Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

İşletme Anabilim Dalı

Yönetim Organizasyon ve Örgütsel Davranış Bilim Dalı

YARATICI ÖZ YETERLİLİĞİN YENİLİKÇİ İŞ DAVRANIŞI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE İNOVASYON KÜLTÜRÜNÜN DÜZENLEYİCİLİK ROLÜ: BİLGİ TEKNOLOJİLERİ SEKTÖRÜNDE BİR ALAN ARAŞTIRMASI

Kerem Arda DAĞ

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2026

YARATICI ÖZ YETERLİLİĞİN YENİLİKÇİ İŞ DAVRANIŞI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE İNOVASYON KÜLTÜRÜNÜN DÜZENLEYİCİLİK ROLÜ: BİLGİ TEKNOLOJİLERİ SEKTÖRÜNDE BİR ALAN ARAŞTIRMASI

Kerem Arda DAĞ

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

İşletme Anabilim Dalı

Yönetim Organizasyon ve Örgütsel Davranış Bilim Dalı

Yüksek Lisans Tezi

Ankara, 2026

KABUL VE ONAY

Kerem Arda DAĞ tarafından hazırlanan "Yaratıcı Öz Yeterliliğin Yenilikçi İş Davranışı Üzerindeki Etkisinde İnovasyon Kültürünün Düzenleyicilik Rolü: Bilgi Teknolojileri Sektöründe Bir Alan Araştırması" başlıklı bu çalışma, 09/01/2026 tarihinde yapılan savunma sınavı sonucunda başarılı bulunarak jürimiz tarafından Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

_____

Prof. Dr. Mustafa Kılıç (Başkan)

_____

Prof. Dr. Semra Güney (Danışman)

_____

Prof. Dr. Özge Tayfur Ekmekci (Üye)

_____

Doç. Dr. Öznur Aşan (Üye)

_____

Doç. Dr. Çağlar Doğru (Üye)

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduğunu onaylarım.

Prof. Dr. Uğur ÖMÜRGÖNÜLŞEN
Enstitü Müdürü

YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI

Enstitü tarafından onaylanan lisansüstü tezimin/raporumun tamamını veya herhangi bir kısmını, basılı (kağıt) ve elektronik formatta arşivleme ve aşağıda verilen koşullarla kullanıma açma iznini Hacettepe Üniversitesine verdiğimi bildiririm. Bu izinle Üniversiteye verilen kullanım hakları dışındaki tüm fikri mülkiyet haklarım bende kalacak, tezimin tamamının ya da bir bölümünün gelecekteki çalışmalarda (makale, kitap, lisans ve patent vb.) kullanım hakları bana ait olacaktır.

Tezin kendi orijinal çalışmam olduğunu, başkalarının haklarını ihlal etmediğimi ve tezimin tek yetkili sahibi olduğumu beyan ve taahhüt ederim. Tezimde yer alan telif hakkı bulunan ve sahiplerinden yazılı izin alınarak kullanılması zorunlu metinlerin yazılı izin alınarak kullandığımı ve istenildiğinde suretlerini Üniversiteye teslim etmeyi taahhüt ederim.

Yükseköğretim Kurulu tarafından yayınlanan ***"Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge"*** kapsamında tezim aşağıda belirtilen koşullar haricince YÖK Ulusal Tez Merkezi / H.Ü. Kütüphaneleri Açık Erişim Sisteminde erişime açılır.

- Enstitü / Fakülte yönetim kurulu kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren 2 yıl ertelenmiştir. (1)
- Enstitü / Fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile tezimin erişime açılması mezuniyet tarihimden itibaren ... ay ertelenmiştir. (2)
- Tezimle ilgili gizlilik kararı verilmiştir. (3)

09/01/2026

Kerem Arda DAĞ

1 "Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge"

*(1) Madde 6. 1. Lisansüstü tezle ilgili patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda, tez **danışmanının** önerisi ve **enstitü anabilim dalının** uygun görüşü üzerine **enstitü** veya **fakülte yönetim kurulu** iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.*

*(2) Madde 6. 2. Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış ve internetten paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkanı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez **danışmanının** önerisi ve **enstitü anabilim dalının** uygun görüşü üzerine **enstitü** veya **fakülte yönetim kurulunun** gerekçeli kararı ile altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.*

*(3) Madde 7. 1. Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, **tezin yapıldığı kurum** tarafından verilir *. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, **ilgili kurum ve kuruluşun önerisi** ile **enstitü** veya **fakültenin** uygun görüşü üzerine **üniversite yönetim kurulu** tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.*

Madde 7.2. Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.

****** Tez **danışmanının** önerisi ve **enstitü anabilim dalının** uygun görüşü üzerine **enstitü** veya **fakülte yönetim kurulu tarafından karar verilir.***

ETİK BEYAN

Bu çalışmadaki bütün bilgi ve belgeleri akademik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi, görsel, işitsel ve yazılı tüm bilgi ve sonuçları bilimsel ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu, kullandığım verilerde herhangi bir tahrifat yapmadığımı, yararlandığım kaynaklara bilimsel normlara uygun olarak atıfta bulunduğumu, tezimin kaynak gösterilen durumlar dışında özgün olduğunu, **Prof. Dr. Semra GÜNEY** danışmanlığında tarafımdan üretildiğini ve Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Yönergesine göre yazıldığını beyan ederim.

Kerem Arda DAĞ

TEŞEKKÜR

Yüksek lisans tez çalışmam süresince bilgi ve deneyimlerini benimle paylaşan, yönlendirmeleri ve yapıcı eleştirileriyle akademik gelişimime önemli katkılar sağlayan, her aşamada desteğini hissettiren değerli danışmanım Prof. Dr. Semra Güney'e en içten teşekkürlerimi sunarım.

Tez çalışmamı değerlendirme sürecinde zaman ayırarak değerli görüş ve katkılarını paylaşan jüri başkanım Prof. Dr. Mustafa Kılıç'a ve jüri üyeleri Prof. Dr. Özge Tayfur Ekmekci, Doç. Dr. Öznur Aşan ve Doç. Dr. Çağlar Doğru'ya teşekkür ederim.

Akademik yolculuğum boyunca bana sabırla destek olan, anlayışları ve moral veren yaklaşımlarıyla her zaman yanımda olan eşim Elif Merve Dağ ve en büyük motivasyon kaynağım oğlum Ömer Mete Dağ'a sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

ÖZET

DAĞ, Kerem Arda. *Yaratıcı Öz Yeterliliğin Yenilikçi İş Davranışı Üzerindeki Etkisinde İnovasyon Kültürünün Düzenleyicilik Rolü: Bilgi Teknolojileri Sektöründe Bir Alan Araştırması*, Yüksek Lisans Tezi, Ankara, 2026.

Bu çalışmanın amacı, yaratıcı öz yeterliliğin yenilikçi iş davranışı üzerindeki etkisinde inovasyon kültürünün düzenleyici rolünü incelemektir. Bu kapsamda inovasyon kültürünün 6 alt boyutu olan inovasyonu destekleyen örgütsel değerler, inovasyona yönelik lider davranışları, inovatif çalışma iklimi, inovasyonu destekleyen örgütsel kaynaklar, inovasyonu destekleyen örgüt içi süreçler ve inovasyonu destekleyen örgütsel başarı ele alınmıştır. Çalışmanın modeli Sosyal Bilişsel Teori, Örgütsel Öğrenme Teorisi, Amaca Yönelik Motivasyon Teorisi, Yenilikçi Davranış Teorisi, Kaynak Temelli Yaklaşım ve Dönüşümsel Liderlik Teorisi çerçevesinde değerlendirilmiştir. Araştırmanın örneklemi bilgi teknolojileri sektöründe faaliyet gösteren örgütlerde görev yapan çalışanlardan oluşmaktadır. Veri katılımcılardan çevrimiçi anket yoluyla ve kartopu örneklem yöntemiyle toplanmıştır. Bu anlamda 249 kişiden elde edilen veriler analize dahil edilmiştir. Çalışanların inovasyon kültürü düzeylerini ölçmek için Rao ve Weintraub'un (2013) geliştirdiği İnovasyon Kültürü Anketi (Innovation Quotient Model), yaratıcı öz yeterliliklerini ölçmek için Tierney ve Farmer (2002) tarafından geliştirilen Yaratıcı Öz Yeterlilik Ölçeği ve yenilikçi iş davranışlarını ölçmek için De Jong ve Den Hartog (2010) tarafından geliştirilen Yenilikçi Davranış Ölçeği kullanılmıştır. Veri seti IBM SPSS 25 ile incelenerek analize hazır hale getirilmiştir. Doğrulayıcı faktör analizi AMOS 24 ile yapılmıştır. Düzenleyicilik ilişkisi Process Makro (Model 1) ve AMOS ile analiz edilmiştir. Çalışma bulgularına göre yaratıcı öz yeterliliğin yenilikçi iş davranışının önemli ve anlamlı bir yordayıcısı olduğu bulunmuştur. Ancak Process Makro'da inovasyon kültürünün alt boyutlarının bu ilişkide düzenleyici bir role sahip olmadığı tespit edilmekle beraber AMOS ile yapılan düzenleyicilik analizinde inovatif çalışma iklimi ile inovasyonu destekleyen örgüt içi süreçler değişkenlerinin yenilikçi iş davranışı üzerinde anlamlı ve pozitif etkileri olduğu belirlenmiştir. Tartışma ve sonuç bölümlerinde bu farklılık ve analiz sonuçları detaylandırılarak yorumlanmıştır.

Anahtar Sözcükler

Yaratıcılık, Öz Yeterlilik, Yaratıcı Öz Yeterlilik, Yenilikçi İş Davranışı, İnovasyon Kültürü

ABSTRACT

DAĞ, Kerem Arda. *The Moderating Role of Innovation Culture in the Effect of Creative Self-Efficacy on Innovative Work Behaviour: A Field Study in the Information Technology Sector*, Master's Thesis, Ankara, 2026.

The purpose of this study is to examine the regulatory role of innovation culture in the effect of creative self-efficacy on innovative work behavior. Within this scope, the six sub-dimensions of innovation culture, namely organizational values that support innovation, leadership behaviors towards innovation, innovative work climate, organizational resources that support innovation, internal organizational processes that support innovation, and organizational success that supports innovation, are addressed. The study model was evaluated within the framework of Social Cognitive Theory, Organizational Learning Theory, Goal-Oriented Motivation Theory, Innovative Behavior Theory, Resource-Based Approach, and Transformational Leadership Theory. The sample of the study consisted of employees working in organizations operating in the information technology sector. Data were collected from participants via an online survey and snowball sampling. In this sense, data obtained from 249 individuals were included in the analysis. To measure employees' levels of innovation culture, the Innovation Culture Questionnaire (Innovation Quotient Model) developed by Rao and Weintraub (2013) was used to measure employees' levels of innovation culture, the Creative Self-Efficacy Scale developed by Tierney and Farmer (2002) was used to measure their creative self-efficacy, and the Innovative Behavior Scale developed by De Jong and Den Hartog (2010) was used to measure their innovative work behaviors. The data set was examined using IBM SPSS 25 and prepared for analysis. Confirmatory factor analysis was performed using AMOS 24. The moderating relationship was analyzed using Process Macro (Model 1) and AMOS. According to the study findings, creative self-efficacy was found to be a significant and meaningful predictor of innovative work behavior. However, while it was determined in Process Macro that the sub-dimensions of innovation culture did not play a moderating role in this relationship, the moderation analysis performed with AMOS revealed that the variables of innovative work climate and innovation-supporting internal organizational processes had meaningful and positive effects on innovative work behavior. These differences and analysis results were detailed and interpreted in the discussion and conclusion sections.

Keywords

Creativity, Self-Efficacy, Creative Self-Efficacy, Innovative Work Behavior, Innovation Culture

İÇİNDEKİLER

KABUL VE ONAY ..... **i**
YAYIMLAMA VE FİKRİ MÜLKİYET HAKLARI BEYANI ..... **ii**
ETİK BEYAN ..... **iii**
TEŞEKKÜR ..... **iv**
ÖZET ..... **v**
ABSTRACT ..... **vi**
İÇİNDEKİLER ..... **vii**
TABLOLAR DİZİNİ ..... **x**
ŞEKİLLER DİZİNİ ..... **xi**
GİRİŞ **1**
1. BÖLÜM: ALANYAZIN İNCELEMESİ **9**
1.1. YARATICI ÖZ YETERLİLİK **9**
1.1.1. Yaratıcılık 9
1.1.1.1. Yaratıcılık Teorileri 14
1.1.1.1.1. Dört C Modeli (4C Model of Creativity) 14
1.1.1.1.2. 4P Kuramsal Çerçeve (4P Theoretical Framework) 15
1.1.1.1.3. 5A Kuramsal Çerçeve (5A Theoretical Framework) 16
1.1.1.1.4. 7C Kuramsal Çerçeve (7C Theoretical Framework) 19
1.1.1.2. Yaratıcılık Süreci ve Aşamaları 20
1.1.1.3. Yaratıcılık Sürecini Etkileyen Faktörler 25
1.1.1.4. Yaratıcılığı Engelleyen Unsurlar 27
1.1.2. Öz Yeterlilik 31
1.1.2.1. Öz Yeterliliğin Temel Unsurları 34
1.1.2.2. Öz Yeterliliğin Önemi 36
1.1.3. Yaratıcı Öz Yeterlilik 39
1.1.3.1. Yaratıcı Öz Yeterliliğin Geliştirilmesi için Gerekli Faktörler 40
1.2. YENİLİKÇİ İŞ DAVRANIŞI **42**
1.2.1. İnovasyon 43
1.2.2. Yenilikçi İş Davranışı Kavramı ve Yenilikçi İş Davranışını Teşvik Eden Faktörler… 45
1.3. İNOVASYON KÜLTÜRÜ **50**
1.3.1. İnovasyon Kültürünün Boyutları 52
1.4. DEĞİŞKENLER ARASINDAKİ İLİŞKİLER **58**

1.4.1. Yaratıcı Öz Yeterlilik ile Yenilikçi İş Davranışı Arasındaki İlişki 58
1.4.2. İnovasyon Kültürü Boyutlarının Yaratıcı Öz Yeterlilik ile Yenilikçi İş Davranışı Arasındaki İlişkide Düzenleyicilik Rolü 63
2. BÖLÜM: ALAN ARAŞTIRMASI 69
2.1. YÖNTEM 69
2.1.1. Katılımcılar 69
2.1.2. Kullanılan Ölçekler 71
2.1.2.1. Demografik Değişkenler 71
2.1.2.2. İnovasyon Kültürü Ölçeği 71
2.1.2.3. Yenilikçi İş Davranışı Ölçeği 73
2.1.2.4. Yaratıcı Öz Yeterlilik Ölçeği 74
2.1.3. Araştırmada Kullanılan Analizler 75
2.1.3.1. Veri Setinin Kontrolü ve Analize Hazırlanması 75
2.1.3.2. Faktör Analizi 76
2.1.3.3. Güvenilirlik Analizi 76
2.1.3.4. Korelasyon Analizi 77
2.1.3.5. Hipotez Testi 77
2.2. BULGULAR 77
2.2.1. Veri Setinin Kontrolü ve Analize Hazırlanmasına İlişkin Bulgular 77
2.2.2. Doğrulayıcı Faktör Analizine İlişkin Bulgular 79
2.2.2.1. İnovasyon Kültürü Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları 79
2.2.2.2. Yenilikçi İş Davranışı Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları 85
2.2.2.3. Yaratıcı Öz Yeterlilik Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları 86
2.2.2.4. Üç Ölçeğin Bir Arada Olduğu Doğrulayıcı Faktör Analizi 87
2.2.3. Güvenilirlik Analizine İlişkin Bulgular 92
2.2.4. Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular 93
2.2.4.1. Demografik Değişkenler ile Yaratıcı Öz Yeterlilik Değişkeni Arasındaki İlişki 93
2.2.4.2. Demografik Değişkenler ile Yenilikçi İş Davranışı Değişkeni Arasındaki İlişki 95
2.2.4.3. Yaratıcı Öz Yeterlilik, İnovasyon Kültürü ve Yenilikçi İş Davranışı Arasındaki İlişki 96
2.2.5. Hipotez Testine Dair Bulgular 98
2.3. TARTIŞMA 108
2.3.1. Çalışma Sonuçlarının Özeti ve Yorumlanması 108

2.3.2. Araştırmanın Kısıtları ve Gelecek Çalışmalara Öneriler 114
2.3.3. Araştırmanın Katkıları 117
SONUÇ 121
KAYNAKÇA 123
EK 1. TEZ ÇALIŞMASININ ORİJİNALLİK RAPORU 154
EK 2. ETİK KURUL KARARI 158

TABLOLAR DİZİNİ

Tablo 1. 4P ve 5A Çerçevelerinin Karşılaştırılması……..17

Tablo 2. Demografik Özelliklere Ait Tanımlayıcı İstatistikler……..70

Tablo 3. İnovasyon Kültürü Ölçeği Cronbach Alfa Katsayıları…….73

Tablo 4. Yenilikçi İş Davranışı Ölçeği Cronbach Alfa Katsayıları……74

Tablo 5. Yaratıcılık Öz Yeterliliği Ölçeği Cronbach Alfa Katsayıları……...75

Tablo 6. İnovasyon Kültürü Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları……82

Tablo 7. Yenilikçi İş Davranışı Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları……..86

Tablo 8. Yaratıcı Öz Yeterlilik Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları……87

Tablo 9. Üç Ölçeğin Bir Arada Olduğu Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları……..89

Tablo 10. Demografik Değişkenler ile Tahmin Edici Değişken Arasındaki İlişkiler……94

Tablo 11. Demografik Değişkenler ile Sonuç Değişkeni Arasındaki İlişki……96

Tablo 12. Tahmin Edici Değişken ve Sonuç Değişkenleri Arasındaki İlişki…….98

Tablo 13. Yapısal İlişkilere Ait Regresyon Katsayıları……..106

ŞEKİLLER DİZİNİ

Şekil 1. Yaratıcılığın 5A'sının Entegrasyonu……18

Şekil 2. Rao ve Weintraub, İnovasyon Kültürü Modeli, 2013……...55

Şekil 3. Araştırma Modeli……...68

Şekil 4. İnovasyon Kültürü Ölçeği Ölçüm Modeli…….81

Şekil 5. Yenilikçi İş Davranışı Ölçeği Ölçüm Modeli……85

Şekil 6. Yaratıcı Öz Yeterlilik Ölçeği Ölçüm Modeli…….....87

Şekil 7. Üç Ölçeğin Bir Arada Olduğu Ölçüm Modeli……...88

Şekil 8. Yapısal Eşitlik Modellemesi…….105

Şekil 9. Düzenleyici Model Sonuçları……108

GİRİŞ

Günümüzde örgütlerin sürdürülebilir rekabet avantajı elde edebilmeleri, yalnızca mevcut kaynakları etkin biçimde kullanmalarına değil, aynı zamanda yenilikçi düşünce yapısını ve yaratıcılığı kurumsal düzeyde teşvik edebilmelerine bağlıdır. Bu bağlamda, örgütlerde inovasyon kültürü oluşturmak ve bu kültürü sürdürülebilir kılmak kritik bir stratejik hedef haline gelmiştir. İnovasyon kültürü, bireysel yaratıcılığın kurumsal değerlerle ve yapılarla desteklenmesini gerektirir. Bu süreçte bireysel faktörler kadar örgütsel değerler, liderlik tarzı, iklim, kaynaklar, iç süreçler ve örgütsel başarı düzeyi de önemli rol oynamaktadır.

Bu çalışmada, yaratıcı öz yeterlilik ile yenilikçi iş davranışları arasındaki ilişki incelenmekte ve bu ilişkinin örgütsel bağlamda hangi değişkenlerce etkilendiği araştırılmaktadır. Çalışma, yaratıcı öz yeterliliğin bireysel bir özellik olarak yenilikçi davranışlar üzerindeki etkisini açıklarken, örgütsel değerlerin, lider davranışlarının, örgütsel iklimin, kaynakların, iç süreçlerin ve başarı düzeyinin bu ilişki üzerindeki düzenleyici rolünü de ele almaktadır. Araştırma, yönetim ve örgütsel davranış literatüründe yer alan teorik yaklaşımlar doğrultusunda yapılandırılmış ve özellikle Sosyal Bilişsel Teori, Örgütsel Öğrenme Teorisi, Amaca Yönelik Motivasyon Teorisi, Yenilikçi Davranış Teorisi, Kaynak Temelli Yaklaşım ve Dönüşümsel Liderlik Teorisi temelinde kavramsal bir çerçeve oluşturulmuştur.

Bu bölümde araştırmaya dair genel bilgilere yer verilecek olup araştırmanın amacı, önemi ve kapsamına değinilecek çalışmaya ilişkin yöntem ve araştırma planı ele alınacaktır.

Araştırmanın Amacı

Bu araştırmanın temel amacı, örgütlerde inovasyon kültürü oluşturma sürecinde yaratıcı öz yeterliliğin yenilikçi iş davranışları üzerindeki etkisini ortaya koymak ve bu ilişkide örgütsel değerler, lider davranışları, örgütsel iklim, örgütsel kaynaklar, örgüt içi süreçler ve örgütsel başarının düzenleyici rollerini incelemektir.

Albert Bandura'nın (1986) geliştirdiği Sosyal Bilişsel Teori (Sosyal Öğrenme Kuramı) bireylerin yalnızca doğrudan deneyimle değil; gözlem, model alma ve etkileşim yoluyla da öğrendiğini savunur. Ona göre öğrenme, birey, çevre ve davranış arasındaki karşılıklı etkileşim içinde şekillenen sosyal ve bilişsel bir süreçtir. Bandura'nın çalışmaları

özellikle, bireylerin davranışları taklit yoluyla nasıl edindiklerini incelemiştir. Kuram, öğrenmeyi açıklarken üç düzenleyici sistem öne çıkarır: davranışı etkileyen çevresel uyaranlar, geçmiş deneyimlerden alınan geri bildirimler ve davranışı yönlendiren bilişsel süreçler. Bu çerçevede edimsel koşullanma (ödül ve ceza ile öğrenme) ve model alma-taklit (başkalarını gözleyerek öğrenme) iki temel süreç olarak ele alınır. Çocukların cinsiyet rolleri ya da saldırganlık davranışlarını aile üyelerini gözlemleyerek öğrenmesi bu sürecin tipik örneklerindendir. Sosyal Bilişsel Teori'de birey, davranış ve çevrenin birbiriyle sürekli etkileşim halinde olduğu karşılıklı belirleyicilik ilkesi önemli yer tutar. Kişisel faktörler (bilişsel süreçler, duygular, kişisel yargılar), davranış örüntüleri ve çevresel etkenler birbirini şekillendirir. Bu etkileşim sayesinde bireyler yaşamlarını düzenleme kapasitesine sahip olur; hedef belirleyebilir, plan yapabilir, deneyimlerinden anlam çıkarabilir. Ekonomik durum, aile yapısı veya toplumsal statü gibi sosyal yapısal faktörler de bireyin motivasyon, duygu durumu ve davranışları üzerinde dolaylı fakat güçlü etkilere sahiptir (Tatlıoğlu, 2021; Gözüm ve Bağ, 1998).

Bandura'nın (1986) Sosyal Öğrenme Kuramı'ndan hareketle, bireyin belirli bir hedefe ulaşmak için gerekli eylemleri gerçekleştirme konusundaki kişisel inancı olan "öz yeterlilik", yaratıcı düşüncenin pratiğe dönüşmesinde kilit bir rol oynamaktadır. Yaratıcı öz yeterlilik, bireyin yaratıcı süreçlerde başarılı olabileceğine yönelik inancını temsil etmekte ve bu inanç, yenilikçi iş davranışlarının ortaya çıkmasını etkileyen temel bir unsur olarak değerlendirilmektedir.

Argyris ve Schön'ün (1978) Örgütsel Öğrenme Teorisi, öğrenmenin sınıflandırılabilir belirli türlere sahip olduğu varsayımına dayanmakta ve bu yönüyle hem bireylerin hem de örgütlerin "öğrenmeyi öğrenme" kapasitesine sahip olduklarını ileri sürmektedir. Bu yaklaşım, yaşam boyu öğrenmeyi rastlantısal bir süreç olarak değil; sistematik, planlı ve kurumsal düzeyde yapılandırılması gereken bir etkinlik olarak konumlandırmaktadır. Argyris ve Schön'e göre örgütsel öğrenme özünde bilişsel bir süreçtir. Bireyler yönlendirilebilir, denetlenebilir ve belirli aşamalara dayanan prosedürler aracılığıyla öğrenir. Öğrenme, genel mekanizmalara bağlı olarak işlediğinden, bu mekanizmaların işleyişine ilişkin yeterli bilgi üretildiğinde yalnızca örgütsel öğrenmenin değil, aynı zamanda yaşam boyu öğrenme, radikal öğrenme ve "öğrenmeyi öğrenme" gibi daha kapsamlı öğrenme programlarının da tasarlanabileceği varsayılır (Jensen ve Markussen, 2007).

Argyris ve Schön (1978)'ün Örgütsel Öğrenme Teorisi'ne göre; örgütsel öğrenme süreçleri, bireylerin yeni bilgi ve beceriler edinmesini teşvik eder. Buna göre, iş davranışlarını öğrenme, yaratıcı problem çözme ve yenilik geliştirme gibi süreçleri destekleyen bir öğrenme biçimi olarak değerlendirilebilir. İş davranışlarını öğrenme, yaratıcı öz yeterliliğin oluşumunda bir katalizör olabilir, çünkü bireyler kendilerini geliştirdikçe yaratıcılık becerilerine daha çok güvenirler.

Locke'ın (1990) geliştirdiği Amaç Belirleme Teorisi'ne göre, bireylerin sahip oldukları hedefler örgütlerde motivasyonun en temel unsurudur. Amaçların belirlenmesi ve çalışanların bu hedefler doğrultusunda hareket etmesi, onların neyi, nasıl ve hangi yöntemle gerçekleştireceklerini ortaya koyarken aynı zamanda kişisel hedefler oluşturmalarına da imkân verir. Yöneticiler açısından burada kritik olan nokta, belirlenen hedeflerin nitelikli olmasıdır. Zorlayıcı hedefler söz konusu olduğunda çalışanlara sunulan geri bildirimin de yeterli düzeyde olması gerekir; bu sayede çalışanlar daha fazla desteklendiklerini hissederler. Örgütsel hedeflerin açıkça tanımlandığı bir çalışma ortamı, çalışanın kendi işine yönelik kişisel amaçlar geliştirmesine ve yaptığı işle ilgili geri bildirim almasına olanak tanıyarak içsel motivasyonunu artırabilir (Aslan ve Doğan, 2020).

Locke (1990)'un Amaç Belirleme Teorisi'ne göre, iş davranışlarını öğrenmeye yönelik spesifik hedeflerin belirlenmesi, bireylerin öz yeterliliğini ve yaratıcı performansını artırabilir. Net hedefler, bireylerin kendilerine olan güvenini güçlendirebilir ve yenilikçi düşünmeyi teşvik edebilir.

Janssen (2000) ile Scott ve Bruce'un (1994) çalışmalarında belirtildiği üzere yenilikçi iş davranışı; fikirlerin ortaya çıkarılması, bu fikirlerin başkalarına aktarılması ve uygulamaya dönüştürülmesi olmak üzere üç temel aşamadan oluşmaktadır. Yenilikçi davranışın ilk evresi olan fikir üretimi, çoğu zaman çalışan yaratıcılığıyla eşdeğer görülmektedir. Bu aşama, yeni ve işe değer katabilecek düşüncelerin geliştirilmesine ilişkin çabaları kapsar. Çalışanların yeni fikirler ortaya koyabilmesi; fırsatları görebilme, sorunları teşhis edebilme ve bunlara yönelik etkili çözümler üretebilme gibi davranışların bir sonucudur. İş süreçlerinde yaşanan aksaklıklar, anlaşmazlıklar ve ortaya çıkan yeni eğilimlerin, çalışanların yenilikçi fikir geliştirme eğilimini harekete geçirdiği düşünülmektedir. Fikirlerin tanıtılması aşaması ise üretilen düşüncelerin diğer çalışanlar

tarafından benimsenmesine yönelik çabaları içerir. Bu noktada çalışan, fikrin uygulanabilmesi için gerekli desteği sağlayabilecek iş arkadaşları veya sponsorlarla iletişim kurarak onları ikna etmeye çalışır. Yenilikçi davranışın son evresi olan fikirlerin uygulanması, ortaya atılan yenilikçi düşüncelerin iş ortamında hayata geçirilmesine yönelik faaliyetleri kapsamaktadır. Görece basit yenilikler çalışanlar tarafından bireysel olarak uygulanabilirken, daha karmaşık yenilikçi süreçlerde ekip çalışması zorunlu hale gelebilmektedir. Bu aşamada, geliştirilen bir prototipin oluşturulması, oluşturulan modelin örgütsel ortamda denenmesi ya da yenilikçi ürün veya sürecin ticarileştirilmesi gibi davranışlar ön plana çıkar. Özetle yenilikçi iş davranışları, her aşamasında farklı çabaların ve bireysel katkıların gerekli olduğu çok adımlı bir süreç olarak değerlendirilmektedir. Çalışanların bu davranışların çeşitli bileşenlerini eş zamanlı olarak gösterebilmesi mümkündür. Ancak bu süreci etkili biçimde yönetebilmek için çalışanların psikolojik kaynaklarını dengeli ve verimli kullanmaları kritik önem taşımaktadır (Scott ve Bruce, 1994; Janssen, 2000; Özkan, 2023).

Janssen (2000)'in Yenilikçi Davranış Teorisi'ne göre; iş davranışlarını öğrenme, bireyin yaratıcı fikirler üretme ve bunları uygulamaya geçirme becerilerini destekleyerek yenilikçi iş davranışlarını teşvik edebilir. Yaratıcı öz yeterlilik, yenilikçi davranışın bir öncüsü olarak teoride önemli bir yer tutar. Yüksek yaratıcı öz yeterliliğe sahip bireyler, yenilikçi iş davranışlarına katılmaya daha yatkındır. Bunun nedeni, bireyin kendi becerilerine olan güveninin, yaratıcı fikirler geliştirme, risk alma ve bu fikirleri uygulama motivasyonunu artırmasıdır.

Barney (1991) Kaynak Temelli Yaklaşım ile bir örgütün sürdürülebilir rekabet avantajı elde edebilmesi için sahip olduğu kaynakların belirli nitelikleri taşıması gerektiğini vurgulamaktadır. Buna göre bir kaynağın öncelikle değer yaratma kapasitesine sahip olması gerekir. Değerli kaynaklar, işletmenin stratejik hedeflerini gerçekleştirme sürecinde etkinliğini ve etkililiğini artırarak örgüte üstünlük sağlamaktadır. İkinci olarak, söz konusu kaynağın nadir bulunabilir nitelikte olması önem taşır. Eğer değerli bir kaynağa rakip firmalar da aynı ölçüde erişebiliyorsa, bu kaynağın rekabet avantajı yaratma potansiyeli ortadan kalkmaktadır. Üçüncü kriter ise kaynağın taklit edilmesinin güç ya da maliyetli olmasıdır. Tarihsel olarak özgün gelişim süreçleri, sosyal açıdan karmaşık örgütsel yapılar veya firma kültürü gibi özgün unsurlar, kaynakların kolayca kopyalanmasının önüne geçer. Bu çerçevede ilgili kaynağın taklit edilmesinin rakipler

açısından yüksek maliyet doğurup doğurmadığı kritik bir sorgulama alanıdır. Son olarak, kaynağın stratejik olarak ikame edilemez olması gerekmektedir. Yani örgüte aynı düzeyde fayda sağlayabilecek alternatif bir kaynağın veya yeteneğin bulunmaması, kaynağın rekabetçi niteliğini güçlendirmektedir. Bu dört özellik bir araya geldiğinde, işletme kaynaklarının sürdürülebilir rekabet avantajı yaratma potansiyeli önemli ölçüde artmaktadır (Akdede ve Turan, 2008; Bal, 2010).

Barney (1991)'in Kaynak Temelli Yaklaşımı'na göre; örgütsel düzeyde, iş davranışlarını öğrenme bir insan kaynağı kapasitesi olarak değerlendirilmektedir. Bireyin yaratıcı öz yeterliliği, bu kapasitenin bireysel düzeyde bir çıktısıdır. Örgütler, çalışanların yaratıcı öz yeterliliğini artırmak için öğrenme fırsatları sağladığında, bu durum sürdürülebilir bir rekabet avantajına dönüşebilir.

Dönüşümsel liderlik, çalışanlara ilham verici bir vizyon sunarak onları entelektüel olarak teşvik ederek ve bireysel olarak destekleyerek çalışanların kendi yaratıcı kapasitelerine yönelik inançlarını güçlendirmekte; bu da yaratıcı öz yeterlilik düzeylerinin artmasına katkı sağlamaktadır (Gong vd., 2013; Tierney ve Farmer, 2002).

Burns (1978)'ün Dönüşümsel Liderlik Teorisi'ne göre ise liderlerin çalışanların iş davranışlarını öğrenmelerini teşvik eden davranışları, yaratıcı öz yeterliliğin gelişiminde kritik rol oynar. Dönüşümsel liderlik, özellikle bireylerin yaratıcı kapasitelerini artırmada etkilidir. Çalışma ortamında iş davranışlarını öğrenmeyi teşvik eden liderlik tarzları (dönüşümsel liderlik) ve olumlu örgütsel iklim, bireyin kendine güvenini pekiştirebilir.

Dönüşümsel liderlik kavramı ilk olarak siyaset bilimci James MacGregor Burns tarafından, politik liderliğin doğasını açıklamak amacıyla ortaya konmuştur. Ancak bu yaklaşım, daha sonraki yıllarda davranış bilimciler Bernard M. Bass ve Robert J. House tarafından yönetim ve örgüt araştırmalarının alanına taşınmış ve örgütsel davranış literatüründe önemli bir kuramsal çerçeve haline gelmiştir. Dönüşümsel liderlik modeli, köken itibarıyla Amerikan liderlik anlayışına ilişkin varsayımlardan beslenmekle birlikte, zamanla daha geniş bir toplumsal yapı ve kültürel dönüşüm perspektifine dayanan bir liderlik yaklaşımına evrilmiştir. ABD siyasal yaşamında, parti liderlerinin seçmen desteğini artırmak veya mevcut oy potansiyelini güçlendirmek amacıyla başvurdukları

bazı yöntemlerin benzer biçimde iş dünyasında da etkili şekilde kullanıldığı görülmüştür. Nitekim General Electric'in CEO'su Jack Welch ile Chrysler'in yöneticisi Lee Iacocca, dönüşümsel liderlik uygulamalarını örgütlerinde değişim süreçlerini başlatmak ve uzun vadeli vizyonlarını hayata geçirmek için başarılı bir araç olarak kullanmışlardır. Bu örnekler, dönüştürücü liderlik yaklaşımının siyasal alandaki kökenlerinden çıkarak kurumsal yapılarda da güçlü bir değişim ve vizyon gerçekleştirme mekanizması olarak benimsendiğini göstermektedir (Özalp ve Öcal, 2000).

Bu kapsamda, örgütsel bağlamda öğrenmeyi destekleyen değerler, liderlik tarzları, iklim yapısı ve süreçler; bireyin yaratıcı öz yeterlilik düzeyini güçlendirmekte, bu da doğrudan yenilikçi iş davranışlarının sergilenmesini kolaylaştırmaktadır. Çalışmada bu etkileşimler teorik modeller üzerinden değerlendirilmekte ve yedi temel hipotezle sınanmaktadır.

Araştırmanın Önemi

Araştırmanın önemi hem bireysel psikolojik faktörlerin hem de örgütsel yapısal unsurların bütünsel bir yaklaşımla değerlendirilmesinde yatmaktadır. Literatürde yaratıcı öz yeterlilik ve yenilikçi iş davranışları üzerine çeşitli çalışmalar (Tierney ve Farmer, 2002; Mathisen ve Bronnick, 2009; Janssen, 2000; De Jong ve Den Hartog, 2010) yer almakla birlikte, bu iki değişken arasındaki ilişkinin örgütsel ortamda hangi faktörlerden nasıl etkilendiği sınırlı biçimde incelenmiştir (Tierney ve Farmer, 2011; Gong vd., 2013; Carmeli ve Schaubroeck, 2007; Shin vd., 2012). Bu tez, özellikle inovasyon kültürünün oluşturulması sürecine çok katmanlı bir bakış açısı sunarak, örgütsel ortamın yaratıcı potansiyeli nasıl şekillendirdiğini ortaya koymayı amaçlamaktadır.

Ayrıca, çalışmanın bilgi teknolojileri sektöründe gerçekleştirilmesi, yüksek rekabetin, hızlı değişimin ve sürekli yeniliğin zorunlu olduğu bir alanda elde edilen bulguların pratik uygulamalar açısından değerli sonuçlar sunmasını sağlayacaktır. Elde edilecek sonuçlar, yalnızca akademik literatüre katkı vermekle kalmayacak, aynı zamanda yöneticilere, insan kaynakları uzmanlarına ve örgütsel gelişim profesyonellerine yol gösterici öneriler sunacaktır.

Araştırmanın Kapsamı

Bu araştırma, örgütlerde inovasyon kültürü oluşturma süreçlerinde yaratıcı öz yeterliliğin yenilikçi iş davranışları üzerindeki etkisini incelemekte ve bu etkide rol oynayan Rao ve

Weintraub'un (2013) *"How Innovative Is Your Company's Culture?"* çalışmasında yer alan altı temel örgütsel faktöre odaklanmaktadır:

1. İnovasyonu destekleyen örgütsel değerler,
2. İnovasyona yönelik lider davranışları,
3. İnovatif çalışma iklimi,
4. İnovasyonu destekleyen örgütsel kaynaklar,
5. İnovasyonu destekleyen örgüt içi süreçler ve
6. İnovasyonu destekleyen örgütsel başarı.

Çalışma kapsamında bilgi teknolojileri sektöründe faaliyet gösteren örgütlerde görev yapan çalışanlardan toplanacak veriler analiz edilecektir. Katılımcılar, gönüllülük esasına göre belirlenmiş olup, araştırma süreci etik ilkeler çerçevesinde yürütülecektir. Elde edilecek bulgular, örgütlerin inovasyon kültürlerini geliştirme stratejilerine yön verebilecek somut çıktılar sunmayı hedeflemektedir.

Araştırmanın Yöntemi

Araştırma nicel yöntem yaklaşımı ile tasarlanmıştır. Bilgi teknolojileri sektöründe faaliyet gösteren örgütlerde görev yapan çalışanlar gönüllülük esasına göre örnekleme dâhil edilecektir. Veriler, anket tekniği ile toplanacak olup, veri toplama aracı olarak Rao ve Weintraub'un (2013) geliştirdiği ve Çubukcu ve diğerlerinin (2023) Türkçeye uyarladığı İnovasyon Kültürü Anketi (Innovation Quotient Model), Tierney ve Farmer (2002) tarafından geliştirilen ve Atabek'in (2020) Türkçeye uyarladığı Yaratıcı Öz Yeterlilik Ölçeği ile birlikte De Jong ve Den Hartog (2010) tarafından geliştirilen Çimen ve Yücel (2017) tarafından Türkçeye uyarlanan Yenilikçi Davranış Ölçeği kullanılacaktır. Araştırma kapsamında bağımsız değişken olarak yaratıcı öz yeterlilik, bağımlı değişken olarak yenilikçi iş davranışları; düzenleyici değişkenler olarak ise örgütsel değerler, lider davranışları, örgütsel iklim, kaynaklar, iç süreçler ve örgütsel başarı ele alınmıştır.

Toplanan veriler SPSS ve AMOS gibi istatistiksel analiz yazılımları kullanılarak analiz edilecek; doğrulayıcı faktör analizi (DFA), regresyon analizleri ve düzenleyici etki analizleri uygulanacaktır. Ölçeklerin güvenilirlik ve geçerlilik analizleri yapılacak,

hipotezler yapısal eşitlik modellemesi ile test edilecektir. Elde edilen bulgular tablolar ve grafikler eşliğinde sunulacaktır.

Araştırmanın Planı

Bu çalışma, "alanyazın incelemesi" ve "alan araştırması" olmak üzere iki ana bölümden oluşmaktadır. Aşağıda, her iki bölümde ele alınacak konulara kısaca değinilerek araştırmanın genel çerçevesi sunulmaktadır.

Alanyazın incelemesi kapsamında sırasıyla yaratıcı öz yeterlilik, yenilikçi iş davranışları, inovasyonu destekleyen örgütsel değerler, lider davranışları, örgütsel iklim, örgütsel kaynaklar, örgüt içi süreçler ve örgütsel başarı kavramlarının tanımları ve bu kavramları ele alan önceki çalışmaların bulguları irdelenecektir. Böylece, yaratıcı öz yeterlilik ile yenilikçi iş davranışları arasındaki ilişkiyi ve söz konusu altı örgütsel değişkenin bu ilişkideki düzenleyici rollerini açıklamaya yönelik kavramsal bir çerçeve oluşturulacaktır.

Alan araştırması bölümü "yöntem" ve "bulgular" kısımlarından oluşacak, çalışma "tartışma ve sonuç" kısmı ile tamamlanacaktır. Araştırma sonuçları, ilgili literatürdeki bulgular ve teorik temeller ışığında tartışılacak; İnovasyon kültürü oluşturma süreçlerinde bireysel (yaratıcı öz yeterlilik) ve örgütsel (değerler, liderlik, iklim, kaynaklar, süreçler, başarı) unsurların bütüncül etkisi yorumlanacaktır. Çalışmanın akademik katkıları, bilgi teknolojileri sektörü özelindeki pratik önerileri ve gelecekteki araştırmalar için sınırlılıklar ile yol haritaları da bu kısımda ele alınacaktır.

1. BÖLÜM
ALANYAZIN İNCELEMESİ

Yaratıcı Öz Yeterlilik, Yenilikçi İş Davranışı ve İnovasyon Kültürü

Bu çalışmada, örgütlerde inovasyon kültürü oluşturma süreçlerinde, yaratıcı öz yeterliliğin yenilikçi iş davranışları üzerindeki etkisinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Çalışmanın ilk bölümünde araştırma modelinde yer alan her bir değişkenin detaylı incelemesine yer verilmektedir. Bu bağlamda çalışmanın değişkenleri olan yaratıcı öz yeterlilik, yenilikçi iş davranışı ve inovasyon kültürü kavramları sırasıyla tanımlanmakta ve bu değişkenler arasındaki ilişkiler ortaya konmaktadır. Çalışma, bu ilişkileri etkileyen altı temel faktör olan inovasyonu destekleyen örgütsel değerler, inovasyona yönelik lider davranışları, inovatif çalışma iklimi, inovasyonu destekleyen örgütsel kaynaklar, inovasyonu destekleyen örgüt içi süreçler ve inovasyonu destekleyen örgütsel başarı üzerinde durmaktadır.

1.1.YARATICI ÖZ YETERLİLİK

Yaratıcı öz yeterlilik, herhangi bir görevi belirli bir düzeyde yaratıcı bir şekilde gerçekleştirmeye yönelik algılanan güveni ifade eden bir kavramdır (Bekdaş ve Günay 2021). Yaratıcı öz yeterlik kavramını ortaya koyan Tierney ve Farmer (2002) bu kavramı Bandura (1997)'nın "öz yeterlilik" ve Gist ve Mitchell'in (1992) "işle ilgili öz yeterlilik" kavramından yola çıkarak geliştirmiştir (Alayoğlu, 2019).

Çalışmanın değişkenlerinden birisi olan yaratıcı öz yeterlilik kavramını açıklamadan önce yaratıcılık ve öz yeterlilik kavramlarına kısaca değinilecektir:

1.1.1. Yaratıcılık

Yaratıcılık, günümüz iş dünyasının ve örgütlerin vazgeçilmez bir unsuru haline gelmiştir. Hızla değişen pazar koşulları, teknolojik ilerlemeler ve artan rekabet nedeniyle yaratıcı düşünme hem bireyler hem de örgütler için kritik bir önem taşımaya başlamıştır.

İş dünyasında başarılı olabilmenin yolu yalnızca mevcut kaynakların etkin bir şekilde kullanılmasıyla değil, aynı zamanda bu kaynakların yenilikçi ve yaratıcı yollarla değerlendirilmesiyle mümkün olmaktadır. Yaratıcılık, örgütlerin sürdürülebilir başarıyı elde etmeleri, rekabet avantajı kazanmaları ve sürekli değişen piyasa koşullarına uyum

sağlamalarında kritik bir öneme sahiptir. Nitekim yaratıcı düşünme, işletmelerin inovasyon kapasitesini artırmakta ve örgütlerin daha esnek ve adaptif olmalarını sağlamaktadır**.**

Günümüzde akademisyenler bir yandan iş hayatında yaratıcılığın önemini sürekli olarak vurgularken, diğer yandan da yaratıcılığın gerek bireysel alanlarda gerekse örgütlerde nasıl teşvik edilebileceği konusunda geniş çaplı araştırmalar yürütmektedir. Örneğin; Yang ve Zhou (2022), Çin'de yüksek teknoloji işletmelerinde, algılanan örgütsel desteğin bilim-teknoloji çalışanlarının yaratıcılığı üzerindeki etkisini; duygusal bağlılık ve yenilikçi öz-yeterlik aracılığıyla açıklayan bir model test etmiştir. Ijaz ve Nawaz (2022), Pakistan bankacılık sektöründe örgütsel desteğin çalışan yaratıcılığı ve yenilikçi iş davranışı üzerindeki etkisini, çalışan yaratıcılığının aracılık rolünü inceleyerek ortaya koymuştur. Mdhlalose (2024), çalışan ödülleri ve çalışma ortamının çalışan yaratıcılığı ve inovasyonu üzerindeki etkilerini inceleyerek hem içsel hem dışsal ödüllerin uygun tasarlandığında yaratıcılığı teşvik edebildiğini göstermiştir. Ülkemizde son yıllarda yapılan çalışmalara bakıldığında ise; Özaydın ve Boyraz (2021), problem çözme, yaratıcılık ve yenilikçilik becerilerinin pazarlama yenilik stratejileri üzerindeki etkisini, örgütsel yenilikçilik aracılığıyla inceleyerek yaratıcılığın örgütsel yenilenmedeki rolünü vurgulamıştır. Sart (2021), Türkiye'de akademisyenler örnekleminde yenilikçi iş davranışının örgütsel yaratıcılık üzerindeki etkisini araştırarak, bireysel düzeyde yenilikçi davranışların örgütsel yaratıcılığı artırdığını göstermiştir. Türk (2024), havacılık sektöründe çalışanların iş becerikliliği ile örgütsel yaratıcılık arasındaki ilişkisini inceleyerek; destekleyici, inisiyatif ve esnekliği öne çıkaran iş tasarımının örgütsel yaratıcılığı artırdığını ortaya koymuştur.

Bu çalışmalar, iş gücü için yaratıcı düşünmenin gerekliliğine dair farkındalığı artırmakta, yenilikçi iş yönetimi metodolojileri ile işletmelerin geleceğe daha sağlıklı adımlar atmasına yardımcı olmaktadırlar. Yaratıcılığı destekleyen bir çalışma ortamı yaratmak hem bireylerin kariyer gelişimi hem de örgütlerin sürdürülebilir başarısı için son derece hayati bir öneme sahiptir. Literatürde çok sayıda yaratıcılık tanımı yapılmıştır. Bunlardan bazıları aşağıda yer almaktadır:

Guilford (1950) yaratıcılığı, bireyin problem çözme sürecinde çeşitli ve özgün çözümler üretebilme kapasitesi olarak tanımlamıştır. Bu bakış açısına göre yaratıcılık, bireyin bilgi ve deneyimlerini yenilikçi bir şekilde bir araya getirmesi ile ortaya çıkmaktadır.

Stein (1974) yaratıcılığı, *"toplum veya bireyler tarafından yeni olarak algılanan ve geçerli kabul edilen bir fikir, süreç ya da ürünün ortaya çıkışı"* olarak tanımlar. Bu tanıma göre yaratıcılık, sadece yeni bir şey yaratma değil, aynı zamanda onun toplumsal veya örgütsel bağlamda kabul görmesi sürecini de içerir.

Amabile (1983) yaratıcılığı, bireysel yetenekler, motivasyon ve çevresel desteklerin etkileşimi sonucunda ortaya çıkan, orijinal ve değerli sonuçlar doğuran bir süreç olarak değerlendirmiştir. Bu tanım, yaratıcılığı örgütsel bağlamda teşvik eden faktörlerin önemini vurgulamaktadır.

Robinson ve Stern (1997), yaratıcılığı *"yeni ve faydalı fikirlerin üretimi"* olarak tanımlamış, bu sürecin örgütlerin inovasyon stratejilerinin temel bir bileşeni olduğunu vurgulamışlardır. Yaratıcı fikirlerin örgütsel bağlamda uygulamaya dönüşmesi, inovasyonun temel yapı taşlarından biri olarak kabul edilmektedir.

Özden (2005) ise yaratıcılığın, *bozukluklara, sorunlara, bilgi eksiğine, kayıp ögelere, uyumsuzluğa karşı duyarlı olma, çözüm arama, güçlüğü tanımlama, kestirmelerde bulunma; eksikliklere ilişkin hipotezler geliştirme, bu hipotezleri sınama, değiştirme, yeniden sınama, daha sonra da sonucu ortaya koyma olarak* tanımlanabileceğini ifade etmiştir.

Yaratıcılık yeni, faydalı ve etkili fikir ve ürünlerin üretilmesidir (Runco ve Jaeger, 2012; Kaufman ve Sternberg, 2019).

Runco ve Jaeger (2012) yaratıcılığın çift boyutlu bir yapı olduğunu öne sürmüş, yaratıcılığın hem "özgünlük" hem de "uygunluk" unsurlarını içermesi gerektiğini belirtmiştir. Bu bakış açısına göre bir fikir, yalnızca yeni olduğu için değil, aynı zamanda bağlama uygun ve işlevsel olduğu sürece yaratıcı olarak kabul edilir.

Yaratıcılık, yeni fikirlerin ve orijinal ürünlerin yeni ve uygun bir şekilde geliştirilmesi olarak tanımlanmaktadır (Schubert, 2021). Yaratıcılık, özgünlük ve etkililiğin bir kombinasyonunu içerir (Deckert, 2016) ve ıraksak düşünme olarak bilinen bir süreç olan açık uçlu sorulara çok sayıda yanıt üretme becerisini kapsar (Runco ve Acar, 2012).

Morizzi (2025) yaratıcılığı, yeni, şaşırtıcı ve değerli fikirler veya eserler üretme yeteneği olarak tanımlamıştır.

Türk Dil Kurumu (2025) güncel Türkçe sözlüğünde ise *"Her bireyde var olduğu kabul edilen, bir şeyi yaratmaya iten farazi yatkınlık"* olarak tanımlanmaktadır.

Csikszentmihalyi (1997), yaratıcı bireylerin paylaştığı bazı özellikleri ve yaratıcılığın kullanılabileceği çeşitli yolları tanımlamaktadır. Yaratıcı bireyler, orijinal fikirleri ifade etmenin yanı sıra, başlangıçta sadece kendilerinin bildiği, ancak alanlarını ve sosyal kültürü değiştiren keşiflere yol açan yeni düşünme yolları açabilirler.

Yaratıcılık kavramı psikoloji, eğitim, sanat ve iş dünyası dahil olmak üzere çeşitli alanları kapsamakta ve genellikle inovasyonun hayati bir bileşeni olarak kabul edilmektedir. Yaratıcılık genellikle yenilik ve değişimle ilişkilendirilir. En yaratıcı şirketler aynı zamanda pazarlama ve reklamcılık alanında da ayrım gözetmeksizin ilk yenilikleri yapanlar olmuştur. Yaratıcılığın iş başarısı ve inovasyon için önemi yirmi yılı aşkın bir süredir yaygın bir şekilde desteklenmektedir. İnovasyon genellikle ekonomiler için temel yapı taşı olarak kabul edilir ve sadece finansal refah için değil, aynı zamanda toplum ve onun içinde faaliyet gösteren şirketler için de önemli etkilere sahip bir kavramı tanımlar. Gerçekten de "inovasyon" kelimesi, siyasi stratejiler ve iş stratejilerinin yapı taşı haline gelmiş, rekabet gücünün ve bilgi toplumunun gelişiminin ana itici gücü olarak inovasyon tarafından desteklenmesi gerektiği varsayımı nedeniyle girişimlerde ön plana çıkmaya başlamıştır. Yaratıcı işgücü tarafından desteklenen bir şirketin inovasyona olan bağlılığı, ürün, hizmet ve çözüm seçiminde önemli bir faktördür (West ve Richter, 2008).

Yaratıcılık olgusu kişisel tatmin, sosyal ilerleme ve ekonomik büyüme açısından son derece önemlidir. Yaratıcılığın bu denli önemli olmasının nedenlerinden birisi çeşitli sektörlerde ilerlemeye yol açabilecek yeni ürünler, hizmetler ve fikirler geliştirmenin vazgeçilmezi olan inovasyonu teşvik ediyor olmasıdır. Yaratıcılık başta sanat olmak üzere çeşitli sektörlerde problem çözme, yenilikçilik ve adaptasyonda da hayati bir rol oynar. Bireylerin ve kuruluşların zorluklara etkili bir şekilde yanıt vermesini ve yeni fırsatları yakalamasını sağlayarak ilerleme ve değişimi yönlendirir (Amabile, 1996).

Yaratıcılık kavramı, yeni fikirlerin ve orijinal ürünlerin yeni ve uygun bir şekilde geliştirilmesini kapsar. Yaratıcı süreçlerin kritik bir yönü olan ıraksak düşünmeyi vurgulayarak, sorunlara birden fazla çözüm üretme becerisini içerir. Yaratıcılık kavramı hem yeni hem de belirli bir bağlamda yararlı veya uygun olan yeni fikirler, çözümler veya

ürünler üretme yeteneğini kapsar. Bilişsel, duygusal ve çevresel faktörleri bütünleştiren çok boyutlu bir yapıdır (Gabora ve Kaufman, 2010).

Duygular yaratıcılıkta önemli bir rol oynar. Olumlu duygular yaratıcı düşünmenin gelişimine katkı sunarken, olumsuz duygular yaratıcılık önünde ciddi bir engel teşkil edebilmektedir. Yaratıcılığın ortaya çıkabilmesi yalnızca duygulara değil, bireyin içsel motivasyonuna da bağlıdır. Başka bir deyişle kişi yaratıcı faaliyetlere kendi çıkarları ve ilgisi doğrultusunda katıldığında bu süreç daha verimli olabilmektedir (Amabile, 1996).

Yaratıcılık genellikle fikirlerin veya ürünlerin yeniliği ile tanımlanır. Bir şeyin yaratıcı olarak kabul edilebilmesi için benzersiz olması ve geleneksel yaklaşımlardan farklı olması gerekir. Yaratıcı fikirler orijinal olmanın yanı sıra bir şekilde işlevsel veya değerli de olmalıdır. Bu, yaratıcılığın sadece yenilikle ilgili olmadığı, aynı zamanda belirli bir bağlama uygulanabilirliği ve uygunluğu da içerdiği anlamına gelmektedir (Boden, 2004).

Yaratıcılığın temel kavramlarını aşağıdaki şekilde sıralamak mümkündür:

Farklı Düşünme: Farklı düşünme, açık uçlu sorulara birden fazla fikir veya çözüm üretme sürecidir. Bir soruna tek ve doğru bir çözüm bulmayı içeren yakınsak düşünme ile zıtlık gösterir. Farklı düşünme, keşifsel ve çok çeşitli olasılıkların üretilmesini teşvik eden bir sürece işaret etmektedir (Guilford, 1967). Yaratıcılık her biri kendine ait standart ve beklentilere sahip sanat, bilim, iş ve teknoloji gibi çeşitli alanlarda farklı şekillerde ortaya çıkabilmektedir (Amabile, 1996).

Yaratıcı Süreç: Yaratıcılık genellikle hazırlık, kuluçka, aydınlatma ve doğrulama şeklinde ifade edilebilecek bir dizi aşamayı içeren bir süreç olarak görülmektedir. Yaratıcılığın yeni fikirlerin geliştirilmesine yol açan bilinçli ve bilinçsiz faaliyetleri içerdiğini öne sürmek mümkündür (Wallas, 1926).

İçsel Motivasyon: Araştırmalar, içsel motivasyonun, bir şeyi dışsal ödüllerden ziyade içsel tatmini için yapmanın yaratıcılığı teşvik etmede kritik bir rol oynadığını göstermektedir. İçsel olarak motive olan bireylerin yaratıcı faaliyetlere derinlemesine katılma olasılığı daha yüksek görülmektedir (Amabile, 1996).

Çevresel Etkiler: Bir kişinin faaliyet gösterdiği ortam, yaratıcı çıktılarını önemli ölçüde etkileyebilir. Risk almayı teşvik eden, kaynak sağlayan ve iş birliğini teşvik eden destekleyici ortamlar yaratıcılığı artırma eğilimindedir. Yaratıcılığın gelişebilmesi için risk

almayı teşvik eden, iş birliğine açık ve destekleyici nitelikte uyarıcı ortamların varlığı büyük önem taşır. (Csikszentmihalyi, 1997).

Problem Çözmede Yaratıcılık: Yaratıcılık, bireylerin zorluklara yenilikçi çözümler ve uyarlanabilir stratejilerle yaklaşmasına olanak tanıyan problem çözme bağlamında çok önemlidir. Yeni yaklaşımların sıklıkla gerekli olduğu bilim, teknoloji ve sanat gibi alanlarda kilit bir faktördür (Runco ve Jaeger, 2012).

Birçok teorisyen yaratıcılık konusunda önemli sayıda teori geliştirmiştir. Bu teorilerin bazıları aşağıda yer almaktadır:

1.1.1.1.Yaratıcılık Teorileri

Yaratıcılık üzerine yapılan ilk araştırmalardan bu yana birçok yaratıcılık teorisi geliştirilmiştir. Teoriler yaratıcılığın farklı yönlerine odaklanmaktadır. Yaratıcılık teorileri, yaratıcılığın bireyin dünya görüşü ile karşılaştığı görevler arasındaki etkileşimden kaynaklandığını öne sürmektedir. Bu etkileşim, bir yandan yenilikçi ürünler gibi somut sonuçlar üretirken, diğer yandan bireyin bir sorunu yeniden değerlendirdiği ya da farklı bir çerçeveyle ele aldığı içsel bilişsel yeniden yapılandırmayı da tetikleyebilir. Teorik çerçevelerin önemini kabul eden birçok teorisyen, yaratıcılığı ve yaratıcılık teorilerini anlamak için çerçeveler önermiştir. Bu teorik çerçeveler bazı açılardan örtüşürken bazı açılardan da farklılık göstermektedir. Aşağıda alan yazında yer alan çeşitli yaratıcılık teorileri kısaca açıklanmaktadır:

1.1.1.1.1. Dört C Modeli (4C Model of Creativity)

Kaufman ve Beghetto (2009) yaratıcılığın gelişimsel bir modelini önermişlerdir. Bu modele göre yaratıcılık, farklı çevresel baskılara ve farklı sorunlara maruz kalan kişilerin farklı türdeki çabalarını kısmen temsil eden dört tür yaratıcı ürüne ayrılabilir:

"Mini yaratıcılık" (Transformative Learning: mini-c Creativity), yaratıcılığın içsel yönlerini içerir. Mini yaratıcılığın ürünü, yeni bir şey öğrenmektir.

"Küçük yaratıcılık" (Everyday Innovation: Little-c Approaches), insanların günlük yaşamlarında, sadece kendileri için değil başkaları için de değerli olabilecek küçük yaratıcı içgörülere sahip olduklarında ortaya çıkar. Bu aşamada, yaratıcılığın odak noktası yalnızca

içsel değil, daha ziyade, öncelikle bireysel yaratıcı ifade ürünleridir (Beghetto, 2007). Örneğin bir öğretmen, sınıfındaki öğrencilerin derse ilgisini artırmak için kendi geliştirdiği eğlenceli bir matematik oyunu tasarlar. Bu oyun daha önce kullanılmamış bir yöntemle konuyu anlatır ve öğrenciler için öğrenmeyi kolaylaştırır. Oyunun tasarımı büyük bir icat olmasa da hem öğretmen hem de öğrenciler için anlamlı ve yenilikçi bir çözümdür.

"Pro-c yaratıcılık" (Professional Expertise: Pro-c Creativity), bir profesyonelin bilimsel bir makaleyi veya edebi ya da sanatsal bir eserin eleştirisini ürün olarak yayınlaması veya bir tüketici ürünü için yaratıcı bir reklam üretmesi gibi, profesyonellerin çalışmaları sırasında gösterdikleri yaratıcılık türüdür. Örneğin bir grafik tasarımcı, bir markanın reklam kampanyası için sıradan tanıtım yöntemlerinin dışına çıkarak sosyal medyada viral olabilecek özgün bir görsel dil geliştirir. Bu kampanya, markanın fark edilirliğini artırır ve sektörde dikkat çeker. Tasarımcının bu yaratıcı çalışması, alanında uzmanlaşmış biri olarak mesleki bilgi ve deneyimine dayalıdır.

"Büyük C yaratıcılığı" (Eminent Accomplishments: Big-C Approaches), yaratıcıların ürünleri, keşifleri ya da icatları dünyayı değiştirdiğinde gösterdikleri yaratıcılık türüdür. Darwin'in Evrim Teorisi, Beethoven'in Dokuzuncu Senfonisi, Picasso'nun Guernica'sı ve Kafka'nın Dava'sı bu yaratıcılık türünün örnekleri arasında yer almaktadır.

1.1.1.1.2. 4P Kuramsal Çerçeve (4P Theoretical Framework)

Alan yazında neredeyse en iyi bilinen teorik çerçeve Rhodes (1961) tarafından önerilen çerçevedir. 4P çerçevesi, yaratıcılığın kişi (person), baskı (press), süreç (process) ve ürün (product) şeklinde ifade edilebilecek dört unsur açısından karakterize edilebileceğini öne sürmektedir. Rhodes dışındaki araştırmacılar tarafından bu analize daha sonra Simonton (1990) tarafından ikna (persuasion) ve Runco (2003) tarafından potansiyel (potential) olmak üzere iki P daha eklenmiştir.

4P çerçevesinde *"kişi"*, yaratıcı bireylerin daha az yaratıcı olan bireylerde bulunmayan ya da daha az bulunan özelliklerine ve bağıntılarına atıfta bulunur. Bunlar zekâ, alanla ilgili bilgi, kişilik özellikleri, tutumlar, içsel motivasyon ve azim gibi özelliklerdir (Amabile, 1996; Sternberg ve Lubart, 1995).

"Baskı", Murray tarafından motivasyon teorisinde psikolojiye kazandırılmış bir terimdir, yaratıcı düşünce ve davranışı teşvik eden çevresel faktörleri ve dışsal etkenleri ifade eder

(Simonton, 1994). Yaratıcılığı etkileyen dışsal faktörler, iş ortamı, sosyal çevre, kültürel etkiler, eğitim, aile desteği ve toplumsal kurallar gibi öğeleri içerir. Çevre, bireylerin yaratıcı süreçlerini nasıl şekillendirdiğini ve desteklediğini belirler. Örneğin, yenilikçi bir ortamda çalışmak, kişilerin yaratıcılığını artırabilir. Bir şirketin yenilikçi kültürü desteklemesi veya bir toplumun tiyatrocular a sağladığı destek, çevresel faktörlerin yaratıcılıkla nasıl etkileşime girdiğini gösterir.

"Süreç", bir fikrin, çözümün veya ürünün nasıl ortaya çıktığını, insanların yaratıcı bir şekilde düşündükleri zaman gerçekleştirdikleri zihinsel işlemleri ifade eder. Yaratıcılık, genellikle aşamalı süreçleri gerektirir ve zaman içerisinde değişim gösterir. Süreçler çoğu zaman belirsizlik ve bilinmezlik içerir, ancak sonuçlar genellikle yenilikçi ve özgündür. Yaratıcı bir yapının oluşturulması (Finke, Ward ve Smith, 1996) veya çoğu insanın bir şekilde kavramsallaştırdığı ancak yaratıcı kişinin başka bir şekilde tanımladığı bir sorunun yeniden tanımlanması (de Bono, 2015; Sternberg, 2018; Sternberg ve Lubart, 1995) bir süreçtir. Bankacılıkla ilgili bir problemin çözülmesinde izlenen yaratıcı süreç veya bir edebi eserin yazılması süreci bu duruma örnektir.

"Ürün", yaratıcı sürecin sonucunu ifade eder. Yaratıcılığın somut bir sonucu olarak, ürünün kalitesi, özgünlüğü ve işlevselliği önemlidir. Ürün, toplumsal veya kültürel bağlama göre değerlendirilir ve yaratıcı bir çözüm veya yenilik olarak kabul edilebilir. Örneğin, portre, heykel, senfoni gibi bir sanat eserinin yaratılması ya da yeni bir bilgisayar yazılımı ürünün somut örnekleridir.

1.1.1.1.3. 5A Kuramsal Çerçeve (5A Theoretical Framework)

İkinci bir teorik çerçeve ise Glaveanu (2013) tarafından önerilen 5A çerçevesidir. Bu 5A, aktör (actor), eylem (action), eser (artifact), izleyici (audience) ve olanaklardan (affordances) oluşur. Her bir unsur, yaratıcılığın ortaya çıkmasında ve başarılı bir şekilde uygulanmasında önemli bir rol oynar.

Dört P çerçevesinin temelinde yer alan önemli bir sınırlılık, kişi, süreç, ürün ve baskı unsurlarının birbirlerinden bağımsız biçimde ele alınabilmesine olanak tanımasıdır. Bu yapı, araştırmacıların dikkatini bu dört öğe arasında yönlendirmeyi zorlaştırmakta; örneğin bireysel özellikleri inceleyen bir araştırmacı bunu ürün boyutunu dikkate almaksızın yapabilmekte, süreç öğesi baskıdan ayrı biçimde analiz edilebilmekte ve ürün ile çevresel

bağlam arasında neredeyse hiçbir ilişki kurulmamaktadır. Bu durum, Rhodes'un (1961) söz konusu modeli ortaya koyarken amaçladığı bütüncül yaklaşımın tersine işlemekte ve yaratıcılığa dair gerçekçi bir anlayış sunmamaktadır (Runco, 2004). Oysa Barron'un (1995) da belirttiği gibi, "ürün süreçten, süreç üründen ayrılmaz; kişi ise hem ürünün hem de sürecin bir parçasıdır". Buna rağmen literatürde bu tür karşılıklı ilişkilerin çoğu kez göz ardı edildiği görülmektedir. Söz konusu ilişkilerin açıkça tanımlanması, aşağıda detaylandırılacak olan Beş A modelinin temel hedeflerinden biridir. Dört P yaklaşımı bir "baskı" ögesini içeriyor olsa da, yaratıcı eylemi bağlamından koparan ve toplumsal ya da kültürel dinamiklere yeterli ağırlık vermeyen biçimlerde ele alınmıştır. Kişi, süreç ve ürün bileşenleri çoğu kez atomistik bir anlayışla değerlendirilmiş (Montuori, 2011); baskı ise en iyi ihtimalle yaratıcılık denklemindeki ek bir unsur, en kötü ihtimalle ise yaratıcı sürecin "kesintiye uğramaması" için sessizleştirilmesi gereken dışsal bir etken olarak görülmüştür. Özellikle maddi ya da fiziksel baskının neredeyse tümüyle ihmal edildiği dikkat çekmektedir (Glaveanu, 2013).

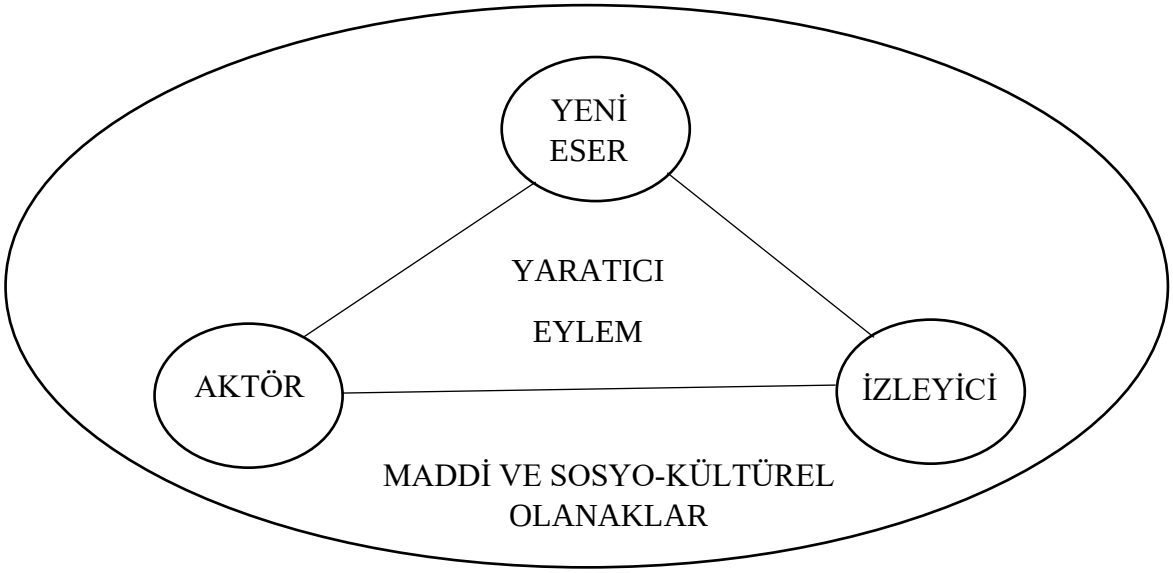
Beş A çerçevesi, yaratıcılık alanında kullanılan mevcut kavramsal dili yeniden yapılandırarak bu sınırlılıkları aşmayı amaçlamaktadır. Bu doğrultuda kişi yerine aktör, süreç yerine eylem, ürün yerine eser, baskı yerine izleyiciler ve olanaklar kavramları önerilmektedir. Ancak bu değişim, yalnızca terimlerin farklılaştırılmasından ibaret değildir; aynı zamanda epistemolojik bir yeniden konumlanmayı da ifade eder. Sosyokültürel perspektiften bakıldığında, aktör yalnızca izleyiciyle kurduğu ilişkiler üzerinden anlam kazanır; eylem, toplumsal ve maddi çevreyle etkileşimlerden bağımsız düşünülemez; eser ise çeşitli toplulukların kültürel geleneklerini bünyesinde taşır. Bu karşılıklı bağımlılıklar, yaratıcılığın beş temel bileşeninin ilişkiselliğini ortaya koyan Şekil 1'de de somut biçimde gözlemlenmektedir.

Tablo 1. 4P ve 5A Çerçevelerinin Karşılaştırılması

4 P Yaratıcılığı		5 A Yaratıcılığı
Kişinin içsel özellikleri	**Kişi → Aktör**	Toplumsal bağlamla ilişkili kişisel özellikler
Başlıca bilişsel mekanizmalar	**Süreç → Eylem**	Eşgüdümlü psikolojik ve davranışsal dışavurum

Ürünlerin özellikleri ya da onlar etrafındaki uzlaşma	**Ürün → Eser**	Eserin üretimi ve değerlendirilmesinin kültürel bağlamı
Yaratıcılığı koşullandıran dışsal değişkenler kümesi olarak toplumsal çevre	**Çevre → İzleyici** **Çevre → Olanaklar**	Yaratıcılar ile toplumsal ve maddi dünya arasındaki karşılıklı bağımlılık

Şekil 1. Yaratıcılığın 5A'sının Entegrasyonu



Kaynak: Glăveanu, V. P. (2013). Rewriting the language of creativity: The Five A's framework. *Review of General Psychology, 17*(1), 69–81.

"Aktör", yaratıcı süreçlerde yer alan bireylerdir. Ancak aktörler yalnızca bireysel olarak değil, sosyal ve kültürel ortamlar içinde tanımlanır. Aktör, 4P çerçevesindeki kişiye benzer.

"Eylem", yaratıcı düşüncenin hayata geçirilmesi için gerçekleştirilen etkinliklerdir. Yaratıcılık sadece fikir üretmek değil, bu fikirleri eyleme dökme sürecidir. 4P çerçevesinde süreç olarak adlandırılan unsurdur.

"Eser", yaratıcı eylemler sonucunda ortaya çıkan somut veya soyut ürünlerdir. Örneğin bir heykel, yeni bir bilgisayar yazılımı esere örnek verilebilir. 4P çerçevesinde ürün olarak

adlandırılan unsurdur, ancak aynı zamanda ürünün yaratıldığı sosyokültürel bağlamı da içerir.

"İzleyici", yaratıcı ürünlerin değerlendirildiği sosyal gruplardır. Bir ürünün yaratıcı olarak kabul edilmesi, toplulukların takdirine bağlıdır. Yaratıcının yaptığı işi dışsal olarak motive edenler de dahil olmak üzere aktörün başkalarıyla olan etkileşimlerini açıklar.

"Olanaklar", ortamın ve kültürel araçların yaratıcılığa sunduğu imkânlar ve kısıtlamalardır. Fiziksel, sosyal ve kültürel çevre, yaratıcı eylemleri hem destekleyebilir hem de sınırlandırabilir. İlk olarak Gibson (1986) tarafından ortaya atılan bu kavram, kişinin çevreye uyumudur. Örneğin Gibson'a göre dağ, çevrenin bir özelliğidir ve insanlara sunduğu olanaklar dağa tırmanma, dağda yaşama ve belki de dağdan aşağı kayak yapma gibi şeylerdir. Yaratıcılığın bir özelliği de kullanışlılık olduğundan, olanaklar neyin yararlı ya da etkili olduğunu belirlemeye yardımcı olur, insanların bazı nesneleri daha yararlı, bazılarını ise bir amaç için daha az yararlı olarak görmelerine yol açar.

1.1.1.1.4. 7C Kuramsal Çerçeve (7C Theoretical Framework)

Üçüncü bir teorik çerçeve ise Lubart ve Thornhill-Miller'ın (2019) 7C çerçevesidir. Lubart ve Thornhill-Miller'a göre yaratıcılık, yaratıcılar (creators, person-centered characteristics, kişi merkezli özellikler), yaratma (creating, creative process, yaratıcı süreç), iş birlikleri (collaborations, co-creating, birlikte yaratma), bağlamlar (contexts, environmental conditions, çevresel koşullar), yaratımlar (creations, the nature of creative work, yaratıcı çalışmanın doğası), tüketim (comsumption, the adoption of creative products, yaratıcı ürünlerin benimsenmesi) ve müfredat (curricula, the development and enhancement of creativity, yaratıcılığın geliştirilmesi ve güçlendirilmesi) olmak üzere 7C'yi kapsayan bir çerçevede ele alınabilir. Modelde yer alan 7C'yi kısaca şu şekilde açıklamak mümkündür:

"Yaratıcılar" yaratıcılığı ortaya koyan bireyler veya gruplardır. Kişilik özellikleri, yetenekler ve motivasyon gibi faktörler bu başlık altında değerlendirilmektedir. 4P Kuramsal Çerçevesindeki "kişilere" ve 5A Kuramsal Çerçevesindeki "aktörlere" karşılık gelmektedir.

"Yaratma" yaratıcılığın ortaya çıkma sürecidir. Bu süreç problem tanımlama, fikir üretme, değerlendirme ve uygulamayı içerir. 4P Kuramsal Çerçevesindeki sürece ve 5A Kuramsal Çerçevesindeki eyleme karşılık gelmektedir.

"İş birlikleri" sürecinde yaratıcı sürecin kolektif yapısı vurgulanır ve insanlar birlikte çalıştıklarında ortaya çıkan yaratıcı süreçleri ifade eder. Grup çalışmaları, sosyal etkileşimler ve ekip çalışmaları bu başlık altında ele alınmaktadır.

"Bağlam" yaratıcı ürünlerin ortaya çıktığı çok katmanlı fiziksel ve sosyal çevreyi ifade eder. Yaratıcılığın ortaya çıktığı çevresel, kültürel ve tarihsel koşullardır. Bağlam, yaratıcılığı hem şekillendirir hem de sınırlandırır. 4P Kuramsal Çerçevesindeki baskıya benzemektedir.

"Yaratımlar" yaratıcılık sonucu ortaya çıkan somut ya da soyut ürünlerdir. Bu ürünlerin yenilikçi, özgün ve değerli olması beklenir. 4P Kuramsal Çerçevesindeki yaratıcı çalışmanın ürünleri olarak adlandırılan şeylere karşılık gelmektedir.

"Tüketim" yaratıcı ürünlerin toplum tarafından benimsenmesi ve kullanılması sürecidir. Yaratıcı ürünlerin günlük yaşamda kullanılması ya da yaratıcı fikirlerin kabul edilmesi yoluyla benimsenmesini ifade eder. Ürünlerin yaratıcı olarak kabul edilip edilmediği bu aşamada belirginleşmektedir.

"Müfredat" yaratıcılığın nasıl öğretileceği ve geliştirileceği üzerine odaklanır. Eğitimsel yaklaşımlar, öğretim programları ve öğretme stratejileri bu başlıkta ele alınır. Lubart ve Thornhill-Miller'a (2019) göre tüketim, yaratıcılık ve yenilikçilik arasındaki bağlantıyı vurgulamaktadır. Diğer kuramsal çerçevelerde yer almayan müfredat, insanlarda yaratıcılığı geliştirmek için yaratıcılığı öğretmenin yollarıdır.

1.1.1.2.Yaratıcılık Süreci ve Aşamaları

Yaratıcılık, bireyin yeni ve özgün fikirler geliştirme ve sorunlara alışılmışın dışında çözümler bulma yeteneğidir. Yaratıcılık süreci ise bu yenilikçi fikirlerin ortaya çıkışından uygulamaya kadar izlediği adımları ifade eden bir kavramdır. İlk yaratıcı süreç modellerinden birisi Graham Wallas'ın (1926) dört aşamalı modelidir. Bu model hazırlık, kuluçka, aydınlanma ve doğrulama basamaklarından oluşur. Özellikle yönetim ve girişimcilik bağlamında yaratıcılık süreci, bir fikrin doğup gerçeğe dönüşmesine kadar süren adımlar şeklinde ele alınır.

Yaratıcılık işletmelerde yenilikçilik, sorun çözme yöntemi ve rekabet avantajı elde etmenin temel yollarından birisi için günümüz örgütlerinde önemli bir yer tutmaktadır. Yaratıcı düşüncenin iş yaşamında merkezi bir olgu haline gelmesi, hem bireylerin psikolojik olarak

iyi oluşunu destekleyebilen tatmin edici bir kendini gerçekleştirme alanı sunması, hem de örgütlerin inovasyon kapasitesini artırmasıyla ilgilidir. Scarborough ve Cornwall (2019) yaratıcılık sürecini sistematik bir şekilde ele almıştır. Onların yaklaşımına göre yaratıcılık süreci, bir fikri gerçeğe dönüştürmek için ardışık olarak izlenen yedi temel aşamadan oluşmaktadır. Bu aşamalar *hazırlık, araştırma, dönüşüm, kuluçka, aydınlanma, doğrulama ve uygulama* olarak sıralanmaktadır. Aşağıda, yaratıcılık sürecinin bu aşamaları tek tek ele alınarak açıklanmaktadır:

Hazırlık aşaması yaratıcılık sürecinin ilk adımını oluşturmaktadır. Bu aşamada kişi, karşılaşılacak probleme veya fırsata zemin hazırlamak üzere zihnini bilgiyle besler. Hazırlık aşaması, yaratıcı sürecin temelidir. Hazırlık aşaması, ilgili alanda bilgi edinme, gözlem yapma ve deneyim kazanma sürecidir. Kişi konuyla ilgili kitaplar ve makaleler okuyarak, uzmanlarla tartışarak ve beyin fırtınası yaparak mümkün olduğunca geniş bir altyapı oluşturur. Amaç, zihni yaratıcı düşünceye zemin oluşturacak şekilde yeni fikirlere hazır hale getirmektir. Bu aşamada birey, her deneyimi bir öğrenme fırsatı olarak görüp farklı kültürleri ve bakış açılarını inceleyerek ufkunu genişletir. Wallas'a (1926) göre hazırlık aşaması bireyin kendisini soruna kaptırmasına ve daha sonra yaratıcı fikirlere sentezlenecek içgörüleri biriktirmesine olanak tanıdığı için kritik önem taşımaktadır.

Araştırma aşaması belirlenen problem veya fikir üzerine odaklanarak derinlemesine inceleme yapmayı içerir. Hazırlık aşamasında genel bir bilgi altyapısı oluşturan kişi, bu adımda sorunu tüm yönleriyle analiz eder. Bu aşama, mevcut durumu, ihtiyaçları ve engelleri detaylı şekilde araştırmak anlamına gelir. Örneğin, girişimcilik kapsamında ele alındığında, girişimci ele aldığı iş fikrinin veya sorunun tüm boyutlarını, pazar koşullarını ve karşılaşılabilecek engelleri öğrenmek için zaman ayırır. Araştırma aşamasında toplanan bilgiler ve değerlendirmeler, bir sonraki yaratıcı adım için kritik öneme sahiptir. Bu aşama sayesinde problemler daha net tespit edilir, ortaya çıkabilecek alt problemler belirlenir ve yaratıcı çözüm hususları netleşmeye başlar.

Dönüşüm aşaması bir önceki aşamalarda toplanan bilgi ve verilerin işlenerek yeni fikirlere dönüştürüldüğü önemli bir aşamadır. Bu aşamada kişi, elindeki verileri hem analitik düşünme hem de sezgisel ve çağrışıma dayalı düşünme yöntemlerle ele alır. Analitik düşünme, veriler arasındaki benzerlikleri ve bağlantıları görmeyi sağlayarak fikirleri belli bir yönde derinleştirir; sezgisel ve çağrışıma dayalı düşünme ise veriler arasındaki

farklılıkları ortaya çıkararak çok sayıda alternatif fikir üretir. Dönüşüm aşamasının amacı, mevcut bilgiyi yeni yöntemlerle harmanlamak, problemi farklı açılardan yeniden yapılandırarak özgün çözümler tasarlamaktır. Bu sayede, başlangıçta toplanan bilgiler yeniden düzenlenir ve yeni bir desen içinde potansiyel çözümlere dönüştürülür. Dönüşüm aşaması yaratıcı düşüncenin yer aldığı, fikirlerin olgunlaştığı ve yenilikçi yaklaşımların filizlendiği aşamadır.

Kuluçka aşaması toplanan bilgilerin bilinçaltında işlenmesini içerir. Bu aşamada, bireyler problem üzerinde aktif olarak çalışmaktan zihinsel olarak geri adım atarak, zihinlerinin beklenmedik bağlantılar kurmasına izin verirler. Kuluçka aşamasında bilinçli zihin bir adım geri çekilerek problemi çözme görevini bir süreliğine bilinçdışına devreder, kuluçka aşaması beynin dinlenme aşamasıdır. Dönüşüm aşamasında yoğun biçimde üzerinde çalışılan problem, kuluçka aşamasında zihnin arka planında işlemeye devam eder. Kişi bu evrede problem üzerine doğrudan düşünmeyi bırakır ve başka bir işle meşgul olur veya dinlenir. Örneğin, tamamen alakasız bir hobiyle uğraşmak, yürüyüşe çıkmak, müzik dinlemek ya da sadece gevşeyip hayal kurmak bu aşamanın bir parçasıdır. Bu sayede zihin, baskı altında kalmadan serbestçe çağrışımlar yapar ve farkında olmadan fikirleri olgunlaştırır. Kuluçka aşaması, yaratıcı sürecin en gizemli ama bir o kadar önemli adımlarındandır; zira çoğu zaman en parlak fikirlerin tohumları bu gevşeme ve bilinçdışı düşünme döneminde atılır. Kısaca, kuluçka evresi, "bir adım geri çekilerek zihnin problemi arka planda sindirmesine izin verme" sürecidir ve yaratıcılığın filizlenmesi için uygun ortamı hazırlar. Araştırmalar, bir problemden uzaklaşmanın, beyin problem üzerinde bilinçsizce çalışmaya devam ettiği için iç görülü atılımlara yol açabileceğini göstermektedir (Sawyer, 2012).

Aydınlanma aşamasında önceki aşamalarda biriktirilen bilgiler ve bilinçdışı düşünme, ani bir ilham ve içgörü ile su yüzüne çıkar. Kuluçka döneminde sessizce birleşen düşünceler bu noktada beklenmedik bir anda net bir fikir ya da çözüm olarak kişinin aklına gelir. Aydınlanma genellikle kendiliğinden gelişir; örneğin, kişi başka bir işle meşgulken ansızın aradığı çözüm zihninde belirir ve tüm yaratıcı çabalar somut bir fikir haline dönüşür. Her aydınlanma aşamasında somut ve büyük bir buluş ortaya çıkmayabilir, ancak yaratıcı süreçte yeni ve kullanışlı bir fikrin ilk defa tam anlamıyla bilince çıktığı kritik bir dönüm noktasıdır. Aydınlanma aşaması sayesinde, kişi aradığı çözüme ulaşabilir ve süreçte bir sonraki aşamaya geçmeye hazır hale gelir. Aydınlanma aşaması, yeni bir fikrin veya çözümün aniden ortaya çıktığı aşamadır. Bu aşama, netlik ve yön sağlayan ani bir içgörü parlaması ile

karakterize edilir. Bu keşif anı genellikle öngörülemez ve hiç beklenmedik bir anda kendiliğinden ortaya çıkabilir (Wallas, 1926).

Doğrulama aşaması aydınlanma aşamasında üretilen fikrin eleştirel bir şekilde değerlendirilmesini ve rafine edilmesini içerir. Bu adım, yaratıcı çıktının hem uygulanabilir hem de etkili olmasını sağlar. Doğrulama, hipotezlerin test edilmesini, geri bildirim alınmasını, tasarımların yinelenmesini veya sanatsal ifadelere düzenleme yapılmasını içerebilir. Csikszentmihalyi (1997) yaratıcılığın değerli kabul edilebilmesi için uzman incelemesi veya pratik uygulama gibi harici kriterlerle doğrulanması gerektiğini vurgular. Doğrulama aşamasında aydınlanma ile bulunan yaratıcı fikir değerlendirilir ve sınanır. Bu aşamada elde edilen fikir, gerçekte işe yarayıp yaramayacağı açısından kritik bir gözden geçirmeye tabi tutulur. Kişiler, fikrin uygulanabilirliğini test etmek, zayıf yönlerini belirlemek ve gerekli iyileştirmeleri yapmak üzere sistematik bir değerlendirme yapar. Örneğin, girişimcilik kapsamında bir fikir için pazar testi yapmak, prototip oluşturmak, pilot uygulamalar gerçekleştirmek bu doğrulama sürecinin parçaları olabilir. Bu aşamanın temel amacı, mevcut fikirdeki hataları veya eksikleri ortaya çıkarmak ve fikri somutlaştırmadan önce geçerliliğini onaylamaktır. Doğrulama aşamasında "bu fikir pratikte çalışır mı?", "hedeflediği sorunu gerçekten çözüyor mu?", "kaynaklar ve kısıtlar göz önüne alındığında uygulanabilir mi?" gibi sorular sorulur ve bu tür sorulara alınan yanıtlar doğrultusunda fikir gerekirse yeniden şekillendirilir veya detaylandırılır. Sonuç olarak doğrulama aşaması, yaratıcı fikrin sağlam bir temele oturmasını sağlar ve onu son aşama olan uygulamaya hazır hale getirir.

Uygulama aşaması, yaratıcı sürecin son adımı olup doğrulanmış fikrin hayata geçirilmesini kapsar. Bu aşamaya gelindiğinde, yaratıcı fikir artık soyut bir düşünce olmaktan çıkar ve somut bir ürüne, projeye veya çözüme dönüşür. Uygulama aşaması, fikrin pratiğe aktarılması için gereken adımların atıldığı aşamadır. Bu aşamada proje planları yapılır, kaynaklar tahsis edilir, üretim veya geliştirme süreçleri başlatılır ve fikrin hedeflenen ortamda gerçekleştirilmesi sağlanır. Örneğin, doğrulama sürecini geçmiş bir ürün fikri için seri üretime başlamak ya da yazılım alanında bir uygulama fikri için programlama ve kullanıma sunma adımlarına geçmek uygulama aşamasıdır. Bu aşamada aynı zamanda yaratıcılık ile girişimcilik arasındaki fark da ortaya konulur. Nitekim pek çok iyi fikir kâğıt üzerinde kalırken, uygulamaya konan fikirler değere dönüşür. Başarılı bir uygulama, yaratıcı sürecin sonunda inovasyon olarak ortaya çıkan değerin kullanıcıya veya topluma ulaşmasını

sağlar. Böylelikle, yaratıcı süreç tamamlanmış ve başlangıçtaki soyut fikir somut bir sonuç haline gelmiş olur.

Yaratıcılık sürecine ilişkin öne çıkan modellerden biri de Basadur'un (1994) Simplex Yaratıcılık Modelidir. Simplex Modeli sorun çözmenin uygulamada sona ermediği, ancak sisteme geri beslendiği ve sürekli yeniliği teşvik eden sürekli, döngüsel bir yaklaşımı vurgulamaktadır (Basadur vd., 2014). Basadur'un modeli, bireylere ve kuruluşlara yaratıcı süreç boyunca rehberlik eden birbiriyle ilişkili sekiz aşamadan oluşur:

Sorun Bulma: Bu aşama, yaratıcı çözümler gerektiren sorunların belirlenmesini ve tanımlanmasını içerir. Keşiflerin ve fırsatların tanınmasını vurgular.

Gerçek Bulma: Bir sorun belirlendikten sonra, bu aşama ilgili verilerin toplanmasını, bağlamın anlaşılmasını ve kısıtların belirlenmesini içerir. Durumun kapsamlı bir şekilde anlaşılması daha iyi çözümler üretilmesine yardımcı olur.

Problem Tanımı: Bu adım, kapsamını ve yönünü netleştiren sorular sorarak problemi iyi yapılandırılmış bir zorluk haline getirir. Amaç, sorunun uygun bir şekilde çerçevelenmesini sağlamaktır.

Fikir Bulma: Fikir bulma aşamasında çeşitli olası çözümler üretmek amacıyla beyin fırtınası ve ıraksak düşünme teşvik edilir. Bu aşama, anında değerlendirme olmaksızın yaratıcılığı teşvik eder.

Değerlendirme ve Seçim: Bu aşamada, potansiyel çözümler fizibilite, etki ve hedeflerle uyum temelinde eleştirel bir şekilde analiz edilir, test edilir ve karşılaştırılır.

Plan Formülasyonu: Seçilen çözümün uygulanması için adımlar, kaynaklar ve sorumlulukları içeren ayrıntılı bir eylem planı geliştirilir.

Kabul Bulma: Bu aşama, çözümün kilit paydaşlar tarafından kabul edilmesini ve benimsenmesini sağlar. İkna, müzakere ve değişime karşı direncin ele alınmasını içerir.

Eylem: Son aşama planın uygulanmasını, ilerlemenin izlenmesini ve yaratıcı çözümün başarılı bir şekilde uygulanmasını sağlamak için gerekli ayarlamaların yapılmasını içerir.

Yaratıcılık süreci, yalnızca yukarıda tanımlanan aşamaların art arda sıralanışından ibaret değildir. Bu sürecin etkinliği ve verimliliği, bireysel ve çevresel birçok faktörden etkilenir.

Her ne kadar yaratıcılık farklı kişilerde farklı şekillerde ortaya çıksa da araştırmalar belli başlı ortak etmenlerin yaratıcı performansı etkilediğini göstermektedir.

1.1.1.3.Yaratıcılık Sürecini Etkileyen Faktörler

Yaratıcılık süreci, bireyin özgün ve değerli fikirler üretmesini içeren dinamik bir yapıya sahiptir. Ancak bu süreç, çeşitli bireysel, örgütsel, çevresel ve psikolojik etkenlerden olumsuz yönde etkilenebilir. Kimi zaman bireyin kişisel özellikleri ve inançları, kimi zaman ise içinde bulunduğu çalışma ortamı, sosyal çevre ya da duygu durumu yaratıcı düşünmenin önünde engel oluşturabilir. Yaratıcılığı sınırlandıran bu faktörleri anlamak hem bireysel potansiyelin ortaya çıkmasına hem de yaratıcı düşüncenin desteklenmesine katkı sağlayacaktır. Aşağıda yaratıcılığı olumsuz etkileyen başlıca bireysel, örgütsel ve çevresel, psikolojik ve duygusal faktörler açıklanmıştır.

Bireysel Faktörler (Kişisel Özellikler): Bir bireyin yaratıcılık potansiyeli büyük ölçüde onun bilgi birikimi, yetenekleri ve düşünme biçimiyle ilintilidir. Bir kişinin alan bilgisi ve uzmanlık düzeyi, yaratıcı çözümler üretmesinde gereken altyapıyı sağlar. Benzer şekilde, esneklik, hayal gücü, analitik düşünceyi sezgisel düşünceyle dengeleyebilme gibi yaratıcılığa özgü düşünme becerileri sayesinde kişi yaratıcı süreçte başarılı olabilir (Amabile, 1998).

Benzer şekilde, açık fikirli olmak, meraklı olmak, risk alabilmek ve belirsizliğe tahammül edebilmek gibi kişilik özellikleri de yaratıcı düşünmeye katkı sağlayabilmektedir. Özellikle içsel motivasyon, yani bireyin bir işi yaparken duyduğu içten gelen ilgi ve istek, yaratıcılığa katkı sağlayan en önemli faktörlerden birisidir. Özet olarak, kişinin uzmanlığı, yaratıcılık becerileri ve motivasyonu, yaratıcı sürecin lokomotifini oluşturan kişisel faktörlerdir (Yesuf vd., 2023).

Örgütsel ve Çevresel Faktörler: Yaratıcılık, kişinin içinde bulunduğu ortamdan büyük ölçüde etkilenir. Örneğin, bir şirkette yönetim desteği ve teşviki, çalışanların yaratıcı fikirler sunmak hususunda cesaret bulmaları için kritik önemi haizdir. Bir şirket kültürü yenilikçiliğe değer veriyor, hata yapmayı öğrenme sürecinin doğal bir parçası olarak görüyor ve çalışanlara özgürlük ve bağımsızlık tanıyorsa, o ortamda yaratıcılığın ortaya çıkması muhtemeldir (Bousinakis ve Halkos, 2021).

Yöneticilerin katı kurallar yerine esneklik tanıması, çalışanların kendi yöntemleriyle problem çözmelerine izin vermesi yaratıcılığı artırabilir. Zaman ve kaynak baskısı da yaratıcı süreci etkiler: makul düzeyde bir zaman kısıtı yaratıcılığı tetikleyebilirken, aşırı zaman baskısı veya bilgiye erişim, finansman sıkıntısı şeklinde ifade edilebilecek yetersiz kaynaklar yaratıcılığı engelleyebilir.

Konuya takım çalışması açısından bakıldığında, çeşitlilik içeren, iletişime açık ve güven ortamına sahip takımların daha yaratıcı çıktılar üretebileceğini ifade etmek mümkündür. Diğer yandan, aşırı eleştirel veya cezalandırıcı çalışma ortamları, yanlış yapma korkusu yaratarak çalışanların özgür düşünmesini engelleyeceği düşünülebilir.

Dolayısıyla, örgütsel ve çevresel faktörlerin destekleyici olması ve yaratıcılığa alan tanıması, yaratıcı sürecin başarılı olmasında belirleyici faktörlerdendir.

Psikolojik ve Duygusal Faktörler: Yaratıcı süreci etkileyen bir diğer faktör, bireyin psikolojik durumu ve iyi hissetmesidir. Birçok çalışma, olumlu ruh halinin yaratıcı düşünceyi kolaylaştırdığını göstermiştir. Kişi kendini mutlu ve stres düzeyi düşük hissettiğinde zihinsel olarak daha esnek ve üretken düşünebilir.

Olumlu duygular, bireyin yeni fikirlere açık olmasını ve risk almasını teşvik ederek daha özgün çözümler üretmesini sağlar. Örneğin, keyifli ve motive edici bir atmosferde çalışan bir reklamcının yaratıcı fikirler bulma olasılığı, baskı ve endişe altındaki birine göre daha yüksektir. Ilımlı düzeyde stres veya kaygının bazı durumlarda kişiyi odaklayarak yaratıcılığı tetikleyebileceği öne sürülmüştür; ancak yoğun ve sürekli stresin genelde yaratıcı performansı düşürdüğü kabul edilir. Bu nedenle, sürdürülebilir bir yaratıcılık için bireyin psikolojik iyi oluş halinin desteklenmesi gerekir. Birey işinde anlam ve değer gördüğünde, yaptığı işten haz aldığında sadece yaratıcı olmakla kalmaz, aynı zamanda bu yaratıcılığı uzun vadede sürdürebilir (Yesuf vd. 2023).

Csikszentmihalyi'nin akış (flow) kavramında belirttiği gibi, kişi bir işe hem tutkuyla dalmış hem de yetenekleriyle uyumlu bir zorluk düzeyinde çalışıyorsa yaratıcılık ve mutluluk aynı anda yakalanabilir. Yaratıcılığı besleyen en iyi ortam, yüksek motivasyonlu, merak uyandıran fakat baskının minimum olduğu, bireyin kendini güvende ve değerli hissettiği ortamlardır. Böyle bir ortam, yaratıcılık sürecinin her aşamasında bireye enerji ve odaklanma sağlayarak daha yenilikçi ve başarılı sonuçlar doğurur (Csikszentmihalyi, 1997).

1.1.1.4.Yaratıcılığı Engelleyen Unsurlar

Yaratıcılığın engelleyen unsurlar, yaratıcı süreci engelleyebilecek veya yeni fikirlerin üretilmesini sınırlayabilecek faktörlerdir.

Değerlendirilme kaygısı yaratıcılık, risk almayı ve farklı düşünceleri ifade etmeyi gerektirmekte olup, değerlendirilme kaygısı ise bireyin risk almaktan kaçınmasına ve yaratıcı fikirlerini bastırmasına yol açabilmektedir. Bu kaygıyı yaşayan kişiler fikirlerinin beğenilmemesi endişesiyle yalnızca güvenli ve sıradan görünen fikirlerini dile getirirler. Örneğin, Amabile'nin (1996) araştırmalarına göre insanların, çalışmalarının nasıl değerlendirileceğine odaklandıklarında daha az yaratıcı olduğu ve beklenti düzeyindeki bir değerlendirmenin dahi yaratıcılığa zarar verebileceği sonucuna ulaşılmıştır. Sürekli değerlendirilme kaygısı, çalışanların yeni ve orijinal çözümler üretme yeteneklerini engellemektedir. Nitekim takım çalışmasında, eğer çalışanlar takım arkadaşlarının ya da başkalarının değerlendirmelerinden korkuyorsa ürettikleri fikir sayısı ve çeşitliliği azalmaktadır. Amabile tarafından yapılan bir deneyde, katılımcılara ekiplerindeki diğer kişilerin uzman olduğu söylendiğinde, yüksek değerlendirilme kaygısı nedeniyle, üretilen yaratıcı fikir sayısının belirgin biçimde düştüğü görülmüştür. Aksine, herhangi bir değerlendirme baskısı olmayan takım çalışmasında daha çok yeni fikirler üretildiği görülmüştür. Sonuç olarak, değerlendirilme kaygısı yaratıcılığı hem nicelik hem nitelik olarak olumsuz etkileyerek yaratıcı performans kayıplarına yol açmaktadır (Ruscio ve Amabile, 1996). Katilius-Braun'a göre de yaratıcı süreç sırasında yargılanma veya olumsuz değerlendirilme korkusu fikir üretimini engelleyebilmektedir. Değerlendirme ideal olarak fikir üretiminden sonra serbest düşünce akışına izin verecek şekilde yapılmalıdır. Ancak erken değerlendirme, genellikle özeleştiriye ve yaratıcılığın engellenmesine yol açar (Katilius-Braun, 1974).

Katı değerlendirme kriterleri çalışanların başarılarının veya performanslarının sınırlı ve esnek olmayan standartlara göre ölçüldüğü sistemleri ifade eder. Bu sistemlerde yaratıcılıktan çok belirli sonuçlara, mevcut yöntem ve prosedürlere sadık kalmaya, ölçülebilir ve kısa vadeli çıktılara öncelik verilir. Yaratıcılığın önemli bir bölümü problem tanımlama, alternatifler üretme, esnek düşünme gibi sürece bağlıdır. Ancak katı değerlendirme kriterleri sadece çıktıya odaklandığında, sürecin kendisinde yaratılan değer görmezden gelinir, yalnızca belli satış hedeflerinin tutturulması veya belirli işlem sürelerinin

kısaltılması gibi nicel kriterler ön plana çıkar (Ruscio ve Amabile, 1996). Katı değerlendirme kriterleri, çalışanların nasıl çalıştığından çok ne kadar ürettiğini değerlendirir ve genellikle sürecin kalitesini, yenilikçiliği veya farklı çözüm yollarını göz ardı eder. Katı değerlendirme sistemleri, doğrudan ve dolaylı olarak yaratıcılığı engeller. Yaratıcı değerlendirme doğası gereği risk almayı ve bazen bunun sonucunda başarısız olmayı içerir. Ancak katı değerlendirme kriterlerinde yalnızca doğru sonuçlar ödüllendirildiği için, çalışanlar riskli ama yenilikçi, yaratıcı fikirler üretmekten kaçınır ve yaratıcılık göstermek yerine, başarıya giden tek doğru yolu takip etmeye zorlanır. Amabile, katı hedeflere bağlı kalmanın çalışanları mevcut güvenli yolları seçmeye iteceğini ve farklı düşünmekten vazgeçireceğini ifade etmiştir (Amabile, 1998). Yukarıda belirtildiği gibi yaratıcılıkta içsel motivasyon, bireyin işi yaparken aldığı tatmin çok önemlidir. Ancak katı değerlendirme kriterleri ödül, terfi gibi dışsal motivasyonları öne çıkarır ve içsel motivasyonu gölgede bırakır. Bu da çalışanların sadece kendilerinden beklenileni yapmaya odaklanmasına, yaratıcılığın ise zamanla yok olmasına neden olur (Amabile, 1996).

Uyum ve sosyal baskı yaratıcılığı engelleyen unsurlardan bir diğeridir. Uyum, kişinin grup normlarına, beklentilere veya çoğunluğun davranışlarına uygun hareket etmesi anlamına gelir. Sosyal baskı ise kişinin, başkalarının onayını kazanmak veya dışlanmamak için kendi fikirlerini, davranışlarını veya tutumlarını değiştirme yönünde hissettiği psikolojik zorlamadır. Sosyal baskı altında kişi, yenilikçi veya alışılmadık fikirlerini bastırarak grup normlarına uyum sağlamayı tercih edebilir. Sosyal uyum baskısı arttıkça kişiler orijinalliklerini kaybeder ve yenilik yapma ihtimalleri azalır (Van Hook ve Tegano, 2002).

Grup çalışmasında normlara aykırı fikirler dile getirmek kişilerde *dışlanma korkusu* yaratabilir. Bu korku, çalışanların alışılmış kalıpların dışına çıkmasını ve yeni fikirler önermesini engeller. Nemeth ve Staw, bireylerin aykırı düşüncelerini bastırarak grup içinde kabul görmeye çalışacağı, bunun da yaratıcılığı azaltacağını ifade etmiştir (Nemeth ve Staw, 1989). Ayrıca Janis, grup içi uyumun aşırı önemsenmesinin grup düşüncesi adı verilen fenomeni doğuracağını, grup üyelerinin grubun genel kanaatine aykırı düşünceleri sorgulamadan kabul edeceğini, bunun sonucunda da eleştirel düşünmenin azalacağını, yaratıcı fikirlerin üretilmeyeceğini belirtmiştir (Janis, 1972). Sosyal baskı, bireyleri daha güvenli fikirlerde kalmaya iter ve grup içinde onaylanmama korkusu, bireylerin alışılmışın dışında düşünme yeteneklerini engeller. Sosyal baskının yoğun olduğu ortamlarda çalışanlar kendilerini psikolojik olarak güvende hissetmezler. Bu güvensizlik ise kişinin yaratıcılığını

engeller. Edmondson, psikolojik güven eksikliğinin bireylerin yenilikçi önerilerde bulunma istekliliğini önemli ölçüde azaltacağını ifade etmiştir (Edmondson, 1999).

Sabit zihniyet kişilerin yetenek, zekâ veya becerilerinin doğuştan sabit ve değiştirilemez olduğuna inanmasıdır. Sabit zihniyet kavramı, özellikle Carol Dweck tarafından geliştirilmiş ve eğitimden iş hayatına kadar birçok alanda bireysel gelişimi ve performansı etkileyen önemli bir psikolojik unsur olarak tanımlanmıştır (Dweck, 2006). Yaratıcılık genellikle büyüme odaklı düşünce altında gelişen dinamik bir süreç olarak kabul edilir. Ancak, sabit zihniyete sahip bireyler yaratıcı çabalarında önemli engellerle karşılaşabilirler. Sabit zihniyet, yeteneklerin, zekânın ve becerilerin önemli ölçüde geliştirilemeyen statik özellikler olduğu inancıdır. Bu bakış açısı yaratıcı risk almayı, fikir üretmeyi ve uyum sağlamayı ve en nihayetinde de yaratıcılığı engelleyebilir (Dweck ve Yeager, 2019). Sabit zihniyette hata yapmak, yetersizlik gibi algılandığı için kişiler riskli ve yaratıcı girişimlerden kaçınır. Sabit zihniyet, yeni şeyler öğrenmeye kapalı olma eğilimini artırdığından, bireyin yaratıcı kapasitesinin körelmesine neden olur. Sabit zihniyetli çalışanlar değişime direnç gösterir, mevcut yöntemlere bağlı kalmayı tercih eder ve yeniliklere şüpheyle yaklaşırlar. Ayrıca, eleştiriyi kişisel bir tehdit olarak algıladıkları için, yeni fikirler geliştirme ve mevcut fikirleri iyileştirme konusunda isteksiz davranırlar (Dweck, 2015). Sabit zihniyete sahip kişiler, gerçekten yetenekli kişilerin zorlanmaması gerektiğine inanırlar. Bu nedenle, yaratıcı bir çözüm üretmek için yoğun çaba sarf etmek onlar için olumsuz bir işarettir ve yaratıcı uğraşılardan uzaklaşabilirler.

Başarısızlık korkusu bireyin hata yapmaktan veya hedeflenen başarıya ulaşamamaktan duyduğu yoğun kaygı ve kaçınma eğilimidir. Bu duygu, sadece performans odaklı bir kaygı değildir; aynı zamanda bireyin özsaygısına, çevresindeki algısına ve kariyerine zarar verebileceği endişesini içerir (Murray, 1938). Başarısızlık korkusu genellikle mükemmeliyetçilik, kendinden şüphe duyma ve sabit zihniyet teorileriyle bağlantılıdır. Araştırmalara göre, sabit zihniyetli bireyler yeteneklerinin statik ve değişmez olduğuna inanır ve bu da onları yaratıcı görevler üstlenirken başarısızlık korkusuna daha yatkın hale getirir. Buna karşılık, büyüme zihniyetine sahip olanlar başarısızlığı öğrenme ve gelişim için bir fırsat olarak görür ve daha fazla yaratıcı esnekliği teşvik eder (Beghetto, 2021). Başarısızlık korkusu, yüksek performans baskısı, cezalandırıcı değerlendirme sistemleri ve mükemmeliyetçi kültürlerin olduğu ortamlarda daha belirgin hale gelir. Başarısızlık korkusu

bireylerin yeni yöntemler denemesini ve deneyim yoluyla öğrenmesini engeller ve bu bireyler risk almaktan kaçınarak sadece güvenli ve standart çözümleri tercih ederler. Çalışanlar özgün fikirleri sunma konusunda kendilerini güvensiz hissederler. Bunun yerine, sorunsuz kabul edilecek geleneksel fikirleri tercih ederler. Böylece, çalışanların toplantılarda veya yaratıcı platformlarda düşüncelerini açıkça dile getirmesi zorlaşır. Özetle, başarısızlık korkusu, çalışanların yeni fikir üretme, deney yapma ve yaratıcı riskler alma becerilerini ciddi şekilde bastırır ve bu da şirketlerin inovasyon kapasitesini düşürür (Dweck, 2006; Beghetto, 2021).

Zaman ve kaynak eksikliği, çalışanların yaratıcı düşünce ve uygulamalar için ihtiyaç duydukları süreye, araçlara, bilgilere, teknolojiye veya bütçeye yeterli ölçüde erişimlerinin olmamasıdır. Zaman ve kaynak eksikliği baskısı altında çalışan bireyler, fikirlerini derinleştirme veya alternatif çözümler üretme şansı bulamazlar. Aceleyle geliştirilen çözümler genellikle mevcut yöntemlere dayanır ve yenilikten, yaratıcılıktan uzak olur (Guilford, 1967). İnovatif ürün veya süreçler, genellikle prototipleme, test etme ve yineleme döngüleriyle gelişir. Kaynak eksikliği bu süreçlerin gerçekleşmesini engeller ve organizasyonun yenilikçilik kapasitesini düşürür. Çalışanlar yaratıcı fikirlerini hayata geçirecek kaynakları bulamadıklarında, zamanla heveslerini kaybederler (Mehta ve Zhu, 2016). Fikirlerinin desteklenmeyeceği düşüncesiyle yaratıcı katkı sunma çabaları azalır. Özetle, zaman ve kaynak eksikliğinin yaratıcı süreçleri engellediğini ileri sürmek mümkündür. (Oldham ve Cummings 1996).

Bilişsel sabitlenme bir problemi çözmeye veya bir hedefe ulaşmaya çalışırken, bireyin belirli bir düşünme biçimine ya da çözüm yoluna aşırı bağlı kalmasıdır (Duncker, 1945). Başka bir ifadeyle, kişi öğrendiği, alıştığı veya başarılı olmuş belirli yöntemlere takılı kalır ve alternatif çözüm yolları üretmekte zorlanır (Ramos, 2020). Çalışanlar, daha önce işe yarayan çözümleri tekrar etmeye eğilim gösterir. Bilişsel sabitlenmeye sahip bireyler yeni olasılıkları keşfetmek yerine, bildikleri yöntemlere geri dönerler. Bu da yeni fikirlerin doğmasını engeller. Oysaki yaratıcı çözümler genellikle farklı düşünmeyle ve alışılmışın dışındaki yöntemlerle ortaya çıkar. Bilişsel sabitlenmede çalışanlar problemi yeniden tanımlamak veya alternatif bakış açıları geliştirmek yerine mevcut tanımlamaları sorgulamadan kabul ederler ve bu şekilde problemlere farklı açılardan yaklaşma becerileri azalır. İnovasyon, mevcut sistemlerin ve yaklaşımların eleştirel sorgulanmasını ve yeniden yapılandırılmasını gerektirir. Bilişsel sabitlenme, bu eleştirel sorgulama yeteneğini zayıflatır. Sürekli aynı

kalıpları tekrar eden bireyler, yeni bilgilerden etkili bir şekilde yararlanamazlar. Özetle, bilişsel sabitlenme yaratıcılığın merkezinde yer alan esnek düşünme, alternatif üretme ve yeniden yapılandırma gibi süreçleri doğrudan baltalar (Finke, Ward ve Smith, 1996).

Baer ve Oldham (2006) bireylerin *belirli bir fikre veya yaklaşıma takılıp kaldıkları* zihinsel durumun yaratıcı düşünmeyi engelleyeceğini, bu saplanmanın, bireylerin alternatif çözümleri veya bakış açılarını dikkate almalarını engelleyeceğini ve bireylerin yaratıcı fikirlerini sürdürmelerine ve geliştirmelerine engel olacağını ifade etmiştir.

Uzmanlığa aşırı güven bireylerin veya organizasyonların sahip oldukları bilgi, deneyim veya uzmanlık düzeyine aşırı derecede güvenmeleri ve bunun sonucunda alternatif bakış açılarını veya yeni yaklaşımları reddetmeleri durumudur. Başka bir ifadeyle, uzmanlar kendi bildiklerinin en doğru olduğuna inanarak farklı düşüncelere karşı direnç geliştirebilir (Frensch ve Sternberg, 1989). Uzmanlık yaratıcılığı artırabilirken, aynı zamanda düşüncede sabitliğe de yol açabilir. Uzmanlar, yerleşik bilgi ve yöntemlere büyük ölçüde güvendikleri için geleneksel olmayan fikirleri veya yaklaşımları keşfetme ve fark etme olasılıkları daha düşük olabilir (Pesout ve Nietfeld, 2021). Uzmanların, kendi bildikleri çözümler dışında kalan yeni veya alışılmadık fikirleri dikkate almama eğilimine girmeleri ve başka bir yöntemin olmadığı düşüncesi, yaratıcı alternatiflerin doğmasını engeller. Uzmanlar, sahip oldukları bilginin getirdiği statüyü ve güveni korumak isterler. Bu yüzden, başarısız olabilecek yaklaşımlardan kaçınabilirler (Beghetto ve Kaufman, 2007). Bir konudaki uzmanlık algısı, bireylerin yeni bilgiler öğrenme ve farklı bakış açılarını değerlendirme esnekliğine, gelişim ve öğrenme süreçlerine zarar verir. Uzmanlar, kendi görüşlerini kesin olarak sunduklarında, daha az deneyimli bireyler fikirlerini açıklamaktan çekinebilir. Bu da ekip içi yaratıcı etkileşimi zayıflatır (Dane, 2010).

Yaratıcılık, yeni ve özgün fikirler geliştirme, alışılmış kalıpların dışına çıkarak orijinal çözümler üretme yeteneği iken, öz yeterlilik, bireyin belirli bir görev veya durumda başarılı olabileceğine dair kendi yeteneklerine olan inancıdır. Yaratıcılık ve öz yeterlilik arasında doğrudan pozitif bir ilişki bulunmaktadır ve aşağıda öz yeterlilik anlatılacaktır.

1.1.2. Öz Yeterlilik

Öz yeterlilik, bireyin belirli performans kazanımlarını elde etmek için gerekli davranışları gerçekleştirme kapasitesine olan inancı olarak tanımlanır. Psikolog Albert Bandura

tarafından geliştirilen bir kavramdır ve motivasyon, davranış ve duygusal tepkilerin belirlenmesinde önemli bir rol oynar. Bireyin belirli durumlarda başarılı olma veya bir görevi yerine getirme yeteneğine olan inancını ifade eden öz yeterlilik, Sosyal Bilişsel Teorinin merkezi bir bileşenidir ve insan davranışının ve motivasyonun önemli bir belirleyicisi olarak kabul edilir (Bandura, 1977).

Öz yeterlilik kavramı, bireylerin belirli bir görevi veya davranışı başarıyla gerçekleştirebilme konusundaki kendi yeteneklerine duydukları inancı ifade eder. Bu kavram, motivasyon, öğrenme, başarı ve psikolojik dayanıklılık gibi birçok alanda önemli bir yere sahiptir. Öz yeterlilik algısı bireylerin hangi görevleri üstleneceklerini, bu görevlerde ne kadar çaba göstereceklerini, zorluklarla karşılaştıklarında nasıl bir direnç göstereceklerini belirler (Bandura, 1997). Bandura'ya göre öz yeterlilik, bireyin sahip olduğu gerçek yeteneklerden bağımsızdır; esas olan bireyin kendi kapasitesine dair algısıdır. Bu inanç, bireyin seçimlerini, hedeflerine ulaşmak için gösterdiği çabayı ve stres ya da zorluk karşısındaki dayanıklılığını etkiler.

Gist ve Mitchell'e (1992) göre öz yeterlilik, bireylerin belirli görevlerde performans gösterme yeteneklerine yönelik algılanan yetkinlik düzeyidir. Bu algı, bireyin görev seçimi, çaba düzeyi, ısrarı ve performans çıktıları üzerinde belirleyici rol oynar. Özellikle örgütsel davranış bağlamında, çalışanların öz yeterlilik düzeylerinin iş tatmini, performans ve işte kalıcılık gibi çıktılar üzerinde etkili olduğunu savunmuşlardır.

Stajkovic ve Luthans'a (1998) göre öz yeterliliğin, yani bireylerin bir görevi başarıyla tamamlayabilme konusundaki kendi yeteneklerine dair inançlarının bireysel performans üzerinde doğrudan ve güçlü bir etkisi vardır. Yaptıkları meta-analiz çalışmasında, yüksek öz yeterliliğin daha yüksek iş performansıyla ilişkili olduğunu ortaya koymuşlardır.

Tierney ve Farmer (2002), öz yeterlilik kavramını yaratıcılık özelinde ele alarak tanımlarlar. Buna göre yaratıcı öz yeterlilik, bireyin yaratıcı görevlerde başarı elde edebilme kapasitesine duyduğu özgüvendir. Bu yaklaşım, genel öz yeterlilik algısının yanında, bireylerin yaratıcı problem çözme ve yenilik geliştirme süreçlerinde de kendi yeterlik inançlarının kritik olduğunu vurgular.

Amabile (2012) öz yeterliliği, kişinin iyi performans gösterme yeteneklerine olan inancı olarak tanımlar ve inançlarının, insanların nasıl hissettiklerini, düşündüklerini, kendilerini

nasıl motive ettiklerini ve nasıl davrandıklarını belirleyeceğini ifade eder. Yaratıcılık üzerine yapılan araştırmalar, hangi değişkenlerin yaratıcı yetenek gelişimi ile ilişkili olduğunu anlamaya odaklanmıştır.

Genel olarak öz yeterlilik, kişisel inanç sistemlerinin davranışı motive etmedeki ve farklı alanlarda başarıya ulaşmadaki rolünün altını çizen çok önemli bir kavramdır. Öz yeterlilik, kişinin yeterliliği ve hedeflere ulaşma kabiliyeti hakkındaki kişisel inançlara dayanır. Bu inançlar, bireylerin zorluklara nasıl yaklaştıklarını, hedeflerini nasıl belirlediklerini ve zorluklar karşısında nasıl sebat ettiklerini etkiler (Bandura, 1977).

Schunk, öz yeterlilik ile akademik başarı arasındaki ilişkiyi özellikle matematik öğrenme bağlamında incelemiştir. Çalışmasında, ilkokul öğrencilerine dört hafta boyunca bölme işlemleri öğretmiş ve öğrencilerin öz yeterlilik algılarını ölçmüştür. Yüksek öz yeterlilik algısına sahip öğrenciler, görevlere daha fazla çaba harcamış ve daha uzun süre sebat etmişlerdir. Bu öğrenciler, matematikte daha yüksek başarı puanları elde etmişlerdir. Düşük öz yeterliliğe sahip öğrenciler ise daha çabuk pes etmiş ve daha düşük performans göstermiştir. Öz yeterlilik, öğrencilerin hem motivasyonlarını hem de akademik başarılarını doğrudan artıran bir etkendir (Schunk, 1984).

Zimmerman, Bandura ve Martinez-Pons öz yeterliliğin öz düzenleyici davranışlar ve akademik başarı üzerindeki etkisini araştırmıştır. Araştırmaya lise öğrencileri katılmıştır. Akademik öz yeterlilik düzeyi yüksek öğrenciler, zaman yönetimi, hedef belirleme ve kendi öğrenmelerini kontrol etme gibi öz düzenleyici stratejileri daha fazla kullanmıştır. Öz düzenleyici stratejiler, öğrencilerin akademik notlarını ve başarılarını önemli ölçüde artırmıştır. Öz yeterliliği yüksek olan öğrenciler, akademik görevleri tamamlama konusunda daha az kaygı yaşamışlardır. Buna göre öz yeterliliğin yalnızca doğrudan akademik performansı değil, aynı zamanda öz düzenleme gibi başarıyı artırıcı stratejileri de desteklediği sonucuna varmışlardır (Zimmerman vd., 1992).

Stajkovic ve Luthans, iş ortamlarında öz yeterlilik ile iş performansı arasındaki ilişkiyi inceleyen ve 114 bağımsız çalışmayı kapsayan büyük bir meta-analiz gerçekleştirmiştir. Buna göre, öz yeterlilik ile iş performansı arasında güçlü ve pozitif bir ilişki bulunmuştur. Öz yeterliliğin satış performansı, üretkenlik, liderlik ve öğrenme gibi birçok iş alanında başarıyı anlamlı düzeyde artırdığı sonucuna varılmıştır. Öz yeterliliği yüksek bireyler,

görevlerini başarıyla tamamlama konusunda daha motive olmuş, daha fazla çaba göstermiş ve daha iyi performans sergilemişlerdir (Stajkovic ve Luthans, 1998).

Locke ve Latham, hedef belirleme teorilerini geliştirirken öz yeterliliğin iş yaşamındaki başarı üzerindeki etkisini vurgulamışlardır. Yüksek öz yeterlilik düzeyi, bireylerin daha iddialı hedefler koymasına ve bu hedeflere ulaşmak için daha azimli ve ısrarlı olmasına neden olmuştur. Hedefe bağlılık ve performans arasında öz yeterliliğin güçlendirici etkisi bulunmuştur. Öz yeterlilik hem hedef belirleme kalitesini hem de hedeflere ulaşmadaki başarı oranını artırarak iş yaşamında doğrudan ve dolaylı yollardan başarıyı desteklemektedir (Locke ve Latham, 1990).

Araştırmalar, öz yeterlilik ile akademik performans arasında güçlü bir bağlantı olduğunu göstermektedir. Öz yeterliliği yüksek olan öğrenciler daha iyi performans gösterme ve öğrenimlerine daha aktif katılma eğilimindedir (Putwain vd., 2013).

1.1.2.1. Öz Yeterliliğin Temel Unsurları

Öz yeterlilik insanın motivasyonu etkileyen, davranışlarını oluşturan ve hayatını değiştirebilecek kadar etkili olan bir kavramdır. Öz yeterlilik kavramı ile insanın kendini yeterli hissettiği davranışları gerçekleştirme ihtimalinin daha yüksek olduğu, kendini yeterli hissetmediği davranışları gerçekleştirme ihtimalinin ise daha düşük olduğu vurgulanmaktadır (Schunk ve DiBenedetto, 2020).

Bandura (1977), öz yeterlilik algısının insanın doğrudan kendi deneyimlediği tecrübeler, dolaylı tecrübeler, sosyal ikna ve duygusal ve fizyolojik durumlar şeklindeki edilen bilgiler sayesinde oluştuğunu öne sürmektedir. Öz yeterlilik, kişinin yeteneklerine olan inancının çok yönlü doğasını vurgulamaktadır. Ustalık deneyimlerini teşvik ederek, dolaylı öğrenme fırsatları sağlayarak, sosyal destek sunarak ve bireylerin duygusal tepkilerini yönetmelerine yardımcı olarak, öz yeterliliği artırmak ve eğitim, sağlık ve işyeri dahil olmak üzere çeşitli ortamlarda daha iyi sonuçları teşvik etmek mümkündür.

Bandura (1986)'ya göre öz yeterlilik algısı dört ana kaynaktan beslenir:

İnsanın doğrudan kendi deneyimlediği tecrübeler: Başarılar kişinin kişisel yeterliliğine dair sağlam bir inanç oluştururken, başarısızlıklar bu inancı zayıflatır. Görevleri tamamlama

veya hedeflere ulaşma konusundaki başarılı deneyimler öz yeterliliği önemli ölçüde artırır. Ustalık deneyimleri, kişinin yeteneklerine dair doğrudan kanıt sağladıkları için en güçlü kaynaktır. Her başarı özgüven inşa ederken, başarısızlıklar öz yeterliliği zayıflatabilir; ancak zorlukların üstesinden gelmek de öz yeterliliği güçlendirebilir.

Bireyin geçmişte yaşadığı başarılı deneyimler, öz yeterlilik inancının en güçlü ve doğrudan belirleyicilerindendir. Bir kişi belirli bir alanda başarılı olmuşsa, benzer durumlarda yeniden başarılı olabileceğine dair inancı güçlenir. Başarılar özgüveni artırırken, tekrarlayan başarısızlıklar özellikle erken aşamalarda öz yeterliliği zayıflatabilir. Gerçek yaşam deneyimleri, bireyin kendi kapasitesi hakkındaki inancını somut olarak pekiştirir. Özellikle küçük adımlarla elde edilen art arda başarılar, sürdürülebilir yüksek öz yeterlilik oluşturur (Schunk ve Rice, 1987).

Dolaylı tecrübeler: Bir başkasının bir görevi başarıyla tamamladığını gözlemlemek, kendileri gibi başkalarının da başarıya ulaştığını gördükleri için bireylerin öz yeterlilik inançlarını güçlendirebilir. Başkalarının bir görevi başarıyla yerine getirdiğini gözlemlemek, özellikle de gözlemci modelle özdeşleşiyorsa, bireyin öz yeterliliğini artırabilir. İnsanlar kendilerine benzer birinin başarılı olduğunu gördüklerinde, kendilerinin de benzer bir başarı elde edebileceklerine inanmaları daha olasıdır. Bu kaynak, rol modellerin ve sosyal öğrenmenin önemini vurgulamaktadır (Woolfolk ve Hoy, 1990).

Dolaylı tecrübeler, bireyin başkalarının başarılarını gözlemlemesi yoluyla edindiği deneyimlerdir. Model alma süreci özellikle yaş, cinsiyet, yetenek düzeyi gibi hususlarda benzerlik hissedildiğinde daha etkili olur. Dolaylı deneyimler, özellikle doğrudan deneyim şansı az olan durumlarda öz yeterliliği destekleyebilir (Wilde ve Hsu, 2019).

Sosyal ikna: Bireyin başkalarından aldığı cesaretlendirme, destekleyici geribildirim ve motive edici sözler yoluyla öz yeterlilik algısının etkilenmesidir. Bir mentor, yönetici, öğretmen ya da arkadaş tarafından söylenen motive edici ifadeler bireyin kendi kapasitesine olan güvenini artırabilir. Ancak sosyal iknanın etkisi, bireyin önceki deneyimleri ve ikna eden kişiye duyulan güvenle ilişkilidir.

Başkalarının sözlü teşviki öz yeterliliği artırabilirken, olumsuz geri bildirim azaltabilir. Başkalarından gelen teşvik ve olumlu pekiştirme öz yeterlilik inançlarını etkileyebilir. Bireyler yapıcı geri bildirim ve destek aldıklarında, yeteneklerine dair daha güçlü bir inanç

geliştirmeleri daha olasıdır. Tersine, olumsuz geri bildirim öz yeterliliği azaltabilir (Robertson vd., 2015).

Duygusal ve fizyolojik durumlar: Bireyin stres veya kaygıyı yorumlaması, yaşadığı stres, heyecan, yorgunluk gibi fizyolojik tepkiler ve kaygı, korku, mutluluk gibi duygusal durumlar öz yeterliliğini etkileyebilir. Yüksek düzeyde stres, kaygı ve olumsuz duygular, bireyin kendi yeteneklerine olan inancını azaltabilir. Diğer yandan, enerji, canlılık ve olumlu duygular bireyin özgüvenini artırır. Örneğin, iyi bir stres yönetimi, bireyin yetenekleri hakkındaki inançları artırabilir. Duygusal ve fizyolojik uyarılmanın yorumlanması öz yeterliliği etkileyebilir. Duygusal tepkilerini etkili bir şekilde yönetmeyi öğrenen bireyler öz yeterlilik inançlarını koruyabilir veya artırabilirler. Özellikle sınavlar, sunumlar veya performans gerektiren durumlarda bireyin fizyolojik ve duygusal durumunun yönetilmesi, öz yeterliliğin sürdürülmesi açısından kritik önemdedir (Van der Bijl ve Shortridge-Baggett, 2001).

1.1.2.2.Öz Yeterliliğin Önemi

Öz yeterlilik, bireylerin hedef belirlemesini, çaba düzeyini, sebat etme davranışını, başarısızlıklar karşısındaki dayanıklılığını, stres ve kaygı yönetimini etkiler. Öz yeterliliği yüksek düzeyde olan bireyler, daha zorlu hedeflere yönelir, daha uzun süre çaba gösterir ve engeller karşısında daha az yılgınlık yaşarlar (Bandura, 1997). Bu nedenle öz yeterlilik hem bireysel başarı hem de örgütsel performans için kritik bir psikolojik faktördür.

Öz yeterlilik, insanların yaptıkları seçimleri, görevler için harcadıkları çabayı ve engeller karşısındaki tutumlarını etkiler. Yüksek öz yeterliliğe sahip bireylerin zorlu görevleri üstlenmeleri, kararlılıklarını sürdürmeleri ve olumsuzluklardan kurtulmaları daha olasıdır (Schunk, 1982).

Öz yeterlilik, yaşamın çeşitli yönlerinde motivasyonu, davranışı ve başarıyı etkileyen önemli bir faktördür ve bireyler öz yeterliliğin teşvik edilmesi ile performanslarını, dayanıklılıklarını ve hedeflerine ulaşma becerilerini artırabilirler. Öz yeterlilik, insan davranışı ve gelişiminin çeşitli yönlerinde çok önemli bir rol oynar ve bu da onu psikoloji ve eğitimde önemli bir kavram haline getirir. Öz yeterliliğin önemli olmasının bazı temel nedenlerine aşağıda yer verilmiştir:

Motivasyon: Öz yeterlilik, bireyin ne kadar çaba sarf edeceğini ve engeller karşısında ne kadar süre sebat edeceğini belirleyerek motivasyonunu etkiler. Öz yeterliliği yüksek olan bireylerin zorlukları üstlenmek ve hedeflerinin peşinden gitmek için motive olma olasılıkları daha yüksektir. Öz yeterliliği yüksek olan bireyler yeteneklerine inanırlar, bu da onları daha yüksek hedefler belirlemeye ve bu hedeflere ulaşmaya yönlendirir (Bandura, 1997). Öz yeterlilik, bireyin kendisine koyduğu hedeflerin zorluğunu ve bu hedeflere ulaşmak için gösterdiği motivasyonu doğrudan etkiler. Bandura'ya göre insanlar hedeflerini ve beklentilerini kendi yeterlik algılarına göre belirlerler (Bandura, 1986). Schunk, öz yeterliliği yüksek bireylerin daha iddialı hedefler koyacağı, zorlu görevlerde daha fazla sebat edeceği, motivasyonlarını daha uzun süre koruyarak hedeflerine ulaşacağını ifade etmiştir (Schunk, 1991).

Sebatkârlık: Öz yeterlilik, bireylerin görevlere harcadıkları çaba ve sebat miktarını etkiler. Güçlü öz yeterliliğe sahip bireylerin engeller karşısında sebat etme olasılığı daha yüksektir ve zorlukları aşılamaz engeller olarak görmek yerine, gelişim ve büyüme fırsatları olarak görürler (Schunk, 1982). Öz yeterlilik algısı güçlü olan bireyler görevleri tamamlamak için daha fazla çaba harcar, zorluklarla karşılaştıklarında daha fazla sebat eder, başarıya ulaşıncaya kadar görevleri üzerinde çalışmayı sürdürürler. Öz yeterliliği düşük bireyler ise hızla motivasyon kaybı yaşar, karşılaştıkları ilk zorlukta çabalarını azaltır ve görevden erken vazgeçme eğilimi gösterirler.

Performans: Araştırmalar öz yeterlilik ile performans sonuçları arasında güçlü bir ilişki olduğunu göstermektedir. Yüksek öz yeterlilik daha iyi akademik performansa, gelişmiş iş performansına ve çeşitli alanlarda daha fazla başarıya yol açabilir. Öz yeterlilik, akademik ve iş performansının yanı sıra, hayatın diğer alanlarında da başarılı olmayı sağlar. Bireylerin hedeflere, zorluklara ve görevlere nasıl yaklaştığını etkiler ve daha yüksek öz yeterlilik daha fazla sebat ve dayanıklılığa yol açar. Kişinin yeteneklerine olan bu inanç, kişisel gelişim ve istenen sonuçlara ulaşmak için önemlidir (Hysong ve Quinones, 1997; Stajkovic ve Luthans, 1998; Multon vd., 1991).

Tierney ve Farmer (2002), öz yeterliliğin yaratıcı performansla güçlü şekilde bağlantılı olduğunu göstermiştir. Öz yeterliliği yüksek bireyler, yeni fikirler üretmeye ve yaratıcı riskler almaya daha açıktır. Yaratıcılıkta başarısızlık riskine rağmen ısrar edebilme becerisi,

güçlü bir öz yeterlilik algısına dayanır. Öz yeterlilik, bireylerin yaratıcı denemeler yapmasını ve inovatif çözümler geliştirmesini teşvik eder.

Dayanıklılık: Öz yeterlilik, dayanıklılığı artırarak bireylerin olumsuzluklar ve başarısızlıklardan daha etkili bir şekilde kurtulmalarını sağlar. Öz yeterliliği yüksek bireyler, başarabileceklerine inanırlar, bu yüzden hedeflerine ulaşmak için daha çok çalışırlar, stres ve kaygıyı etkili bir şekilde yönetme eğilimindedirler, engellerle karşılaştıklarında bile motivasyonlarını korurlar (Bandura, 1997; Hamill, 2003).

Öz yeterlilik, bireyin başarısızlık, stres veya olumsuzluklarla başa çıkma kapasitesini güçlendirir. Bandura, (1997) öz yeterliliği güçlü bireylerin, başarısızlık durumunda başarısızlığı geçici bir durum olarak gördüğünü, denemeye devam ettiğini, alternatif yollar geliştirdiğini vurgular.

Davranışsal değişim: Davranışsal değişim, sağlığın iyileştirilmesi, üretkenliğin artırılması veya zararlı alışkanlıkların azaltılması gibi istenen bir sonuca ulaşmak için yeni davranışların değiştirilmesi veya benimsenmesi sürecini ifade eder. Çeşitli psikolojik teoriler, bireylerin davranışlarını nasıl ve neden değiştirdiklerini açıklamaya çalışmaktadır (Bandura, 2003).

Örneğin, sağlık alanında hedef belirleme, sosyal destek gibi hedefe yönelik müdahaleler yoluyla öz yeterlilik teşvik edilerek, egzersiz yapmak, tedavi planlarına uymak ve diyet değişiklikleri yapmak gibi bireylerin sağlıklı yaşam tarzlarını benimseme ve sürdürme becerilerini önemli ölçüde artırabilir. Değişim kapasitelerine inanan bireylerin daha sağlıklı yaşam tarzları için gerekli adımları atma olasılıkları daha yüksektir (Armitage ve Conner, 2001; Godin ve Kok, 1996; Gwaltney vd., 2009; Ashford vd., 2010).

Öğrenme ve Gelişim: Eğitim ortamlarında, öz yeterlilik öğrencilerin öğrenme stratejilerini ve katılımlarını etkiler. Öz yeterliliği yüksek olan öğrencilerin araştırma yapma, kaynakları değerlendirme ve alıntıları düzgün bir şekilde bir araya getirme becerilerine inanma olasılıkları daha yüksektir. Yüksek öz yeterliliğe sahip öğrenciler özetleme, başka kelimelerle ifade etme ve eleştirel analiz gibi etkili öğrenme stratejilerini benimserler. Yeteneklerine inanan öğrencilerin etkili çalışma teknikleri kullanma, gerektiğinde yardım isteme ve aktif öğrenmeye katılma olasılıkları daha yüksektir (Zimmerman, 2000).

Öz yeterliliği yüksek bireyler, yeni bilgi ve becerileri öğrenmeye daha açıktır. Pajares (1996), öğrenme süreçlerinde öz yeterlilik algısının bilgiye yaklaşım tarzını, öğrenme stratejilerini kullanma sıklığını, zor görevlerde öğrenmeyi sürdürme isteğini artırdığını göstermiştir.

Özellikle zor akademik konularda, öğrencilerin öz yeterlilikleri onların öğrenmeye devam etme veya erken pes etme kararlarını belirlemektedir (Zimmerman, 2000). Öz yeterlilik, bireyin öğrenme ve gelişim süreçlerine aktif ve kararlı katılımını sağlar.

Kariyer Başarısı: Öz yeterlilik, iş performansını artırarak kariyer ilerlemesine katkıda bulunur. Yüksek öz yeterlilik aynı zamanda artan iş tatmini ile de ilişkilidir. Güçlü öz yeterliliğe sahip bireyler yeteneklerine daha fazla güvenme eğilimindedir, bu da daha yüksek motivasyona ve işlerinin daha olumlu değerlendirilmesine yol açar. Öz yeterlilik bireylerin iş yerindeki zorlukların üstesinden gelme, büyüme fırsatları arama ve mesleki gelişimlerine ilişkin olumlu bir bakış açısını sürdürme becerilerini etkiler (Kludacz-Alessandri vd., 2025).

Öz yeterlilik, bireyin belirli bir görev ya da alanda başarılı olabileceğine dair inancı olarak tanımlanırken, bu temel kavram zamanla farklı yetenek alanlarına (örneğin bilişsel yetkinlik, öz-düzenleme kapasitesi, sosyal etkileşim becerileri) özgülenerek gelişmiştir. Bu evrimsel sürecin önemli bir uzantısı olarak yaratıcı öz yeterlilik kavramı ortaya çıkmıştır. Aşağıda yaratıcı öz yeterlilik açıklanacaktır.

1.1.3. Yaratıcı Öz Yeterlilik

Tierney ve Farmer (2022) yaratıcı öz yeterliliği, bireyin yeni ve özgün fikirler üretme, yaratıcı problem çözme ve yenilikçi girişimlerde bulunma konusundaki kendi yeteneklerine olan inancı olarak tanımlamıştır. Öz yeterlilik gibi yaratıcı öz yeterlilik de bireyin davranışlarını, motivasyon düzeyini ve zorluklar karşısındaki sebatını etkiler. Yaratıcı öz yeterlilikte risk alma, belirsizlikle baş etme ve alışılmadık düşünme yollarını takip etme gibi yaratıcı süreçlere özgü özellikler ön plana çıkar. Böylece öz yeterlilik, yaratıcı düşünme ve problem çözme gibi daha özgün ve karmaşık yetenek alanlarına uyarlanarak genişletilmiş olur. Bu kavram, özellikle yaratıcılığın önemsendiği ve teşvik edildiği eğitim ve meslek ortamlarıyla ilgilidir (Karwowski, 2011).

Yaratıcı öz yeterlilik genel öz yeterlilik teorisinin (Bandura, 1977) yaratıcı düşünme ve yaratıcı davranış alanına uygulanmış özel bir şeklidir ve bireyin sadece yaratıcı potansiyeline sahip olması değil, aynı zamanda bu potansiyeli başarıyla kullanabileceğine inanmasıdır. Yaratıcılık, problem çözme, yenilikçilik ve kişisel gelişim açısından çok önemli bir beceridir. Bununla birlikte, doğuştan gelen yetenek ve dış etkilerin ötesinde, bireyin yaratıcı öz yeterlilik olarak bilinen kendi yaratıcı yeteneklerine olan inancı, yaratıcı çıktının belirlenmesinde temel bir rol oynar. Yaratıcı öz yeterlilik, bireyin yeni ve faydalı fikirler üretme becerisine olan güvenini ifade eder. Bu kavramın kökleri Bandura'nın sosyal bilişsel teorisine dayanır ve öz yeterliliğin çeşitli alanlarda motivasyon ve performansın temel belirleyicisi olduğunu vurgular. Yüksek yaratıcı öz yeterliliğe sahip bireylerin yaratıcı riskler alma, zorluklar karşısında sebat etme ve alışılmadık çözümler keşfetme olasılıkları daha yüksektir (Tierney ve Farmer, 2002).

Yaratıcı öz yeterliliğin geliştirilmesi, kasıtlı stratejiler ve destekleyici ortamlar gerektirir. Kişinin yaratıcı fikirler ve çözümler üretebilme yeteneğine olan inancı olarak tanımlanan yaratıcı öz yeterlilik, inovasyon, problem çözme ve kişisel gelişimde önemli bir rol oynar (Tierney ve Farmer, 2002).

Yaratıcı öz yeterlilik, bireyin yaratıcı çabalara girişme istekliliği ve becerisinin önemli bir belirleyicisidir. Yaratıcı öz yeterliliği etkileyen psikolojik ve çevresel faktörleri anlayarak, bireyler ve kuruluşlar bir yaratıcılık kültürü geliştirmek için stratejiler uygulayabilirler. Yaratıcı yeteneklerine güçlü bir inanç duyan bireylerin yenilikçi çözümler peşinde koşma, zorluklarla mücadele etme olasılıkları daha yüksektir (Bandura, 1977).

Yaratıcı öz yeterlilik, yaratıcı risk alma cesaretini artırır, belirsizlik altında yaratıcı çözüm üretme kapasitesini güçlendirir, fikir geliştirme ve problem çözme çabalarını sürdürülebilir kılar ve yaratıcı sürece yönelik içsel motivasyonu destekler. Birey yaratıcı kapasitesine inandıkça zorluklar karşısında daha az yılgınlık gösterir, daha fazla alternatif fikir üretir ve farklı bakış açılarını keşfetmeye daha açıktır (Carmeli ve Schaubroeck, 2007).

1.1.3.1.Yaratıcı Öz Yeterliliğin Geliştirilmesi için Gerekli Faktörler

Bireyin yaratıcı fikirler üretme ve yaratıcı girişimlerde bulunma yeteneğine duyduğu inanç düzeyi, bireyin yaratıcılıkta risk almasını, yenilikçi çözümler üretmesini ve problem çözme

süreçlerinde ısrarcı olmasını sağlar. Ancak yaratıcı öz yeterlilik sadece doğuştan gelen bir özellik değildir; uygun çevresel, bireysel ve sosyal koşullarda geliştirilebilir.

Yaratıcı öz yeterliliğin geliştirilmesi, bireysel deneyimler, çevresel destek, yapıcı geri bildirim ve iş birliğini teşvik etmek de dahil olmak üzere çeşitli faktörlerden etkilenebilir. Bu gelişimi destekleyen temel faktörler şu şekildedir:

Yaratıcı denemeyi teşvik etmek: Çeşitli ve zorlayıcı yaratıcı görevlerle meşgul olmak, bireylerin yeteneklerine güven duymalarına yardımcı olur. Araştırmalar, çeşitli yaratıcı deneyimlere maruz kalmanın problem çözme becerilerini, dayanıklılığı ve kişinin yaratıcı potansiyeline olan güvenini artırdığını göstermektedir. Örneğin, Bandura'nın öz yeterlilik teorisi, ustalık deneyimlerinin, zorlu görevleri başarıyla tamamlamanın kişinin yeteneklerine güven duymasının en etkili yolu olduğunu belirtir (Bandura, 1977).

Başarı deneyimleri yaratıcı öz yeterliliğin gelişiminde en güçlü etkendir. Küçük ölçekli yaratıcı görevlerde başarı yaşamak, üretilen yaratıcı çözümlerin olumlu sonuçlar doğurduğunu görmek, deneme-yanılma süreci sonunda problem çözebilmek, bireyin yaratıcı kapasitesine olan inancını doğrudan güçlendirir.

Yapıcı geri bildirim sağlamak: Olumlu pekiştirme ve hedefe yönelik geri bildirim, bireyin yaratıcı yeterliliğine ilişkin algısını geliştirir (Houghton ve DiLiello, 2010). Olumlu pekiştirme, istenen eylemden sonra ödüllendirici bir uyaran sağlayarak bir davranışı güçlendirme sürecini ifade eder. Bireyler yaratıcı çabaları için olumlu pekiştirme aldıklarında, yaratıcı yeteneklerine daha fazla güven duyarlar. Araştırmalar, yaratıcı katkıların tanınması ve ödüllendirilmesinin bireyleri yaratıcı görevlerde ısrarcı olmaya teşvik ettiğini ve böylece yaratıcı öz yeterliliklerini artırdığını göstermektedir (Eisenberger ve Shanock, 2003).

Büyümeyi, gelişmeyi teşvik etmek: Yaratıcılık da dahil olmak üzere yetenekler sadece doğuştan gelen özellikler değildir, çaba, öğrenme ve sabır yoluyla geliştirilebilir. Bireyler yaratıcılığı doğuştan gelen bir yetenekten ziyade geliştirilebilen bir beceri olarak gördüklerinde, zorluklara karşı sebat etmeleri, yeni fikirler denemeleri ve öz yeterliliklerini, başarabileceklerine dair inançlarını geliştirmeleri daha olasıdır. Bu bakış açısı özellikle eğitim, mesleki gelişim ve inovasyon odaklı alanlarda değerlidir çünkü dayanıklılığı artırır ve bireyleri başarısızlık korkusu olmadan yaratıcı riskler almaya teşvik eder. Yaratıcı öz

yeterliliğin geliştirilebileceği fikrini güçlendirerek, bireyler geri bildirime daha açık hale gelir, sürekli öğrenmeyi benimser (Dweck, 2006).

İş birliğini teşvik etmek: Ekip çalışması, bireyleri farklı bakış açılarına maruz bırakarak, yaratıcı öz yeterliliklerini, problem çözme becerilerini ve kendilerine olan güvenlerini artırır. Farklı bakış açılarına sahip kişilerle iş birliği yapmak, bireyleri yeni şekillerde düşünmeye teşvik eder ve yaratıcı öz yeterliliklerine olan güveni artırır. Bireyler, çeşitliliğe sahip bir ekipte katkılarına değer verildiğini gördüklerinde, fikirlerine ve sorun çözme yeteneklerine güven duyarlar (Amabile ve Pratt, 2016).

Yaratıcı rol modellerle etkileşim sağlamak: Bireylerin kendilerine benzer kişilerin yaratıcı başarılarını gözlemlemeleri yaratıcı öz yeterliliklerini artırmalarına yardımcı olur. Yakın çevredeki yaratıcı bireylerin başarılarının görünür olması, yaratıcı çözümler üreten kişilerin deneyimlerini paylaşması, deneyimli kişilerin yaratıcı süreçlerde rehberlik etmesi bireyin kendisinin de yapabileceğine ilişkin inancını güçlendirir (Schunk ve Rice, 1987).

Sosyal ikna ve teşvik: Sosyal ikna, bireyin yaratıcı yeteneklerine dair dışsal destek ve onay alması yoluyla öz yeterlilik algısının gelişmesine katkı sağlar. Yöneticiler, öğretmenler veya arkadaşlar tarafından verilen teşvik edici geri bildirimler, performanstan ziyade yaratıcı çabaya odaklanan övgüler, bireyin kendi yaratıcı yeteneklerine olan güvenini artırır. Yaratıcı süreçlerde gösterilen çabalar ve yeni fikir denemeleri açıkça takdir edilmeli, geri bildirimler destekleyici, cesaretlendirici ve gelişim odaklı olmalıdır (Farmer ve Tierney 2017; Gong vd., 2013).

Yaratıcı öz yeterlilik kavramına ilişkin kuramsal çerçeve ortaya konulduktan sonra, araştırmanın ikinci temel değişkeni olan yenilikçi iş davranışı aşağıda ele alınacaktır.

1.2. YENİLİKÇİ İŞ DAVRANIŞI

Yenilikçi iş davranışı, çalışanların iş ortamında yeni ve faydalı fikirler üretme, bu fikirleri örgüt içinde tanıtma ve savunma, sonrasında ise uygulamaya geçirme sürecini kapsayan çok aşamalı bir süreç olarak tanımlanır (Scott ve Bruce, 1994).

Çalışmanın değişkenlerinden birisi olan yenilikçi iş davranışı kavramını açıklamadan önce inovasyon kavramına kısaca değinilecektir:

1.2.1. İnovasyon

"İnovasyon" kelimesi, Latince "Innovates" fiilinden türemiştir ve yeni bir şeyin tanıtılması veya hâlihazırda var olan bir şeyde değişiklik yapılması anlamına gelir (Dictionary.com, 2025). Geçmiş literatürü inceleyen Schumpeter (1934), inovasyonu ilk fark eden akademisyenlerden biri olarak görülmektedir. Schumpeter (1934), inovasyonu ürünler, hizmetler, iş süreçleri ve yeni pazarlar gibi yeni bir şey yaratmak, uygulamak ve birleştirmek olarak görmektedir. O zamandan beri, çeşitli akademisyenler inovasyonu yeniden tanımlamıştır. Daha spesifik olarak, 1950-1960 döneminde akademisyenler inovasyonu teknik açıdan bir değişim yaratma olarak görme eğilimindeydiler. Örneğin, Schmookler (1957) "teknik değişim"i, yeni bir yöntem veya girdi süreci kullanarak mal veya hizmet üreten bir işletme olarak tanımlamıştır.

Marquis (1969) ise inovasyonu teknolojideki bir değişim olarak görmüştür. 1970'lerde Tinnesand (1973), 188 yayını inceleyerek inovasyona ilişkin bir özet sunmuştur. Tinnesand'ın çalışması, yayınların %36'sının inovasyonu yeni bir fikrin ortaya çıkması olarak tanımladığını, %16'sının inovasyonu yeni bir fikir olarak tanımladığını, %14'ünün inovasyonu bir icadın ortaya çıkması olarak tanımladığını, %14'ünün inovasyonu mevcut fikirlerden farklı bir fikir olarak tanımladığını, %1''inin inovasyonu yaygın davranışları bozan bir fikrin ortaya çıkması olarak tanımladığını ve %9'unun inovasyonu bir icat olarak gördüğünü ortaya koymuştur.

80'li yıllarda, inovasyon kavramı teknik değişikliklerin getirilmesinden yeni fikirlerin üretilmesine kadar daha da genişletilmiştir. Örneğin, Amabile (1983) örgütlerde yeni fikirlerin başarılı bir şekilde uygulanmasının inovasyon olarak kabul edilmesi gerektiğini savunmuştur. Bu noktadan daha da ileri giderek, Urabe (1988) inovasyonun çeşitli aşamalardan oluştuğunu belirtmiştir. Urabe'ye göre inovasyon sadece "yeni" fikirlerin üretilmesiyle sınırlı kalmamalı, aynı zamanda bunların uygulanmasını da içermelidir. Ona göre, *"inovasyon, yeni bir fikrin üretilmesi ve bunun yeni bir ürün, süreç veya hizmete uygulanmasıyla oluşur ve ulusal ekonominin dinamik büyümesine, istihdamın artmasına ve yenilikçi işletmeler için saf kâr yaratılmasına yol açar"*.

Harkema (2003), inovasyonu ticari ve uygulanabilir çözümlerin geliştirilmesine odaklanan yeni bilgi yaratmayı amaçlayan bir bilgi süreci olarak tanımlamaktadır. Ayrıca, inovasyonun örgüt için yeni olan bir fikir veya davranışın benimsenmesi olduğunu da belirtmiştir. Bu, yeni bir ürün, yeni bir hizmet veya yeni bir teknoloji olabilir. Değişim ve inovasyon birbiriyle iç içe geçmiştir ve radikal veya kademeli olabilir. İnovasyon, genel olarak keşiflerin ve müdahalelerin uygulanması ve ürün, sistem veya süreç gibi yeni sonuçların ortaya çıkma süreci olarak düşünülebilir (Gloet ve Terziovski, 2004).

İnovasyon, fırsatları pratik kullanıma dönüştürme sürecidir (Tidd vd., 2005) ve ancak pratikte gerçekten benimsendiğinde inovasyon olarak kabul edilir (Schumpeter, 1934). İnovasyon derecesi, bir inovasyona dahil edilen yeni bilginin kapsamını yansıtır. İnovasyon kapasitesi daha yüksek olan örgütler, çevreden daha iyi bir yanıt alırlar ve örgüt performansını artırmak ve sürdürülebilir bir rekabet avantajı elde etmek için gerekenleri daha kolay elde ederler (Calantone vd., 2002). Bu nedenle, tüm üyelerinin yeni ürün, hizmet veya süreçler araması için örgütün yenilikçi kültürünü geliştirmek gerekir (Skerlavaj vd., 2010).

İnovasyonun ne olduğu konusundaki tartışmanın yanı sıra, inovasyondan kimin sorumlu olduğu konusundaki tartışmalar da yapılmıştır. King ve Anderson (1991), inovasyonu bir birey, grup, firma, endüstri veya daha geniş bir topluma yeni bir şeyin tanıtılması olarak görmüştür. King ve Anderson (1991), inovasyonun gerçekleşmesi için önce fikirlerin gerekli olduğunu açıklamıştır. Fikirler başlangıç noktasıdır, inovasyon ise fikirlerin daha da geliştirilmesiyle gerçekleşir.

West ve Farr (1990), inovasyonun birey, ekip ve örgüt gibi çeşitli düzeylerde gerçekleşebileceğini açıklamıştır. Ayrıca, örgütlerde inovasyonun yerleşmesinin, yeni fikirleri geliştirme ve uygulama sorumluluğunu üstlenen çalışanlara bağlı olduğunu belirtmişlerdir. Bu görüş, inovasyonun bireysel çabaların ve adanmışlığın sonucu olduğunu belirten Simonton (1984) ile örtüşmektedir. Benzer şekilde, Scott ve Bruce (1994) da, örgütlerin inovasyon yapabilmesi için önce bireysel düzeyde inovasyonun kuruluş tarafından teşvik edilmesi gerektiğini belirtmişlerdir.

Yaratıcı fikirlerin uygulanması olan inovasyon, 21. yüzyılda küresel bir platformda rekabet eden örgütler için gerekli bir süreçtir (Kremer vd., 2018). İlgili faaliyetlerinde

inovasyonu kullanan bir örgüt, kurumsal verimliliği, üretkenliği ve rekabet gücünü artırabilir (Manafi ve Subramaniam, 2015).

Özetle, inovasyon, bireylere, gruplara ve daha geniş topluma fayda sağlayacak yeni ürün, süreç veya hizmetler üretmeyi amaçlamaktadır.

1.2.2. Yenilikçi İş Davranışı Kavramı ve Yenilikçi İş Davranışını Teşvik Eden Faktörler

De Jong (2007) yenilikçi iş davranışını, bireylerin yeni ve yararlı fikirlerin, süreçlerin, ürünlerin veya prosedürlerin başlatılması ve kasıtlı olarak uygulanmasına yönelik davranışları olarak tanımlamıştır.

Spreitzer (1995) ise yenilikçi iş davranışını, yeni veya farklı bir şey yaratmanın yansıması olarak tanımlamıştır. Scott ve Bruce (1994) yenilikçi iş davranışını, sorunların belirlenmesi ve fikirlerin üretilmesinden kaynaklanan, kullanılabilir ürün, süreç veya hizmetlerin üretimi olarak tanımlamıştır.

Scott ve Bruce (1994) ile aynı görüşte olan Janssen (2000, 2004), yenilikçi iş davranışını fikir üretimi, fikir tanıtımı ve fikir gerçekleştirmeyi içeren çok yönlü bir davranış olarak tanımlamıştır. Fikir üretimi yararlı fikirlerin yaratılmasını ifade eder (Amabile vd., 1996; Kanter, 1988); fikirlerin tanıtımı, üretilen fikri destekleyecek potansiyel müttefikleri belirleme çabasını kapsarken (Kanter, 1983, 1988), fikirlerin gerçekleştirilmesi ise bir işte, ekipte veya tüm örgütlerde uygulanabilecek bir inovasyon modelinin yaratılmasıdır (Kanter, 1988).

Mevcut tanımlara dayalı olarak, yenilikçi iş davranışı üç aşamalı bir süreçten oluşmaktadır. Tipik olarak, bu süreç yeni fikirlerin üretilmesiyle başlar ve bu yeni fikirlerin uygulanmasıyla sona erer (De Jong ve Den Hartog, 2007). Buna ek olarak, Yidong ve Xinxin (2013) bireylerin her aşamada herhangi bir zamanda herhangi bir davranışa veya farklı davranışların bir kombinasyonuna dahil olabileceğini açıklamıştır.

Daha kapsamlı bir tanıma göre ise Stashevsky ve diğerleri (2006), yenilikçi iş davranışını *"bir bireyin bir problemi tanıması, yeni veya uyarlanmış fikirler üretmesi, bu fikirleri*

desteklemesi ve örgütte faydaya dönüştürecek bir model veya prototip geliştirmesi" biçiminde tanımlamıştır. Bu tanım, yenilikçi iş davranışının yalnızca fikir üretimini değil, aynı zamanda fikrin savunulması, yayılması ve somut hale getirilmesini de içerdiğini vurgular.

Yenilikçi iş davranışı; bireysel düzeyde, problem tanıma aşamasından başlayarak yaratıcılık sürecini içeren fikir geliştirme, bu fikri örgüt içinde benimsetme çabası ve sonunda fikir ya da çözümü somutlaştırarak uygulamaya geçirme süreçlerini kapsayan bütüncül bir örgütsel davranış modelidir. Bu perspektif, çalışanların inovasyon kültürünü güçlendirmedeki aktif rollerini anlamak açısından temel oluşturur.

Yaratıcılık, yenilikçi iş davranışının başlangıç noktasıdır. Amabile (1988) ve sonraki çalışmalar, yaratıcılığı *"orijinal, beklenmedik ve değerli fikir üretimi"* olarak tanımlar. Bu bağlamda, çalışanların yaratıcı düşünme kapasiteleri, yenilikçi sürecin ilk adımıdır. Alanyazında, çalışan yaratıcılığı ile yenilikçi iş davranışı arasında güçlü bir pozitif ilişki raporlanmıştır. Örneğin, Slåtten ve Mehmetoğlu (2011) çalışmasında yaratıcılığın, yenilikçi davranışın önemli bir belirleyicisi olduğunu bildirilmiştir.

Yaratıcılık soyut fikir üretimini temsil ederken, yenilik bu fikirlerin uygulamaya dönüşmesi süreçlerini içerir. Alanyazın, yeniliği yalnızca fikir üretimi değil, aynı zamanda tanıtma ve uygulama aşamalarını da kapsayan daha geniş bir süreç olarak ele alır. Yani "yaratıcılık → yenilikçi iş davranışı → örgütsel yenilik" şeklinde ileriye dönük bir akış vardır.

Shalley ve arkadaşlarına (2004) göre yaratıcılık, *"yeni ve uygun fikir üretimi"* iken, yenilikçi iş davranışı buna ek olarak *"bu fikirlerin örgütte uygulanabilir hale getirilmesini"* kapsar. Yani yaratıcılık süreçteki ilk aşama iken, yenilikçi iş davranışı uygulama katmanını da içerir; bu ayrım, kavramsal netlik açısından kritik önemdedir (Leong ve Rasli, 2014).

Scott ve Bruce (1994) tarafından geliştirilen Üç Aşamalı Yenilikçi İş Davranışı Modeli, yenilikçi iş davranışının üç temel aşamadan oluştuğunu ileri sürer:

1. Fikir Üretimi (Idea Generation): Yaratıcı düşünce süreci ve yeni fikirlerin ortaya konulması.
2. Fikir Tanıtımı (Idea Promotion): Üretilen fikirlerin örgüt içinde savunulması ve kabul görmesi için çaba gösterilmesi.
3. Fikir Gerçekleştirilmesi (Idea Realization): Fikirlerin pratikte hayata geçirilmesi ve uygulanabilir çıktılara dönüştürülmesi.

Scott ve Bruce (1994), bu modeli oluştururken özellikle örgütsel bağlamda yenilikçi iş davranışının yaratıcı fikir üretiminin ötesine geçtiğini, fikirlerin somutlaştırılması ve örgütsel destekle uygulanmasının sürecin ayrılmaz bir parçası olduğunu vurgulamıştır. Bu model, Amabile'nin bireysel yaratıcılık modelini bir adım ileri taşıyarak örgütsel yenilik sürecini açıklamaktadır. Yani yaratıcı fikir (Amabile) → fikir tanıtımı ve uygulama (Scott ve Bruce) şeklinde bir süreç bütünlüğü sağlanır.

Alanyazında yenilikçi iş davranışını destekleyen değişkenler incelendiğinde *liderlik, örgütsel faktörler ve bireysel faktörlerin* belirleyici oldukları ortaya çıkmıştır. Aşağıda bu konuda alanyazında yer alan çalışmaların bazıları yer almaktadır:

Liderlikle İlgili Faktörler: Lider – Üye Etkileşimi Teorisi (LMX), lider ile astlar arasındaki ilişki kalitesine odaklanır. Bir liderin tüm ekip üyeleriyle aynı ilişkiyi kurmadığını, her üye ile farklı seviyede bireysel ilişkiler geliştirdiğini savunur. Lider ile yüksek güven, sadakat ve karşılıklı etkileşime sahip olan üyelerden oluşan iç grup ve lider ile daha formal, görev odaklı ve düşük kaliteli ilişkiye sahip üyelerden oluşan dış grup teorinin temelini oluşturur. İç gruptaki üyeler genellikle daha fazla sorumluluk alır, liderle daha yakın çalışır ve lider tarafından daha çok desteklenirken dış gruptakiler genellikle sadece temel görevleri yerine getirirler ve daha az destek alırlar. Bu teoriye göre, lider ile üye arasındaki etkileşim kalitesi, çalışanların performansını, memnuniyetini ve bağlılığını önemli ölçüde etkiler. Pandey ve Sharma (2009), özellikle bu model lider-ast ilişkilerinin yenilikçilik üzerinde etkisi olduğunu öne sürmektedir. LMX liderliği altında, grup astları önemli ölçüde karar verme özgürlüğüne sahip olma eğilimindedir ve bu sayede müzakere edilen görevler için daha fazla zaman ayırabilirler. Bununla beraber, rol oluşturma süreci daha az başarılı olan dış grup astları, rutin görevleri yerine getirmeye mahkûm olma eğilimindedir. Krishnan (2005), çalışanlar arasında ayrımcılık sorunu

ortaya çıkabileceğini belirtmiştir. Ayrıca, teori ilk kez önerildiğinden bu yana geliştirilen ve uygulanan çok çeşitli lider-üyeler arası değişim ölçümleri göz önüne alındığında, lider-üyeler arası değişimin ölçümüne ilişkin evrensel bir eleştiri olduğu görülmüştür (Yukl, 2006).

İşlemsel (transactional) liderlik konusunda ise, önceki araştırmalar işlemsel liderlik ile yenilikçi iş davranışı arasında herhangi bir ilişki tespit etmemiştir (Boerner vd., 2007; Pieterse vd., 2010).

Buna karşılık, araştırmacılar (Afsar vd., 2014; Bass, 1990; Burns, 1978; Jung vd., 2008) dönüşümsel (transformational) liderliğin çalışanların değerlerini ve öz kavramlarını harekete geçirdiğini, çalışanların daha yüksek ihtiyaç ve istek düzeylerine ulaşmalarına yardımcı olduğunu ve yenilikçi iş davranışları yoluyla performans beklentilerini artırdığını göstermiştir. Bu sonuçlar, Choi vd. (2016) tarafından yapılan son araştırmada da desteklenmiştir. Bu araştırmada, dönüşümsel liderliğin çalışanların entelektüel düşüncesini teşvik ederek onların kalıpların dışında düşünmelerine yardımcı olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, dönüşümsel liderlik altında, yenilikçi iş davranışını destekleyen aktörler gelişir ve çalışanların çalışma davranışları, örgütün iyileştirilmesi için çaba sarf etmelerini teşvik eder.

Örgütsel Faktörler: Damanpour (1991), örgütsel faktörlerin inovasyon sürecinde çok önemli bir rol oynadığını savunmuştur. Yenilikçi iş davranışını teşvik eden örgütsel faktörler arasında örgütsel iklim ve insan kaynakları yönetimi uygulamaları (ödüller, ücretler, eğitim ve gelişim, takdir, iletişim ve iş güvenliği gibi) yer aldığını savunmuştur. Wilson-Evered vd. (2001) göre, örgüt iklimi, çalışanların örgüt tarafından uygulanan politika ve prosedürlere yönelik algılarından oluşur. Schneider vd. (2000), örgüt iklimin çalışanların çalışma davranışlarını etkileyebileceğini öne sürmüştür. Pakistan'daki 320 yöneticiden oluşan bir örneklem kullanarak Imran ve Anis-ul-Haque (2011), örgüt ikliminin yenilikçi çalışma davranışının sergilenmesini etkilediğini bildirmiştir.

Rogg vd. (2001), insan kaynakları yönetimi uygulamalarının örgütsel iklimi şekillendirdiğini açıklamıştır. Bu, insan kaynakları uygulamalarının kurumsal ortamı şekillendirme olasılığına işaret etmekte ve bu da yenilikçi çalışan davranışlarına yol açabilmektedir. Örneğin, Rousseau ve Greller (1994), insan kaynakları uygulamalarının çalışan-işveren ilişkisinin tonunu ve koşullarını belirlediğini ve bunun da çalışanların

çalışma ortamındaki davranışlarını etkilediğini tespit etmiştir. Çalışanlar, örgütlerinin insan sermayesine yatırım yaptığını düşündüklerinde, olumlu tutum ve davranışlar sergileyerek tepki verme olasılıkları daha yüksektir. Bu görüşü doğrulayan Jiménez-Jiménez ve Sanz-Valle (2005), insan kaynakları uygulamalarının yenilikçi faaliyetleri teşvik etmede hayati bir rol oynadığını savunmuştur.

Bireyle İlgili Faktörler: Yenilikçi iş davranışıyla ilgili olarak incelenen bireyle ilgili faktörler arasında tutumsal değişkenler (iş bağlılığı, kurumsal bağlılık gibi), kişilik değişkenleri (proaktif kişilik gibi) ve çalışanın yetkinliği (duygusal zekâ becerileri gibi) yer almaktadır. Çin'de bulunan bir telekomünikasyon şirketinde gerçekleştirilen bir çalışmada, Çin'deki 300 çalışandan oluşan bir örneklem üzerinde Aryee vd. (2012), yenilikçi iş davranışının işe bağlılığı yüksek çalışanlar arasında önemli olduğunu göstermiştir. Taştan (2013), Türkiye'de bulunan 40 küçük ve orta ölçekli işletmenin 400 çalışanından oluşan bir örneklem üzerinde, proaktif kişiliğe sahip çalışanların yenilikçi iş davranışı sergilemeye daha yatkın olduklarını gözlemlemiştir. Benzer şekilde, bazı akademisyenler (Anderson, de Dreu ve Nijstad, 2004; Zhou ve Shalley, 2003) yenilikçi çalışma davranışının büyük ölçüde bireyin işyerinde diğer bireyler veya gruplarla etkileşim becerisine bağlı olduğunu iddia etmektedir. Özellikle, duyguları ayırt etme, kendi duygularını değerlendirme ve kontrol etme gibi bireyin duygusal zekâsı, başkalarının duygularını anlamaya yardımcı olacaktır (Mayer ve Salovey, 1997). Bu tür duygusal yetenekler, yenilikçi faaliyetleri desteklemek için çok önemlidir. Birleşik Arap Emirlikleri'ndeki 19 kuruluştan 500 çalışanı kapsayan bir araştırmada, Suliman ve Al-Shaikh (2007) duygusal zekâ ile yenilikçi iş davranışı arasında pozitif bir ilişki olduğunu bildirmiştir.

Yaratıcı öz yeterlilik ve yenilikçi iş davranışları bireysel düzeyde önemli belirleyiciler olarak öne çıkarken, bu davranışların sürdürülebilirliği ve yaygınlaşması büyük ölçüde örgütün sahip olduğu inovasyon kültürüyle ilişkilidir. Bu bağlamda, Rao ve Weintraub'un (2013) çalışmasında yer alan altı temel örgütsel faktörün (inovasyonu destekleyen örgütsel değerler, inovasyona yönelik lider davranışları, inovatif çalışma iklimi, inovasyonu destekleyen örgütsel kaynaklar, inovasyonu destekleyen örgüt içi süreçler ve inovasyonu destekleyen örgütsel başarı) ve İnovasyon Kültürünün ne olduğu ve nasıl işlediği detaylı şekilde ele alınacaktır.

1.3. İNOVASYON KÜLTÜRÜ

Kültür, örgütsel, ulusal ve sosyal yönleriyle insanları ilgilendiren bir yapıdır. Diğer bir deyişle, kültür, belirli bir bölgedeki insanların değer yapıları, özellikleri ve davranışlarını kapsayan bir değerler bütünüdür (Akkaş ve Güngör, 2022).

Tylor tarafından yapılan ve en yaygın kullanılan tanıma göre kültür, bilgi, inanç, sanat, hukuk, örf ve adetler ve bireyler tarafından kazanılmış diğer yetenek ve alışkanlıkları içeren karmaşık bir bütündür (Güvenç, 2002).

Arslan kültürün insanın doğadan kendisini ayırarak, doğada değişim yaratarak ortaya çıkardığı her türlü düşünsel ve fiziksel yapının içine aldığını ifade etmektedir (Arslan, 2012).

Hofstede ise (1989, 2001) kültürü, bireyin düşünme, hissetme, dünyayı algılama ve davranışını belirleyen zihinsel bir programlama olarak tanımlamıştır.

Örgüt kültürü, genel anlamıyla örgütün varlığı, amacı ve misyonu ile ilgili olarak çalışanlar arasında paylaşılan değerler ve görüşleri ifade eder (Zanjirchi, Jalilian ve Mehrjardi, 2019). Bu nedenle örgüt kültürü, izlenmesi gereken yönetim ilkelerini belirleyen sistemlerin temelini oluşturur (Tian vd., 2018).

Örgüt kültürünün tanımı konusunda bir fikir birliği yoktur. Örgüt kültürünün ilk tanımları, temel yönetimsel kaygılarla birlikte duygusal ve bilişsel yönlere dayanmaktadır (Kondra ve Hurst, 2009). Bununla birlikte, çoğu çalışma, örgütlerin ortak düşüncelere sahip olması gerektiği konusunda hemfikirdir (Schein, 2010). Bunlar genellikle, bir örgütün veya alt birimlerinin en değerli varlığını oluşturan değerler, normlar, tutumlar ve davranış kalıpları olarak tanımlanır (Olmos-Peñuela vd., 2017).

Örgüt içindeki insanların davranışlarını yönlendiren normlar, davranışlar, değerler, inançlar ve alışkanlıklar sistemi, bir örgütün kültürünü oluşturan unsurları ifade eder. Farklı kaynaklara göre yapılan tanımlar da bu kavramı açıklamaya çalışır (Dinçer, 1991; Karcıoğlu, 2001; Akıncı Vural, 2018):

1. Deal ve Kennedy, örgüt kültürünü bir işletmede işlerin nasıl yapıldığına ve yürütüldüğüne ilişkin kapsamlı bir çerçeve olarak tanımlamaktadır.

2. Shein'e göre, örgüt içinde çalışan gruplar tarafından keşfedilen ve geliştirilen temel fikirler ve düşünceler örgüt kültürünü oluşturur.
3. Peter ve Watson'a göre, örgüt kültürü baskın ve paylaşılan değerlerden oluşur ve sembolik anlamlarla çalışanlara yansır. Örgüt içindeki hikâyeler, inançlar, sloganlar ve masallar bu kültürel yapının bir parçasıdır.
4. Sturgess genel anlamda örgüt üyelerinin davranışları üzerinde etkisi olan ortak ve paylaşılan değerlerin örgüt kültürünü oluşturduğunu belirtir.
5. Örgüt kültürü örgütün iç ve dış takipçilerine güven verir, onları motive eder ve onlarla iletişimi sağlar; "*işler burada böyle yapılır"*ı betimler.
6. Örgütün sembolik temellerini anlamamıza yardımcı olan kurum kültürü, sadece örgüte ilişkin bir betimleme değildir, örgütün kendi içinde bir betimlemesidir.
7. Louis'e göre örgüt kültürü *"paylaşılan değerler, kurallar ve semboller sistemi"*dir. Kültür kavramı genel bir imgeyi, bütünleşmiş bir boyutlar/özellikler setini ve parçalardan öte bir bütünü ifade eder.

Bu tanımlar, örgüt kültürünün örgüt içindeki insanların davranışlarını ve düşüncelerini nasıl etkilediğini vurgulamaktadır. Örgüt kültürü, örgütün değerleri, normları, inançları ve alışkanlıklarıyla birlikte çalışanların birlikte paylaştığı bir yapı oluşturur. Bu kültür, örgütün iş yapma şekli, iletişim tarzı, karar alma süreçleri ve genel çalışma ortamı gibi unsurları etkileyebilir.

Örgütler, inovasyonu kolaylaştırmak için güçlü ortak değerler ve inançlara dayalı, inovasyonu tanıyan ve başarısızlığı tolere eden bir kültüre ihtiyaç duyar (Büschgens, Bausch ve Balkin, 2013). Bu ihtiyaç, örgüt kültüründen inovasyon kültürüne giden yolu açar (Jin, Navare ve Lynch, 2019). Örgüt kültürü, bir örgütün inovasyon faaliyetlerinin merkezi olarak da tanımlanabilir.

İnovasyon kültürü, yaratılan, değer verilen ve desteklenen yeni fikirler tarafından şekillenir. İnovasyon Kültürü, örgüt kültüründen etkilenebilir ve örgütün bazı bölümlerinde daha yaygın veya daha az yaygın hale gelebilir. Örgüt kültürü, inovasyon kültürü aracılığıyla yaratıcılığı ve özgünlüğü teşvik eder. Başka bir ifadeyle, örgüt kültürü ve inovasyon kültürü birbiriyle ilişkilidir ve birbirini destekler (Sharifirad ve Ataei, 2012; Abdul-Halim vd., 2019).

İnovasyon ve kültür kavramları farklı örgütlerde farklı şekillerde ortaya çıkabilir. Bu nedenle, literatürde inovasyon kültürüne ilişkin farklı tanımlar ile karşılaşılmaktadır.

Herzog ve Leker (2010), iyi bir inovasyon kültürünün açık ve kapalı inovasyon girişimlerini nasıl uygulaması gerektiğine ilişkin çalışmalarında inovasyon kültürünü üç bileşenle tanımlamıştır. Bu bileşenler, inovasyonu teşvik eden örgüt genelinde paylaşılan temel değerler, inovasyon için örgüt genelinde geçerli normlar ve algılanabilir inovasyon odaklı çalışmalar olarak ifade edilebilir.

Başka bir çalışmada, inovasyon kültürü pazarlama stratejileri dikkate alınarak tanımlanmıştır. İnovasyon kültürü, örgütlerin sürekli öğrenme yapısı ile pazarın talepleri ve pazarın şu anda sundukları arasındaki farkları belirleyerek kendilerini geliştirme eğilimi olarak tanımlanmaktadır (Brettel ve Cleven, 2011).

Rogers (2003) inovasyon kültürünü teknolojiye, bilgi alışverişine, girişimcilik faaliyetlerine ve belirsizliğe karşı tutum olarak tanımlamaktadır.

Jin, Navare ve Lynch (2019) inovasyon kültürünü inovasyona açık bir ortam, değişim ve geleceğe yönelik pazarlar yaratabilen bir zihniyet ve risk almaya ve öğrenmeye devam etmeye istekli bir dizi ortak değer ve davranış olarak tanımlamaktadır.

İnovasyon kültürü, inovasyona yönelik yenilikçi düşünceyi, gelişimi ve algılanan uygulamaları destekler. İnovasyon kültürü sabit değildir ve zamanla değişir. Bu nedenle, yaratıcılık, öğrenme, düşünme ve iletişim teşvik edilmeli ve böylece inovasyon temelli bir kültürle inovasyon odaklı bir kültür oluşturulmalıdır (Liu ve Fellows, 2012).

1.3.1. İnovasyon Kültürünün Boyutları

Son on yıllarda İnovasyon Kültürünün çeşitli ölçütleri ve boyutları ortaya çıkmıştır (Aiman-Smith vd., 2005; Dombrowski vd., 2007; Dobni, 2008; Rao ve Weintraub, 2013; Villaluz ve Hechanova, 2019). Bununla birlikte kültürün çeşitli ölçümlerinde boyutların sayısı ve içeriği konusunda tutarsızlıklar bulunmaktadır (Michaelis, Aladin ve Pollack, 2018).

Örneğin, Dombrowski vd. (2007) inovasyon kültürüne ilişkin dokuz boyut geliştirmiştir:

1. Yenilikçi misyon ve değer beyanları

2. Demokratik iletişim

3. Güvenli alan

4. Esneklik

5. Sınırları aşma

6. İş birliği

7. Teşvik

8. Liderlik

9. Sürdürülebilirlik.

Dobni (2008) inovasyon kültürünün ampirik çalışmasında inovasyon kültürünün yedi bileşeni olduğunu ortaya koymuştur:

1. Uygulama bağlamı

2. Örgütsel yapı

3. Örgütsel öğrenme

4. Pazar odaklılık

5. Yenilik eğilimi

6. Değer odaklılık

7. Çalışanların yaratıcılığı ve yetkilendirilmesi.

Rao ve Weintraub (2013) İnovasyon Kültürü Anketi (Innovation Quotient Model) adlı bir model geliştirmiştir. Bu model altı boyuttan oluşmaktadır:

1. Değerler

2. Kaynaklar

3. Davranışlar

4. Süreçler

5. İklim

6. Başarı.

Villaluz ve Hechanova, (2019) inovasyon kültürünü ölçmek için aşağıdaki altı boyutu analiz etmiştir:

1. İnovasyon için rol model ve liderlik desteği

2. İnovasyon stratejisinin iletilmesi

3. Çalışan bağlılığı ve iklim

4. Destek sistemi ve yapılar.

5. İnovasyon için eğitim ve gelişim

6. Değerlendirme ve ödüller.

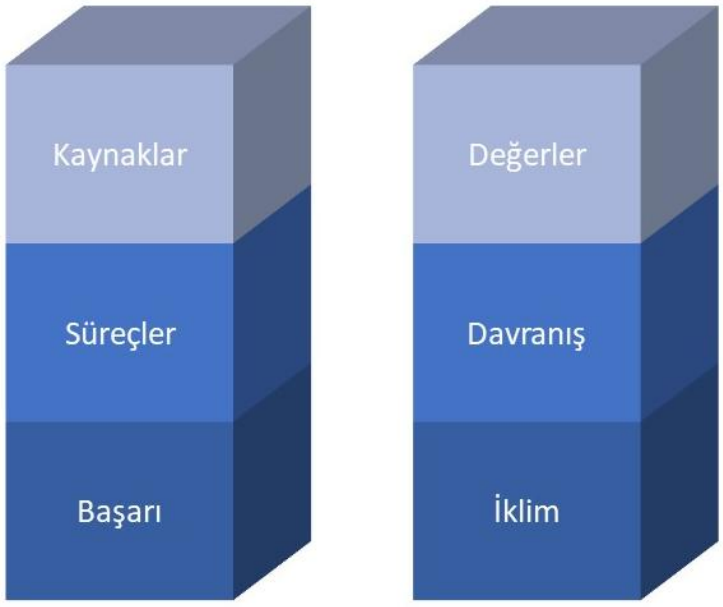
Birçok çalışma inovasyon performansını ölçmüş ve inovasyon çıktılarını değerlendirmiştir (Brenner ve Broekel, 2011; Frank vd., 2016; Janger vd., 2017; Saunila, 2017; Bican ve Brem, 2020; Ponta, Puliga ve Manzini, 2021). İnovasyon Kültürü ile örgüt performansı (Öğüt ve Tarhan, 2022) ve inovasyon performansı (Ghasemzadeh vd., 2019; Hanifah vd., 2019) arasındaki ilişki de bazı çalışmalarda açıkça görülmektedir. Bununla birlikte, inovasyon yönetimi literatürü geniş bir yelpazede ilerlemektedir ve bu literatürün en önemli parçalarından biri olan kültür, nispeten daha az odaklanılan bir alan olmuştur. Kültürel olarak inovasyona hazır olmayan bir örgütün inovasyonu sürdürmede başarılı olması imkânsızdır. Bir örgütü kültürel olarak inovasyona hazır hale getirmek, kurumsal inovasyon yönetimi uygulamalarının en kritik ilk aşamasıdır.

Kültür, inovasyonları gerçekleştirmek için önemli bir varlık olarak değil temel gereklilik olarak görülmelidir. Örgütler, sürdürülebilir inovasyonları gerçekleştirmek için örgüt genelinde paylaşılan bir dizi inanç ve anlayışa sahip olmalıdır (Sharifirad ve Ataei, 2012). Muhafazakâr bir kültür inovasyon fırsatlarını azaltırken, inovasyon odaklı bir örgüt kültürü örgütlerde inovasyon performansını artırır (Al-Khatib vd., 2021). Ayrıca, yenilikçi örgütlerin örgütsel özelliklerinin yenilikçi olmayan örgütlerden farklı olduğu da tespit edilmiştir (Subramanian, 1996). Bu noktada, kültürün yenilikçiliği tetikleyen bir mekanizma olduğu anlaşılmıştır. Örneğin, Jin, Navare ve Lynch (2019), inovasyon kültürünün yenilikçilik sonuçlarıyla pozitif korelasyon gösterdiğini analiz etmiştir. Birçok çalışma da İnovasyon Kültürünün örgütsel performansı (Dombrowski vd., 2007;

O'Connor, 2008; Cameron ve Quinn, 2006; Büschgens, Bausch ve Balkin, 2013; Shahzad, Xiu ve Shahbaz, 2017) ve yeni ürün geliştirmeyi (Cooper ve Kleinschmidt, 1995; Michaelis, Aladin ve Pollack, 2018) pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Buna paralel olarak, Martín-de Castro ve diğerleri (2013), ürün inovasyonu üzerinde en önemli etkilerin insan sermayesi, inovasyon kültürü ve teknolojik bilgi varlıkları olduğunu ifade etmiştir.

Bazı araştırmacılar, inovatif örgüt kültürünü anlamak için ölçütler geliştirmiştir (Aiman-Smith vd., 2005; Dombrowski vd., 2007; Dobni, 2008; Rao ve Weintraub, 2013; Villaluz ve Hechanova, 2019) ve bazıları (Dobni, 2008)'nin çalışmasını (Dobni, 2008; Sharifirad ve Ataei, 2012) ve (Danks, Rao ve Allen, 2017) Rao ve Weintraub (2013)'un İnovasyon Kültürü çalışmasını doğrulamıştır. Bazı yazarlar da inovasyon kültürünü ölçmek ve doğrulamak için farklı araçlar kullanmıştır (Brettel ve Cleven, 2011; Chen, 2011).

İnovasyon Kültürü Modelinde Rao ve Weintraub (2013), altı yapı taşından oluşan bir modeli sundular (Şekil 2): kaynaklar, süreçler, başarı, değerler, davranış ve iklim. Bu yapı taşları dinamik olarak birbirine bağlıdır. Örneğin, işletmenin değerleri insanların davranışları, iş yerinin iklimi ve başarının nasıl tanımlanıp ölçüldüğü üzerinde etkilidir. Her yapı taşı üç faktöre sahiptir ve her faktör üç unsurdan oluşmaktadır.



Şekil 2. Rao ve Weintraub, İnovasyon Kültürü Modeli, 2013

Değerler: Değerler, belirsizliğe ve başarısızlığa açık ve hoşgörülü, eylem odaklı, yaratıcılık odaklı ve öğrenme kültürüne sahip yenilikçi bir örgüt olarak pazarda tanınma derecesi ile doğrudan ilgilidir. Michaelis, Aladin ve Pollack (2018), inovasyon kültürünü *"bir girişimde faaliyetleri kolaylaştıran değerler, inançlar, varsayımlar ve semboller"* olarak tanımlamaktadır. Dobni (2008), *"İnovasyon Kültürünün, yenilikçi olma niyeti, yenilikçiliğe katkıda bulunacak altyapı, pazarı ve değer yönelimini etkileyecek operasyonel davranışlar ve uygulamaya koyulacak ortam gibi çok boyutlu bir bağlam olarak tanımlandığını"* belirtmiştir.

Martín-de Castro vd. (2013) inovasyon kültürünü çalışanlar arasında ortak değerlerin, inançların ve varsayımların paylaşılması olarak tanımlamıştır. Ayrıca, yaratıcılık ve inovasyonun bir örgütün değerleriyle birleştirilmesinin inovasyon kültürüne katkıda bulunduğu da ifade etmiştir (Lendel ve Varmus, 2011). Rao ve Weintraub'un modelinde (2013) değerler boyutunun faktörleri girişimcilik, yaratıcılık ve öğrenmedir.

Davranışlar: Örgüt kültürü, çalışanların davranışları ve tutumlarıyla güçlü bir şekilde ilişkilidir (Kratzer vd., 2017). Davranış, insanların alışkanlıklarını ve yenilikçi olmak için nasıl davrandıklarını gösterir. Çalışanlar arasındaki sinerji, yöneticilerin hizmetkar liderler olarak davranışları ve çalışanların inisiyatif alma derecesi, inovasyon kültürünün davranış boyutunun ana konularını oluşturur. İnovasyon kültürü, yönetim ve örgütsel davranış arasında bir aracıdır (Ma ve ark., 2021).

Bazı çalışmalar davranış ile inovasyonu doğrudan ilişkilendirir. Harkema (2003) inovasyonun, örgüt için yeni bir fikir veya davranışın benimsenmesi olduğunu belirtmiştir. Damanpour (1991) inovasyonun davranış ve faaliyetlerin ötesinde olduğunu düşünmektedir. Santos-Vijande ve Álvarez-González (2007) *"yenilikçi bir firma, yenilikçi davranışlara katılımı teşvik eden güçlü bir kültüre sahip olmalıdır"* ifadesini kullanmaktadır. Rao ve Weintraub'un modelinde (2013) davranışlar boyutunun faktörleri enerji, katılım ve güçlendirmedir.

İklim: İş bürokrasisinin derecesi, çalışma koşullarındaki esneklik ve çalışanlar arasındaki iş birliği ve iletişim derecesini içeren bir örgüt ortamını ifade eder (Glisson, 2015). Örgüt iklimi, çalışanların inovasyon kapasitesini teşvik ettiğinde, riski tolere ettiğinde ve çalışanların büyüme ve gelişimini desteklediğinde, örgüt kültürü inovasyon kültürüne dönüşür (Martín-de Castro vd., 2013). İnovasyon kültürü, çalışanları açık bir şekilde

iletişim kurmaya ve fikirlerini ve görüşlerini paylaşmaya teşvik ederek, çalışanların şirketlerin karar alma süreçlerine katılmalarını sağlar (Akgün, Keskin ve Byrne, 2010). Bu süreç, çalışanlar arasında fikir paylaşımını, sosyal etkileşimi ve bilgi paylaşımını teşvik eder ve bu da inovatif bir örgüt ikliminin geliştirilmesine yol açar (Ma vd., 2021). Rao ve Weintraub'un modelinde (2013) çalışma iklimi boyutunun faktörleri iş birliği, güven ve sadeliktir.

Kaynaklar: Kaynaklar üç ana faktörden oluşur: insanlar, sistemler ve projeler (Rao ve Weintraub, 2013). İnovasyon kültürünün varlığını kaynaklar boyutundan incelersek, aşağıdaki bileşenlerin mevcut olması gerekir:

1. Hem iç hem de dış kaynaklarda inovasyona adanmış işgücü kaynakları olmalıdır.

2. Paydaşlarla iyi tasarlanmış iş birliği mekanizmaları olmalıdır.

3. Yeni fırsatları yakalamak için kaynakların tahsis edilmesi gerekir.

İnovasyon, yeni ve katma değerli projeler için örgütsel yapılar, sistemler, kaynaklar ve zamanın varlığını gerektirir (Villaluz ve Hechanova, 2019). Bunların çoğu, inovatif örgüt kültürüyle de ilgilidir. Kratzer vd. (2017), örgüt inovasyon kültürünün beş temel formda olduğunu ve bunların çoğunun kaynaklarla doğrudan ilgili olduğunu bulmuştur: kapalı inovasyon (iç yetenekler tarafından yönlendirilir); yapma, kullanma ve etkileşim (ad hoc süreçler, bilgi sağlayıcılarla bağlantı yok); inovasyon yeteneklerinin dış kaynak kullanımı, kurum dışı inovasyon, uygun iç kültür/prosedürlerin olmaması ve proaktif inovasyon. İnovasyon faaliyetlerine daha fazla kaynak ayrıldığında inovasyonun başarılı olacağı her zaman doğru olmasa da, iç ve dış kaynakları dengelemek ve inovatif bir örgüt kültürü oluşturmak için açık inovasyon fırsatlarının farkında olmak çok önemlidir.

*Süreçler***:** İnovasyon sürecini tanımlar. Sistematik fikir toplama ve fikir yönetimi sistemlerinin varlığı, fikirleri değerlendirme ve uygulama becerisi ve yeni fikirleri ticarileştirme becerisi, bu süreçlerin aşamalarıdır. Etkili bir yenilik sürecinin varlığı, örgütlerin yenilik performansına ve inovatif örgüt kültürüne katkıda bulunur. İnovasyon kültürü, örgütün yeni ve katma değerli fikirleri deneme istekliliğini ve radikal ve yıkıcı değişime açıklığını gösterir (Villaluz ve Hechanova, 2019). Ayrıca, inovatif örgüt kültürü, çalışanları yeni fikirler aramaya ve yeni ürün geliştirme sürecine katkı sağlayabilecek farklı proje fikirleri alternatiflerini denemeye teşvik eder (Sattayaraksa ve

Boon-itt, 2016). Bu süreç, çalışanlar arasında fikir paylaşımını, sosyal etkileşimi ve bilgi paylaşımını teşvik eder (Ma vd., 2021), bu da fikirlerin olgunlaşmasını ve örgütsel öğrenmeyi sağlar. Rao ve Weintraub'un modelinde (2013) süreçler boyutunun faktörleri fikir üretme, uygulama ve elde etmedir.

Başarı: Paydaşların bir örgütü ne kadar iyi yenilikçi hale getirdiklerini ve bir yeniliğin finansal olarak karşılığını alıp almadığını gösteren dışsal tanıma ile başlar (Rao ve Weintraub, 2013).

Başarı, örgütün değerlerini, davranışlarını ve süreçlerini tetikler, bu da daha sonra yenilik faaliyetlerini daha stratejik olarak değerlendirme ve yenilik faaliyetlerini ödüllendirme ve sürdürme gibi birçok sonraki eylem ve kararı tetikler (Rao ve Weintraub, 2013). Bu görüş, Al-Khatib vd. (2021) tarafından da tespit edilmiştir. Onlar, inovatif bir kültürün yenilikçi performansı iyileştirebileceğini bulmuşlardır. Rao ve Weintraub'un modelinde (2013) başarı boyutunun faktörleri dıştan bakış, kurumsal bakış ve bireysel bakıştır.

İnovasyonu teşvik etmek söz konusu olduğunda, örgütler genellikle kaynaklara, süreçlere ve başarının ölçülmesine -daha kolay ölçülebilen, araç odaklı inovasyon yapı taşlarına- büyük önem vermişlerdir. Ancak örgütler genellikle yenilikçi kültürün ölçülmesi daha zor, insan odaklı belirleyicilerine -değerler, davranışlar ve iklim- çok daha az önem vermişlerdir (Rao ve Weintraub, 2013).

1.4. DEĞİŞKENLER ARASINDAKİ İLİŞKİLER

Tezin şu ana kadar açıklanan bölümlerinde çalışma kapsamında ele alınan değişkenlere ilişkin genel bir bakış açısı oluşturularak bu değişkenler tanıtılmaya çalışılmıştır. Çalışmanın bundan sonraki bölümünde, araştırmanın yöntem bölümüne geçmeden önce buraya kadar açıklanan değişkenlerin aralarındaki ilişkilerin incelenmesi, tez kapsamında geliştirilen hipotezlere ve araştırma modeline yer verilmesi planlanmaktadır.

1.4.1. Yaratıcı Öz Yeterlilik ile Yenilikçi İş Davranışı Arasındaki İlişki

Yaratıcı öz yeterlilik, bireyin iş rolü çerçevesinde yaratıcı iş yapabileceğine ilişkin inancı olarak tanımlanır; bu kavram, öz yeterlilik kavramının yaratıcı davranışa özgülenmiş bir biçimidir (Tierney ve Farmer, 2002). Yaratıcı öz yeterlilik, çalışanların yeni fikir üretme,

alternatif çözümler önermeye yönelik girişimlerde bulunma ve bu fikirleri hayata geçirmek için çaba gösterme yönündeki kişisel inancını yansıtır. Bu inanç düzeyi, kişinin yaratıcı süreçleri başlatma, belirsizlikle başa çıkma ve başarısızlık riskini göğüsleme istekliliğini etkiler (Tierney ve Farmer, 2011).

Bandura'nın (1997) Sosyal Bilişsel Teorisi öz yeterlilik kavramının teorik omurgasını oluşturur. Bandura'ya göre bireylerin davranışı üçlü karşılıklı belirlenim (reciprocal determinism) ile şekillenir; kişisel bilişsel süreçler (inançlar, beklentiler), davranış ve çevresel etkenler karşılıklı etkileşim içerisindedir. Sosyal Bilişsel Teori insan gelişimini, uyumunu ve değişimini etkin bir özne olma perspektifiyle ele alır. Bu bağlamda, bir bireyin kendi işlevselliğini ve yaşamını etkileyen olaylar üzerinde etkide bulunabilme kapasitesi, yani insan özneselliği, teorinin temel kavramsal eksenini oluşturur. Bandura'ya göre insanların öz yeterliklerine yönelik inançları, bu öznesellik kapasitesinin temelini teşkil eder. Diğer etmenler birey için yönlendirici ya da motive edici olabilir; ancak tüm süreç, kişinin kendi eylemleri aracılığıyla sonuçlar üzerinde etkili olabileceğine dair inancına dayanır. Bu inanç olmadığında, herhangi bir faaliyete girişmek veya karşılaşılan güçlükler karşısında ısrarla çaba göstermek için yeterli güdü oluşmaz. Bu yaklaşıma göre bireyler, yalnızca içinde bulundukları koşulların birer ürünü değil, aynı zamanda bu koşulları şekillendiren önemli aktörlerdir (Woodcock ve Tournaki, 2023).

Bandura, bireyin öz yeterlilik algısının dört temel bilgi kaynağından oluştuğunu belirtmektedir. İlk olarak doğrudan yaşanan başarı deneyimleri, bireyin geçmişte başardığı bir görevi gelecekte de gerçekleştirebileceğine ilişkin beklentisini güçlendirmektedir. İkinci olarak gözlem yoluyla edinilen deneyimler, bireyin bir modelin başarısını ya da başarısızlığını izlemesi sonucunda, aynı performansı sergileyebileceğine dair bir yargı geliştirmesini sağlar. Üçüncü kaynak olan sözel ikna, bireyin yetkinliğine ilişkin çevresinden aldığı destekleyici ya da motive edici mesajların (veya tam tersine cesaret kırıcı geri bildirimlerin) öz yeterlilik algısını etkilemesiyle ilgilidir. Son olarak fizyolojik ve duygusal durumlar, bireyin kaygı, stres veya gerginlik düzeyinin artmasıyla öz yeterlilik inancının zayıflayabileceğini; daha sakin ve olumlu duygulanım durumlarında ise bu inancın güçlenebileceğini ifade etmektedir (Tatlıoğlu, 2021).

Öz yeterlik inançları, bireyin hedef yönelimlerini, çaba düzeyini, sebatını ve stresle başa çıkma stratejilerini belirleyerek davranışı doğrudan etkiler. Bu çerçevede, yaratıcı öz yeterliliği yüksek olan çalışanlar, yaratıcı girişimlerde bulunmak için daha yüksek motivasyon, daha fazla risk toleransı ve daha güçlü bir azim gösterirler; dolayısıyla fikir üretme, fikir savunma, uygulama gibi bileşenleri içeren yenilikçi iş davranışını daha sık ve etkili sergilerler (Bandura, 2012; Tierney ve Farmer, 2011).

Amabile'nin (1983, 1996) Bileşenler Yaratıcılık Teorisi (componential theory of creativity) de yaratıcı öz yeterlilik – yenilikçi iş davranışı ilişkisini açıklamada tamamlayıcı bir kuramsal araç sunar. Amabile'ye göre bireysel yaratıcılık, üç ana içsel bileşen (uzmanlık, yaratıcı düşünme becerileri, içsel motivasyon) ile dış çevresel destek (ör. görev birliği, geri bildirim, liderlik) arasındaki etkileşimle ortaya çıkar. Yaratıcı öz yeterlilik, özellikle içsel motivasyon ve yaratıcı rol kimliği ile yakından ilişkili bir bilişsel kaynak olarak görülür; yaratıcı öz yeterliliği yüksek olan bireyler, yaratıcı görevlerde daha fazla zihinsel kaynak ayırma eğilimindedir ve dolayısıyla yenilikçi iş davranışı süreçlerini (fikir üretme ve uygulama) daha etkin yürütürler (Amabile ve Pratt, 2016; Tierney ve Farmer, 2002).

Amabile'nin (1983) Bileşenler Yaratıcılık Kuramı, yaratıcı performansın üç temel unsurdan oluştuğunu ileri sürer: alan bilgisine dayalı beceriler, yaratıcılığa özgü bilişsel ve düşünsel süreçler ile görev motivasyonu. Kurama göre, bir bireyin hem alana ilişkin yeterlilikleri hem de yaratıcılıkla bağlantılı becerileri bulunuyor olsa bile, yaratıcı çıktılar ortaya koyabilmesinde belirleyici olan unsur göreve yönelik motivasyon düzeyidir. Görev motivasyonu, bireyin bir göreve karşı genel eğiliminin ve kişisel ilgi alanlarıyla uyumunun (özellik motivasyonu) yanı sıra, o görevi o an için yerine getirme nedenine ilişkin algısının (durum motivasyonu) yaratıcı performansı nasıl etkilediğini vurgular (Kalı Soyer ve Boyalı, 2022).

Kuramsal mekanizmalar özetle şu şekilde açıklanabilir:

(1) Motivasyon ve girişkenlik: Yaratıcı öz yeterlilik, bireyin zorlu yaratıcı görevleri hedefleme ve sürdürme motivasyonunu artırır;

(2) Risk alma ve belirsizlik yönetimi: Yaratıcı fikirlerin savunulması ve uygulanması belirsizlik içerir; yaratıcı öz yeterliliği yüksek bireyler, olası başarısızlıkları daha az tehdit

olarak algılar; (3) Davranışsal sebat ve öğrenme: Bandura'nın belirttiği kaynaklar (ustalık deneyimleri, modelleme, sözel teşvik, fizyolojik durumlar) üzerinden gelişen yaratıcı öz yeterlilik, bireyin yeni davranışları denemeye ve hatalardan öğrenmeye devam etmesini sağlar;

(4) Çevresel etkileşim: Örgütsel destek, liderlik tarzı ve iş tasarımı yaratıcı öz yeterlilik ile etkileşerek yenilikçi iş davranışını güçlendirir veya zayıflatır (Bandura, 1997; Tierney ve Farmer, 2011; Zhou ve George, 2001).

Son on yılda yapılan çalışmalar yaratıcı öz yeterlilik ile yenilikçi iş davranışı arasında tutarlı, pozitif ilişkiler bildirmiştir. Meta-analitik çalışmalar yaratıcı öz yeterliliğin yaratıcı performans ve yaratıcı davranışlar üzerinde anlamlı etkileri olduğunu göstermiştir; bunun yanı sıra yaratıcı öz yeterliliğin yenilikçi iş davranışı üzerindeki etkisinin çoğu çalışmada aracı (mediator) veya düzenleyici (moderator) rollerle zenginleştiği raporlanmıştır (Michael vd., 2011; Lee, 2020). Örneğin, çeşitli çalışmalarda yaratıcı öz yeterliliğin iş içeriği karmaşıklığı, liderlik biçimi (yenilikçi/kapsayıcı/üretken liderlik), algılanan örgütsel destek ve çalışan katılımı gibi değişkenlerle etkileşerek yenilikçi iş davranışını etkilediği bulunmuştur (Mittal ve Dhar, 2016).

İçsel motivasyonun, çalışan bağlılığının (work engagement) ve yaratıcı rol kimliğinin yaratıcı öz yeterliliğin yenilikçi iş davranışı üzerindeki etkisine kısmen aracılık ettiği tespit edilmiştir (Gong vd., 2013). Ayrıca özgüven temelli karar verme ve problem çözme stratejileri yaratıcı öz yeterlilik ile pozitif ilişkili bulunmuştur; bu da doğrudan yenilikçi iş davranışlarını artırır (Jaiswal ve Dhar, 2015). Düzenleyici değişkenlerin ise yaratıcı öz yeterliliğin etkisini çeşitli yönlerde değiştirdiği tespit edilmiştir: örneğin yüksek düzeyde görev belirsizliği veya düşük örgütsel destek yaratıcı öz yeterliliğin yenilikçi iş davranışı üzerindeki etkisini azaltırken, destekleyici liderlik ve öğrenme odaklı kültür bu etkiyi güçlendirmiştir (Shin ve Zhou, 2003).

Teorik ve ampirik kanıtlar, örgütlerin yenilik kapasitesini artırmak için yaratıcı öz yeterliliği artırmayı hedefleyen müdahaleler geliştirmesi gerektiğini göstermektedir. Ustalık (mastery) deneyimleri sağlamak, modelleme odaklı eğitimler düzenlemek, yöneticileri çalışanlara yapıcı geri bildirim vermeye teşvik etmek ve psikolojik güven (psychological safety) oluşturmak yaratıcı öz yeterliliği güçlendirmektedir (Bandura, 1997; Carmeli vd., 2010). Ayrıca iş tasarımı (yeni fikirleri denemeye olanak tanıyan

görev yapılandırması), performans değerlendirmelerinde yaratıcı girişimlerin tanınması ve ödüllendirilmesi yenilikçi iş davranışını desteklemektedir (Amabile ve Pratt, 2016). Ölçüm açısından, yaratıcı öz yeterliliği güvenilir ölçeklerle değerlendirmek ve yenilikçi iş davranışını fikir üretme – savunma – uygulama alt boyutlarına ayırmak hem araştırma hem uygulama için önem taşımaktadır (Tierney ve Farmer, 2002; De Jong ve Den Hartog, 2010).

Uluslararası alanda yakın tarihli çalışmalar yaratıcı öz yeterliliğin yenilikçi iş davranışı üzerindeki rolünü farklı bağlamlarda test etmeye devam etmektedir. Örneğin, Wan ve arkadaşları (2022) çalışan bağlılığın yaratıcı öz yeterlilik ve yenilikçi iş davranışı aracılığıyla açık hizmet yeniliğine (open service innovation) etkisini araştırmış ve olumlu aracılık bulguları raporlamıştır. Meta-analitik çalışmalar ise yaratıcı öz yeterliliğin genel yaratıcı performansla güçlü ilişki gösterdiğini teyit etmiş, ayrıca liderlik türlerinin yaratıcı öz yeterlilik – yenilikçi iş davranışı ilişkisini moderatör olarak etkilediğini ortaya koymuştur (Lee vd., 2020).

Türkiye bağlamında da son yıllarda öz yeterlilik ve yenilikçi iş davranışı ilişkisini inceleyen nicel ve nitel çalışmalar artmıştır. Farklı sektörlerdeki çalışanlar üzerinde yapılan araştırmalar, çalışanların öz yeterlilik düzeyleri yükseldikçe hem yaratıcı hem de yenilikçi iş davranışlarının arttığını göstermektedir (Özkan, 2017; Töre, 2020; Özay ve Kaymaz, 2023). Lojistik sektöründe yürütülen bir çalışma, yaratıcı öz yeterliliğin çalışanların yeşil yenilikçi iş davranışı eğilimleri üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur (Hasırcı, Örücü ve Yıldız, 2024). Kamu kurumları ve özel sektördeki araştırmalar ise yönetimin desteği, yenilikçi iklim, bilgi ve öğrenmeyi teşvik gibi örgüt iklimi unsurlarının çalışanların yaratıcı öz yeterlilik algılarını güçlendirdiğini ve değişime açıklığı artırdığını göstermektedir (Özkal, 2021; Alayoğlu, 2019). Eğitim sektöründe gerçekleştirilen nitel bir çalışma, yenilikçi iş davranışı ile yaratıcı öz yeterlilik arasındaki ilişkide üst bilişsel farkındalık, destekleyici ortam ve geri bildirimin kritik rolünü vurgulayarak çevresel desteğin pratikteki önemine dikkat çekmektedir (Karamanlıoğlu, İncekara ve Başar, 2024). Bu ulusal çalışmalar, Türkiye'de farklı sektör ve örgütsel bağlamlarda yaratıcı öz yeterlilik, yenilikçi iş davranışı ve bunları şekillendiren iklim ve liderlik faktörleri hakkında yerel nüanslar sunmaktadır.

Bütün bu açıklamalar çerçevesinde yaratıcı öz yeterliliğin yenilikçi iş davranışını etkilemesi beklenmekte olup bu kapsamda ortaya konulan hipotez aşağıdaki gibidir:

H1: Yaratıcı öz yeterlilik, yenilikçi iş davranışlarını pozitif yönde ve anlamlı bir şekilde etkilemektedir.

1.4.2. İnovasyon Kültürü Boyutlarının Yaratıcı Öz Yeterlilik ile Yenilikçi İş Davranışı Arasındaki İlişkide Düzenleyicilik Rolü

Rao ve Weintraub (2013) tarafından MIT Sloan Management Review'da sunulan "İnovasyon Kültürü modeli", bir örgütün inovasyona elverişli bir kültürünün altı temel yapı taşına dayandığını öne sürmektedir: Değerler (values), davranışlar (behaviors), çalışma iklimi (climate), kaynaklar (resources), süreçler (processes) ve başarı (success).

Bu modelde, bu altı yapı taşının her biri birbirine dinamik olarak bağlıdır ve birlikte örgütün inovasyonu destekleyen kültürel kapasitesini oluşturmaktadır. Örneğin, değerler örgüt içi davranışları, çalışma ortamını ve başarı tanımını etkiler. Değerler, girişimcilik, yaratıcılık ve sürekli öğrenmeyi özendiren bir kültürü ifade ederken, davranışlar yeniliğe olan bireysel ve lider düzeyindeki tepkileri -örneğin bürokrasiyi aşmak, enerjik liderlik yapmak veya kaynak bulmak- kapsamaktadır.

Çalışma iklimi, güvenli bir ortamda risk alma, bağımsız düşünme ve öğrenmeyi teşvik eden bir atmosfer yaratmaktadır. Kaynaklar, insan, sistem ve projeler şeklinde inovasyonu destekleyecek somut araçları içerirken; süreçler, fikir üretiminden prototip oluşturma ve ölçeklendirmeye kadar inovasyonun yol haritasını tanımlamaktadır. Son olarak, başarı; bireysel, kurumsal ve dışsal (pazar/müşteri bazlı) düzeyde tanınma ve ödüllendirmeyi kapsayarak, inovatif davranışları pekiştirmektedir.

Rao ve Weintraub'un modeli, inovasyon kültürünü ölçülebilir alt boyutlara ayırarak, hem somut (kaynak, süreç, başarı) hem de soyut/insana dair (değerler, davranışlar, iklim) yapı taşlarının örgütsel inovasyon performansı üzerindeki rolünü bütüncül bir şekilde ortaya koymaktadır (Çubukcu vd., 2023).

Alanyazındaki güncel çalışmalara bakıldığında, açık iletişim, destek, özerklik, sorumluluk, iş birliği ve güven gibi örgütsel değerlerin çalışanların yaratıcılığını ve yenilikçi düşünmesini desteklediği (Balková vd., 2022), öğrenme ve çevik öğrenme

süreçlerini teşvik eden örgütsel ortamların çalışanların yenilikçi davranışına çalışan bağlılığı ve algılanan örgütsel destek yoluyla katkı sağladığı (Jo ve Hong, 2022) ve örgütsel kimliğin çalışanların yenilikçi iş davranışını artırırken bu ilişkide işe adanmışlığın aracılık, çalışanların yaratıcı öz yeterliliğinin ise önemli bir düzenleyici rol üstlendiği (Zhang ve Wang, 2022) görülmektedir.

Örgütsel değerler, çalışanların nasıl davrandığını, hangi davranışların teşvik edildiğini ve örgütün neyi önemsediğini belirler. Bu değerler, hem öğrenme hem de yenilikçi davranışları doğrudan etkileyebilir. Yaratıcı öz yeterlilik ve yenilikçi iş davranışları, örgütsel değerler tarafından yönlendirilir ve şekillendirilir. Öğrenmeye ve yeniliğe değer veren örgütler, çalışanların hem öğrenme süreçlerine aktif olarak katılmasını hem de yenilikçi çözümler üretmesini teşvik eder. Bu bağlamda, örgütsel değerler, yaratıcı öz yeterliliği ve yenilikçiliği destekleyen veya engelleyen bir çerçeve sunar. Bu iki davranış türü, örgütsel değerlerle uyumlu hale geldiğinde, çalışanların performansı ve örgütsel başarı önemli ölçüde artar (Song vd., 2024; Li vd., 2023).

Bütün bu açıklamalar çerçevesinde ikinci hipotez aşağıdaki gibidir:

H2: Yaratıcı öz yeterliliğin, yenilikçi iş davranışları üzerindeki anlamlı ve pozitif yönlü etkisinde örgütsel değerler düzenleyici bir rol oynamaktadır. Şöyle ki; inovasyonu destekleyen örgütsel değerler yüksek olduğunda, bu etkinin daha yüksek olması beklenmektedir.

Son yıllarda, lider davranışlarının -özellikle destekleyici, koçluk yapan, güven veren ve yetkilendiren yaklaşımların- çalışanların öğrenme ve yenilikçi iş davranışlarını doğrudan ve dolaylı olarak etkilediğini vurgulayan ampirik çalışmalarda artış yaşanmaktadır. Liehr ve Hauff (2024), yenilik odaklı lider davranışlarının (özellikle çalışanları güçlendirme, destekleme, ödüllendirme) çalışanların yenilikçi iş davranışını pozitif yönde etkilediğini ortaya koymaktadır. Pajuoja vd. (2025), liderlerin koçluk odaklı davranışlarının (güçlendirme, rehberlik, geri bildirim sağlama) hem yenilikçi düşünce üretimi hem de fikirlerin uygulanmasını desteklediğini göstermektedir. Ayrıca, koçluk etkisinin inovasyon sürecinin her aşamasında kademeli olarak arttığına dikkat çekmektedir. Jun ve Lee (2023), dönüşümcü liderliğin çalışanların yenilikçi davranışını doğrudan ve dolaylı

olarak etkilediğini ortaya koymaktadır. Özellikle liderin destekleyici tutumuyla "değişime bağlılık" geliştirilmekte, bu bağlılık da yenilikçi davranış üzerinde etkisini artırmaktadır. Ayrıca, örgütsel yaratıcılık desteğinin de bu etkinin gücünü artıran bir faktör olduğu tespit edilmiştir.

Bütün bu açıklamalar çerçevesinde üçüncü hipotez aşağıdaki gibidir:

H3: Yaratıcı öz yeterliliğin, yenilikçi iş davranışları üzerindeki anlamlı ve pozitif yönlü etkisinde lider davranışları düzenleyici bir rol oynamaktadır. Şöyle ki; inovasyona yönelik lider davranışları yüksek olduğunda, bu etkinin daha yüksek olması beklenmektedir.

Örgütsel iklim, çalışanların algıladığı normlar, değerler ve beklentilerle şekillenen bir atmosferdir ve bu iklim hem öğrenme hem yenilikçi iş davranışlarını önemli ölçüde etkiler. Destekleyici, güven verici ve yenilik odaklı bir iklim, çalışanların bilgi edinme süreçlerini ve bu bilgileri inovatif çözümler olarak uygulamalarını olumlu şekillendirir (Wang vd., 2022). Dewantara vd. (2023), örgütsel iklimin çalışanların yenilikçi iş davranışını doğrudan olumlu biçimde etkilediğini ve bu ilişkinin örgütsel öğrenme davranışı aracılığıyla güçlendiğini ortaya koymuştur. Bu bulgu, örgüt ikliminin yalnızca çalışma ortamına ilişkin algıları değil, aynı zamanda çalışanların öğrenme süreçleri ve yenilik üretme eğilimleri üzerinde bütüncül bir belirleyici olduğunu göstermektedir. Benzer biçimde You ve arkadaşları (2022), örgütsel inovasyon ikliminin çalışanların yenilikçi davranış düzeyini artırdığını; ayrıca psikolojik sahiplik ve karşılıklı görev bağımlılığı gibi faktörlerin bu ilişkiyi anlamlı biçimde etkilediğini saptamıştır. Öte yandan Bogilović vd. (2021), yenilikçi ya da girişimci bir örgüt ikliminin çalışanların hangi davranışların desteklendiğini algılamasında kritik bir rol oynadığını ve bu tür bir iklimin yenilikçi iş davranışını önemli ölçüde teşvik ettiğini ifade etmiştir.

Bütün bu açıklamalar çerçevesinde dördüncü hipotez aşağıdaki gibidir:

H4: Yaratıcı öz yeterliliğin, yenilikçi iş davranışları üzerindeki anlamlı ve pozitif yönlü etkisinde inovatif çalışma iklimi düzenleyici bir rol oynamaktadır. Şöyle ki; inovatif çalışma iklimi yüksek olduğunda bu etkinin daha yüksek olması beklenmektedir.

Alanyazında örgütsel kaynakların -zamandan bilgiye, teknolojiden desteğe- çalışanların öğrenme ve yenilikçi iş davranışları üzerindeki etkisini vurgulayan çalışmalar bulunmaktadır. Sung ve Choi (2014), örgütsel eğitim ve geliştirme yatırımlarının kurum içi öğrenme uygulamalarını artırdığını, bu süreçlerin de yenilikçi performansı yükselttiğini ortaya koymaktadır. Örgüt içi eğitim, hem bilgi birikimini hem de yenilik potansiyelini güçlendirmektedir. Haile ve Tüzüner (2022), öğrenmeye odaklanan yetkinliklerin -ortak bir vizyon, bilgi paylaşımı sistemleri, yeni fikirlere açıklık gibi- inovasyon kapasitesini artırdığını göstermiştir. Bilginin paylaşılması ve içselleştirilmesi, örgütsel kaynak olarak inovasyonun kaynağına dönüşmektedir. Al-Taie ve Khattak (2024), algılanan örgütsel desteğin (örneğin destekleyici kaynaklar ve güven ortamı), çalışanların yeni fikirler ortaya koyma ve yenilikçi davranış gösterme olasılığını artırdığı sonucuna ulaşmıştır. Sosyal normlar ve destek hissinin, yeniliğe yönelik eylemleri besleyen kaynaklar olduğunu ifade etmiştir.

Bütün bu açıklamalar çerçevesinde beşinci hipotez aşağıdaki gibidir:

H5: Yaratıcı öz yeterliliğin, yenilikçi iş davranışları üzerindeki anlamlı ve pozitif yönlü etkisinde örgütsel kaynaklar düzenleyici bir rol oynamaktadır. Şöyle ki; inovasyonu destekleyen örgütsel kaynaklar yüksek olduğunda bu etkinin daha yüksek olması beklenmektedir.

Yaratıcı öz yeterliliği yüksek bir çalışanın yenilikçi iş davranışları sergilemesi, yalnızca bireysel kapasitesine değil, aynı zamanda örgütün bu davranışları destekleyen içsel süreç ve mekanizmalarına da bağlıdır. Nitekim Hameli, Vehapi ve Tafili (2025), algılanan örgütsel desteğin hem doğrudan hem de yaratıcı öz yeterlilik aracılığıyla yenilikçi iş davranışını artırdığını ortaya koyarak destekleyici örgütsel süreçlerin yenilik üretimindeki rolünü vurgulamıştır. Benzer biçimde Jaiswal ve Dhar (2015), dönüşümcü liderlik ile yenilikçi iklimin çalışanların yaratıcı öz yeterlik düzeylerini yükselttiğini ve bunun hem yaratıcılığı hem de yenilikçi iş davranışlarını olumlu yönde etkilediğini göstermiştir. Türkçe alanyazında da benzer bulgular mevcuttur: Özkan (2017), çalışanların öz yeterlik düzeylerinin yaratıcı ve yenilikçi iş davranışlarını anlamlı biçimde güçlendirdiğini ortaya koymuştur. Ayrıca Akbulut ve Yiğit (2025), örgütsel desteğin yenilikçi iş davranışı üzerinde güçlü bir etkisinin bulunduğunu ve çalışanların

destekleyici bir iklimde psikolojik olarak güçlendikçe yenilik üretme eğilimlerinin arttığını saptamıştır.

Bütün bu açıklamalar çerçevesinde altıncı hipotez aşağıdaki gibidir:

H6: Yaratıcı öz yeterliliğin, yenilikçi iş davranışları üzerindeki anlamlı ve pozitif yönlü etkisinde örgüt içi süreçler düzenleyici bir rol oynamaktadır. Şöyle ki; inovasyonu destekleyen örgüt içi süreçler yüksek olduğunda bu etkinin daha yüksek olması beklenmektedir.

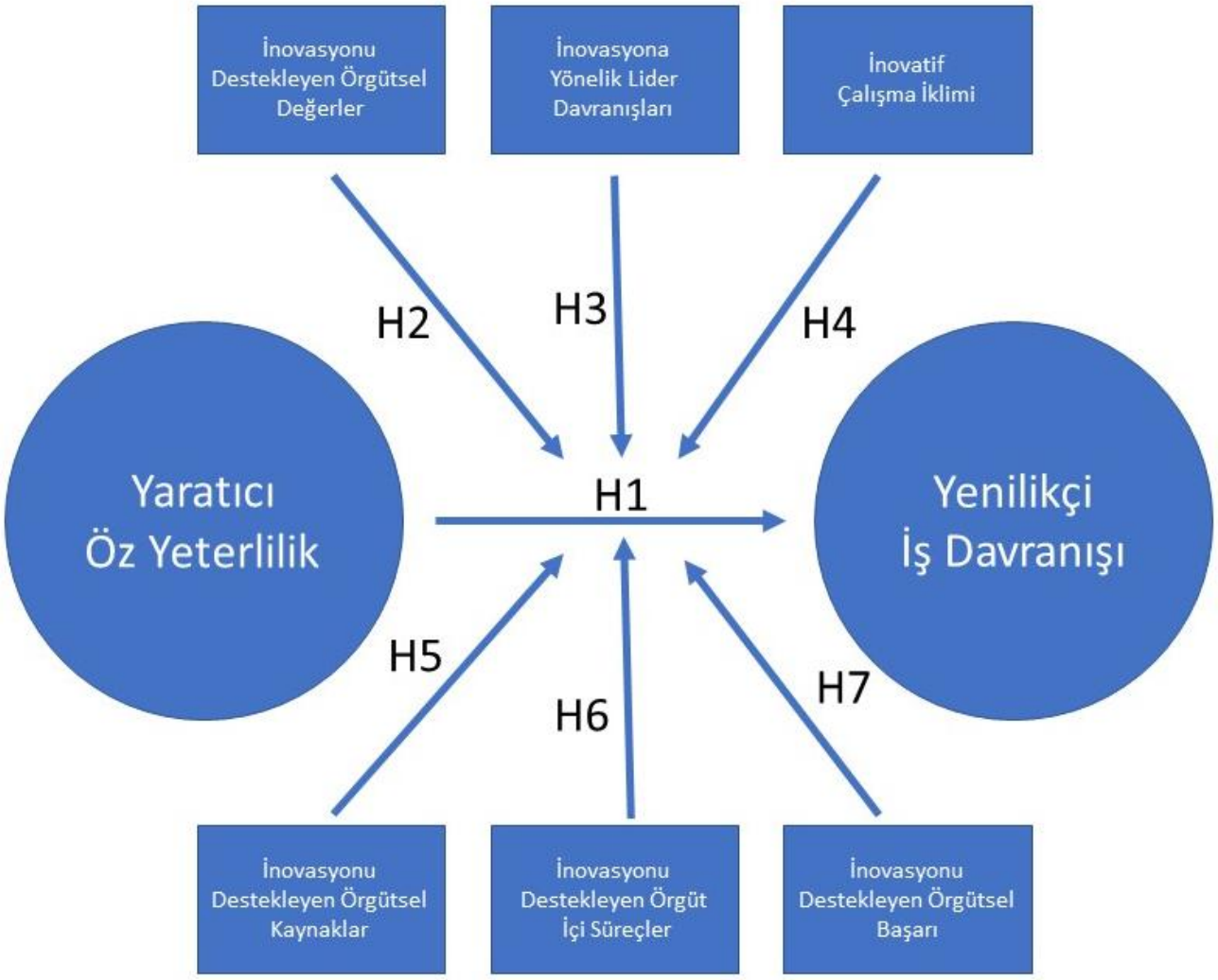
Örgütsel genel başarı düzeyi, yaratıcı öz yeterlilik ile yenilikçi iş davranışları arasındaki ilişkinin gücünü şekillendiren önemli bir bağlamsal değişken olarak değerlendirilebilir. Başarı odaklı, öğrenme kapasitesi yüksek ve yeniliği teşvik eden örgütlerde, çalışanların bireysel yeteneklerinin yenilikçi çıktılara dönüşmesi daha olasıdır; zira bu tür örgütler başarıyı ödüllendirirken, aynı zamanda yeni fikir üretimi ve risk almayı destekleyen maddi ve sembolik kaynaklar sunmaktadır. Yang ve Zhou (2022), yüksek teknoloji işletmelerinde algılanan örgütsel desteğin duygusal bağlılık ve yenilikçi öz yeterlilik (innovative self-efficacy) aracılığıyla çalışanların yaratıcılığını artırdığını göstererek, destekleyici ve başarıya odaklı örgütsel ortamların çalışanların yaratıcılık inançlarını güçlendirerek yenilikçi davranışları beslediğini tespit etmiştir. Türkçe alanyazında da benzer bulgular söz konusudur: Sınıf öğretmenleri üzerinde yapılan bir araştırmada, algılanan örgütsel desteğin yenilikçi iş davranışı ve onun tüm alt boyutları (fikir üretme, araştırma, destekleme ve uygulama) ile güçlü ve pozitif ilişkiler sergilediği, örgütsel desteğin yenilikçi iş davranışını anlamlı biçimde yordadığı saptanmıştır (Şımık vd., 2022). Ayrıca geri dönüşüm sektöründe yürütülen bir çalışmada, çalışanların yaratıcı öz yeterlilik düzeylerinin bilgi paylaşımı ile çalışan yenilik davranışı arasındaki ilişkide aracılık rolü üstlendiği; hem bilgi paylaşımının hem de yaratıcı öz yeterliliğin çalışan yenilik davranışıyla pozitif ilişkili olduğu bulunmuştur (Bozdoğan, 2023).

Bütün bu açıklamalar çerçevesinde yedinci hipotez aşağıdaki gibidir:

H7: Yaratıcı öz yeterliliğin, yenilikçi iş davranışları üzerindeki anlamlı ve pozitif yönlü etkisinde örgütsel başarı düzenleyici bir rol oynamaktadır. Şöyle ki; inovasyonu

destekleyen örgütsel başarı yüksek olduğunda bu etkinin daha yüksek olması beklenmektedir.

Alanyazın incelemesi ve yukarıda yer verilen hipotezler göz önüne alınarak ortaya konulan araştırma modelinin görseline aşağıda yer verilmiştir.



Şekil 3. Araştırma Modeli

2. BÖLÜM
ALAN ARAŞTIRMASI

Bu bölüm üç başlığa ayrılmıştır: *"Yöntem"*, *"Bulgular"* ve *"Tartışma"*. Yöntem başlığı altında, katılımcılar hakkında demografik bilgiler, araştırma bağlamında kullanılan ölçekler hakkında ayrıntılar ve katılımcılardan elde edilen yanıtları analiz etmek için kullanılan yöntemler ele alınacaktır. Bulgular bölümünde, araştırma kapsamında geliştirilen hipotezleri test etmek için yapılan analizlerin sonuçları sunulacaktır. Tartışma bölümünde ise analizlerin sonuçları yorumlanacak ve çalışmanın nihai sonuçları çıkarılacaktır.

2.1. YÖNTEM

Yöntem bölümünde, katılımcıların demografik özellikleri, araştırmada kullanılan veri toplama araçları ve uygulanması planlanan analiz süreçleri ele alınacaktır. Bir önceki kısımda sunulan ve ilgili kuramsal çerçeveyle temellendirilen hipotezlere ilişkin analiz bulguları bu bölümde paylaşılacaktır.

2.1.1. Katılımcılar

Bu çalışma, Ankara'da bilgi teknolojileri sektöründe faaliyet gösteren bir kamu kurumunda ve aynı sektörde faaliyet gösteren bir özel şirkette çalışanlardan veri toplanarak gerçekleştirilmiştir. Veri toplamak için Hacettepe Üniversitesi Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Etik Kurulu'ndan gerekli izinler alınmıştır. Bu ampirik çalışmada, örnekleme yöntemi olarak kartopu ve kolayda örnekleme teknikleri kullanılmış ve katılımcılara çeşitli sosyal medya platformları aracılığıyla çevrimiçi olarak ulaşılmıştır. Katılımcılardan önce gönüllü katılım formunu okumaları istenmiştir. Gönüllü katılım formunu okuyup kabul eden katılımcılardan herhangi bir kimlik bilgisi istenmemiş, katılımın gönüllü olduğu ve yanıtlarının gizli tutulacağı konusunda bilgilendirilmişlerdir. Gönüllü katılım formunu kabul eden 249 katılımcının verileri ön analize tabi tutulmuştur. Çalışma verileri, Tabachnick ve Fidell (2013) tarafından önerilen

veri temizleme adımlarına göre incelenmiştir. Ankete katılan katılımcıların demografik bilgileri Tablo 2'de özetlenmiştir.

Tablo 2. Demografik özelliklere ait tanımlayıcı istatistikler

	Frekans	Yüzde
Cinsiyet		
Kadın	99	39,8
Erkek	150	60,2
Yaş grubu		
18-25 yaş	24	9,6
26-35 yaş	74	29,7
36-45 yaş	97	39
46-55 yaş	38	15,3
56 ve üzeri	16	6,4
Medeni durum		
Bekar	85	34,1
Evli	164	65,9
Öğrenim durumu		
Lise	5	2
Önlisans	6	2,4
Lisans	149	59,9
Lisansüstü	89	35,7
Çalışılan kurumun türü		
Özel Sektör	118	47,4
Kamu Kurumu	131	52,6
Kurumdaki pozisyonunuz		
Uzman	126	50,6
Uzman yardımcısı	35	14,1
Yönetici	55	22,1
Diğer	33	13,2
Görev yaptığınız kurumda çalışma süreniz		
5 yıldan az	93	37,4
5-10 yıl	58	23,3
11-15 yıl	47	18,9
16-20 yıl	19	7,6
20 yıl ve üzeri	32	12,8
Toplam çalışma süreniz		
5 yıldan az	47	18,9
5-10 yıl	38	15,2
11-15 yıl	77	30,9
16-20 yıl	39	15,7
20 yıl ve üzeri	48	19,3

Cinsiyet verisinde kadınların oranı %39,8 iken, erkeklerin oranı %60,2 olarak elde edilmiştir. Yaş grubu verisinde 18-25 yaş aralığında olanların oranı %9,6 iken, 26-35 yaş aralığında olanların oranı %29,7, 36-45 yaş aralığında olanların oranı %39, 46-55 yaş aralığında olanların oranı %15,3 ve 56 yaş ve üzeri olanların oranı %6,4 olarak elde edilmiştir. Medeni durum verisinde bekarların oranı %34,1 iken, Evlilerin oranı %65,9 olarak elde edilmiştir. Öğrenim durumu verisinde Lise mezunlarının oranı %2 iken, Önlisans mezunlarının oranı %2,4, Lisans mezunlarının oranı %59,9 ve Lisansüstü mezunlarının oranı %35,7 olarak elde edilmiştir. Çalışılan kurumun türü verisinde özel sektörde çalışanların oranı %47,4 iken, kamu Kurumunda çalışanların oranı %52,6 olarak elde edilmiştir. Kurumdaki pozisyonunuz verisinde uzmanların oranı %50,6, uzman yardımcısı olanların oranı %14,1, yöneticilerin oranı %22,1 ve diğer pozisyonların oranı

%13,2 olarak elde edilmiştir. Görev yaptığınız kurumda çalışma süreniz verisinde 5 yıldan azların oranı %37,4 iken, 5-10 yılların oranı %23,3, 11-15 yılların oranı %18,9, 16-20 yılların oranı %7,6 ve 20 yıl ve üzeri olanların oranı %12,8 olarak elde edilmiştir. Toplam çalışma süreniz verisinde 5 yıldan azların oranı %18,9 iken, 5-10 yılların oranı %15,2, 11-15 yılların oranı %30,9, 16-20 yılların oranı %15,7 ve 20 yıl ve üzeri olanların oranı %19,3 olarak elde edilmiştir.

2.1.2. Kullanılan Ölçekler

Google Forms aracılığıyla hazırlanan ve mevcut çalışma kapsamında katılımcılara gönderilen anket formu altı bölümden oluşmaktadır. Anketin ilk bölümü olan gönüllü katılım formu, katılımcılara anket hakkında bilgi vermiş ve araştırmaya katılmak için onların onayını almıştır. Araştırmaya katılmayı kabul eden katılımcılar bir sonraki bölüme geçebilmiş, katılmayı kabul etmeyen katılımcılar için ise anket sonlandırılmıştır. Anketin ikinci bölümünde, katılımcılardan demografik bilgileriyle ilgili soruları yanıtlamaları istenmiştir. Anketin sonraki bölümleri, sırasıyla İnovasyon Kültürü, yenilikçi iş davranışı ve yaratıcı öz yeterlilik ile ilgili maddeleri içeren ölçeklerden oluşmuştur.

2.1.2.1. Demografik Değişkenler

Mevcut çalışma kapsamında katılımcılara sunulan anketin ilk bölümünde, katılımcılardan cinsiyetleri, yaşları, medeni durumları, eğitim durumları, toplam çalışma süreleri, çalışılan kurumun türü, mevcut kurumlarında çalışma süreleri ve kurumlarındaki pozisyonları ile ilgili soruları belirli kategorilere göre yanıtlamaları istenmiştir.

2.1.2.2. İnovasyon Kültürü Ölçeği

Anket formunun ikinci bölümünde, katılımcılara "İnovasyon Kültürü" kavramı ile ilgili sorular sorulmuş ve bu soruları cevaplamaları istenmiştir. İnovasyon Kültürü kavramını ölçmek için Rao ve Weintraub (2013) tarafından geliştirilen İnovasyon Katsayısı Modeli (Innovation Quotient Model) kullanılmıştır. Ölçeği mevcut çalışmada kullanabilmek için, ölçeği geliştiren araştırmacılardan biri olan J. Rao ile e-posta yoluyla iletişime geçilmiştir. Araştırmacı, çalışma hakkında bilgilendirilmiş ve ölçeği kullanmak için gerekli izinler

alınmıştır. Ölçek, Çubukcu ve diğerleri (2023) tarafından Türkçeye çevrilmiştir. Çubukcu ile e-posta yoluyla iletişime geçilerek çalışma hakkında bilgi verildikten sonra ölçeğin Türkçe versiyonunu kullanma izni alınmıştır.

Rao ve Weintraub (2013) tarafından geliştirilen bu ölçek toplamda 54 sorudan oluşmaktadır. Ölçek bağlamında İnovasyon Kültürü kavramı 6 alt boyutta ölçülmektedir. Bu 6 alt boyut sırası ile değerler, davranışlar, çalışma iklimi, kaynaklar, süreçler ve başarı olarak ele alınmaktadır. Değerler boyutu *"Yeni fırsatların peşinden koşarken belirsizliklere açık ve toleranslıyız."*; davranışlar boyutu *"Yöneticilerimiz, sık sık girişimci bir şekilde düşünmemiz ve hareket etmemiz için bizi cesaretlendiriyor."*; çalışma iklimi boyutu *"Alışılmadık veya tartışmalı fikirler hakkında bile düşüncelerimizi özgürce ifade edebiliriz."*; kaynaklar boyutu *"İnovasyon faaliyetlerimizi destekleyen iyi işbirliği araçlarımız mevcut."*; süreçler boyutu *"En iyi fırsatları belirlemek için toplanan fikirleri düzenli olarak gözden geçirir ve iyileştiririz."*; başarı boyutu *"İnovasyonu, kısa vadeli bir çözümden ziyade uzun vadeli bir strateji olarak ele alıyoruz."* gibi maddeler aracılığıyla ölçülmüştür.

Katılımcılardan, 1 ile 5 arasında değişen bir derecelendirme ölçeği kullanarak ölçek maddeleri hakkındaki görüşlerini belirtmeleri istenmiştir (1: Kesinlikle katılmıyorum, 5: Kesinlikle katılıyorum). Değerlendirme sonucunda elde edilen düşük puanlar, katılımcıların ilgili İnovasyon Kültürü alt boyutunda daha az davranış ve yönelim sergilediklerini gösterirken, yüksek puanlar ise katılımcıların söz konusu İnovasyon Kültürü davranış ve yönelimlerini daha fazla sergileme eğiliminde olduklarını ifade etmektedir.

Ölçeğe ilişkin güvenilirlik çalışması Rao ve diğerleri (2017) tarafından gerçekleştirilmiştir. Türkiye'de güvenilirlik çalışması ise Çubukcu vd. (2023) tarafından yürütülmüştür. Bu çalışmada, kaynaklar boyutundaki maddelerin genel olarak diğer boyutlara, özellikle süreçler boyutuna dağıldığını gördüklerinden bahisle ölçeği 5 faktöre düşürmüşlerdir. İnovasyon Kültürü değişkenine ve alt boyutlarına yönelik Cronbach Alfa katsayıları Tablo 3'te yer almaktadır.

Tablo 3. İnovasyon Kültürü Ölçeği Cronbach Alfa Katsayıları

	Rao vd. (2017)	Çubukcu vd. (2023)
Değerler boyutu	0.904	0.93
Kaynaklar boyutu	0.904	
Davranışlar boyutu	0.948	0.968
Süreçler boyutu	0.921	0.978
İklim boyutu	0.906	0.929
Başarı boyutu	0.923	0.95

2.1.2.3. Yenilikçi İş Davranışı Ölçeği

Anket formunda yer alan üçüncü bölümde katılımcılardan "yenilikçi iş davranışı" değişkenine ilişkin soruları yanıtlamaları istenmiştir. Mevcut çalışma kapsamında yenilikçi iş davranışı değişkeni De Jong ve Den Hartog (2010) tarafından geliştirilmiş olan Yenilikçi Davranış Ölçeği (Innovatiove Work Behaviour) ile ölçümlenmiştir. Çimen ve Yücel (2017) tarafından Türkçe'ye uyarlanan Yenilikçi Davranış Ölçeğini kullanabilmek için Çimen ile iletişime geçilmiş, e-posta yolu ile çalışma hakkında bilgi verilerek çalışmada ölçeğin kullanılabilmesi için gerekli olan izinler alınmıştır.

Ölçeğin özgün formunda 10 madde ve 4 boyut bulunmaktadır. Bu boyutlar "fikir üretme", "araştırma", "destekleme" ve "uygulama" olarak belirtilmiştir. Bahse konu ölçek *"Bu kurumda çalışanlar; işlerini yaparken kullanabilecekleri yeni çalışma yöntemleri, teknikleri ve araçları araştırırlar."* ve *"Yeni fikirlerin hayat geçirilmesine katkıda bulunurlar."* gibi maddeler aracılığıyla ölçülmüştür. Ölçek maddeleri "1: Hiç, 2: Nadiren, 3: Bazen, 4: Genellikle, 5: Her zaman" şeklinde 5'li Likert tipi derecelendirme ile değerlendirilmiştir

Yenilikçi iş davranışı değişkenine ve alt boyutlarına yönelik Cronbach Alfa katsayıları Tablo 4'te yer almaktadır.

Tablo 4. Yenilikçi İş Davranışı Ölçeği Cronbach Alfa Katsayıları

	De Jong ve Den Hartog (2010)	Çimen ve Yücel (2017)
Yenilikçi iş davranışı		0.93
Fikir üretme boyutu	0.9	0.61
Araştırma boyutu	0.88	0.82
Destekleme boyutu	0.95	0.9
Uygulama boyutu	0.93	0.89

2.1.2.4. Yaratıcı Öz Yeterlilik Ölçeği

Anket formunda yer alan üçüncü bölümde katılımcılardan "yaratıcı öz yeterlilik" değişkenine ilişkin soruları yanıtlamaları istenmiştir. Mevcut çalışma kapsamında yaratıcı öz yeterlilik değişkeni Tierney ve Farmer (2002) tarafından geliştirilmiş olan Yaratıcılık Öz Yeterliliği Ölçeği (Creative Self – Efficacy Scale) ile ölçümlenmiştir. Atabek (2020) tarafından Türkçe'ye uyarlanan Yaratıcılık Öz Yeterliliği Ölçeğini kullanabilmek için hem Tierney ile hem de Atabek ile iletişime geçilmiş, e-posta yolu ile çalışma hakkında bilgi verilerek çalışmada ölçeğin kullanılabilmesi için gerekli olan izinler alınmıştır.

Ölçek, üç maddeden oluşan 7'li Likert tipi bir ölçektir (1: Kesinlikle katılmıyorum, 7: Kesinlikle katılıyorum). Puan aralığı 3-21'dir ve yüksek puanlar daha güçlü yaratıcı öz yeterliliğe işaret etmektedir. Ölçek, *"Sorunları yaratıcı bir şekilde çözme becerime güveniyorum"* gibi maddeler içermektedir. Orijinal ölçeğin Cronbach Alpha iç tutarlılık tahmini, üretim çalışanları için 0.83 ve aynı tüketici ürünleri şirketinin operasyon bölümünde çalışanlar için 0.87 olarak rapor edilmiştir. Atabek'in uyarlamasında ise 5'li Likert tip ölçek kullanılmıştır. Yanıtlar; "Kesinlikle Katılmıyorum" seçeneğinden "Tamamen Katılıyorum" seçeneğine doğru 1 ile 5 arasında puanlanmıştır. Ölçeğin Cronbach Alpha iç tutarlılık tahmini 0.877 olarak rapor edilmiştir.

Tablo 5. Yaratıcılık Öz Yeterliliği Ölçeği Cronbach Alfa Katsayıları

	Tierney ve Farmer (2002)	Atabek (2020)
Yaratıcılık Öz Yeterliliği	0.83 – 0.87	0.877

2.1.3. Araştırmada Kullanılan Analizler

Bu bölümde, çalışma kapsamında yürütülen anketten elde edilen veri seti için Tabachnick ve Fidell'in (2013) önerdiği veri temizleme süreçleri ile araştırmada öne sürülen hipotezlerin sınanmasında kullanılacak istatistiksel analizler ele alınacaktır.

2.1.3.1. Veri Setinin Kontrolü ve Analize Hazırlanması

İstatistiksel analizlere geçmeden önce, Tabachnick ve Fidell (2013) tarafından önerilen veri temizleme prosedürleri uygulanmıştır. Bu yaklaşım, planlanan istatistiksel analizler için veri setini hazırlamayı amaçlayan bir dizi adımdan oluşur. Bu adımlar aşağıda özetlenmiştir.

- 1. Aşama: Veri Setinin Doğruluğu

Hatasız bir veri seti elde etmek için, veri seti önce hatalı kodlama açısından kontrol edilmiştir. Ardından, değişkenlerin minimum ve maksimum değerleri ile ortalama ve standart sapma değerleri incelenmiştir. Herhangi bir değişken için standart sapma değerinin ortalama değerden büyük olduğu tespit edildiğinde, gerekli düzeltmeler planlanmıştır. Son olarak, bu aşamada, sorulara dayalı olarak değişkenlerde herhangi bir uç değer olup olmadığını belirlemek için "z" değerleri hesaplanmıştır.

- 2. Aşama: Eksik Veri Analizi

Veri setinde eksik veri olup olmadığı, varsa bu eksik verilerin rastgele mi yoksa kasıtlı mı olduğu ve eksik veri oranının toplam veri setinin %5'inden az mı yoksa fazla mı olduğu incelenmiştir.

- 3. Aşama: Normallik Testi

Tabachnick ve Fidell (2013), çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) ile ilgili değerlerin soru bazında ve değişken bazında -3 ile +3 arasında olup olmadığını incelemek gerektiğini belirtmiştir. Elde edilen değerler bu aralığın dışına çıkarsa, normal dağılımın mevcut olmadığını ifade etmiştir. Bu bağlamda, ölçeklerdeki her bir madde ve bu maddelerden hesaplanan ölçek puanları için çarpıklık ve basıklık değerleri incelenmiştir.

- 4. Aşama: Aykırı Değerler

Aykırı değerler, veri setindeki bazı değerlerin aşırı olması nedeniyle yapılacak analizleri bozmaktadır (Tabachnick ve Fidell, 2013). Buna dayanarak, veri setindeki aykırı değerleri belirlemek için Mahalonobis değerleri hesaplanmış ve örneklem büyüklüğüne göre Ki-kare tablosundaki kritik değer temel alınmıştır. Bu değere dayanarak veri seti incelenmiş, aykırı değerlerin olup olmadığı belirlenmiştir.

2.1.3.2. Faktör Analizi

Verilerin ön incelemesinin ardından faktör analizi yapılması planlanmaktadır. Faktör analizi, veri setindeki değişkenleri birleştirmek ve diğer değişkenlerden ayrı, farklı alt gruplar oluşturmak için kullanılmaktadır (Tabachnick ve Fidell, 2015). Bu çalışmada, daha önce Türkçe'ye çevirisi yapılan ve faktör yapıları ortaya çıkarılan İnovasyon Kültürü Ölçeği, Yenilikçi İş Davranışı Ölçeği ve Yaratıcı Öz Yeterlilik Ölçeği kullanıldığı için doğrulayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir.

2.1.3.3. Güvenilirlik Analizi

Bu araştırmada öngörülen faktör analizleri tamamlandıktan sonra, ortaya çıkan faktör yapıları temel alınarak kullanılan ölçeklerin güvenirliğini değerlendirmek amacıyla güvenilirlik analizleri yapılacaktır. Bu kapsamda Cronbach Alpha (α) iç-tutarlılık katsayısı, "madde çıkarıldığında α" göstergesi ve madde – toplam korelasyonları değerlendirilecektir. Yaratıcı Öz Yeterlilik, Yenilikçi İş Davranışı ve İnovasyon Kültürü ölçekleri için yapılan incelemede α katsayısı, Nunnally'nin (1978) önerdiği .70 eşiği esas alınarak yorumlanacaktır. "Madde çıkarıldığında α" bakımından Field'ın (2009)

yaklaşımı izlenecek, herhangi bir maddenin elenmesi α değerinde anlamlı bir yükseliş sağlıyorsa söz konusu madde ölçekten kaldırılacaktır. Son olarak madde – toplam korelasyonu incelenecek; Field'ın (2009) belirttiği .30 sınırı dikkate alınarak maddelerin ölçeğin geneliyle uyumu değerlendirilecek ve bu sınırın altında kalan maddelerin ölçek kapsamında çıkartılması planlanmıştır.

2.1.3.4. Korelasyon Analizi

İki değişken arasındaki ilişkinin yönünü ve gücünü belirlemek için kullanılan korelasyon analizi, iki değişken arasındaki korelasyon katsayısını verir. Bu katsayı, mükemmel negatif doğrusal ilişkiyi gösteren -1 ile mükemmel pozitif doğrusal ilişkiyi gösteren +1 arasında değişir. Katsayı sıfır olduğunda, iki değişken arasında doğrusal bir ilişki olmadığı varsayılır (Tabachnick ve Fidell, 2013). Öte yandan, ± .1 ile ± .3 arasındaki ilişkiler zayıf, ± .3 ile ± .5 arasındaki ilişkiler orta ve ± .5 ile ± 1.0 arasındaki ilişkiler güçlü olarak kabul edilir (Cohen, 1988, 1992, akt; Field, 2009). Bu çalışma kapsamında, değişkenler arasındaki ilişkiler yukarıda belirtilen kriterlere göre incelenmiştir.

2.1.3.5. Hipotez Testi

Mevcut çalışmada yaratıcı öz yeterliliğin ve İnovasyon Kültürünün yenilikçi iş davranışları üzerindeki etkisi incelenecektir. Çalışmada hem yaratıcı öz yeterliliğin hem de İnovasyon Kültürünün yenilikçi iş davranışlarını pozitif yönde ve anlamlı bir şekilde tahmin edeceği varsayılmıştır. Çalışma kapsamında öne sürülen hipotezler SPSS – AMOS programı kullanılarak analiz edilmiştir.

2.2. BULGULAR

Mevcut çalışmada ortaya konan hipotezler ve bunların sınanmasına yönelik yürütülen analizler bu bölümde değerlendirilecektir.

2.2.1. Veri Setinin Kontrolü ve Analize Hazırlanmasına İlişkin Bulgular

Bu bölümde, istatistiksel analizlere geçilmeden önce Tabachnick ve Fidell (2013) tarafından önerilen veri temizleme sürecine ilişkin aşamalar açıklanmıştır. Tabachnick ve

Fidell'in sunduğu adımlar ile bu çalışma kapsamında uygulanan işlemler aşağıda detaylandırılmıştır.

1. Aşama: Veri Setinin Doğruluğu

Araştırma kapsamında elde edilen veri seti üzerinde istatistiksel incelemelerin yapılabilmesi için öncelikle gerekli kodlama işlemleri uygulanmıştır. Kodlamalarda hata bulunup bulunmadığını belirlemek amacıyla, her bir ölçek maddesinin alabileceği en küçük ve en büyük değerler incelenerek kontrol edilmiştir. Bu değerlendirmeler sonucunda veri kodlamasına ilişkin herhangi bir sorun tespit edilmemiştir.

Ayrıca, ölçekteki maddelere yönelik ortalama ve standart sapma değerleri gözden geçirilmiş; hiçbir maddede standart sapmanın, madde ortalamasını aşmadığı görülmüştür. Veri bütünlüğünü sınamak adına gerçekleştirilen son aşamada ise katılımcı yanıtlarında "uç/aykırı değer" bulunup bulunmadığını anlamak için z-skorları hesaplanmıştır. Z değerlerinin ±3,29 aralığında kaldığı belirlenmiş ve aykırı bir gözleme rastlanmamıştır.

Bu doğrultuda, veri setinin güvenilir olduğu, kodlama sürecinde hata bulunmadığı ve ölçüm değerlerinin istatistiksel açıdan uygunsuz bir durum içermediği sonucuna ulaşılmıştır.

2. Aşama: Eksik Veri Analizi

Veri setini analiz sürecine uygun hâle getirmede ikinci adım, eksik veri incelemesinin yapılmasıdır (Tabachnick ve Fidell, 2013). Bu aşamada, verilerde kayıp/eksik değerlerin bulunup bulunmadığı; varsa bunların rastlantısal mı yoksa kasıtlı biçimde mi oluştuğu belirlenmektedir. Maddelere verilen yanıtlar değerlendirildiğinde, hiçbir ölçekte eksik veri bulunmadığı tespit edilmiştir.

3. Aşama: Normallik Testi

Veri setindeki her bir ölçeğin maddeleri ile bu maddelerden türetilen değişken puanlarına ait çarpıklık ve basıklık değerleri değerlendirilmiştir. Tabachnick ve Fidell (2013), söz konusu değerlerin -3 ile +3 aralığında bulunmasının normal dağılım için kabul edilebilir olduğunu belirtmektedir. Yapılan kontroller sonucunda, hem madde düzeyinde hem de değişken düzeyinde çarpıklık ve basıklık değerlerinin ±3 sınırları içinde kaldığı

gözlenmiştir. Buna ek olarak, incelenen histogramlar da dağılımın normal yapıya uygun olduğunu göstermiştir.

4. Aşama: Çok Değişkenli Aykırı Değer Analizi

Veri setinde çoklu aykırı değer bulunup bulunmadığını belirlemek için regresyon temelli bir inceleme yapılmıştır. Bu doğrultuda, her bir katılımcı için Mahalanobis uzaklık değeri hesaplanmış; elde edilen sonuçlar, örneklem büyüklüğü dikkate alınarak Ki-kare tablosundan belirlenen sınır değer ile karşılaştırılmıştır. Değerlendirme neticesinde hiçbir katılımcının Mahalanobis uzaklığının kritik eşiğin üzerinde olmadığı görülmüş ve böylece veri setinde anlamlı düzeyde çoklu aykırı değerin yer almadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Veri setinin analiz sürecine uygun hale getirilmesinden sonra, çalışmada kullanılan ölçek maddelerinin veri ile tutarlılığını incelemek ve araştırmada kullanılan değişkenlerin puanlarının oluşturulmasında hangi maddelerin kullanılacağını belirlemek amacıyla faktör analizleri uygulanmıştır.

2.2.2. Doğrulayıcı Faktör Analizine İlişkin Bulgular

Araştırmada kullanılan ölçeklerin Türkçe uyarlama, geçerlilik ve güvenirlik çalışmalarının daha önce yapılmış olması nedeniyle, söz konusu ölçekler doğrulayıcı faktör analizi ile incelenmiş ve faktör yapıları ortaya konmuştur.

2.2.2.1. İnovasyon Kültürü Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

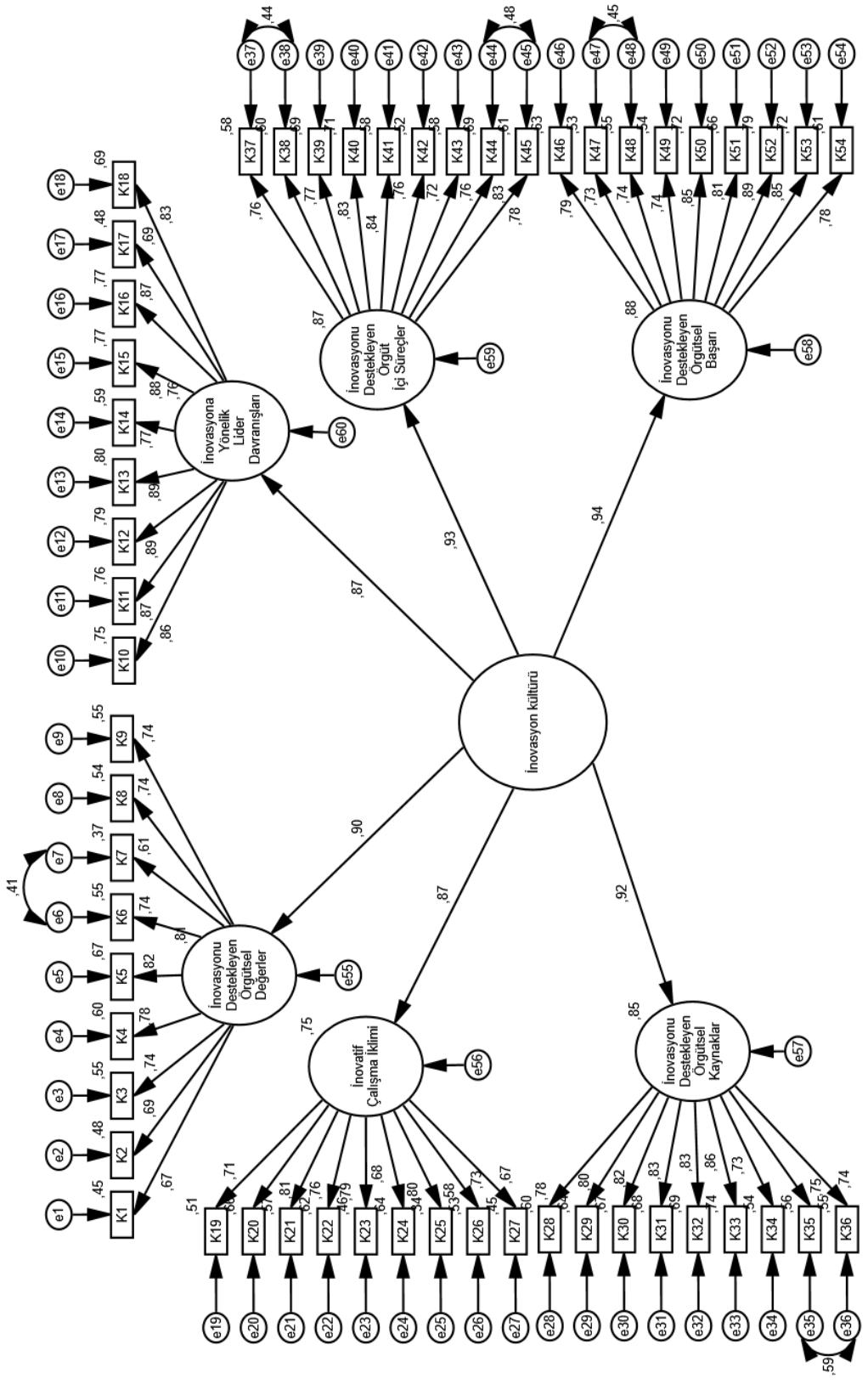
6 boyut (İnovasyonu destekleyen örgütsel değerler, inovasyona yönelik lider davranışları, inovatif çalışma iklimi, inovasyonu destekleyen örgütsel kaynaklar, inovasyonu destekleyen örgüt içi süreçler, inovasyonu destekleyen örgütsel başarı) ve 54 maddeden oluşan İnovasyon Kültürü Ölçeği ifadeleri için doğrulayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir.

Oluşturulan ölçüm modeli test edildiğinde mevcut veri setinin modele kötü derece uyum sağladığı (CMIN/DF değerinin 2.692 (3690,407 / 1371); CFI= .818; RMSEA = .083) tespit edilmiştir. Oluşturulan modele ilişkin uyum iyiliği indeksleri incelendiğinde ise

ölçekte yer alan altıncı madde ile yedinci maddenin, otuz beşinci madde ile otuz altıncı maddeye, otuz yedinci madde ile otuz sekizinci, kırk dördüncü madde ile kırk beşinci ve kırk yedinci madde ile kırk sekizinci maddeye ait hata terimleri arasında ilişkinin yer aldığı saptanmıştır. İlgili maddeler aynı boyutun ölçümlenmesinde yer aldığı için faktörlerin bağımsızlığı ilkesi ihlal edilmemektedir ve bu nedenle önerilen hata terimleri arasına kovaryans terimleri eklenerek model revize edilmiştir.

Söz konusu ölçüm modeline aşağıda yer verilmiştir.

Şekil 4. İnovasyon Kültürü Ölçeği Ölçüm Modeli



Revize edilen ölçüm modelinin uyum değerleri incelenmiştir. CMIN/DF değerinin 2.484 (3392,557 / 1366) olduğu tespit edilmiş, söz konusu değerin literatürde belirtildiği üzere 3'ten küçük olduğu görülmüştür. Karşılaştırmalı uyum indekslerinden CFI= .841; TLI= .833 olduğu ve bu değerlerin istenilen kritik değer düzeylerinde olmadığı görülmüştür. Diğer taraftan, RMSEA = .077 olması ".08'den" küçük olarak istenilen seviyede olduğu kaydedilmiştir. Bununla beraber, ölçeğe ait maddelerin faktör yükleri incelendiğinde hepsinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu ($p < .001$) ve hemen hepsinde .60'ın üzerinde olduğu anlaşılmıştır. Özetle; mevcut veri setinin modele iyi uyum sağlamadığı tespit edilmiştir. Modele ilişkin standardize edilmiş ve edilmemiş regresyon katsayıları Tablo 6'da yer almaktadır.

Tablo 6. İnovasyon Kültürü Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

			b	S.H.	β	p
İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Değerler	<-- -	İnovasyon Kültürü	1		0,902	
İnovasyona Yönelik Lider Davranışları	<-- -	İnovasyon Kültürü	1,434	0,140	0,874	**<0,001**
İnovatif Çalışma İklimi	<-- -	İnovasyon Kültürü	0,994	0,115	0,868	**<0,001**
İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Kaynaklar	<-- -	İnovasyon Kültürü	1,278	0,15	0,924	**<0,001**
İnovasyonu Destekleyen Örgüt İçi Süreçler	<-- -	İnovasyon Kültürü	0,993	0,113	0,934	**<0,001**
İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Başarı	<-- -	İnovasyon Kültürü	1,271	0,141	0,939	**<0,001**
K1	<-- -	İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Değerler	1	-	0,667	-
K2	<-- -	İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Değerler	1,068	0,095	0,694	**<0,001**
K3	<-- -	İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Değerler	1,088	0,105	0,739	**<0,001**
K4	<-- -	İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Değerler	1,212	0,103	0,775	**<0,001**
K5	<-- -	İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Değerler	1,372	0,136	0,821	**<0,001**
K6	<-- -	İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Değerler	1,213	0,125	0,741	**<0,001**
K7	<-- -	İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Değerler	0,973	0,106	0,606	**<0,001**

K8	<-- İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Değerler	1,114	0,11	0,738	**<0,001**
K9	<-- İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Değerler	1,23	0,118	0,74	**<0,001**
K10	<-- İnovasyona Yönelik Lider Davranışları	1	-	0,865	-
K11	<-- İnovasyona Yönelik Lider Davranışları	1,034	0,045	0,872	**<0,001**
K12	<-- İnovasyona Yönelik Lider Davranışları	1,01	0,051	0,888	**<0,001**
K13	<-- İnovasyona Yönelik Lider Davranışları	1,042	0,049	0,892	**<0,001**
K14	<-- İnovasyona Yönelik Lider Davranışları	0,812	0,06	0,766	**<0,001**
K15	<-- İnovasyona Yönelik Lider Davranışları	0,936	0,043	0,879	**<0,001**
K16	<-- İnovasyona Yönelik Lider Davranışları	0,945	0,049	0,875	**<0,001**
K17	<-- İnovasyona Yönelik Lider Davranışları	0,713	0,062	0,695	**<0,001**
K18	<-- İnovasyona Yönelik Lider Davranışları	0,897	0,051	0,83	**<0,001**
K19	<-- İnovatif Çalışma İklimi	1		0,714	
K20	<-- İnovatif Çalışma İklimi	1,317	0,104	0,813	**<0,001**
K21	<-- İnovatif Çalışma İklimi	1,042	0,083	0,757	**<0,001**
K22	<-- İnovatif Çalışma İklimi	1,219	0,135	0,789	**<0,001**
K23	<-- İnovatif Çalışma İklimi	1,003	0,135	0,677	**<0,001**
K24	<-- İnovatif Çalışma İklimi	1,357	0,128	0,797	**<0,001**
K25	<-- İnovatif Çalışma İklimi	0,952	0,11	0,581	**<0,001**
K26	<-- İnovatif Çalışma İklimi	1,136	0,134	0,727	**<0,001**
K27	<-- İnovatif Çalışma İklimi	0,934	0,103	0,672	**<0,001**
K28	<-- İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Kaynaklar	1	-	0,777	-
K29	<-- İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Kaynaklar	0,945	0,061	0,797	**<0,001**
K30	<-- İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Kaynaklar	0,946	0,066	0,816	**<0,001**
K31	<-- İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Kaynaklar	0,992	0,067	0,827	**<0,001**
K32	<-- İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Kaynaklar	0,974	0,075	0,832	**<0,001**
K33	<-- İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Kaynaklar	0,981	0,073	0,858	**<0,001**
K34	<-- İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Kaynaklar	0,827	0,068	0,733	**<0,001**

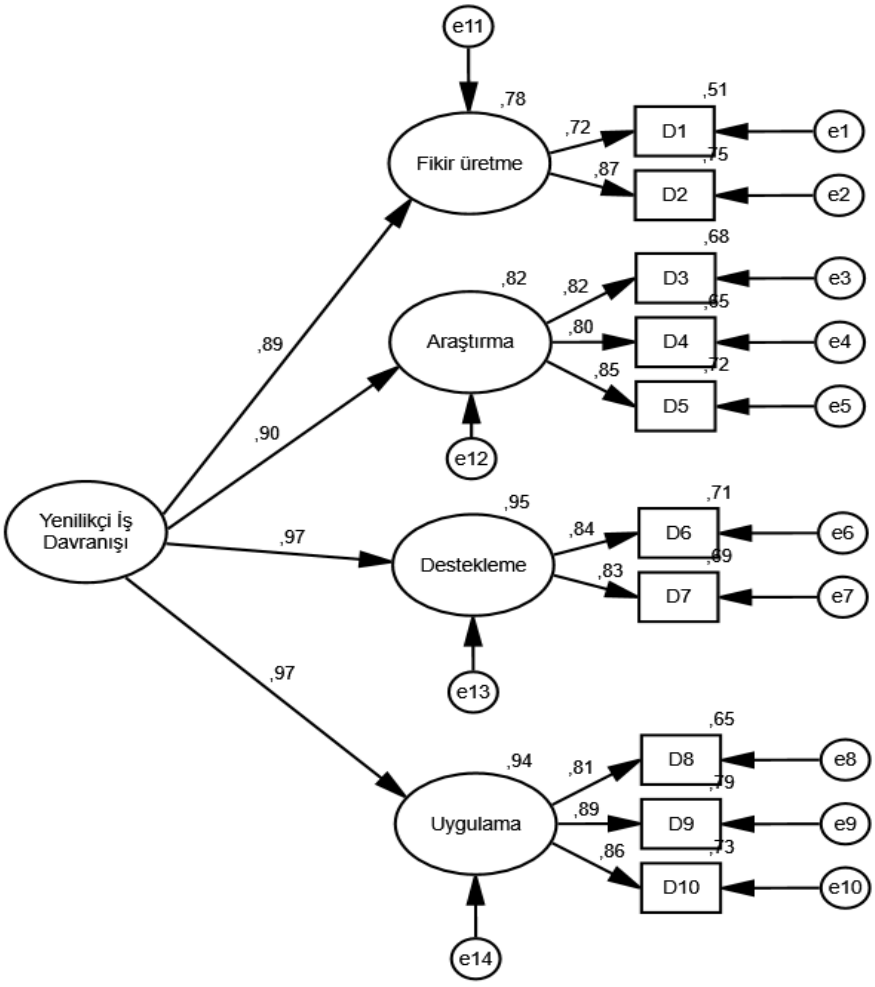
	İnovasyonu <-- Destekleyen Örgütsel				
K35	- Kaynaklar İnovasyonu	1,002	0,081	0,75	**<0,001**
	<-- Destekleyen Örgütsel				
K36	- Kaynaklar İnovasyonu	0,973	0,074	0,742	**<0,001**
	<-- Destekleyen Örgüt İçi				
K37	- Süreçler İnovasyonu	1	-	0,758	
	<-- Destekleyen Örgüt İçi				
K38	- Süreçler İnovasyonu	1,118	0,06	0,773	**<0,001**
	<-- Destekleyen Örgüt İçi				
K39	- Süreçler İnovasyonu	1,212	0,076	0,832	**<0,001**
	<-- Destekleyen Örgüt İçi				
K40	- Süreçler İnovasyonu	1,353	0,107	0,841	**<0,001**
	<-- Destekleyen Örgüt İçi				
K41	- Süreçler İnovasyonu	1,13	0,108	0,76	**<0,001**
	<-- Destekleyen Örgüt İçi				
K42	- Süreçler İnovasyonu	1,071	0,105	0,722	**<0,001**
	<-- Destekleyen Örgüt İçi				
K43	- Süreçler İnovasyonu	1,312	0,112	0,764	**<0,001**
	<-- Destekleyen Örgüt İçi				
K44	- Süreçler İnovasyonu	1,303	0,118	0,83	**<0,001**
	<-- Destekleyen Örgüt İçi				
K45	- Süreçler İnovasyonu	1,266	0,108	0,782	**<0,001**
	<-- Destekleyen Örgütsel				
K46	- Başarı İnovasyonu	1	-	0,792	-
	<-- Destekleyen Örgütsel				
K47	- Başarı İnovasyonu	0,897	0,072	0,729	**<0,001**
	<-- Destekleyen Örgütsel				
K48	- Başarı İnovasyonu	0,951	0,073	0,742	**<0,001**
	<-- Destekleyen Örgütsel				
K49	- Başarı İnovasyonu	1,019	0,065	0,737	**<0,001**
	<-- Destekleyen Örgütsel				
K50	- Başarı İnovasyonu	1,102	0,069	0,85	**<0,001**
	<-- Destekleyen Örgütsel				
K51	- Başarı İnovasyonu	1,133	0,073	0,812	**<0,001**
	<-- Destekleyen Örgütsel				
K52	- Başarı İnovasyonu	1,165	0,064	0,889	**<0,001**
	<-- Destekleyen Örgütsel				
K53	- Başarı İnovasyonu	1,093	0,078	0,847	**<0,001**
	<-- Destekleyen Örgütsel				
K54	- Başarı	1,095	0,081	0,779	**<0,001**

β= Standardize Edilmiş Regresyon Katsayıları, b= Standardize Edilmemiş Regresyon Katsayıları, S.H= Standart Hata, p=Anlamlılık

2.2.2.2. Yenilikçi İş Davranışı Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

4 boyut ve 10 maddeden oluşan Yenilikçi İş Davranışı Ölçeği ifadeleri için doğrulayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Söz konusu ölçüm modeline aşağıda yer verilmiştir.

Şekil 5. Yenilikçi İş Davranışı Ölçeği Ölçüm Modeli



Oluşturulan ölçüm modeli test edildiğinde mevcut veri setinin modele iyi derece uyum sağladığı, ölçeğe ait model uyum indeksleri (CMIN/DF = 2.452; GFI= .948; CFI= .976; RMSEA = .077) olarak tespit edilmiştir. Alt boyutların yenilikçi iş davranışını anlamlı bir şekilde ölçtüğü belirlenmiştir. Nitekim fikir üretme (β = .885), araştırma (β = .903), destekleme (β = .975) ve uygulama (β = .971) boyutlarının tümü yüksek düzeyde standardize edilmiş yük değerlerine sahiptir ve tamamı $p < .001$ düzeyinde anlamlıdır. Ayrıca, tabloda yer alan maddelerin ilgili alt boyutlara yönelik faktör yüklerinin .716 ile

.891 arasında değiştiği ve tüm maddelerin istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmüştür. Bu sonuçlar, hem alt boyut–üst boyut ilişkilerinin hem de madde–boyut ilişkilerinin güçlü ve anlamlı olduğunu, ölçeğin yapı geçerliliğini desteklediğini göstermektedir. Modele ilişkin standardize edilmiş ve standardize edilmemiş regresyon katsayıları Tablo 7'de sunulmaktadır.

Tablo 7. Yenilikçi İş Davranışı Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

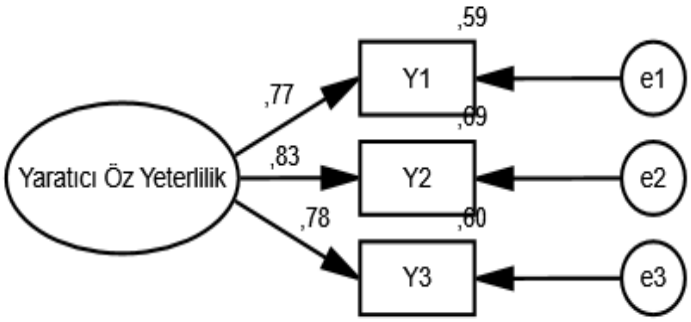
			b	S.H.	β	p
Fikir üretme	<---	Yenilikçi iş davranışı	1	-	0,885	-
Araştırma	<---	Yenilikçi iş davranışı	1,226	0,131	0,903	**<0,001**
Destekleme	<---	Yenilikçi iş davranışı	1,495	0,159	0,975	**<0,001**
Uygulama	<---	Yenilikçi iş davranışı	1,388	0,162	0,971	**<0,001**
D1	<---	Fikir üretme	1	-	0,716	-
D2	<---	Fikir üretme	1,308	0,134	0,867	**<0,001**
D3	<---	Araştırma	1		0,825	-
D4	<---	Araştırma	0,957	0,069	0,805	**<0,001**
D5	<---	Araştırma	0,989	0,069	0,849	**<0,001**
D6	<---	Destekleme	1	-	0,844	-
D7	<---	Destekleme	0,955	0,069	0,834	**<0,001**
D8	<---	Uygulama	1	-	0,808	-
D9	<---	Uygulama	1,053	0,066	0,891	**<0,001**
D10	<---	Uygulama	1,037	0,065	0,857	**<0,001**

β= Standardize Edilmiş Regresyon Katsayıları, b= Standardize Edilmemiş Regresyon Katsayıları, S.H= Standart Hata, p=Anlamlılık

2.2.2.3. Yaratıcı Öz Yeterlilik Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

3 maddeden oluşan Yaratıcı Öz Yeterlilik Ölçeği ifadeleri için doğrulayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Söz konusu ölçüm modeline aşağıda yer verilmiştir.

Şekil 6. Yaratıcı Öz Yeterlilik Ölçeği Ölçüm Modeli



Oluşturulan ölçüm modeli test edildiğinde ölçeğe ait model uyum indeksleri GFI=1,000, IFI=1,000, CFI=1,000 olarak elde edilmiştir. Bahse konu modele ilişkin standardize edilmiş ve edilmemiş regresyon katsayıları Tablo 8'de yer almaktadır.

Tablo 8. Yaratıcı Öz Yeterlilik Ölçeği Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

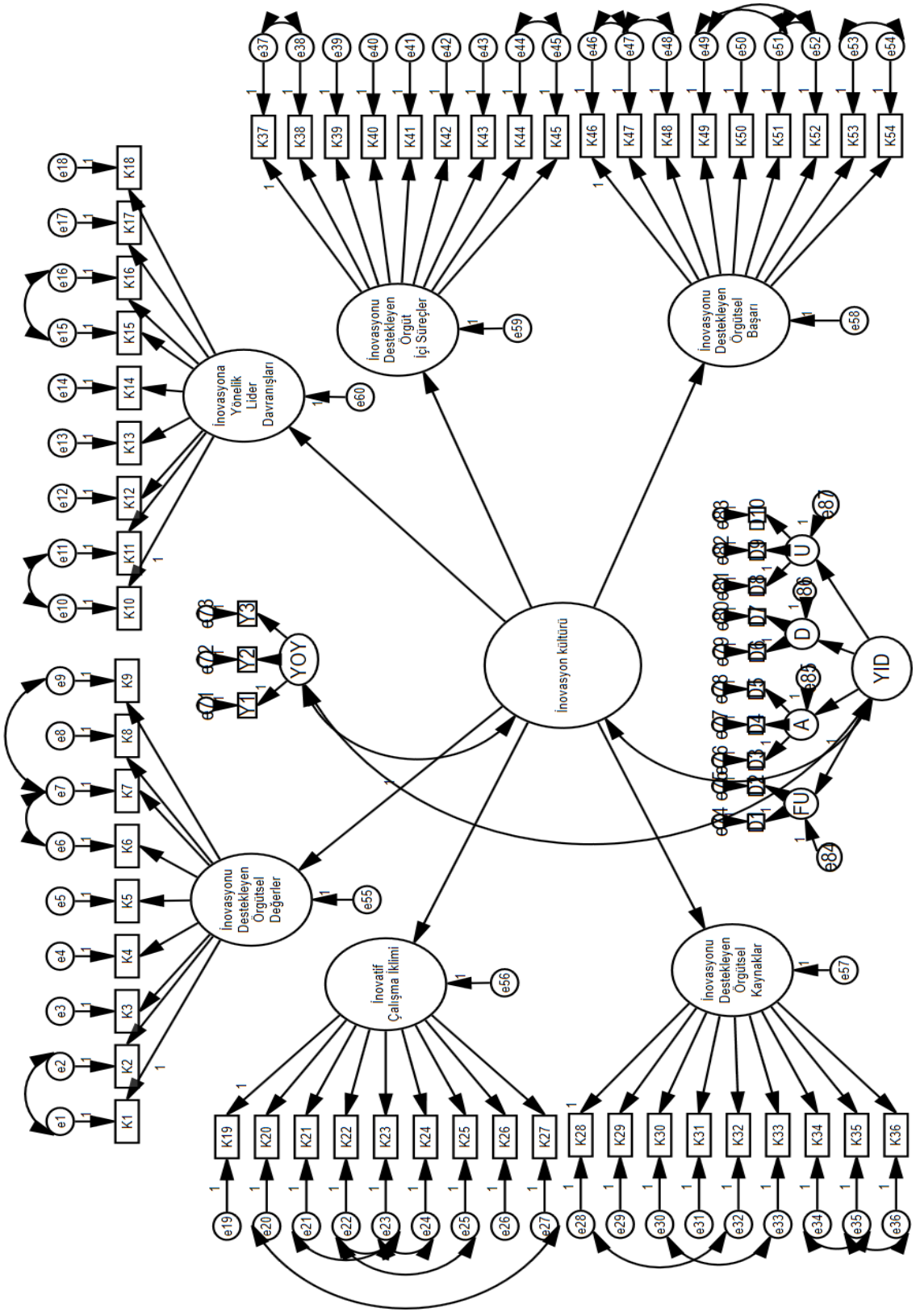
	b	S. H.	β	p
Y1	1	-	0,767	-
Y2	0,987	0,087	0,829	**<0,001**
Y3	1,058	0,094	0,778	**<0,001**

β= Standardize Edilmiş Regresyon Katsayıları, b= Standardize Edilmemiş Regresyon Katsayıları, S.H= Standart Hata, p=Anlamlılık

2.2.2.4. Üç Ölçeğin Bir Arada Olduğu Doğrulayıcı Faktör Analizi

54 maddeden oluşan İnovasyon Kültürü Ölçeği maddelerinin, 10 maddeden oluşan Yenilikçi İş Davranışı Ölçeği maddelerinin ve 3 maddeden oluşan Yaratıcı Öz Yeterlilik maddelerinin bir arada yer aldığı doğrulayıcı faktör analizine ilişkin ölçüm modeline aşağıda yer verilmiştir.

Şekil 7. Üç Ölçeğin Bir Arada Olduğu Ölçüm Modeli



Bahse konu doğrulayıcı faktör analizi yapıldıktan sonra model uyum indeksleri incelenmiştir. CMIN/DF değerinin 2.091 (4410,186 / 2109) olduğu tespit edilmiş, söz konusu değerin literatürde belirtildiği üzere 3'ten küçük olduğu görülmüştür. Karşılaştırmalı uyum indekslerinden CFI= .853; TLI= .846 olduğu ve bu değerlerin istenilen kritik değer düzeylerinde olmadığı ancak kritik değerlere yakın oldukları görülmüştür. Diğer taraftan, RMSEA = .066 olması ".08'den" küçük olarak istenilen seviyede olduğu kaydedilmiştir. Tablo 8'de yer alan standartlaştırılmış katsayılar incelendiğinde, her bir ölçeğe ait alt boyutların ilgili üst boyutu anlamlı ve güçlü biçimde ölçtüğü tespit edilmiştir. Örneğin inovasyon kültürü üst boyutu; örgütsel değerler (β = .910), lider davranışları (β = .879), örgüt içi süreçler (β = .931), örgütsel başarı (β = .938), örgütsel kaynaklar (β = .924) ve inovatif çalışma iklimi (β = .887) alt boyutları tarafından yüksek ve anlamlı katsayılarla açıklanmaktadır. Benzer şekilde, yenilikçi iş davranışı üst boyutu da fikir üretme (β = .895), araştırma (β = .896), destekleme (β = .989) ve uygulama (β = .958) alt boyutları tarafından güçlü bir biçimde temsil edilmektedir. Ayrıca maddelerin alt boyutlara ait faktör yüklerinin .60 ile .895 arasında değiştiği ve tümünün $p < .001$ düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar, hem alt boyut–üst boyut ilişkilerinin hem de madde–boyut ilişkilerinin anlamlı ve tutarlı olduğunu, ölçeklerin bütünsel olarak yeterli yapı geçerliliğine sahip olduğunu göstermektedir. Modele ilişkin standardize edilmiş ve edilmemiş regresyon katsayıları Tablo 9'da sunulmaktadır.

Tablo 9. Üç Ölçeğin Bir Arada Olduğu Doğrulayıcı Faktör Analizi Sonuçları

			b	S. H.	β	P
İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Değerler	<---	İnovasyon Kültürü	1.000		.910	
İnovasyona Yönelik Lider Davranışları	<---	İnovasyon Kültürü	1.457	.145	.879	**<0,001**
İnovasyonu Destekleyen Örgüt İçi Süreçler	<---	İnovasyon Kültürü	1.007	.105	.931	**<0,001**
İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Başarı	<---	İnovasyon Kültürü	1.298	.131	.938	**<0,001**
İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Kaynaklar	<---	İnovasyon Kültürü	1.343	.136	.924	**<0,001**
İnovatif Çalışma İklimi	<---	İnovasyon Kültürü	1.056	.116	.887	**<0,001**
Fikir Üretme	<---	YID	1.000		.895	
Araştırma	<---	YID	1.195	.118	.896	**<0,001**
Destekleme	<---	YID	1.488	.135	.989	**<0,001**
Uygulama	<---	YID	1.343	.128	.958	**<0,001**

			b	S. H.	β	P
K1	<---	İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Değerler	1.000		.649	
K2	<---	İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Değerler	1.074	.095	.678	**<0,001**
K3	<---	İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Değerler	1.117	.110	.737	**<0,001**
K4	<---	İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Değerler	1.245	.118	.774	**<0,001**
K5	<---	İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Değerler	1.422	.128	.827	**<0,001**
K6	<---	İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Değerler	1.249	.123	.742	**<0,001**
K7	<---	İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Değerler	.983	.116	.600	**<0,001**
K8	<---	İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Değerler	1.147	.113	.738	**<0,001**
K9	<---	İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Değerler	1.263	.124	.738	**<0,001**
K27	<---	İnovatif Çalışma İklimi	.957	.088	.702	**<0,001**
K26	<---	İnovatif Çalışma İklimi	1.091	.098	.712	**<0,001**
K25	<---	İnovatif Çalışma İklimi	.976	.104	.607	**<0,001**
K24	<---	İnovatif Çalışma İklimi	1.300	.106	.779	**<0,001**
K23	<---	İnovatif Çalışma İklimi	.907	.094	.626	**<0,001**
K22	<---	İnovatif Çalışma İklimi	1.178	.096	.779	**<0,001**
K21	<---	İnovatif Çalışma İklimi	1.030	.086	.763	**<0,001**
K20	<---	İnovatif Çalışma İklimi	1.303	.101	.820	**<0,001**
K19	<---	İnovatif Çalışma İklimi	1.000		.728	
K35	<---	İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Kaynaklar	.961	.072	.758	**<0,001**
K34	<---	İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Kaynaklar	.795	.063	.725	**<0,001**
K33	<---	İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Kaynaklar	.939	.061	.846	**<0,001**
K32	<---	İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Kaynaklar	.960	.073	.844	**<0,001**
K31	<---	İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Kaynaklar	.961	.064	.825	**<0,001**
K30	<---	İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Kaynaklar	.906	.063	.805	**<0,001**
K29	<---	İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Kaynaklar	.916	.064	.796	**<0,001**
K28	<---	İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Kaynaklar	1.000		.801	
K46	<---	İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Başarı	1.000		.793	
K47	<---	İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Başarı	.896	.064	.732	**<0,001**
K48	<---	İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Başarı	.954	.073	.746	**<0,001**
K49	<---	İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Başarı	1.030	.080	.746	**<0,001**
K50	<---	İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Başarı	1.103	.071	.852	**<0,001**

			b	S. H.	β	P
K51	<---	İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Başarı	1.108	.079	.795	**<0,001**
K52	<---	İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Başarı	1.162	.071	.888	**<0,001**
K53	<---	İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Başarı	1.083	.071	.840	**<0,001**
K10	<---	İnovasyona Yönelik Lider Davranışları	1.000		.856	
K11	<---	İnovasyona Yönelik Lider Davranışları	1.038	.049	.866	**<0,001**
K12	<---	İnovasyona Yönelik Lider Davranışları	1.026	.053	.894	**<0,001**
K13	<---	İnovasyona Yönelik Lider Davranışları	1.056	.054	.895	**<0,001**
K14	<---	İnovasyona Yönelik Lider Davranışları	.826	.055	.771	**<0,001**
K15	<---	İnovasyona Yönelik Lider Davranışları	.930	.051	.865	**<0,001**
K16	<---	İnovasyona Yönelik Lider Davranışları	.937	.052	.859	**<0,001**
K17	<---	İnovasyona Yönelik Lider Davranışları	.723	.056	.697	**<0,001**
K37	<---	İnovasyonu Destekleyen Örgüt İçi Süreçler	1.000		.757	
K38	<---	İnovasyonu Destekleyen Örgüt İçi Süreçler	1.122	.065	.774	**<0,001**
K39	<---	İnovasyonu Destekleyen Örgüt İçi Süreçler	1.214	.087	.832	**<0,001**
K40	<---	İnovasyonu Destekleyen Örgüt İçi Süreçler	1.357	.096	.842	**<0,001**
K41	<---	İnovasyonu Destekleyen Örgüt İçi Süreçler	1.130	.090	.759	**<0,001**
K42	<---	İnovasyonu Destekleyen Örgüt İçi Süreçler	1.073	.091	.722	**<0,001**
K43	<---	İnovasyonu Destekleyen Örgüt İçi Süreçler	1.316	.104	.765	**<0,001**
K44	<---	İnovasyonu Destekleyen Örgüt İçi Süreçler	1.305	.094	.830	**<0,001**
K18	<---	İnovasyona Yönelik Lider Davranışları	.908	.053	.833	**<0,001**
K36	<---	İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Kaynaklar	.942	.073	.740	**<0,001**
K45	<---	İnovasyonu Destekleyen Örgüt İçi Süreçler	1.266	.098	.780	**<0,001**
K54	<---	İnovasyonu Destekleyen Örgütsel Başarı	1.074	.080	.765	**<0,001**
Y1	<---	YOY	1.000		.796	
Y2	<---	YOY	.929	.077	.809	**<0,001**
Y3	<---	YOY	1.010	.086	.769	**<0,001**
D1	<---	Fikir Üretme	1.000		.719	
D2	<---	Fikir Üretme	1.298	.108	.864	**<0,001**
D3	<---	Araştırma	1.000		.823	
D4	<---	Araştırma	.960	.067	.805	**<0,001**
D5	<---	Araştırma	.995	.064	.851	**<0,001**

			b	S. H.	β	P
D6	<---	Destekleme	1.000		.841	
D7	<---	Destekleme	.963	.059	.837	**<0,001**
D8	<---	Uygulama	1.000		.805	
D9	<---	Uygulama	1.058	.064	.891	**<0,001**
D10	<---	Uygulama	1.044	.066	.860	**<0,001**

β= Standardize Edilmiş Regresyon Katsayıları, b= Standardize Edilmemiş Regresyon Katsayıları, S.H= Standart Hata, p=Anlamlılık

Bu incelemeler sonucunda, bazı değerlerin hedeflenen ölçütleri tam olarak karşılamadığı, ancak bu ölçütlerden büyük ölçüde sapma göstermediği belirlenmiştir. Ayrıca, maddeler ile faktörler arasındaki ilişkiler değerlendirilmiş ve anlamlı bulgular elde edilmiştir. Model uyum indeksleri incelendiğinde, kurulan modelin veri setine kabul edilebilir düzeyde uyum sağladığı; ayrıca maddelerin ilgili boyutlarla anlamlı ilişkiler gösterdiği belirlenmiştir. Bu doğrultuda, güvenilirlik analizi ile diğer ilgili analizlerin gerçekleştirilmesine karar verilmiştir.

2.2.3. Güvenilirlik Analizine İlişkin Bulgular

Doğrulayıcı faktör analizi kapsamında değerlendirilen her bir maddeye ilişkin standardize edilmiş regresyon katsayılarının (β), Field'in (2009) belirttiği ölçütlere göre .30'un üzerinde olduğu tespit edilmiştir. Bu nedenle, ölçeğe ait maddeler veri setinden çıkarılmamıştır. Bu aşamada, ölçümün tutarlılığını sağlamak amacıyla güvenilirlik analizi (içsel yapı tutarlılığı) uygulanmıştır. Analiz sürecinde Cronbach Alfa katsayısı, yani iç tutarlılık göstergesi, temel alınmıştır. Nunnally'nin (1978) iç tutarlılık katsayısı için önerdiği ".70" sınır değeri dikkate alınmış ve araştırmadaki her bir madde bu doğrultuda incelenmiştir.

İnovasyon kültürünü ölçümlemek amacıyla altı boyut ve elli dört ifadeli ölçek incelendiğinde madde yüklerinin istenilen düzeyde olduğu görülmüştür. Boyutlar bazında Cronbach Alfa değerlerine bakıldığında inovasyonu destekleyen örgütsel değerler boyutunun Cronbach Alfa katsayısının ".91"; inovasyona yönelik lider davranışları boyutunun Cronbach Alfa katsayısının ".95"; inovatif çalışma iklimi boyutunun Cronbach Alfa katsayısının ".90"; inovasyonu destekleyen örgütsel kaynaklar boyutunun Cronbach Alfa katsayısının ".94"; inovasyonu destekleyen örgüt içi süreçler boyutunun

Cronbach Alfa katsayısının ".93" ve inovasyonu destekleyen örgütsel başarı boyutunun Cronbach Alfa katsayısının ".94" olduğu kaydedilmiştir. Bunun yanı sıra, madde-toplam korelasyonlarının kritik eşik değeri olan .30'un üzerinde olduğu belirlenmiştir. Bu nedenle, analizden herhangi bir maddenin çıkarılmasına gerek duyulmamıştır. Olası bir ifadenin çıkarılması durumunun incelenmesi sonucunda, Cronbach Alfa katsayısında bir artış gözlenmediği için, ölçek maddelerinin mevcut haliyle korunmasının uygun olacağına karar verilmiştir.

Yenilikçi iş davranışını ölçümlemek amacıyla dört boyut ve on ifadeli ölçek incelendiğinde madde yüklerinin istenilen düzeyde olduğu görülmüştür. Bu araştırmada, yenilikçi iş davranışının boyutlarına göre ayrı bir değerlendirme yapılmadığından, tüm dört boyutu kapsayacak şekilde hesaplanan yenilikçi iş davranışı Cronbach Alfa katsayısının ".94" olduğu belirlenmiştir. Bu değerin de beklenen güvenilirlik düzeyini karşıladığı görülmüştür.

Yaratıcı öz yeterliliği ölçümlemek amacıyla üç ifadeli ölçek incelendiğinde madde yüklerinin istenilen düzeyde olduğu ve Cronbach Alfa katsayısının ".83" olduğu görülmüştür.

2.2.4. Korelasyon Analizine İlişkin Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde, değişkenler arasındaki ilişkileri ortaya çıkarmak için korelasyon analizleri gerçekleştirilmiş; veri türüne bağlı olarak Spearman ve Pearson Korelasyon katsayıları çerçevesinde sonuçlar değerlendirilmiştir.

2.2.4.1. Demografik Değişkenler ile Yaratıcı Öz Yeterlilik Değişkeni Arasındaki İlişki

Bu başlıkta demografik parametrelerle yaratıcı öz yeterlilik değişkeni arasındaki ilişkiler korelasyon analiziyle ele alınmış; elde edilen çıktılar bu başlık altında paylaşılmıştır. Demografik değişkenler kategorik düzeyde ölçüldüğünden Spearman Korelasyon katsayıları kullanılarak değişkenler arası ilişkiler ortaya konmuştur. Sonuçların yorumlanmasında Cohen'in (1988, 1992) sunduğu kriterler esas alınmıştır.

Gerçekleştirilen korelasyon analizi kapsamında cinsiyet, yaş, öğrenim durumu, çalışılan Kurumun türü, pozisyon, toplam çalışma süresi ve görev yapılan Kurumda çalışma süresi demografik değişkenleri ile yaratıcı öz yeterlilik tahmin edici değişkeni arasındaki ilişki ele alınmıştır. Analiz sonucunda demografik değişkenlerden cinsiyet, yaş ve pozisyonun yaratıcı öz yeterlilik değişkeni ile arasındaki ilişkilerinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Bununla beraber, öğrenim durumu (r= .189, p= .003) ile yaratıcı öz yeterlilik arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmüştür. Buna göre, öğrenim durumunun artmasıyla çalışanların yaratıcı öz yeterliliklerin de arttığı düşünülmektedir. Diğer taraftan çalışılan Kurumun türü (r= -.195, p= .002), görev yapılan Kurumda çalışma süresi (r= -.143, p= .024) ve toplam çalışma süresi (r= -.135, p= .034) ile yaratıcı öz yeterlilik arasında anlamlı ve negatif yönlü bir ilişki olduğu görülmüştür. Bunun da, çalışanların Kurumda çalışma süresi ve toplam çalışma süresi arttıkça yaratıcı öz yeterliliklerini azalttığını gösterdiği düşünülmektedir. Literatürde, korelasyonun 0 ve ± .10 düzeyinde gerçekleşmesi zayıf, ±.10 ve ±.30 bandında olması orta, ±.50 ve ±1.00 aralığına ulaşması ise güçlü ilişki olarak değerlendirilmektedir (Cohen, 1988; Cohen, 1992; Field, 2009). Buna göre, yaratıcı öz yeterlilik ile öğrenim durumu, Kurum türü, görev yapılan Kurumda çalışma süresi ve toplam çalışma süresi ilişkilerinin orta düzeyde bir ilişkiye işaret ettiği görülmektedir. Bahse konu demografik değişkenler ile tahmin edici değişken arasındaki ilişkiye Tablo 10'da yer verilmiştir.

Tablo 10. Demografik Değişkenler ile Tahmin Edici Değişken Arasındaki İlişkiler

	1.	**2.**	**3.**	**4.**	**5.**	**6.**	**7.**	**8.**
1. Cinsiyet	1							
2. Yaş	.021	1						
3. Öğrenim Durumu	.002	.121	1					
4. Kurum türü	.182**	.111	-.098	1				
5. Pozisyon	-.099	.387**	.039	-.010	1			

6.	**Kurumda Çalışma Süresi**	-.092	.696**	.037	.223**	.282**	1		
7.	**Toplam Çalışma Süresi**	.037	.855**	.148**	.117	.459**	.693**	1	
8.	**Yaratıcı Öz Yeterlilik**	.064	-.121	.189**	-.195**	-.111	-.143*	-.135*	1

Not: Cinsiyet: (1: Kadın, 2: Erkek); Yaş grubu: (1: 18-25 yaş, 2: 26-35 yaş, 3: 36-45 yaş, 4: 46-55 yaş, 5: 56 ve üzeri); Öğrenim durumu: (1: Lise, 2: Önlisans, 3: Lisans, 4: Lisansüstü); Çalışılan kurumun türü: (1: Özel Sektör, 2: Kamu Kurumu); Kurumdaki pozisyonunuz: (1: Uzman, 2: Uzman yardımcısı, 3: Yönetici, 4: Diğer); Görev yaptığınız kurumda çalışma süreniz: (1: 5 yıldan az, 2: 5-10 yıl, 3: 11-15 yıl, 4: 16-20 yıl, 5: 20 yıl ve üzeri); Toplam çalışma süreniz (1: 5 yıldan az, 2: 5-10 yıl, 3: 11-15 yıl, 4: 16-20 yıl, 5: 20 yıl ve üzeri). ** korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlı, * korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlı.

2.2.4.2. Demografik Değişkenler ile Yenilikçi İş Davranışı Değişkeni Arasındaki İlişki

Bu başlıkta demografik parametrelerle yenilikçi iş davranışı değişkeni arasındaki ilişkiler korelasyon analiziyle ele alınmış; elde edilen çıktılar bu başlık altında paylaşılmıştır. Demografik değişkenler kategorik düzeyde ölçüldüğünden Spearman Korelasyon katsayıları kullanılarak değişkenler arası ilişkiler ortaya konmuştur. Sonuçların yorumlanmasında Cohen'in (1988, 1992) sunduğu kriterler esas alınmıştır.

Sonuç değişkeni olan yenilikçi iş davranışı ile demografik değişkenler arasındaki ilişki incelendiğinde cinsiyet, yaş, öğrenim durumu, görev yapılan Kurumda çalışma süresi ve toplam çalışma süresi değişkenleri arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir. Diğer yandan, çalışılan Kurumun türü ($r= -.216$, $p < .001$) ve pozisyon ($r= .157$, $p= .013$) ile yenilikçi iş davranışı arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Söz konusu ilişkilerin Field (2009) ve Cohen (1988,1992) kriterlerine göre orta düzeyde bir ilişki olduğu görülmektedir. Bahse konu korelasyon analizine ilişkin bilgiler Tablo 11'de yer almaktadır.

Tablo 11. Demografik Değişkenler ile Sonuç Değişkeni Arasındaki İlişki

	1.	2.	3.	4.	5.	6.	7.	8.
1. Cinsiyet	1							
2. Yaş	.021	1						
3. Öğrenim Durumu	.002	.121	1					
4. Kurum türü	.182**	.111	-.098	1				
5. Pozisyon	-.099	.387**	.039	-.010	1			
6. Kurumda Çalışma Süresi	-.092	.696**	.037	.223**	.282**	1		
7. Toplam Çalışma Süresi	.037	.855**	.148**	.117	.459**	.693**	1	
8. Yenilikçi İş Davranışı	-.087	.021	-.067	-.216**	.157*	-.066	.013	1

Not: Cinsiyet: (1: Kadın, 2: Erkek); Yaş grubu: (1: 18-25 yaş, 2: 26-35 yaş, 3: 36-45 yaş, 4: 46-55 yaş, 5: 56 ve üzeri); Öğrenim durumu: (1: Lise, 2: Önlisans, 3: Lisans, 4: Lisansüstü); Çalışılan kurumun türü: (1: Özel Sektör, 2: Kamu Kurumu); Kurumdaki pozisyonunuz: (1: Uzman, 2: Uzman yardımcısı, 3: Yönetici, 4: Diğer); Görev yaptığınız kurumda çalışma süreniz: (1: 5 yıldan az, 2: 5-10 yıl, 3: 11-15 yıl, 4: 16-20 yıl, 5: 20 yıl ve üzeri); Toplam çalışma süreniz (1: 5 yıldan az, 2: 5-10 yıl, 3: 11-15 yıl, 4: 16-20 yıl, 5: 20 yıl ve üzeri). ** korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlı, * korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlı.

2.2.4.3. Yaratıcı Öz Yeterlilik, İnovasyon Kültürü ve Yenilikçi İş Davranışı Arasındaki İlişki

Bu çalışmanın tahmin edici değişkeni yaratıcı öz yeterlilik; düzenleyici değişkenleri inovasyon kültürünün boyutları olan inovasyonu destekleyen örgütsel değerler, inovasyonu destekleyen örgütsel kaynaklar, inovatif çalışma iklimi, inovasyonu destekleyen örgüt içi süreçler, inovasyona yönelik lider davranışları, inovasyonu destekleyen örgütsel başarı; sonuç değişkeni ise yenilikçi iş davranışıdır.

Veri toplama sürecinde Likert tipi bir değerlendirme ölçeği kullanılmıştır. Bu doğrultuda, değişkenlerin sürekli olması nedeniyle değişkenler arasındaki ilişkileri ortaya koymak için Pearson korelasyon katsayısı tercih edilmiş, bulguların yorumunda Cohen'in (1988, 1992) kriterleri temel alınmıştır.

Analiz sonucunda, yaratıcı öz yeterlilik ve yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkinin anlamlı ve pozitif olduğu görülmüştür ($r = .483$, $p < .001$). Buna göre, yaratıcı öz yeterlilik

arttıkça yenilikçi iş davranışlarının da artacağı düşünülmektedir. Diğer taraftan Cohen kriterlerine göre, bu ilişkinin gücünün orta düzeyde bir ilişki olduğunu ifade etmek mümkündür.

Bağımsız değişken yaratıcı öz yeterlilik ile düzenleyici değişkenler arasındaki ilişki incelendiğinde;

- İnovasyonu destekleyen örgütsel değerler ile anlamlı ve pozitif yönlü ($r= .444$, $p< .001$),
- İnovasyonu destekleyen örgütsel kaynaklar ile anlamlı ve pozitif yönlü ($r= .320$, $p< .001$),
- inovatif çalışma iklimi ile anlamlı ve pozitif yönlü ($r= .548$, $p< .001$),
- inovasyonu destekleyen örgüt içi süreçler ile anlamlı ve pozitif yönlü ($r= .345$, $p< .001$),
- inovasyona yönelik lider davranışları ile anlamlı ve pozitif yönlü ($r= .353$, $p< .001$),
- inovasyonu destekleyen örgütsel başarı ile anlamlı ve pozitif yönlü ($r= .437$, $p< .001$)

ilişkiler tespit edilmiştir. Buna göre, yaratıcı öz yeterlilik ile inovatif çalışma iklimi arasındaki ilişkinin gücünün yüksek, diğerlerinin ise orta düzeyde olduğunu söylemek mümkündür.

Bağımlı değişken yenilikçi iş davranışı ile düzenleyici değişkenler arasındaki ilişki incelendiğinde;

- İnovasyonu destekleyen örgütsel değerler ile anlamlı ve pozitif yönlü ($r= .661$, $p< .001$),
- İnovasyonu destekleyen örgütsel kaynaklar ile anlamlı ve pozitif yönlü ($r= .650$, $p< .001$),
- inovatif çalışma iklimi ile anlamlı ve pozitif yönlü ($r= .697$, $p< .001$),
- inovasyonu destekleyen örgüt içi süreçler ile anlamlı ve pozitif yönlü ($r= .657$, $p< .001$),

- inovasyona yönelik lider davranışları ile anlamlı ve pozitif yönlü (r= .614, p< .001),
- inovasyonu destekleyen örgütsel başarı ile anlamlı ve pozitif yönlü (r= .669, p< .001)

ilişkiler tespit edilmiştir. Buna göre, yenilikçi iş davranışı ile inovasyon kültürünün boyutları olan düzenleyici değişkenler arasındaki ilişkinin gücünün yüksek olduğunu söylemek mümkündür. Söz konusu analize ilişkin değerler Tablo 12'de yer almaktadır.

Tablo 12. Tahmin Edici Değişken ve Sonuç Değişkenleri Arasındaki İlişki

		1.	**2.**	**3.**	**4.**	**5.**	**6.**	**7.**	**8.**
1.	**Değerler**	1							
2.	**Lider Davranışları**	.768**	1						
3.	**Çalışma İklimi**	.822**	.747**	1					
4.	**Kaynaklar**	.716**	.786**	.708**	1				
5.	**Süreçler**	.729**	.776**	.717**	.843**	1			
6.	**Başarı**	.749**	.742**	.770**	.827**	.840**	1		
7.	**Yenilikçi İş Davranışı**	.661**	.614**	.697**	.650**	.657**	.669**	1	
8.	**Yaratıcı Öz Yeterlilik**	.444**	.353**	.548**	.320**	.345**	.437**	.483**	1

** korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlı, * korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlı.

2.2.5. Hipotez Testine Dair Bulgular

Yenilikçi iş davranışı üzerinde yaratıcı öz yeterlilik ve inovasyon kültürünün boyutlarının etkisini incelemek amacıyla Hayes (2022) PROCESS Macro Model 1 kullanılarak düzenleyicilik analizi yapılmıştır. Analize 249 katılımcı dahil edilmiştir.

İlk olarak, yaratıcı öz yeterlilik ile yenilikçi iş davranışı ilişkisinde, inovasyonu destekleyen örgütsel değerlerin düzenleyici rolü incelenmek istendiğinde, değişkenlerin yenilikçi iş davranışı ortalamasındaki varyansın yaklaşık %48'ini açıkladığı görülmüştür (R^2 = .485). Analiz sonucu model anlamlı bulunmuştur (F (3, 245) = 76.77, p < .001).

Değişkenlerin yenilikçi iş davranışı ile ilişkisi incelendiğinde, yaratıcı öz yeterliliğin yenilikçi iş davranışı üzerindeki etkisi, istatiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Yaratıcı öz yeterlilik, yenilikçi iş davranışını pozitif yönde (b= 1.88; SH (b)= .399; t= 4.72; p< .001), LLCI-ULCI [1.095, 2.667] tahmin etmektedir. Buradan hareketle, *"Yaratıcı öz yeterlilik, yenilikçi iş davranışlarını pozitif yönde ve anlamlı bir şekilde etkilemektedir."* şeklinde kurulan çalışmanın birinci hipotezinin doğrulandığı görülmektedir.

Düzenleyici değişken olan inovasyonu destekleyen örgütsel değerlerin, yenilikçi iş davranışı üzerindeki doğrudan etkisi ele alındığında, istatistiksel olarak anlamlı (b= 4.28; SH (b)= .394; t= 10.87; p< .001), LLCI-ULCI [3.509, 5.061] olduğu bulunmuştur. Ancak, yaratıcı öz yeterlilik ile inovasyonu destekleyen örgütsel değerlerin etkileşimi ile oluşan değişkenin (etkileşim değişkeninin), yenilikçi iş davranışı üzerindeki etkisinin anlamlı olmadığı tespit edilmiştir (b= .423; SH (b)= .384; t= 1.10; p= .272, LLCI-ULCI [-.334, 1.18]. Bir başka deyişle inovasyonu destekleyen örgütsel değerlerin, yaratıcı öz yeterlilik ile yenilikçi iş davranışı üzerindeki düzenleyici etkisi anlamsız bulunmuştur. Düşük düzey güven aralığı ile yüksek düzey güven aralığı arasında "0" rakamının bulunması bu bulguyu desteklemektedir. Bu değerler, *"Yaratıcı öz yeterliliğin, yenilikçi iş davranışları üzerindeki anlamlı ve pozitif yönlü etkisinde örgütsel değerler düzenleyici bir rol oynamaktadır. Şöyle ki; inovasyonu destekleyen örgütsel değerler yüksek olduğunda, bu etkinin daha yüksek olması beklenmektedir."* hipotezini doğrulamamaktadır. Ayrıca, etkileşim teriminin modele katkısı da anlamlı değildir (ΔR^2 = .003, F(1, 245) = 1.21, p = .272). Bu bulgular, inovasyonu destekleyen örgütsel değerlerin yaratıcı öz yeterlilik ile yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkiyi anlamlı biçimde düzenlemediğini göstermektedir. Başka bir deyişle, yaratıcı öz yeterliliğin yenilikçi iş davranışı üzerindeki etkisi, inovasyonu destekleyen örgütsel değerler düzeyine göre anlamlı biçimde değişmemektedir.

İkinci olarak, yaratıcı öz yeterlilik ile yenilikçi iş davranışı ilişkisinde, inovasyona yönelik lider davranışlarının düzenleyici rolü incelenmek istendiğinde, değişkenlerin yenilikçi iş davranışı ortalamasındaki varyansın yaklaşık %46'sını açıkladığı görülmüştür (R^2 = .459). Analiz sonucu model anlamlı bulunmuştur (F (3, 245) = 69.19, p < .001).

Değişkenlerin yenilikçi iş davranışı ile ilişkisi incelendiğinde, yaratıcı öz yeterliliğin yenilikçi iş davranışı üzerindeki etkisi, istatiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Yaratıcı öz yeterlilik, yenilikçi iş davranışını pozitif yönde (b= 2.28; SH (b)= .401; t= 5.677; p< .001), LLCI-ULCI [1.486, 3.066] tahmin etmektedir. Düzenleyici değişken olan inovasyona yönelik lider davranışlarının, yenilikçi iş davranışı üzerindeki doğrudan etkisi ele alındığında, istatistiksel olarak anlamlı olduğu (b= 3.91; SH (b)= .387; t= 10.103; p< .001), LLCI-ULCI [3.148, 4.673] bulunmuştur. Bununla beraber, yaratıcı öz yeterlilik ile inovasyona yönelik lider davranışlarının etkileşimi ile oluşan değişkenin (etkileşim değişkeninin), yenilikçi iş davranışı üzerindeki etkisinin anlamlı olmadığı tespit edilmiştir (b= -.213; SH (b)= .373; t= -.571; p= .569, LLCI-ULCI [-.948, .522]. Bir başka deyişle inovasyona yönelik lider davranışlarının, yaratıcı öz yeterlilik ile yenilikçi iş davranışı üzerindeki düzenleyici etkisi anlamsız bulunmuştur. Düşük düzey güven aralığı ile yüksek düzey güven aralığı arasında "0" rakamının bulunması bu bulguyu desteklemektedir. Bu değerler, *"Yaratıcı öz yeterliliğin, yenilikçi iş davranışları üzerindeki anlamlı ve pozitif yönlü etkisinde lider davranışları düzenleyici bir rol oynamaktadır. Şöyle ki; inovasyona yönelik lider davranışları yüksek olduğunda, bu etkinin daha yüksek olması beklenmektedir."* hipotezini doğrulamamaktadır. Ayrıca, etkileşim teriminin modele katkısı da anlamlı değildir (ΔR^2 = .001, F(1, 245) = .326, p = .569). Bu bulgular, inovasyona yönelik lider davranışlarının yaratıcı öz yeterlilik ile yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkiyi anlamlı biçimde düzenlemediğini göstermektedir. Başka bir deyişle, yaratıcı öz yeterliliğin yenilikçi iş davranışı üzerindeki etkisi, inovasyona yönelik lider davranışları düzeyine göre anlamlı biçimde değişmemektedir.

Üçüncü olarak, yaratıcı öz yeterlilik ile yenilikçi iş davranışı ilişkisinde, inovatif çalışma ikliminin düzenleyici rolü incelenmek istendiğinde, değişkenlerin yenilikçi iş davranışı ortalamasındaki varyansın yaklaşık %50'sini açıkladığı görülmüştür (R^2 = .501). Analiz sonucu model anlamlı bulunmuştur (F (3, 245) = 82.127, p < .001).

Değişkenlerin yenilikçi iş davranışı ile ilişkisi incelendiğinde, yaratıcı öz yeterliliğin yenilikçi iş davranışı üzerindeki etkisi, istatiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Yaratıcı öz yeterlilik, yenilikçi iş davranışını pozitif yönde (b= 1.20; SH (b)= .438; t= 2.75; p= .006), LLCI-ULCI [.343, 2.067] tahmin etmektedir. Düzenleyici değişken olan inovatif çalışma ikliminin, yenilikçi iş davranışı üzerindeki doğrudan etkisi ele alındığında, istatistiksel olarak anlamlı (b= 4.75; SH (b)= .415; t= 11.43; p < .001), LLCI-ULCI [3.932, 5.568] olduğu bulunmuştur. Bununla beraber, yaratıcı öz yeterlilik ile inovatif çalışma ikliminin etkileşimi ile oluşan değişkenin (etkileşim değişkeninin), yenilikçi iş davranışı üzerindeki etkisinin anlamlı olmadığı tespit edilmiştir (b= .251; SH (b)= .353; t= .711; p= .478, LLCI-ULCI [-.444, .947]. Bir başka deyişle inovatif çalışma ikliminin, yaratıcı öz yeterlilik ile yenilikçi iş davranışı üzerindeki düzenleyici etkisi anlamsız bulunmuştur. Düşük düzey güven aralığı ile yüksek düzey güven aralığı arasında "0" rakamının bulunması bu bulguyu desteklemektedir. Bu değerler, *"Yaratıcı öz yeterliliğin, yenilikçi iş davranışları üzerindeki anlamlı ve pozitif yönlü etkisinde inovatif çalışma iklimi düzenleyici bir rol oynamaktadır. Şöyle ki; inovatif çalışma iklimi yüksek olduğunda bu etkinin daha yüksek olması beklenmektedir."* hipotezini doğrulamamaktadır. Ayrıca, etkileşim teriminin modele katkısı da anlamlı değildir ($\Delta R^2 = .001$, $F(1, 245) = .506$, $p = .478$). Bu bulgular, inovatif çalışma ikliminin yaratıcı öz yeterlilik ile yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkiyi anlamlı biçimde düzenlemediğini göstermektedir. Başka bir deyişle, yaratıcı öz yeterliliğin yenilikçi iş davranışı üzerindeki etkisi, inovatif çalışma iklimi düzeyine göre anlamlı biçimde değişmemektedir.

Dördüncü olarak, yaratıcı öz yeterlilik ile yenilikçi iş davranışı ilişkisinde, inovasyonu destekleyen örgütsel kaynakların düzenleyici rolü incelenmek istendiğinde, değişkenlerin yenilikçi iş davranışı ortalamasındaki varyansın yaklaşık %50'sini açıkladığı görülmüştür ($R^2 = .506$). Analiz sonucu model anlamlı bulunmuştur (F (3, 245) = 83.79, p < .001).

Değişkenlerin yenilikçi iş davranışı ile ilişkisi incelendiğinde, yaratıcı öz yeterliliğin yenilikçi iş davranışı üzerindeki etkisi, istatiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Yaratıcı öz yeterlilik, yenilikçi iş davranışını pozitif yönde (b= 2.35; SH (b)= .381; t= 6.173; p< .001), LLCI-ULCI [1.602, 3.104] tahmin etmektedir. Düzenleyici değişken olan inovasyonu destekleyen örgütsel kaynakların, yenilikçi iş davranışı üzerindeki doğrudan

etkisi ele alındığında, istatistiksel olarak anlamlı (b= 4.24; SH (b)= .365; t= 11.644; p< .001), LLCI-ULCI [3.528, 4.964] olduğu bulunmuştur. Bununla beraber, yaratıcı öz yeterlilik ile inovasyonu destekleyen örgütsel kaynakların etkileşimi ile oluşan değişkenin (etkileşim değişkeninin), yenilikçi iş davranışı üzerindeki etkisinin anlamlı olmadığı tespit edilmiştir (b= -.016; SH (b)= .356; t= -.046; p= .963), LLCI-ULCI [-.717, .684]. Bir başka deyişle inovasyonu destekleyen örgütsel kaynakların, yaratıcı öz yeterlilik ile yenilikçi iş davranışı üzerindeki düzenleyici etkisi anlamsız bulunmuştur. Düşük düzey güven aralığı ile yüksek düzey güven aralığı arasında "0" rakamının bulunması bu bulguyu desteklemektedir. Bu değerler, *"Yaratıcı öz yeterliliğin, yenilikçi iş davranışları üzerindeki anlamlı ve pozitif yönlü etkisinde örgütsel kaynaklar düzenleyici bir rol oynamaktadır. Şöyle ki; inovasyonu destekleyen örgütsel kaynaklar yüksek olduğunda bu etkinin daha yüksek olması beklenmektedir."* hipotezini doğrulamamaktadır. Ayrıca, etkileşim teriminin modele katkısı da anlamlı değildir (ΔR^2 = .000, F(1, 245) = .002, p = .963). Bu bulgular, inovasyonu destekleyen örgütsel kaynakların yaratıcı öz yeterlilik ile yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkiyi anlamlı biçimde düzenlemediğini göstermektedir. Başka bir deyişle, yaratıcı öz yeterliliğin yenilikçi iş davranışı üzerindeki etkisi, inovasyonu destekleyen örgütsel kaynaklar düzeyine göre anlamlı biçimde değişmemektedir.

Beşinci olarak, yaratıcı öz yeterlilik ile yenilikçi iş davranışı ilişkisinde, inovasyonu destekleyen örgüt içi süreçlerin düzenleyici rolü incelenmek istendiğinde, değişkenlerin yenilikçi iş davranışı ortalamasındaki varyansın yaklaşık %51'ini açıkladığı görülmüştür (R^2 = .508). Analiz sonucu model anlamlı bulunmuştur (F (3, 245) = 84.15, p < .001).

Değişkenlerin yenilikçi iş davranışı ile ilişkisi incelendiğinde, yaratıcı öz yeterliliğin yenilikçi iş davranışı üzerindeki etkisi, istatiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Yaratıcı öz yeterlilik, yenilikçi iş davranışını pozitif yönde (b= 2.15; SH (b)= .381; t= 5.648; p< .001), LLCI-ULCI [1.4, 2.9] tahmin etmektedir. Düzenleyici değişken olan inovasyonu destekleyen örgüt içi süreçlerin, yenilikçi iş davranışı üzerindeki doğrudan etkisi ele alındığında, istatistiksel olarak anlamlı (b= 4.29; SH (b)= .368; t= 11.678; p< .001), LLCI-ULCI [3.572, 5.021] olduğu bulunmuştur. Bununla beraber, yaratıcı öz yeterlilik

ile inovasyonu destekleyen örgüt içi süreçlerin etkileşimi ile oluşan değişkenin (etkileşim değişkeninin), yenilikçi iş davranışı üzerindeki etkisinin anlamlı olmadığı tespit edilmiştir (b= -.357; SH (b)= .397; t= -.899; p= .37), LLCI-ULCI [-1.139, .425]. Bir başka deyişle inovasyonu destekleyen örgüt içi süreçlerin, yaratıcı öz yeterlilik ile yenilikçi iş davranışı üzerindeki düzenleyici etkisi anlamsız bulunmuştur. Düşük düzey güven aralığı ile yüksek düzey güven aralığı arasında "0" rakamının bulunması bu bulguyu desteklemektedir. Bu değerler, *"Yaratıcı öz yeterliliğin, yenilikçi iş davranışları üzerindeki anlamlı ve pozitif yönlü etkisinde örgüt içi süreçler düzenleyici bir rol oynamaktadır. Şöyle ki; inovasyonu destekleyen örgüt içi süreçler yüksek olduğunda bu etkinin daha yüksek olması beklenmektedir."* hipotezini doğrulamamaktadır. Ayrıca, etkileşim teriminin modele katkısı da anlamlı değildir ($\Delta R^2 = .002$, $F(1, 245) = .808$, $p = .37$). Bu bulgular, inovasyonu destekleyen örgüt içi süreçlerin yaratıcı öz yeterlilik ile yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkiyi anlamlı biçimde düzenlemediğini göstermektedir. Başka bir deyişle, yaratıcı öz yeterliliğin yenilikçi iş davranışı üzerindeki etkisi, inovasyonu destekleyen örgüt içi süreçler düzeyine göre anlamlı biçimde değişmemektedir.

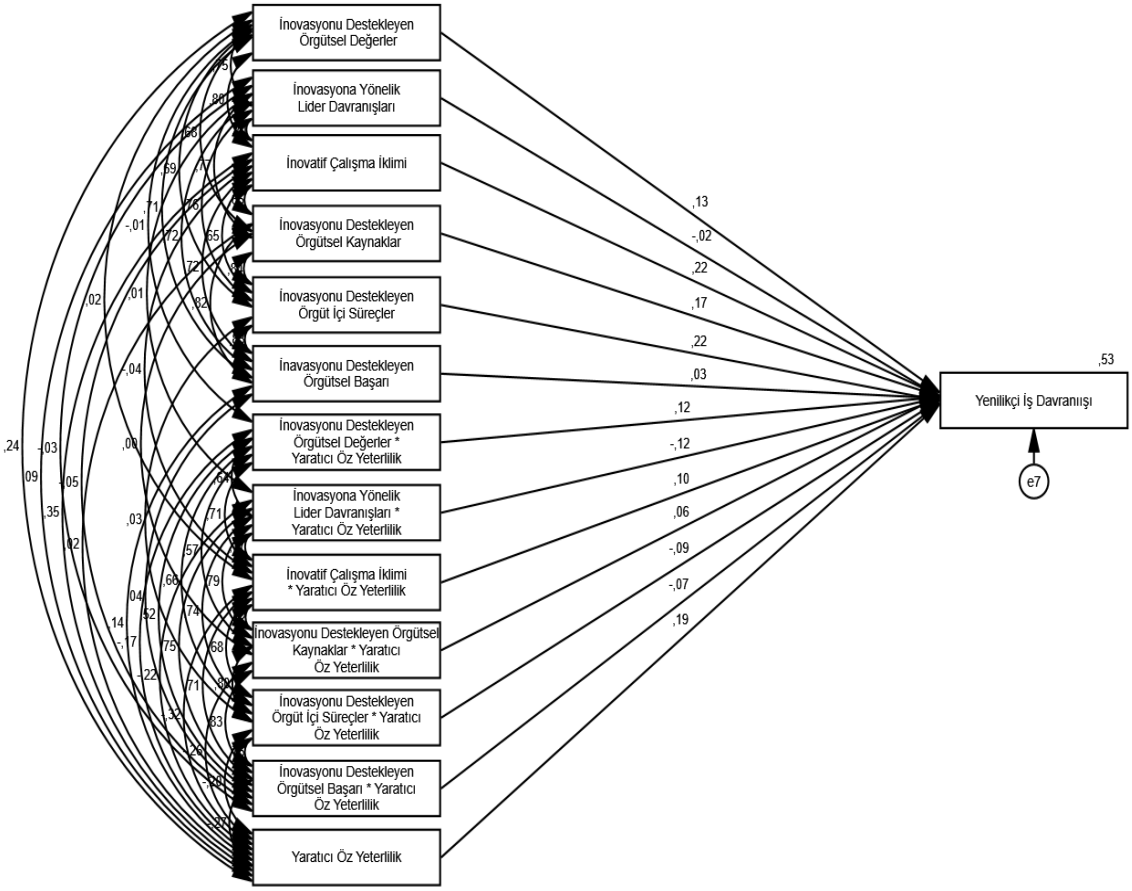
Son olarak, yaratıcı öz yeterlilik ile yenilikçi iş davranışı ilişkisinde, inovasyonu destekleyen örgütsel başarının düzenleyici rolü incelenmek istendiğinde, değişkenlerin yenilikçi iş davranışı ortalamasındaki varyansın yaklaşık %49'unu açıkladığı görülmüştür ($R^2 = .494$). Analiz sonucu model anlamlı bulunmuştur (F (3, 245) = 79.74, $p < .001$).

Değişkenlerin yenilikçi iş davranışı ile ilişkisi incelendiğinde, yaratıcı öz yeterliliğin yenilikçi iş davranışı üzerindeki etkisi, istatiksel olarak anlamlı bulunmuştur. Yaratıcı öz yeterlilik, yenilikçi iş davranışını pozitif yönde (b= 1.71; SH (b)= .405; t= 4.219; p< .001), LLCI-ULCI [.911, 2.507] tahmin etmektedir. Düzenleyici değişken olan inovasyonu destekleyen örgütsel başarının, yenilikçi iş davranışı üzerindeki doğrudan etkisi ele alındığında, istatistiksel olarak anlamlı (b= 4.37; SH (b)= .389; t= 11.232; p< .001), LLCI-ULCI [3.604, 5.137] olduğu bulunmuştur. Bununla beraber, yaratıcı öz yeterlilik ile inovasyonu destekleyen örgütsel başarının etkileşimi ile oluşan değişkenin (etkileşim değişkeninin), yenilikçi iş davranışı üzerindeki etkisinin anlamlı olmadığı

tespit edilmiştir (b= -.338; SH (b)= .385; t= -.878; p= .381), LLCI-ULCI [-1.096, .42]. Bir başka deyişle inovasyonu destekleyen örgütsel başarının, yaratıcı öz yeterlilik ile yenilikçi iş davranışı üzerindeki düzenleyici etkisi anlamsız bulunmuştur. Düşük düzey güven aralığı ile yüksek düzey güven aralığı arasında "0" rakamının bulunması bu bulguyu desteklemektedir. Bu değerler, *"Yaratıcı öz yeterliliğin, yenilikçi iş davranışları üzerindeki anlamlı ve pozitif yönlü etkisinde örgütsel başarı düzenleyici bir rol oynamaktadır. Şöyle ki; inovasyonu destekleyen örgütsel başarı yüksek olduğunda bu etkinin daha yüksek olması beklenmektedir."* hipotezini doğrulamamaktadır. Ayrıca, etkileşim teriminin modele katkısı da anlamlı değildir ($\Delta R^2 = .002$, $F(1, 245) = .771$, $p = .381$). Bu bulgular, inovasyonu destekleyen örgütsel başarının yaratıcı öz yeterlilik ile yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkiyi anlamlı biçimde düzenlemediğini göstermektedir. Başka bir deyişle, yaratıcı öz yeterliliğin yenilikçi iş davranışı üzerindeki etkisi, inovasyonu destekleyen örgütsel başarı düzeyine göre anlamlı biçimde değişmemektedir.

Söz konusu hipotezler bir de AMOS ile test edilmek istenmiş, yapısal eşitlik modellemesi kullanılarak düzenleyici yapısal model oluşturulmuştur. Söz konusu model Şekil 8'de yer almaktadır.

Şekil 8. Yapısal Eşitlik Modellemesi



Oluşturulan model kapsamında analiz sonuçları incelendiğinde, model genel olarak iyi düzeyde uyum göstermektedir. CMIN/DF değerinin 2.50 olduğu tespit edilmiş, söz konusu değerin literatürde belirtildiği üzere 3'ten küçük olduğu görülmüştür. Karşılaştırmalı uyum indekslerinden CFI= .987 ve TLI= .957 oldukça yüksek değerlerdedir. RMSEA= .078 sınırda kabul edilebilir düzeydedir. GFI= .963 ve AGFI= .862 değerleri de modelin veriyle uyumlu olduğunu göstermektedir. Modele ilişkin standardize edilmiş ve edilmemiş regresyon katsayıları Tablo 13'de yer almaktadır.

Tablo 13. Yapısal İlişkilere Ait Regresyon Katsayıları

Yordayıcı Değişken	b	S. H.	β	p
Değerler	.988	.637	.129	.121
Lider Davranışları	-.159	.605	-.021	.793
Çalışma İklimi	**1.707**	.661	**.219**	**.010**
Kaynaklar	1.224	.681	.168	.072
Süreçler	**1.615**	.688	**.223**	**.019**
Başarı	.232	.708	.031	.743
Yaratıcı Öz Yeterlilik	**1.365**	.396	**.186**	*******
Değerler*yaratıcı öz yeterlilik	.930	.530	.120	.079
Lider dav.*yaratıcı öz yeterlilik	-.865	.638	-.120	.175
Çalışma iklimi*yaratıcı öz yeterlilik	.708	.603	.102	.240
Kaynaklar*yaratıcı öz yeterlilik	.439	.712	.062	.538
Süreçler*yaratıcı öz yeterlilik	-.695	.680	-.087	.307
Başarı*yaratıcı öz yeterlilik	-.497	.706	-.065	.481

β= Standardize Edilmiş Regresyon Katsayıları, b= Standardize Edilmemiş Regresyon Katsayıları, S.H= Standart Hata, p=Anlamlılık

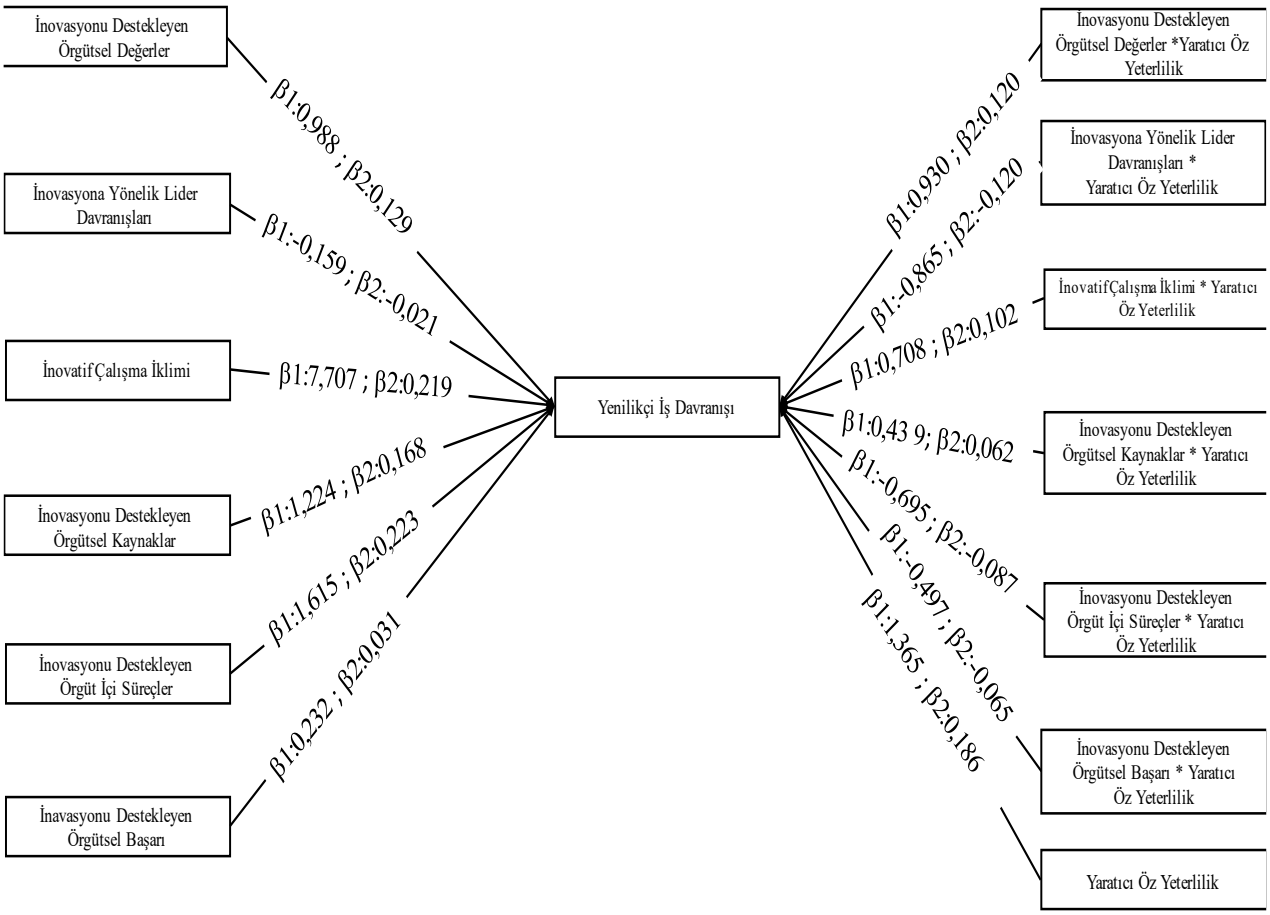
Model, veriyle kabul edilebilir düzeyde uyum göstermektedir. Regresyon katsayıları incelendiğinde; inovatif çalışma iklimi (β=.219, p=.010), inovasyonu destekleyen örgüt içi süreçler (β=.223, p=.019) ve yaratıcı öz yeterlilik (β=.186, p<.001) değişkenlerinin yenilikçi iş davranışı üzerinde anlamlı ve pozitif etkileri olduğu belirlenmiştir. İnovatif çalışma iklimi değişkeninin bir birim artması yenilikçi iş davranışı ölçeğini 1,707 birim artırmaktadır. İnovasyonu destekleyen örgüt içi süreçler değişkeninin bir birim artması yenilikçi iş davranışı ölçeğini 1,615 birim artırmaktadır. Yaratıcı öz yeterlilik ölçeğinin bir birim artması yenilikçi iş davranışı ölçeğini 1,365 birim artırmaktadır. Diğer değişkenlerin etkileri istatistiksel olarak anlamlı değildir. Model, yenilikçi iş davranışındaki varyansın %53.3'ünü açıklamaktadır (R^2=.533). Bootstrap analizi, elde edilen sonuçların dayanıklılığını göstermektedir. Sonuç olarak, modelin genel olarak yeterli uyum gösterdiği ve anlamlı değişkenlerin yenilikçi iş davranışı üzerinde pozitif etkiler oluşturduğu söylenebilir.

Düzenleyici etkilere ilişkin bulgular incelendiğinde, inovasyon kültürünün alt boyutları ile yaratıcı öz yeterlilik arasındaki etkileşim terimlerinin yenilikçi iş davranışı üzerindeki etkilerinin istatistiksel olarak anlamlı olmadığı görülmektedir. Her ne kadar değerler

boyutu ile yaratıcı öz yeterlilik arasındaki etkileşimde sınırda bir eğilim gözlenmiş olsa da ($p = .079$), genel olarak moderatör etkilerin desteklenmediği söylenebilir. Bu durum, inovasyon kültürünün yenilikçi iş davranışı üzerindeki etkisinin daha çok doğrudan bir etki biçiminde ortaya çıktığını, yaratıcı öz yeterlilik ile yenilikçi davranış arasındaki ilişkiyi güçlendirici veya zayıflatıcı bir düzenleyici rol üstlenmediğini göstermektedir.

Bu bulgu, inovasyon kültürünün çalışan davranışlarını genel bir çerçeve içinde şekillendiren bir bağlam değişkeni olarak işlev gördüğünü, ancak bireysel düzeydeki yaratıcı öz yeterlilik ile yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişki üzerinde ince ayarlı bir düzenleyici etki sergilemesinin istatistiksel olarak ortaya konulmasının güç olduğunu düşündürmektedir. Modelin genel uyumunun yüksek olması ve ana etkilerin anlamlı bulunması, düzenleyici etkilerin anlamsızlığının modelin zayıflığından değil, etkileşim etkilerinin yapısal olarak tespit edilmesinin güç olmasından kaynaklandığını göstermektedir.

Şekil 9. Düzenleyici Model Sonuçları



2.3. TARTIŞMA

Bu bölümde araştırmadan elde edilen bulgular, kuramsal çerçeve ve ilgili alanyazın ışığında bütüncül olarak ele alınmakta, sonuçların olası nedenleri, anlamları ve yansımaları tartışılmaktadır. Bu kapsamda öncelikle çalışma sonuçlarının genel bir özeti sunulmakta, ardından araştırmanın kısıtları, gelecekte yapılabilecek çalışmalara yönelik öneriler ve araştırmanın kuramsal ile uygulamaya dönük katkıları değerlendirilmektedir.

2.3.1. Çalışma Sonuçlarının Özeti ve Yorumlanması

Bu araştırmada, yaratıcı öz yeterliliğin yenilikçi iş davranışı üzerindeki etkisi ve inovasyon kültürünün alt boyutlarının (örgütsel değerler, inovasyona yönelik lider

davranışları, inovatif çalışma iklimi, örgütsel kaynaklar, örgüt içi süreçler ve örgütsel başarı) bu ilişkideki olası düzenleyici rolleri incelenmiştir. Araştırma, Türkiye'de bilgi teknolojileri ve ilişkili alanlarda faaliyet gösteren hem kamu hem özel sektörde görev yapan 249 çalışandan elde edilen veriler üzerinden gerçekleştirilmiştir. Ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirliği doğrulayıcı faktör analizi ve iç tutarlılık katsayıları ile sınanmış; hipotezler hem PROCESS (Model 1) hem de AMOS ile kurulan yapısal eşitlik modeli aracılığıyla test edilmiştir.

Bulguların ilk grubu, yaratıcı öz yeterliliğin yenilikçi iş davranışı üzerindeki temel etkisine ilişkindir. PROCESS sonuçları, yaratıcı öz yeterliliğin yenilikçi iş davranışını tüm modellerde pozitif ve anlamlı biçimde yordadığını göstermektedir. Bu bulgu, H1 hipotezinin ("*Yaratıcı öz yeterlilik, yenilikçi iş davranışlarını pozitif yönde ve anlamlı bir şekilde etkilemektedir.*") doğrulandığını ortaya koymaktadır. Aynı ilişki, AMOS ile kurulan yapısal eşitlik modelinde de desteklenmiştir.

Bu sonuç, Bandura'nın Sosyal Bilişsel Teorisi çerçevesinde beklenen yönle uyumludur. Öz yeterlilik algısı yüksek olan bireylerin, belirsizlik ve risk içeren yaratıcı ve yenilikçi görevlerde daha fazla çaba gösterdikleri, engeller karşısında daha uzun süre ısrarcı oldukları ve kendi yeteneklerine daha fazla güvendikleri öne sürülmektedir. Alanyazında, yaratıcı öz yeterlilik ile yenilikçi iş davranışı arasındaki pozitif ilişkiyi ortaya koyan uluslararası çalışmaların yanı sıra, Türkiye bağlamında farklı sektörlerde benzer bulgular rapor edilmektedir. Örneğin Abdullah, Wahab ve Shamsuddin (2019), Malezya'daki imalat sektörü çalışanları üzerinde yürüttükleri araştırmada yaratıcı öz yeterliliğin hem yenilikçi iş davranışının hem de iş performansının anlamlı bir yordayıcısı olduğunu göstermişlerdir. Benzer biçimde Sudiyani vd. (2020) girişimci liderlik bağlamında, yaratıcı öz yeterliliğin KOBİ yöneticilerinin yenilikçi iş davranışlarını doğrudan ve pozitif yönde etkilediğini ve aynı zamanda girişimci liderlik ile yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkide kısmî aracı rol oynadığını ortaya koymuştur. Michael, Hou ve Fan'ın (2011) hizmet sektöründe gerçekleştirdikleri çalışmada da çalışanların yaratıcı öz yeterlilik düzeyleri yükseldikçe işte sergiledikleri yenilikçi davranışların arttığı; bu ilişkinin çalışan iyimserliği yüksek olduğunda daha da güçlendiği rapor edilmiştir. Arofah vd. (2024) start-up işletmeleri üzerine yaptıkları çalışmada, çalışanların yaratıcı öz yeterliliklerinin yenilikçi iş davranışlarını doğrudan ve anlamlı biçimde artırdığını bulmuştur. Ulusal yazında ise Bozdoğan'ın (2023) geri dönüşüm sektöründe çalışanlar

üzerinde yaptığı araştırmada yaratıcı öz yeterlilikle yenilikçi iş davranışı arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki saptanmış ve yaratıcı öz yeterliliğin bilgi paylaşımı ile yenilikçi davranışı arasındaki ilişkide aracı rol üstlendiği gösterilmiştir. Benzer şekilde Hasırcı, Örücü ve Yıldız'ın (2024) lojistik sektöründe yeşil yenilikçi davranış eğilimlerini incelediği çalışmada da yaratıcı öz yeterliliğin, yeşil ortak vizyona kıyasla çalışanların yeşil yenilikçi davranışlarını daha güçlü biçimde açıkladığı belirlenmiştir. Nitel bir perspektiften Karamanlıoğlu, İncekara ve Başar'ın (2024) eğitim sektöründe yürüttükleri araştırma da yenilikçi iş davranışı ile yaratıcı öz yeterlilik arasındaki etkileşimde destekleyici örgütsel ortam, özgüven, kişisel motivasyon ve olumlu geri bildirimin belirleyici olduğunu ortaya koyarak bu çalışmanın bulgularıyla uyumlu bir tablo çizmektedir. Bu çerçevede, mevcut çalışma, yaratıcı öz yeterliliğin yenilikçi iş davranışının önemli bir bireysel belirleyicisi olduğu yönündeki bulguları Türkiye'deki bilgi teknolojileri odaklı çalışan örnekleminde de doğrulamaktadır.

Öte yandan literatürde yaratıcı öz yeterliliğin yenilikçi iş davranışı üzerindeki rolünün her zaman doğrudan ve tek boyutlu olmadığına işaret eden çalışmalar da bulunmaktadır. Örneğin Gelaidan, Al-Swidi ve Al-Hakimi (2023), hizmet sektöründe yaptıkları araştırmada yaratıcı öz yeterliliğin hizmetkâr ve otantik liderlik ile yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkide daha çok düzenleyici (moderator) bir rol üstlendiğini; liderlik davranışlarının yenilikçi iş davranışı üzerindeki etkisinin özellikle yaratıcı öz yeterliliği yüksek çalışanlarda güçlendiğini göstermektedir. Benzer şekilde Arifin vd. (2024) ve Chen (2024) çalışmalarında, yaratıcı öz yeterliliği çoğunlukla girişimci liderlik, bilgi paylaşımı veya çevresel kurumsal sosyal sorumluluk gibi örgütsel değişkenler ile yenilikçi (veya yeşil yenilikçi) iş davranışı arasındaki ilişkide aracı bir psikolojik mekanizma olarak ele almakta; bu çerçevede yenilikçi davranışın açıklanmasında örgütsel bağlam değişkenlerinin ağırlığının arttığını vurgulamaktadır. Bu yönüyle, mevcut araştırmanın yaratıcı öz yeterliliği yenilikçi iş davranışının doğrudan ve güçlü bir yordayıcısı olarak konumlandıran bulguları söz konusu çalışmalardan kısmen ayrışmaktadır. Bu farklılığın, araştırmaların yürütüldüğü sektörlerin (imalat, hizmet, lojistik, geri dönüşüm vb.), örgütsel kültürün yenilik ve risk almaya verdiği destek düzeyinin, örneklemlerin demografik özelliklerinin ve kullanılan yenilikçi iş davranışı ölçeklerinin kapsamının farklılaşmasından kaynaklanabileceği ileri sürülebilir.

İkinci olarak, araştırmada bağımlı değişken olan yenilikçi iş davranışı ile inovasyon kültürünün alt boyutları arasındaki korelasyonlar incelenmiştir. Sonuçlar, yenilikçi iş davranışının inovasyonu destekleyen örgütsel değerler, inovasyona yönelik lider davranışları, inovatif çalışma iklimi, inovasyonu destekleyen örgütsel kaynaklar, inovasyonu destekleyen örgüt içi süreçler ve inovasyonu destekleyen örgütsel başarı ile anlamlı ve güçlü pozitif ilişkiler içinde olduğunu göstermektedir. Bu bulgu, örgütte yeniliği destekleyen değerler, liderlik tarzı, iklim, kaynaklar, süreçler ve başarı odaklılık arttıkça çalışanların yenilikçi iş davranışlarının da yükseldiğine işaret etmektedir.

Benzer biçimde, yaratıcı öz yeterlilik ile inovasyon kültürü boyutları arasındaki korelasyonlar da pozitif ve anlamlıdır. Özellikle yaratıcı öz yeterlilik ile inovatif çalışma iklimi arasındaki ilişkinin görece daha yüksek olduğu, diğer boyutlarla ilişkilerin ise orta düzeyde pozitif seyrettiği görülmektedir. Bu tablo, çalışanların kendi yaratıcı kapasitelerine duydukları güven ile örgütte algıladıkları destekleyici, öğrenmeye ve denemeye açık iklimin birlikte hareket ettiğini göstermektedir. Başka bir ifadeyle, yenilikçi ve risk almayı teşvik eden bir örgüt iklimi, çalışanların kendilerine dair yaratıcı yetkinlik algılarını da güçlendirebilmektedir.

Çalışmanın önemli bir bulgusu, inovasyon kültürünün alt boyutlarının yenilikçi iş davranışı üzerindeki doğrudan etkileri ile düzenleyici etkileri arasındaki ayrımdır. PROCESS analizlerinde her bir boyut (örgütsel değerler, lider davranışları, inovatif iklim, kaynaklar, süreçler, örgütsel başarı) modele tek tek düzenleyici değişken olarak dâhil edilmiş ve tüm modellerde ilgili boyutların yenilikçi iş davranışı üzerinde doğrudan, pozitif ve anlamlı etkileri bulunmuştur. Örneğin inovasyonu destekleyen örgütsel değerlerin, inovasyona yönelik lider davranışlarının, inovatif çalışma ikliminin ve inovasyonu destekleyen örgüt içi süreçlerin yenilikçi iş davranışı üzerindeki doğrudan etkileri yüksek ve anlamlıdır.

Buna karşılık, tüm modellerde yaratıcı öz yeterlilik × inovasyon kültürü boyutu etkileşim terimlerinin (örneğin değerler × yaratıcı öz yeterlilik, lider davranışları × yaratıcı öz yeterlilik vb.) yenilikçi iş davranışı üzerindeki etkileri anlamsız bulunmuştur; güven aralıklarının her birinde “0” değerinin yer alması, düzenleyici etkinin istatistiksel olarak anlamsız olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla inovasyon kültürü boyutlarının, yaratıcı öz yeterlilik ile yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkinin gücünü anlamlı düzeyde

değiştirmediği; buna karşın, yenilikçi iş davranışını doğrudan ve güçlü biçimde destekleyen örgütsel koşullar olarak işlediği söylenebilir.

AMOS ile kurulan yapısal eşitlik modelinde ise tüm alt boyutlar ve yaratıcı öz yeterlilik aynı anda modele dâhil edilmiştir. Bu modelde, inovatif çalışma iklimi, inovasyonu destekleyen örgüt içi süreçler ve yaratıcı öz yeterlilik yenilikçi iş davranışı üzerinde anlamlı ve pozitif etkilere sahiptir. Buna karşılık, örgütsel değerler, lider davranışları, örgütsel kaynaklar ve örgütsel başarı boyutlarının katsayıları istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. Bu sonuç, inovasyon kültürünün belirli boyutlarının (özellikle inovatif iklim ve süreçler), diğer örgütsel unsurların ortak etkisi kontrol edildiğinde dahi yenilikçi iş davranışını açıklamada öne çıktığını göstermektedir.

Yapısal model ile PROCESS sonuçları birlikte değerlendirildiğinde, iki yöntem arasında hem benzerlikler hem de farklılıklar olduğu görülmektedir. Her iki analiz yaklaşımı da yaratıcı öz yeterliliğin yenilikçi iş davranışı üzerindeki pozitif etkisini doğrulamakta; ayrıca inovatif çalışma iklimi ve örgüt içi süreçlerin yenilikçi iş davranışını destekleyen temel unsurlar olduğunu göstermektedir. Bununla birlikte, PROCESS sonuçlarında her bir inovasyon kültürü boyutu tek tek modele alındığında tümünün anlamlı doğrudan etkiler verdiği; buna karşın AMOS modelinde bu boyutlardan yalnızca iklim ve süreçlerin anlamlılaştığı görülmektedir. Bu farklılığın, boyutlar arasındaki yüksek korelasyonlar (örneğin değerler–iklim, değerler–liderlik korelasyonlarının .75 ve üzeri olması) nedeniyle ortak varyans kontrol edildiğinde bazı etkilerin görece zayıflamasından kaynaklandığı düşünülmektedir.

Ölçeklere ilişkin doğrulayıcı faktör analizi sonuçları da tartışmayı destekleyen önemli ipuçları sunmaktadır. İnovasyon kültürü ölçeği için kurulan ilk DFA modelinde uyum indeksleri zayıf bulunmuş; önerilen bazı hata terimleri arasına kovaryans eklenerek model revize edilmiş ve gibi daha kabul edilebilir ancak hâlâ sınırlı bir uyum düzeyine ulaşılmıştır. Buna karşın, ilgili alt boyut–üst boyut katsayıları ve madde faktör yükleri oldukça yüksek ve istatistiksel olarak anlamlıdır. Üç ölçeğin birlikte teste tabi tutulduğu DFA modelinde de sınırlı ancak literatürde “kabul edilebilir sınırlar”a yakın bir uyum elde edilmiş; alt boyutların ilgili üst boyutları anlamlı ve güçlü biçimde ölçtüğü gösterilmiştir. Bu bulgular, modellenen yapıların genel olarak tutarlı olduğunu, ancak

inovasyon kültürünün çok boyutlu ve karmaşık yapısının uyum indekslerinde tam olarak yansıtılamadığını göstermektedir.

Bu çalışmada yaratıcı öz yeterliliğin yenilikçi iş davranışı üzerindeki etkisinde inovasyon kültürünün alt boyutlarının düzenleyici rolü test edilmiş, ancak söz konusu düzenleyici etkiler istatistiksel olarak anlamlı bulunmamıştır. İlk bakışta beklenen ilişkilerin desteklenmemesi olarak değerlendirilebilecek bu sonuç, moderatör etkilerin doğası, ölçüm yapısı ve örneklem özellikleri birlikte ele alındığında metodolojik olarak açıklanabilir ve literatürle uyumlu bir durumdur.

Öncelikle, etkileşim (düzenleyici) etkilerinin ana etkilere kıyasla istatistiksel olarak daha zor tespit edildiği bilinmektedir. Judd ve McClelland (1993), moderatör etkilerin doğası gereği düşük varyansa sahip olduğunu ve özellikle alan araştırmalarında bu etkilerin tespit edilmesinin ciddi istatistiksel güç sınırlılıkları içerdiğini vurgulamaktadır. Yazarlar, deneysel olarak kontrol edilen ortamlara kıyasla örgütsel bağlamda yürütülen çalışmalarda değişkenler üzerindeki kontrolün sınırlı olması, ölçüm hatalarının artması ve değişkenler arası doğal korelasyonların yükselmesi nedeniyle etkileşim terimlerinin test gücünün önemli ölçüde azaldığını belirtmektedir. Bu bağlamda, yaratıcı öz yeterlilik ile inovasyon kültürü boyutları arasındaki etkileşimlerin anlamsız çıkması, etkileşim etkilerinin yapısal olarak tespit edilmesinin güç olmasından kaynaklanmış olabilir.

Ayrıca, moderatör etkilerin genellikle küçük etki büyüklüklerine sahip olduğu ve bu nedenle daha yüksek örneklem büyüklükleri gerektirdiği literatürde açıkça vurgulanmaktadır. Aguinis, Beaty, Boik ve Pierce (2005) tarafından gerçekleştirilen 30 yıllık kapsamlı literatür taraması, moderatör etkilerin çoğunlukla küçük etki büyüklüklerine sahip olduğunu ve bu etkilerin test edildiği araştırmaların önemli bir bölümünde istatistiksel gücün yetersiz kaldığını ortaya koymuştur. Bu durum, özellikle örneklem büyüklüğünün sınırlı olduğu çalışmalarda, gerçek hayatta var olan düzenleyici etkilerin istatistiksel olarak anlamlı düzeye ulaşamamasına yol açabilmektedir. Dolayısıyla, bu çalışmada düzenleyici etkilerin anlamsız çıkması, örneklem büyüklüğünün moderatör etkileri tespit etmek için yetersiz kalmış olabileceği ihtimali çerçevesinde de değerlendirilebilir.

İnovasyon kültürünün genel ve kapsayıcı bir örgütsel yapı olması da düzenleyici etkilerin tespit edilmesini güçleştiren bir diğer faktördür. Kültür, örgütün geneline yayılan ve çok

boyutlu bir yapı niteliği taşımaktadır. Bu tür genel ve üst düzey yapıların, bireysel düzeydeki psikolojik değişkenler ile davranışlar arasındaki ilişkilerde düzenleyici rol üstlenmesinin istatistiksel olarak ortaya konulması, daha spesifik ve durumsal değişkenlere kıyasla daha zordur. Bu nedenle, inovasyon kültürünün alt boyutlarının düzenleyici etkilerinin anlamsız çıkması, kültürün yapısal özellikleri ve genel niteliği dikkate alındığında metodolojik olarak beklenebilir bir sonuç olarak değerlendirilebilir.

Bu çalışmada inovasyon kültürünün altı boyutunun ayrı ayrı ve aynı zamanda modele dahil edilmesi, yöntembilimsel açıdan kapsamlı bir yaklaşım olmakla birlikte, boyutlar arasındaki kavramsal yakınlık ve paylaşılan varyans nedeniyle her bir boyutun açıklayabileceği özgül varyansın azalmasına yol açmış olabilir. İnovasyon kültürü boyutlarının aynı üst yapının farklı yansımalarını temsil etmesi, boyutlar arasında yüksek korelasyonlara neden olmakta ve bu durum her bir etkileşim teriminin istatistiksel gücünü zayıflatmaktadır. Judd ve McClelland'ın (1993) etkileşim varyansının sınırlılığına ilişkin vurguları, bu bulgunun metodolojik temellerini destekler niteliktedir.

Genel olarak değerlendirildiğinde, araştırma sonuçları, yaratıcı öz yeterliliğin yenilikçi iş davranışının temel bireysel belirleyicilerinden biri olduğunu; inovasyon kültürü boyutlarının ise özellikle inovatif çalışma iklimi ve örgüt içi süreçler aracılığıyla yenilikçi iş davranışını doğrudan destekleyen kritik örgütsel koşullar olduğunu ortaya koymaktadır. Buna karşın, bu örgütsel faktörler, beklenenin aksine, yaratıcı öz yeterlilik–yenilikçi iş davranışı ilişkisini anlamlı ölçüde güçlendiren ya da zayıflatan bir "düzenleyici" rol üstlenmemektedir. Bu durum, inovasyon kültürü bileşenlerinin daha çok tüm çalışanlar için ortak bir "zemin" sağlayan, genel işlevli destekleyici faktörler olarak çalıştığı; yaratıcı öz yeterlilikteki bireysel farklılıkların ise bu zeminden bağımsız biçimde yenilikçi iş davranışını açıklamaya devam ettiği şeklinde yorumlanabilir.

2.3.2. Araştırmanın Kısıtları ve Gelecek Çalışmalara Öneriler

Bu araştırmanın bulguları, belirli metodolojik ve bağlamsal kısıtlar çerçevesinde değerlendirilmelidir. İlk olarak, araştırma kesitsel (cross-sectional) bir tasarımla yürütülmüştür. Verilerin tek bir zaman noktasında toplanmış olması, yaratıcı öz yeterlilik, inovasyon kültürü boyutları ve yenilikçi iş davranışı arasındaki nedensel ilişkiler hakkında kesin yargılara varmayı zorlaştırmaktadır. Yüksek düzeyde yaratıcı öz

yeterliliğin yenilikçi iş davranışını artırması mümkün olduğu gibi, yenilikçi iş davranışı sergileyen bireylerin zaman içinde kendilerini daha yetkin algılamaları da olasıdır. Benzer biçimde, yenilikçi uygulamalar geliştiren örgütler, çalışanlarının inovasyon kültürünü daha olumlu algılamasına yol açabilir.

İkinci olarak, araştırmada kullanılan veri toplama aracı öz-bildirim (self-report) ölçeklerden oluşmaktadır. Tüm değişkenlerin aynı anket formu ile ölçülmesi, ortak yöntem yanlılığı (common method bias) riskini gündeme getirmektedir. Her ne kadar ölçeklerin geçerlilik ve güvenirliği istatistiksel olarak sınanmış olsa da, katılımcıların sosyal beğenirlik eğilimleri veya örgütlerine dair olumlu/olumsuz genel tutumları, yanıtları sistematik biçimde etkileyebilir. Gelecek çalışmalarda, yenilikçi iş davranışının yönetici değerlendirmeleri, akran derecelendirmeleri veya objektif performans göstergeleri ile ölçülmesi bu sınırlılığı azaltacaktır.

Üçüncü bir kısıt, örneklemin coğrafi ve sektörel kapsamıyla ilgilidir. Araştırma, Türkiye'de belirli bir sektör ağırlığına sahip (bilgi teknolojileri ve ilişkili alanlar) kamu ve özel sektör çalışanları üzerinde yürütülmüş; örneklem olasılıklı olmayan, uygun örnekleme yaklaşımıyla oluşturulmuştur. Bu nedenle, elde edilen bulguların tüm sektörlere veya farklı ülke bağlamlarına doğrudan genellenmesi sınırlıdır. Özellikle imalat, hizmet, eğitim veya sağlık gibi sektörlerde inovasyonun dinamikleri ve kültürel alt yapısı farklılık gösterebilir.

Dördüncü olarak, inovasyon kültürü ölçeğine ilişkin doğrulayıcı faktör analizinde uyum indekslerinin literatürde önerilen ideal değerlere tam olarak ulaşmadığı görülmüş, bazı hata terimleri arasında kovaryans eklenmesiyle model revize edilmiştir. Her ne kadar madde–boyut ve boyut–üst boyut ilişkileri istatistiksel olarak güçlü ve anlamlı olsa da, ölçeğin çok boyutlu yapısının farklı örneklemlerde yeniden test edilmesi ve gerekirse yerel uyarlamasının gözden geçirilmesi yerinde olacaktır.

Beşinci olarak, çalışmada inovasyon kültürü boyutlarının yalnızca düzenleyici (moderasyon) rolleri test edilmiş; olası aracılık (mediasyon) ilişkileri ve çok düzeyli (birey–takım–örgüt) etkiler kapsam dışında bırakılmıştır. Oysa alanyazında, yenilikçi iş davranışını açıklarken bireysel faktörler (öz yeterlilik, motivasyon), ekip dinamikleri (takım düzeyi iklim, psikolojik güvenlik) ve örgütsel koşulların (kaynaklar, yapısal

esneklik) birlikte ele alındığı çok düzeyli modellere doğru bir eğilim olduğu görülmektedir.

Bu kısıtlar doğrultusunda, gelecekte yapılacak araştırmalar için aşağıdaki öneriler geliştirilebilir:

- **Boylamsal ve deneysel tasarımlar:** Yaratıcı öz yeterliliğin zaman içindeki değişimini, eğitim programları, koçluk uygulamaları veya liderlik müdahaleleri sonrası takip eden boylamsal çalışmalar, nedensel ilişkiler hakkında daha güçlü kanıt sağlayacaktır. Benzer şekilde, belirli bir örgütsel birimde inovasyon kültürünü güçlendirmeye yönelik müdahalelerin öncesi–sonrası tasarımlarla test edilmesi önerilebilir.
- **Çok kaynaklı veri toplama:** Yenilikçi iş davranışının yönetici, ekip arkadaşı ve öz-bildirim gibi birden fazla kaynaktan ölçüldüğü; hatta proje çıktıları veya yenilikçi öneri sayısı gibi objektif göstergelerle desteklendiği çalışmalar, ortak yöntem yanlılığını azaltabilir.
- **Farklı sektör ve kültürlerde uygulama:** Farklı sektörlerde (imalat, bankacılık, eğitim, sağlık vb.) ve farklı kurumsal yapılarda (örneğin sadece özel sektör, sadece kamu veya start-up ekosistemi) benzer modellerin test edilmesi, inovasyon kültürü bileşenlerinin bağlama göre nasıl farklılaştığını ortaya koyabilir. Ayrıca farklı ülke örneklemleriyle yapılacak karşılaştırmalı çalışmalar, kültürel boyutların (bireycilik–toplulukçuluk, güç mesafesi vb.) etkisini test etmeye imkân verebilir.
- **Aracı ve ek düzenleyici değişkenler:** Bu çalışmada test edilmeyen ancak alanyazında öne çıkan değişkenler (psikolojik güvenlik, iş tatmini, örgütsel bağlılık, içsel motivasyon, işte anlam bulma, çalışan sesliliği vb.) yaratıcı öz yeterlilik ile yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişkide aracı veya ek düzenleyici rol üstlenebilir. Gelecek araştırmalar, bu değişkenleri de içeren daha kapsamlı modeller kurabilir.
- **Çok düzeyli ve ekip temelli analizler:** Yenilikçi iş davranışının çoğu zaman ekipler içinde ve projeler etrafında şekillendiği dikkate alındığında, takım düzeyi inovasyon iklimi, liderlik tarzı ve kaynak paylaşımının çok düzeyli modelleme teknikleri (HLM, çok düzeyli yapısal eşitlik modellemesi vb.) ile incelenmesi

önerilebilir. Bu sayede, bireysel yaratıcı öz yeterlilik ile takım/örgüt düzeyi inovasyon kültürü bileşenleri arasındaki etkileşim daha net ortaya konulabilir.

Sonuç olarak, bu çalışmada inovasyon kültürünün alt boyutlarının düzenleyici etkilerinin anlamlı bulunmaması, etkileşim etkilerinin yapısal olarak tespit edilmesinin güç olması, örneklem büyüklüğünün sınırlılığı, kültürün genel ve kapsayıcı bir yapı niteliği taşıması ve boyutlar arası paylaşılan varyans gibi faktörlerin birleşik etkisiyle açıklanabilir. Bu bulgu, inovasyon kültürünün önemsiz olduğu şeklinde değil, söz konusu kültürel özelliklerin düzenleyici rolünün mevcut araştırma koşulları altında istatistiksel olarak ortaya konulmasının güç olduğu şeklinde yorumlanmalıdır. Gelecek çalışmalarda daha büyük örneklemlerle, daha bütüncül kültür ölçümleriyle ya da daha durumsal ve spesifik moderatör değişkenlerle bu ilişkilerin yeniden test edilmesi önerilmektedir.

2.3.3. Araştırmanın Katkıları

Bu çalışma hem kuramsal hem de yöntemsel ve pratik düzeyde çeşitli katkılar sunmaktadır.

Kuramsal katkılar açısından, öncelikle yaratıcı öz yeterlilik ile yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişki, inovasyon kültürünün altı farklı boyutunu aynı kuramsal çerçeve içinde ele alan bütüncül bir modelle incelenmiştir. Böylece, bireysel bir özellik olan yaratıcı öz yeterliliğin, örgütsel düzeydeki değerler, liderlik, iklim, kaynaklar, süreçler ve örgütsel başarı odaklılık ile birlikte nasıl işlediğine dair zengin bir tablo ortaya konmuştur. Araştırma, Bandura'nın Sosyal Bilişsel Teorisi'nde vurgulanan öz yeterlilik kavramı ile Amabile'nin bileşenler modeli gibi inovasyon kültürü yaklaşımlarını aynı ampirik çalışma içinde birleştirerek birey – örgüt etkileşimine dair literatüre özgün bir katkı sunmaktadır.

İkinci olarak, inovasyon kültürünün boyutlarının "düzenleyici" etkilerinin desteklenmemesi, bu değişkenlerin rolüne ilişkin önemli bir kuramsal yeniden değerlendirme ihtiyacına işaret etmektedir. Elde edilen bulgular, inovasyon kültürü bileşenlerinin yaratıcı öz yeterlilik–yenilikçi iş davranışı ilişkisinde bir

“güçlendirici/zayıflatıcı” faktörden ziyade, doğrudan etkileri olan ve tüm çalışanlar için ortak bir zemin sağlayan genel destek koşulları olarak işlediğini düşündürmektedir. Bu durum, gelecekteki çalışmalarda inovasyon kültürünün daha çok aracı (mediatör) veya ana etki (main effect) düzeyinde ele alınmasını ve düzenleyici rol varsayımlarının daha seçici biçimde test edilmesini teşvik edebilir.

Üçüncü olarak, çalışma Türkiye bağlamında yaratıcı öz yeterlilik, yenilikçi iş davranışı ve inovasyon kültürü ilişkisini hem ulusal hem uluslararası literatüre referanslarla birlikte, bilgi teknolojileri odaklı karma bir örneklem üzerinde inceleyerek yerel yazına katkı sağlamaktadır. Mevcut bulgular Türkiye’de farklı sektör ve kurumsal yapılarda elde edilen sonuçlarla birlikte değerlendirildiğinde, yaratıcı öz yeterlilik ve inovasyon kültürü değişkenlerinin yerel bağlamdaki işleyişine dair daha ayrıntılı bir tablo çizmektedir.

Yöntemsel katkılar açısından, çalışmada hipotezler hem PROCESS (Model 1) ile regresyon temelli düzenleyicilik analizi, hem de AMOS aracılığıyla yapısal eşitlik modellemesi kullanılarak test edilmiştir. Böylece, aynı kuramsal model farklı istatistiksel yaklaşımlarla sınanmış; yöntemler arası benzerlikler ve farklılıklar sistematik biçimde tartışılmıştır. Değişkenlerin merkezileştirilerek etkileşim terimlerinin oluşturulması, çoklu doğrusal bağlantı sorunlarının azaltılması ve bootstrap analizleriyle sonuçların sağlamlığının test edilmesi, çalışmanın yöntemsel niteliğini güçlendirmektedir. Ayrıca, üç ayrı ölçeğin (yaratıcı öz yeterlilik, yenilikçi iş davranışı, inovasyon kültürü) birlikte doğrulayıcı faktör analizine tabi tutulması ve üst boyut–alt boyut–madde düzeyinde yapı geçerliliğinin ortaya konması da literatürde kullanılan ölçme araçlarının Türkçe bağlamdaki geçerliliğine ilişkin ek kanıt sunmaktadır.

Uygulamalı/pratik katkılar açısından araştırma, yöneticiler ve insan kaynakları profesyonelleri için önemli çıkarımlar sağlamaktadır. İlk olarak, çalışanların yaratıcı öz yeterliliklerini güçlendirmeye dönük eğitim programları, mentorluk ve koçluk uygulamaları, hatalardan öğrenmeyi teşvik eden geri bildirim mekanizmaları ve başarı deneyimlerinin görünür kılınması gibi uygulamaların, yenilikçi iş davranışlarını artırma potansiyeline sahip olduğunu göstermektedir. Çalışmada yaratıcı öz yeterlilik, hangi model kurulursa kurulsun, yenilikçi iş davranışının anlamlı bir yordayıcısı olarak ortaya çıkmaktadır. Bu bulgu, yöneticiler açısından yenilikçiliği yalnızca “yaratıcı çalışan bulma” meselesi olarak değil; çalışanların “yapabilirim” inancını besleyen yönetim

uygulamalarını sistematik biçimde kurgulama meselesi olarak ele almanın önemine işaret etmektedir.

İkinci olarak, bulgular inovatif çalışma iklimi ile inovasyonu destekleyen örgüt içi süreçlerin yenilikçi iş davranışını doğrudan ve güçlü biçimde desteklediğini göstermektedir. Bu sonuç, inovasyon kültürü bileşenlerinin yaratıcı öz yeterlilik – yenilikçi iş davranışı ilişkisinde beklenen "düzenleyici" etkilerinin desteklenmemesiyle birlikte değerlendirildiğinde, yöneticilere şu yönde somut bir mesaj vermektedir: Yenilikçi iş davranışının ortaya çıkması için kültür ve iklim, belirli çalışanlar için "etkiyi artıran bir şart" olmaktan çok, tüm çalışanların yenilikçi davranış gösterebilmesini mümkün kılan kolaylaştırıcı bir zemin olarak çalışmaktadır. Başka bir ifadeyle, çalışan yaratıcı öz yeterliliğe sahip olsa bile, bu potansiyelin davranışa dönüşmesi; günlük işleyişte yeniliği "kolaylaştıran" iklim ve süreçlerin varlığıyla yakından ilişkilidir. Bu nedenle yöneticiler, yenilikçi davranışı teşvik ederken yalnızca bireysel kapasiteyi artırmaya değil, aynı zamanda bu kapasitenin sergilenebileceği psikolojik ve yapısal güvenli alanları inşa etmeye odaklanmalıdır. Bu durum, özellikle aşağıdaki türden uygulamaların önemini vurgular (Scarborough ve Cornwall, 2019):

- Psikolojik güvenlik ve öğrenme odaklı hata yaklaşımı: Çalışanların yeni fikir üretmesini ve yaratıcı riskler almasını destekleyen, hataları cezalandırmak yerine öğrenme fırsatı olarak gören bir örgüt iklimi oluşturmak; başarısızlığın doğal, hatta yaratıcı sürecin ayrılmaz bir parçası olduğu yönünde ortak bir anlayış geliştirmek ve yöneticilerin çalışanlara deneyip yanılabilecekleri güvenli bir alan sunmasını sağlamak. Bu yaklaşım, çalışanların fikirlerini dile getirme, deneme yapma ve öneri geliştirme davranışlarını görünür biçimde artıracak bir kolaylaştırıcı işlev görür.
- İş birliği, bilgi akışı ve bürokrasinin sadeleştirilmesi: Ekipler arası bilgi akışını ve iş birliğini artıran, çalışanların birbirinden öğrenmesini kolaylaştıran açık iletişim kanalları kurmak; katı ve gereksiz bürokratik süreçleri sadeleştirerek yaratıcılığı kısıtlayan hiyerarşik engelleri azaltmak; farklı uzmanlık alanlarının bir araya gelip fikir alışverişi yapabileceği esnek ve iş birliğine dayalı çalışma düzenlemeleri geliştirmek. Bu tür bir kolaylaştırıcı iklim, yenilikçi iş davranışının temel

bileşenlerinden olan “fikir geliştirme – paylaşma – uygulama” döngüsünü hızlandırır.

- Kaynak, zaman ve yönetimsel sahiplenme: Yenilikçi projelerin geliştirilmesi ve uygulanması için çalışanlara yeterli zaman, esnek çalışma alanları, modern teknolojik altyapı, bütçe olanakları ve kolay erişilebilir fiziksel kaynaklar sağlamak. Üst yönetimin yenilik çabalarını stratejik düzeyde desteklediğini açıkça ortaya koyması, yenilik girişimlerinin “ek iş” olarak değil “işin bir parçası” olarak algılanmasını sağlar. Bu sahiplenme, çalışanların yenilikçi önerilerini sürdürme motivasyonunu koruyan ve girişimlerin hayata geçmesini kolaylaştıran kritik bir iklim unsurudur.

Üçüncü olarak, bulgular yöneticilere inovasyon kültürünü parça parça müdahalelerle değil, bütüncül bir sistem olarak ele alma gereğini göstermektedir. Değerler, liderlik, iklim, kaynaklar, süreçler ve başarı odaklılık birbirini besleyen ve birlikte işleyen boyutlar olarak görünmektedir. Bu nedenle örgütlerin yalnızca tek bir alana (örneğin yalnızca liderlik eğitimine veya yalnızca maddi kaynaklara) yatırım yapmak yerine; iklimi kolaylaştırıcı kılan liderlik davranışları, süreç tasarımları ve kaynak tahsisini birlikte yöneten bütüncül bir dönüşüm perspektifi benimsemeleri daha etkili olacaktır. Yöneticiler açısından bu bütüncül yaklaşım, yenilikçi davranışı “bireysel performans beklentisi” olmaktan çıkarıp; çalışanların güvenle fikir üretebildiği, denemeler yapabildiği ve sonuçların öğrenmeye dönüştürülebildiği sürdürülebilir bir örgütsel işleyişe dönüştürme olanağı sunmaktadır.

Tüm bu katkılar bir arada değerlendirildiğinde, çalışma; yaratıcı öz yeterlilik ve inovasyon kültürü ilişkisini Türkiye bağlamında ayrıntılı bir şekilde inceleyerek hem kuramsal tartışmalara hem de örgütsel uygulamalara yönelik zengin bir çerçeve sunmaktadır.

SONUÇ

Bu araştırmanın temel amacı, çalışanların yaratıcı öz yeterlilik düzeylerinin yenilikçi iş davranışları üzerindeki etkisini ortaya koymak ve örgütlerde inovasyon kültürünün alt boyutlarının (inovasyonu destekleyen örgütsel değerler, inovasyona yönelik lider davranışları, inovatif çalışma iklimi, inovasyonu destekleyen örgütsel kaynaklar, inovasyonu destekleyen örgüt içi süreçler ve inovasyonu destekleyen örgütsel başarı) bu ilişkideki rolünü incelemektir. Çalışma, Türkiye'de bilgi teknolojileri ve ilişkili alanlarda faaliyet gösteren kamu ve özel sektör kuruluşlarında görev yapan 249 çalışandan elde edilen veriler üzerinden yürütülmüş; ölçeklerin geçerlilik ve güvenilirliği doğrulayıcı faktör analizleri ve iç tutarlılık katsayıları ile test edilmiştir.

Elde edilen bulgular, yaratıcı öz yeterliliğin yenilikçi iş davranışının önemli ve anlamlı bir yordayıcısı olduğunu ortaya koymaktadır. Hem PROCESS analizi hem de AMOS ile kurulan yapısal eşitlik modeli sonuçları, yaratıcı öz yeterlilik düzeyi yükseldikçe çalışanların yenilikçi iş davranışlarının da arttığını göstermiştir. Bu durum, çalışanların kendi yaratıcı kapasitelerine ve problem çözme becerilerine duydukları güvenin, yeni fikir üretme, bu fikirleri araştırma ve geliştirme, örgüt içinde savunma ve uygulama süreçlerine aktif katılımlarını desteklediği yönündeki kuramsal beklentilerle tutarlıdır.

Diğer taraftan, inovasyon kültürünün alt boyutlarının hem yaratıcı öz yeterlilikle hem de yenilikçi iş davranışıyla orta-yüksek düzeyde pozitif ilişkiler içinde olduğu bulunmuştur. İnovasyonu destekleyen örgütsel değerler, destekleyici ve vizyoner liderlik, risk almayı ve denemeyi teşvik eden inovatif çalışma iklimi, yeterli kaynak tahsisi, esnek ve öğrenmeye imkân tanıyan örgüt içi süreçler ile inovasyon odaklı örgütsel başarı anlayışının, çalışanların yenilikçi iş davranışlarıyla anlamlı biçimde ilişkili olduğu görülmektedir. Bu bulgu, örgüt düzeyinde inovasyonu destekleyen iklim ve uygulamaların yenilikçi davranış için elverişli bir zemin yarattığını göstermektedir.

Ancak, çalışmada test edilen modellerde inovasyon kültürünün alt boyutlarının yaratıcı öz yeterlilik ile yenilikçi iş davranışı arasındaki ilişki üzerinde düzenleyici (moderasyon) bir etkisinin bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır. PROCESS analizlerinde yaratıcı öz yeterlilik × inovasyon kültürü boyutu etkileşim terimleri istatistiksel olarak anlamlı çıkmamış; AMOS modeli de bu bulguyu destekler nitelikte olmuştur. Başka bir ifadeyle,

inovasyon kültürü bileşenleri yaratıcı öz yeterlilik – yenilikçi iş davranışı ilişkisinin gücünü anlamlı biçimde artırmamakta veya azaltmamaktadır. Buna rağmen, bu boyutlar yenilikçi iş davranışı üzerinde doğrudan ve güçlü etkiler göstermekte; özellikle inovatif çalışma iklimi ve inovasyonu destekleyen örgüt içi süreçler, yapısal modelde öne çıkan belirleyici faktörler olarak dikkat çekmektedir.

Bu sonuç, inovasyon kültürü bileşenlerinin, beklenenin aksine, bireysel yaratıcı öz yeterliliği "*güçlendiren ya da zayıflatan bir koşul*" olarak değil, tüm çalışanlar için ortak bir destekleyici zemin sunan genel örgütsel faktörler olarak işlediğine işaret etmektedir. Başka bir deyişle, çalışanların yenilikçi iş davranışı sergilemesinde hem bireysel (yaratıcı öz yeterlilik) hem de örgütsel (inovasyon kültürü) unsurlar önemlidir; ancak bu iki düzey bu çalışmanın bulguları çerçevesinde, birbirinin etkisini anlamlı ölçüde değiştiren değil, yan yana ve birbirini tamamlayıcı biçimde işleyen yapılardır.

Araştırmanın sonuçları uygulama açısından değerlendirildiğinde, yöneticiler ve insan kaynakları birimleri için iki temel vurgu öne çıkmaktadır. İlk olarak, çalışanların yaratıcı öz yeterliliklerini güçlendirmeye yönelik eğitim, gelişim ve geri bildirim uygulamaları, yenilikçi iş davranışını artırmada önemli bir araçtır. İkinci olarak, yeniliği destekleyen örgütsel iklim ve süreçlerin oluşturulması; risk almaya belirli sınırlar içinde tolerans gösteren, hatalardan öğrenmeyi teşvik eden, bilgi paylaşımını kolaylaştıran ve yenilikçi fikirleri somut projelere dönüştürebilecek kaynak ve süreçleri sağlayan bir yapı kurulması gerekmektedir.

Sonuç olarak, bu tez çalışması, yaratıcı öz yeterlilik ile yenilikçi iş davranışı ilişkisinin inovasyon kültürü boyutları çerçevesinde Türkiye'deki bilgi teknolojileri odaklı çalışanlar üzerinde kapsamlı biçimde incelenmesini sağlamış; bireysel ve örgütsel düzeydeki değişkenlerin birlikte ele alındığı bütüncül bir bakış açısı sunmuştur. Bulgular hem kuramsal tartışmalara hem de örgütsel uygulamalara ışık tutacak nitelikte olup ileride yapılacak araştırmalara ve yönetsel kararlara rehberlik edebilecek sonuçlar ortaya koymaktadır.

KAYNAKÇA

Abdul-Halim, H. vd. (2019). Innovation culture in SME's: the importance of organizational culture, organizational learning and market orientation. *Entrepreneurship Research Journal*, 9(3),1–14. doi: 10.1515/erj-2017-0014

Abdullah, N. H., Wahab, E., Shamsuddin, A. (2019). Creative self-efficacy, innovative work behaviour and job performance among selected manufacturing employees. *The Journal of Social Sciences Research, 5*(2), 291–297.

Afsar, B., Badir, Y. F., Bin Saeed, B. (2014). Transformational leadership and innovative work behavior. *Industrial Management & Data Systems*, 114(8), 1270-1300.

Aguinis, H., Beaty, J. C., Boik, R. J., & Pierce, C. A. (2005). Effect size and power in assessing moderating effects of categorical variables using multiple regression: A 30-year review. *Journal of Applied Psychology, 90*(1), 94–107. https://doi.org/10.1037/0021-9010.90.1.94

Aiken, L. S., West, S. G., Reno, R. R. (1991). *Multiple regression: Testing and interpreting interactions*. Sage.

Aiman-Smith, L. vd. (2005). Assessing your organization's potential for value innovation. *Research Technology Management*, 48(2), 37–42. doi: 10.1080/08956308.2005.11657303.

Akbulut, F. N., Yiğit, İ. (2025). Örgütsel desteğin yenilikçi iş davranışına etkisinde psikolojik güçlendirmenin düzenleyici rolü: Sağlık sektöründe çalışanlar üzerine bir araştırma. *Bilgi Ekonomisi ve İşletme Araştırmaları Dergisi, 6*(2), 128–149. https://doi.org/10.70754/biibfd.1740693

Akdede, S. H., Turan, A. H. (2008). Bilişim sistemlerinin KOBİ'lerin performansına etkileri: Kaynak temelli yaklaşım ile Denizli ilinde ampirik bir uygulama. *Ankara Üniversitesi SBF Dergisi*, 63(04), 1-28. https://doi.org/10.1501/SBFder_0000002077

Akgün, A. E., Keskin, H., Byrne, J. C. (2010). Procedural justice climate in new product development teams: Antecedents and consequences. *Journal of Product Innovation Management*, 27(7), 1096–1111. doi: 10.1111/j.1540-5885.2010.00773.x.

Akıncı Vural, B. (2018). Kurum Kültürü. İstanbul: İletişim Yayınları.

Akkaş, E., Güngör, Ş. (2022). Koramaz Vadisi'nin kültür turizmi açısından değerlendirilmesi. Kültürel Miras Araştırmaları Dergisi, 3(2), 56-64.

Alayoğlu, A. H. (2019). Yenilik iklimi, yaratıcı öz yeterlilik ve değişime açıklık ilişkisi. Yüksek Lisans Tezi. Marmara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Al-Khatib, A. W. vd. (2021). Conservative culture, innovative culture, and innovative performance: a multi-group analysis of the moderating role of the job type. International Journal of Innovation Science, 14(3), 675–692. doi: 10.1108/IJIS-10-2020-0224.

Al-Taie, M., Khattak, M. N. (2024). The impact of perceived organizational support and human resources practices on innovative work behavior: Does gender matter? Front. Psychol. 15:1401916. doi: 10.3389/fpsyg.2024.1401916

Amabile, T. M. (1983). The social psychology of creativity: A componential conceptualization. *Journal of Personality and Social Psychology*, *45*(2), 357–376. https://doi.org/10.1037/0022-3514.45.2.357

Amabile, T. M. (1988). A model of creativity and innovation in organizations. B. M. Staw & L. L. Cummings (Ed.), *Research in organizational behavior*, (pp. 123–167) içinde.

Amabile, T. M. (1996). *Creativity in context: Update to the social psychology of creativity. Boulder*, CO: Westview Press.

Amabile, T. M. (1998). How to kill creativity. *Harvard Business Review*, 76(5), 76–87.

Amabile, T. M. (2012). *Componential Theory of Creativity*. No. 12-096, Harvard Business School.

Amabile, T., Pratt, M. (2016). The dynamic componential model of creativity and innovation in organizations: Making progress, making meaning. *Research in Organizational Behavior*, 36, 157-183. https://doi.org/10.1016/j.riob.2016.10.001

Anderson, N.R., de Dreu, C.K.W., Nijstad, B.A. (2004). The routinization of innovation research: A constructively critical review of the state-of-the-science. *Journal of Organizational Behavior*, 25, 147-174. http://dx.doi.org/10.1002/job.236

Argyris, C., Schon, D. (1978). *Organizational learning: A theory of action perspective*. Reading, MA: Addison-Wesley.

Arifin, A. H., Fitriyani, F., Matriadi, F., Nurainun, N. (2024). The influence of creative self-efficacy on employee performance through innovative work behavior as mediating and digital literacy as moderating. *International Journal of Social Science and Human Research*, *7*(1), 26–33. https://doi.org/10.47191/ijsshr/v7-i01-04

Armitage, C.J., Connor, M. (2001). Efficacy of the theory of planned behavior: A meta-analytic review. *British Journal of Social Psychology*, 40, 471-499. https://doi.org/10.1348/014466601164939

Arofah, R. U., Fauziridwan, M., Widyaningtyas, D., Danis, R. R. (2024). The impact of thriving at work and creative self-efficacy toward innovative work behavior in start-up. In *Proceedings of the 4th International Conference on Business, Accounting, and Economics (ICBAE 2024)*, Purwokerto, Indonesia. https://doi.org/10.4108/eai.14-8-2024.2351641

Arslan, M. (2012). *İş ve Meslek Ahlakı Dünya ve Türkiye Örnekleri.* Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Aryee, S., Walumbwa, F. O., Zhou, Q., Hartnell, C. A. (2012). Transformational leadership, innovative behavior, and task performance: Test of mediation and moderation processes. *Human Performance*, 25(1), 1-25.

Ashford S., Edmunds J., French D. P. (2010). What is the best way to change self-efficacy to promote lifestyle and recreational physical activity? A systematic review with

meta-analysis. *Br J Health Psychol*. 15(2), 265-288. https://doi.org/10.1348/135910709X461752.

Aslan, M., Doğan, S. (2020). Dışsal motivasyon, içsel motivasyon ve performans etkileşimine kuramsal bir bakış. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi,* 11(26), 291-301. https://doi.org/10.21076/vizyoner.638479

Atabek, O. (2020). Adaptation of creative self-efficacy scale into Turkish language. *World Journal on Educational Technology: Current Issues*, 12(2), 84–97.

Baer, M., Oldham, G. R. (2006). The curvilinear relation between experienced creative time pressure and creativity: Moderating effects of openness to experience and support for creativity. *Journal of Applied Psychology*, 91(4), 963–970. https://doi.org/10.1037/0021-9010.91.4.963

Bal, Y. (2010). Rekabet avantajı yaratmada kaynak temelli yaklaşım bağlamında insan kaynaklarının rolü. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi,* 10(20), 267-278.

Balková, M., Lejsková, P., Ližbetinová, L. (2022). The values supporting the creativity of employees. *Frontiers in Psychology*, *12*, 805153. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2021.805153

Bandura, A. (1977). Self-efficacy: Toward a unifying theory of behavioral change. *Psychological Review*, *84*(2), 191–215. https://doi.org/10.1037/0033-295X.84.2.191

Bandura, A. (1986). *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory*, Englewood Gliffs, NJ: Prentice-Hall.

Bandura, A. (1997). *Self-efficacy: The exercise of control.* W H Freeman/Times Books/ Henry Holt & Co.

Bandura, A. (2003). Social cognitive theory for personal and social change by enabling media. A. Singhal, M. J. Cody, E. M. Rogers, M. Sabido (Ed.), *Entertainment-education and social change* (pp. 97–118) içinde. Routledge. https://doi.org/10.4324/9781410609595-11

Bandura, A. (2012). On the functional properties of perceived self-efficacy revisited [Editorial]. *Journal of Management, 38*(1), 9–44. https://doi.org/10.1177/0149206311410606

Barney, J. B. (1991). Firm resources and sustained competitive advantage. *Journal of Management*, 17, 99-120. https://doi.org/10.1177/014920639101700108

Barron, F. (1995). *No rootless flower: An ecology of creativity.* Cresskill, NJ: Hampton Press.

Basadur, M. (1994). Managing the creative process in organizations. M. Runco (Ed.), *Problem finding, problem solving and creativity. (Creativity research series)* (pp. 237-268) içinde. Norwood, NJ: Ablex Publishing Corp.

Basadur, M., Gelade, G., Basadur, T. (2014). Creative problem-solving process styles, cognitive work demands, and organizational adaptability. *Journal of Applied Behavioral Science,* 50(1), 80–115. https://doi.org/10.1177/0021886313508433

Bass, B. M. (1990). From transactional to transformational leadership: Learning to share the vision. *Organizational Dynamics*, *18*(3), 19–31. https://doi.org/10.1016/0090-2616(90)90061-S

Beghetto, R. A. (2007). Ideational code-switching: Walking the talk about supporting student creativity in the classroom. *Roeper Review*, 29, 265–270. https://doi.org/10.1080/02783190709554421.

Beghetto, R. A., Kaufman, J. C. (2007). Toward a broader conception of creativity: A case for “mini-c” creativity. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, *1*(2), 73–79. https://doi.org/10.1037/1931-3896.1.2.73

Beghetto, R. A. (2021). Creative learning in education. M. L. Kern ve M. L. Wehmeyer (Ed.), *The Palgrave handbook of positive education* (pp. 473–491) içinde. Palgrave Macmillan/Springer Nature. https://doi.org/10.1007/978-3-030-64537-3_19

Bekdaş, M., Günay, G. Y. (2021). Turizm işletmelerindeki yöneticilerin bilge liderlik, yaratıcı öz yeterlilik ve yaratıcı problem çözme becerileri arasındaki ilişki: Edirne ili örneği. *Uluslararası Global Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5(2), 94-113.

Bican, P. M., Brem, A. (2020). Managing innovation performance: Results from an industry-spanning explorative study on R&D key measures. *Creativity and Innovation Management*, 29(2), 268–291. doi: 10.1111/caim.12370

Boden, M. (2004). *The creative mind: myths and mechanisms*. New York: Routledge.

Boerner, S., Eisenbeiss, S. A., Griesser, D. (2007). Follower behavior and organizational performance: The impact of transformational leaders. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 13(3), 15-26. https://doi.org/10.1177/10717919070130030201

Bogilović, S., Bortoluzzi, G., Černe, M., Ghasemzadeh, K., Žnidaršič, J. (2021). Diversity, climate and innovative work behavior. *European Journal of Innovation Management*, *24*(5), 1502–1524.

Bousinakis, D., & Halkos, G. (2021). Creativity as the hidden development factor for organizations and employees. *Economic Analysis and Policy*, 71, 645-659. https://doi.org/10.1016/j.eap.2021.07.003

Bozdoğan, S. C. (2023). The mediating role of creative self-efficacy in the relationship between knowledge sharing behavior and employee ınnovation behavior: A study in the recycling industry. *Bingöl Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(1), 137-153. https://doi.org/10.33399/biibfad.1212900

Brenner, T., Broekel, T. (2011) Methodological issues in measuring innovation performance of spatial units, *Industry and Innovation*, 18(1), 7–37. doi: 10.1080/13662716.2010.528927.

Brettel, M., Cleven, N. J. (2011). Innovation culture, collaboration with external partners and NPD performance. *Creativity and Innovation Management*, 20(4), 253–272. doi: 10.1111/j.1467-8691.2011.00617.x.

Burns, J. M. (1978). *Leadership*. New York: Harper & Row.

Büschgens, T., Bausch, A. and Balkin, D. B. (2013) 'Organizational culture and innovation: A meta-analytic review'. *Journal of Product Innovation Management*, 30(4), 763–781. doi: 10.1111/jpim.12021.

Calantone, R. J., Cavusgil, S. T., Zhao, Y. (2002). Learning orientation, firm innovation capability, and firm performance. *Industrial Marketing Management*, 31, 515-524. https://doi.org/10.1016/S0019-8501(01)00203-6

Cameron, K. S., ve Quinn, P. E. (2006). *Diagnosing and changing organizational culture: Based on the competing values framework.* Josey Bass, San Francisco.

Carmeli, A., Schaubroeck, J. (2007). The influence of leaders' and other referents' normative expectations on individual involvement in creative work. *The Leadership Quarterly, 18*(1), 35–48. https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2006.11.001

Carmeli, A., Reiter-Palmon, R., Ziv, E. (2010). Inclusive leadership and employee involvement in creative tasks in the workplace: The mediating role of psychological safety. *Creativity Research Journal, 22*(3), 250–260. https://doi.org/10.1080/10400419.2010.504654

Chen, W. J. (2011). Innovation in hotel services: Culture and personality. *International Journal of Hospitality Management*, 30(1), 64–72. doi: 10.1016/j.ijhm.2010.07.006

Chen, Y. (2024). Teacher autonomy, creative self-efficacy, and innovative behavior: Perspectives from Chinese university EFL teachers. *Arab World English Journal, 15*(2), 73–86. https://doi.org/10.24093/awej/vol15no2.5

Choi, S. B., Kihwan, K., Ebrahim-Ullah, S. M., Kang, S.-W. (2016). How transformational leadership facilitates innovative behavior of Korean workers: Examining mediating and moderating processes. *Personnel Review*, 45(3), 459-479.

Cohen, J. (1988). *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences* (2nd ed.). Hillsdale, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Cohen, J. (1992). A power primer. *Psychological Bulletin*, 112(1), 155–159.

Cooper, R., Kleinschmidt, E. (1995). Benchmarking the firm's critical success factors in new product development. *Journal of Product Innovation Management: An International Publication of the Product Development & Management Association*, 12(5), 374–391.

Csikszentmihalyi, M. (1997). *Creativity: Flow and The Psychology of Discovery and Invention*. HarperCollins Publishers.

Çimen, İ., Yücel, C. (2017). Yenilikçi davranış ölçeği (YDÖ): Türk kültürüne uyarlama çalışması. *Cumhuriyet Uluslararası Eğitim Dergisi*, 6(3), 365–381.

Çubukcu, A., Karaboğa, K., Ayaz, H. İ. (2023). Measuring innovation culture: A validation study of the innovation quotient model and a research on a defense industry firm in Turkey. *Journal of Entrepreneurship and Innovation Management*, 12(2), 33-58.

Damanpour, F. (1991). Organizational innovation: A meta-analysis of effects of determinants and moderators. *Academy of Management Journal*, *34*(3), 555–590. https://doi.org/10.2307/256406

Dane, E. (2010). Reconsidering the trade-off between expertise and flexibility: A cognitive entrenchment perspective. *The Academy of Management Review*, 35(4), 579–603. https://doi.org/10.5465/AMR.2010.53502832

Danks, S., Rao, J., Allen, J. M. (2017). Measuring culture of innovation: a validation study of the innovation quotient instrument. *Performance Improvement Quarterly*, 29(4), 427–454. doi: 10.1002/piq

Deckert, C. (2016). On the originality–effectiveness duality of creativity: tensions concerning the components of creativity. *Business Creativity and Creative Economy*, 2(1), 70–82.

De Bono, E. (2015). *Lateral thinking: Creativity step by step*. New York, NY: Harper.

De Jong, J., Den Hartog, D. N. (2007). How leaders influence employees' innovative behavior. *European Journal of Innovation Management*, 10, 41-64. https://doi.org/10.1108/14601060710720546

De Jong, J., Den Hartog, D. N. (2010). Measuring innovative work behaviour. *Creativity and Innovation Management*, 19(1), 23-35. https://doi.org/10.1111/J.1467-8691.2010.00547.X

Dewantara, D., Asmony, T., Nurmayanti, S. (2023). The effect of organizational climate on innovative work behaviour with organizational learning behaviour as an intervening variable in employees of the West Nusa Tenggara Provincial Industry Office. *International Journal of Multicultural and Multireligious Understanding, 10*(5), 459–470.

Dinçer, Ö. (1991). *Stratejik Yönetim ve İşletme Politikası*. İstanbul: Timaş Yayınevi.

Dobni, C. B. (2008). Measuring innovation culture in organizations: The development of a generalized innovation culture construct using exploratory factor analysis. *European Journal of Innovation Management* 11(4), 539–559. doi: 10.1108/14601060810911156.

Dombrowski, C. vd. (2007). Elements of innovative cultures. *Knowledge and Process Management*, 14(3), 190–202. doi: 10.1002/kpm.279.

Dweck, C. S. (2006). *Mindset: The new psychology of success.* Random House.

Dweck, C. S. (2015). Growth [Editorial]. *British Journal of Educational Psychology*, 85(2), 242–245. https://doi.org/10.1111/bjep.12072

Dweck, C. S., Yeager, D. S. (2019). Mindsets: A view from two eras. *Perspectives on Psychological Science*, 14(3), 481–496. https://doi.org/10.1177/1745691618804166

Duncker, K. (1945). On problem-solving (L. S. Lees, Trans.). *Psychological Monographs*, 58(5), 1–113. https://doi.org/10.1037/h0093599

Edmondson, A. (1999). Psychological safety and learning behavior in work teams. *Administrative Science Quarterly*, 44(2), 350–383. https://doi.org/10.2307/2666999

Eisenberger, R., Shanock, L. (2003). Rewards, Intrinsic Motivation, and Creativity: A Case Study of Conceptual and Methodological Isolation. *Creativity Research Journal*, *15*(2-3), 121–130. https://doi.org/10.1207/S15326934CRJ152&3_02

Farmer, S. M., Tierney, P. (2017). Considering creative self-efficacy: Its current state and ideas for future inquiry. M. Karwowski, J. C. Kaufman (Ed.), *The creative self: Effect of beliefs, self-efficacy, mindset, and identity* (pp. 23–47) içinde. https://doi.org/10.1016/B978-0-12-809790-8.00002-9

Field, A. P. (2009). *Discovering Statistics Using SPSS* (3 Baskı). London: Sage.

Finke, R. A., Ward, T. B., Smith, S. M. (1996). *Creative cognition: Theory, research, and applications*. Cambridge, MA: Bradford Books. https://doi.org/10.7551/mitpress/7722.001.0001

Frank, A. G. vd. (2016). The effect of innovation activities on innovation outputs in the Brazilian industry: Market-orientation vs. technology-acquisition strategies. *Research Policy*, 45(3), 577–592. doi: 10.1016/j.respol.2015.11.011.

Frensch, P. A., Sternberg, R. J. (1989). Expertise and intelligent thinking: When is it worse to know better? R. J. Sternberg (Ed.), *Advances in the psychology of human intelligence*, Vol. 5, (pp. 157–188) içinde.

Gabora, L., Kaufman, S. B. (2010). Evolutionary approaches to creativity. J. C. Kaufman, R. J. Sternberg (Ed.), *The Cambridge handbook of creativity* (pp. 279–300) içinde. Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/CBO9780511763205.018

Gelaidan, H. M., Al-Swidi, A. K., Al-Hakimi, M. A. (2023). Servant and authentic leadership as drivers of innovative work behaviour: The moderating role of

creative self-efficacy. *European Journal of Innovation Management, 27*(6), 1938–1966. https://doi.org/10.1108/EJIM-07-2022-0382

Ghasemzadeh, P. vd. (2019). Moderating role of innovation culture in the relationship between organizational learning and innovation performance. *Learning Organization*, 26(3), 289–303. doi: 10.1108/TLO-08-2018-0139.

Gibson, J. J. (1986). *The ecological approach to visual perception*. Mahwah, NJ: Lawrence Erlbaum Associates.

Gist, M. E., Mitchell, T. R. (1992). Self-efficacy: A theoretical analysis of its determinants and malleability. *The Academy of Management Review*, 17(2), 183–211. https://doi.org/10.2307/258770

Glaveanu, V. (2013). Rewriting the language of creativity: The 5A's framework. *Review of General Psychology*, 17, 69–81. https://doi.org/10.1037/a0029528

Glisson, C. (2015). The role of organizational culture and climate in innovation and effectiveness. *Human Service Organizations: Management, Leadership & Governance*, 39(4), 245-250. doi: 10.1080/23303131.2015.1087770

Gloet, M., Terziovski, M. (2004). Exploring the relationship between knowledge management practices and innovation performance. *Journal of Manufacturing Technology Management*, 15, 402-409. http://dx.doi.org/10.1108/17410380410540390

Godin, G., Kok, G. (1996). The theory of planned behavior: A review of its applications to health-related behaviors. *American Journal of Health Promotion,* 11(2), 87–98. https://doi.org/10.4278/0890-1171-11.2.87

Gong, T., Yi, Y. (2013). Customer value co-creation behavior: scale development and validation. *Journal of Business Research*, 66, 1279-1284. https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2012.02.026

Gong, Y., Kim, T.-Y., Lee, D.-R., Zhu, J. (2013). A multilevel model of team goal orientation, information exchange, and creativity. *Academy of Management Journal*, 56(3), 827–851. https://doi.org/10.5465/amj.2011.0177

Gözüm, S., Bağ, B. (1998). Etkin sağlık eğitiminde sosyal bilişsel öğrenme kuramının kullanımı. *Atatürk Üniversitesi Hemşirelik Yüksekokulu Dergisi*, 1(2), 32-43.

Guilford, J. P. (1950). Creativity. *American Psychologist*, 5(9), 444–454. https://doi.org/10.1037/h0063487

Guilford, J. P. (1967). *The Nature of Human Intelligence*. New York, NY: McGraw-Hill Book Company.

Güvenç, B. (2002). *İnsan ve Kültür.* İstanbul: Remzi Kitabevi.

Gwaltney, C. J., Metrik J., Kahler C. W., Shiffman S. (2009). Self-efficacy and smoking cessation: a meta-analysis. *Psychol Addict Behav.*, 23(1), 56-66. https://doi.org/10.1037/a0013529

Haile, E. A., Tüzüner, V. L. (2022). Organizational learning capability and its impact on organizational innovation. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 16(1), 69-85. https://doi.org/10.1108/APJIE-03-2022-0015

Hameli, K., Vehapi, A., Tafili, E. (2025). Fostering innovative work behavior: The role of organizational support and employee self-efficacy. *Corporate Communications: An International Journal*. Advance online publication. DOI:10.1108/CCIJ-09-2024-0166

Hamill, S. K. (2003). Resilience and self-efficacy: The importance of efficacy beliefs and coping mechanisms in resilient adolescents. *Colgate University Journal of the Sciences*, 35, 115-146.

Hanifah, H., Abdul Halim, H., Ahmad, N. H., & Vafaei-Zadeh, A. (2019). Emanating the key factors of innovation performance: leveraging on the innovation culture among SMEs in Malaysia. *Journal of Asia Business Studies*, 13(4), 559–587. doi: 10.1108/JABS-04-2018-0130.

Harkema, S. (2003). A complex adaptive perspective on learning within innovation projects. *The Learning Organization*, 10(6), 340-346. 10.1108/09696470310497177

Hasırcı, I., Örücü, E., Yıldız, R. Ö. (2024). Effects of creative self-efficacy and green shared vision on green innovative behavior tendencies: a research on the logistics industry. *Fiscaoeconomia*, 8(3), 1100-1122. https://doi.org/10.25295/fsecon.1454350

Hayes, A. F. (2022). *Introduction to mediation, moderation, and conditional process analysis: A regression-based approach* (2nd Ed.). The Guilford Press.

Herzog, P., Leker, J. (2010) Open and closed innovation - Different innovation cultures for different strategies. *International Journal of Technology Management*, 52(3–4), 322–343. doi: 10.1504/IJTM.2010.035979

Hofstede, G. (1989). Organising for culturel diversity. *European Management Journal*, 7(4), 390-397.

Hofstede, G. (2001). *Culture's Consequences: Comparing values, behaviours, instituions and organizations across nations.* SAGE publications.

Houghton, J. D., DiLiello, T. C. (2010). Leadership development: The key to unlocking individual creativity in organizations. *Leadership & Organization Development Journal*, 31(3), 230–245. https://doi.org/10.1108/01437731011039343

Hysong, S., Quinones M. (1997). The Relationship Between Self-Efficacy and Performance: A Meta-Analysis. *Paper presented at the 12th Annual Conference of the Society for Industrial and Organizational Psychology* 10.13140/2.1.1453.8880

Ijaz, S., Nawaz, S. (2022). Impact of organizational support on employee creativity and innovative work behavior: Mediation of employee creativity. *Pakistan Social Sciences Rewiev*, 6(4), 41-51. http://doi.org/10.35484/pssr.2022(6-IV)05

Imran, R., Anis-ul-Haque, M. (2011). Mediating effect of organizational climate between transformational leadership and innovative work behaviour. *Pakistan Journal of Psychological Research,* 26(2), 183-199.

Jaiswal, N. K., Dhar, R. L. (2015). Transformational leadership, innovation climate, creative self-efficacy and employee creativity: A multilevel study. *International Journal of Hospitality Management,* 51, 30–41. https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.07.002

Janger, J., Schubert, T., Andries, P., Rammer, C., & Hoskens, M. (2017). The EU 2020 innovation indicator: A step forward in measuring innovation outputs and outcomes?. *Research Policy*, 46(1), 30–42. doi: 10.1016/j. respol.2016.10.001

Janis, I. L. (1972). *Victims of groupthink: A psychological study of foreign-policy decisions and fiascoes.* Houghton Mifflin.

Janssen, O. (2000). Job demands, perceptions of effort-reward fairness, and innovative work behavior. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 73(3), 287-302. https://doi.org/10.1348/096317900167038

Janssen, O. (2004). How fairness perceptions make innovative behavior more or less stressful. *Journal of Organizational Behavior,* 25(2), 201–215. https://doi.org/10.1002/job.238

Jensen, C. B., Markussen, R. (2007). The unbearable lightness of organizational learning theory: organizations, information technologies, and complexities of learning in theory and practice. *Learning Inquiry*, 1(3), 203-218. DOI 10.1007/s11519-007-0023-z

Jiménez-Jiménez, D., Sanz-Valle, R. (2005). Innovation and human resource management fit: An empirical study. *International Journal of Manpower*, 26(4), 364-381. https://doi.org/10.1108/01437720510609555

Jin, Z., Navare, J., Lynch, R. (2019). The relationship between innovation culture and innovation outcomes: exploring the effects of sustainability orientation and firm size, *R and D Management.* 49(4), 607–623. doi: 10.1111/radm.12351.

Jo, Y., Hong A. J. (2022). Impact of agile learning on innovative behavior: a moderated mediation model of employee engagement and perceived organizational support. *Frontiers in Psychology,* 13, 900830. doi: 10.3389/fpsyg.2022.900830

Jun, K., Lee, J. (2023). Transformational leadership and followers' innovative behavior: Roles of commitment to change and organizational support for creativity. *Behavioral Sciences*, 13(4), 320. https://doi.org/10.3390/bs13040320

Jung, D. (D.), Wu, A., Chow, C. W. (2008). Towards understanding the direct and indirect effects of CEOs' transformational leadership on firm innovation. *The Leadership Quarterly,* 19(5), 582–594. https://doi.org/10.1016/j.leaqua.2008.07.007

Kalı Soyer, M., Boyalı, C. (2022). Yaratıcı özellik motivasyon ölçeğinin Türkçe'ye uyarlanması: Geçerlik ve güvenirlik çalışması. *Akademik Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 10(127), 424-442. http://dx.doi.org/10.29228/ASOS.57853

Kanter, R. M. (1983). Frontiers for strategic human resource planning and management. *Human Resource Management*, 22, 9-21. https://doi.org/10.1002/hrm.3930220104

Kanter, R. M. (1988). When a thousand flowers bloom: Structural, collective and social conditions for innovation in organization. *Research in Organizational Behavior,* 10, 169-211.

Karamanlıoğlu, A. U., İncekara, I., Başar, U. (2024). Yenilikçi iş davranışı ve yaratıcı öz yeterlilik ilişkisinde üst bilişsel farkındalığın rolü: Nitel bir araştırma. *32. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, Giresun.

Karcıoğlu, F. (2001). Örgüt kültürü ve örgüt iklimi ilişkisi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 15 (1-2), 265-283.

Karwowski, M. (2011). It doesn't hurt to ask…But sometimes it hurts to believe: Polish students' creative self-efficacy and its predictors. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 5(2), 154–164. https://doi.org/10.1037/a0021427

Kaufman, J. C., Beghetto, R. A. (2009). Beyond big and little: The four C model of creativity. *Review of General Psychology*, 13, 1–12. https://doi.org/10.1037/a0013688

Kaufman, J. C., Sternberg, R. J. (2019). *Cambridge handbook of creativity.* New York, NY: Cambridge University Press. https://doi.org/10.1017/9781316979839

Katilius-Braun, Dalia E. (1974). Effects of evaluation on creative production. Student Work. 126.

King, N., Anderson, N. R. (1991). Managing innovation in organizations. *Leadership and Organization Development Journal*, 12(4), 17-21.

Kludacz-Alessandri, M., Hawrysz, L., Zak, K., & Zhang, W. (2025). The impact of digital transformational leadership on digital intensity among primary healthcare entities: a moderated mediation model. BMC Health Services Research, 25(1), 117. 10.1186/s12913-025-12283-x

Kondra, A. Z., Hurst, D. C. (2009) Institutional processes of organizational culture. *Culture and Organization*, (15)1, 39-58. https://doi.org/10.1080/14759550802709541

Kratzer, J., Meissner, D., Roud, V. (2017). Open innovation and company culture: Internal openness makes the difference. *Technological Forecasting and Social Change*, 119, 128–138. doi: 10.1016/j.techfore.2017.03.022.

Kremer, H., Villamor, I., Aguinis, H. (2018). Innovation leadership: Best-practice recommendations for promoting employee creativity, voice, and knowledge sharing. *Business Horizons*, 62(1), 65-74. https://doi.org/10.1016/j.bushor.2018.08.010

Krishnan, V. R. (2005). Leader-member exchange, transformational leadership, and value system. *EJBO-Electronic Journal of Business Ethics and Organization Studies*, 10(1), 14-21.

Lee, A., Legood, A., Hughes, D., Tian, A. W., Newman, A., Knight, C. (2020). Leadership, creativity and innovation: A meta-analytic review. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 29(1), 1–35. https://doi.org/10.1080/1359432X.2019.1661837

Lee, H. K., (2020). Making creative industries policy in the real world: Differing configuration of the culture-market-state nexus in the UK and South Korea. *International Journal of Cultural Policy*, 24(4), 544–560. 10.1080/10286632.2019.1577401

Lendel, V., Varmus, M. (2011). Creation and implementation of the innovation strategy in the enterprise. *Economics and Management*, 16, 819–826.

Leong, C. T., Rasli, A. (2014). The Relationship between Innovative Work Behavior on Work Role Performance: An Empirical Study. *Procedia - Social and Behavioral Sciences* 129, 592-600. 10.1016/j.sbspro.2014.03.717

Li, M. S., Li J., Li J. M., Liu Z. W., Deng, X. T. (2023). The impact of team learning climate on innovation performance - mediating role of knowledge integration capability. Frontiers in Psychol, 13, 1104073. doi: 10.3389/fpsyg.2022.1104073

Liehr, J., Hauff, S. (2025). Promoting employees' innovative work behavior through innovation-specific leader behavior: An AMO-approach. *Journal of Management & Organization*, 31(1), 215–232. https://doi.org/10.1017/jmo.2024.57

Liu, A., Fellows, R. (2012). Culture and innovation. *Constraction Innovation and Process Improvements*, 63–95. DOI:10.1002/9781118280294.ch4

Locke, E. A., Latham, G. P. (1990). *A theory of goal setting & task performance.* Prentice-Hall, Inc.

Lubart, T. I., & Thornhill-Miller, B. (2019). Creativity: An overview of the 7C's of creative thought. *The psychology of human thought: An introduction*, 277-305. DOI:10.17885/heiup.470.c6678

Ma, L. vd. (2021). How to build employees' relationship capital through different enterprise social media platform use: the moderating role of innovation culture. *Internet Research*, 31(5), 1823–1848. doi: 10.1108/INTR-01-2020-0022

Manafi, M., Subramaniam, I. D. (2015). Relationship between human resources management practices, transformational leadership, and knowledge sharing on innovation in Iranian electronic industry. *Asian Social Science*, 11(10). 10.5539/ass.v11n10p358

Marquis, D.G. (1969). The anatomy of successful innovations. *Innovation*, 1, 28-37.

Martín-de Castro, G., Delgado-Verde, M., Navas-López, J. E., & Cruz-González, J. (2013). The moderating role of innovation culture in the relationship between knowledge assets and product innovation. *Technological Forecasting and Social Change*, 80(2), 351–363. doi: 10.1016/j.techfore.2012.08.012.

Mathisen G. E., Bronnick K. S. (2009). Creative self-efficacy: An intervention study *International Journal of Educational Research*, 48(1), 21–29. doi:10.1016/j.ijer.2009.02.009

Mayer, J. D., Salovey, P. (1997). What is emotional intelligence? P. Salovey & D. J. Sluyter (Ed.), *Emotional Development and emotional intelligence: Educational implications* (pp. 3-31) içinde. New York: Basic Books.

McClelland, G. H., Judd, C. M. (1993). Statistical difficulties of detecting interactions and moderator effects. *Psychological Bulletin*, 114(2), 376–390. https://doi.org/10.1037/0033-2909.114.2.376

Mdhlalose, D. (2024). An examination of employee rewards and work environment on employee creativity and innovation. *SEISENSE Journal of Management*, 7(1), 21-34. https://doi.org/10.33215/rewfe541

Mehta, R., Zhu, M. (2016). Creating when you have less: The impact of resource scarcity on product use creativity. *Journal of Consumer Research, 42*(5), 767–782. https://doi.org/10.1093/jcr/ucv051

Michael, L. H., Hou, S. T., Fan, H. L. (2011). Creative self-efficacy and innovative behavior in a service setting: Optimism as a moderator. *The Journal of Creative Behavior*, 45(4), 258-272. https://doi.org/10.1002/j.2162-6057.2011.tb01430.x

Michaelis, T. L., Aladin, R. and Pollack, J. M. (2018). Innovation culture and the performance of new product launches: A global study. *Journal of Business Venturing Insights*, 9 (February), 116–127. doi: 10.1016/j.jbvi.2018.04.001.

Mittal, S., Dhar, R. L. (2016). Effect of green transformational leadership on green creativity: A study of tourist hotels. *Tourism Management*, 57, 118–127. https://doi.org/10.1016/j.tourman.2016.05.007

Montuori, A. (2011). Beyond postnormal times: The future of creativity and the creativity of the future. *Futures*, 43, 221–227.

Morizzi, C. (2025). Artificial Intelligence and Creativity. *Philosophy Compass*. 20(3), e70030. https://doi.org/10.1111/phc3.70030

Multon, K. D., Brown, S. D., Lent, R. W. (1991). Relation of self-efficacy beliefs to academic outcomes: A meta-analytic investigation. *Journal of Counseling Psychology*, 38, 30-38. 10.1037/0022-0167.38.1.30

Murray, H. A., & McAdams, D. (1938). Explorations in Personality, Oxford University Press. New York.

Nemeth, C. J., Staw, B. M. (1989). The tradeoffs of social control and innovation in groups and organizations. L. Berkowitz (Ed.), *Advances in experimental social psychology*, 22, (pp. 175–210) içinde. https://doi.org/10.1016/S0065-2601(08)60308-1

Nunnally, J. C. (1978). *Psychometric Theory* (2. Baskı). New York: McGraw-Hill.

O'Connor, G. C. (2008). Major innovation as a dynamic capability: A systems approach. *Journal of Product Innovation Management*, 25(4), 313–330. doi: 10.1111/j.1540-5885.2008.00304.x.

Oldham, G. R., Cummings, A. (1996). Employee creativity: Personal and contextual factors at work. *Academy of Management Journal*, 39(3), 607–634. https://doi.org/10.2307/256657

Olmos-Peñuela, J., García-Granero, A., Castro-Martínez, E., D'Este, P. (2017). Strengthening SMEs' innovation culture through collaborations with public research organizations. Do all firms benefit equally?, *European Planning Studies*, 25(11), 2001-2020, 1-20.

Öğüt, A., Tarhan, S. (2022). KOBİ'lerde kurumsallaşmanın firma performansı üzerindeki etkisi. *Necmettin Erbakan Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Dergisi*, 4(2), 157-172.

Özalp, İ., Öcal, H. (2000). Örgütlerde dönüştürücü (transformational) liderlik yaklaşımı. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi,* 3(4), 207-227.

Özay, M. A., Kaymaz, K. (2023). Yenilikçi iş davranışı ve öncülleri üzerine bir araştırma. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 25(1), 275-293. https://doi.org/10.32709/akusosbil.1053063

Özaydın, E., Boyraz, E. (2021). Problem çözme, yaratıcılık, yenilikçilik becerilerinin pazarlama yenilik stratejilerinde örgütsel yenilikçilik aracılığıyla etkisi, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 13 (1), 858-874. https://doi.org/10.20491/isarder.2021.1170

Özden, Y. (2005). *Öğrenme ve öğretme*, Ankara: Pegem A Yayıncılık.

Özkal, F. (2021). Örgüt ikliminin bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisi: Kamu kuruluşlarında bir araştırma. *Sosyal Bilimler Dergisi,* 8(54), 549-563.

Özkan, G. V. (2017). Çalışanların özyeterlilik düzeyinin yaratıcı ve yenilikçi iş davranışlarına etkisi: Farklı sektörlerde faaliyet gösteren örgütler üzerinden karşılaştırmalı bir değerlendirme. *Yaşar Üniversitesi E-Dergisi*, 12(47), 181-191.

Özkan, G. V. (2023). Yaratıcı ve yenilikçi iş davranışlarının ölçümü: Yenilikçi iş davranışları ölçeği'nin türkçe'ye uyarlama çalışması. *Journal of Behavior at Work (JB@W)*, 8(2), 121-137. DOI: https://doi.org/10.25203/idd.1370523.

Pajares, F. (1996). Self-efficacy beliefs in academic settings. *Review of Educational Research*, 66(4), 543–578. https://doi.org/10.2307/1170653

Pajuoja, M., Viitala, R., Henttonen, K. (2025). Supporting innovating employees: how managerial coaching affects four dimensions of innovative work behavior. *Review of Managerial Science*, 19, 2937–2958. https://doi.org/10.1007/s11846-025-00837-6

Pandey, S., Sharma, R. (2009). Organizational factors for exploration and exploitation. [exploration; exploitation; creativity; culture; leadership; reward system.]. *Journal of Technology Management & Innovation*, 4(1), 48-58. 10.4067/S0718-27242009000100005

Pesout, O., Nietfeld, J. L. (2021). How creative am I?: Examining judgments and predictors of creative performance. *Thinking Skills and Creativity*, 40, 1–13. https://doi.org/10.1016/j.tsc.2021.100836

Pieterse, A. N., Van Knippenberg, D., Schippers, M., Stam, D. (2010). Transformational and transactional leadership and innovative behavior: The moderating role of psychological empowerment. *Journal of Organizational Behavior*, 31(4), 609–623. https://doi.org/10.1002/job.650

Ponta, L., Puliga, G., Manzini, R. (2021). A measure of innovation performance: the Innovation Patent Index. *Management Decision*, 59(13), 73–98. doi: 10.1108/MD-05-2020-0545

Putwain, D., Sander, P., Larkin, D. (2013). Academic self-efficacy in study-related skills and behaviours: Relations with learning-related emotions and academic success. *British Journal of Educational Psychology*, 83(4), 633–650. https://doi.org/10.1111/j.2044-8279.2012.02084.x

Ramos, H. (2020). Cognitive fixation and creativity. Carayannis, E.G. (ed.) *Encyclopedia of Creativity, Invention, Innovation and Entrepreneurship* (pp. 319-320) içinde. Springer, Cham. https://doi.org/10.1007/978-3-319-15347-6_200052

Rao, J., Weintraub, J. (2013). How innovative is your company's culture?. *MIT Sloan Management Review,* 54(3), 29–37.

Rhodes, M. (1961). An analysis of creativity. *The Phi Delta Kappan*, 42, 305–310.

Robertson, I.T., Cooper, C.L., Sarkar, M., Curran, T. (2015). Resilience training in the workplace from 2003-2014: A systematic review. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 88, 533-562. https://doi.org/10.1111/joop.12120

Robinson, A. G., Stern, S. (1997). *Corporative creativity: How innovation and improvement actually happen*. San Francisco, CA: Berrett-Koehler Publishers.

Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of innovations* (5th ed.). Free Press.

Rogg, K. L., Schmidf, D. B., Shull, C., Schmitt, N. (2001). Human resource practices, organizational climate, and customer satisfaction. *Journal of Management*, 27(4), 431-449.

Rousseau, D. M., Greller, M. M. (1994). Human resource practices: Administrative contract makers. *Human Resource Management*, 33(3), 385-401.

Runco, M. (2003). Education for creative potential. *Scandinavian Journal of Education*, 47, 317–324. https://doi.org/10.1080/00313830308598

Runco, M. (2004). Creativity. *Annual Review of Psychology*, 55, 657–687. https://doi.org/10.1146/annurev.psych.55.090902.141502

Runco, M., Acar, S. (2012). Divergent thinking as an indicator of creative potential. *Creativity Research Journal*, 24(1), 66–75. https://doi.org/10.1080/10400419.2012.652929

Runco, M., Jaeger, G. J. (2012). The standard definition of creativity. *Creativity Research Journal*, 21, 92–96. http://dx.doi.org/10.1080/10400419.2012.650092

Ruscio, J., Amabile, T. M. (1996). How does creativity happen? N. Colangelo, S. G. Assouline (Ed.), *Talent Development, Vol. III* (pp. 1-25) içinde. Brandeis University; Harvard Business School.

Santos-Vijande, M.L., Álvarez-González, L.I. (2007). Innovativeness and organizational innovation in total quality oriented firms: the moderating role of market turbulence. *Technovation*, 27(9), 514-532. http://dx.doi.org/10.1016/j.technovation.2007.05.014

Sart, G. (2021). Akademisyenlerde yenilikçi iş davranışının örgütsel yaratıcılığa etkisi. *Bilim-Teknoloji-Yenilik Ekosistemi Dergisi*, 2(1), 21-29.

Sattayaraksa, T., Boon-itt, S. (2016). CEO transformational leadership and the new product development process: The mediating roles of organizational learning and innovation culture. *Leadership and Organization Development Journal*, 37(6), 730– 749. doi: 10.1108/LODJ-10-2014-0197

Saunila, M. (2017). Understanding innovation performance measurement in SME's. *Measuring Business Excellence*, 21(1), 1–16. doi: 10.1108/MBE-01-2016-0005

Sawyer, R. K. (2012). *Explaining Creativity: The Science of Human Innovation*, (2nd ed.). Oxford: Oxford University Press.

Scarborough, N. M., Cornwall, J. R. (2019). *Essentials of Entrepreneurship and Small Business Management* (9th ed.). Harlow, England: Pearson Education.

Schein, E. H. (2010). *Organizational Culture and Leadership* (4th ed.). San Francisco, CA: Jossey-Bass.

Schmookler, J. (1957). Inventors past and present. *The Review of Economics and Statistics*, *39*(3), 321–333. https://doi.org/10.2307/1926048

Schneider, B., Bowen, D. E., Ehrhart, M. G., Holcombe, K. M. (2000). The climate for service: Evolution of a construct. M. Ashkanasy, C. P. M. Wilderom, M. F. Peterson (Ed.), *Handbook of organizational culture and climate* (pp. 21–36) içinde. Thousand Oaks, CA: Sage.

Schubert, E. (2021). Creativity is optimal novelty and maximal positive affect: A new definition based on the spreading activation model. *Frontiers in Neuroscience*, 15, 612379. https://doi.org/10.3389/fnins.2021.612379

Schumpeter, J.A. (1934) *The Theory of Economic Development: An Inquiry into Profits, Capital, Credits, Interest, and the Business Cycle*. Transaction Publishers, Piscataway.

Schunk, D. H. (1982). Effects of effort attributional feedback on children's perceived self-efficacy and achievement. *Journal of Educational Psychology*, 74(4), 548–556. https://doi.org/10.1037/0022-0663.74.4.548

Schunk, D. H. (1984). Self-efficacy perspective on achievement behavior. *Educational Psychologist*, 19(1), 48–58. https://doi.org/10.1080/00461528409529281

Schunk, D. H., Rice, J. M. (1987). Enhancing comprehension skill and self-efficacy with strategy value information. *Journal of Reading Behavior, 19*(3), 285–302.

Schunk, D. H. (1991). Self-efficacy and academic motivation. *Educational Psychologist*, 26(3-4), 207–231. https://doi.org/10.1207/s15326985ep2603&4_2

Schunk, D. H., DiBenedetto, M. K. (2020). Motivation and social cognitive theory. *Contemporary Educational Psychology*, 60, Article 101832. https://doi.org/10.1016/j.cedpsych.2019.101832

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. https://doi.org/10.2307/256701

Shahzad, F., Xiu, G. Y., Shahbaz, M. (2017). Organizational culture and innovation performance in Pakistan's software industry. *Technology in Society*, 51, 66–73. doi: 10.1016/j.techsoc.2017.08.002

Shalley, C. E., Zhou, J., et al. (2004). The effects of personal and contextual characteristics on creativity: Where should we go from here? *Journal of Management*, 30(6), 933-958.

Sharifirad, M. S., Ataei, V. (2012) 'Organizational culture and innovation culture: Exploring the relationships between constructs'. *Leadership and Organization Development Journal*, 33(5), 494–517. doi: 10.1108/01437731211241274.

Shin, S. J., Zhou, J. (2003). Transformational leadership, conservation, and creativity: Evidence from Korea. *Academy of Management Journal,* 46(6), 703–714. https://doi.org/10.2307/30040662

Shin, S. J., Susan, M., Seo, M. G. (2012). Resources for change: The relationships of organizational inducements and psychological resilience to employees' attitudes and behaviors toward organizational change. *Academy of Management Journal*, 55(3), 727-748. 10.5465/amj.2010.0325

Simonton, D. K. (1984). Artistic creativity and interpersonal relationships across and within generations. *Journal of Personality and Social Psychology,* 46(6), 1273–1286. https://doi.org/10.1037/0022-3514.46.6.1273

Simonton, D. K. (1990). History, chemistry psychology, and genius: An intellectual autobiography of historiometry. M.A. Runco, R. S. Albert (Ed.), *Theories of creativity* (pp. 92–115) içinde. Newbury Park, CA: Sage.

Simonton, D. K. (1994). *Greatness: Who makes history and why*. Newbury Park, CA: Guilford Press.

Skerlavaj, M., Song, J. H., Lee, Y. (2010). Organizational learning culture, innovative culture and innovations in South Korean firms. *Expert Systems With Applications*, 37(9), 6390-6403. https://doi.org/10.1016/J.ESWA.2010.02.080

Slåtten, T., Mehmetoğlu, M. (2011). Antecedents and effects of engaged frontline employees: A study from the hospitality industry. *Managing Service Quality,* 21(1), 88–107. https://doi.org/10.1108/09604521111100261

Song, L., Inmor, S., Cuijten, N. (2024). The influence of supportive organizational climate on employees' innovation behavior. *WSEAS Transactions on Business and Economics,* 21, 2219-2232. DOI: 10.37394/23207.2024.21.182

Spreitzer, G. M. (1995). Psychological empowerment in the workplace: Dimensions, measurement, and validation. *Academy of Management Journal*, 38(5), 1442–1465. https://doi.org/10.2307/256865

Stajkovic, A. D., Luthans, F. (1998). Self-efficacy and work-related performance: A meta-analysis. *Psychological Bulletin*, 124(2), 240–261. https://doi.org/10.1037/0033-2909.124.2.240

Stashevsky S., Burke R., Carmeli A., Meitar R., Weisberg J. (2006). Self-leadership skills and innovative behavior at work. *International Journal of Manpower*, 27 (1), 75–90. doi: https://doi.org/10.1108/01437720610652853

Stein, M. I. (1974). *Stimulating Creativity.* (Vol. I). New York: Academic Press, Inc.

Sternberg, R. J. (2018). A triangular theory of creativity. *Psychology of Aesthetics, Creativity, and the Arts*, 12, 50–67. https://doi.org/10.1037/aca0000095

Sternberg, R. J., Lubart, T. I. (1995). *Defying the crowd: Cultivating creativity in a culture of conformity*. New York, NY: Free Press.

Subramanian, A. (1996). Innovativeness: Redefining the concept. *Journal of Engineering and Technology Management - JET-M*, 13(3–4), 223–243. doi: 10.1016/ S0923-4748(96)01007-7.

Sudiyani, N. N., Kariyana, I. M., Sawitri, N. P. Y. R., Perdanawati, L. P. V. I., Setini, M. (2020). The role of creative self-efficacy as mediating on entrepreneurial leadership and innovative work behavior. *Solid State Technology*, 63(1), 2449-2463.

Suliman, A. M., & Al-Shaikh, F. N. (2007). Emotional intelligence at work: Links to conflict and innovation. *Employee relations*, 29(2), 208-220. 10.1108/01425450710720020

Sung, S. Y., Choi, J. N. (2014). Do organizations spend wisely on employees? Effects of training and development on organizational innovation. *Journal of Organizational Behavior*, 35(3), 393-412. https://doi.org/10.1002/job.1897

Şımık, M., Ağaçhanlı, S., Doğan, M. S., Aslan, H. (2022). Sınıf öğretmenlerinde algılanan örgütsel desteğinin yenilikçi iş davranışına etkisi. *Bilim-Teknoloji-Yenilik Ekosistemi Dergisi*, 3(2), 150–161.

Tabachnick, B. G., Fidell, L. S. (2013). *Using Multivariate Statistics* (6. Baskı). Boston: Allyn and Bacon.

Tabachnick, B. G., Fidell, L. S. (2015). *Çok Değişkenli İstatistiklerin Kullanımı* (M. Baloğlu, Çev.). Nobel Akademik Yayıncılık (Orijinal eserin basım tarihi 2013).

Taştan, S. B. (2013). The influences of participative organizational climate and self-leadership on innovative behavior and the roles of job involvement and proactive personality: A survey in the context of SMES in Izmir. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 75(7), 407-419. 10.1016/j.sbspro.2013.04.045

Tatlıoğlu, S. S. (2021). Öğrenmeye sosyal - bilişsel bir bakış: Albert Bandura. *Sosyoloji Notları*, 5(1), 15-30.

Tian, M., Deng, P., Zhang, Y. (2018) How does culture influence innovation? A systematic literature review. *Management Decision*, 56(5), 1088–1107. https://doi.org/10.1108/MD-05-2017-0462

Tidd, J., Bessant, J., Pavitt, K. (2005). *Managing innovation: Integrating technological market and organizational change*. Chicester: Wiley.

Tierney, P., Farmer, S. M. (2002). Creative self-efficacy: Its potential antecedents and relationship to creative performance. *Academy of Management Journal*, 45(6), 1137-1148. https://doi.org/10.2307/3069429

Tierney, P., Farmer, S. M. (2011). Creative self-efficacy development and creative performance over time. *Journal of Applied Psychology*, 96(2), 277–293. https://doi.org/10.1037/a0020952

Tinnesand, B. (1973). *Towards a general theory of innovation*. Unpublished PhD Thesis, University of Wisconsin.

Töre, E. (2020). Öz-yeterlilik ve iç denetim odağının yenilikçi iş davranışına etkisi: Konaklama işletmelerine yönelik bir araştırma. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 9(1), 155-167.

Türk, A. (2024). Çalışanların iş becerileri ile örgütsel yaratıcılık arasındaki ilişkinin niteliksel rolü; havacılık sektöründe bir uygulama. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 25(3), 370-386. https://doi.org/10.37880/cumuiibf.1381946

Ud din Khan, H. S., Li, P., Chughtai, M. S., Mushtaq, M. T., & Zeng, X. (2023). The role of knowledge sharing and creative self-efficacy on the self-leadership and innovative work behavior relationship. *Journal of Innovation & Knowledge*, 8(4), 100441. https://doi.org/10.1016/j.jik.2023.100441

Urabe, K., Child, J., & Kagono, T. (Eds.). (1988). *Innovation and management: International comparisons* (Vol. 13). Walter de Gruyter.

Van der Bijl, J., & Shortridge-Baggett, L. M. (2001). The theory and measurement of the self-efficacy construct. *Research and Theory for Nursing Practice*, 15(3), 189-207.

Van Hook, C. W., & Tegano, D. W. (2002). The relationship between creativity and conformity among preschool children. *Journal of Creative Behavior*, 36(1), 1-16. https://doi.org/10.1002/j.2162-6057.2002.tb01053.x

Villaluz, V. C., Hechanova, M. R. M. (2019). Ownership and leadership in building an innovation culture. *Leadership & Organization Development Journal*, 40(2), 138–150. https://doi.org/10.1108/LODJ-05-2018-0184

Wallas, G. (1926). *The Art of Thought*. London: Jonathan Cape Ltd.

Wan X., He R., Zhang G. and Zhou J. (2022) Employee engagement and open service innovation: The roles of creative self-efficacy and employee innovative behaviour. *Front. Psychol.* 13, 921687. doi: 10.3389/fpsyg.2022.921687

Wang, S., Xu, X., Liu, Y. (2022). Will the digital transformation of enterprises reduce the risk of debt default. *Securities Market Guide*, 4, 45-56.

West, M. A., Farr, J. L. (Eds.). (1990). *Innovation and creativity at work: Psychological and organizational strategies.* John Wiley & Sons.

West, M. A., Richter, A.W. (2008) Climates and Cultures for Innovation and Creativity at Work. J. Zhou ve C. E. Shalley (Ed.), *Handbook of organizational creativity* (pp. 211-236) içinde. Taylor & Francis Group, New York.

Wilde, N., Hsu, A. (2019). The influence of general self-efficacy on the interpretation of vicarious experience information within online learning. *International Journal of Educational Technology in Higher Education*, 16, Article No. 26. https://doi.org/10.1186/s41239-019-0158-x

Wilson-Evered, E., Härtel, C. E. J., Neale, M. (2001). A longitudinal study of work group innovation: The importance of transformational leadership and morale. *Advances in Health Care Management*, 2(2), 315-340.

Woodcock, S., Tournaki, N. (2023). Bandura's triadic reciprocal determinism model and teacher self-efficacy scales: a revisit. *Teacher Development*, 27(1), 75-91. DOI: 10.1080/13664530.2022.2150285

Woolfolk, A. E., Hoy, W. K. (1990). Prospective teachers' sense of efficacy and beliefs about control. *Journal of Educational Psychology*, *82*(1), 81–91. https://doi.org/10.1037/0022-0663.82.1.81

Yang, H., Zhou, D. (2022). Perceived organizational support and creativity of science-technology talents in the digital age: The effects of affective commitment, innovative self-efficacy and digital thinking. *Psychology Research and Behavior Management*, 15, 2421-2437. https://doi.org/10.2147/PRBM.S378141

Yesuf, Y. M., Getahun, D. A., Debas, A. T. (2023). Factors affecting "employees' creativity": the mediating role of intrinsic motivation. *Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 12(1). https://doi.org/10.1186/s13731-023-00299-8

Yidong, T., Xinxin, L. (2013). How ethical leadership influence employees' innovative work behavior: A perspective of intrinsic motivation. *Journal of Business Ethics,* 116(2), 441–455. https://doi.org/10.1007/s10551-012-1455-7

You, Y., Hu, Z., Li, J., Wang, Y., Xu, M. (2022). The effect of organizational innovation climate on employee innovative behavior: The role of psychological ownership and task interdependence. *Frontiers in Psychology,* 13, 856407. https://doi.org/10.3389/fpsyg.2022.856407

Yukl, G. (2006). *Leadership in Organizations*. Upper Saddle River, NJ: Pearson/Prentice Hall.

Zanjirchi, S. M., Jalilian, N., Mehrjardi, M. S. (2019). Open innovation: from technology exploitation to creation of superior performance. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship,* 13 *(3),* 326-340. https://doi.org/10.1108/APJIE-02-2019-0005

Zhang, G., Wang, Y. (2022). Organizational identification and employees' innovative behavior: The mediating role of work engagement and the moderating role of creative self-efficacy. *Chinese Management Studies,* 16(5), 1108–1123. https://doi.org/10.1108/CMS-07-2021-0294

Zhou, J., George, J. M. (2001). When job dissatisfaction leads to creativity: Encouraging the expression of voice. *Academy of Management Journal,* 44(4), 682–696. https://doi.org/10.2307/3069410

Zhou, J., Shalley, C. E. (2003). Research on employee creativity: A critical review and directions for future research. J. J. Martocchio, G. R. Ferris (Ed), *Research in personnel and human resources management* (pp. 165-217) içinde. Oxford: Elsevier.

Zimmerman, B. J., Bandura, A., Martinez-Pons, M. (1992). Self-motivation for academic attainment: The role of self-efficacy beliefs and personal goal setting. *American Educational Research Journal,* 29(3), 663–676. https://doi.org/10.2307/1163261

Zimmerman, B. J. (2000). Self-efficacy: An essential motive to learn. *Contemporary Educational Psychology*, 25(1), 82–91. https://doi.org/10.1006/ceps.1999.1016

EK 1. TEZ ÇALIŞMASININ ORİJİNALLİK RAPORU

	HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ	Doküman Kodu *Form No.*	FRM-YL-15
		Yayım Tarihi *Date of Pub.*	04.12.2023
	FRM-YL-15 Yüksek Lisans Tezi Orijinallik Raporu *Master's Thesis Dissertation Originality Report*	Revizyon No *Rev. No.*	02
		Revizyon Tarihi *Rev.Date*	25.01.2024

HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI BAŞKANLIĞINA

Tarih: 28/01/ 2026

TEZ BAŞLIĞI (TÜRKÇE): Yaratıcı Öz Yeterliliğin Yenilikçi İş Davranışı Üzerindeki Etkisinde İnovasyon Kültürünün Düzenleyicilik Rolü: Bilgi Teknolojileri Sektöründe Bir Alan Araştırması

Tez Başlığı (Almanca/Fransızca)*:.....

Yukarıda başlığı verilen tezimin a) Kapak sayfası, b) Giriş, c) Ana bölümler ve d) Sonuç kısımlarından oluşan toplam 110 sayfalık kısmına ilişkin, 28/01/2026 tarihinde şahsım/tez danışmanım tarafından Turnitin adlı intihal tespit programından aşağıda işaretlenmiş filtrelemeler uygulanarak alınmış olan orijinallik raporuna göre, tezimin benzerlik oranı % 10 'dur.

Uygulanan filtrelemeler*:

1. ☒ Kabul/Onay ve Bildirim sayfaları hariç
2. ☒ Kaynakça hariç
3. ☐ Alıntılar hariç
4. ☒ Alıntılar dâhil
5. ☒ 5 kelimeden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç

Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orijinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları'nı inceledim ve bu Uygulama Esasları'nda belirtilen azami benzerlik oranlarına göre tezimin herhangi bir intihal içermediğini; aksinin tespit edileceği muhtemel durumlarda doğabilecek her türlü hukuki sorumluluğu kabul ettiğimi ve yukarıda vermiş olduğum bilgilerin doğru olduğunu beyan ederim.

Gereğini saygılarımla arz ederim.

Kerem Arda DAĞ

Öğrenci Bilgileri		
	Ad-Soyad	Kerem Arda DAĞ
	Öğrenci No	N22121364
	Enstitü Anabilim Dalı	Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı
	Programı	Yönetim Organizasyon ve Örgütsel Davranış(YL)

DANIŞMAN ONAYI

UYGUNDUR.
Prof.Dr.Semra GÜNEY

* Tez **Almanca** veya **Fransızca** yazılıyor ise bu kısımda tez başlığı **Tez Yazım Dilinde** yazılmalıdır.

	HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ	Doküman Kodu *Form No.*	FRM-YL-15
		Yayım Tarihi *Date of Pub.*	04.12.2023
	FRM-YL-15 **Yüksek Lisans Tezi Orijinallik Raporu** *Master's Thesis Dissertation Originality Report*	Revizyon No *Rev. No.*	02
		Revizyon Tarihi *Rev.Date*	25.01.2024

**Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Çalışması Orjinallik Raporu Alınması ve Kullanılması Uygulama Esasları İkinci bölüm madde (4)/3'te de belirtildiği üzere: Kaynakça hariç, Alıntılar hariç/dahil, 5 kelimeden daha az örtüşme içeren metin kısımları hariç (Limit match size to 5 words) filtreleme yapılmalıdır.

	HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ **SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ**	Doküman Kodu *Form No.*	FRM-YL-15
		Yayım Tarihi *Date of Pub.*	04.12.2023
	FRM-YL-15 **Yüksek Lisans Tezi Orijinallik Raporu** *Master's Thesis Dissertation Originality Report*	Revizyon No *Rev. No.*	02
		Revizyon Tarihi *Rev.Date*	25.01.2024

TO HACETTEPE UNIVERSITY
GRADUATE SCHOOL OF SOCIAL SCIENCES
DEPARTMENT OF BUSINESS ADMINISTRATION

Date: 28/01/2026

Thesis Title (In English): The Moderating Role of Innovation Culture in the Effect of Creative Self-Efficacy on Innovative Work Behavior: A Field Study in the Information Technology Sector

According to the originality report obtained by myself/my thesis advisor by using the Turnitin plagiarism detection software and by applying the filtering options checked below on 28/01/2026 for the total of 110 pages including the a) Title Page, b) Introduction, c) Main Chapters, and d) Conclusion sections of my thesis entitled above, the similarity index of my thesis is 10 %.

Filtering options applied**:

1. ☒ Approval and Decleration sections excluded
2. ☒ References cited excluded
3. ☐ Quotes excluded
4. ☒ Quotes included
5. ☒ Match size up to 5 words excluded

I hereby declare that I have carefully read Hacettepe University Graduate School of Social Sciences Guidelines for Obtaining and Using Thesis Originality Reports that according to the maximum similarity index values specified in the Guidelines, my thesis does not include any form of plagiarism; that in any future detection of possible infringement of the regulations I accept all legal responsibility; and that all the information I have provided is correct to the best of my knowledge.

Kindly submitted for the necessary actions.

Kerem Arda DAĞ

Student Information		
	Name-Surname	Kerem Arda DAĞ
	Student Number	N22121364
	Department	Graduate School of Social Sciences Business Administration Department
	Programme	Managemet Organization and Organizational Behavior

SUPERVISOR'S APPROVAL

APPROVED
Prof.Dr.Semra GÜNEY

	HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ	Doküman Kodu *Form No.*	FRM-YL-15
		Yayım Tarihi *Date of Pub.*	04.12.2023
	FRM-YL-15 **Yüksek Lisans Tezi Orijinallik Raporu** *Master's Thesis Dissertation Originality Report*	Revizyon No *Rev. No.*	02
		Revizyon Tarihi *Rev.Date*	25.01.2024

**As mentioned in the second part [article (4)/3]of the Thesis Dissertation Originality Report's Codes of Practice of Hacettep University Graduate School of Social Sciences, filtering should be done as following: excluding refence, quotatio excluded/included, Match size up to 5 words excluded.

EK 2. ETİK KURUL KARARI

Tarih: 27/01/2026 17:35
Sayı: E-66777842-308-00004730903

HACETTEPE ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL VE BEŞERİ BİLİMLER ARAŞTIRMA ETİK KURULU

KURUL KARARI

TOPLANTI TARİHİ	TOPLANTI SAYISI
20 Ocak 2026	2026/02

Üniversitemiz **Sosyal Bilimler Enstitüsü** İşletme Anabilim Dalı Yönetim Organizasyon ve Örgütsel Davranış Yüksek Lisans Programı öğrencilerinden **Kerem Arda DAĞ**'ın, **Prof. Dr. Semra GÜNEY** danışmanlığında yürüttüğü *"Yaratıcılık Öz Yeterliliği ve Yenilikçi İş Davranışının İnovasyon Kültürü Üzerindeki Etkisi: Bilgi Teknolojileri Sektöründe Bir Alan Araştırması"* başlıklı tez çalışması Üniversitemiz Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Etik Kurulu'nun **20 Ocak 2026** tarihinde yapmış olduğu toplantıda incelenmiş olup, etik açıdan **uygun bulunmuştur.**

	İZİNLİ		İZİNLİ
Prof. Dr. Özgür TEOMAN Kurul Başkanı	Prof. Dr. Özge ÖZYALÇIN OSKAY Kurul Üyesi	Prof. Dr. Tuğça POYRAZ Kurul Üyesi	Prof. Dr. Sait ULUÇ Kurul Üyesi
Prof. Dr. Özge TAYFUR EKMEKCİ Kurul Üyesi	Prof. Dr. Gülçin Cankız ELİBOL Kurul Üyesi	Doç. Dr. Arife Berna AYTAÇ Kurul Üyesi	Doç. Dr. Pınar ÖZDEMİR ŞİMŞEK Kurul Üyesi
Doç. Dr. Gülsüm DEPELİ SEVİNÇ Kurul Üyesi	İZİNLİ Doç. Dr. Ayşe Tülay BAĞCI BOSI Kurul Üyesi	İZİNLİ Dr. Öğr. Üyesi Onur URAZ Kurul Üyesi	