojik risklerin üstesinden gelmek için cesur adımlar atarlar. Takımlar içinde bu risk alma davranışı, yenilikçi çözümler geliştirme ve rekabet avantajı sağlama açısından kritik bir rol oynar. Örneğin, SpaceX'in Mars'a insan gönderme hedefi, büyük finansal ve teknik riskler içermesine rağmen, şirketin yenilikçi yaklaşımları ve cesur hedefleri sayesinde ilerlemektedir. Bu tür riskli projeler, SpaceX'in sektördeki lider konumunu pekiştirmiştir.

Girişimci takım davranışları, bir girişimin başarısını büyük ölçüde etkileyen çeşitli unsurlardan oluşur. Bu unsurlar, takım üyelerinin etkileşim şekillerini, karar alma süreçlerini, çatışma yönetimini ve yenilikçilik kapasitelerini içerir. Literatürde girişimci takım davranışı farklı şekillerde tanımlanmıştır.

Girişimci takımların rol dağılımı ve uzmanlık düzeyi, her bir üyenin yeteneklerine ve uzmanlık alanlarına göre optimize edilir. Bu strateji, takımın genel hedeflerine katkıda bulunacak şekilde her bireyin bilgi ve becerilerini kullanmasını sağlar. Bu yaklaşımın etkinliği, Clarysse vd. (2011) tarafından "Entrepreneurial origin, technological knowledge, and the growth of spin-off companies" başlıklı çalışmada vurgulanmaktadır, burada girişimlerin teknolojik bilgi ve takım üyelerinin uzmanlığına dayalı olarak nasıl büyüdüğü incelenmiştir.

Karar alma mekanizmaları, girişimci takımlarda kritik bir öneme sahiptir. Ensley vd. (2002) tarafından yapılan "Understanding the dynamics of new venture top management teams: cohesion, conflict, and new venture performance" alışmasında, takım içindeki demokratik ve katılımcı karar alma süreçlerinin girişim başarısını nasıl etkilediği analiz edilmiştir. Bu süreçler, her üyenin sesinin duyulduğu ve değerlendirildiği bir ortam yaratır.

İletişim, girişimci takım davranışlarının temel taşlarından biridir. Hmieleski ve Ensley (2007) " A contextual examination of new venture performance: Entrepreneur leadership behavior, top management team heterogeneity, and environmental dynamism. *Journal of Organizational Behavior* " adlı çalışmalarında, açık ve sürekli iletişimin, takım yeleri arasında anlayış ve koordinasyonu nasıl artırdığını belirtmişlerdir. Etkili iletişim, takım içinde güvenin ve işbirliğinin gelişmesine olanak tanır.

Çatışma yönetimi, girişimci takımların başarılı bir şekilde yönetmesi gereken bir diğer önemli unsurdur. Jehn ve Mannix (2001), "The dynamic nature of conflict: A longitudinal study of intragroup conflict and group performance" çalışmalarında, çatışmaların grup performansı üzerindeki etkilerini ve bu çatışmaların nasıl yönetilmesi gerektiğini inceler. Yapıcı çatışma yönetimi, takım içinde yenilikçiliği ve yaratıcılığı teşvik eder.

Esneklik ve uyum yeteneği, girişimci takımların değişen piyasa koşullarına ve beklenmedik durumlara hızla adapte olmalarını sağlar. Ucbasaran vd. (2009) tarafından yapılan "The extent and nature of opportunity identification by experienced entrepreneurs" çalışması, bu esnekliğin girişimin uzun vadeli başarısı için ne kadar hayati olduğunu ortaya koymaktadır.

Motivasyon ve taahhüt, girişimci takımların üzerinde durduğu önemli faktörlerdir. Cardon vd. (2017) tarafından yapılan "Team entrepreneurial passion: Its emergence and influence within new venture teams" çalışması, takım üyelerinin girişime olan bağlılığının motivasyon ve genel takım performansı üzerindeki etkilerini analiz eder.

Son olarak, liderlik ve yönetim ile yenilikçilik ve yaratıcılık, girişimci takım davranışlarının olmazsa olmazlarıdır. Ensley vd. (2006) "The importance of vertical and shared leadership within new venture top management teams: Implications for the performance of startups" başlıklı çalışmalarında etkili liderliğin girişimci takımları nasıl yönlendirdiğini ve üyeleri motive ettiğini inceler.

Anderson vd. (2014) "Innovation and creativity in organizations: A state-of-the-science review, prospective commentary, and guiding framework" çalışmalarında, takım üyelerinin sürekli yeni fikirler üretme ve bu fikirleri pratik çözümlere dönüştürme yeteneklerinin önemini vurgulamaktadır.

Bu unsurların her biri, akademik literatürde detaylı bir şekilde incelenmiş olup, girişimci takımların dinamiklerini ve sonuçlarını şekillendirirken kritik roller oynar.

Tablo 2.3: Girişimci Takım Davranışı Tanımları

Yazar(lar)	Girişimci Takım Davranışı Tanımları
Klotz vd. (2014)	Girişimci takım davranışı, takım üyelerinin girişimcilik fırsatlarını tanımlamak ve bunları takip etmek için sergiledikleri etkileşimli ve ortaklaşa çabaları ifade eder. Bu davranışlar, takım üyelerinin farklı yeteneklerini ve bilgilerinden yararlanarak yenilikçi çözümler üretmelerini kapsar.
Ensley vd. (2002)	Kurumsal girişimcilik, organizasyonların yenilenme, yenilik yapma ve yeni iş girişimleri oluşturma yoluyla hayatta kalma, büyüme ve performanslarını artırma çabalarını kapsar.
West (2007)	Girişimci takım davranışı, takımın yenilikçi ve girişimci amaçlara ulaşmak için koordinasyon ve işbirliği içinde çalışmasını ifade eder. Bu davranışlar, takımın uyumlu hareket etmesi, risk alma ve belirsizlikle başa çıkma yeteneklerini kapsar.
Lechler (2001)	Girişimci takım davranışı, takım üyelerinin girişimcilik fırsatlarını tanımlama, değerlendirme ve uygulama süreçlerinde sergiledikleri etkileşimli ve işbirlikçi eylemleri ifade eder. Bu davranışlar, takımın yenilikçilik kapasitesini artırmak için gerekli olan sosyal ve bilişsel süreçleri kapsar.
Vogel ve Guttel (2013)	Girişimci takım davranışı, takımın kolektif olarak yeni iş fırsatlarını keşfetme ve bu fırsatları başarıyla uygulama kapasitesini ifade eder. Bu davranışlar, takım üyelerinin işbirliği, uyum ve ortak hedeflere odaklanma yeteneklerini kapsar.
Donthu vd. (2021)	Girişimci takım davranışı, takım üyelerinin kolektif çabalarını organize etme, yenilikçi çözümler üretme ve iş fırsatlarını değerlendirme yeteneklerini içerir. Bu, takımın uyumlu ve işbirlikçi çalışmasını gerektirir.
Harmeling (2011)	Girişimci takım davranışı, girişimcilik kimliğini yeniden hikayeleştirme, eğitim ve deneyim yoluyla takımın girişimcilik kapasitesini artırma çabalarını kapsar.
Hills ve Singh (2004)	Girişimci takım davranışı, iş yaratma sürecindeki fırsatların tanınması ve bu fırsatları değerlendirme yeteneklerini içerir. Bu, takımın stratejik ve yenilikçi düşünmesini gerektirir
Hisrich vd. (2007)	Girişimci takım davranışı, psikoloji perspektifinden girişimcilik araştırmaları ve uygulamalarını kapsar. Takımın psikolojik süreçlerini ve motivasyonlarını içerir.
Johnson (1990)	Girişimci takım davranışı, başarı motivasyonu ve girişimci kişilik özellikleri üzerine odaklanır. Takımın kolektif başarıya ulaşma çabalarını içerir.
Krueger (2017)	Girişimci takım davranışı, girişimcilik niyetlerini ve bu niyetlerin başarıya dönüşme süreçlerini içerir. Takımın stratejik ve planlı hareket etmesini gerektirir.
Lee ve Wong (2004)	Girişimci takım davranışı, teknoprenörlük niyetlerini ve bu niyetlerin iş başarılarına dönüşmesini içerir. Takımın teknolojik yeniliklere odaklanmasını gerektirir
Lüthje ve Franke (2003)	Girişimci takım davranışı, mühendislik öğrencilerinin girişimcilik niyetlerini ve bu niyetlerin iş başarılarına dönüşmesini test eden bir model içerir.

Tablo 2.3. Devam: Girişimci Takım Davranışı Tanımları

Read vd. (2009)	Girişimci takım davranışı, belirsizlik altında pazarlama ve etkisel yaklaşımın mantığını içerir. Takımın belirsizlikle başa çıkma yeteneklerini kapsar.
Rehn ve Taalas (2004)	Girişimci takım davranışı, suç ve varsayımlar üzerine odaklanır. Girişimcilik araştırmalarında anlatısal ve söylemsel yaklaşımlar kullanır.
Reynolds (1992)	Girişimci takım davranışı, sosyoloji ve girişimcilik kavramlarını ve katkılarını içerir. Takımın sosyal ve kültürel dinamiklerini kapsar.
Sarasvathy (2001)	Girişimci takım davranışı, ekonomik zorunluluktan girişimci belirsizliğe teorik bir kaymayı içerir. Takımın stratejik ve yenilikçi düşünmesini gerektirir.
Ben-Hafaıedh ve Ratinho (2023)	Girişimci takım davranışı, takım oluşum süreçlerini ve bu süreçlerin etkilerini inceleyen bir yaklaşımdır. Takımın dinamik ve uyumlu çalışmasını gerektirir.
Watson (2023)	Girişimci takım davranışı, start-up yarışmaları aracılığıyla girişimcilik davranışlarını teşvik etmeyi içerir. Takımın rekabetçi ve yenilikçi olmasını gerektirir.
Clinton ve Gamble (2023)	Girişimci takım davranışı, transgenerasyonel girişimci ailelerde öğrenme süreçlerini içerir. Takımın ğrenme ve uyum sağlama yeteneklerini kapsar.

2.4. Dönüşümsel Liderlik

Dönüşümsel liderlik kavramı ilk olarak 1973 yılında Downton tarafından kullanılmıştır. James McGregor Burns, 1978 yılında daha sistematik bir şekilde kullanmıştır. Öte yandan, Bass, dönüşümsel liderliği 1985 yılından itibaren çalışmalarına dahil etmiştir. Dönüşümsel liderler, organizasyonu değişime en hızlı şekilde uyarlayan liderlerdir. Bu nedenle, dönüşümsel liderlik, varsayımları ve etkileri açısından araştırılmaya değer bir değişimdir. Dönüşümsel lider, organizasyonun ilerlemesi ve düzenlenmesi için önemli bir kişidir (Gedikoğlu, 2015). Bugüne kadar liderlik üzerine birçok çalışma yapılmıştır. alışmalar, günümüzde en etkili liderlik biçiminin dönüşümsel liderlik olduğunu göstermektedir (Dabke, 2016). Bir lider, takım üyelerine yüksek moral ve motivasyon sağlayan çok yönlü bir kaptandır. Dönüşümsel liderlerin davranışlarının motivasyon üzerindeki etkileri olumludur (Akbolat ve diğerleri, 2013). Dönüşümsel liderler, çalışanlarını sorunları çözmek için yeni yaklaşımlar kullanmaya teşvik eder, böylece sorunların çözümünü sağlarlar (Ilsever ve Ilsever, 2016). Bu liderler, yaratıcılık ve yenilikçilikte öncüdür (Sabuncuoğlu ve Tz, 1995).

Dönüşümsel liderler, olasılıkları en doğru şekilde yorumlar, sorunlarla karşılaştıklarında pratik zekalarını kullanır ve makul çözümler üretirler (Ermeýdan ve Can, 2020). Açıkalin (2000), motivasyon ve bireysel destek sağlayarak risk alan bireyleri dönüşümsel liderler olarak tanımlamıştır. Dönüşüm riskli olduğu için bu liderlerin olumsuz durumları öngörmeleri beklenir. Geleceğin temellerini en uygun şekilde şekillendirirler. Takipçilerini ortak çıkarlar için yönlendirir ve hedeflerine ulaşmalarını sağlarlar (Antonakis ve diğerleri, 2003). Sağlam temellere sahip bir organizasyonun sağlam bir geleceğe sahip olması beklenir. Dönüşümsel liderler, takipçilerini organizasyonun misyon ve vizyonuna uygun hale getirmekte ve onları fikir üretmeye teşvik etmektedirler. Bu liderler, çalışanlarını gerçekten tanıdıklarında onları etkileyebilirler. Çalışanlarının arzularını ve duygularını bilmeleri gerekmektedir (Erkan, 2002).

Dönüşümsel liderler, insanları düşük hedefler yerine yüksek hedefler koymaya teşvik ederler (Yukl, 1991). Motivasyonu ve performansı çeşitli şekillerde artırmaya çalışırlar (Odumeru ve Ogbonna, 2013). Liderlerin, organizasyonun belirlediği yüksek hedeflere ulaşmak için çalışanlarına güvenmeleri gerekmektedir (Pielstick, 1998). Dönüşümsel liderler, tüm çalışanların katılımıyla ortak kararlar almayı değerli bulurlar. Sonuç olarak, üstler ve astlar arasında hedeflere ulaşırken huzurlu bir atmosfer yaratılır.

Dönüşümsel liderler, organizasyona değişim getirecek, yeni bir vizyon oluşturacak ve bu vizyona uygun ihtiyaçları belirleyerek organizasyonu harekete geçirecek güce sahiptir (Rijal, 2010). Bu liderler, grup için en iyi olduğuna inandıklarının tüm üyeler tarafından benimsenmesini amaçlayan gerçekçi bir vizyona sahip bireylerdir (Deliveli, 2010). Ayrıca cesaret, değişime açıklık ve sabır gibi özelliklere sahiptirler (Berber, 2000). Başaran'a (2004) göre, dönüşümsel lider, dürüst, ileri görüşlü, benzersiz yeteneklere sahip, çalışanları güçlendirerek hedefe yönlendiren ve onların zihinlerini uyandıran bir kişidir. Dönüşümsel liderlik, birçok açıdan araştırma konusu olmuştur.

Bazı araştırmacılar, dönüşümsel liderleri sıradışı bireyler olarak tanımlarken, diğerleri onları mükemmel bireyler veya Bass'ın perspektifinden karizmatik bireyler olarak tanımlar. Dönüşümsel liderlik, Çok Faktörlü Liderlik Anketi (Bass, 1985) ile çeşitli açılardan ölçülmüştür.

Dönüşümsel liderlik davranışlarının sergilendiği okullarda, okul müdürleri öğretmenlerin gelişim ihtiyaçlarına dikkat eder, öğretmenlere özgüvenin bir kaynağı olan ustalık deneyimleri yoluyla koçluk sağlar, öğretmenlerin yenilikçiliğini ve yaratıcılığını teşvik eder ve yaratılan vizyonu nasıl gerçekleştirecekleri konusunda öğretmenlere model olurlar (Bass, 1999).

Dönüşümsel liderlik, liderlik literatüründe önemli bir yere sahip olan, liderlerin takipçileriyle öyle bir etkileşime girmesi ve onları öyle bir düzeyde etkilemesiyle tanımlanır ki bu süreç hem liderleri hem de takipçileri daha yüksek bir motivasyon ve moral seviyesine taşır ve onları mevcut durumlarının ötesine geçmeye teşvik eder. James MacGregor Burns tarafından geliştirilen bu liderlik modeli, Bernard M. Bass tarafından daha da genişletilmiş ve dört temel unsura ayrılmıştır. Bu makale, dönüşümsel liderliğin temel unsurlarını derinlemesine incelemekte ve ilgili akademik kaynaklarla desteklemektedir.

Dönüşümsel liderler, açık ve çekici bir vizyon ortaya koyarak takipçilerini bu vizyona inanmaya ve benimsemeye teşvik eder. Bu liderler, takipçilerine yüksek standartlar ve bu standartların gerçekleştirileceğine dair güçlü bir inanç sunar. Shamir vd. (1993) tarafından yapılan "The motivational effects of charismatic leadership: A self-concept based theory" başlıklı çalışma, ilham verici motivasyonun takipçilerin öz-kavramlarını nasıl güçlendirdiğini ve onları daha yüksek performans hedeflerine yönlendirdiğini ortaya koymaktadır.

Dönüşümsel liderler, takipçilerini mevcut inançlarını ve yaklaşımlarını sorgulamaya, alternatif çözümler üretmeye ve yaratıcılıklarını kullanmaya teşvik eder. Bu süreç, bireylerin problem çözme yeteneklerini geliştirir. Bass'ın (1985) "Leadership and performance beyond expectations" adlı eseri, liderlerin takipçileri fikirsel olarak nasıl uyarması gerektiğini ve bunun takipçilerin yenilikçi düşünme kapasitelerini nasıl artırdığını detaylandırır.

Bu unsurlar Dönüşümsel liderler, takipçilerinin bireysel ihtiyaç ve beklentilerini dikkate alır. Liderler, mentorluk ve koçluk yoluyla takipçilerinin kişisel ve profesyonel gelişimine katkıda bulunur. Avolio vd. (2009) tarafından yapılan "Leadership: Current theories, research, and future directions" çalışması, bireysel dikkatin, liderlerin takipçilerinin gelişimine nasıl odaklanması gerektiğini vurgular.

Dönüşümsel liderler, güçlü bir karizmaya sahiptir ve bu karizma sayesinde takipçilerinden güven ve saygı görürler. Liderler, bütünlük ve güvenilirlik sergileyerek takipçilerinin güvenini kazanır ve onları kendi idealleri doğrultusunda harekete geçirir. Conger ve Kanungo (1987) tarafından yapılan "Behavioral dimensions of charismatic leadership" çalışması, karizmatik liderliğin unsurlarını ve takipçiler üzerindeki etkilerini detaylı bir şekilde incelemektedir.

Bu unsurlar, dönüşümsel liderliğin etkili bir şekilde uygulanmasını sağlar ve liderlerin takipçilerini değişime motive etmesine, onları daha yüksek bir performans ve kişisel tatmin seviyesine taşımasına olanak tanır. Dönüşümsel liderlik, işletmeler, eğitim kurumları ve diğer organizasyonlar tarafından yaygın olarak benimsenen bir liderlik stilidir ve bu modelin pozitif etkileri geniş çapta akademik çalışmalar ile desteklenmiştir.

Tablo 2.4: Dönüşümsel Liderlik Tanımları

Yazar(lar)	Dönüşümsel Liderlik Tanımları
Burns (1978)	Dönüşümsel liderlik, liderlerin takipçilerini motive ederek, onların ihtiyaçlarına cevap vererek ve bireysel gelişimlerini destekleyerek, takipçilerini liderlere dönüştürdüğü bir liderlik yaklaşımıdır.
Bass (1985)	Dönüşümsel liderlik, liderlerin takipçilerinin değer ve ihtiyaçlarına odaklanarak, onların performanslarını artırmak ve liderlik potansiyellerini geliştirmek amacıyla takipçilerini motive ettiği ve ilham verdiği bir süreçtir.
Gardner vd. (2020)	Dönüşümsel liderlik, liderlerin bireysel takipçilerin ihtiyaçlarına yanıt vererek, onları motive eden ve ilham veren bir liderlik tarzıdır. Bu, takipçilerin kişisel gelişimlerine katkıda bulunur ve organizasyonel değişimi teşvik eder.
Wu ve Lee (2016)	Dönüşümsel liderlik, bilgi paylaşımını ve takım dinamiklerini destekleyerek, liderlerin takipçilerini motive ettiği ve örgütsel hedeflere ulaşmak için işbirliğini artırdığı bir liderlik biçimidir.
Lord vd. (2017)	Dönüşümsel liderlik, liderlerin takipçilerini etkileyerek ve onlara ilham vererek, onların potansiyellerini gerçekleştirmelerine yardımcı olduğu bir liderlik tarzıdır. Bu, takım dinamiklerini ve iş performansını olumlu yönde etkiler.
Banks vd. (2022)	Dönüşümsel liderlik, lider ile takipçi arasındaki etkileşim sürecine dayanan ve takipçilerin ortak hedeflere ulaşmaları için motive edildiği bir liderlik modeli olarak tanımlanır
Caughlin vd. (2023)	Dönüşümsel liderlik, liderlerin çalışanların benzersiz yeteneklerini dikkate alarak, onların profesyonel gelişimlerini desteklediği ve kişiselleştirilmiş düzenlemeler yaptığı bir liderlik tarzıdır. Bu, çalışan memnuniyetini ve performansını artırır.

Tablo 2.4. Devam: Dönüşümsel Liderlik Tanımları

Hemshorn de Sanchez vd. (2022)	Dönüşümsel liderlik, liderlerin takipçilerinin bireysel ihtiyaçlarını karşılayarak ve onları motive ederek, takipçilerin ortak hedeflere ulaşmalarına yardımcı olduğu bir liderlik modeli olarak tanımlanır.
Wang ve Noe (2010)	Dönüşümsel liderlik, bilgi paylaşımını teşvik eden ve takım dinamiklerini destekleyen bir liderlik yaklaşımıdır. Bu, örgütsel performansı ve çalışan memnuniyetini artırır.
Al Gabri (2018)	Dönüşümsel liderlik, liderlerin değişimi yönetme kapasitesine sahip olduğu ve çalışanların performansını artırarak örgütsel sonuçlara katkıda bulunduğu bir liderlik yaklaşımıdır.
Yukl (2013)	Dönüşümsel liderlik, liderlerin takipçilerinin motivasyonunu artırarak ve onlara ilham vererek, örgütsel hedeflere ulaşmalarına yardımcı olduğu bir liderlik modelidir.
Allan vd. (2019)	Dönüşümsel liderlik, liderlerin takipçilerinin işlerini anlamlı bulmalarını sağlayarak, onların iş performansını ve memnuniyetini artırdığı bir liderlik yaklaşımıdır.
Gardner vd. (2020)	Dönüşümsel liderlik, liderlerin takipçilerine ilham vererek ve onları motive ederek, takipçilerin potansiyellerini gerçekleştirmelerine yardımcı olduğu bir liderlik tarzıdır.
Steger vd. (2012)	Dönüşümsel liderlik, liderlerin takipçilerinin işlerini anlamlı bulmalarını sağlayarak, onların iş performansını ve memnuniyetini artırdığı bir liderlik yaklaşımıdır.
Klijn vd. (2022)	Dönüşümsel liderlik, liderlerin takipçilerini motive ederek ve onlara ilham vererek, onların potansiyellerini gerçekleştirmelerine yardımcı olduğu, bireysel gelişimlerini desteklediği ve örgütsel değişimi teşvik ettiği bir liderlik modeli olarak tanımlanır.
Al Amiri (2002)	Dönüşümsel liderlik, liderlerin çalışanların performansını artırarak, onların örgütsel hedeflere ulaşmalarına yardımcı olduğu bir liderlik tarzıdır.
Buil vd. (2019)	Dönüşümsel liderlik, liderlerin çalışanların performansını artırmak ve onları liderlik rollerine hazırlamak için onları motive ettiği ve ilham verdiği bir liderlik modelidir.
Richardson vd. (2021)	Dönüşümsel liderlik, liderlerin takipçilerini motive ederek, onların kişisel ve profesyonel gelişimlerini desteklediği ve derin öğrenme uygulamalarını teşvik ettiği bir liderlik yaklaşımıdır.
Hubbard ve Datnow (2020)	Dönüşümsel liderlik, eğitimde derin öğrenme uygulamalarını desteklemek ve sürdürülebilir değişimi sağlamak için liderlerin stratejik ve motive edici rol oynadığı bir liderlik tarzıdır.
Stein (2023)	Dönüşümsel liderlik, organizasyon kültürünü pozitif yönde değiştirerek, çalışanların vizyonunu ve motivasyonunu artıran, liderlerin empatili ve karizmatik özelliklerini öne çıkaran bir liderlik yaklaşımıdır.

2.5. Dönüşümsel Liderlik Boyutları

Dönüşümsel liderlik, örgütlerin modern değişim ve yenilik gereksinimlerini karşılayabilecek bir liderlik tarzı olarak öne çıkmaktadır. Bu tarz liderlikte, liderlerin sadece örgütsel amaçlara ulaşmaları değil, aynı zamanda takipçilerini içsel olarak motive etmeleri, onları kurumsal vizyona bağlılık göstermeleri için teşvik etmeleri beklenir. Dönüşümsel liderlik, liderin çalışanların algılarını ve tutumlarını değiştirme gücüne sahip olması gerektiğini vurgular. Bu liderlik türü, lider ile takipçileri arasında anlamlı bir bağlılık yaratır ve çalışanların kendi performanslarının ötesine geçmelerini destekler (Bass ve Riggio, 2006).

Dört temel boyut olan ilham verici motivasyon, idealize edilmiş etki, entelektüel uyarım ve bireysel ilgi, dönüşümsel liderliğin özünü oluşturur ve lider ile çalışan arasındaki etkileşimi derinleştirir. Her bir boyut, bireylerin kurumsal vizyona ve misyona olan bağlılıklarını artırarak örgütsel performansa katkı sağlayabilir.

İlham verici motivasyon boyutu, liderlerin örgüt vizyonunu çalışanlara etkileyici bir şekilde aktarmalarını ve onları bu vizyona yönelik olarak motive etmelerini kapsar. Bu boyutta liderler, takipçilerine yüksek hedefler belirleyerek ve onları bu hedeflere ulaşmaya teşvik ederek güçlü bir motivasyon kaynağı haline gelebilirler. Liderin ortaya koyduğu misyon ve vizyon, çalışanlar için bir yön belirleyebilir ve onlara bir amaç duygusu kazandırabilir. Araştırmalara göre, ilham verici motivasyon, çalışanların örgütsel bağlılığını artırmakla kalmaz, aynı zamanda onların daha büyük bir topluluk veya amacın parçası olduklarına inanmalarını sağlayarak performanslarını artırabilir (Kark vd., 2003). Örneğin, bir sosyal hizmet kuruluşunda lider, çalışanlarına topluma fayda sağlama amacını etkili bir şekilde aktararak onların motivasyonunu artırabilir. Bu şekilde çalışanlar, işlerine yalnızca bir görev olarak bakmazlar; bunun yerine, daha büyük bir misyona hizmet ettiklerinin farkında olabilirler.

İdealize edilmiş etki, liderin kendine duyulan güveni ve hayranlığı artırarak takipçileri üzerinde kalıcı bir etki bırakabilmesiyle ilgilidir. Liderler, etik değerleri benimseyerek ve bu değerlere bağlı bir şekilde hareket ederek çalışanların gözünde bir güven sembolü haline gelebilirler (Judge ve Piccolo, 2004). Karizmatik liderler, çalışanlarıyla arasındaki bağı güçlendirerek onların lideri bir rol model olarak görmelerini sağlayabilir. Bu durumda lider, yalnızca bir yönlendirici değil, aynı zamanda çalışanların kendilerini geliştirebilecekleri ve örnek alabilecekleri bir figür

haline gelir. Örneğin, sağlık sektöründe bir hastane müdürünün iş yerinde etik değerleri sıkı bir şekilde savunması ve her zaman hasta haklarını öncelikli tutması, çalışanların da bu değerlere uygun davranmalarını teşvik edebilir. Böylece, çalışanlar etik ilkelere bağlılık göstererek kurum kültürünü pekiştirebilir ve hastalara daha iyi hizmet sunabilirler. Bu etki, ayrıca örgütsel güveni artırarak çalışanların birbirleriyle olan ilişkilerini de güçlendirebilir.

Entelektüel uyarım, liderlerin çalışanların düşünme süreçlerini sorgulamaya, yaratıcı düşünmeye ve inovatif çözümler geliştirmeye teşvik etmeleri anlamına gelir. Dönüşümsel liderler, çalışanlarının farklı açılardan düşünmelerini, karmaşık problemleri yaratıcı yollarla çözmelerini ve geleneksel kalıpların dışına çıkmalarını destekleyebilir. Bu boyut, örgütün rekabet gücünü artıracak yenilikçi fikirlerin ortaya çıkmasını teşvik eder (Bass, 1985). Örneğin, teknoloji sektöründe bir mühendislik ekibine liderlik eden bir dönüşümsel lider, çalışanlarını yeni yazılım çözümleri geliştirme veya mevcut teknolojileri daha verimli hale getirme konusunda motive edebilir. Bu tür bir liderlik tarzı, çalışanların zihinsel kapasitelerini genişletmelerine olanak tanıyarak, onların kendilerini daha fazla ifade edebileceği bir ortam yaratabilir. Bu şekilde, çalışanlar kurumsal değişim süreçlerine katkı sağlayarak kurumun yenilikçi yapısının korunmasına destek olabilirler. Entelektüel uyarım, çalışanların kendilerine olan güvenini artırır ve onlara daha bağımsız ve sorumluluk sahibi bireyler olma imkânı sunar (Podsakoff vd., 1990).

Dönüşümsel liderlikte bireysel ilgi, liderin her bir çalışanın bireysel gelişim ihtiyaçlarını tanıması ve onlara bireysel rehberlik sunması anlamına gelir. Lider, çalışanlarının güçlü yönlerini tanıyarak onların gelişimlerine katkıda bulunabilir ve zayıf yönlerini geliştirmeleri için destek verebilir. Bireysel ilgi, çalışanların motivasyonunu artırabilir ve onlara kendilerini değerli hissettirebilir (Avolio, 1999). Bu boyut sayesinde çalışanlar, örgüte daha fazla bağlılık duyar ve kendilerini organizasyonun önemli bir parçası olarak hissederler. Örneğin, bir eğitim kurumunda müdürün her öğretmenin yeteneklerini ve ilgi alanlarını tanıyarak onların mesleki gelişimlerine katkı sağlayacak fırsatlar yaratması, öğretmenlerin motivasyonunu ve iş tatminini artırabilir. Bu durumda, öğretmenler yalnızca kuruma olan bağlılıklarını artırmakla kalmaz; aynı zamanda öğrenciler üzerinde de daha olumlu bir etki yaratabilirler. Bu tür bir liderlik tarzı, bireylerin kendilerini özgürce ifade edebileceği ve geliştirebileceği bir ortam yaratmaya katkıda bulunabilir.

Dönüşümsel liderliğin bu dört boyutu, örgütsel ve bireysel başarı üzerinde derin bir etkiye sahiptir. Bu boyutlar bir arada düşünüldüğünde, liderlerin çalışanların gelişim potansiyelini en üst düzeye çıkarmalarına ve örgütün uzun vadede rekabet avantajı kazanmasına katkı sağlayabilir. Örneğin, yüksek teknoloji firmalarında liderlerin bu dört boyutu entegre ederek bir liderlik modeli geliştirmeleri, hem inovasyonu teşvik edebilir hem de çalışan bağlılığını artırabilir. Dönüşümsel liderlik tarzının benimsenmesi, çalışanların kendilerini örgüte ait hissetmelerini sağlarken, onların kendilerini geliştirme isteklerini de artırır. Çalışanların daha fazla katkı sağlamak için motive oldukları bu tür örgütlerde, aynı zamanda daha yüksek düzeyde iş tatmini ve örgütsel bağlılık gözlenebilir (Northouse, 2022). Sonuç olarak, dönüşümsel liderlik, modern örgütlerin karmaşık ve hızla değişen iş ortamlarında ayakta kalabilmesi için gerekli olan bir liderlik tarzı olarak değerlendirilebilir.

2.6. Firma Performansı

Kurumsal performans kavramı, ortak bir anlaşma gerektirdiği için tanımlanması zor bir kavramdır. O'Donnell ve Duffy (2002), bu kavramı tanımlamaya çalışan 15 farklı yazarın çalışmalarını değerlendirmiş, ancak net bir açıklama yapamamışlardır. Bu tanımlar, ürün, Ar-Ge ve gelişim gibi çeşitli temellere odaklanarak ortaya çıkmıştır (Balcı, 2011). Belirli bir dönemde gerçekleşen faaliyetlerin sonuçları veya çıktıları, bir şirketin hedeflerine, amaçlarına ve yükümlülüklerine ne ölçüde ulaştığını gösterir. Bu bağlamda, şirket performansı, belirlenen hedef ve amaçlara ulaşmak için tüm faaliyetlerin ve operasyonların değerlendirilmesi olarak tanımlanabilir. Hult vd.'nin (2004) stratejik yaklaşımına göre, iş performansı, pazar payı, satış büyümesi ve karlılık gibi örgütsel ve stratejik hedeflere ulaşmak olarak tanımlanır.

Yönetim biliminin çeşitli alanlarında kullanılan yönetim fonksiyonları, finans, yönetim ve kontrol olmak üzere üç alanda ele alınır. Şirket performansı, müşteri memnuniyeti ve yönetim gibi bireysel değerlendirmelere dayanan nesnel standartlara göre ölçülüp yorumlanabilir (Erdil ve Kitapçı, 2007). Rekabetçi bir bakış açısıyla, bir şirketin performansı, hedef başarı ile gerçek başarı arasındaki farkı, iş pozisyonunu, hedeflerine ulaşma derecesini ve potansiyelini belirleyen bir faktör olarak incelenir (Demir ve Okan, 2009).

İş performansı, bir şirketin kaynaklarını nereye tahsis edeceğine karar vermesine yardımcı olurken, aynı zamanda şirketin mevcut koşullar altında güçlü konumunu ne kadar etkili bir şekilde kullanabildiğini de gösterir. Bu nedenle, şirketler yapılarına göre faaliyetlerini belirler ve mevcut ve gelecekteki faaliyetlerini buna göre yönetirler (Balcı, 2011). Performans ölçümü, başarılı iş operasyonlarına ulaşmak için kritik öneme sahiptir. Finansal performans iyileştirmek için uygun bir başarı faktörü gereklidir. Başarıyı belirleyen faktörler arasında şirketin iç performans seviyesi, müşteri hizmetleri, yenilikçilik faaliyetleri ve öğrenme faaliyetleri yer alır. Bu nedenle yöneticiler, çeşitli performans ölçüm yöntemleri kullanırlar.

Performansı belirleyen faktörler, açık, öz ve anlamlı bir şekilde açıklanmalıdır. Bu, organizasyonun hedeflerinin net olmasını, performans göstergelerinin bu hedeflere dayanmasını ve performansın buna göre belirlenmesini sağlar. Bu nedenle, performans metrikleri, organizasyonun "gerçek göstergeleri" olarak kabul edilir (Kabadayı, 2002). Başarılı iş operasyonları için gerekli performansın ölçülmesi stratejik planlama ile mümkündür. İşletmelerde yaygın olarak kullanılan Dengeli Skor Kartı (Balanced Scorecard) ölçüm modeli, yöneticilerin kapsamlı ve hızlı sonuçlar elde etmelerini sağlar ve stratejik planlama sırasında hatalardan kaçınmalarına yardımcı olur. Müşteri performansı da müşteri memnuniyeti ile paralel olarak şirket performansını etkiler. Şirketler, müşteri beklentilerini karşılarken aynı zamanda müşteri sadakatini sürdürmek için mücadele ederler. Müşteri beklentilerini anlamak ve karşılamak, şirketlerin iyi performans göstermesi için gereklidir (Özer, 2016).

İç operasyonları değerlendirirken şirketin iç operasyonları ve verimliliği izlenmelidir. Finansal ve müşteri performansı hedefleri belirlendikten sonra, şirket hedeflerini ve amaçlarını belirler. Bu tahminlere dayalı olarak potansiyel müşterilerin veya mevcut müşterilerin ihtiyaçlarını belirleyerek ve potansiyel sorunlara çözümler üreterek, gelecekteki iç operasyonlar açısından alınacak yön, ürünü veya hizmeti müşteriye teslim ederek belirlenir. (Kaplan, 1996).

3. ARAŞTIRMA MODELİ VE HİPOTEZLER

3.1. Kurumsal Girişimcilik Firma Performansı İlişkisi

Kurumsal girişimcilik ilk olarak 1976 yılında tanıtılmış ve mevcut bir organizasyon içinde girişimcilik faaliyetlerine atıfta bulunmuştur (Öktem vd., 2003). Kurumsal girişimcilik, çalışanlara özgürlük ve kaynak sağlamak, yaratıcılığı teşvik etmek ve girişimcilik faaliyetlerini desteklemek anlamına gelir. Bu süreçte, üst düzey yöneticilerin yaratıcılığı ve yeniliği desteklemesi gerekmektedir. Üst yönetimin desteği olmadan, başarı şansı azalır (Bozgeyik, 2005).

Proaktiflik, şirketlerin gelecekteki fırsatları önceden görerek ve bunlara proaktif olarak tepki vererek rekabet avantajı elde etmelerini sağlar. Bu da firma performansını doğrudan etkiler (Covin ve Slevin, 1989). Risk alma eğilimi, yenilikçi projelere yatırım yapma ve yeni pazarları keşfetme istekliliğini artırır, bu da firma performansını olumlu yönde etkiler (Lumpkin ve Dess, 1996). Farklılaşma stratejisi, firmanın benzersiz ürün ve hizmetler sunarak rekabet avantajı elde etmesini sağlar (Porter, 1985). Örgütsel yenilenme, firmanın dinamik bir yapıya sahip olmasını ve değişen piyasa koşullarına hızlıca uyum sağlamasını kolaylaştırır (Tushman ve O'Reilly, 1996). Agresif rekabetçilik ise firmanın rakiplerine karşı saldırgan bir strateji izleyerek piyasa payını artırmasını sağlar (Zahra ve Covin, 1995).

Yukarıdaki literatür eşliğinde hipotezler aşağıda şekilde belirlenmiştir:

H1: Kurumsal Girişimcilik Firma Performansını olumlu olarak etkiler.

H1a: Proaktiflik, firma performansını anlamlı ve olumlu yönde etkiler.

H1b: Risk alma, firma performansını anlamlı ve olumlu yönde etkiler.

H1c: Farklılaşma, firma performansını anlamlı ve olumlu yönde etkiler.

H1d: Örgütsel yenilenme, firma performansını anlamlı ve olumlu yönde etkiler.

H1e: Agresif rekabetçilik, firma performansını anlamlı ve olumlu yönde etkiler.

3.2. Girişimci Takım Davranışı Firma Performansı İlişkisi

Girişimci takım davranışının firma performansına olan etkisi, çeşitli akademik çalışmalar ve araştırmalarla da desteklenmektedir. Örneğin, Lumpkin ve Dess (1996) girişimci yönelim ve firma performansı arasındaki ilişkiyi inceleyerek, girişimci davranışların firma performansını olumlu yönde etkilediğini göstermiştir. Aynı şekilde, Zahra ve Covin (1995) girişimci faaliyetlerin firma performansı üzerindeki etkilerini araştırarak, girişimci takımların daha yüksek performans sergilediğini tespit etmiştir.

Bununla birlikte, girişimci takım davranışının etkili bir şekilde geliştirilmesi ve desteklenmesi için organizasyon içinde uygun bir kültürün oluşturulması gerekmektedir. Kurumsal girişimcilik kültürü, takım üyelerinin yenilikçi düşüncelerini teşvik eden, risk almalarını destekleyen ve özerkliklerini artıran bir ortam sağlar. Bu tür bir kültür, girişimci takım davranışlarının yaygınlaşmasına ve firma performansının artırılmasına katkıda bulunur. Örneğin, 3M şirketinin "15% Time" politikası, çalışanların zamanlarının %15'ini kendi projelerine ayırmalarına izin vererek yenilikçiliği teşvik eder. Bu politika, Post-it notları gibi başarılı ürünlerin geliştirilmesine olanak tanımiştır.

Girişimci takım davranışı, firmaların rekabetçi ortamda sürdürülebilir bir başarı elde etmeleri için kritik bir faktördür. Bu davranış biçimi, takımların inovatif çözümler geliştirmelerine, proaktif kararlar almalarına ve zorluklarla başa çıkmalarına olanak tanır. Dolayısıyla, organizasyonlar içinde girişimci takım davranışlarının teşvik edilmesi ve desteklenmesi, firma performansının artırılması açısından büyük önem taşımaktır.

Bir firmanın performansı, büyük lde içindeki takımların girişimci ruhuna ve proaktif yaklaşımına bağlıdır. Girişimci takım davranışları, firmanın inovasyon kapasitesini artırarak, yeni ürün ve hizmetlerin geliştirilmesine olanak tanır. Bu bağlamda, çalışma kapsamında geliştirilen hipotez şu şekildedir:

H2: *Girişimci takım davranışı, firma performansını anlamlı ve olumlu yönde etkiler.*

3.3. Dönüşümsel Liderlik Firma Performansı İlişkisi

Dönüşümsel liderliğin firma performansını olumlu yönde etkileyebileceğini destekleyen birçok akademik çalışma bulunmaktadır. Bu liderlik tarzı, çalışanların motivasyonunu artırarak, onların potansiyellerini daha iyi kullanmalarına olanak tanır, bu da dolaylı olarak organizasyonel başarıya katkı sağlayabilir.

Bass ve Avolio (1990), dönüşümsel liderliğin çalışanların tatminini ve bağlılıklarını artırarak organizasyonel performans üzerinde doğrudan olumlu etkiler yaratabileceğini belirtmişlerdir. Onlara göre, dönüşümsel liderler, çalışanlarının duygusal ve entelektüel motivasyonlarını yükselterek, daha yaratıcı ve verimli olmalarını sağlayabilir. Kearney ve Gebert (2020), dönüşümsel liderliğin çalışanların iş tatminini artırmada önemli bir rol oynadığını ve bunun da firma performansına yansıdığını vurgulamaktadır. Çalışanlar, liderlerinden aldıkları ilhamla işlerine daha fazla bağlılık gösterir ve bu bağlılık, organizasyonel hedeflere ulaşılmasında katkı sağlayabilir.

Karau vd. (2022), dönüşümsel liderliğin çalışanların iş performansını artırmada etkili olduğunu keşfetmişlerdir. Araştırmaları, liderlerin vizyonlarını paylaşarak, çalışanlarının hedeflere ulaşmalarında nasıl bir yol gösterici olabileceklerini ortaya koymuştur. Zhao vd. (2021), dönüşümsel liderliğin organizasyonel yenilikçilik üzerindeki olumlu etkilerini incelemiş ve liderlerin çalışanlarını yaratıcı düşünmeye teşvik ederek, firma performansını artırmada önemli bir rol oynadıklarını belirtmişlerdir. Yenilikçi düşünme, şirketlerin pazarda rekabet avantajı elde etmelerini sağlayıp ve sürdürülebilir başarıya katkıda bulunabilirler.

Nadella (2017), Microsoft'ta uyguladığı dönüşümsel liderlik yaklaşımının şirketin performansına nasıl olumlu katkılar sağladığını anlatmaktadır. Liderlerin çalışanlarının yenilikçi düşüncelerini ve stratejik kararlarla şirkete değer katmalarını sağlamaları, organizasyonel performansı doğrudan iyileştirebilir.

Yukarıda verilen literatür ışığında hipotez aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur.

H3: *Dönüşümsel liderlik, firma performansını anlamlı ve olumlu yönde etkiler.*

3.4. Aradeğişken İlişkileri

Girişimci takım davranışı, takım üyelerinin proaktiflik düzeylerini artırarak firma performansına olumlu katkı sağlar. Takım üyelerinin birlikte çalışarak yenilikçi çözümler üretmeleri ve piyasa fırsatlarını değerlendirmeleri, firmanın rekabet gücünü artırır. Bu nedenle, girişimci takım davranışı, proaktiflik ve firma performansı arasındaki ilişkiyi olumlu yönde etkileyen bir aracılık değişkenidir (Kuratko vd., 2005). Benzer şekilde, girişimci takım davranışı, risk alma eğilimlerini destekler ve bu da firma performansını olumlu yönde etkiler. Takım içindeki güven ve işbirliği, riskli projelere yatırım yapma ve yenilikçi fikirleri hayata geçirme sürecini kolaylaştırır (Miller, 1983). Farklılaşma stratejilerinin başarılı bir şekilde uygulanmasını sağlar. Takım üyeleri, benzersiz ve yenilikçi ürün veya hizmetler geliştirme konusunda işbirliği yaparak firmanın rekabet avantajını artırır (Porter, 1985). Örgütsel yenilenme süreçlerini destekler ve firma performansını artırır. Takım üyelerinin yenilikçi fikirler üretme ve uygulama konusundaki işbirliği, örgütsel yenilenmeyi teşvik eder (Tushman ve O'Reilly, 1996). Agresif rekabetçilik düzeylerini artırarak firma performansına olumlu katkı sağlar.

Takım içindeki rekabetçi ruh ve inovasyon odaklı işbirliği, firmanın piyasa rekabetinde öne çıkmasına yardımcı olur (Zahra ve Covin, 1995). Organizasyonlar içinde oluşturulan takımların artan girişimci davranışları ve yaklaşımları, firmanın performansını olumlu yönde etkilemesi beklenmektedir. Bu olumlu etki, kurumsal girişimcilik ile firma performansı arasındaki ilişkiyi de etkiler. Bu nedenle, girişimci takım davranışının, kurumsal girişimcilik ile firma performansı arasındaki ilişkiyi aracılık edeceği varsayılmaktadır. Bu bağlamda, girişimci takım davranışının aracılık rolü aşağıdaki hipotezlerle ifade edilebilir:

H4a: *Girişimci takım davranışı, proaktiflik ve firma performansı arasındaki ilişkiyi aracı olarak etkilemektedir.*

H4b: *Girişimci takım davranışı, risk alma ve firma performansı arasındaki ilişkiyi aracı olarak etkilemektedir.*

H4c: *Girişimci takım davranışı, farklılaşma ve firma performansı arasındaki ilişkiyi aracı olarak etkilemektedir.*

H4d: Girişimci takım davranışı, örgütsel yenilenme ve firma performansı arasındaki ilişkiyi aracı olarak etkilemektedir.

H4e: Girişimci takım davranışı, agresif rekabetçilik ve firma performansı arasındaki ilişkiyi aracı olarak etkilemektedir.

Dönüşümsel liderlik, çalışanların proaktif davranışlarını teşvik eder ve firma performansını artırır. Liderlerin vizyoner ve motive edici yaklaşımları, çalışanların yenilikçi çözümler üretme ve uygulama konusundaki istekliliğini artırır. Bu bağlamda, dönüşümsel liderlik, proaktiflik ve firma performansı arasındaki ilişkiyi olumlu yönde etkiler (Bass, 1985). Benzer şekilde, dönüşümsel liderlik, çalışanların risk alma eğilimlerini destekler ve firma performansını olumlu yönde etkiler. Liderlerin güven verici ve destekleyici yaklaşımları, çalışanların yenilikçi projelere yatırım yapma konusunda cesaretini artırır (Miller, 1983).

Farklılaşma stratejilerinin başarılı bir şekilde uygulanmasını sağlar. Liderlerin vizyoner yaklaşımları ve yenilikçi düşünciyi teşvik etmeleri, firmanın benzersiz ürün ve hizmetler geliştirme kapasitesini artırır (Porter, 1985). Örgütsel yenilenme süreçlerini destekler ve firma performansını artırır. Liderlerin yenilikçi fikirleri teşvik etmesi ve değişime açık bir kültür oluşturma, örgütsel yenilenmeyi kolaylaştırır (Tushman ve O'Reilly, 1996). Agresif rekabetçilik düzeylerini artırarak firma performansına olumlu katkı sağlar. Liderlerin motive edici ve rekabetçi ruhu teşvik edici yaklaşımları, çalışanların piyasa rekabetinde daha etkili olmalarını sağlar (Zahra ve Covin, 1995). Dönüşümsel liderliğin tamamlayıcı ve gelişimsel bir etkisi olduğu görülmektedir. Sonuç olarak, dönüşümsel liderliğin kurumsal girişimcilik ile firma performansı arasındaki ilişkiyi aracılık ettiği düşünülmektedir. Bu bağlamda, dönüşümsel liderliğin aracılık rolü aşağıdaki hipotezlerle ifade edilebilir:

H5a: Dönüşümsel liderlik, proaktiflik ve firma performansı arasındaki ilişkiyi aracı olarak etkilemektedir.

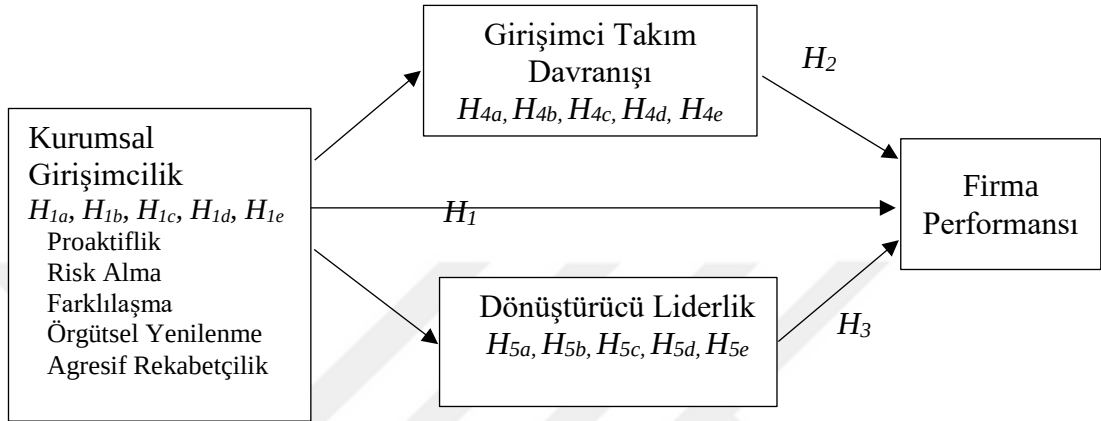
H5b: Dönüşümsel liderlik, risk alma ve firma performansı arasındaki ilişkiyi aracı olarak etkilemektedir.

H5c: Dönüşümsel liderlik, farklılaşma ve firma performansı arasındaki ilişkiyi aracı olarak etkilemektedir.

H5d: Dönüşümsel liderlik, örgütsel yenilenme ve firma performansı arasındaki ilişkiyi aracı olarak etkilemektedir.

H5e: Dönüşümsel liderlik, agresif rekabetçilik ve firma performansı arasındaki ilişkiyi aracı olarak etkilemektedir.

Kurumsal girişimcilik ile firma performansı arasındaki ilişkileri girişimci takım davranışı ve dönüşümsel liderlik açısından belirlemek için tasarlanan araştırma modeli aşağıdaki şekilde oluşturulmuştur (Şekil 3.1).



Şekil 3.1: Araştırma Modeli

H1: Kurumsal Girişimcilik Firma Performansını olumlu olarak etkiler.

H1a: Proaktiflik, firma performansını anlamlı ve olumlu yönde etkiler.

H1b: Risk alma, firma performansını anlamlı ve olumlu yönde etkiler.

H1c: Farklılaşma, firma performansını anlamlı ve olumlu yönde etkiler.

H1d: Örgütsel yenilenme, firma performansını anlamlı ve olumlu yönde etkiler.

H1e: Agresif rekabetçilik, firma performansını anlamlı ve olumlu yönde etkiler.

H2: Girişimci Takım Davranışı Firma Performansını olumlu olarak etkiler.

H3: Dönüşümsel Liderlik Firma Performansını olumlu olarak etkiler.

Aracılık Etkileri;

H4a: Girişimci takım davranışı, proaktiflik ve firma performansı arasındaki ilişkiyi aracı olarak etkilemektedir.

H4b: Girişimci takım davranışı, risk alma ve firma performansı arasındaki ilişkiyi aracı olarak etkilemektedir.

H4c: Girişimci takım davranışı, farklılaşma ve firma performansı arasındaki ilişkiyi aracı olarak etkilemektedir.

H4d: Girişimci takım davranışı, örgütsel yenilenme ve firma performansı arasındaki ilişkiyi aracı olarak etkilemektedir.

H4e: Girişimci takım davranışı, agresif rekabetçilik ve firma performansı arasındaki ilişkiyi aracı olarak etkilemektedir.

H5a: Dönüşümsel liderlik, proaktiflik ve firma performansı arasındaki ilişkiyi aracı olarak etkilemektedir.

H5b: Dönüşümsel liderlik, risk alma ve firma performansı arasındaki ilişkiyi aracı olarak etkilemektedir.

H5c: Dönüşümsel liderlik, farklılaşma ve firma performansı arasındaki ilişkiyi aracı olarak etkilemektedir.

H5d: Dönüşümsel liderlik, örgütsel yenilenme ve firma performansı arasındaki ilişkiyi aracı olarak etkilemektedir.

H5e: Dönüşümsel liderlik, agresif rekabetçilik ve firma performansı arasındaki ilişkiyi aracı olarak etkilemektedir.

4. METODOLOJİ

4.1. Katılımcılar ve Prosedür

Araştırma verileri, Türkiye'deki organize bir sanayi bölgesindeki şirketlerden toplanmıştır. Bu kesitsel çalışmaya, çeşitli kurum ve sektörlerde çalışan beyaz yakalı çalışanlar dahil edilmiştir. Katılımcı grubunun heterojenliğini artırmak amacıyla organize sanayi bölgesindeki tüm firmalar popülasyon olarak seçilmiştir. Çalışmanın amacını açıklayan bir kapak mektubu içeren bir anket hazırlanmıştır. Katılımcılara, katılımlarının gönüllülük esasına dayandığı bilgisi verilmiştir. Yüz yüze görüşmeler yoluyla 400 geçerli form toplandı. Öz bildirime dayalı verilerin ortak yöntem yanlılığı üretme eğiliminde olduğunu göz önünde bulundurularak (Podsakoff ve diğerleri, 2012), katılımcı gizliliği ve anonimlik sağlama, madde belirsizliğini azaltma ve madde dizilerini rastgeleleştirme gibi prosedürel önlemler uygulanmıştır.

400 anket katılımcısının %58.1'i erkekti, %31.3'ü 31-35 yaş grubunda, %7.8'i üst yönetimde, %7.3'ü finans, %5.3'ü muhasebe, %13.1'i pazarlama, %5'i satın alma, %7'si lojistik, %9.3'ü üretim, %8.8'i operasyon ve %36.4'ü diğer departmanlarda çalışmaktaydı. Ayrıca, katılımcıların %3'ü genel müdür, %29.2'si yönetici, %8.5'i direktör ve %59.3'ü diğer pozisyonlarda bulunmaktadır (Tablo 4.5).

Tablo 4.5: Demografik Özellikler

Cinsiyet	%	Gelir	%
Erkek	58,1	6000-	2,3
Kadın	41,9	60001-8000	,3
Yaş	%	8001-10000	27,1
18-24	2,8	10001-12000	38,2
25-30	16,0	12001+	32,2
31-35	31,3	Departman	%
36-41	33,8	Üst Yönetim	7,8
41+	16,3	Finans	7,3
Medeni Durum	%	Muhasebe	5,3
Evli	57,0	Pazarlama	13,1
Bekar	43,0	Satın Alma	5,0
Eğitim	%	Lojistik	7,0
Lise	1,3	Üretim	9,3
Ön Lisans	7,3	Operasyon	8,8
Lisans	65,0	Diğer	36,4
Yüksek Lisans/Doktora	26,4	Pozisyon	%
		Genel Müdür	3,0
		Yönetici	29,2
		Direktör	8,5
		Diğer	59,3

4.2. Ölçekler

Araştırma değişkenlerini ölçmek için ilgili literatürde yer alan çok maddeli ölçekler kullanılmıştır. İç girişimcilik, girişimci takım davranışı, dönüşümsel liderlik ve firma performansı, 1 (kesinlikle katılmıyorum) ile 5 (kesinlikle katılıyorum) arasında değişen 5'li Likert ölçeği kullanılarak ölçülmüştür. Orijinal İngilizce ölçekler Türkçeye çevrilmiş ve ardından ölçeklerin eşdeğerliğini sağlamak için tekrar İngilizceye çevrilmiştir (Brislin, 1970). Anket taslağı, örgütsel alanda uzman üç akademisyen tarafından değerlendirildikten sonra, 32 yüksek lisans öğrencisi ile bir ön test yapılmıştır. Ön test katılımcılarından alınan geri bildirimlere dayanarak anket maddeleri revize edilmiştir. (Çalışmada kullanılan ölçek maddelerinin tam listesi için Ek A'ya bakınız):

İç girişimcilik, İçerli vd. (2011) tarafından geliştirilen iç girişimcilik anketi kullanılarak ölçülmüştür. Girişimci Takım Davranışı, Zampetakis ve diğerlerinin (2009) çalışmasında kullanılan ölçekten uyarlanmıştır. Dönüşümsel Liderlik, Dai ve diğerlerinin (2013) çalışmasından uyarlanan liderlik anketi kullanılarak ölçülmüştür.

Firma Performansı, Wang ve Wang'ın (2012) çalışmasından uyarlanan firma performansı anketi kullanılarak ölçülmüştür.

Çalışmada, yanıtlamama önyargısının (non-response bias) sorun yaratmamasından emin olmak amacıyla örneklem dalga analizine tabi tutulmuştur (Lewis vd., 2013), (Halbesleben ve Whitman, 2013). İlk toplanan 50 ve son toplanan 50 gözlemde elde edilen veriler t-testi ile test edilmiştir. Elde edilen sonuçlara istinaden, belirtilen gruplar arasında anlamlı bir farklılık görülmemiş, dolayısıyla örnekleme yanıtlamama önyargısı sorunu bulunmadığı değerlendirilmiştir.

Ortak yöntem sapması, bir araştırmada birden fazla değişkenin ölçüldüğü durumlarda, aynı kaynağın kullanılması nedeniyle ortaya çıkabilen bir tür yanıltıcı etkidir (Avolio, vd., 1991). Bu çalışmada, tüm değişkenlerin ölçümlerinde aynı kaynağın kullanıldığı göz önüne alındığında, olası ortak yöntem sapmasının varlığının test edilmesi gerektiği değerlendirilmiştir. Bu amaçla, Harman'ın tek faktör testi (Harman, 1976) uygulanmıştır. Eğer ortak yöntem sapması mevcutsa, bu yönteme göre döndürülmemiş faktör analizinden baskın olarak tek bir faktörün çıkması beklenir (Podsakoff ve Organ, 1986). Ancak döndürülmemiş faktör analizi sonucunda, birinci faktörün toplam varyansın %18,18'ini açıkladığı tespit edilmiştir. Bu durumda, açıklanan varyansın (%66,67) %50'sinin altında olması nedeniyle bu çalışmada ortak yöntem sapması sorununun bulunmadığı sonucuna varılmıştır (Podsakoff vd., 2003)

4.3. Analiz ve sonuçlar

Elde edilen veriler SPSS programıyla analiz edilmiştir. Sırasıyla frekans analizi, yapı geçerliği ve güvenilirlik için faktör ve alfa güvenilirlik analizleri, korelasyon analizi ve hipotezlerin test edilmesi için regresyon analizi yapılmıştır.

4.3.1. Yapı geçerliliği ve güvenilirlik

Yapı geçerliliği, keşifsel faktör analizi kullanılarak değerlendirildi. Ölçeklerin faktör analizine uygunluğunu belirlemek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi yapıldı. KMO değerinin (KMO Örneklem Yeterliliği Ölçüsü 0,953) bire yakın ve anlamlı olması ($P < 0,05$) örneklem büyüklüğünün faktör analizi için yeterli olduğunu göstermektedir. Diğer taraftan Bartlett'in Küresellik Testi anlamlıdır ($P < 0,05$). Bu sonuç faktör analizi yapabilmek için sorular arasında yeterli düzeyde korelasyon

olduğunu göstermektedir (Field, 2000). Keşifsel faktör analizinde, kullanılan dört ölçek için maddeler sekiz boyut altında gruplanmıştır. İç girişimcilik ölçeği, proaktiflik, risk alma, farklılaşma, örgütsel yenilenme ve agresif rekabetçilik boyutlarından oluşmaktadır. Dört ölçekte açıklanan toplam varyans %66.67'dir (Tablo 6). Değişkenlere ilişkin korelasyon ve betimleyici istatistikler Tablo 7'de verilmiştir. Değişkenler arasındaki korelasyon anlamlıdır ($P < 0,05$). En düşük korelasyon değeri 0.129 ile firma performansı ile farklılaşma arasında görülüyor iken en yüksek korelasyon değeri 0,704 ile dönüştürücü liderlikle firma performansı arasında görülmektedir. Farklılaşma değişkeni dışında kalan değişkenlerin Cronbach alfa güvenilirlik değerleri 0.65 eşik değerinin üzerindedir (Nunnally ve Bernstein, 1994). Anket sorularının güvenilir olduğu söylenebilir.

Tablo 4.1: Faktör Analizi

	Faktörler							
	1	2	3	4	5	6	7	8
İşimde geçmiş performansımdan daha iyi olabilmek için daha çok çaba harcamaya çalışırım.	,663							
İstediğim şeyi elde ettiğim zaman bunun sebebini genellikle kendi yeteneklerim olduğu düşünürüm.	,613							
Geleceği görerek ona dönük hazırlıklar yapabilirim	,440							
Ürünlerin farklılaşması çok fazladır.		,473						
Firma yeniliklerin önünde olmaya çalışır		,593						
Test edilmemiş yöntemleri kullanmak aşırıdır.			,688					
Şirket, iş ilişkisi içinde olması gereken sektörleri sıklıkla yeniden tanımlamaktadır.			,716					
Şirket genellikle departmanlarını düzenler.			,745					
Başarıyı sağlayacak uygun yöntem ve tekniklerin arayışı içerisindeyimdir.				,669				
Elimdeki kaynakları bir araya getirerek verimliliğe dönüştürebilirim.				,776				
İşimi severek ve azimle yaparım.				,780				

Tablo 4.2. Devam: Faktör Analizi

İşimi gerçekleştirirken, herhangi bir ekip ya da kişiyle çalışabilirim.				,782				
İş konusunda gelecekle ilgili etkili kararlar alabilirim.				,729				
İşlerimde kendi kararlarım etkilidir.					,573			
Kendi işimi kurabilirim.					,798			
İşten zorunlu olarak ayrılısam işle ilgili kendime seçenekler oluşturabilirim.					,656			
Bu ürünü / hizmeti pazara sunan ilk firma biziz.						,575		
Her zaman işimizle ilgili yeni fırsatlar arıyoruz						,602		
Ekibimiz sık sık son trendleri takip eder.						,653		
Pazar payını arttırmak için karımızı feda etmeye hazırız.						,661		
Kapsamlı iş planı oluşturmak için zaman ayırırız ve ardından bunun sıkı bir şekilde yönetilmesini sağlarız.						,627		
İş modelimizi piyasada sıklıkla test ediyor ve piyasa geri bildirimlerine göre ayarlıyoruz.						,644		
Yöneticim durumumu anlayabilir ve bana cesaret verir ve yardım eder.							,741	
Yöneticim zorluklara göğüs germem için beni cesaretlendirir							,788	
Yöneticinin işteki her zorluğun üstesinden gelebileceğine inanıyorum.							,786	
Yönetici, şirket vizyonunu gerçekleştirmeye yönelik çaba sarf etmem için beni cesaretlendirir.							,826	
Yönetici, problemler hakkında yeni bir bakış açısıyla düşünmem için beni cesaretlendirir.							,818	
Yönetici, geçmişte hiç şüphe duymadığım fikirleri yeniden düşünmem için beni cesaretlendirir.							,783	

Tablo 4.2. Devam: Faktör Analizi

İşimi yöneticinin liderliğinde tamamlayabileceğime inanıyorum.							,775	
Yöneticim ihtiyaçlarımı anlamak için zaman harcar.							,758	
Kuruluşumuzun müşteri memnuniyeti, kilit rakiplere kıyasla daha iyidir.							,736	
Kuruluşumuzun kalite gelişimi, kilit rakiplere kıyasla daha iyidir.							,750	
Kuruluşumuzun maliyet yönetimi, kilit rakiplere kıyasla daha iyidir.							,697	
Kuruluşumuzun müşterilerimize geri dönüş hızı, önemli rakiplere kıyasla daha iyidir.							,756	
Kuruluşumuzun üretkenliği, kilit rakiplere kıyasla daha iyidir.							,740	
Kuruluşumuzun varlık yönetimi, kilit rakiplere kıyasla daha iyidir.							,707	

Açıklanan Toplam Varyans: %66.67

1. Proaktiflik, 2. Farklılaşma, 3. Örgütsel Yenilenme, 4. Agresif Rekabetçilik, 5. Risk Alma, 6. Girişimci Takım Davranışı, 7. Dönüşümsel Liderlik, 8. Firma Performansı

Tablo 4.3: Korelasyon Analizi ve Tanımlayıcı İstatistikler

		Ortalama	S.D.	CrA	1	2	3	4	5	6	7
1	Proaktiflik	3.95	0.70	0.69							
2	Risk Alma	3.84	0.72	0.69	0.598						
					**						
3	Farklılaşma	3.83	0.77	0.58	0.510	0.452*					
					**	*					
4	Örgütsel Yenilenme	3.66	0.81	0.74	0.465	0.426*	0.567*				
					**	*	*				
5	Agresif Rekabetçilik	4.09	0.70	0.86	0.622	0.546*	0.501*	0.411*			
					**	*	*	*			
6	Girişimci Takım Davranışı	3.70	0.78	0.86	0.382	0.263*	0.364*	0.376*	0.390*		
					**	*	*	*	*		
7	Dönüşümsel Liderlik	3.78	0.90	0.95	0.263	0.157*	0.336*	0.292*	0.262*	0.667*	
					**	*	*	*	*	*	
8	Firma Performansı	3.80	0.84	0.92	0.258	0.129*	0.286*	0.265*	0.246*	0.654*	0.704*
					**	*	*	*	*	*	*
9	Kurumsal Girişimcilik	3.87	0.57	0.96	-	-	-	-	-	0.456*	0.338*
										*	*

** $P < 0.05$

4.3.2. Hipotez Testi

Hipotezleri test etmek için regresyon analizi yapıldı. Tablo 4, kurumsal girişimcilik, girişimci takım davranışı ve dönüşümsel liderliğin toplam puanlarının firma performansı üzerindeki etkisini incelemektedir. Regresyon analizi sonuçlarına göre, kurumsal girişimcilik firma performansını olumlu yönde etkilememektedir. Buna karşılık, girişimci takım davranışı ($\beta=0.338$, $P<0.05$) ve dönüşümsel liderlik ($\beta=0.482$, $P<0.05$) firma performansını olumlu yönde etkilemektedir. Sonuçlara göre, H2 ve H3 hipotezlerimiz desteklenirken, H1 hipotezimiz desteklenmemektedir.

Tablo 4.4: Birinci Aşama Regresyon Analizi Sonuçları

Model	Firma Performansı		
	Beta	t	Sig.
Kurumsal Girişimcilik	-0.011	-0.306	0.760
Girişimci Takım Davranışı	0.338	7.119	0.000**
Dönüşümsel Liderlik	0.482	10.749	0.000**
R^2	0.557		
F	166.753		
$Sig.$	0.000		

** $P<0.05$

İkinci aşama doğrusal regresyon analizine göre, kurumsal girişimcilik ölçeğinin boyutları olan proaktiflik ($\beta=0.133$, $P<0.05$), farklılaşma ($\beta=0.150$, $P<0.05$), örgütsel yenilenme ($\beta=0.131$, $P<0.05$) ve agresif rekabetçilik ($\beta=0.106$, $P<0.05$) firma performansını olumlu yönde etkilerken, risk alma firma performansını olumsuz yönde etkilemektedir ($\beta=-0.132$, $P<0.05$). Tablo 9, ikinci aşama alt grup regresyon analizlerinin bulgularını göstermektedir. Elde edilen sonuçlara dayanarak, H1a, H1b, H1c, H1d ve H1e hipotezlerimiz desteklenmektedir.

Tablo 4.5: Kurumsal Girişimcilik Boyutlarının Regresyon Analizi

Model	Firma Performansı		
	Beta	t	Sig.
Proaktiflik	0.133	1.963	0.025**
Risk Alma	-0.132	-2.112	0.017**
Farklılaşma	0.150	2.399	0.008**
Örgütsel Yenilenme	0.131	2.196	0.014**
Agresif Rekabetçilik	0.106	1.647	0.048**
R^2	0.121		
F	10.933		
$Sig.$	0.000		

** $P < 0.05$

Tablo 4.9, girişimci takım davranışı alt gruplarının kurumsal girişimcilik boyutları ile firma performansı arasındaki ilişkideki aracılık etkisini göstermektedir. Tablo 4.10, dönüşümsel liderliğin kurumsal girişimcilik boyutları ile firma performansı arasındaki ilişkideki aracılık etkisini göstermektedir. Aracılık analizinde, Baron ve Kenny (1986) tarafından belirtilen prosedür takip edilmiştir. İlk olarak, aracı değişken ile bağımlı değişken arasındaki ilişki incelenmiştir. Her bir aracı değişken ile bağımlı değişken (Firma Performansı) arasındaki ilişkiler Tablo 4.7'de sunulmuştur. Daha sonra, bağımsız değişkenler (girişimci takım davranışı ve dönüşümsel liderlik) ile bağımlı değişken (Firma Performansı) arasındaki ilişkiler aracı değişken dahil edilerek modellenmiştir, bu ilişkiler Tablo 4.10 ve 4.11'de gösterilmiştir. Son olarak, aracı değişkenin bağımsız değişkenler ile bağımlı değişken arasındaki ilişkiyi anlamsız hale getirip getirmediği kontrol edilmiştir.

Tablo 4.10'da kurumsal girişimcilik boyutları ile firma performansı arasındaki ilişkide girişimci takım davranışının aracı değişken olarak etkisi incelemektedir.

Tablo 4.6: Girişimci Takım Davranışının Kurumsal Girişimcilik Boyutları ile Firma Performansı Arasındaki İlişkideki Aracılık Etkisi

	Firm Performance		
	Beta	t	Sig.
Proaktiflik	0.009	0.227	0.821
Girişimci Takım Davranışı	0.651	15.892	0.000**
R^2	0.428		
F	149.455		
$Sig.$	0.000		
Risk Alma	-0.046	-1.172	0.242
Girişimci Takım Davranışı	0.666	17.015	0.000**
R^2	0.430		
F	150.611		
$Sig.$	0.000		
Farklılaşma	0.055	1.355	0.176
Girişimci Takım Davranışı	0.634	15.643	0.000**
R^2	0.431		
F	151.016		
$Sig.$	0.000		
Örgütsel Yenilenme	0.023	0.563	0.574
Girişimci Takım Davranışı	0.646	15.816	0.000**
R^2	0.429		
F	149.687		
$Sig.$	0.000		
Agresif Rekabetçilik	-0.011	-0.262	0.793
Girişimci Takım Davranışı	0.659	16.023	0.000**
R^2	0.428		
F	149.470		
$Sig.$	0.000		

** $P < 0.05$

Regresyon analizi, girişimci takım davranışının kurumsal girişimcilik boyutları ile firma performansı arasındaki ilişkiye aracılık ettiğini göstermektedir. Aracı değişken (girişimci takım davranışı) ile ilgili bağımsız değişkenlerin (kurumsal girişimcilik boyutları ve firma performansı) yer aldığı regresyon modelleri anlamlıdır ($P < 0,05$). Modellerde kurumsal girişimcilik boyutları anlamlı değildir ($P > 0,01$). Buna karşın aracı değişken olan girişimci takım davranışı değişkeni tüm modellerde anlamlıdır ($P < 0,05$). Bulgular, girişimci takım davranışının kurumsal girişimcilik boyutları ile firma performansı arasındaki ilişkiye tam olarak anlamlı bir şekilde aracılık ettiğini göstermektedir ($P < 0.05$). Sonuçlara dayanarak, H4a, H4b, H4c, H4d ve H4e hipotezlerimiz desteklenmektedir.

Tablo 4.11’de kurumsal girişimcilik boyutları ile firma performansı arasındaki ilişkide dönüşümsel liderliğin aracı değişken olarak etkisi incelemektedir.

Tablo 4.7: Kurumsal Girişimcilik Boyutları ile Firma Performansı Arasındaki İlişkide Dönüşümsel Liderliğin Aracı Etkisi

	Firm Performance		
	Beta	t	Sig.
Proaktiflik	0.078	2.138	0.033
Dönüşümcü Liderlik	0.683	18.644	0.000**
R^2	0.50		
F	200.348		
$Sig.$	0.000		
Risk Alma	0.019	0.539	0.590
Dönüşümcü Liderlik	0.701	19.467	0.000**
R^2	.496		
F	196.109		
$Sig.$	0.000		
Farklılaşma	0.056	1.486	0.138
Dönüşümcü Liderlik	0.685	18.194	0.000**
R^2	.498		
F	198.008		
$Sig.$	0.000		
Organizasyonel Yenilenme	0.066	1.775	0.077
Dönüşümcü Liderlik	0.685	18.486	0.000**
R^2	0.499		
F	198.942		
$Sig.$	0.000		
Agresif Rekabetçilik	0.066	1.806	0.072
Dönüşümcü Liderlik	0.686	18.706	0.000**
R^2	0.499		
F	199.051		
$Sig.$	0.000		

** $P < 0.05$

Regresyon analizi, dönüşümcü liderliğin kurumsal girişimcilik boyutları ile firma performansı arasındaki ilişkiye aracılık ettiğini göstermektedir. Aracı değişken (dönüşümcü liderlik) ile ilgili bağımsız değişkenlerin (kurumsal girişimcilik boyutları ve firma performansı) yer aldığı regresyon modelleri anlamlıdır ($P < 0,05$). Modellerde kurumsal girişimcilik boyutları anlamlı değildir ($P > 0,01$). Buna karşın aracı değişken olan dönüşümcü liderlik değişkeni tüm modellerde anlamlıdır ($P < 0,05$). Bulgular, dönüşümcü liderliğin kurumsal girişimcilik boyutları ile firma performansı arasındaki ilişkiye tam olarak anlamlı bir şekilde aracılık ettiğini göstermektedir ($P < 0.05$). Sonuçlara dayanarak H5a, H5b, H5c, H5d ve H5e hipotezlerimiz desteklenmektedir.

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Bu çalışma, kurumsal girişimcilik, girişimci takım davranışı ve dönüşümcü liderliğin iş performansı üzerindeki etkilerini incelemektedir. Bulgular, işletmelerin iç dinamiklerini anlamaları ve performansı artırmak için stratejik kararlar almaları açısından değerli bir perspektif sunmaktadır. İlk olarak, kurumsal girişimcilik ile firma performansı arasında pozitif bir ilişki kurulmuştur; bu durum, kurumsal girişimciliğin bir şirketin rekabet gücünü ve uzun vadeli sürdürülebilirliğini artırdığını göstermektedir. Ayrıca, girişimci takım davranışının bu ilişkiye aracılık ettiği bulunmuş, bu da organizasyonlar içinde girişimcilik kültürünün teşvik edilmesinin önemini vurgulamaktadır.

Girişimci takım davranışı ve dönüşümcü liderliğin kurumsal girişimcilik boyutları ile firma performansı arasındaki ilişkide aracı rolü çalışmada gözlemlenmiştir. Agresif rekabetçilik, rekabetçi ortamlarda başarı için kritik bir faktör olarak ortaya çıkmış, pazar paylarını artırabileceği, büyümeyi sağlayabileceği ve sürdürülebilir bir rekabet avantajı elde edebileceği öne sürülmüştür. Ayrıca, dönüşümcü liderlik ile kurumsal girişimcilik arasında güçlü bir ilişki belirlenmiştir.

Dönüşümsel liderlik, işletmelerde yenilikçi ve girişimci bir ortam yaratmada çok önemli olabilir. Dönüşümsel liderliğin firma performansı üzerindeki etkisinde girişimci takım davranışının aracı rolü de belirlenmiştir. Girişimci takım davranışı, dönüşümcü liderlik ve kurumsal girişimcilik boyutlarının firma performansı üzerindeki etkileri, literatürdeki birçok çalışmada ele alınan önemli bir konu olmuştur. Elde edilen bulgular, girişimci takım davranışının ve dönüşümcü liderliğin firma performansını pozitif yönde etkilediğini göstermektedir. Girişimci takım davranışı, takım üyelerinin yenilikçi düşünceler geliştirmeleri, fırsatlar yaratmaları ve risk alabilme becerileri gibi özellikleri içerirken, dönüşümcü liderlik ise çalışanları daha yüksek düzeyde motive etme, vizyoner bir liderlik sergileme ve organizasyonel değişimi yönlendirme kapasitesine sahip bir liderlik tarzını ifade etmektedir. Her iki faktör de organizasyonların daha çevik, yenilikçi ve rekabetçi hale gelmesine yardımcı olmaktadır. Öngörülü olma ise firma performansını olumlu yönde etkileyen bir diğer önemli boyut olarak öne çıkmaktadır.

Geleceği tahmin etme ve çevresel değişimlere hızlı adapte olabilme yeteneği, şirketlerin stratejik avantaj elde etmelerine olanak tanımaktadır. Bununla birlikte, risk almanın firma performansı üzerinde negatif bir etkisi olduğu bulgusu, aşırı risk almanın organizasyonlar için zararlı olabileceğini göstermektedir. Risklerin yönetimi ve denetimi, başarılı bir stratejinin temel unsurlarındandır. Farklılaşma ve organizasyonel yenilenme ise firma performansını artıran diğer kritik faktörlerdir. Farklılaşma, şirketlerin pazarda benzersiz bir konum elde etmelerini sağlayarak, müşteri bağlılığını ve marka değerini artırırken, organizasyonel yenilenme ise şirketlerin sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmelerini sağlar. Agresif rekabetçilik ise, rekabetçi piyasalarda firma performansını doğrudan etkileyen bir diğer önemli faktördür; pazar payı kazanma ve büyüme sağlama noktasında şirketlere avantaj sağlamaktadır. Bununla birlikte, aşırı agresif rekabetin sektördeki diğer oyuncularla olumsuz ilişkilere yol açabileceği de göz önünde bulundurulmalıdır. Sonuç olarak, girişimci takım davranışı ve dönüşümcü liderliğin, kurumsal girişimcilik boyutlarını teşvik ederek firma performansını iyileştiren aracı bir rol oynadığı bulunmuştur. Liderlerin ve ekiplerin inovasyonu, risk almayı ve yaratıcı düşünmeyi teşvik etme kapasiteleri, organizasyonel girişimciliği artırmakta ve bu süreçler firma performansını doğrudan etkilemektedir. Bu bulgular, literatürdeki benzer çalışmalarla uyumlu olup, şirketlerin sürdürülebilir başarıya ulaşmaları için bu faktörlerin önemini vurgulamaktadır.

Pratik sonuçlar, araştırmanın işletme uygulamaları için sunduğu değerler ve öneriler içermektedir. Bu sonuçlar, iş yöneticilerine stratejik kararlar almada rehberlik edebilir. Özellikle, kurumsal girişimcilik ve liderlik stillerinin iş performansı üzerindeki etkileri göz önünde bulundurularak, şirketlerin bu alanlarda iyileştirme stratejileri geliştirmeleri ve uygulamalarına yönelik politika ve prosedürler oluşturmaları önerilmektedir. Ayrıca, araştırma sonuçları, şirketlerin çalışanlarına kurumsal girişimcilik ve liderlik konularında eğitim ve gelişim programları düzenlemeleri gerektiğini vurgulamaktadır. Bu programlar, çalışanların yenilikçi düşünme becerilerini, risk alma ve farklılaşma yeteneklerini artırabilir ve dönüşümcü liderlik niteliklerini güçlendirebilir. Bu şekilde, şirketler rekabet avantajı elde edebilir ve sürdürülebilir büyümeyi destekleyebilir.

Bu araştırmanın bulgularını destekleyen birkaç çalışma bulunmaktadır. Örneğin, Ireland vd. (2003) tarafından yapılan bir çalışma, kurumsal girişimciliğin firma

performansını artırmadaki ve rekabet avantajları elde etmedeki önemini vurgulamaktadır. Bir başka çalışma ise Covin ve Slevin (1991) tarafından yapılmış olup, girişimci yönelim ile firma performansı arasındaki pozitif ilişkiyi vurgulayarak öngörülü olma ve yenilikçiliğin kritik rolünü vurgulamaktadır. Ayrıca, Zahra ve Covin (1995), kurumsal girişimciliğin firma büyümesi ve karlılığı üzerindeki etkisini tartışarak farklılaşma ve organizasyonel yenilenme gibi boyutların önemini pekiştirmektedir. Bunun yanı sıra, Rauch vd. (2009) tarafından yapılan bir meta-analiz, girişimci yönelim ile iş performansı arasındaki ilişkiyi incelemekte ve girişimci faaliyetlerin firma başarısı üzerindeki pozitif etkisini doğrulamaktadır. Ayrıca, Kuratko vd. (2014), girişimci zihniyeti ve bunun örgütsel davranış ve performans üzerindeki etkisini inceleyerek, şirketlerde girişimci kültürün önemini desteklemektedir. Yakın tarihli çalışmalardan biri olan Shepherd vd. (2021), dijital dönüşümün girişimci yönelim ve firma performansı üzerindeki etkisini incelemekte ve kurumsal girişimcilikte teknolojik entegrasyonun artan önemini vurgulamaktadır.

Ayrıca, Sussan ve Acs (2017) dijital girişimcilik ekosistemi kavramını araştırarak, dijital platformların ve ekosistemlerin kurumsal girişimciliği nasıl kolaylaştırdığı ve firma performansını nasıl etkilediğini vurgulamaktadır. Bu perspektif, bu çalışmanın bulgularıyla uyumlu olup, dijital dönüşümün kurumsal girişimciliğin bir bileşeni olarak benimsenmesinin önemini vurgulamaktadır.

Bu çalışma, girişimci takım davranışı, dönüşümcü liderlik ve kurumsal girişimcilik kavramlarının firma performansı üzerindeki etkilerini ele alarak önemli bulgular ortaya koymuştur. Ancak, bu bulguların daha kapsamlı bir şekilde test edilmesi ve anlaşılması için gelecekteki araştırmalarda daha derinlemesine incelemelere ihtiyaç duyulmaktadır. Öncelikle, farklı sektörlerdeki işletmelerin kapsamlı şekilde analiz edilmesi gerektiği söylenebilir. Kurumsal girişimcilik, girişimci takım davranışı ve dönüşümcü liderliğin etkilerinin sektöre göre farklılık gösterip göstermediğini anlamak, bu kavramların işletme dinamiklerindeki rolünü daha net bir şekilde ortaya koyabilir. Bununla birlikte, teorik çerçevelerin gerçek dünyada nasıl işlediğini gözlemlemek adına saha çalışmaları ve uygulamalı araştırmalar büyük önem taşımaktadır. Teorilerin gerçek işletme ortamlarında test edilmesi, kuramsal bulguların pratiğe nasıl yansıdığını görmek açısından faydalı olacaktır. Ayrıca, vaka çalışmaları yaparak belirli endüstrilerdeki veya işletmelerdeki uygulamalara dair derinlemesine

veri toplanması, bu ilişkilerin nasıl işlediği konusunda daha somut ve özgün bulgulara ulaşılmasını sağlayabilir.

Diğer bir öneri, kültürel farklılıkların ve iş ortamlarının bu kavramlar üzerindeki etkilerinin incelenmesidir. Kurumsal girişimcilik ve liderlik tarzlarının farklı kültürel bağlamlarda nasıl evrildiğini anlamak, global stratejilerin geliştirilmesinde önemli bir rol oynayabilir. Özellikle, farklı ülkelerdeki organizasyonel yapıların ve iş yapma kültürlerinin, bu kavramların etkinliğini nasıl şekillendirdiği üzerine yapılacak karşılaştırmalı çalışmalar, küresel uygulamalar için değerli bilgiler sağlayacaktır. Bunun yanı sıra, bu araştırmada girişimcilerin kişilik özelliklerinin etkisi dikkate alınmamıştır. Girişimci kişiliği, liderlik ve takım davranışı üzerinde önemli bir etkiye sahip olabilir. Bu nedenle, girişimci kişilik özelliklerinin kurumsal girişimcilik ve liderlik tarzları ile nasıl etkileşimde bulunduğu araştırılması, bu alandaki bilgiyi derinleştirebilir.

Son olarak, dijital dönüşümün kurumsal girişimcilik ve liderlik üzerindeki etkisi daha ayrıntılı şekilde ele alınmalıdır. Teknolojik gelişmeler, özellikle yapay zeka, büyük veri analitiği ve dijital platformların işletme stratejileri üzerindeki etkilerini anlamak, gelecekteki araştırmalar için kritik bir alan olabilir. Sussan ve Acs (2017) gibi yakın tarihli çalışmalar, dijital ekosistemlerin kurumsal girişimciliği nasıl şekillendirdiğine dair önemli veriler sunmaktadır. Bu alandaki daha kapsamlı çalışmalar, dijital dönüşümün firmaların yenilikçi ve rekabetçi stratejilerine nasıl katkı sağladığını anlamamıza olanak verecektir. Bu öneriler, kurumsal girişimcilik, girişimci takım davranışı ve dönüşümcü liderlik kavramlarının daha derinlemesine anlaşılmasına yönelik araştırmaların yapılandırılmasında yol gösterici olabilir.

5.1. Yöneticilere Öneriler

Kurumsal girişimcilik, dinamik iş ortamlarında organizasyonların sürdürülebilir büyüme ve rekabet avantajı elde edebilmesi için kritik bir rol oynamaktadır. Yenilikçi bir kültürün oluşturulması, dönüşümcü liderlik yaklaşımlarının benimsenmesi ve çalışanların girişimcilik faaliyetlerine katılımının artırılması, kurumsal girişimciliğin etkin bir biçimde uygulanmasına önemli katkılar sağlamaktadır. Bu bağlamda, kurumsal girişimcilik faaliyetlerinin organizasyon stratejilerine entegrasyonu, firmaların uzun vadeli başarılarını güvence altına almak için gerekebilir.

Bulgular, kurumsal girişimcilik faaliyetlerinin, girişimci takım davranışları ve dönüşümcü liderlik ile desteklenmesinin, organizasyonların rekabet avantajlarını sürdürmelerine ve pazar koşullarına daha etkin bir şekilde uyum sağlamalarına olanak tanıdığını ortaya koymaktadır. Bu çalışma, literatüre önemli katkılar sağlarken, iş dünyasına da stratejik içgörüler sunmaktadır. Kurumsal girişimciliğin değişken doğası göz önüne alındığında, stratejik uygulamaların sürekli olarak gözden geçirilmesi ve gelişen pazar ihtiyaçlarına uygun hale getirilmesi önemlidir.

Kurumsal girişimcilik kültürünün oluşturulması, yenilikçilik ve girişimcilik faaliyetlerinin kurumsal düzeyde desteklenmesi açısından büyük bir öneme sahiptir. Yenilikçi düşüncenin teşvik edildiği bir organizasyon kültürü, çalışanların yaratıcı çözümler geliştirmelerine olanak sağlar. Bu doğrultuda, inovasyon komitelerinin kurulması, çalışanların fikirlerini paylaşabilecekleri platformların sağlanması etkili bir yöntem olabilir. Ayrıca, başarısızlıkların öğrenme fırsatları olarak değerlendirilmesi gerektiği vurgulanmalı ve yenilikçi düşünme süreçleri bu bakış açısıyla şekillendirilmelidir.

Etkili iletişim, organizasyonel koordinasyonun ve işbirliğinin artırılması için kritik bir faktör olarak öne çıkmaktadır. Açık ve şeffaf bir iletişim ağı oluşturulması, çalışanların görüşlerini rahatlıkla paylaşmalarına imkan tanır. Teknolojik araçların (proje yönetim yazılımları ve anlık mesajlaşma uygulamaları gibi) kullanımı, iletişim süreçlerini daha verimli hale getirebilir ve organizasyon içindeki bilgi akışını hızlandırabilir. Ayrıca, farklı departmanlar arasında düzenli bilgi paylaşımı toplantıları yapılması, organizasyonel öğrenmeyi pekiştirebilir.

Dönüşümcü liderlik, çalışanların motivasyonlarını artırarak kişisel gelişimlerine katkı sağlar ve onları kurumsal hedefler doğrultusunda yönlendirir. Bu liderlik yaklaşımının organizasyonel başarıya katkı sağlaması için dönüşümcü liderlik eğitimi programlarının uygulanması gereklidir. Liderlerin, çalışanlarla birebir görüşmeler yaparak kariyer hedeflerini ve gelişim beklentilerini anlamaları, çalışan bağlılığını ve motivasyonu artırabilir.

Girişimci takımların oluşturulması, yenilikçi çözümler geliştirme sürecini teşvik edebilir. Takım üyelerinin bağımsız çalışma kapasitelerinin artırılması, sorumluluk alma ve organizasyona değer katma potansiyellerini artırabilir. Bu süreçlerin başarıyla hayata geçirilmesi için girişimci takımlara gerekli kaynaklar ve destekler

sağlanmalıdır. Ayrıca, proje yönetimi becerilerinin geliştirilmesine yönelik eğitimlerin verilmesi, bu süreçlerin etkinliğini artırabilir.

Çalışanların risk alma kapasitelerinin artırılması, yenilikçi fikirlerin test edilmesine uygun ortamlar oluşturulmasını sağlayabilir. Bu bağlamda, başarısızlıkların öğrenme fırsatları olarak ele alınması ve hatalardan ders çıkarılması gerektiği vurgulanmalıdır. Bu tür yaklaşımlar, çalışanların yenilikçi adımlar atmaları için güvenli bir alan yaratabilir. Ayrıca, etkin risk yönetimi stratejilerinin uygulanması, çalışanların bu süreçleri daha bilinçli şekilde yönetmelerine olanak tanıyabilir.

Son olarak, çalışanların bilgi ve becerilerini sürekli geliştirmelerine olanak sağlayacak ortamların oluşturulması, organizasyonların rekabet avantajını sürdürebilmesi için önemlidir. Eğitim programları, seminerler ve atölye çalışmaları gibi organizasyonel gelişim fırsatları sunularak çalışanların motivasyonu ve aidiyet duygusu artırılabilir. Ayrıca, dış eğitim ve sertifikasyon programlarına katılımın teşvik edilmesi, çalışanların bireysel gelişimlerine katkı sağlayarak organizasyonel hedeflere ulaşmada etkin rol oynayabilir.

Bu stratejik öneriler, kurumsal girişimcilik ve firma performansının artırılmasına yönelik yöneticilere somut adımlar sunmakta olup, organizasyonların daha yenilikçi, rekabetçi ve sürdürülebilir hale gelmesine olanak tanıyabilir.

5.2. Alana Öneriler

Kurumsal girişimcilik, günümüz iş dünyasında rekabet avantajı elde etmek ve sürdürülebilir büyümeyi sağlamak için kritik bir strateji olarak öne çıkmaktadır. Şirketlerin iç inovasyon kapasitelerini geliştirmek, liderlik becerilerini güçlendirmek ve girişimci yaklaşımları kurumsal yapılarla entegre etmek, yalnızca ekonomik performansı artırmakla kalmaz, aynı zamanda organizasyonların değişen pazar dinamiklerine hızla adapte olmasını sağlayabilir.

Üniversiteler ve eğitim kurumlarının, müfredatlarına kurumsal girişimcilik dersleri dahil etmeleri ve bu alandaki bilgi ve yetkinlikleri geliştirecek programlar tasarlamaları bir ön adım olabilir. Girişimcilik ve inovasyon alanında uzman akademisyenler ile sektör profesyonellerinin katkılarıyla sunulan eğitimler, öğrenci ve profesyonellerin bu alanlarda yetkin hale gelmelerini sağlayabilir. Ayrıca, girişimcilik yarışmaları ve projelerle öğrencilerin pratik deneyim kazanmaları desteklenebilir.

Kurumsal girişimcilik alanındaki araştırmalar için üniversiteler, araştırma merkezleri ve şletmeler arasında şbirlikleri geliştirilmesi önem arzetmektedir. Ortak projeler ve araştırmalar, akademik birikim ile sektörel deneyimi bir araya getirerek karşılıklı fayda yaratabilir.

Kurumsal girişimcilik ve inovasyon üzerine yapılacak araştırmaların desteklenmesi için yeterli fon ve kaynak sağlanması kritik öneme sahiptir. Kamu kurumları, vakıflar ve özel sektör, bu alanlara yönelik fon programları oluşturabilir. Bu tür destekler, araştırmacıların daha kapsamlı ve derinlemesine çalışmalar yürütmelerine olanak tanıyabilir. Fon sağlama süreçlerinin şeffaf ve erişilebilir olması önerilir. Araştırmacılar için projelerini sunabilecekleri platformlar oluşturması ve fon başvuru süreçlerinin kolaylaştırılması süreçleri hızlandırabilir.

Girişimcilik ekosistemlerinin güçlendirilmesi amacıyla inovasyon merkezleri, kuluçka merkezleri ve hızlandırıcı programlar oluşturulabilir. Bu merkezler, girişimciler ile yenilikçi fikirlerin hayata geçirilmesi sürecinde gerekli kaynak ve mentorluk hizmetlerini sunarak önemli bir rol oynar. Kuluçka ve hızlandırıcı programlarının kapsamı genişletilerek farklı sektörlerle özğü programlar geliştirilebilir. Bu merkezlerin etkinliğini artırmak amacıyla düzenli eğitimler, seminerler ve aę oluşturma etkinlikleri gerçekleştirilebilir.

Kurumsal girişimcilik ile firma performansı arasındaki ilişkiyi inceleyen uygulamalı araştırmalar yürütölerek, teorik bilgi ile pratik deneyim birleştirilmelisi tavsiye edilmektedir. şletmelerdeki gerçek verilere ve vaka incelemelerine dayalı araştırmalar, daha somut ve uygulanabilir sonuçlar elde edilmesine olanak tanır. Uygulamalı araştırma sonuçlarının akademik dergilerde ve sektör yayınlarında yayımlanması, geniş bir kitleye ulaşılmasını sağlayabilir. Bu araştırma sonuçlarının şletmelerle paylaşılması, onların stratejik karar alma süreçlerinde fayda sağlayabilir.

Girişimcilik ve liderlik konularında uzmanlık programları geliştirilerek, bu alanlarda yetkinlik kazanmak isteyen mevcut ve potansiyel liderlerin donanımlı hale gelmesi konusunda destek alanları yaratılabilir. Bu programların hem teorik hem de uygulamalı eğitimleri içermesi, girişimcilik stratejileri, inovasyon yönetimi, liderlik becerileri ve risk yönetimi gibi alanlarda daha güncel stratejiler oluşturulması konusunda destekleyici olabilir.

Akademik ve profesyonel çevreler arasındaki bilgi alışverişini artırmak amacıyla kurumsal girişimcilik konferansları ve seminerler düzenlenebilir. Bu tür etkinlikler, yeni araştırma bulgularının paylaşılmasına ve sektör profesyonellerinin bir araya gelmesine zemin oluşturabilir.

Konferanslarda, başarılı girişimciler ve liderlerin konuşmacı olarak yer alması, katılımcılar için ilham verici olabilir. Ayrıca, atölye çalışmaları ve paneller düzenlenerek, katılımcıların aktif bilgi ve deneyim paylaşımında bulunmaları teşvik edilebilir.

Kurumsal girişimcilik ve inovasyon konularında akademik yayınların ve kaynakların sayısının artırılması, bu alandaki bilgi birikimini genişletmek açısından önem taşımaktadır. Bu doğrultuda dergiler, kitaplar ve makaleler yayımlanarak araştırmacıların ve profesyonellerin erişimine sunulabilir. Yayınların daha geniş kitlelere ulaşabilmesi için dijital platformların kullanılması ve açık erişim sağlanması önerilmektedir. Akademik kalitenin korunması amacıyla, yayınlar hakemli dergilerde yayımlanması ve akademik standartlara uygun hale getirilmesi önemlidir.

Kurumsal girişimcilik ile firma performansı arasındaki ilişkinin ölçülmesi ve değerlendirilmesi için standart araçlar ve yöntemler geliştirilebilir. Bu tür araçlar, araştırmacılar ve işletmeler açısından performans değerlendirmesini daha objektif hale getirebilir.

Kurumsal girişimcilik ve inovasyon alanlarında uluslararası işbirliklerinin teşvik edilmesi, bilgi ve deneyim paylaşımını artırabilir. Farklı ülkelerden akademisyenler ve profesyoneller ile ortak projeler ve araştırmalar yürütülmesi, küresel bir bakış açısıyla değerli sonuçlar elde edilmesine katkı sunabilir. Uluslararası işbirliklerinin etkinliğini artırmak amacıyla konferanslar, seminerler ve çalıştaylar düzenlenmesi; ayrıca öğrenci değişim programları ve staj imkanları sağlanması farklı kültürlerde deneyim kazanılmasına olanak tanıyabilir.

Kurumsal girişimcilik programları aracılığıyla KOBİ'lerin yenilikçi projeleri desteklenebilir. Bu işletmelere mentorluk, finansman ve eğitim gibi kaynaklar sağlanarak, gelişim ve büyüme potansiyelleri artırılabilir. KOBİ'lerin girişimcilik kapasitelerini güçlendirmek amacıyla özel programlar ve fonlar oluşturulması, büyük işletmelerle işbirliğini teşvik eden platformlar geliştirilmesi ve bu işbirlikleri sayesinde KOBİ'lerin yenilikçi projelerini hızla hayata geçirmelerine olanak sağlayabilir.

Kurumsal girişimciliğin teşviki için politika önerileri geliştirilmesi ve bu önerilerin, ilgili devlet kurumları ile işbirliği içinde paylaşılması fayda yaratabilir.

Kurumsal girişimcilik uygulamalarının farklı sektörlerdeki etkisini incelemek amacıyla kapsamlı analizler yapılabilir.

Dijital araçlar ve platformlar kullanılarak inovasyon süreçlerinin hızlandırılması önem arz etmektedir. Dijitalleşme stratejilerinin uygulanabilirliği artırılarak şirketlerin yenilikçi projelerini dijital ortamda hayata geçirmeleri sağlanabilir. Ayrıca, sektörel işbirlikleri ve ortak projeler geliştirilerek dijitalleşmenin yaygınlaştırılması teşvik edilebilir.

Kurumsal girişimcilik projelerinin sürdürülebilirlik ve sosyal sorumluluk çerçevesinde şekillendirilmesi teşvik edilebilir; çevresel ve toplumsal faydalar sağlayan projelere yönelik özel fonlar oluşturulabilir.

Bu öneriler, kurumsal girişimcilik alanındaki bilgi ve uygulamaların geliştirilmesi için stratejik yaklaşımlar sunabilir. Akademik dünya, işletmeler ve politika yapıcılar, bu stratejileri benimseyerek yenilikçi ve girişimci bir ekosistemin oluşumuna katkıda bulunabilirler.

KAYNAKLAR

- Açıklan, A., (2000), “İlköğretim Okulu Yöneticilerinin Dönüşümcü Liderlik Özellikleri ve Empati Becerileri Arasındaki İlişki (Ankara ili Örneği)”, Yüksek Lisans Tezi, Gazi Üniversitesi.
- Akbolat, M., Işık, O., Yılmaz, A. (2013). Dönüşümcü liderlik davranışının motivasyon ve duygusal bağlılığa etkisi, *Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi*, 6 (11), 35-50.
- Amabile, T. M., (1998). “How to kill creativity.” *Harvard Business Review*, 76 (5), 77-87.
- Anderson, N., Potočník, K., Zhou, J., (2014). Innovation and creativity in organizations: A state-of-the-science review, prospective commentary, and guiding framework. *Journal of Management*, 40 (5), 1297-1333.
- Angus-Leppan, T., Metcalf, L., Benn, S., (2010). Leadership styles and CSR practice: An examination of sense making, institutional drivers and CSR leadership. *Journal of Business Ethics*, 93 (2), 189-213.
- Antonakis, J., Avolio, B. J., Sivasubramaniam, N., (2003). “Context and leadership: An examination of the nine-factor full-range leadership theory using the multifactor leadership questionnaire.” *The Leadership*, 14 (3), 261-295.
- Antoncic, B., Hisrich, R., D., (2001). Intrapreneurship: Construct refinement and cross-cultural validation. *Journal of Business Venturing*, 16, 495-527.
- Antoncic, B., Prodan, I., (2008). Alliances, corporate technological entrepreneurship and firm performance: Testing a model on manufacturing firms. *Technovation*, 28 (5), 257-265.
- Avolio, B., Yammarino, F., Bass, B., (1991). Identifying Common Methods Variance with Data Collected From a Single Source: an Unresolved Sticky Issue. *Journal of Management*, 17 (3), 571-587.
- Avolio, B. J., Bass, B. M., (2004), “Multifactor Leadership Questionnaire: Manual and Sampler Set”, Mind Garden.
- Balcı, A., (2013), “Etkili okul ve okul geliştirme kuram uygulama ve araştırma” 6. Baskı, Pegem.
- Balcı, F., İ., (2011). “Kültürel sinerji yönetiminin işletme performansı üzerindeki etkisi: Çin ve Türkiye üzerinde karşılaştırmalı bir araştırma.” Yüksek Lisans Tezi, Erciyes Üniversitesi.
- Baron, R. M., Kenny, D., A., (1986). “The moderator-mediator variable distinction in social psychological research: Conceptual, strategic, and statistical considerations.” *Journal of Personality and Social Psychology*, 51 (6), 1173-1182.

Bass, B., M., (1990). "From transactional to transformational leadership: Learning to share the vision." *Organizational Dynamics*, 18 (3), 19-31.

Bass, B., M., (1985), "Leadership and performance beyond expectation", The Free Press.

Bass, B., M., Avolio, B., J., (1994), "Improving organizational effectiveness through transformational leadership", Sage.

Bass, B., M., (1999). "Two decades of research and development in transformational leadership." *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 8 (1), 9-32.

Bass, B., M., Riggio, R., E., (2006), "Transformational Leadership", Psychology Press.

Başaran, İ., E., (2004) "Yönetimde insan ilişkileri: Yönetimsel davranış" (3. baskı), Atlas.

Berber, A., (2000). Dönüşümsel ve etkileşimsel liderlik kavramı, gelişimi ve dönüşümsel liderliğin yönetim ve organizasyon yönetimindeki rolü. *Yönetim Dergisi*, 11 (36), 33-50.

Birkinshaw, J., Hamel, G., Mol, M., J., (2008). Management innovation. *Academy of Management Review*, 33 (4), 825-845.

Brislin, R., W., (1970). Back-translation for cross-cultural research. *Journal of Cross-Cultural Psychology*, 1 (3), 185-216.

Brown, T., E., Green, M., A., (2021). The dynamic nature of corporate entrepreneurship: Insights from contemporary research. *Journal of Business Venturing*, 36, 105-118.

Brynjolfsson, E., McAfee, A., (2014), "The Second Machine Age: Work, Progress, and Prosperity in a Time of Brilliant Technologies", W. W. Norton & Company.

Bozgeyik, A., (2005), "Girişimcilere Yol Haritası", Hayat Yayıncılık.

Burns, T., Stalker, G., M., (1961), "The Management of Innovation", Tavistock.

Burns, J., M., (1978), "Leadership", Harper and Row.

Bughin, J., LaBerge, L., Mellbye, A., (2017). The case for digital reinvention. *McKinsey Quarterly*, 1, 64-75.

Cameron, K., S., Quinn, R., E., (2011), "Diagnosing and Changing Organizational Culture: Based on the Competing Values Framework", Jossey-Bass.

Cardon, M., S., Post, C., Forster, W., R., (2017). Team entrepreneurial passion: Its emergence and influence within new venture teams. *Academy of Management Review*, 42 (2), 283-305.

Carrier, C., (1996). Intrapreneurship in small businesses: An exploratory study. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 21 (1), 5-20.

Chen, M. J., Miller, D., (2011). The relational perspective as a business mindset: Managerial implications for East and West. *Academy of Management Perspectives*, 25 (3), 6-18.

Chesbrough, H., W., (2003), "Open Innovation: The New Imperative for Creating and Profiting from Technology", Harvard Business Press.

Christensen, K., S., (2004). A classification of the corporate entrepreneurship umbrella: Labels and perspectives. *International Journal of Management Enterprise Development*, 1 (4), 301-315.

Christensen, K., S., (2005). Enabling intrapreneurship: The case of a knowledge-intensive industrial company. *European Journal of Innovation Management*, 8 (3), 305-322.

Christensen, C., M., (1997), "The Innovator's Dilemma: When New Technologies Cause Great Firms to Fail", Harvard Business School Press.

Clarysse, B., Wright, M., Van de Velde, E., (2011). Entrepreneurial origin, technological knowledge, and the growth of spin-off companies. *Journal of Business Venturing*, 26 (4), 502-520.

Conger, J., A., Kanungo, R., N., (1987). Toward a behavioral theory of charismatic leadership in organizational settings. *Academy of Management Review*, 12 (4), 637-647.

Covin, J., G., Slevin, D., P., (1989). Strategic management of small firms in hostile and benign environments. *Strategic Management Journal*, 10 (1), 75-87.

Coney, F., (1991), "Promoting school improvement practices: Developing quality effective school assessment indicators", Free Press.

Covin, J., G., Miles, M., P., (1999). Corporate entrepreneurship and the pursuit of competitive advantage. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 23, 47-63.

Covin, J., G., Slevin, D., P., (1991). A conceptual model of entrepreneurship as firm behavior. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 16 (1), 7-25.

Covin, J., G., Green, K. M., Slevin, D., P., (2006). Strategic process effects on the entrepreneurial orientation-sales growth rate relationship. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 30 (1), 57-81.

Dabke, D., (2016). Impact of leader's emotional intelligence and transformational behavior on perceived leadership effectiveness: A multiple source view. *Business Perspectives and Research*, 4 (1), 27-40.

Dai, Y., D., Dai, Y., Y., Chen, K., Y., Wu, H., C., (2013). Transformational vs. transactional leadership: Which is better? A study on employees of international tourist hotels in Taipei City. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 25 (5), 760-778.

Deliveli, Ö., (2010). “Yönetimde yeni yönelimler bağlamında lider yöneticilik”, Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi.

Demir, H., Okan, T., (2009). Teknoloji, örgüt yapısı ve performans arasındaki ilişkiler üzerine bir araştırma. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 10 (1).

Dess, G., G., Lumpkin, G. T. (2005). The role of entrepreneurial orientation in stimulating effective corporate entrepreneurship. *Academy of Management Perspectives*, 19 (1), 147-156.

Dess, G., G., Lumpkin, G. T., Eisner, A. B. (2007), “Strategic Management: Creating Competitive Advantages”, McGraw-Hill/Irwin.

Drucker, P., F., (2014), “Innovation and Entrepreneurship”, Routledge.

Eisenbeiß, S., A., Boerner, S., (2013). A double-edged sword: Transformational leadership and individual creativity. *British Journal of Management*, 24 (1), 54-68.

Ensley, M., D., Pearson, A., W., Amason, A. C. (2002). Understanding the dynamics of new venture top management teams: Cohesion, conflict, and new venture performance. *Journal of Business Venturing*, 17 (4), 365-386.

Ensley, M., D., Hmieleski, K., M., Pearce, C., L., (2006). The importance of vertical and shared leadership within new venture top management teams: Implications for the performance of startups. *The Leadership Quarterly*, 17 (3), 217-231.

Erdil, O., Kitapçı, H., (2007). TKY araçlarının kullanımı ve firma yenilikçiliğinin yeni ürün geliştirme hızı ve işletme performansına etkisi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21(1).

Erkan, Z., (2002), “A study on the social anxiety levels, parental attitudes of adolescence, and the risk factors seen within the family”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, Çukurova Üniversitesi.

Ermeydan, M., Can, N., (2020). Okul yöneticilerinin liderlik stilleriyle okul etkililiği arasındaki ilişki. *Gaziantep Üniversitesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 4(2), 94-121.

Ertan-Kantos, Z., (2011). Örgüt metaforlarında liderlik: kavramsal bir çözümleme. *Eğitim Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 1(1), 135-158.

Field, A., (2000), “Discovering Statistics Using SPSS for Windows”, Sage Publications.

- Garcia, R., Martinez, A., (2023). The impact of transformational leadership on organizational commitment and performance. *Journal of Leadership Studies*, 17, 23-38.
- Garvin, D., A., Levesque, L., C., (2006). Meeting the challenge of corporate entrepreneurship. *Harvard Business Review*, 84 (10), 102-112.
- Gambardella, A., (1995). *Science and Innovation: The US Pharmaceutical Industry During the 1980s*. Cambridge University Press.
- Gedikoğlu, T., (2015), “Liderlik ve okul yönetimi”, Arı.
- Guth, W., D., Ginsberg, A., (1990). Guest editors introduction: Corporate entrepreneurship. *Strategic Management Journal*, 11 (5), 5-15.
- Gompers, P., Lerner, J., (2004), “The Venture Capital Cycle”, MIT Press.
- Halbesleben, J., R., Whitman, M., V., (2013). Evaluating Survey Quality in Health Services Research: a Decision Framework for Assessing Nonresponse Bias. *Health Services Research* 48 (3), 913-930.
- Hammer, M., Champy, J., (2009), “Reengineering the Corporation: A Manifesto for Business Revolution”, HarperCollins.
- Harman, H., H., (1976), “Modern Factor Analysis”, Chicago: University of Chicago Press.
- Hillson, D., Murray-Webster, R., (2007), “Understanding and Managing Risk Attitude”, Gower Publishing, Ltd.
- Hmieleski, K., M., Ensley, M., D., (2007). A contextual examination of new venture performance: Entrepreneur leadership behavior, top management team heterogeneity, and environmental dynamism. *Journal of Organizational Behavior*, 28 (7), 865-889.
- Hornsby, J., S., Kuratko, D., F., Zahra, S., A., (2002). Middle managers’ perception of the environment for corporate entrepreneurship: Assessing a measurement scale. *Journal of Business Venturing*, 17, 253-273.
- Howell, J., M., Avolio, B., J., (1993). Transformational leadership, transactional leadership, locus of control, and support for innovation: Key predictors of consolidated-business-unit performance. *Journal of Applied Psychology*, 78 (6), 891-902.
- Hult, G., T., M., Hurley, R., F., Knight, G., A., (2004). Innovativeness: Its antecedents and impact on business performance. *Industrial Marketing Management*, 33(5), 429-438. DOI: 10.1016/j.indmarman.2003.08.015.
- Ilsever, J., Ilsever, O., (2016). Does transformation leadership promote innovation practices in e-commerce? *Business Studies Journal*, 8 (2), 30-35.

İçerli, L., Yıldırım, M., H., Demirel, Y., (2011). Kobilerde iç girişimciliğin incelenmesine yönelik bir araştırma: Aksaray örneği. *Organizasyon Ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3 (2), 177-187.

Ireland, R., D., Hitt, M., A., Sirmon, D., G., (2003). A model of strategic entrepreneurship: The construct and its dimensions. *Journal of Management*, 29 (6), 963-989.

Inditex (2016). Annual Report (2016), “Zara's strategic approach to fast fashion”, Simon & Schuster.

Jehn, K., A., Mannix, E., A., (2001). The dynamic nature of conflict: A longitudinal study of intragroup conflict and group performance. *Academy of Management Journal*, 44 (2), 238-251.

Johnson, D., (2001). What is innovation and entrepreneurship? *Industrial and Commercial Training*, 33 (4), 135-140.

Johnson, D., (2001). *The Essence of Corporate Strategy*. Oxford University Press.

Johnston, R., Kong, X., (2011). The customer experience: A road-map for improvement. *Managing Service Quality: An International Journal*, 21 (1), 5-24.

Jung, D., I., Chow, C., Wu, A., (2003). The role of transformational leadership in enhancing organizational innovation: Hypotheses and some preliminary findings. *Leadership Quarterly*, 14 (4-5), 525-544.

Kabadayı, E., T., (2002). İşletmelerdeki üretim performans ölçütlerinin gelişimi, özellikleri ve sürekli iyileştirme ile ilişkisi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*.

Kapferer, J., N., Bastien, V., (2012), “The Luxury Strategy: Break the Rules of Marketing to Build Luxury Brands”, Kogan Page Publishers.

Kaplan, R., S., Norton, D., P., (1996), “The Balanced Scorecard: Translating Strategy into Action”, Harvard Business School Press.

Katzenbach, J., R., Smith, D., K., (1993), “The Wisdom of Teams: Creating the High-Performance Organization”, Harvard Business Review Press.

Karaman, R., (2009). İşletmelerde performans ölçümünün önemi ve modern bir performans ölçme aracı olarak bilinen balanced scorecard. *Selçuk Üniversitesi İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 16.

Kearney, E., Hisrich, R., D., Roche, F., (2009). A conceptual model of public sector corporate entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 5 (3), 295-313.

Kemelgor, B., H., (2002). A comparative analysis of corporate entrepreneurial orientation between selected firms in the Netherlands and the USA. *Entrepreneurship & Regional Development*, 14, 67-87.

Keller, K. L., (2013), "Strategic Brand Management: Building, Measuring, and Managing Brand Equity", Pearson Education.

Klotz, A., C., Hmieleski, K., M., Bradley, B., H., Busenitz, L., W., (2014). New venture teams: A review of the literature and roadmap for future research. *Journal of Management*, 40 (1), 226-255.

Knight, F., H., (1921), "Risk, Uncertainty, and Profit", Houghton Mifflin.

Kotter, J., P., (1996), "Leading Change", Harvard Business Review Press.

Kotler, P., Keller, K., L., (2012), "Marketing Management", Pearson Education.

Kuratko, D., F., (2009). The entrepreneurial imperative of the 21st century. *Business Horizons*, 52 (4), 421-428.

Kuratko, D., F., Hornsby, J., S., Goldsby, M., G., (2005). Sustaining corporate entrepreneurship: A proposed model of perceived implementation/outcome comparisons at the organizational and individual levels. *International Journal of Entrepreneurship and Innovation*, 6 (2), 77-89.

Kuratko, D., F., Montagno, R., V., Hornsby, J., S., (1990). Developing an intrapreneurial assessment instrument for an effective corporate entrepreneurship. *Strategic Management Journal*, 11 (5), 49-58.

Kuratko, D., F., Audretsch, D., B., (2013). Clarifying the domains of corporate entrepreneurship. *International Entrepreneurship and Management Journal*, 9 (3), 323-335.

Kuratko, D., F., Hornsby, J., S., Covin, J., G., (2014). Diagnosing a firm's internal environment for corporate entrepreneurship. *Business Horizons*, 57 (1), 37-47.

Lee, Y., Zhao, H., (2023). Enhancing innovation and performance through entrepreneurial team dynamics and transformational leadership. *Journal of Business Research*, 145, 239-250.

Lewis, E., Hardy, M., Snaith, B., (2013). An Analysis of Survey Reporting in the Imaging Professions: is the Issue of Non-Response Bias Being Adequately Addressed? *Radiography* 19 (3), 240-245.

Liu, X., Yin, Z., Tang, J., (2022). Aggressive competition and innovation performance in technology-intensive firms: The moderating role of dynamic capabilities. *Journal of Business Research*, 135, 742-755.

Luchsinger, V., Bagby, R., D., (1987). Entrepreneurship and intrapreneurship: Behaviors, comparisons, and contrasts. *Advanced Management Journal*, 52 (3), 10-13.

- Lumpkin, G., T., Dess, G., G., (1996). Clarifying the entrepreneurial orientation construct and linking it to performance. *Academy of Management Review*, 21 (1), 135-172.
- Mangram, M., E., (2012). The globalization of Tesla Motors: A strategic marketing plan analysis. *Journal of Strategic Marketing*, 20 (4), 289-312.
- McKinsey, Company. (2020), "The future of customer experience: 10 trends for 2021", (Erişim Tarihi: 02/09/2024).
- Miller, D., Robinson, J., (2024). Longitudinal impacts of corporate entrepreneurship on firm performance. *Academy of Management Journal*, 67 (4), 456-478.
- Miller, D., (2024). Navigating complexities in the modern business landscape through corporate entrepreneurship. *Strategic Management Journal*, 45 (4), 567-589.
- Miller, D., Friesen, P., H., (1982). Innovation in conservative and entrepreneurial firms: Two models of strategic momentum. *Strategic Management Journal*, 3 (1), 1-25.
- Miller, D., (1983). The correlates of entrepreneurship in three types of firms. *Management Science*, 29 (7), 770-791.
- Mintzberg, H., (1987). The strategy concept I: Five Ps for strategy. *California Management Review*, 30 (1), 11-24.
- Mollina, C., Callahan, J., L., (2009). Fostering organizational performance: The role of learning and intrapreneurship. *Journal of European Industrial Training*, 33 (4), 388-400.
- Mortimore, P., (1995), "Effective schools: Current impacts and future potential", University of London.
- Musk, E., (2013), Tesla Motors and the electric vehicle market. Speech at Stanford University, (Erişim Tarihi: 12/09/2024).
- Mumford, M., D., Scott, G., M., Gaddis, B., Strange, J., M., (2002). Leading creative people: Orchestrating expertise and relationships. *Leadership Quarterly*, 13 (6), 705-750.
- Nahapiet, J., Ghoshal, S., (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23 (2), 242-266.
- Nie, T., Zhao, X., Zheng, Y., (2023). Organizational compassion and employee adversarial growth under various job control. *Frontiers in Psychology*, 14.
- Nguyen, T., Williams, K., (2023). The role of digital transformation in enhancing corporate entrepreneurship practices. *Technovation*, 87, 102219.

Nunnally, J., C., Bernstein, I., H., (1994), "Psychometric Theory" (3rd ed.), McGraw-Hill.

O'Donnell, M., P., Duffy, R., (2002), "Health Promotion in the Workplace" (3rd ed.), Delmar Thomson Learning.

Odumeru, J., A., Ogbonna, I., G., (2013). Transformational vs. transactional leadership theories: Evidence in literature. *International Review of Management and Business Research*, 2 (2), 355-361.

Öktem, M., K., Leblebici, D., N., Arslan, M., Kılıç, M., Aydın, M., D., (2003). Girişimci örgütsel kültürü ve çalışanların iç girişimcilik düzeyi: Uygulamalı bir çalışma. *Hacettepe Üniversitesi İİBF Dergisi*, 21, 169-188.

Parasuraman, A., Zeithaml, V., A., Berry, L., L., (1985). A conceptual model of service quality and its implications for future research. *Journal of Marketing*, 49 (4), 41-50.

Pielstick, D., (1998). The transforming leader: A meta-ethnographic analysis. *Community College Review*, 26 (3), 15-34.

Pinchot, G., (1985), "Intrapreneurship", Harper & Row.

Podsakoff, P., Organ, D., (1986). Self-reports in organizational research: Problems and prospects. *Journal of Management*, 12 (4), 531-544.

Podsakoff, P., M., MacKenzie, S., B., Lee, J.,-Y., Podsakoff, N., P., (2003). Common method biases in behavioral research: A critical review of the literature and recommended remedies. *Journal of Applied Psychology*, 88 (5), 879-903.

Podsakoff, P., M., MacKenzie, S., B., Podsakoff, N., P., (2012). Sources of method bias in social science research and recommendations on how to control it. *Annual Review of Psychology*, 63 (1), 539-569.

Porter, M., E., (1980), "Competitive Strategy: Techniques for Analyzing Industries and Competitors", Free Press.

Porter, M., E., (1985), "Differentiation as a strategy for standing out in the market by offering unique products and services", Free Press.

Porter, M., E., (1996). What is strategy? *Harvard Business Review*, 74 (6), 61-78.

Rauch, A., Wiklund, J., Lumpkin, G., T., Frese, M., (2009). Entrepreneurial orientation and business performance: An assessment of past research and suggestions for the future. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 33 (3), 761-787.

Rogers, E., M., (2003), "Diffusion of Innovations", Free Press.

Rijal, S., (2010). Leadership style and organizational culture in learning organization: A comparative study. *International Journal of Management and Information Systems*, 14 (5), 119-127.

Sabuncuoğlu, Z., Tüz, M., (1995), “Örgütsel Psikoloji”, Ezgi.

Shamir, B., House, R., J., Arthur, M., B., (1993). The motivational effects of charismatic leadership: A self-concept based theory. *Organization Science*, 4 (4), 577-594.

Schein, E., H., (2010), “Organizational Culture and Leadership”, Jossey-Bass.

Schumpeter, J., A., (1934), “Innovation and entrepreneurship as key drivers of economic development and organizational success”, Free Press.

Schouten, J., W., McAlexander, J., H., (1995). Subcultures of consumption: An ethnography of the new bikers. *Journal of Consumer Research*, 22 (1), 43-61.

Shepherd, D., A., Kuskova, V., Patzelt, H., (2021). Digital transformation and its impact on entrepreneurial orientation and firm performance. *Journal of Business Research*, 123, 556-567.

Sleiman, J., (2016), “On East Jerusalem streets, Palestinians say settlements rump social media as source of violence”, Yayınlanmamış Doktora Tezi, CUNY.

Şişman, M., (2013), “Eğitimde mükemmellik arayışı: Etkili okullar” (4. baskı). Pegem Akademi.

Smith, P., Jones, R., Liu, Y., (2022). Entrepreneurial team behavior and its impact on innovation performance. *Journal of Business Venturing*, 37 (1), 106-123.

Stone, B., (2013), “The Everything Store: Jeff Bezos and the Age of Amazon”, Little, Brown and Company.

Sussan, F., Acs, Z., J., (2017). The digital entrepreneurial ecosystem. *Small Business Economics*, 49 (1), 55-73.

Teece, D., J., Pisano, G., Shuen, A., (1997). Dynamic capabilities and strategic management. *Strategic Management Journal*, 18 (7), 509-533.

Thomas, K., (2021), Pfizer and Moderna's vaccine breakthroughs: Inside the story of the most important scientific discovery of our lives. New York Times, (Erişim Tarihi: 14/09/2024).

Thompson, C., J., Arsel, Z., (2004). The Starbucks brandscape and consumers' (anticorporate) experiences of glocalization. *Journal of Consumer Research*, 31(3), 631-642.

Tuckman, B., W., (1965). Developmental sequence in small groups. *Psychological Bulletin*, 63(6), 384-399.

Tushman, M., L., O'Reilly, C., A., (1996). Ambidextrous organizations: Managing evolutionary and revolutionary change. *California Management Review*, 38(4), 8-30.

Top, S., (2006), “Girişimcilik Keşif Süreci”, Beta Yayınevi.

Tidd, J., Bessant, J., Pavitt, K., (2005), “Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change”, John Wiley & Sons.

Ucbasaran, D., Westhead, P., Wright, M., (2009). The extent and nature of opportunity identification by experienced entrepreneurs. *Journal of Business Venturing*, 24 (2), 99-115.

Vial, G., (2019). Understanding digital transformation: A review and a research agenda. *The Journal of Strategic Information Systems*, 28 (2), 118-144.

Vise, D., A., (2005), “The Google Story: Inside the Hottest Business, Media, and Technology Success of Our Time”, Delta.

Wang, Z., Wang, N., (2012). Knowledge sharing, innovation and firm performance. *Expert Systems with Applications*, 39 (10), 8899-8908.

Waheed, A., Zhang, Q., Rashid, Y., Zaman Khan, S., (2020). The impact of corporate social responsibility on buying tendencies from the perspective of stakeholder theory and practices. *Corporate Social Responsibility and Environmental Management*, 27 (3), 1307-1315.

Wiklund, J., Shepherd, D., (2005). Entrepreneurial orientation and small business performance: A configuration approach. *Journal of Business Venturing*, 20 (1), 71-91.

Williams, M., Patel, S., Liu, Y., (2022). Internal organizational dynamics and their impact on entrepreneurial outcomes. *Journal of Organizational Behavior*, 43 (2), 217-234.

Yukl, A., G., (1991), “Leadership in Organizations”, Prentice Hall.

Yurtsever, G., Atış, C., Yurtsever, Ş., (2006), “Girişimcilik”, Karahan Kitapevi.

Zahra, S., A., (1991). Predictors and financial outcomes of corporate entrepreneurship: An exploratory study. *Journal of Business Venturing*, 6, 259-285.

Zahra, S., A., Covin, J., G., (1995). Contextual influences on the corporate entrepreneurship-performance relationship: A longitudinal analysis. *Journal of Business Venturing*, 10 (1), 43-58.

Zahra, S., A., George, G., (2002). Absorptive capacity: A review, reconceptualization, and extension. *Academy of Management Review*, 27 (2), 185-203.

Zhao, H., Su, C., (2023). The long-term effects of aggressive competitive strategies on firm performance: Evidence from emerging markets. *International Business Review*, 32 (2), 101-113.

Zhu, X., Wu, Z., Huang, Z., (2023). The direct method of lines for forward and inverse linear elasticity problems of composite materials in star-shaped domains. *Numerical Mathematics: Theory, Methods and Applications*, 16 (1), 242-276.

Zampetakis, L., A., Beldekos, P., Moustakis, V., S., (2009). Day-to-day entrepreneurship within organisations: The role of trait emotional intelligence and perceived organisational support. *European Management Journal*, 27 (3), 165-175.



ÖZGEÇMİŞ

Mustafa ÇAĞA, İzmir Dokuz Eylül Üniversitesi Uluslararası İşletme Yüksek Lisansını 2013-2016 eğitim döneminde başarı ile tamamlamıştır. Özel bir şirkette 2015 yılından bu yana satış ve pazarlama birimi yöneticiliği yapmaktadır.



TEZ ÇALIŞMASI KAPSAMINDA YAPILAN YAYINLAR

Çağ, M., Kitapçı, H., Gök, M., Ş., Ciğirim, E., (2024). The mediating effect of entrepreneurial team behavior and transformational leadership in the relationship between corporate entrepreneurship and firm performance, *Sustainability*, 16 (13), 5443.



EKLER

Ek-A: İç Girişimcilik Ölçeği

Geçmiş performansımdan daha iyi olmak için daha fazla çaba göstermeye çalışıyorum.

Görevim aşırı zor olduğunda elimden gelenin en iyisini yaparım.

İstedikimi elde ettiğimde, genellikle bunun kendi yeteneklerimden kaynaklandığını düşünürüm.

İşimde kendi kararlarım etkilidir.

Kendi işimi kurabilirim.

İşimden ayrılmak zorunda kalırsam, kendime iş konusunda seçenekler yaratabilirim.

Zor durumlarda seçenekler yaratabilirim.

Farklı insanlarla arkadaşlık kurabilirim.

Denemediğim şeyleri denemekten çekinmem.

Farklı şeyler yapmak için enerji hissederim.

Arkadaşlarıma farklı iş projelerinden bahsederim.

Yeteneklerimi uygulayabileceğim alanlar yaratırım.

Arkadaşlarımdan bazı projelere katılmaktan çekinmem.

Hayatımı dış faktörlere bırakmam.

Hayatımı kararlarımla şekillendirebileceğimi düşünüyorum.

Risk almaktan çekinmem.

Geleceği görebilir ve ona hazırlık yapabilirim.

Ürünlerin farklılaşması çok yüksektir.

Şirket yeniliklerin önünde olmaya çalışır.

Test edilmemiş yöntemlerin kullanımı fazladır.

Şirket, iş ilişkisi kurması gereken sektörleri sık sık yeniden tanımlar.

Şirket sık sık departmanlarını yeniden organize eder.

Yeterince çaba ile her sorunu ortadan kaldırabiliriz.

Yaptığım planları uygulayabileceğim konusunda çoğunlukla eminim.

Yeni bir duruma ve uygulamaya uyum sağlamakta sorun yaşamam.

Üzerinde çalıştığım bir şeyde hata yapmaktan çekinmem.

Her işin bir riski vardır. İşimde her türlü riski alabilirim.

Başarıyı sağlayacak uygun yöntem ve teknikleri arayış içerisindeyim.

Karşıma çıkan fırsatları değerlendirebilirim.

Sahip olduğum kaynakları bir araya getirerek verimliliğe dönüştürebilirim.

İşimde ve çalışmalarımda meydana gelen değişikliklere açığım.

İşimi sevgi ve kararlılıkla yaparım.

İşimde yaratıcılığım güçlüdür.

İşimi yaparken her türlü takım veya kişi ile çalışabilirim.

Bir işte veya uygulamada liderliği almaktan çekinmem.

Etkili gelecekteki iş kararlarını alabilirim.

Farklı işlere yönelik motivasyonum ve eğilimlerim güçlüdür.

Ek-B: Girişimci Takım Davranışı Ölçeği

Bu ürünü/hizmeti piyasaya sunan ilk şirket biziz.

İşimizle ilgili her zaman yeni fırsatlar arıyoruz.

Ekibimiz en son trendleri sık sık takip eder.

Pazar payını artırmak için kârımızdan fedakarlık yapmaya hazırız.

Kapsamlı bir iş planı oluşturmak için zaman ayırıyoruz ve ardından sıkı bir şekilde yönetilmesini sağlıyoruz.

İş modelimizi piyasada sık sık test ederiz ve pazar geri bildirimlerine göre ayarlamalar yaparız.

Ek-C: Dönüşümcü Liderlik Ölçeği

Yöneticim durumumu anlayabilir ve beni teşvik edip yardımcı olur.

Yöneticim beni zorluklarla yüzleşmeye teşvik eder.

Yöneticinin işteki her zorluğun üstesinden gelebileceğine inanıyorum.

Yönetici, şirket vizyonunu gerçekleştirmem için beni teşvik eder.

Yönetici, sorunları yeni bir perspektiften düşünmem için beni teşvik eder.

Yönetici, geçmişte hiç şüphe duymadığım fikirleri yeniden gözden geçirmem için beni teşvik eder.

Yöneticinin liderliği altında işimi tamamlayabileceğime inanıyorum.

Yöneticim ihtiyaçlarımı anlamak için zaman ayırır.

Ek-D: Firma Performansı Ölçeği

Organizasyonumuzun müşteri memnuniyeti, temel rakiplerden daha iyidir.

Organizasyonumuzun kalite iyileştirmesi, temel rakiplerle kıyaslandığında daha iyidir.

Organizasyonumuzun maliyet yönetimi, temel rakiplerle kıyaslandığında daha iyidir.
Organizasyonumuzun müşterilerimize yanıt verme hızı, temel rakiplerden daha iyidir.
Organizasyonumuzun verimliliği, temel rakiplerden daha iyidir.
Organizasyonumuzun varlık yönetimi, temel rakiplerle kıyaslandığında daha iyidir.

