

Üniversitelerde Stratejik Yönetim Uygulamalarının Örgütsel Yaratıcılığa Etkileri Üzerine Bir Araştırma

A Research on the Effects of Strategic Management Practices in Universities on Organizational Creativity

Saffet KARAYAMAN  ^a

^aArtvin Çoruh Üniversitesi, Arhavi MYO. Artvin, Türkiye. saffetkarayaman@gmail.com

MAKALE BİLGİSİ	ÖZET
Anahtar Kelimeler: Stratejik Yönetim Kaynakların Etkin Kullanımı Çevre ile İş Birliği Örgütsel Yaratıcılık	Amaç – Bu makalenin amacı, üniversitelerdeki stratejik yönetim uygulamalarının, örgütsel yaratıcılığa olan etkilerinin araştırılmasıdır. Bu kapsamda çalışmanın problem cümleleri; üniversitelerdeki stratejik yönetim uygulamaları, örgütsel yaratıcılığı etkiler mi ve demografik değişkenler, stratejik yönetim uygulamaları ve örgütsel yaratıcılık arasındaki ilişkide, bireylerin demografik özelliklerinin düzenleyici etkisi vardır mıdır, şeklinde ifade edilebilir. Yöntem – Bu çalışmada nicel yöntemde ilişkisel tarama modelinde bir araştırmadır. Araştırmanın verileri “Stratejik Yönetim Ölçeği” ve “Örgütsel Yaratıcılık Ölçeği” ile toplanmıştır. Katılımcılar basit tesadüfi örneklem seçimi ile belirlenmiştir. Elde edilen veriler SPSS 21 istatistiksel programı uygulanarak güvenilirlik analizi, frekans analizi, annova analizi ve regresyon analizleri yapılmıştır. Bulgular – Regresyon analizi sonucunda, çevre ile iyi iletişimin; katılımcıların bireysel ve toplumsal boyuttaki örgütsel yaratıcılık algı düzeyini olumlu yönde etkilediği bulunmuştur. Ayrıca yapılan “Tek Yönlü Varyans Analizi” sonucunda “Kaynak Kullanım Verimliliği”, “Çevre ile İş Birliği”, “Bireysel Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi”, “Yönetimsel Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi” ve “Toplumsal Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi”; katılımcıların çalışma süresine göre farklılık gösterdiği belirlenmiştir. Tartışma – Stratejik yönetim uygulamaları; yeni gelişmeleri izleme, öğrenme, uygulamalara kazandırma, yenilikleri hayata geçirme, sürekli artan rekabet ortamına karşı önlemler alma ve işletmelerin küresel rekabet ortamında varlıklarını sürdürebilmeleri açısından önemlidir. Üniversite-sanayi iş birliği çerçevesinde üniversitelerde yapılacak bilimsel çalışmalarda; stratejik yönetimin ve yaratıcılığın işletmelere sağlayabileceği faydalarla ilgili konulara yer verilmesinin önemli olduğu ileri sürülebilir.
Gönderilme Tarihi 12 Ağustos 2022 Revizyon Tarihi 11 Haziran 2023 Kabul Tarihi 30 Haziran 2023	
Makale Kategorisi: Araştırma Makalesi	

ARTICLE INFO	ABSTRACT
Keywords: Strategic Management Effective Use of Resources Cooperation with the Environment Organizational Creativity	Purpose - The aim of this article is to investigate the effects of strategic management practices in universities on organizational creativity. In this context, the problem statements of the study can be expressed as; do strategic management practices in universities affect organizational creativity and do demographic variables have a moderating effect on the relationship between strategic management practices and organizational creativity. Design/methodology/approach – This study is a relational survey model research in quantitative method. The data of the study were collected with "Strategic Management Scale" and "Organizational Creativity Scale". Participants were determined by simple random sampling. Reliability analysis, frequency analysis, annova analysis and regression analyses were performed by applying SPSS 21 statistical software. Findings - As a result of regression analysis, it was found that good communication with the environment positively affected the participants' perception level of organizational creativity in individual and social dimensions. In addition, as a result of the "One-Way Analysis of Variance", it was determined that "Resource Use Efficiency," "Cooperation with the Environment," "Perception Level of Organizational Creativity in Individual Dimension," "Perception Level of Organizational Creativity in Managerial Dimension" and "Perception Level of Organizational Creativity in Social Dimension" differed according to the working time of the participants.. Discussion - Strategic management practices are important in terms of monitoring, learning, implementing new developments, implementing innovations, taking precautions against the ever-increasing competitive environment and sustaining the existence of enterprises in the global competitive environment. It can be argued that it is important to include issues related to the benefits that strategic management and creativity can provide to enterprises in scientific studies to be conducted at universities within the framework of university-industry cooperation.
Received 12 August 2022 Revised 11 June 2023 Accepted 30 June 2023	
Article Classification: Research Article	

Önerilen Atıf / Suggested Citation

Karayaman, S. (2023). Üniversitelerde Stratejik Yönetim Uygulamalarının Örgütsel Yaratıcılığa Etkileri Üzerine Bir Araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 15 (2), 925-940.

1. GİRİŞ

Bu çalışma, üniversitelerde sadece yönetim uygulamalarının, örgütsel yaratıcılığa etkilerinin araştırılması amacıyla yapılmıştır. Çalışma sonucunda; stratejik yönetim uygulamalarını çalışanları ile birlikte, takım halinde yapabilen, yenilikçi, teknolojiye ayak uydurabilen, tüketici beklentilerini en iyi şekilde karşılayabilen işletmelerin, pazar paylarını artırdıkları, çalışanların motivasyonlarının yükseldiğini, rekabet de daha başarılı olabildikleri ve verimliliklerinin arttığı sonucuna ulaşılmıştır.

Çalışmanın teorik bölümünde ise stratejik yönetimde kaynakların verimli kullanımının önemi, çevre ile iş birliğinin işletmelere katkıları, örgütsel yaratıcılık algı düzeyinin yüksek olmasının bireylere, işletmeye ve topluma olan katkılarının neler olabileceği konusunda bilimsel kaynaklara dayalı bulgulara yer verilmiştir.

Çalışmanın alana pratik katkısı açısından bakıldığında; stratejik yönetim uygulamalarının örgütsel yaratıcılığın olumlu etkilerinin bilimsel çalışmalar ile araştırılmasının; işletmelerin mevcut yapılarının gözden geçirilmesi, sorunların tespit edilmesi, bu sorunların çözümü için öneriler sunması ve yeniliklerin işletmelere olan faydalarını izah edilmesi açısından faydalı olacağı umulmaktadır. Ayrıca teknolojilerin avantajlarının belirlenmesi açısından teori ve uygulama alanında önemli faydalar sağlayacağı düşünülmektedir.

Bundan sonra stratejik yönetim ve örgütsel yaratıcılığa yönelik yapılacak çalışmalarda, bireylerin özelliklerine odaklanan geleneksel yaratıcılık araştırmaları yerine, çevreye odaklı bilimsel araştırmalara yer verilmesi; çalışma evreninin ülke ya da ülkeler arası büyüklükte seçilmesi; çalışmaya örgüt karlılığı, ARGE gibi boyutların eklenmesi ilgili alana çok daha fazla katkıda bulunabilir.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Stratejik Yönetim

Küreselleşmeyle birlikte artan rekabet, stratejik karar almayı, yönetimi, düşünmeyi, planlamayı zorunluluk haline getirirken, aynı zamanda üst yönetimi ilgilendiren bir konu olmuştur. (Ayaz, 2021: 27-42). Bu nedenle, stratejik yönetimi benimseyen yöneticiler, geleceğe yönelik geniş kapsamlı ve uzun vadeli senaryolar geliştirmektedirler. Çünkü stratejik yönetim, araç ve amaçlar kapsamında olmakta (Armstrong, 2017: 27) ve işletmenin hedef ve stratejilerinin tanımlanmasına odaklanmaktadır. Buna göre amaçlar, gelecekte neyin nasıl olacağıyla ilgili bir vizyon ortaya koyarken araçlar ise ortaya konulan vizyonun nasıl gerçekleştirileceğini göstermektedir (Ayaz, vd., 2019: 692). Stratejik yönetimin önemli hale gelmesiyle yöneticiler, insan kaynakları yönetiminin, örgüt bakımından önemli stratejik açımları olduğunu kabul etmeye başlamışlardır.

Literatürde stratejik yönetim ile ilgili birçok tanım bulunmaktadır ve yapılan tanımlardan bazıları şu şekilde belirtilebilir: Porter'e (1996: 3-21) göre stratejik yönetim; örgütlerin rekabet üstünlüğü sağlamak amacıyla rakiplerinden farklı faaliyetlerde bulunulması ve yapılan değişimleri işletme yapısıyla uyumlu hale getirmesidir. Kıt kaynakların en ekonomik şekilde yönetilmesi işletmelerin farklılıklarını ortaya koyan önemli çalışmalardan birisidir. Bryson (1988: 73-81) ise stratejik yönetimi, bir örgütün hedeflerine ulaşabilmesi için kaynaklarını iyi yönetmesi şeklinde tanımlamaktadır. Drucker (1999: 3-4)'a göre ise stratejik yönetimin temel görevi; bir işin misyonunu, başından sonuna kadar düşünerek, belirlenen amaçlar doğrultusunda "bizim işimiz nedir ve ne olmalıdır?" sorularına yanıt aramaktır. Genel bir tanımlama ile stratejik yönetim, örgütlerin varmak istedikleri yeri belirlemeyi (Barca, 2005: 7), rekabet üstünlüğünün sağlanmasında yönelik seçim, bilgi toplama, karar, analiz faaliyetlerini (Durand, Grand ve Madsen, 2017: 4), işletme sahiplerinin adına kararlar verilmesini (Nag, Hambrick ve Chen 2007: 942) ve alınan kararların sonuçlarının değerlendirilmesini sağlayan faaliyetleri kapsamaktadır (Bilgiç, 2013: 69). İşletmelerin yenilikçi ve rakiplerine göre sundukları yeni ürün ve hizmetler verimlilik ve karlılık artışına neden olmaktadır.

Örgütlerin faaliyetlerini başarılı bir şekilde sürdürebilmeleri için belirledikleri stratejiler ile uyumlu bir çalışma sistemlerinin olması gerektiği vurgulanmıştır (Getz ve Lee (2011: 306). Bu kapsamda, tüm personelin, kurum stratejilerinin belirlenmesinde katılımcı olmalarının ve yaratıcılık için yapılacak çalışmalarda yer almalarının önemli faydalar sağlayacağı belirtilmiştir. Çalışanların katılımıyla oluşturulan stratejik yönetim sistemi, kurumların verimliliği, yaratıcılığı, rekabet başarısı ve sürdürülebilirliğin sağlanabilmesi için örgütler açısından büyük öneme sahiptir. Sürekli yeniliklerin meydana geldiği küresel rekabette, kurumların faaliyetlerini başarıyla sürdürebilmeleri için etkin bir stratejik yönetime ve yeniliklere ihtiyaç duyulmaktadır (Akmehmet, vd., 2003: 24). İşletmeler, faaliyetlerini başarıyla sürdürmek için, örgütsel yapılarını, çalışanların

bilgi düzeyini, mal ve hizmet üretimindeki faaliyet süreçlerini, sektörde meydana gelen değişimlere göre sürekli yenilemek durumundadırlar.

İşletmeler, küresel rekabet koşullarında varlıklarını koruyabilmek ve sürdürülebilirlik için sürekli olarak stratejiler geliştirmekte ve insan kaynaklarının geliştirilmesine büyük önem vermektedirler. Rekabetin sürekli arttığı piyasalarda, çalışanların yaratıcılık faaliyetlerinin teşvik edilmesi, kariyer geliştirme çabalarına destek verilmesi ve performansa dayalı ücretlendirme uygulamalarının sürekli hale getirmeleri gerekmektedir (Öğüt, vd., 2004: 288). İşletmelerin rekabet piyasasında üstünlük sağlayabilmeleri için işletme çalışanlarının kariyer gelişimlerine destek verilmesi ve motivasyonlarını artıracak uygulamalara yer verilmesi önemlidir.

Yönetim bilimi alanında, örgütlerin rakiplerine karşı izlediği stratejiler “Stratejik Planlama” ve “Stratejik Yönetim” adı verilen disiplinlerin ortaya çıkmasına neden olmuştur. Stratejiler, işletme kaynakları ile dış çevre arasındaki dinamiklerin yönetiminde ve çalışan motivasyonunun sağlanmasında önemli rol oynamaktadır (Aktan, 2008: 4). Stratejik yönetim planlarının, çalışanlar tarafından başarılı bir şekilde uygulanması, işletmelerin rekabette başarılı olmalarına önemli katkılar sağlamaktadır. Stratejik yönetim uygulamalarının, krizler, belirsizlikler ve istikrarsızlıklar gibi örgütlerin gelişimini olumsuz yönde etkileyecek durumlara karşı kalıcı olma, rekabette üstünlük gibi katkıları bulunmaktadır. Stratejik yönetim planlarının sürekliliği sağlamak açısından, amaçlara göre belirlenmesi ve örgütlerdeki tüm personel tarafından paylaşılması önemli bir unsurdur. Stratejiler aynı zamanda hedefler doğrultusunda ilerlerken bir plan oluşturulmasında da katkı sağlamakta ve örgütlerin gelecekte nerede olacakları hakkında fikir verebilmektedir. Stratejik yönetim, özellikle çevresel belirsizlikler konusunda yol göstermekte ve bu sayede gelecekte oluşabilecek tehditlere karşı daha bilinçli bir şekilde önlemler alınabilmektedir (Acar, 2022: 311). Stratejik yönetim planları, meydana gelecek değişimlere uyum sağlanabilmesi, belirlenen amaçların gerçekleştirilmesi, çalışanların motivasyonunun artırılabilmesi ve rekabette başarılı sağlanabilmesi açısından önemlidir.

Strateji, örgütlerin çevreleri ile ilişkilerini düzenleyen ve rakipleri karşısında üstünlük elde etmek amacıyla kaynaklarını etkin şekillerde kullanımını ifade etmektedir (Yahyagil, 2001: 15). Nitekim ortaya çıkan stratejik açıdan yeni fikirler, beraberinde bazı rekabet avantajları sağlayarak, stratejik amaçların yeniden yapılandırılmasına neden olmaktadır (Chakravarthy, 1982: 35). Stratejik yönetim uygulamaları; örgütlerin varlıklarını sürdürebilmeleri, etkin bir yönetim sergilemeleri için temel politikalarına yön verilmesini; diğer taraftan problem çözme teknikleri, dış fırsatlar, vizyon ve misyon oluşturma gibi örgütsel uygulamalarının başarıyla yürütülmesini sağlamaktadır (Baykal, 2018: 158). Diğer bir ifadeyle, stratejik yönetimin başarılı olması, işletmeler uzun vadeli olarak varlıklarını sürdürebilmek için işletmenin ihtiyaç duyduğu kalıcı yenilikler geliştirilmesine fırsat verir (Freeman ve McVea, 2001: 14). Stratejik açıdan rakiplerine karşı üstünlük sağlayacak şekilde strateji izleyen işletmeler rekabet açısından önemli avantajlar elde edilebilmektedir.

2.2. Stratejik Yönetimin Boyutları

Teknoloji alanında gerçekleşen hızlı dönüşümler ve ekonominin küreleşmesiyle birlikte stratejik yönetimin boyutları da çeşitlenmiş ve çok yönlü hale gelmiştir (DPT, 2006: 19). Stratejik yönetim faaliyetleri, kaynakların etkin şekillerde kullanımını ve çevreyle iş birliği içerisinde olmayı gerektirmektedir (Schneider ve De Meyer, 1991: 318). Bu kapsamda stratejik yönetim faaliyetleri kaynakların etkin kullanımı, çevre ile iş birliği, piyasa rekabeti, küresel alandaki gelişmeler, kamu kararları gibi birçok faktörden etkilenmektedir.

2.2.1. Kaynakların Etkin Kullanımı

Stratejik yönetimin önemli stratejik değerlerinden biri örgütlerin sahip olduğu kaynaklardır. Buna göre stratejik yönetim uygulamalarına yer vermeyen örgütlerde; ekonomik ve beşeri kaynakların etkin kullanımını sağlayacak analizlerin yapılması daha zor hale gelmektedir (Güçlü, 2003: 76). İşletmeler için insan kaynakları ve ekonomik kaynakların en verimli şekilde kullanılması rekabete başarısı açısından büyük önem taşımaktadır.

Bir ülkenin doğal kaynaklarının zenginliği o ülkenin ekonomik kalkınma derecesini ifade etmektedir. İşletmeler ise mevcut yetenek ve kaynaklarını kullanarak zayıf ve güçlü taraflarını belirlemekte ve içerisinde buldukları sektörün rekabetçi ortamının sunduğu fırsatları yakalamayı amaçlamaktadırlar (Yıldırım, 2018: 99). Dolayısıyla işletmeler, mevcut görevlerinin gerektirdiği öneme ve liyakate sahip insan kaynaklarıyla

birlikte, yönetim ve üretim kademelerinde doğru teknolojileri kullanıp, kalite ve ölçek modelini uygulayarak yeniliklere uyum sağlayarak hedeflerine ulaşmaktadırlar.

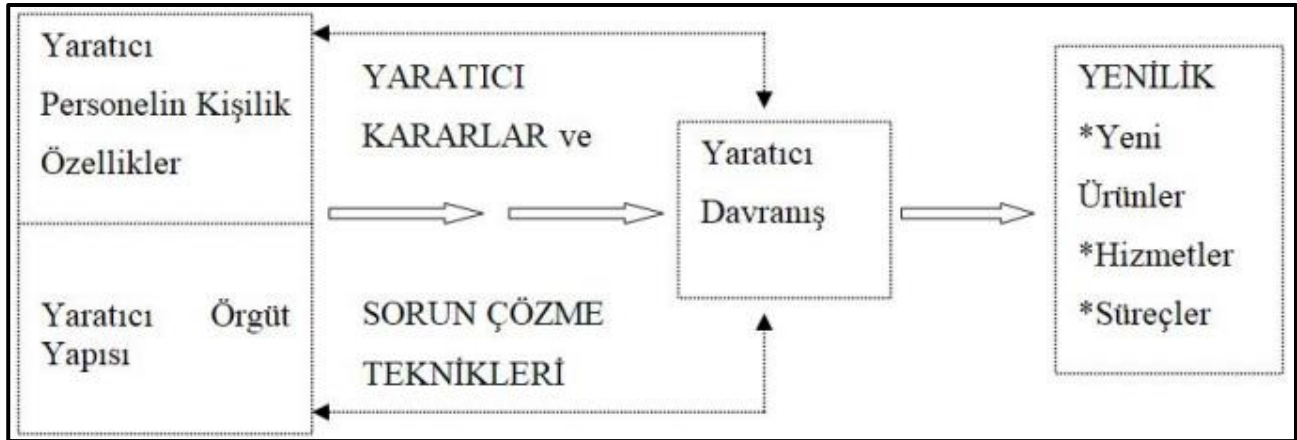
2.2.2. Çevre İle İşbirliği

İşletmeler, sahip oldukları kaynaklarının üzerinde belirleyici etkiye sahip çevre faktörünü önemserken, varlıklarını sürdürülebilmek için stratejik bir pozisyon kazanma çabası içerisinde de olurlar (Koç, 2016: 136). Bu nedenle işletmelerin, etken ve edilgen şekillerde karşılaştıkları çevreleriyle işbirliği yapmadan dönüşümü gerçekleştirmeleri, hatta varlıklarını sürdürmeleri mümkün olmamaktadır.

İşletmelerde ihtiyaç duyulan kaynakların kıtlık derecesi ya da önemi, işletmenin çevresine olan bağımlılığının kapsamını ve niteliklerini belirlemektedir. Ne kadar çok kaynak ihtiyacı varsa, işletme de bir o kadar çevresine bağımlı hale gelmektedir. Dolayısıyla kritik niteliklere sahip kaynak bağımlılığını güvence altına almak isteyen işletmeler, çevreleriyle iş birliği gerçekleştirmektedirler (Yıldırım, 2018: 99). Bir başka ifade ile stratejik yönetim planlarının oluşturulmasında; işletme yönetimi, çalışanlar, tedarikçiler, tüketiciler ve kamu yönetiminin dikkate alınması işletmelerin amaçlarını gerçekleştirmede önemli faydalar sağlamaktadır.

2.3. Örgütsel Yaratıcılık

Bir örgütün uzun dönemde rekabet avantajı sağlayabilmesi için yenilik faaliyetlerinin çalışan tüm personeli kapsayacak şekilde yürütülmesi gerekmektedir (Yılmaz, 2019: 167). Örgütsel yaratıcılık, çalışanların mevcut potansiyelini harekete geçirme ve yaratıcılık becerilerini, kurumların yararına olacak şekilde yayma becerisidir (Gürüz ve Özdemir-Yaylacı, 2006: 366). Örgüt çalışanları arasında yaratıcılığın teşvik edilmesi, yaratıcılık engellerinin aşılması; karmaşıklık, uzlaşma ve seçimler arasında uyumlu bir denge kurulması ile bağlantılıdır. Yaratıcı örgütlerin girişimciliği teşvik ederken esnek olması, öğrenme ve deneme yoluyla yeni bilgi arama özgürlüğünü sağlaması gerekmektedir (Patterson ve Nova, 2002: 2). Örgütler, hızla değişen çevresel koşullara uyum sağlayabilmek ve varlıklarını koruyabilmek için yaratıcılığa ihtiyaç duyarlar (Fisk, 2011: 58). Nitekim hızlı gelişim ve değişimler karşısında yaratıcılık faaliyetleri ile varlıklarını sürdürmeleri mümkün olmaktadır.



Şekil -1. Örgütsel Yaratıcılık Süreci

Kaynak: (Haşit, 2003: 171-180).

Şekil 1 örgütsel yaratıcılık süreci, yaratıcı personelin kişilik özellikleri, yaratıcı bir örgüt yapısı, yaratıcı kararlar, sorun çözme teknikleri, yaratıcı davranış, yeni ürünler ve yeni hizmetleri kapsamaktadır (Haşit, 2003: 171-180). Örgütsel gelişmeler, çalışan bağlılığına ve insan kaynaklarının yaratıcılığına da bağlıdır. Ayrıca örgütsel yaratıcılık ve bağlılık üzerinde etkili olan faktörlerden ödüllendirme, motivasyon sağlama şartlarının net olarak tanımlanmış olması; bir örgütün verimliliğinin artırmasında önemli rol oynamaktadır.

Örgütsel yaratıcılığın ortaya çıkması için işletmenin sahip olduğu çalışanlara bir takım olanaklar sunması gerekmektedir. Çünkü çalışanların yaratıcılık yeteneği, belirli ölçüde toplumsal çevreden etkilenerek, şekillenmektedir (Amaible, 1997: 39-58). Toplumun yapısı; bireylere özgürlük fırsatı sunma, fikir ve düşünce üretme, araştırma, kendini ifade etme, yenilikçi olma gibi nitelikler kazandırmaktadır (Genç, 2008: 45). Nitekim her bireyin kendisine özgü bir yaratıcılık yeteneği bulunmakta, ancak bu yetenek, uygun toplum ve

çevre koşullarında geliştirilebilmektedir (Senge, 1993: 56). Örgütsel yaratıcılığın gelişmesi için hem işletme içerisinde teşvik edilmesi hem de üretilen yeni mal ve hizmetlerin tüketiciler tarafından beğenilmesi gerekmektedir.

Markiewicz (2011: 258) yapmış olduğu çalışmada yaratıcılığın kurumların stratejilerini başarılı bir şekilde sürdürmelerinin önemli olduğunu belirtmiştir. Stratejik yönetim, kurumların ulaşmak istedikleri amaçları, belirlenen bu amaçlara ulaşabilmek için izleyebilecekleri yolları, mal veya hizmet üretimlerinde uygulayacakları sistemleri ifade etmektedir. Stratejik yönetim süreçlerinin en iyi şekilde yönetilebilmesi açısından; örgütlerin kurum içi ve kurum dışı fırsatları iyi değerlendirmesi ayrıca meydana gelebilecek riskler için önlem almaları gerekmektedir.

2.4. Örgütsel Yaratıcılığın Boyutları

Örgütlerin yaratıcılık faaliyetleri; bireysel, yönetsel ve toplumsal boyutta gerçekleştirilen faaliyetleri kapsamaktadır (Oğuzhan, 2021: 2161).

2.4.1. Bireysel Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi

Örgütler, çalışanlarından ortaya çıkan sorunlarla ilgili olarak; etkili, hızlı, yaratıcı çözümler üretmelerini ve yaratıcılığa teşvik eden görevler üstlenmelerini beklemektedirler. Bu durumda, bireysel yaratıcılığın, örgütsel yaratıcılığın temelini oluşturduğunu söylemek mümkündür. Hatta, bireysel yaratıcılık, örgütsel yaratıcılığın temel koşuludur (Chuang, 2007: 875-888).

2.4.2. Yönetsel Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi

İşletmelerin küresel rekabet ortamında üstünlük sağlayabilmeleri, değişimlere adapte olmayı sağlayacak stratejik kararlar almaları, yaratıcı zekaya; teknolojik ve yapısal, sosyal alanlarda yenilikler yapma kapasitelerine bağlıdır (Düren, 2000: 27). Değişimlere uyum sağlayabilen, yenilikçi, teknolojiyi takip edebilen, tüketici beklentilerini en iyi şekilde karşılayarak işletmeler buldukları pazarda daha avantajlı duruma gelmektedir.

Örgütsel yaratıcılığın yönetsel yaratıcılık boyutundaki en önemli faydası, çalışanlara yaratıcılık yetenekleri alanında gelişme fırsatı sunmasıdır (Genç, 2008: 44). Yaratıcılık düzeyi yüksek işletmelerin, bilgi ve teknik becerileri de yüksek olmaktadır. İşletmeler, sürdürülebilir olmak ve proaktif davranışlarını arttırabilmek için rekabet üstünlüğü elde edebilirler. Buna göre yaratıcılık, geleceği öngörmek ve yönetebilmek için çalışanlarda bulunması gereken temel yeteneklerden biridir (Chang ve Chiang, 2007: 22). Bu nedenle, işletmelerin yaşamlarını sürdürebilmeleri açısından farklı olmaları ve yeni mal ve hizmetleri tüketiciye sunmaları gerekmektedir.

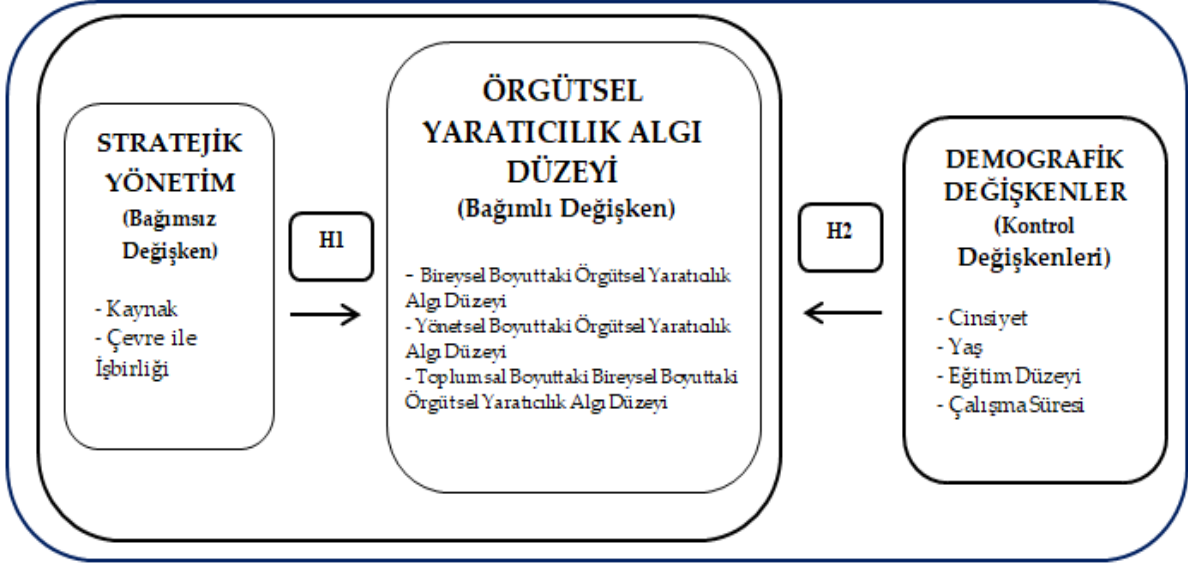
3. YÖNTEM

Araştırmalarda model, çalışmanın amacına uygun olarak ve sınırlandırılmış süreçlerde verilerin toplanabilmesi ve analizi için oluşturulan kuralların tamamına verilen isimdir. Tarama modeli, var olan bir durumu tespit etmeyi, tahmin edilenlerle analizler sonrası bulgularla oluşturulan hipotezleri kıyaslamayı, sebep-sonuç ilişkilerini analiz etmeyi esas almaktadır (Karasar, 2005: 58). Bu nedenle bu çalışmada, nicel araştırma yöntemlerinden ilişkisel tarama modeli kapsamında kesitsel araştırma (Çakmak, 2017: 79) tercih edilmiştir.

3.1. Evren ve Örneklem

Artvin Çoruh Üniversitesinde çalışan; 569 akademik personel, 186 idari personel, 188 diğer (yardımcı) personel olmak üzere toplam 943 personel çalışmanın evrenini oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklem büyüklüğünü tespit edebilmek için evren büyüklüğüne göre örneklem belirleme tablosuna bakıldığında (Yazıcıoğlu ve Erdoğan, 2004: 50) 943 kişilik evren için "+-0.05 hata" oranı ile 278 kişinin yeterli olduğu gözlemlenmiş, ancak dağıtılan anketlerden bir kısmının geçersiz olabileceği veya geri dönmeyeceği ihtimali düşünülerek 10 Nisan 2022 ve 05 Haziran 2019 tarihleri arasında 500 kişiye hazırlanan sorular dağıtılmış, bu anketlerden 54 adeti geçersiz kabul edilerek, 456 adeti kabul edilmiştir. Anket için etik izin ise Artvin Çoruh Üniversitesi Rektörlüğü, Etik Kurulu 30 Mayıs 2022 tarih ve E-18457941-050.99-50743 sayılı kararıyla alınmıştır.

3.2. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri



Şekil -2 Demografik Özellikler, İşletmelerin Stratejik Yönetimi ve Çalışanların Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi ile ilgili kavramsal Araştırmanın Modeli

1. Temel hipotez:

H1: Stratejik yönetim uygulamaları (kaynakların etkin kullanımı, çevre ile işbirliği), çalışanların örgütsel yaratıcılık algı düzeyini etkiler.

Alt hipotezler:

H1a: Kaynakların etkin kullanımı ve çevre ile işbirliği; bireysel boyuttaki örgütsel yaratıcılık algı düzeyini pozitif yönde etkiler.

H1b: Kaynakların etkin kullanımı ve çevre ile işbirliği; yönetsel boyuttaki örgütsel yaratıcılık algı düzeyini pozitif yönde etkiler.

H1c: Kaynakların etkin kullanımı ve çevre ile işbirliği; toplumsal boyuttaki bireysel boyuttaki örgütsel yaratıcılık algı düzeyini pozitif yönde etkiler.

H1d. İşletmelerin stratejik yönetim ve örgütsel yaratıcılık düzeyi katılımcıların demografik özellikleri itibariyle anlamlı farklılık gösterir

3.3. Veri Toplama Araçları

Veri toplama araçları olarak; demografik özelliklerle ilgili sorular, "Stratejik Yönetim Ölçeği" ve "Çalışanların Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi Ölçek"lerinden yararlanılmıştır.

1. Stratejik Yönetim Ölçeği

Bu araştırmada, Demir (2017: 163) tarafından geliştirilen "Stratejik Yönetim Ölçeği" kullanılmıştır ve ölçekte 10 soru yer almaktadır. Orijinal ölçeğin güvenirlik analizinde Cronbach alfa kat sayısını 0,91 olarak bulunmuştur. Bu değere bakıldığında ölçeğin yüksek güvenilirliğe sahip olduğu (Büyüköztürk; 2002: 119) ifade edilmektedir.

2. Örgütsel Yaratıcılık Ölçeği

Bu araştırmada Balay tarafından geliştirilen (2010: 63-65) Örgütsel Yaratıcılık Ölçeği kullanılmıştır. Ölçeğin 3 boyut, 39 maddeden oluşan 5 likert tipinde olduğu, varyans oranları ve alfa katsayılarının; sırasıyla "Bireysel Boyut" için varyans oranı %20.3 / hesaplanan alfa katsayısı 0.92; ÖYÖ'nin "Yönetimsel Boyut" için varyans oranı %19.7 / hesaplanan alfa katsayısı 0.93; ÖYÖ'nin "Toplumsal Boyut" için varyans oranı %18 / hesaplanan alfa

katsayısının 0.95 ve ölçeğin toplam alfa katsayısının 0,93 yani çok güvenilir olduğu belirtilmiştir. Tek faktörlü ölçeklerde açıklanan varyansın %30 ve daha fazla olması yeterli görülmektedir (Büyüköztürk; 2002: 119).

3.4. Verilerinin Analizi

Bu çalışmada; neden-sonuç ilişkilerini analiz edilmesini sağlayan “İlişkisel Tarama” tekniği tercih edilmiştir.

4. BULGULAR

Bu kısımda, ölçeklerden elde edilen veriler, öncelikle excel tablosuna aktarılmış ve analiz için IBM SPSS 21 programı kullanılmıştır. Verilerin güvenilirlik, frekans analizi, regresyon analiz, korelasyon analizi ve farklılık analizleri yapılarak araştırmadan elde edilen bulgularla, diğer araştırmalardan elde edilen sonuçlar arasında karşılaştırmalar yapılarak araştırma raporu yazılmıştır.

4.1. Güvenilirlik Analizi

“Stratejik Yönetim” ve “Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi Ölçek”leri için yapılan güvenilirlik analizi ile ilgili analiz sonuçları aşağıdaki tabloda yer almaktadır. Bu kapsamda, KMO değerleri 1 e yaklaştıkça çok güvenilir ve “0” a yaklaştıkça güvensiz olduğuna karar verilmektedir (Kaiser, 1974: 31-36).

Tablo-1 Stratejik Yönetim ve Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi Ölçekleri için Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Ölçek	Boyut	Boyut Güvenilirlik	Ölçek Güvenilirlik
Stratejik Yönetim	Kaynak	0,929	0,961
	Çevre ile İşbirliği	0,926	
Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi	Bireysel Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi	0,887	0,929
	Yönetimsel Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi	0,940	
	Toplumsal Boyuttaki Bireysel Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi	0,913	

Bu çalışmada ölçeklerin ve boyutların güvenilirlik düzeyini gösteren katsayılar irdelenmiştir. Elde edilen Cronbach alfa katsayıları yukarıdaki tabloda özetlenmiştir. Hesaplanan Cronbach alfa katsayısı değerleri Tablo 1 incelendiğinde boyutlar için en küçük güvenilirlik katsayısının 0,887 olduğu görülmektedir. Hesaplanan en küçük değer olmasına rağmen “Bireysel Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi” boyutunun oldukça güvenilirdir. Ayrıca “Stratejik Yönetim” ($\alpha=0,961$) ve “Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi” ($\alpha=0,929$) ölçekleri için hesaplanan Cronbach alfa değerleri incelendiğinde ölçeklerin oldukça güvenilir oldukları görülmektedir.

4.2. Frekans Analizi

Frekans analizleri sonucunda elde edilen veriler aşağıdaki tablo 2 de verilmiştir.

Tablo-2 Demografik Değişkenlerle İlgili Sonuçlar

	Boyutlar	Frekans	Yüzde (%)
Cinsiyet	Erkek	289	63,4
	Kadın	167	36,6
Yaş	20-30 Yaş	21	4,6
	31-40 Yaş	230	50,4
	41-50 Yaş	127	27,9
	50+	78	17,1
	1-10 Yıl	302	66,2
Çalışma Süresi	11-20 Yıl	86	18,9
	21-30 Yıl	68	14,9
	Lisans	164	36,0
Eğitim	Lisans Üstü	292	64,0

Araştırma çalışması gönüllü olarak katılan bireylerden 167 kişinin (%36,6) kadın, 289 kişinin (%63,4) erkek toplamda ise 456 kişi olduğu gözlenmiştir. Ayrıca 21 kişinin (%4,6) 20-30 yaş, 230 kişinin (%50,4) 31-40 yaş, 127 kişinin (%27,9) 41-50 yaş ve 78 kişinin (%17,1) 50 yaş üzerinde olduğu görülmektedir. Ayrıca 302 kişi (%66,2) 1-10 yıl, 86 kişi (%18,9) 11-20 yıl ve 68 kişi (%14,9) 21-30 yıl hizmet süresine sahiptir. Son olarak katılımcıların 164'ünün (%36,0) lisans ve 292'sinin (%64,0) lisansüstü düzeyinde eğitim aldığı saptanmıştır.

4.3. Korelasyon Analizleri

Bir araştırmanın değişkenleri arasında ilişkinin büyüklüğünü ve yönünü belirlemek için korelasyon katsayısından yararlanır. Bu katsayının değeri en az -1 en fazla +1 değerini alır ve bu değer -1'e yaklaştıkça negatif yönde güçlü ilişki, +1'e yaklaştığında pozitif yönde güçlü ilişki ve 0' değerine yaklaştıkça ise değişkenler arasındaki ilişkisizlik söz konusu olmaktadır (Bayram, 2004: 115).

Tablo-3 Stratejik Yönetim ve Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi için Korelasyon Analizi Sonuçları

	Kaynak	Çevre ile İşbirliği	Bireysel Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi	Yönetimsel Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı	Toplumsal Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi
Kaynak	1				
Çevre ile İşbirliği	,913**	1			
Bireysel Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi	,732**	,783**	1		
Yönetimsel Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı	,152**	,206**	,448**	1	
Toplumsal Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi	-,222**	-,075	,033	,571**	1

* p < 0,05 düzeyinde anlamlı ; **p < 0,01 düzeyinde anlamlı

Stratejik yönetim ve örgütsel yaratıcılık algı düzeyinin birbirleri üzerindeki etkileri korelasyon analizi yardımıyla irdelenmiştir. Uygulanan analiz sonucunda hesaplanan korelasyon katsayıları özet tablo şeklinde sunulmuştur. Tablo 3'te korelasyon katsayısı değerleri arasında yüksek, düşük, negatif ve pozitif ilişkilerin olduğu görülmektedir. "Toplumsal Boyuttaki Bireysel Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi" ile "Çevre ile İş Birliği" arasında ($r = -0,075$) negatif bir ilişki varken "Yönetimsel Boyuttaki Bireysel Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı" ile arasında ($r = 0,571$) pozitif yönlü ilişki olduğu görülmektedir. Bu ilişki değerleri değişkenler arasında güçlü ilişkilerin olduğunu göstermektedir. Ancak "Toplumsal Boyuttaki Bireysel Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi" ile "Bireysel Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi" arasında ($r = 0,033$) bulunan mevcut ilişki yok denecek kadar azdır. Mevcut ilişkileri neden sonuç açısından daha iyi açıklanabilmesi için aşağıda regresyon analizleri yapılmıştır.

4.4. Regresyon Analizi

Regresyon bir çalışmada değişkenler arasındaki neden-sonuç ilişkilerinin regresyon denklemi ile ifade edilmesidir. Regresyon denklemi " $Y = \beta_0 + \beta_1 X_i + \epsilon_i$ " şeklindedir ve formülde yer alan; X_i "Bağımsız Değişken", Y "Bağımlı Değişken", β_i i. "bağımsız Değişkene Ait Katsayı", ϵ_i ise "Bağımlı Değişkene Sahip Hata Terimleri" ve β_0 "Sabit Katsayı Değeri"dir. (Tabachnick ve Fidell, 2015: s. 78). Pozitif liderlik davranışlarının, çalışanların işyerinde duygusal iyi oluş düzeyine üzerinde etkisi ile ilgili olarak yapılan regresyon analizi sonuçları Tablo 4'te almaktadır.

Tablo-4 Stratejik Yönetimin, Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi Üzerindeki Etkisine İlişkin Regresyon Analizi Tablosu

Boyutlar		Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi					
		Bireysel Boyuttaki Algı Düzeyi		Yönetmel Boyuttaki Yaratıcılık Algı Düzeyi		Toplumsal Boyuttaki Yaratıcılık Algı Düzeyi	
		β	P	β	P	β	P
Sabit Katsayı		1,066	,000	2,151	,000	4,441	,000
Stratejik Yönetim	Kaynak	,098	,151	-,302	,044	-1,269	,000
	Çevre ile İş Birliği	,587	,000	,503	,000	,941	,000
Model Anlamlılığı		(Sig.)=0,000		(Sig.)=0,000		(Sig.)=0,000	
Açıklama Yüzdesi		(r ²) = 0,784		(r ²) = 0,424		(r ²) = 0,483	

A) H1a: Kaynakların etkin kullanımı ve çevre ile işbirliği; bireysel boyuttaki örgütsel yaratıcılık algı düzeyini pozitif yönde etkiler.

“Bireysel Boyuttaki Yaratıcılık Algı Düzeyi” bağımlı değişkeni için yapılan, regresyon analizi sonucunda; a1) Kaynak boyutunun (p=0,151), “Bireysel Boyuttaki Yaratıcılık Algı Düzeyi” üzerinde etkisinin olmadığı tespit edilmiş ve ilgili hipotezler reddedilmiştir (p>0,05). a2) “Çevre ile İşbirliği” (p=0,000) faktörünün; “Bireysel Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi” üzerinde etkisi tespit edilmiş ve ilgili hipotezler kabul edilmiştir (p<0,05).

“Bireysel Boyuttaki Yaratıcılık Algı Düzeyi” için kabul edilen hipotezlere yönelik regresyon denklemi; $Y = \beta_0 + \beta_1 X_1$ = “Bireysel Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi” = 1,066 + 0,587 “Çevre ile İşbirliği” şeklinde ifade edilir.

B) H1b: Kaynakların etkin kullanımı ve çevre ile işbirliği; yönetmel boyuttaki örgütsel yaratıcılık algı düzeyini pozitif yönde etkiler.

“Yönetmel Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi” bağımlı değişkeni için yapılan, regresyon analizi sonucunda; a1) “Kaynak” (p=0,044) ve “Çevre ile İşbirliği” (p=0,000) boyutlarının; “Yönetmel Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi” üzerinde etkisi tespit edilmiş ve ilgili hipotezler kabul edilmiştir (p<0,05).

“Yönetmel Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı” için kabul edilen hipotezlere yönelik regresyon denklemi; $Y = \beta_0 + \beta_1 X_1$ = “Yönetmel Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi” = 2,151 - 0,302 “Kaynak” + 0,503 “Çevre ile İşbirliği” şeklinde ifade edilir.

C) H1c: Kaynakların etkin kullanımı ve çevre ile iş birliği; toplumsal boyuttaki örgütsel yaratıcılık algı düzeyini pozitif yönde etkiler.

“Toplumsal Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi” bağımlı değişkeni için yapılan, regresyon analizi sonucunda; a1) Kaynak (p=0,000) ve “Çevre ile İşbirliği” (p=0,000) boyutlarının; “Toplumsal Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi” üzerinde etkisi tespit edilmiş ve ilgili hipotezler kabul edilmiştir (p<0,05).

“Toplumsal Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi” için kabul edilen hipotezlere yönelik regresyon denklemi; $Y = \beta_0 + \beta_1 X_1$ = “Toplumsal Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi” = 4,441 - 1,269 “Kaynak” + 0,941 “Çevre ile İşbirliği” şeklinde ifade edilir.

4.5. Farklılık Analizleri

Bu kısımda, demografik değişkenler, bağımsız değişken stratejik yönetim ile bağımlı değişken örgütsel yaratıcılık algı düzeyi arasındaki farklılık analizleri yer almaktadır.

4.5.1. Cinsiyete Göre, Stratejik Yönetim ile Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyinin Gösterdiği Farklılıklar

Tablo 5'te stratejik yönetim ve örgütsel yaratıcılık düzeyi arasında; katılımcıların cinsiyetlerine göre istatistiksel açıdan fark olup-olmadığını analiz etmek üzere t-testi bulgularına yer verilmiştir;

Tablo-5 Stratejik Yönetim ile Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyinin Cinsiyet Göre Gösterdiği Farklılıkların Belirlenmesi için t Testi Bulguları

Düzeyler		Cinsiyet	N	Ort.	t Değeri	p Değeri	Hipotez
Stratejik Yönetim	Kaynak	Erkek	289	4,0884	-,193	,847	H2a1 Red
		Kadın	167	4,0980			
	Çevre ile İş Birliği	Erkek	289	3,9723	,240	,810	H2a2 Red
		Kadın	167	3,9586			
Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi	Bireysel Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi	Erkek	289	3,7584	-1,977	,049	H2a3 Kabul
		Kadın	167	3,8549			
	Yönetimsel Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi	Erkek	289	2,8676	-1,473	,141	H2a4 Red
		Kadın	167	2,9826			
	Toplumsal Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi	Erkek	289	2,8723	-3,969	,000	H2a5 Kabul
		Kadın	167	3,1742			

H1d2: İşletmelerin stratejik yönetim ve örgütsel yaratıcılık düzeyi katılımcıların cinsiyetleri itibariyle anlamlı farklılık gösterir.

Stratejik yönetim ile örgütsel yaratıcılık algı düzeyinin, cinsiyete göre gösterdiği farklılıklar t-testi ile analiz edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda "Kaynak Kullanım Verimliliği" (H2a1, p=0,847), "Çevre ile İş Birliği" (H2a2, p=0,810) ve "Yönetimsel Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi" (H2a4, p=0,141) cinsiyete göre farklılık göstermediği (p>0,05) diğer bir ifadeyle, ilgili hipotezlerin desteklenmediği tespit edilmiştir. Ancak "Bireysel Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi" (H2a3, p=0,049) ve "Toplumsal Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi"nin (H2a5, p=0,000) cinsiyete göre farklılık gösterdiği (p<0,05) tespit edilmiştir.

4.5.2. Yaşa Göre, Stratejik Yönetim ile Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyinin Gösterdiği Farklılıklar

Tablo 6'da stratejik yönetim ve örgütsel yaratıcılık düzeyi arasında; katılımcıların yaşlarına göre istatistiksel açıdan fark olup-olmadığını analiz etmek üzere t-testi bulgularına yer verilmiştir;

Tablo-6 Stratejik Yönetim ile Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyinin Yaşa Göre Gösterdiği Farklılıkların Belirlenmesi için Tek Yönlü Varyans Analizi Bulguları

Düzeyler		Yaş	N	Ort.	f Değeri	p Değeri	Hipotez
Stratejik Yönetim	Kaynak	20-30 Yaş	21	4,3810	4,085	,007	H3a1 Kabul
		31-40 Yaş	230	4,0217			
		41-50 Yaş	127	4,1832			
		50+	78	4,0723			
	Çevre ile İşbirliği	20-30 Yaş	21	4,2857	4,237	,006	H3a2 Kabul
		31-40 Yaş	230	3,9178			
		41-50 Yaş	127	4,0744			

		50+	78	3,8531				
Örgütsel Yaraticılık Algı Düzeyi	Bireysel Boyuttaki Örgütsel Yaraticılık Algı Düzeyi	20-30 Yaş	21	3,9860	5,881	,001	H3a3 Kabul	
		31-40 Yaş	230	3,8371				
		41-50 Yaş	127	3,8198				
	Yönetmel Boyuttaki Örgütsel Yaraticılık Algı Düzeyi	50+	78	3,5716	10,686	,000	H3a4 Kabul	
		20-30 Yaş	21	2,1342				
		31-40 Yaş	230	3,0538				
	Toplumsal Boyuttaki Örgütsel Yaraticılık Algı Düzeyi	41-50 Yaş	127	2,7817	13,316	,000	H3a5 Kabul	
		50+	78	2,9021				
		20-30 Yaş	21	2,0476				
			31-40 Yaş	230	3,0549			
			41-50 Yaş	127	3,1038			
			50+	78	2,8252			

H1d2: İşletmelerin stratejik yönetim ve örgütsel yaratıcılık düzeyi katılımcıların yaşları itibariyle anlamlı farklılık gösterir.

Stratejik yönetim ile örgütsel yaratıcılık algı düzeyinin yaşa göre gösterdiği farklılıklar f-testi yardımıyla analiz edilmiştir. Yapılan test sonucunda “Kaynak Kullanım Verimliliği” (H3a1, p=0,007), “Çevre ile İşbirliği” (H3a2, p=0,006), “Bireysel Boyuttaki Örgütsel Yaraticılık Algı Düzeyi” (H3a3, p=0,001), “Yönetmel Boyuttaki Örgütsel Yaraticılık Algı Düzeyi” (H3a4, p=0,000) ve “Toplumsal Boyuttaki Örgütsel Yaraticılık Algı Düzeyi” (H3a5, p=0,000) yaşa göre farklılık gösterdiği (p<0,05), diğer bir ifadeyle ilgili hipotezin desteklendiği tespit edilmiştir.

4.5.3. Eğitim Durumuna Göre Stratejik Yönetim ile Örgütsel Yaraticılık Algı Düzeyinin Gösterdiği Farklılıklar

Tablo 7’de stratejik yönetim ve örgütsel yaratıcılık düzeyi arasında; katılımcıların eğitim durumuna göre istatistiksel açıdan fark olup-olmadığını analiz etmek üzere t-testi bulgularına yer verilmiştir;

Tablo-7 Stratejik Yönetim ile Örgütsel Yaraticılık Algı Düzeyinin Eğitim Durumuna Göre Gösterdiği Farklılıkların Belirlenmesi için t Testi Bulguları

		Düzeyleler	Eğitim	N	Ort.	t	p	Hipotez
Stratejik Yönetim	Kaynak	Lisans	164	3,9440	-4,187	,000	H4a1 Kabul	
		Lisans	292	4,1750				
	Çevre ile İşbirliği	Lisans	164	3,6924	-7,200	,000	H4a2 Kabul	
		Lisans	292	4,1217				
Örgütsel Yaraticılık Algı Düzeyi	Bireysel Boyuttaki	Lisans	164	3,5542	-7,390	,000	H4a3 Kabul	
	Örgütsel Yaraticılık Algı	Lisans	292	3,9283				
	Yönetmel Boyuttaki	Lisans	164	2,8465	-1,421	,156	H4a4 Red	
		Örgütsel Yaraticılık Algı	Lisans	292				2,9452
	Toplumsal Boyuttaki	Lisans	164	2,7888	-3,968	,000	H4a5 Kabul	
Örgütsel Yaraticılık Algı	Lisans	292	3,0918					

H1d3: İşletmelerin stratejik yönetim ve örgütsel yaratıcılık düzeyi katılımcıların eğitim durumları itibariyle anlamlı farklılık gösterir.

Stratejik yönetim ile örgütsel yaratıcılık algı düzeyinin, eğitim durumuna göre gösterdiği farklılıklar t-testi yardımıyla analiz edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda “Yönetmel Boyuttaki Örgütsel Yaraticılık Algı Düzeyi”nin (H4a4, p=0,156) cinsiyete göre farklılık göstermediği (p>0,05)diğer bir ifadeyle, ilgili hipotezlerin desteklenmediği tespit edilmiştir. Ancak “Kaynak Kullanım Verimliliği” (H4a1, p=0,000), “Çevre ile İşbirliği” (H4a2, p=0,000); “Bireysel Boyuttaki Örgütsel Yaraticılık Algı Düzeyi” (H4a3, p=0,000) ve “Toplumsal Boyuttaki Örgütsel Yaraticılık Algı Düzeyi”nin (H4a5, p=0,000) eğitim durumuna göre farklılık gösterdiği (p<0,05), diğer bir ifadeyle ilgili hipotezin desteklendiği tespit edilmiştir.

4.5.4. Çalışma Süresine Göre Stratejik Yönetim ile Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyinin Gösterdiği Farklılıklar

Tablo 8’de stratejik yönetim ve örgütsel yaratıcılık düzeyi arasında; katılımcıların çalışma sürelerine göre istatistiksel açıdan fark olup-olmadığını analiz etmek üzere t-testi bulgularına yer verilmiştir;

Tablo-8 Stratejik Yönetim ile Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyinin, Çalışma Süresine Göre Gösterdiği Farklılıkların Belirlenmesi için Tek Yönlü Varyans Analizi Bulguları

	Düzeyleler	Çalışma Süresi	N	Ort.	f Değeri	p Değeri	Hipotez
Stratejik Yönetim	Kaynak	1-10 Yıl	302	4,0605	11,920	,000	H5a1 Kabul
		11-20 Yıl	86	4,3383			
		21-30 Yıl	68	3,9198			
	Çevre ile İşbirliği	1-10 Yıl	302	4,0021	35,702	,000	H5a2 Kabul
		11-20 Yıl	86	4,2548			
		21-30 Yıl	68	3,4492			
Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi	Bireysel Boyuttaki Yaratıcılık Algı Düzeyi	1-10 Yıl	302	3,8366	59,952	,000	H5a3 Kabul
		11-20 Yıl	86	4,0821			
		21-30 Yıl	68	3,2388			
	Yönetsel Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi	1-10 Yıl	302	2,8546	5,179	,006	H5a4 Kabul
		11-20 Yıl	86	3,1586			
		21-30 Yıl	68	2,8396			
	Toplumsal Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi	1-10 Yıl	302	3,0614	10,345	,000	H5a5 Kabul
		11-20 Yıl	86	3,0190			
		21-30 Yıl	68	2,5882			

H1d4: İşletmelerin stratejik yönetim ve örgütsel yaratıcılık düzeyi katılımcıların çalışma süreleri itibariyle anlamlı farklılık gösterir.

Stratejik yönetim ile örgütsel yaratıcılık algı düzeyinin, çalışma süresine göre gösterdiği farklılıklar “Tek Yönlü Varyans Analizi” yardımıyla test edilmiştir. Yapılan test sonucunda “Kaynak Kullanım Verimliliği” (H5a1, p=0,000), “Çevre ile İşbirliği” (H5a2, p=0,000), “Bireysel Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi” (H5a3, p=0,000), “Yönetsel Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi” (H5a4, p=0,006) ve “Toplumsal Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi”nin (H5a5, p=0,000) çalışma süresine göre farklılık gösterdiği (p<0,05), diğer bir ifadeyle ilgili hipotezin desteklendiği tespit edilmiştir.

5. TARTIŞMA VE SONUÇ

“Bireysel Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi” üzerinde; a) Çevre ile işbirliğinin %58,7 oranında yapılan regresyon analizi sonucunda pozitif etkisi olduğunu tespit edilmiştir. Fidanboy ise (2018: 376) araştırmasında yenilikçi bir işletmenin, dinamik bir çevre karşısında yaratıcılığı destekleyen faaliyetleri kolaylıkla gerçekleştirebileceğini tespit etmiştir. Ayrıca, Çavuş ve Akgemci (2008) yaptıkları çalışmada, personel güçlendirme değişkeninin, yaratıcılık ve yenilikçilik algısı üzerinde pozitif yönlü etkisinin olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bununla birlikte Yahşi (2014: 73) yapmış olduğu çalışmada, örgütsel iklim algısının artmasıyla yaratıcılık düzeyinin de aynı oranda arttığını tespit etmiştir. Holagh, Noubar ve Bahador’a (2014: 215) göre, bürokratik ve gereğinden fazla hizmet içi kuralların örgütsel yaratıcılık üzerinde yavaşlatıcı etkisi olmaktadır. Holagh, Noubar ve Bahador çalışmalarında (2014: 213) örgütsel yapı unsurları ile örgütsel yaratıcılık arasında pozitif anlamlı ilişki bulunduğunu, tüm örgütsel yapı öğelerinin örgütsel yaratıcılık üzerinde olumlu etkisi bulunduğunu, elde edilen sonuçların örgütsel yaratıcılık ile örgütsel bağlılık arasında pozitif anlamlı bir ilişki olduğunu belirtmişlerdir Coldevin, vd., 2019: 1370). Bu sonuçlar kapsamında yöneticilerin, örgütlerin gereksiz iş prosedürlerini ve karmaşıklığını en aza indirmek için dinamik, yalın, esnek ve çevreye uyumlu bir yönetim anlayışına sahip olmaları yaratıcılığı ve yenilik faaliyetlerinin başarısını olumlu yönde etkilemektedir. Örgütsel yaratıcılığın geliştirilebilmesi için çalışanlar; stratejik yönetim

kararlarına katılımları teşvik edilmeli, duygusal bağlılık düzeyleri artırılmalı, ödüllendirme ve cezalandırma yöntemleri oluşturulmalıdır.

“Bireysel Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi”ne; kaynak etkin kullanımının %30,2 oranında negatif, çevre boyutunun %50,3 oranında pozitif bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Özgür ve Kanber ise (2011: 75) yaptıkları çalışmada yenilik performansı ve örgütsel yaratıcılık algısı arasında yapılan regresyon analizi sonucunda; pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğunu tespit etmişlerdir. Bu bulgular kapsamında, işletmelerin yenilik performansı ve yaratıcılık konusunda yapacakları çalışmalarda çalışanlarında bireysel boyuttaki katkılarına almaları verimliliklerini ve karlıkları artırabileceği düşünülebilir.

Yapılan, regresyon analizi sonucunda; “Toplumsal Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi”ne; kaynak boyutunun %126,9 olumsuz yönde, çevre boyutunun %94,1 olumlu yönde bir etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Dolayısıyla, kaynakların etkin kullanımı; örgütsel yaratıcılık algı düzeyini olumsuz ancak “Çevre ile İşbirliği” boyutunun olumlu yönde etkilediği etkilemiştir. Bu durumda kaynakların etkin kullanılması ve çalışanların örgütsel yaratıcılık algı düzeyinin artırılmasına yönelik etkinlikler yapılması, eğitimler verilmesi yararlı olabilecektir. Özgür (2004: 211) stratejik yönetim ile çevre ilişkisini incelediği çalışmasında stratejik yönetimin temel faktörlerinin, çevre ve gelecek olduğunu tespit etmiş, bununla birlikte işletmelerin bütün kaynaklarını çevreden aldıklarını ancak belirli bir süre sonunda tekrar çevreye verdiklerini belirtmiştir. Buna göre stratejik yönetim, çevre ve işletme arasındaki iş birliğini geliştirmektedir. Ayrıca, Oğuzhan (2021: 2169) yaptığı çalışmada, örgütsel yaratıcılık değişkenleri olan toplumsal yaratıcılık, bireysel yaratıcılık ve yönetsel yaratıcılığın, motivasyon ve yenilikçilik algıları üzerinde anlamlı ve pozitif bir etki yarattığını tespit etmiştir. Bu durumda, yenilik performansı ve yaratıcılık konusunda yapılan çalışmalarda örgüt üyelerinin bireysel boyuttaki katkılarının alınması, sürekli eğitim faaliyetlerine yer verilmesi ve tüm paydaşlarla iş birliklerinin geliştirilmesi; işletmelerin verimliliklerini ve karlıklarını artırabilir.

Elde edilen ortalama değerler incelendiğinde, kadınların “Bireysel Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi” ve “Toplumsal Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi”nin; erkeklere oranla daha yüksek olduğu saptanmıştır. Uğurlu ve Ceylan (2014: 111) ise yaptıkları çalışmada, cinsiyet değişkenine göre örgütsel yaratıcılık algısının değişmediğini, buna karşılık eğitim ve yaş değişkenlerine göre ise değişkenlik gösterdiğini tespit etmişlerdir. Bu durumda, işletmelerin bireysel düzeyde, örgütsel düzeyde ve toplumsal düzeyde yaratıcılık algılarını geliştirebilmeleri açısından bireyler arasında ayırım cinsiyet ve eğitim durumu gibi konularda yapmaları faaliyetlerin başarısı açısından önemlidir.

Ortalama değerler incelendiğinde; yaş arttıkça bireylerde kaynak, “Çevre ile İşbirliği” ve “Bireysel Boyuttaki Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi”nin azaldığı gözlenmiştir. Ayrıca “Yönetsel Boyut”, “Bireysel Boyut” ve “Toplumsal boyut Algı Düzeyi”nin 20-30 yaş ve 50 yaş üzeri olan bireylerde daha düşük düzeyde olduğu gözlenmiştir. Fettahloğlu ve Tatlı (2015: 138) yaptıkları çalışmada ise yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim düzeyi ve mesleki tecrübe değişkenlerinin, “Yaratıcılık” ve “Yenilikçilik” bakımından “Çalışan Performansı” üzerinde etkisi olmadığını tespit etmişlerdir. Bu sonuçları dikkate alındığında, bireysel, örgütsel ve toplumsal düzeyde yaratıcılık algı düzeylerinin yükseltilebilmesinde bireylerinin yaşlarına göre gerektiğinde sürekli eğitimler ve her yaşın gerektirdiği seminer, söyleşi, toplantı türünde etkinliklere etkinliklere yer verilmesi önemli faydalar sağlayabilir.

Ortalama değerler incelendiğinde; “Bireysel Boyutta Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi” ve “Toplumsal Boyutta” “Örgütsel Yaratıcılık Algı Düzeyi” karşılaştırması yapıldığında “Kaynakların Etkin Kullanımı” ve “Çevre ile İş Birliği”nin; lisansüstü düzeyde eğitim almış bireylerin lisans eğitimi almış bireylere göre daha yüksek olduğu saptanmıştır. Yılmaz (2019: 167) araştırmasında, kişilik özelliklerinden sorumluluk, deneyime açıklık, dışa dönüklük ve uyumluluğun örgütsel yaratıcılık üzerinde etkili olduğunu tespit etmiştir. Bununla birlikte eğitim düzeyinin; örgütsel yaratıcılık ve kişilik özellikleri üzerinde anlamlı ve pozitif yönlü etkiler yarattığı sonucuna ulaşmıştır. Bu bulgular kapsamında, örgütlerin yaratıcılık algı düzeylerine artırılmasında çevre ile işbirliğine önem verilmesi verimliliğin ve karanlığın artmasını neden olabilir.

Ortalama değerler incelendiğinde; 21-30 yıl arasında çalışma süresi olan bireylerin “Kaynak Kullanımı”, “evre ile İşbirliği”, “Bireysel Boyutta rgtsel Yaratıcılık Algı Düzeyi”, yönetsel boyuttaki örgütsel yaratıcılık algı ve toplumsal boyuttaki “Bireysel Boyuttaki rgtsel Yaratıcılık Algı Düzeyi”nin 20 yıl ve daha az hizmet süresi olan bireylere oranla daha düşük olduğu tespit edilmiştir. Çavuş ve Akgemci (2008)'nin yaptıkları çalışmada, örgütsel yaratıcılık ve yenilikçilik üzerinde çalışma süresi ve personel güçlendirme değişkenlerinin pozitif yönlü etki yarattığını tespit etmişlerdir. Bu sonuçlar kapsamında, örgütlerin yaratıcılık algı düzeylerine artırılmasında çalışanların tecrübelerine, bilgi birikimlerine ve önerilerine önem verilmesi verimliliğin ve karanlığın artmasını neden olabilir.

6. ÖNERİLER

Üniversitelerde kaynakların etkin kullanımı, karlılığı artırabilir, maliyetleri azaltabilir, rekabet başarısını olumlu yönde etkileyebilir. Üniversitelerde yaratıcılık algı düzeyinin artırılabilmesi için personel güçlendirme çalışmalarının yapılması yararlı olabilir. evre ile iyi bir iletişim ve işbirliği sayesinde; bireysel, toplumsal ve örgütsel düzeyde yenilik faaliyetlerinin geliştirilmesi çok daha etkili olabilir.

Üniversitelerin amacının yalnızca öğrencilere ders vermek olmadığı, çevresi ile ve bulunduğu Őehir ile de öncül ve taşıyıcı bir ilişki misyonu da bulunmaktadır. Bu bakımdan, özellikle niversite sanayi işbirliği ile yürütülen çalışmalarda iyi organize edilmiş stratejik yönetimle desteklenen yaratıcılık, inovatif ürün çeşitliliğini arttıracaktır.

Stratejik yönetimin bir ayağı da kaynakların verimli kullanımı meselesidir. Kaynakların etkin kullanımı daha yaşanabilir çevrenin oluşmasına ve toplumun daha sağlıklı yaşam sürmesine neden olabilir. Bireysel boyuttaki örgütsel yaratıcılık algı düzeyinin olumlu yönde artırılabilmesi için karşılıklı sergilenen zgecilerle davranışlarıyla, niversite çalışanlarının işbirliği davranışlarının artmasını ve yenilikçilik faaliyetlerinin artmasını sağlayabilir.

Stratejik yönetim ile niversitenin tüm faaliyet ve süreçlerinde kalite iddiası oluşmaktadır. Kaliteli hizmetler; eğitimin başarısını, tanınırlığını, rekabetteki başarısını ve örgütsel yaratıcılık algı düzeyinin artmasını sağlayabilir. Stratejik yaratıcı düşüncenin oluşturulabilmesi ve örgütsel başarının sağlanabilmesi için çalışanların, yönetim tarafından desteklenmesi, ekip çalışmalarının teşvik edilmesi; yaratıcılığa yönelik fikirlerin ortaya çıkması zendirebilir. Tüm personelin ve öğrencilerin; her hangi bir cinsiyet, yaş, eğitim durumu, iş tecrübesi gibi konularda ayır edilmeden yaratıcılık çalışmalarına dahil edilmesi; örgütsel yaratıcılık algı düzeyinin artırılmasını ve eğitimdeki başarının artmasını sağlayabilir.

Yenilikçilik anlayışının tüm niversite mensuplarına benimsetilmesi, kurumsallaşmanın sağlanması ve ARGE faaliyetlerinin artırılması sayesinde; örgütsel verimlilik arttırılabilir, personelin motivasyonu yükseltebilir ve öğrencilerin memnuniyeti üst seviyelere çıkarılabilir.

KAYNAKLAR

- Acar, S. (2022). Stratejik Yönetim erevesinde Türkiye'deki Hayat Sigortası Őirketleri: Vizyon İfadelerine Yönelik Bir Analiz. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 13(1), 311-324.
- Akmehmet, D., Uğur, A. S., ve Kurt, P. (2003). Stratejik İnsan Kaynakları Yönetiminde Eğitim ve Geliştirme. *Geliştirme*, <http://www.insankaynaklari.gokceada.com>, 28.02.2003.
- Aktan, C.C. (2008). Stratejik Yönetim ve Stratejik Planlama. *imento İşveren Dergisi*, 4(22), 4-15.
- Armstrong, M. (2017). *Armstrong'un Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi El Kitabı* (Y. D. Gürol, & E. Gemici, ev.) Ankara: Nobel yayıncılık.
- Ayaz, S. (2021). İşletmelerde Dinamik Kabiliyetler ve Entropi. D. Hıdıroğlu (Ed.), *Yalın Yönetim, Yalın Liderlik ve Yalın Girişimcilik* (pp. 27-42). İstanbul: Nobel Yayınları.
- Ayaz, S., Altıntaş, F.F., Yıldırn, C. ve Tan, Z.F. (2019). Öğrenen rgt Disiplinleri Arasındaki İlişki Modeli: Karabük Demir-elik İşletmesinde bir Uygulama. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(64), 692-699.

- Balay, R. (2010). Öğretim Elemanlarının Örgütsel Yaratıcılık Algıları. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 43(1), 41-78.
- Barca, M. (2005). Stratejik Düşüncenin Evrimi: Bilimsel Bir Disiplinin Oluşum Hikâyesi. *Yönetim Araştırmaları Dergisi*, 5(1), 7-38.
- Baykal, T. (2018). Örgütlerde Etkinlik ve Etkililik İçin Stratejik Yönetim ve Stratejik Planlama. *Sosyal Bilimler Araştırma Dergisi*, 7(2), 151-160.
- Bayram N. (2004). *Sosyal Bilimlerde SPSS ile Veri Analizi*, Bursa:Ezgi Kitabevi.
- Bilgiç, A. (2013). Stratejik Yönetim Düşüncesinin Evrimi. *Denetim*, 11, 69-75.
- Bryson, J. M. (1988). A Strategic Planning Process For Public and Non-Profit Organizations. *Long Range Planning*, 21(1), 73-81.
- Büyüköztürk, Ş. (2002). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi Elkitabı: İstatistik, Araştırma Deseni, SPSS Uygulamaları ve Yorum*. Ankara: Pegem A Yayıncılık.
- Chakravarthy, B. S. (1982). Adaptation: A Promising Metaphor for Strategic Management. *Academy of Management Review*, 7(1), 35-44.
- Chang, W. and Chiang, Z. H. (2007). *A Study On How To Elevating Organizationa Lcreativity Of Designorganization, International Association of Societies of Design Research*. The Hong Kong Polytechnic University, Hong Kong, 1-24.
- Chuang, L. (2007). The Social Psychology of Creativity and Innovation: Process Theory Perspective. *Social Behavior and Personality*, 35(7), 875-888.
- Coldevin, H. G., Carlsen, A., Clegg, S., Pitsis, T. S., and Antonacopoulou, E. P. (2019). Organizational Creativity as İdea Work: Intertextual Placing and Legitimizing İmaginings in Media Development and Oil Exploration. *Human Relations*, 72(8), 1369-1397.
- Çakmak, V. (2017). Advergammers: New Advertising Fans of the Digital Age. In *Narrative Advertising Models and Conceptualization in the Digital Age* (pp. 79-95). IGI Global.
- Çavuş, M. F., ve Akgemci, T. (2008). İşletmelerde Personel Güçlendirmenin Örgütsel Yaratıcılık ve Yenilikçiliğe Etkisi: İmalat Sanayiinde Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20, 229-244.
- Demir, D. (2017). *Stratejik Yönetim ve Marka Yönetimi Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Bir Sektör Uygulaması (Tekstil Hazır Giyim)*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Arel Üniversitesi, İstanbul.
- DPT (2006). Dokuzuncu Kalkınma Planı Bölgesel Gelişme Özel İhtisas Komisyonu İl Gelişme Stratejileri ve Politikaları Alt Komisyonu Raporu.
- Drucker, P. (1999). *21. Yüzyıl İçin Yönetim Tartışmaları*. Çeviren: İ. Bahçivangil, İstanbul: Epsilon Yayıncılık.
- Durand, R., Grant, R.M. and Madsen, T.L. (2017). The Expanding Domain of Strategic Management Research and the Quest For İntegration. *Strategic Management Journal*, 38(1), 4-16.
- Düren, Z. (2000). *2000'li Yıllarda Yönetim*. İstanbul: Alfa.
- Fettahlioğlu, Ö. O., ve Tatlı, H. S. (2015). Örgütsel Bağlılık ve Farklılıkların Yönetimi Algılamaları Arası İlişkilerin Saptanmasında Demografik Farklılıklara Yönelik İnceleme. *KSÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 12(2), 119-140.
- Fidanboy, C. Ö. (2018). Yenilik İkliminin Örgütsel Özdeşleşmeye Etkisi: Bilişim Sektörü Çalışanları Üzerinde Bir Araştırma. *Business & Management Studies: An International Journal*, 6(3), 362-378.
- Fisk, P. (2011). *Yaratıcı Deha*. Çeviren: N. Özata, İstanbul: MediaCat Yayınları.
- Freeman, R. E., and McVea, J. (2001). *A Stakeholder Approach to Strategic Management*. Forthcoming in M. Hitt, E. Freeman, and J. Harrison (eds.) *Handbook of Strategic Management*, Oxford: Blackwell Publishing, 1-32.
- Genç, N. (2008). *Yönetim ve Organizasyon*. 2. Baskı, Ankara: Seçkin Yayıncılık.
- Getz, G. and Lee, J. (2011) Why Your Strategy Isn't Working. *Business Strategy Series*, 12(6), 303-307.
- Güçlü, N. (2003). Stratejik Yönetim. *Gazi Üniversitesi Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23(2), 61-85.
- Gürüz, D. ve Özdemir-Yaylacı, G. (2007). *İnsan Kaynakları Yönetimi*. 4. Baskı, İstanbul: MeciaCat Kitapları.

- Haşit, G. (2003). İşletme Başarısında Yönetmel Yaraticılığın Rolü. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8, 171-180.
- Holagh, S. R., Noubar, H. B. K., and Bahador, B. V. (2014). The Effect of Organizational Structure on Organizational Creativity and Commitment Within the Iranian Municipalities. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 156, 213-215.
- Kaiser, H. F. (1974). An Index of Factorial Simplicity. *Psychometrika*, 39(1), 31-36.
- Karasar, N. (2005). Scientific Research Method. *Ankara: Nobel Publishing*.
- Koç, O. (2016). Örgüt Araştırmalarında Kaynak Bağımlılığı Perspektifi: Kuramsal Bir Değerlendirme. *İşletme İktisadi Enstitüsü Yönetim Dergisi*, 80, 136-177.
- Markiewicz, P. (2011) Change Management in the Strategy Implementation Process. *Intelektine Ekonomika*, 5(2), 257-267.
- Nag, R., Hambrick, D. C. and Chen, M. J. (2007). What is Strategic Management, Really? Inductive Derivation of a Consensus Definition of the Field. *Strategic Management Journal*, 28(9), 935-955.
- Oğuzhan, Y. S. (2021). Örgütsel Yenilikçilik ve Yaraticılığın Dönüştürücü Liderlik Algısına Etkisi. *OPUS International Journal of Society Researches*, 17(35), 2155-2178.
- Öğüt, A., Akgemci, T., ve Demirsel, T. M. (2004). Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi Bağlamında Örgütlerde İşgören Motivasyonu Süreci. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (12), 277-290.
- Özgür, G. E., ve Kanber, S. (2011). İnovasyon Aktivitelerinin İnovasyon Performansı Üzerine Etkileri: İmalat Sanayii Uygulaması. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 20(1), 61-76.
- Özgür, H. (2004). *Kamu İşletmelerinde Stratejik yönetim, Çağdaş Kamu Yönetimi II*. Editör: M. Acar ve H. Özgür, Ankara: Nobel Yayınları.
- Patterson, C., and Nova, S. (2002). Individual and Organizational Creativity. *The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal*, 7(2), 1-13.
- Porter, M. (1996). *What Is Strategy?*. Harvard Business Review, 3-21.
- Schneider, S. C. and De Meyer, A. (1991). Interpreting and Responding to Strategic Issues: The Impact of National Culture. *Strategic Management Journal*, 12(4), 307-320.
- Senge, P. M. (1993). *Beşinci Disiplin*. Çeviren: A. İldeniz ve A. Doğukan, İstanbul: Yapı Kredi Yayınları.
- Tabachnick, B., and Fidell, L.S. (2015). *Çok değişkenli istatistiklerin kullanımı*. Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.
- Uğurlu, C. T., ve Ceylan, N. (2014). Öğretmenlerin Örgütsel Yaraticılık ve Etik Liderlik Algılarının İncelenmesi. *Mersin Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 10(2), 96-112.
- Yahşi, Ü. (2014). *Gençlik ve Spor Bakanlığı Personelinin Örgüt İklimi Algıları ile Örgütsel Yaraticılık Düzeyi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Yahyagil, M. Y. (2001). Örgütsel Yaraticılık ve Yenilikçilik. *IÜ İşletme İktisadi Enstitüsü, Yönetim Dergisi*, 12(38), 7-16.
- Yazıcıoğlu, Y., ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yıldırım, A. (2018). Örgütsel Değişimin Yönetilmesi Bağlamında "Çevre-Uyum İlişkisi." Yeni Kurumsal Kuram ile Kaynak Bağımlılığı Kuramları Arasında Karşılaştırmalı Bir Analiz. *Süleyman Demirel Üniversitesi Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (44), 89-102.
- Yılmaz, F. (2019). Hangi Kişilik Özelliği Örgütsel Yaraticılık Üzerinde Daha Etkilidir?. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 12, 167-192.