

- ARAŞTIRMA MAKALESİ -

## Akademisyenlerde Yenilikçi İş Davranışının Örgütsel Yaratıcılığa Etkisi

Gamze SART<sup>a</sup>

### Özet

Günümüzdeki rekabet koşulları dikkate alındığında yenilik ve yenilikçi iş davranışları göstermenin örgütler için ne derece önemli olduğu yapılan araştırmalar sonucunda ortaya konulmuştur. Faaliyetlerini devam ettirmeyi hedefleyen bütün örgütlerin değişime ayak uydurması, yenilikçi ürün ya da hizmet üretmesi gerekmektedir. Değişime karşı direnç gösteren hiçbir örgütün uzun vadeli olarak faaliyetlerine devam edemeyeceği açıktır. Yaratıcılık kavramı bireysel veya grup bazında olabileceği gibi örgütsel düzeyde de tanımlanabilen bir performans çıktısı olarak görülmelidir. Örgütsel açıdan yaratıcılık kavramı, yeni ve işlevsel fikirlerin ortaya çıkması sürecidir. Dğer yandan, yaratıcılık kavramı inovasyonun önemli bir ön koşulu olarak algılanmalıdır. Örgütsel yaratıcılık içinde inovasyon süreci, çıktılar ve süreç boyunca yaşanan problemlere yönelik çözüm aşamaları yer almaktadır. Buradan hareketle, akademisyenlerde yenilikçi iş davranışının örgütsel yaratıcılık üzerindeki etkileri bu çalışmanın amacını oluşturmaktadır. Korelasyon analizine göre, yenilikçi iş davranışı arttıkça örgütsel yaratıcılık %34,6 artış göstermektedir. Regresyon analizi sonucunda, yenilikçi iş davranışı 1 br. arttığında örgütsel yaratıcılık 0.367 br. artacağı görülmüştür. Alt boyutlardan üretme 1 br. arttığında örgütsel yaratıcılığın 0.369 br. artacağı, araştırma 1 br. arttığında örgütsel yaratıcılığın 0.318 br. artacağı, destekleme 1 br. arttığında örgütsel yaratıcılığın 0.241 br. artacağı, uygulama 1 br. arttığında örgütsel yaratıcılığın 0.312 br. artacağı belirlenmiştir. Örgütsel yaratıcılık üzerinde en büyük etki üretme ve araştırma iken, en az etki destekleme ve uygulama olarak belirlenmiştir.

**Anahtar Kelimeler:** Yenilikçi İş Davranışı, Örgütsel Yaratıcılık, Regresyon Analizi  
**Jel Kodları:** C12, D80, O31

**Başvuru:** 04.06.2021 **Kabul:** 15.06.2021

## The Effect Of Innovative Work Behavior On Organizational Creativity Of Academics

### Abstract

Considering today's competitive conditions, how important it is for organizations to show innovation and innovative work behaviors has been revealed as a result of the researches. All organizations aiming to continue their activities need to keep up with change and produce innovative products or services. It is clear that any organization that is resistant to change cannot continue its activities in the long term. Creativity is a performance output that can occur at the individual, group or organizational level. Creativity in the organizational context refers to the production of new and functional ideas for solving problems and taking advantage of opportunities in the environment. Creativity is an important prerequisite for innovation. It is an integral component that affects the innovation process, its outputs and the solution process of the problems that arise during innovation production. From this point of view, the effects of innovative work behavior on organizational creativity in academics constitute the purpose of this study. According to the correlation analysis, organizational creativity increases by 34.6% as innovative work behavior increases. As a result of the regression analysis, innovative work behavior 1 unit when organizational creativity increases 0.367 unit has been found to increase. Generating from sub-dimensions 1 unit organizational creativity increases by 0.369 unit will increase, research 1 unit organizational creativity increases by 0.318 unit will increase, supporting 1 unit when organizational creativity increases 0.241 unit will increase, application 1 unit increases organizational creativity by 0.312 unit determined to increase. While the biggest impact on organizational creativity was production and research, the least impact was determined as support and applications.

**Key Words:** Innovative Work Behaviour, Organizational Creativity, Regression Analysis  
**Jel Codes:**C12,D80,O31

<sup>a</sup> Doç. Dr., İstanbul Üniversitesi-Cerrahpaşa, HAYEF, Eğitim Bilimleri Bölümü, gamze.sart@istanbul.edu.tr, Orcid number: 0000-0002-0653-2855

### GİRİŞ

Toplum tarafından gereksinim duyulan ürünleri ve hizmetleri üretmekte olan örgütler, içerisinde yer aldıkları rekabet ortamından önemli derecede etkilenmektedirler ya da bu ortamı etkilemektedir. Böylelikle söz konusu örgütlerin bir bölümü yok olurken, rekabet şartlarına ayak uydurabilen ve içerisinde buldukları toplum tarafından kabul edilenler ise varlıklarını sürdürebilmektedir. Hızlı bir şekilde değişmekte ve gelişmekte olan teknoloji, çevresel koşulların değişmesi, küresel çapta faaliyet gösteren örgütlerin ölçek ekonomisine etkileri, sosyal yapıdaki değişiklikler, tüketicilerin talepleri ve satın alma gücündeki farklılaşmalar; örgütleri, rekabet avantajının sağlanmasında yenilikçi ve çeşitli arayışlara itmiştir. Bununla beraber tüm bu gelişmeler, örgütleri, mevcut kaynaklarını olabildiğince etkin olarak kullanmaya sevk etmektedir. Bu doğrultuda, Demirel ve Seçkin (2008: 190), günümüz koşullarında örgütlerin, rekabet üstünlüğü sağlamalarında kârlılık ve sayısal açıdan büyümelerinin yalnız başına yeterli olmadığını, sürdürülebilir bir rekabet üstünlüğünün sağlanması için yenilikçi iş davranışının bütün örgütlerde vazgeçilmez bir zorunluluk hâline geldiğini öne sürmektedirler. Bununla beraber, Kogut ve Zander (1992: 383-384) tarafından yapılan çalışmaya göre, örgütlerin kendi sektörleri içinde çok daha yenilikçi, etkin ve başarılı olabilmeleri, katma değer sağlayacak bilgilerin ortaya çıkarılmasına ve söz konusu bilgilerin tam anlamıyla kullanılmasına bağlıdır.

İşletme yönetimi literatürü incelendiğinde “örgütsel yaratıcılık” kavramının geçmişinin yakın bir zamana dayanmadığı gözlenecektir. Fakat insan hakları, insani değerler, kişilik kavramı, insanın diğer varlıklardan daha önemli olduğunun ortaya çıkması, dünya genelinde eğitim ve yaşam seviyesindeki artış, tüketicilerin taleplerindeki değişimler ve örgütlerdeki çalışanların yaratıcılıklarından daha çok faydalanma hususundaki gelişme ve düşünceler; örgütsel yaratıcılık kavramının günümüzde daha çağdaş bir alanda karşımıza çıkmasını sağlamaktadır. Bahsi geçen gelişmeler, örgütlerdeki yönetsel süreçleri ve örgütsel yapıları köklü bir şekilde etkilemektedir. Rekabet ortamında yaşanan gelişmeler doğrultusunda, yaratıcı düşüncelerin de gelişimi zorunludur.

İş hayatı stratejik seviyede ve asıl rekabetin yaşandığı lider konumdaki örgütlerde yaratıcı düşünmeyi zorunlu kılmaktadır. Örgütsel yaratıcılık, günümüzdeki iş hayatının rekabet temelindeki yapısına ayak uydurabilmek açısından yöneticilikten girişimciliğe doğru atılması gereken önemli bir adımdır. Teknolojik gelişmelerin hızı ve yoğun rekabet şeklindeki etmenlerin örgütsel yaratıcılığı, yönetsel bir kavram şeklinde öne çıkarmasından ötürü örgütler yeni fikirler üretebilecek, icatlar yapabilecek ve söz konusu fikirleri faydalı ürün veya hizmetlere dönüştürebilecek olan yaratıcı iş koşullarını oluşturmayı bir zorunluluk şeklinde görecektirler. Örgütsel yaratıcılık, uluslararası alanda yapılan pek çok araştırmaya konu olmuştur ve bununla beraber araştırmacıların, yaratıcı hareketler konusunda çalışmasını teşvik etmiştir. Yapılan literatür araştırmasına göre; bir örgütün, örgütsel yaratıcılığını ölçen ve ele alan çok az sayıda çalışmanın bulunduğu görülmüştür. Ayrıca konunun henüz yeni olmasından dolayı, bu alanda ölçek geliştirilmesine ilişkin birkaç araştırmanın bulunduğu görülmüştür.

Bu çalışmanın temel amacı, yenilikçi iş davranışının örgütsel yaratıcılık üzerindeki etkilerini araştırmak ve literatüre katkı sağlamaktır. Bu bağlamda, çalışmada ilk olarak kavramların açıklamalarına yer verilmiş ve akademisyenler üzerinde yapılan ampirik araştırmanın analizleri sunulmuştur.

### 1.YENİLİKÇİ İŞ DAVRANIŞI

Yenilikçi iş davranışı, işletmeler için faydalı düşünce oluşturmak ve bu fikrin uygulanabilirliğini sağlamak için gerekli olan tutumdur (Çıtak, 2017). Hem yaratıcılığı hem de yenilikçi süreçleri içeren yenilikçi iş davranışına duyulan ihtiyaca dikkat edilmelidir. Nitekim bu fikrin keşfedilmesiyle başlayan bu süreç, katma değer yaratılmasını gerektirmektedir. Bugüne kadar yapılan birçok çalışmada bu kavram için pek çok tanım yapılmıştır. Bu bağlamda, yenilikçi iş davranışı, herhangi bir işletmede bir yeniliği geliştirmek ve uygulamak için tüm bireysel çabaları ifade etmektedir (West ve Farr, 1989: 18). Söz konusu bireysel çabalar, örneğin; yeni yöntem ve teknolojilerin kullanımını, yeni kaynakların yaratılmasını ve yeni stratejilerin belirlenmesini içermektedir. Bir başka tanıma göre yenilikçi iş davranışı; işletmelerdeki sorunları tanımlamak, uygun stratejiler geliştirmek, altyapı oluşturmak ve sonuç olarak fikirleri uygulamak olarak tanımlanmaktadır (Scott ve Bruce, 1994: 593).

Yenilikçi iş davranışı ile ilgili literatür incelendiğinde, yöneticilerin ve çalışanların iş performansını ile işletmenin başarısı arasında pozitif bir ilişki olduğu görülmektedir. Nitekim bu durum birçok çalışmada ortaya konmuştur (Chang ve Liu, 2008; Akkoç, Turunç ve Çalışkan, 2011; Hannemann vd., 2011; Erdoğan ve Güneş, 2013). Ayrıca işletmelerde yenilikçi iş davranışlarının işletme maliyetlerini düşürdüğü ve bu yönde yeniliklerin uygulanması gerektiği gösterilmiştir (Schimansky, 2014: 47).

Küresel rekabet ortamında örgütlerin, sürdürülebilir bir rekabet üstünlüğü sağlayabilmeleri zorunludur (Ellonen, 2008: 160-161). Bunu sağlamanın temel yolu ise yenilikçi davranışlardan geçmektedir (Shalley vd., 2004: 952; Shalley ve

Gilson, 2004: 33). Örgütlerin yenilikçi performans ortaya koyabilmelerinin en önemli faktörünü çalışanlar ve çalışanların yenilikçi fikir üretme, tepki gösterme ve değişiklik yapma şeklindeki yenilikçi davranışları oluşturur (Li ve Zheng, 2014: 446, Scott ve Bruce, 1994: 581). Yükselen rekabetçilikle beraber örgütlerin üstünde meydana gelen yenilikçilik baskısı, örgütlerin etkinliklerini ve rekabetçiliklerini arttırmak açısından çalışanların yenilikçi süreçler geliştirmelerini ve yeni taleplere yanıt vermelerini zorunlu kılmıştır (Bysted, 2013: 269).

De Jong ve Den Hartog (2008: 5) tarafından yapılan tanımlamaya göre yenilikçi iş davranışı; yeni ve kullanışlı bir fikir, süreç veya ürün ortaya koyma ile bunların tamamının bilinçli bir şekilde uygulanmasını başarmayı hedefleyen bireysel davranışlar şeklinde ifade edilmektedir. Yenilikçi iş davranışı kavramı, yaratıcılık kavramıyla oldukça yakın bir ilişki içerisindedir. Ancak her iki kavram da yapısal anlamda birtakım farklılıklar barındırmaktadır. Buna göre; yenilikçilik kavramının yaratıcılığa nispeten daha geniş olduğunu söylemek mümkündür, zira yenilikçilik; yaratmanın da ilerisinde fikirlerin hayata geçirilmesini de kapsamaktadır. De Jong ve Den Hartog (2008: 6)'a göre, yenilikçi iş davranışı; keşif fırsatı, fikrin yaratılması, destek bulunması ve fikrin hayata geçirilmesi şeklinde dört adımda gerçekleşmektedir. Kleysen ve Street (2001: 285) ise, yenilikçi iş davranışını; fırsatların keşfedilmesi, yaratma kabiliyeti, şekillendirici araştırma, destek bulunması ve hayata geçirme olmak üzere beş adımda incelemişlerdir.

Yenilikçi iş davranışı, örgütlerde çeşitli yollar kullanılarak gerçekleştirilebilmektedir. Yenilikçi iş davranışı denildiğinde akla ilk olarak yeni bir ürün veya hizmet gelmektedir; fakat söz konusu tanımlama, kavrama ilişkin en dar kapsamlı tanımdır (Downey, 2007: 4-5). Yenilikçi iş çıktılarına aşağıdaki gibi incelemek mümkündür:

- Ürün / Hizmet Yeniliği: Yeni ya da büyük oranda yenilenmiş yeni ürünlerin veya hizmetlerin sunulması olarak ifade edilmektedir. Söz konusu yenilikçiliği, işlevsel açıdan kolaylık ya da teknik anlamdaki iyileştirmeler olarak gerçekleştirmek mümkündür.
- Süreç Yeniliği: Yeni ya da büyük oranda yenilenmiş üretim ya da dağıtım metodlarının hayata geçirilmesidir.
- İş Modeli Yeniliği: Dış kaynaklardan daha fazla faydalanılmasına benzer şekilde, iş yapış şeklinin değiştirilmesidir.
- Örgütsel Yenilik: Yenilikçi iş yapılarının, uygulamalarının ve modellerinin yaratılması ya da değiştirilmesidir.
- Pazarlama Yeniliği: Ürünlerin ya da hizmetlerin fiyatı, konumu, ambalajı, tasarımı ya da promosyonunda iyileştirmelerin yapılması veya alternatif pazarlama tekniklerinin geliştirilmesidir.
- Tedarik Zinciri Yeniliği: Hammaddelerin tedarikçilerden, tedarik yönteminin değiştirilmesi ya da benzer şekilde tüketicilere ulaştırma yöntemlerinin yenilenmesidir.
- Finansal Yenilik: Bahsi geçen yenilik türü ise; yeni finansal hizmetleri, ürünleri ya da iş operasyonlarını yönetme yolları yaratmak amacıyla kredi, risk paylaşımı, sahiplik veya likidite şeklindeki kavramları kapsamaktadır.

Yenilikçi iş davranış yapısı, örgütte bulunan çalışanların yaratıcılıkları ile doğrudan bağlantılıdır. Yaratıcılık kavramı genel olarak; ürün, hizmet, süreç ve prosedürlere yönelik yeni ve faydalı fikirlerin ortaya konulması şeklinde ifade edilmektedir (Oldham ve Cummings, 1996: 610). Bunun yanı sıra, yenilikçilik ile yaratıcılık kavramlarının arasında birtakım farklılıkların bulunduğunu söylemek mümkündür. Yaratıcılıktan farklı şekilde, yenilikçi iş davranışı, açık bir şekilde fayda sağlamayı hedeflemektedir. Bununla beraber daha net olan ve uygulanmış bir bileşene sahip yenilikçi çıktıyla sonuçlanması beklenmektedir. Yaratıcılık, yenilikçilik sürecinin başlangıcında sorunlar ya da performans boşlukları görüldüğünde ve yenilikçilik açısından algılanan gereksinimlere yanıt olarak fikirler ürettiğinde, yenilikçi iş davranışının önemli bir bileşeni şeklinde görülebilecektir (West, 2002: 358).

Yenilik, teorik anlamda büyük bir fikirdir; fakat belli birtakım riskler ve zorluklar barındırmaktadır. Örnek olarak birçok örgüt, yatırım amaçlı yeterli finansal kaynak sahibi değildir ve bununla beraber bahsi geçen risklerin sayısını ve çeşitlerini de ele almak istememektedir. Yenilikçilik serüveninde örgütlerin karşısına çıkması muhtemel olan zorlukların bir kısmını şu şekilde sıralamak mümkündür: kalifiye çalışanların eksikliği, pazarlama yeteneğinin bulunmaması, perakendeciliğin zorlukları ya da dağıtım ağlarına erişim zorluğu, finansmanın yetersizliği, kurumun veya yöneticilerin yeniliğe direnç göstermesi ve Ar-Ge birimlerinin olmaması.

Başarılı bir yenilikçilik sürecinin yerine getirilmesi açısından birtakım aşamalar bulunmaktadır. Söz konusu aşamalardan herhangi birini es geçmek ne kadar önemsizmiş gibi gözükse de bütün sürecin başarısızlığına neden olabilmektedir. Kanada Yenilikçilik Merkezi adı verilen kurum tarafından yapılan çalışmaya göre, yenilikçilik sürecinde bulunması gerekli olan bazı önemli aşamalar aşağıdaki gibi sıralanmaktadır (Canadian Dairy Commission, 2010:3):

1. SWOT Analizi Yapmak
2. Fikir Üretmek
3. Pazar Araştırması Yapmak

4. Kaynak İhtiyaçlarını Belirlemek
5. Kaynak Kullanılabilirliğini Belirlemek
6. Faktör Değerlendirmesi Yapmak
7. Ürün Ortaya Koymak

### 2. ÖRGÜTSEL YARATICILIK

Bütün örgütlerin gelişebilmeleri açısından yaratıcılık kavramı oldukça önemli bir konuma sahiptir. Temelde, bütün işler için gerekli bir konu olmamasına karşın rekabetçilik seviyesi yüksek olan ve karmaşık yapıda bir ekonomiye sahip olan koşullarda faaliyet gösteren örgütler açısından yaratıcılık, diğer fikirler ve tavsiyelere nispeten daha fazla önemli görülmektedir. Dış ortamdan kaynaklı olarak ortaya çıkan çevresel baskı ve örgütlerin yeniliklere ilişkin duydukları gereksinimleri karşılamak, yalnızca örgütün çalışanlarının yaratıcılıklarını geliştirmek sayesinde mümkün olacaktır (Mumford, vd., 2002: 708).

Yaratıcılık kültürünün yerleştiği ve desteklendiği örgütlerin yöneticileri, çalışanların iş esnasında kendilerini bağımsız hissetmelerini sağlayarak, prosedürlere bire bir uyarak büyük resmi görmelerine engel olmayarak kurum yaratıcılığına katkıda bulunurlar. Bu tür kurumlarda çalışanlar, karşılaştıkları problemlere farklı çözüm yolları arar, yeni ve özgün düşünceler üretebilirler. Yaratıcılık kültürünün yerleştiği ve desteklendiğinde kurumlarda çalışanlar, yaratıcı görevler gerçekleştirmek için çok fazla miktarda fikir üretebilme yeteneği anlamı taşıyan fikir akıcılığı ve esnekliğine sahiptirler (Simonton, 2000: 287). Yaratıcılık kültürünün yerleştiği ve desteklendiğinde kurumlarda çalışanların iş yapabilme ve risk alabilme konusunda özgüvenleri artar ve karşılaştıkları problemlerin çözümünde kendilerini özgür hissederler (İbrahim vd., 2015: 509).

Yaratıcılık, bilinen nesnelere veya fikirleri kullanarak farklı ürünler ortaya koymaktır. Ancak yaratıcılığın bireyler tarafından icat veya keşif yapma gibi algılandığı düşünülmektedir. Literatürde yaratıcılık ile ilgili bir çok tanım yapılmıştır.

Yaratıcılık bir ürünün ortaya çıkarılması, bir bilimsel buluş, bir düşünme tarzı, bir probleme yönelik çözümün bulunmasıdır. Yaratıcılık kavramı içerisinde bir şeyi yoktan var etme anlamı yoktur, yaratıcılık kişinin zihinde depolamış olduğu bilgileri arasında daha önce başkasının farkında olmadığı ilişkileri görmesi ve bu ilişkileri açığa çıkarması sürecidir (Yılmaz ve İraz, 2013: 832). Yaratıcılık, eski düşüncelerden yeni sentezler yapılması ve eski düşüncelere yeni kimlikler verilmesidir (Demirci, 2007: 68). Yaratıcılık, çözüme ulaşabilmek için bütün önerilere farklı bir şekilde bakabilme yeteneği (Ceylan ve Savi, 2003), yeni veya daha iyi ürünler, hizmetler ve uygulamalar meydana getirebilmek için fikirler üretme (Özçen, 2005: 43), geçerli ve yeni fikirler geliştirilmesiyle sonuçlanan fikrî süreç (Derin ve Demirel, 2011) var olan ürünlerin benzersiz ürünlere dönüştürülmesini içeren bir süreç, yeni ve farklı bir şey yapmak (Erdoğan, 2006: 98), ürünlerin oluşturulduğu bir süreç (Amabile, 1996: 245), kalıplarından kurtulma (Genç, 2007: 23) şeklinde birçok farklı tanımları yapılmıştır.

Örgütlerde yaratıcılığın tanımı, çalışanların veya toplu ortamlarda görev alan çalışanların oluşturduğu gruplar ile yeni fikirlerin oluşturulması anlamını taşımaktadır (Zhang ve Bartol, 2010: 113). İş yaşamında yaratıcılık, hem özgün fikirler üretme hem de ilerleme gerçekleşirken karşılaşılabilecek problemleri ortadan kaldıran bir etken olarak bilinmektedir (Bharadwaj ve Menon, 2000: 427). Yenilikçilik yaratıcılık ile geliştirilmiş fikir ya da ürünün örgüt içerisinde kullanılması olarak ifade edilebilir. Örgütsel yaratıcılık, yöneticilerin ve örgüt çalışanlarının süreçler, ürünler ve hizmetler üzerine yeni ve özgün fikirler ortaya çıkartmasıdır (Çelik vd., 2014: 103). İlgili literatürde, örgütsel yaratıcılık; bireysel yaratıcılık, yönetsel yaratıcılık ve toplumsal yaratıcılık olmak üzere üç alt boyutta incelenmiştir. Bireysel yaratıcılık bireyin kendi özellikleriyle ilgili bir durumu ifade eder. Yönetsel yaratıcılık, örgüt içindeki kişilere yaratıcı özelliklerin kazandırılmasını kapsar (Genç, 2007: 26). Toplumsal yaratıcılık ise, tek olarak yaratıcı olguları kapsamaz ama, bireye ve örgüte yönelik yaratıcılığa fırsat sağlayan toplumsal ve çevresel koşulları oluşturur (Kwasniewska ve Necka, 2004: 189-190).

Örgütsel yaratıcılık, örgüt iş ve işlemlerinde yaratıcı düşüncenin kullanılmasıdır (Shalley ve Gilson, 2004: 37). Süreçlerin tüm çalışanlar üzerinde saydam bir yapıya getirilmesi durumu olarak tanımlanan açık politika faktörü örgütsel yaratıcılığı etkilemektedir. Örgüt yönetimi ile çalışanların iletişimi şeffaf bir yapı sayesinde daha da kuvvetlenecektir (Zhou ve George, 2001: 691). Örgütsel yaratıcılık kültürü yerleşmiş olan kurum ve kuruluşlar, yaratıcı ve farklı bakış açısına sahip bireylere istihdam ederler. İş ortamının ve yapılan işin yaratıcı özellikler taşımasının çalışanların iş doyumunu ve verimliliği üzerinde pozitif etkiler bıraktığı belirtilmektedir (Koestner vd., 1999: 104). Örgütsel yaratıcılığın sağlanmasında, çalışanlarda yaratıcılık kavramının oluşması ve geliştirilmesinde, bağımsız düşünebilme, geleceğe yönelik bakış açısı, tutum ve davranış bütünlüğü, yüksek bir kültürel güç, hoşgörü, cesaret, kararlılık ve azim önemli rol oynamaktadır (Amabile, 1996: 247).

Örgütlerde yaratıcılığın geliştirilmesi ve desteklenmesinde bireylerin olumlu ruh halinde olmaları önemlidir. Olumlu ruh hâli sahibi çalışanlar kendiliğinden fırsatları yakalayabildikleri bilinmektedir (Zhou ve George, 2001: 693). Yaratıcılığı artırmanın başka bir yolunun ise bilgi toplamak olduğu söylenebilir. Bu sebeple çalışanların işleri ilgili her şey hakkında bilgi sahibi olması istenir (Mumford vd., 2002: 713). Sadece özgür fikirlere sahip çalışanlar yaratıcılık geliştirmeyi başarabilen çalışanlardır. İçsel motivasyon, beceri ve bilişsel yetenekler, çalışanların örgütlerdeki yaratıcılıklarını ortaya çıkarmalarını sağlamaktadır. İçsel motivasyonu gelişmiş olan çalışanlar kendi kendini yöneten, yaptıkları işlerden güçlenen, yaşadığı zorluklar karşısında savaştan ve dışsal motivasyon kaynaklarından etkilenmeyen bireyler olarak tanımlanabilir (Rhoades ve Eisenberger, 2002: 705). Yaratıcılık desteklenmek isteniyorsa ilk olarak kabul edilmeli ve destekleyici bir iklim oluşturulmalıdır (Madjar, Oldham ve Pratt, 2002: 763). Pozitif bir örgütsel kültür, yaratıcı davranışların açığa çıkarılmasında rol oynamakta ve doyum noktasına ulaşılmasını sağlamaktadır (Kletke, Mackay, Barr, ve Jones, 2001).

### 3. İSTATİSTİK ANALİZ

#### 3.1. Çalışmanın Amacı ve Önemi

Dünyada son yıllarda büyük önem kazanan yenilikçi iş davranışı kavramı; kişilerin veya örgütlerin, yenilikçiliği uygulaması ve özümsemesidir. Günümüzde, tüm ülkelerin en önemli hedeflerinden biri, bilimde veya teknolojiye oluşan yenilikçi unsurlara yönelik, kişilerin eğitilmesi, bilgi toplumuna hazırlanmasını kapsar. Gelişmekte olan toplumun giderek artış gösteren ihtiyaçlarına cevap vermekle yükümlü üniversitelerin, öğrencilerin eğitiminde yenilikçi davranışları benimsemesi beklenir. Akademisyenler, öğrencilerin üniversite eğitiminde önemli rol oynar. Akademisyenlerin uzmanlık alanlarına uygun olarak kendilerini yenileme çabaları, teknoloji ile bütünleşik biçimde derslerini sunabilmeleri günümüzde bir koşul haline gelmiştir. “Sürekli öğrenme” becerisi kazanmak ve bunu öğretme aşamalarına yansıtma, öğrencilere yenilikçi davranış yaşam tarzına dair liderlik edecektir. Bu çalışmanın amacı, ülkemizin geleceğinin garantisi gençlerimizin eğitim aldığı üniversitede görev yapmakta olan akademisyenlerin yenilikçi iş davranışının örgütsel yaratıcılık üzerindeki etkilerini ortaya koymaktır.

#### 3.2. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın ana hipotezi, yenilikçi iş davranışı ile örgütsel yaratıcılığın anlamlı ilişkili olduğudur.

**Tablo 1.** Araştırmanın Hipotezleri

	Yön	Hipotezler
H1	BKD→ÖB (ana hipotez)	Yenilikçi iş davranışı (YİD) ve örgütsel yaratıcılık (ÖY) istatistik anlamlı ilişkilidir.
H2	(Alt hipotez)	Yenilikçi iş davranışı alt boyutları fikir üretme, araştırma, destekleme ve uygulama ile örgütsel yaratıcılık anlamlı ilişkilidir.

#### 3.3. Evren ve Örneklem

Çalışmanın evrenini, İstanbul’da faaliyet gösteren vakıf ve devlet üniversitelerinde görev yapan akademik kadro oluşturmaktadır. Yüksek Öğretim Kurumu (YÖK) akademisyen sayısı istatistikleri 2020’ye göre; İstanbul’da vakıf ve devlet üniversitesi toplam akademisyen sayısı ( araştırma görevlisi, öğretim görevlisi, doktor öğretim üyesi, doçent ve profesör) 36.896 kişiden oluşmaktadır. Örneklem yöntemi olarak “basit tesadüfi örneklem” uygulanmıştır.

Anketleri, 01.03.2021 ile 30.05.2021 tarihlerini kapsayan zaman dilimi içinde, mail aracılığı ile akademisyenlerden doldurmaları istenmiştir. ([https://docs.google.com/forms/d/m/1ALPpQLSd8wZKLYklomh5YVNtbrTDFSA2\\_BcDv8YQ-czHf9j0WQNGDKw/viewform?vc=0&c=0w=1](https://docs.google.com/forms/d/m/1ALPpQLSd8wZKLYklomh5YVNtbrTDFSA2_BcDv8YQ-czHf9j0WQNGDKw/viewform?vc=0&c=0w=1)). Bir anakütleden çekilecek olan örneklem sayısının ne olacağı Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004) tarafından oluşturulan tablo içinde, “0.05 örneklem hatası için  $p=0.50$  ve  $q=0.50$  için 381” kişi olarak belirlenmiştir. Bu çalışmada, 400 örneklem ile analizler gerçekleştirilmiştir.

#### 3.4. Veri Toplama Aracı

**Yenilikçi İş Davranışı Ölçeği:** “De Jong & Den Hartog (2010)” tarafından geliştirilen Yenilikçi Davranış Ölçeği (YDÖ) Çimen ve Yücel (2017) tarafından Türkçe geçerlik-güvenirlik çalışması yapılmıştır. Toplam 10 maddeden oluşan ölçekte, fikir üretme, araştırma, destekleme ve uygulama olmak üzere 4 alt boyut bulunmaktadır.

**Örgütsel Yaratıcılık Ölçeği:** Ölçek, Balay (2010) çalışmasında, bireysel, yönetsel ve toplumsal yaratıcılıktan oluşan üç alt boyutu ve 32 maddeden oluşmaktadır. Ölçekte ters madde yoktur. Bireysel yaratıcılık Cronbach-Alfa değeri 0,92, yönetsel yaratıcılık için 0,93 ve toplumsal yaratıcılık için 0,95 olarak hesaplanmıştır.

Ölçekler, “1- Kesinlikle katılmıyorum” ve “5- Kesinlikle katılıyorum” sıralamasında 5’li Likert tipi yapıdadır.

### 3.5. Araştırmanın Bulguları ve Yorumları

- Katılımcıların %34,6’sı erkek iken, %65,4’ü kadındır.
- Katılımcıların %3,1’i ön lisans/lisans, %25,8’i yüksek lisans ve %71,0’i doktora mezunudur.
- Katılımcıların %57,1’i evli iken, %42,9’u bekarıdır.
- Katılımcıların %55,6’sı vakıf üniversitesi, %44,4’ü devlet üniversitesinde çalışmaktadır.
- Katılımcıların %28,5’inin meslekteki çalışma süresi 1-5 yıl, %20,1’inin 6-10 yıl, %12,6’sının 11-15 yıl ve %38,8’inin 15 yıl ve üzerindedir.
  - Çalışanların %22,2’si Araştırma Görevlisi, %23,8’i Dr. Öğretim Üyesi, %20,4’ü doçent, %19,6’sı profesör ve %14’ü uzman/ okutman/öğretim görevlisidir.

### 3.6. Korelasyon Analizi Sonuçları

Yenilikçi iş davranışı ve örgütsel yaratıcılık için korelasyon analizi sonuçları Tablo 4’de verilmiştir.

**Tablo 2.** Korelasyon Analizi Sonuçları

		Yetenek İş Davranışı	Örgütsel Yaratıcılık
Yetenek İş Davranışı	r	1.000	.346*
	p		.000
Örgütsel Yaratıcılık	r		1.000
	p		---

\*0.05 için anlamlı ilişki

Ele alınan boyutlar birbiriyle pozitif yönde anlamlı ilişkili çıkmıştır. Yenilikçi iş davranışı arttıkça örgütsel yaratıcılık %34,6 artış göstermektedir.

### 3.7. Regresyon Analizi Sonuçları

Çalışmada, Yenilikçi iş davranışı bağımsız değişken ve örgütsel yaratıcılık bağımlı değişken olarak ele alınmıştır. Diğer aşamada yenilikçi işdavranışı alt boyutları bağımsız değişken olarak ele alınmış, örgütsel yaratıcılık üzerinde etkileri incelenmiştir. Varsayımların sağlanması amaçlı Eviews 10.0 sürümü içinde bulunan Newey-West algoritmasıyla analizler gerçekleştirilmiştir.

**Tablo 3.** Regresyon Analizi Tahmin Sonuçları

Bağımlı Değişken: Örgütsel Yaratıcılık	Katsayı	St. hata	t İstatistiği	p
Sabit	0.781	0.124	6.298	0.000*
Yetenek İş Davranışı	0.367	0.065	5.646	0.001*
$R^2=0.543$ $F_{hesap}=23.76$ $F_{anlamlılık}=0.000$ Harvey test (p)=0.109 LM test (p)=0.123 Jarque-Bera (p)=0.211				
Bağımlı Değişken: Örgütsel Yaratıcılık	Katsayı	St. hata	t İstatistiği	p
Sabit	0.895	0.166	5.391	0.007*
Üretme	0.369	0.082	4.501	0.000*
Araştırma	0.318	0.043	7.395	0.009*
Destekleme	0.241	0.075	3.213	0.000*
Uygulama	0.312	0.064	4.875	0.000*
$R^2=0.656$ $F_{hesap}=30.93$ $F_{anlamlılık}=0.000$ Harvey test (p)=0.125 LM test (p)=0.116 Jarque-Bera (p)=0.269				

\*0.05 için anlamlı ilişki

Tablo 3'e göre, yenilikçi iş davranışı 1 br. arttığında örgütsel yaratıcılık 0.367 br. artacağı görülmüştür. Diğer yandan; alt boyutlardan üretme 1 br. arttığında örgütsel yaratıcılığın 0.369 br. artacağı, araştırma 1 br. arttığında örgütsel yaratıcılığın 0.318 br. artacağı, destekleme 1 br. arttığında örgütsel yaratıcılığın 0.241 br. artacağı, uygulama 1 br. arttığında örgütsel yaratıcılığın 0.312 br. artacağı belirlenmiştir. Alt boyular için, örgütsel yaratıcılık üzerinde en büyük etki üretme ve araştırma iken, en az etki destekleme ve uygulama olarak belirlenmiştir. Böylece, ana ve alt hipotezler doğrulanmıştır.

#### 4. SONUÇ

Akademisyenlerin işlerinin önemli kısmı yenilikçi olmaktan geçer. Buna bağlı olarak, yenilikçi fikirlerin üretimi, yenilikçi fikirlerin benimsenmesi, desteklenmesi ve uygulanması aşamalarını takip ederek, meslekteki verimliliklerini arttıracaklardır. Yenilikçi süreç, örgütsel yapıda farklı birim çalışanlarının yeni bir fikrin uygulaması amacıyla iyi çalışan bir sistem içinde bulunmasını ve adapte olmasını sağlayacaktır. Bu sisteme bağlı olarak, "yenilikçi kültürün" oluşmasında örgütte çalışanların yaratıcılık ve yenilikçilik kapasitesi belirleyici olur.

Çalışmanın amacı İstanbul'da vakıf ve devlet üniversitelerinde görev yapan akademisyenlerin yenilikçi iş davranışlarının örgütsel yaratıcılık üzerindeki etkilerini ortaya koymaktır. Korelasyon analizi sonucunda, ele alınan boyutlar birbiriyle pozitif yönde anlamlı ilişkili çıkmıştır. Yenilikçi iş davranışı arttıkça örgütsel yaratıcılık %34,6 artış göstermektedir. Regresyon analizi sonucunda, yenilikçi iş davranışı 1 br. arttığında örgütsel yaratıcılık 0.367 br. artacağı görülmüştür. Alt boyutlardan üretme 1 br. arttığında örgütsel yaratıcılığın 0.369 br. artacağı, araştırma 1 br. arttığında örgütsel yaratıcılığın 0.318 br. artacağı, destekleme 1 br. arttığında örgütsel yaratıcılığın 0.241 br. artacağı, uygulama 1 br. arttığında örgütsel yaratıcılığın 0.312 br. artacağı belirlenmiştir. Örgütsel yaratıcılık üzerinde en büyük etki üretme ve araştırma iken, en az etki destekleme ve uygulama olarak belirlenmiştir.

Özellikle, akademisyenlerin yenilikçilik kabiliyetlerinin düzeyinin artırılması için inovatif araştırmalara gereksinim duyulur. Bu nedenle, yenilikçiliği üst düzeye taşıyacak yöntemlere ihtiyaç vardır. İnovatif yöntemlerin içselleştirilmesi ve üniversite eğitimine genel olarak yansıtılması gerekliliği ortadadır. Akademisyenlerin yaratıcılık kapasitelerinin arttırılacağı, eğitimcilerin kendilerini geliştirmelerinin ve sürdürülebilir kılmasının sağlanmasına zemin hazırlayacak üniversite ortamının oluşturulmasına gereklilik vardır. Bu yüzden, yöneticilerin yaratıcı faaliyetleri destekleyen bir anlayışa fırsat sunması, akademisyenlerin hedeflerine ulaşma konusunda olumlu olacak izlenecek yol ve metodlar hakkında yardımcı olması, ekip çalışmasının önemini kavratacak eylemleri hayata geçirmesi şarttır.

Örgütsel yaratıcılık, firmalar açısından çok irdelenmiş ve çalışılmış bir konu iken, eğitim alanının özelinde üniversiteler için daha az ilgi odağı bir konu olmuştur. Bu çalışma ile literatüre bu yönlü katkı sağlanacağı düşünülmektedir. Çalışma İstanbul ili sınırlı kalmıştır, farklı iller düzeyinde ve merkez- anadolu üniversiteleri, özel okul-devlet okulu ya da vakıf-devlet üniversitesi açısından değişik bölgeler bazında incelenmesi önerilebilir.

#### KAYNAKÇA

- Akkoç, İ., Turunç, Ö. Ve Çalışkan, A. (2011). "Gelişim Kültürü Ve Lider Desteğinin Yenilikçi Davranış Ve İş Performansına Etkisi: İş-Aile Çatışmasının Aracılık Rolü", *The Journal Of Industrial Relations And Human Resources*, 13(4): 83-114.
- Amabile, T. M. (1996). "Creativity And Innovation İn Organizations". *Harvard Business School Background Note*: 239-396.
- Bharadwaj, S., & Menon, A. (2000). "Making Innovation Happen İn Organizations: Individual Creativity Mechanism, Organizational Creativity Mechanism Or Both?". *Journal Of Product Innovation Management*, 17(6): 424-434.
- Bysted, R. (2013). "Innovative Employee Behaviour: The Moderating Effects Of Mental Involvement And Job Satisfaction On Contextual Variables". *European Journal Of Innovation Management*, 16(3): 268-284.
- Canadian Dairy Commission, (2010). "Feature Article: Innovation: Why Is It So Important?", *The Experts' Forum*, 1-6.
- Ceylan, A., & Savi, F. Z. (2003). "Örgütsel Yaratıcılığı Etkileyen Faktörler Üzerine Bir Araştırma". *İ. Ü. Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 29.

- Chang, L. C., & Liu, C. H. (2008). "Employee Empowerment, Innovative Behavior And Job Productivity Of Public Health Nurses: A Cross-Sectional Questionnaire Survey". *International Journal Of Nursing Studies*, 45(10): 1442-1448.
- Çelik, A., İraz, R., Çakıcı, A. & Çelik, N. (2014). "The Effects Of Employee Empowerment Applications On Organizational Creativity And Innovativeness In Enterprises: The Case Of Oiz". *European Scientific Journal*, 10(10): 99-107.
- Çıtak, S. (2017). "Duygusal Zeka İle Yenilikçi İş Anlayışı Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma Mersin İli Örneği". *Toros Üniversitesi*, 132.
- Çimen, İ. & Yücel, C. (2017). "Innovative Behavior Scale (Iwb): Adaptation To Turkish Culture". *Cumhuriyet International Journal Of Education*, 6(3), 365-381.
- De Jong, J. P.J. & Den Hartog, D. N. (2008). "Innovative Work Behavior: Measurement And Validation". *Measuring Innovative Work Behaviour. Creativity And Innovation Management*, 19(1): 23-35.
- Demirci, C. (2007). "Fen Bilgisi Öğretiminde Yaratıcılığın Erişi Ve Tutuma Etkisi". *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, (32): 65-75.
- Demirel, Y., & Seçkin, Ö. G. Z. (2008). "Bilgi Ve Bilgi Paylaşımının Yenilikçilik Üzerine Etkileri", *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(1): 189-202.
- Derin, N., & Demirel, E. T. (2011). "Örgütsel Yaratıcılığın Self Organizasyon Oluşumuna Etkisi". *Organizasyon Ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 3(2).
- Downey, J. (2007). "Innovation Management". *Topic Gateway Series*, 38(1): 1-11.
- Ellonen, R., Blomqvist, K., & Puimalainen, K. (2008). "The Role Of Trust In Organisational Innovativeness", *European Journal Of Innovation Management*, 11(2): 160-181.
- Erdoğan, D. G., & Güneş, D. Z. (2013). "The Relationship Between Individual Innovativeness And Change Readiness Conditions Of Students Attending Faculty Of Education". *Procedia-Social And Behavioral Sciences*, 106 (1): 3033-3040.
- Erdoğan, M. Y. (2006). "Yaratıcılık İle Öğretmen Davranışları Ve Akademik Başarı Arasındaki İlişkiler". *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 5(17): 95-106.
- Genç, N. (2007). *Yönetim Ve Organizasyon Çağdaş Sistemler Ve Yaklaşımlar*. İstanbul:Seçkin Yayıncılık.
- Hannemann-Weber, H., Kessel, M., Budysh, K. & Schultz, C. (2011). "Shared Communication Processes Within Healthcare Teams For Rare Diseases And Their Influence On Healthcare Professionals' Innovative Behavior And Patient Satisfaction", *Implementation Science*, 6(1): 1-7.
- İbrahim, H. I, Isa, A., & Shahbudin A. S. (2016). "Organizational Support And Creativity: The Role Of Developmental Experiences As A Moderator". *Procedia Economics And Finance*, 35(1): 509-511.
- Kletke, M. G., Mackay, J. M., Barr, S. H., & Jones, B. (2001). "Creativity In The Organization: The Role Of Individual Creative Problem Solving And Computer Support". *International Journal Human-Computer Studies*, 55(3): 217-237.
- Kleysen, R. F., & Street, C. T. (2001). "Toward A Multi-Dimensional Measure Of Individual Innovative Behavior", *Journal Of Intellectual Capital*, 2(3): 284-296.
- Koestner, R., Walker, M., & Fichman, L.(1999). "Childhood Parenting Experiences And Adult Creativity". *Journal Of Research In Personality*, 33(1): 92-107.
- Kogut, B., & Zander, U. (1992). "Knowledge Of The Firm, Combinative Capabilities, And The Replication Of Technology", *Organization Science*, 3(3): 383-397.
- Kwasniewska, J., & Necka, E. (2004). "Perception Of The Climate For Creativity In The Workplace: The Role Of The Level In The Organization And Gender". *Creativity And Innovation Management*, 13(3): 187-196.
- Li, X., & Zheng, Y. (2014). "The Influential Factors Of Employees' Innovative Behavior And The Management Advices", *Journal Of Service Science And Management*, 7(6): 446.



- 
- Madjar, N., Oldham, G. R., & Pratt, M. G. (2002). "There's No Place Like Home? The Contributions Of Work And Nonwork Creativity Support To Employees' Creative Performance". *Academy Of Management Journal*, 45(4): 757-767.
- Mumford, M. D., Scott, M. G., Gaddis, B. & Strange, J. (2002). "Leading Creative People: Orchestrating Expertise And Relationships". *The Leadership Quarterly*, 13(6): 705- 750.
- Oldham, G. R., & Cummings, A. (1996). "Employee Creativity: Personal And Contextual Factors At Work". *Academy Of Management Journal*, 39(3): 607-634.
- Özçen, N. (2005). *Yönetimde Yaratıcılık Ve Yenilikçilik*. İstanbul: Rota Yayıncılık.
- Rhoades, L., & Eisenberger, R. (2002). "Perceived Organizational Support: A Review Of The Literature". *Journal Of Applied Psychology*, 87(4): 698-714.
- Schmansky, S. (2014). "The Effect Of A High-Commitment Work System On Innovative Behavior Of Employees". Bachelor's Thesis, University Of Twente.
- Scott, S. G., & Bruce, R. A. (1994). "Determinants Of Innovative Behavior: A Path Model Of Individual Innovation In The Workplace". *Academy Of Management Journal*, 37(3): 580-607.
- Scott, S. G., & Bruce, R. A. (1994). "Determinants Of Innovative Behavior: A Path Model Of Individual Innovation In The Workplace", *Academy Of Management Journal*, 37(3): 580-607.
- Shalley, C. E., & Gilson, L. L. (2004). "What Leaders Need To Know: A Review Of Social And Contextual Factors That Can Foster Or Hinder Creativity", *The Leadership Quarterly*, 15(1): 33-53.
- Shalley, C. E., Zhou, J., & Oldham, G. R. (2004). "The Effects Of Personal And Contextual Characteristics On Creativity: Where Should We Go From Here?", *Journal Of Management*, 30(6): 933-958.
- Simonton, D. K. (2000). "Creative Development As Acquired Expertise: Theoretical Issues And An Empirical Test". *Developmental Review*, 20(2): 283-318.
- West, M. A. (2002). "Sparkling Fountains Or Stagnant Ponds: An Integrative Model Of Creativity And Innovation Implementation In Work Groups". *Applied Psychology*, 51(3): 355-387.
- West, M. A., & Farr, J. L. (1989). "Innovation At Work: Psychological Perspectives". *Social Behaviour*, 4(1): 15-30.
- Yılmaz, A., & İraz, R. (2013). "Örgütsel Yaratıcılık Kültürü Bağlamında Çalışanların Yaratıcılık Yönetimine İlişkin Tutumlarının Değerlendirilmesi: Konya İli Devlet Ve Katılım Bankaları Örneği". *The Journal Of Academic Social Science Studies*, 6(5): 829-855.
- Zhang, X., & Bartol, K. (2010). "Linking Empowering Leadership And Employee Creativity: The Influence Of Psychological Empowerment, Intrinsic Motivation And Creative Process Engagement". *Academy Of Management Journal*, 53(1): 107-128.
- Zhou, J., & George, J. (2001). "When Job Dissatisfaction Leads To Creativity: Encouraging The Expression Of Voice". *Academy Of Management Journal*, 44(4): 682-696.

