

## Bilgi Paylaşımının Örgütsel Yaratıcılığa Etkisinde Örgüt İkliminin Aracı Rolü The Mediating Role of Organizational Climate in the Impact of Knowledge Sharing on Organizational Creativity

Abdullah Affan BAŞAR <sup>a</sup> Necmiye Tülin İRGE <sup>b</sup>

<sup>a</sup> İstanbul Aydın Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul, Türkiye, [abdullahbasar@stu.aydin.edu.tr](mailto:abdullahbasar@stu.aydin.edu.tr)

<sup>b</sup> İstanbul Aydın Üniversitesi, İ.İ.B.F. İşletme Bölümü, İstanbul, Türkiye, [necmiyeirge@aydin.edu.tr](mailto:necmiyeirge@aydin.edu.tr)

MAKALE BİLGİSİ	ÖZET
<b>Anahtar Kelimeler:</b> Bilgi Paylaşımı Örgütsel Yaratıcılık Örgütsel İklim	<b>Amaç</b> – Araştırmanın amacı, çalışana yönelik bilgi paylaşımının örgütsel yaratıcılığa etkisinde örgüt ikliminin aracı rolünü yapısal eşitlik modeli ile belirlemektir. <b>Yöntem</b> – Araştırmada, bağımlı değişken örgütsel yaratıcılık, bağımsız değişken bilgi paylaşımı ve aracı değişken örgüt iklimi olarak ele alınmış ve ilişkisel tarama modeli yapılmıştır. Anakütle İstanbul'da hizmet sektörü firmalarının çalışanları, örneklem gönüllü katılım sağlayan 587 çalışandır. Yüzyüze ve online anket yöntemi veri toplama araçları olarak kullanılmıştır. Ölçekler, geçerlik ve güvenilirlik çalışması yapılan, beşli likert yapısında, bilgi paylaşımı, örgütsel yaratıcılık ve örgüt iklimidir. Elde edilen verilerin analizi için Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA) uygulanmış, faktörlerin başarılı şekilde etki ettikleri görülmüş ve ölçekler soru çıkarılmadan orijinal formunda kullanılmıştır. Daha sonra uyum iyiliği sonuçlarının uygunluğu Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) kullanılarak belirlenmiş ve tüm ölçeklerde faktör yapısı doğrulanmıştır. Yapısal Eşitlik Modeli (YEM) kullanılarak modele yönelik ilişkiler tespit edilmiş, Bootstrap analizi kullanılarak örgüt ikliminin bilgi paylaşımı ile örgütsel yaratıcılık arasında aracılık görevinin anlamlılığını incelenmiştir.
Gönderilme Tarihi 5 Şubat 2024 Revizyon Tarihi 4 Haziran 2024 Kabul Tarihi 10 Haziran 2024	<b>Bulgular</b> – Araştırmada ilk olarak bilgi paylaşımının örgütsel yaratıcılık üzerindeki etkisini incelemek amacı ile YEM uygulanmıştır. Elde edilen sonuca göre bilgi paylaşımının örgütsel yaratıcılık üzerinde 0.586 br. artırıcı ve istatistiki anlamlı etkiye sahip olduğu görülmüş buradan hareketle örgüt ikliminin aracı rolü için tekrar YEM uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlarda bilgi paylaşımının beklendiği gibi örgütsel yaratıcılık üzerindeki etkisi düşmüş (0.521 br.) ve örgüt ikliminin bilgi paylaşımı ve örgütsel yaratıcılık ilişkisinde aracılık rolünün anlamlı olduğu görülmüştür. Bilgi paylaşımının örgüt iklimi üzerinde (0.413 br.) ve örgüt ikliminin örgütsel yaratıcılık üzerinde (0.550 br.) artırıcı ve istatistiki anlamlı etkiye sahip olduğu görülmüştür.
<b>Makale Kategorisi:</b> Araştırma Makalesi	<b>Tartışma</b> – Bilgi paylaşımı, örgütsel yaratıcılığı geliştirme ve yönlendirme anlamında etkilidir. Bilgi paylaşımı ve yaratıcılık sürecinde örgüt ikliminin özellikleri, davranışları ve uygulamaları etkileyebilme kapasitesi bağlamında önem arz etmektedir. Bu çalışmada bilgi paylaşımının örgütsel yaratıcılık ve örgüt iklimi üzerinde pozitif etkili ve örgüt ikliminin bilgi paylaşımı ile örgütsel yaratıcılık ilişkisinde aracılık rolünün olduğu görülmüştür. Elde ettiğimiz veriler ışığında çalışana yönelik olarak örgütlerde bilgi paylaşımının teşvik edilmesi, her çalışanın bilgiye ulaşabileceği yöntemlerin geliştirilmesi, bilgi demokrasisi sağlanması ve açık iletişim kanallarının artırılması hem örgüt iklimini pozitif yönde etkileyecek hem de örgütsel yaratıcılığa katkı sunacaktır. Değişkenlere yönelik araştırmaların kısıtlı olması nedeniyle çalışmanın farklı sektörlerde farklı örneklem için genişletilebileceği düşünülmektedir.
<b>ARTICLE INFO</b>	<b>ABSTRACT</b>
<b>Keywords:</b> Knowledge Sharing Organizational Creativity Organizational Climate	<b>Purpose</b> – Aim of this research is to determine mediating role of organizational climate in relationship between knowledge sharing and organizational creativity through structural equation modeling. <b>Design/methodology/approach</b> –In the study, organizational creativity is considered as the dependent variable, knowledge sharing as the independent variable, and organizational climate as the mediating variable, employing a relational survey model. The population consists of employees from service sector firms in Istanbul, with a sample of 587 employees who participated voluntarily. Face-to-face and online survey methods were used as data collection tools. The scales used for knowledge sharing, organizational creativity, and organizational climate were in a five-point Likert format and had undergone validity and reliability testing. Explanatory Factor Analysis (EFA) was applied to analyze the obtained data, revealing that the factors had significant effects, and the scales were used in their original form without removing any items. Subsequently, the suitability of the goodness-of-fit results was determined using Confirmatory Factor Analysis (CFA), confirming the factor structure for all scales. Structural Equation Modeling (SEM) was employed to identify the relationships within the model, and Bootstrap analysis was used to examine
Received 5 February 2024 Revised 4 June 2024 Accepted 10 June 2024	
<b>Article Classification:</b> Research Article	

### Önerilen Atıf/Suggested Citation

Başar, A. A., İrge, N. T. (2024). Bilgi Paylaşımının Örgütsel Yaratıcılığa Etkisinde Örgüt İkliminin Aracı Rolü, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 16 (2), 1098-1115.

the significance of the mediating role of organizational climate between knowledge sharing and organizational creativity.

**Findings** – In the study, Structural Equation Modeling (SEM) was first applied to examine the impact of knowledge sharing on organizational creativity. The results indicated that knowledge sharing had a statistically significant positive effect on organizational creativity, with an increase of 0.586 units. Based on this finding, SEM was applied again to assess the mediating role of organizational climate. The results showed that, as expected, the direct effect of knowledge sharing on organizational creativity decreased to 0.521 units, and the mediating role of organizational climate in the relationship between knowledge sharing and organizational creativity was found to be significant. Furthermore, knowledge sharing had a statistically significant positive effect on organizational climate (0.413 units), and organizational climate had a statistically significant positive effect on organizational creativity (0.550 units).

**Discussion** – Knowledge sharing is effective in enhancing and directing organizational creativity. The characteristics, behaviors, and practices of the organizational climate are crucial in the context of their capacity to influence the process of knowledge sharing and creativity. This study found that knowledge sharing has a positive impact on both organizational creativity and organizational climate, and that organizational climate plays a mediating role in the relationship between knowledge sharing and organizational creativity. In light of our findings, encouraging knowledge sharing in organizations, developing methods to ensure that every employee can access information, establishing knowledge democracy, and increasing open communication channels will positively affect the organizational climate and contribute to organizational creativity. Given the limited research on these variables, it is suggested that the study could be expanded to different sectors with various samples.

## 1. GİRİŞ

Bilgi paylaşımı, çalışanların fikirlerini ve deneyimlerini paylaşarak yenilikçi çözümler ve yaratıcı fikirler geliştirmelerine olanak tanır. Bu, örgütün inovasyon kapasitesini artıran önemli bir unsurdur. Örgütlerde bilgi paylaşımının, yaratıcılığı artırdığı belirtilmektedir (Bodla vd., 2016: 712; Kim ve Park, 2015: 620; Rudawska, 2019: 112;). Bilgi paylaşımı, farklı bölümler, ekipler ve bireyler arasındaki düşüncelerin, deneyimlerin ve uzmanlıkların serbestçe dolaşımını sağlar. Bu serbest akış, yeni ve yenilikçi fikirlerin ortaya çıkmasına zemin hazırlar. Örneğin, bir bölümde geliştirilen bir çözüm veya fikir, başka bir bölümde farklı bir sorunu çözmek için ilham kaynağı olabilir. Ayrıca, bilgi paylaşımı, bireylerin ve ekiplerin mevcut problemlere farklı açılardan bakmalarını sağlayarak, daha yaratıcı ve etkili çözümler üretmelerine olanak tanır. Bu durum, örgütsel yaratıcılığın artmasına ve örgütün yenilik yapma kapasitesinin güçlenmesine katkıda bulunur.

Öte yandan, bilgi paylaşımı sadece bilgi ve beceri aktarımıyla sınırlı kalmaz; aynı zamanda çalışanların motivasyonunu ve katılımını da artırarak yaratıcılığın teşvik edilmesine yardımcı olur (Bodla vd., 2016: 716). Çalışanların bilgi ve deneyimlerini paylaşmaları, onların kendi katkılarının değerli ve önemli olduğunu hissetmelerini sağlar, bu da yaratıcı düşünmeyi ve yenilikçi fikirlerin üretilmesini destekler. Özellikle çeşitlilik ve farklılıkların olduğu ortamlarda, bilgi paylaşımı çeşitli perspektiflerin bir araya gelmesini ve yaratıcılığın farklı boyutlarının keşfedilmesini sağlar (Bhatti vd., 2020: 251). Bu süreç, hem bireysel hem de grup bazında yaratıcılığın gelişimine katkıda bulunur, bu da örgütün genel yaratıcılık düzeyini artırır ve rekabet avantajı sağlar (Baştürk, 2021: 77). Dolayısıyla, bilgi paylaşımı ve örgütsel yaratıcılık arasındaki pozitif ilişki, örgütlerin sürekli gelişimi ve yenilik yapabilme kapasitesi için hayati önem taşır.

Örgüt iklimi, çalışanların algılarına, tutumlarına ve davranışlarına yön veren örgütsel ortamın genel niteliğidir. Pozitif bir örgüt iklimi, açık iletişim, güven, işbirliği ve destekleyici bir yönetim tarzını içerir (Varışlı, 2019: 115). Bu tür bir iklim, çalışanları bilgilerini paylaşmaya ve yenilikçi fikirler geliştirmeye teşvik eder. Açık iletişim kanalları, çalışanların düşüncelerini ve fikirlerini özgürce ifade etmelerini sağlar, güven ise fikirlerin risk almadan tartışılmasına olanak tanır. Bu, örgütsel yaratıcılığın gelişimi için elverişli bir ortam yaratır (Yalçınsoy, 2019: 70).

Öte yandan, örgüt iklimi, çalışanların yeni fikirler geliştirmek ve bunları uygulamak konusundaki istekliliğini ve yeteneklerini etkileyebilir (Tınaz, 2013: 116). Örneğin, katılımcı ve destekleyici bir iklim, çalışanların yaratıcılıklarını ortaya koymaları ve yenilikçi projelerde aktif rol almaları için gerekli özgüveni ve motivasyonu sağlar (Turgut, 2013: 52). Bu tür bir ortamda, hatalardan öğrenmek ve denemeler yapmak teşvik edilir, bu da yaratıcı risk almayı ve yenilikçilik sürecini destekler. Ayrıca, çeşitlilik ve farklılık saygısı gösteren bir örgüt iklimi, farklı perspektiflerin ve deneyimlerin birleşmesine, dolayısıyla daha yaratıcı ve yenilikçi

çözümlerin üretilmesine olanak tanır (Karcioğlu, 2001: 266). Sonuç olarak, bilgi paylaşımının örgütsel yaratıcılığı destekleme sürecinde örgüt iklimi, bu iki unsur arasında etkileşimi ve sinerjiyi artıran temel bir faktör olarak ön plana çıkar.

Buradan hareketle, yapılan literatür taramalarında her üç değişkeni birlikte inceleyen herhangi bir çalışmaya rastlanılmamış olup bu durum literatüre katkı ve özgünlük anlamında değişkenlerin birlikte incelenmesi için bu çalışmanın çıkış noktasını oluşturmuştur. Çalışmada sosyal sermaye teorisi, bireysel ve örgütsel yaratıcılık teorisi ve örgütsel iklim modellerinden faydalanılmış olup, temelde “bilgi paylaşımının örgütsel yaratıcılığa olan etkisi, örgüt ikliminin aracılık rolü etkisi altında nasıl şekillenecektir?” sorusu cevaplanmaya çalışılmıştır.

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 2.1. Bilgi Paylaşımı

Belirli bir amaç için bireylerin; planlı ve yönetilebilir şekilde, kaynaklarını, görüşlerini veya tecrübelerini paylaşma faaliyeti, bilgi paylaşımı olarak ifade edilebilir. (Abidi, 2006: 67). Bilgi paylaşımı temelde, bilginin organizasyon içerisinde herkesin kullanabileceği bir forma dönüştürülme eylemidir (Turgut, 2013: 31).

Bilgi paylaşımı, bireysel edinilen bilginin tabana yayılmasını ve pratik uygulamalara entegre edilebilmesini sağlar. Böylece karar alma süreçleri daha sağlıklı şekilde yönetilebilir. Bilginin değeri, doğruluğu, kapsamı, eksiksiz ve uygulanabilir olması, maliyet etkin yapısı ve erişilebilir olması karar alma süreçlerini doğrudan etkileyebilmektedir. Bilgi paylaşımı bu noktada gerek öğrenmenin tabana yayılarak maliyeti düşürmesi gerek bilginin erişilebilirliğini artırması gerek de uygulanabilirliğinin sınanması noktasında bir aracı olarak karar alma süreçlerine etki etmektedir (Eren vd., 2013: 27).

Örgütlerin bilgidan faydalanabilme kapasitesi sosyal sermayelerine yani bilgiyi oluşturan, paylaşan ve kullanan çalışanlarına bağlıdır. Bilgidan faydalanma ancak çalışanların sahip oldukları bilgiyi paylaşması ile mümkündür. Bilgi paylaşımı temelde bilginin diğer çalışanlar tarafından kullanılabilecek şekilde getirilme davranışdır. Çalışan tarafından düzenlenen bilginin diğer çalışanlar tarafından anlaşılabilir, saklanabilir ve kullanılabilir şekilde gelme süreci çalışanlar arasındaki bilgi paylaşımı sürecini ifade eder (Turgut, 2013: 33).

Bilgi paylaşım süreci iki ana basamaktan oluşur. Bilgi paylaşımının başlatılma durumu “bilgi bağı” ve bilginin elde edilme durumu olan “bilgi toplama”. Dolayısıyla fikir, bilgi ve önerilerin diğer çalışanlarla paylaşıldığı bir ekip sürecidir (Srivastava vd., 2006: 1239). Süreçte en az iki taraf olmalıdır. Bununla birlikte, bilginin çıkış kaynağı ve hedefi belirli olmalıdır. Bilgi bağı (donating) ve bilgi toplama (collecting) olarak ifade edilen süreç bilginin alınması, depolanması, paylaşılması ve kullanılması olarak genişletilebilir (Lee, 2001: 324, Atak, 2011: 163). Çalışanların bildiklerini paylaşma konusundaki isteksizlikleri gibi çeşitli nedenler bilgi odaklı bir örgüt için zorlayıcı olabilmektedir (Ford ve Chan, 2003: 12). Bilgi iletişim yoluyla, bireyler veya organizasyonlar arasında, birebir veya birçok kişinin katılımı ile gerçekleştirilebilir (Kulaklı, 2005: 102).

Bilgi paylaşımı örgütlerde biçimsel ve biçimsel olmadan yapılabilir. İki çalışan arasında tesadüfen herhangi bir şarttan bağımsız kendiliğinden gerçekleşen bilgi paylaşımı biçimsel olmayan bilgi paylaşımıdır (Turgut, 2013: 33). Teknolojik altyapı yardımıyla belirli biçimler çerçevesinde uygun şekilde ve aynı anda örgütün bütün üyeleri arasında gerçekleştirilebilen bilgi paylaşımı ise biçimsel bilgi paylaşımıdır. Biçimsel bilgi paylaşımı ile tarafların kimler olduğu kontrol edilebilir, denetimi yapılabilir, amaca uygunluğu tespit edilebilir (Yeniçeri ve Demirel, 2007: 222).

### 2.2. Örgütsel Yaratıcılık

Teknolojinin hızla gelişmesi birçok sektörde rekabetin yoğun hale gelmesindeki en önemli etken olmuştur. Bu değişim ise yeni fikirler ve yaratıcılıktan beslenmektedir (Canbolat ve Öge, 2019: 119). Birey zihninde yer alan fikirlerden bulunduğu şartlar itibari ile kullanılabilecekleri arasında mevcutta bulunan bağlantıları yeniden yapılandırıp bir süreç geliştirebilmektedir. Yaratıcılık da tam olarak bu noktada doğuyor. Buradaki doğuş duyuşsal ve düşünsel faaliyetlerin neticesinde meydana gelmektedir. Dolayısıyla ortaya çıkan fikir, hizmet, ürün veya süreç bireyler tarafından karmaşık sosyal sistemler içerisinde üretilmekte ve bu duruma yaratıcılık denilmektedir (Fidan, 2018: 40).

Örgütlerin gelişebilmesi yaratıcılık ile ilişkilendirilmektedir. Tüm işlerde gerekli bir unsur olmamasına karşın ihtiyaç duyulduğunda sahip olduğu potansiyelin tam olarak hesaplanamaz oluşunun da etkisi ile kurtarıcı olarak görülebilmekte ve büyük önem atfedilmektedir. Özellikle rekabette hemen her seviyede eşit koşullara sahip firmalar arasında farklılaşmanın ve avantaj elde etmenin en önemli kaynağı olarak görülmektedir (Baştürk, 2021: 77).

Yaratıcılık bireysel düzeyde ortaya çıkmaktadır. Bir eylem olarak düşünülebilir. Bu eylem bireysel düzlemde sonra gruplara ve nihayet örgüte ulaşmaktadır. Bireysel yaratıcılık daha çok motivasyon, yetenek, deneyim, zihinsel kapasite gibi özellikleri kapsamaktadır. Bununla birlikte grup yaratıcılığı incelendiğinde grupta yer alan bireyler arası iletişim, koordine çalışabilme becerisi, iş birliği yeteneği ve ast üst ilişkisi gibi kavramlar ile karşılaşmaktadır (Çekmecelioğlu 2002: 12). Örgütsel yaratıcılık ise hem bu kavramların her birine örgütsel düzeyde sahip olmakta hem de kendisini oluşturan bileşenler olması nedeni ile bireysel ve grup yaratıcılığı özelliklerini kapsamı içerisine dahil etmektedir. Dolayısıyla örgütsel yaratıcılık incelenirken bireysel, grupsal ve örgütsel faktörler birlikte incelenmekte yaratıcılık aşamaları teknikleri ve nitelikleri bu üç bileşen kapsamında ele alınmaktadır (Akan, 2017: 83).

Örgütsel yaratıcılığın bireylerin ve sonrasında bireylerin oluşturduğu grupların yaratıcılığının toplamından meydana gelmesi, örgütsel yaratıcılığın ortaya çıkarılması ve artırılmasında ön şart olarak bireysel yaratıcılığın teşvik edilmesini getirmektedir. Yaratıcılığın tanımlarında da yer aldığı gibi bireysel yaratıcılık da olmazsa olmaz değişken özgür düşüncedir (Cengiz vd., 2007: 6). Bu nedenle örgütsel yaratıcılığın ortaya çıkışı en temelde öncelikle çalışanların özgürce düşünebilmesi ve bu düşünceleri ifade edebilmesine bağlıdır. Yaratıcılığın zamanla azalmaması ve sürdürülebilmesi için ise ortaya çıkan fikirlerin sistemli şekilde değerlendirilmesi, denenmesi, çalışanlara yetki verilmesi ve otonomi sağlanarak çalışmalarının devam ettirilmesi önem arz etmektedir (Mumford, 2000: 314).

Çalışanların buldukları kademeler fark etmeksizin kendilerini gerçekleştirmelerini sağlamak, özgür düşünmelerinin önünü açmak, kendilerine olan inanç ve güvenin hissettirilmesi, güçlü bir iletişimin sağlanması, iş ortamını güvenli çalışma şartlarını emniyetli hale getirmek ve çalışanların duygu durumlarını yönetebilmek örgütsel yaratıcılığın başarılı şekilde yönetilmesinin önemli kilit noktaları olarak görülebilir (Özmen ve Gündüz, 2021: 551).

### 2.3. Örgüt İklimi

En genel anlamda bir örgütün kişiliği olarak ifade edilen örgüt iklimi, örgütü diğerlerinden farklı kılan, örgüt içerisindeki davranışları yönlendiren özelliklerin bütünü olarak tanımlanabilir (Varışlı, 2019: 115). Örgüt iklimi kişilik, ihtiyaçlar ve değerler gibi bireysel faktörler ile yapı, uygulamalar hedefler gibi örgütsel faktörlerin etkileşimi olarak tanımlanmaktadır. (Menemencioğlu, 2018: 83). Örgüt iklimi farklı psikososyal unsurlar ile birlikte yapısal ve teknik farkları da içerisinde barındırmaktadır. Bu sayede çalışanların duygu ve motivasyon gibi örgütsel algılar hakkında bilgi sahibi olması sağlanmaktadır (Tınaz, 2013: 116).

Örgüt iklimi, örgüt içerisindeki yaşamı belirleyen tutumlar, duygular ve davranışlar olarak örgüte has özellikleri yansıtmaktadır. Bu özellikler çalışanların algılarından bağımsız olarak var olmakla birlikte bireysel algıların kolektif bir ürünüdür. Nitekim ölçülebilir somut özellikler olmasına karşın aslında örgüt iklimi bu özelliklerin çalışanların tercihleri ile sağladığı uyum ve bu uyumun neticesinde ortaya çıkan kişisel bir deneyimdir. Bu nedenle örgütsel iklimin subjektif olduğu ve her çalışanın algısı neticesinde değişebileceği söylenebilir (Yiğit ve Yiğit, 2019: 187).

Örgüt iklimi farklı boyutlar itibari ile sahip olduğu nitelik bağlamında farklı türlere ayrılabilir. Bürokratik, demokratik ve otoriter iklim türleri en genel anlamda örgütlerin sahip oldukları özellikleri yansıtan türlerdir (Menemencioğlu, 2018: 98). Örgüt; yapısı, ödül ve ceza sistemi, tehlike ve risk alma tutumu, sorumluluk alma derecesi, dayanışma ve samimiyet algısı, üstün desteği, iş yükü baskısı, tarafsızlık boyutları ile ele alınabilir. Bu boyutları itibari ile sahip olduğu karakteristik özellikler örgüt iklimini belirleyecektir (Yalçınsoy, 2019: 70).

Örgüt iklimi ile yakın ilişkili kavramları arasında en fazla ayrımı yapılmaya çalışılan kavram örgüt kültürüdür denilebilir. Çalışanların değerleri, inançları gibi kültürü oluşturan faktörler politikalar, uygulamalar ve

prosedürler gibi iklimi oluşturan faktörleri etkilemektedir. Bu nedenle her iki kavram arasında sıkı bir bağ vardır. Bununla birlikte iki kavram arasında temelde önemli bir ayrım olduğu söylenebilir (Menemencioğlu, 2018: 84). Örgüt iklimi bir durumu ifade etmektedir. Bu durum çalışanların düşünce, his ve davranışları ile bağlantılıdır. Dolayısıyla daha öznel, manipülasyona açık ve nispeten geçicidir. Örgüt kültürü ise yıllar içerisinde oluşan, kişilerden bağımsız dolayısıyla manipülasyona dirençli ve kalıcı özellikler bütünüdür (Yiğit ve Yiğit, 2019: 187).

Kavramsal çerçeveleri ifade edilen değişkenlerin aralarındaki ilişkiler aşağıdaki şekilde özetlenebilir.

Bilgi paylaşımı, bireyler arasındaki etkileşimin artırılmasına yol açarak farklı bakış açıları ve uzmanlıkların birleşmesini sağlar. Bu birleşme, yaratıcılığın temelini oluşturan çeşitliliği ve zenginliği sağlar. Örgütsel yaratıcılık, yenilikçi ve özgün fikirlerin geliştirilme süreci olup bilgi ve deneyimlerin etkin bir şekilde paylaşılmasıyla doğru orantılıdır (Schwartz, 2005: 507). Ayrıca, bilgi paylaşımı, örgüt içinde güven ve iş birliği kültürünü teşvik ederek, çalışanların risk almasını ve yeni fikirler denemesini kolaylaştırır. Bu nedenle, örgütsel yaratıcılığı artırmak için bilgi paylaşımının sistematik olarak teşvik edilmesi, ödüllendirilmesi ve desteklenmesi gerekmektedir (Bornemann ve Sammer, 2003: 21). Diğer taraftan bu ifadeler literatürde yer alan ve bilgi paylaşımı ile örgütsel yaratıcılık arasındaki ilişkiyi açıklayan teoriler tarafından desteklenmektedir. Sosyal Sermaye Teorisi, bilgi paylaşımının sosyal ağlar ve ilişkiler aracılığıyla gerçekleştiğini savunur. Bu teoriye göre, örgüt içindeki güçlü sosyal bağlar, bilgi akışını artırır ve yaratıcılığı teşvik eder (Bhandari ve Yasunobu, 2009: 490).

Bilgi paylaşımı, çalışanlar arasında güven, iş birliği ve açık iletişimin neticesinde gerçekleşir. Bu şartlar ise olumlu bir örgüt ikliminin temel özellikleridir. Bilgi paylaşım süreci, örgüt üyelerinin birlikte zaman geçirmesine, etkileşimde bulunmasına ve bilgi ve deneyimlerinden faydalanmasına olanak tanır (Jain, vd., 2015: 63). Ayrıca, bilgi paylaşımı, çalışanların kendilerini değerli ve önemli hissetmelerini sağlayarak örgütsel bağlılık ve motivasyonu artırır. Güçlü bir bilgi paylaşımı kültürü, örgüt içinde şeffaflık ve hesap verebilirlik ortamı yaratır ve bu da çalışanların işlerine olan güvenlerini ve memnuniyetlerini artırır. Bu nedenle, bilgi paylaşımının teşvik edilmesi, örgüt ikliminin olumlu yönde gelişmesine katkı sağlar. Bu ifadeler literatürde yer alan Örgütsel Öğrenme Teorisi tarafından da desteklenmektedir. Teoriye göre örgütler bilgi paylaşımı aracılığı ile öğrenerek gelişir ve bu durum olumlu örgüt iklimi özellikleri ile teşvik edilir. (Yu, vd., 2013: 40).

Örgütsel yaratıcılık ve örgüt iklimi arasındaki ilişki, örgütlerin yenilikçi ve rekabetçi olma kapasitesini belirleyen önemli bir dinamiği ifade eder. Örgüt iklimi, çalışanların algılarına dayanmakta ve örgütün genel atmosferini yansıtmaktadır. Olumlu örgüt iklimi, yaratıcılığı destekleyen ortam için gerekli olan çalışanların özgürce fikirlerini ifade edebilmesi, risk alma ve yenilikçi düşüncenin teşvik edilmesi gibi niteliklere sahiptir (Canlı ve Özdemir, 2022: 21). Örgüt iklimi, güven, destek ve iş birliği gibi unsurların varlığı ile karakterize edildiğinde, çalışanların yaratıcı potansiyelleri ortaya çıkar. Ayrıca, açık iletişim ve kaynakların paylaşımı, yaratıcı süreçlerin beslenmesine yardımcı olur. Güçlü bir örgüt iklimi, çalışanların motivasyonunu ve bağlılığını artırarak, yenilikçi projelere katılımı ve yaratıcı çözümler üretme istekliliğini yükseltir (Ephraim, 2021: 24). Bu ifadeler literatürde yer alan ve örgütsel yaratıcılık ile örgüt iklimi ilişkisini açıklayan Amabile'nin Yaratıcılığın Bileşen Modeli tarafından da desteklenmektedir. Buna göre, örgütsel yaratıcılık ve örgüt iklimi arasında sinerjik bir ilişki bulunmaktadır; olumlu bir örgüt iklimi, yaratıcılığın yeşermesi ve sürdürülebilirliği için gerekli zemini sağlar (Amabile, 2012: 96).

### 3. YÖNTEM

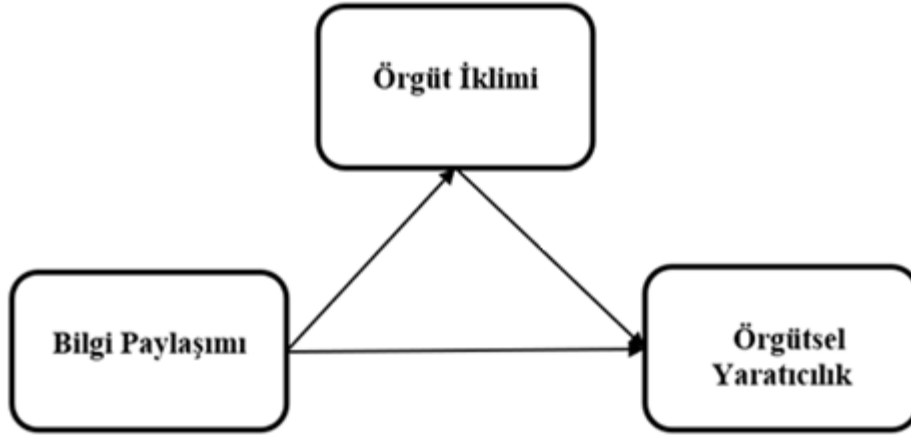
#### 3.1. Araştırmanın Hipotezleri ve Model

Araştırmada geliştirilen hipotezler şöyledir;

**H1:** Bilgi paylaşımı ile örgütsel yaratıcılık arasında istatistiki olarak anlamlı ilişki vardır.

**H2:** Bilgi paylaşımı ile örgüt iklimi arasında istatistiki olarak anlamlı ilişki vardır.

**H3:** Örgüt iklimi ile örgütsel yaratıcılık arasında istatistiki olarak anlamlı ilişki vardır.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

### 3.2. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırma evreni, İstanbul'da faaliyet gösteren şirketler için finans, bilişim, lojistik, sağlık ve ulaşım-haberleşme olmak üzere hizmet sektörü çalışanları tarafından oluşturulmaktadır. İstanbul ilinde açılan yeni finans merkezi, İstanbul'un ulaşım ve lojistik sektörlerinde jeopolitik olarak kilit konumda bulunması, sağlık sektöründe son yıllarda artan turizm gelirlerinin kamuda sıkça dile getirilmesi, pandemi sonrasında gündemden düşmeyen dijitalleşme dolayısıyla bilişim sektörü ve genel anlamda hizmet sektörünün ülkemiz için önemli döviz girdisi sağlıyor olması araştırmada bu sektörlerin baz alınmasındaki en önemli sebeplerdir.

İŞKUR tarafından yayınlanan 'İstanbul İşgücü Piyasası Araştırma Raporu 2021'na göre İstanbul'da bu sektörlerde çalışan sayısı 2.678.216 kişidir. Araştırmada örneklem yöntemi "basit tesadüfi örnekleme" olarak uygulanmıştır. Belirli bir ana kütleden çekilebilecek örnek sayısı Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004) tarafından geliştirilen tabloya göre 0.05 örnekleme hatası ve  $p=0.50$  ve  $q=0.50$  için 384 kişidir. Araştırma kapsamında dijital ve yüz yüze olmak üzere toplam 1200 kişiye ulaşılmış ve 632 kişiden geri dönüş alınmıştır. Yanlış ve eksik doldurulan 45 anketin elenmesi ile kalan 587 adet anket analize tabi tutulmuştur. Araştırmanın örneklemini çalışmaya gönüllü katılan 587 çalışan oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında 29.07.2022 tarih ve E-88083623-020-57550 sayı numarası ile İstanbul Aydın Üniversitesi Rektörlüğü Lisansüstü Eğitim Enstitüsünden etik kurul izni alınmıştır.

### 3.3. Veri Toplama Aracı

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak birincil veri toplama yöntemi "anket" tercih edilmiştir. Bunun nedeni, bilgi paylaşımı, örgütsel yaratıcılık ve örgüt iklimi gibi kavramlarda ikincil veri olmayışıdır, dolayısıyla ölçekler yardımıyla bilgiyi kişilerden almak durumu gereğince, bir tarama modeli olan anket yöntemi kullanılmıştır. Araştırmanın anket bölümü temelde ikiye ayrılmaktadır. İlk bölüm bilgi paylaşımı, örgütsel yaratıcılık ve örgüt iklimi ölçeklerinden oluşmaktadır. İkinci bölüm ise, cinsiyet, eğitim durumu, yaşı, çalışma süresi, işletme büyüklüğü ve çalışılan sektör gibi demografik ve genel özellikleri sorgulamaktadır.

Bilgi paylaşımı ölçeği Çiftçi ve Öneren tarafından geliştirilmiştir. 18 sorudan oluşmaktadır (Çiftçi ve Öneren, 2016). Bilgi paylaşımı ölçeği 3 alt boyuttan oluşmaktadır. Bunlar; çalışanlar arası, kurumsal açıdan ve bireysel bilgi paylaşımıdır. Ölçekte yer alan ilk 10 soru çalışanlar arası bilgi paylaşımı alt boyutunu, 11-13 soruları kurumsal açıdan bilgi paylaşımı alt boyutunu, 14-18 soruları ise bireysel açıdan bilgi paylaşımı alt boyutunu ifade etmektedir.

Örgütsel Yaratıcılık Ölçeği; Balay tarafından geliştirilmiştir. 38 sorudan oluşmaktadır (Balay vd. 2013). Örgütsel yaratıcılık ölçeği 3 alt boyuttan oluşmaktadır. Bunlar; bireysel, yönetsel ve toplumsal yaratıcılıktır. Ölçekteki ilk 16 soru bireysel alt boyutu, 17-27 soruları yönetsel alt boyutu, 28-38 soruları toplumsal alt boyutu ifade etmektedir.

Litwin ve Stringer (1968) tarafından geliştirilmiş olan Örgütsel İklim Ölçeği, Ümran Hündür'ün yüksek lisans tezinden alınmıştır ve 22 sorudan oluşmaktadır (Hündür, 2019).

Ölçekler 1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum ve 5=Kesinlikle Katılıyorum olarak 5'li Likert şeklindedir.

### 3.4. Verilerin Analizi

Anketler “deneysel olmayan nicel araştırma” tasarımına sahip olup uygulanma biçimleri tarama yöntemidir. Verilerin toplanması için “survey modeli (saha taraması)” yönetimi kullanılarak, anket yöntemi uygulanmıştır. Çalışmada kullanılan ölçekten elde edilen veriler IBM SPSS 27.0 ve AMOS 23.0 paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. İlk aşamada, ölçeklerden elde edilen cevapların yüzdelik ve sıklık verileri ile demografik ve genel bilgilere ait veriler sunulmuştur. Daha sonra açıklayıcı faktör analizi (AFA) ve ölçeklerin yapı geçerliliği için doğrulayıcı faktör analizi (DFA) uygulanmıştır.

Son aşamada ise yapısal eşitlik modeli (YEM) uygulanarak hipotezler test edilmiş, modelde yer alan ilişkiler incelenmiş ve aracılık etki rolü araştırılmıştır.

## 4. BULGULAR

Katılımcıların %34,9'u kadın ve %65,1'i ise erkektir. %10,4'ü lise, %12,1'i ön lisans, %60,8'i lisans, %12,9'u yüksek lisans, %3,7'si ise doktora eğitim düzeyine sahiptir. Katılımcıların %14,8'i 20-30 yaş, %59,1'i 30-40 yaş, %23,2'si 40-50 yaş arasında ve %2,9'u ise 50 ve üzeri yaştadır. Veriler Tablo 1'de gösterilmektedir.

**Tablo 1.** Cinsiyet, Eğitim Durumu ve Yaş Dağılımları

Cinsiyet	% Eğitim Durumu	% Yaş	%
Kadın	34,9 Lise	10,4 20-30	14,8
Erkek	65,1 Ön Lisans	12,1 30-40	59,1
	Lisans	60,8 40-50	23,2
	Yüksek Lisans	12,9 50 ve üzeri	2,9
	Doktora	3,7	
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

%22,7'si 5 yıldan az, %42,8'i 5-10 yıl, %24,5'i 10-15 yıl ve %10,1'i ise 15-20 yıl arasında çalışmaktadır. Çalışan sayısı açısından işletme büyüklüğü sorusuna verilen yanıtlara göre, katılımcıların %6,6'sı 10'dan az, %11,1'i 10-20, %28,4'ü 20-50, %14'ü 50-100 ve %39,9'u ise 100 ve üzeri yanıtını vermiştir. Katılımcıların %17'si finans, %17'si bilişim, %17,4'ü lojistik, %17,2'si sağlık, %17,5'i ulaşım-haberleşme ve %13,8'i ise diğer hizmet sektörlerinde çalışmaktadır. Veriler Tablo 2'de gösterilmektedir.

**Tablo 2.** Çalışılan Sektör, Çalışma Süresi, İşletme Büyüklüğü Dağılımları

Çalışılan Sektör	% Çalışma Süresi (Yıl)	İşletme Büyüklüğü (%) (Çalışan)	%
Finans	17 5'ten az	22,7 10'dan az	6,6
Bilişim	17 5-10	42,8 15-20	11,1
Lojistik	17,4 10-15	24,5 20-50	28,4
Sağlık	17,2 15-20	10,1 50-100	14
Ulaşım-Haberleşme	17,5	100 ve üzeri	39,9
Diğer Hizmet	13,8		
<b>Toplam</b>	<b>100</b>	<b>100</b>	<b>100</b>

Anket uygulaması sonucunda elde edilen verilerin güvenilirlik sınaması için “Cronbach Alpha (CA), İkiye Bölme (split), Paralel ve Mutlak Kesin Paralel (strict)” testleri kullanılmıştır. Kullanılan tüm kriterler için elde edilen sonuçlar %70'i geçerse iç tutarlık ve güvenilirlik sağlanmış demektir (Sart, 2020: 61). Tablo 1'de uygulanan anketlerin güvenilirlik analiz sonuçları yer almaktadır.

Tablo 3. Ölçek Güvenilirlik Analiz Sonuçları

Kriterler	Ölçek Güvenirlik Analiz Sonuçları
Cronbach_Alpha	0.923
Split	0.922-0.925
Parelel	0.923
Strict	0.922

Tablo 1’de her 4 kriterin sonucunda da %70 değeri geçilmiş ve güvenilirlik sağlanmıştır. Dolayısıyla analiz çıktılarının güvenilir olduğu tespit edilmiştir.

Örgütsel yaratıcılık ana boyut ve bireysel, yönetsel, toplumsal alt boyutları ile bilgi paylaşımı ana boyut ve çalışanlar arası bilgi paylaşımı, kurumsal açıdan bilgi paylaşımı, bireysel açıdan bilgi paylaşımı alt boyutları arasındaki korelasyon analizi sonuçları Tablo 4’de verilmiştir.

Veriler normal dağılımı sağladığı için Pearson Korelasyon analizi uygulanmıştır.

Tablo 4. Bilgi Paylaşımı Ölçeği ve Örgütsel Yaratıcılık Ölçeği İlişki Analizi

		<i>Bireysel Alt Boyutu</i>	<i>Yönetsel Alt Boyutu</i>	<i>Toplumsal Alt Boyutu</i>	<b>Örgütsel Yaratıcılık Ölçeği Genel Boyutu</b>
<i>Çalışanlar Arası Bilgi Paylaşımı Alt Boyutu</i>	<i>r</i>	0,416*	0,355*	0,364*	0,436*
	<i>p</i>	0,000	0,000	0,000	0,000
<i>Kurumsal Açıdan Bilgi Paylaşımı Alt Boyutu</i>	<i>r</i>	0,412*	0,397*	0,407*	0,481*
	<i>p</i>	0,000	0,000	0,000	0,000
<i>Bireysel Açıdan Bilgi Paylaşımı Alt Boyutu</i>	<i>r</i>	0,276*	0,282*	0,161*	0,269*
	<i>p</i>	0,000	0,000	0,000	0,000
<b>Bilgi Paylaşımı Ölçeği Genel Boyutu</b>	<i>r</i>	0,452*	0,427*	0,392*	0,496*
	<i>p</i>	0,000	0,000	0,000	0,000

\* $p < 0,05$  için anlamlı ilişki

“Tablo 4’teki verilere bakıldığında çalışanlar arası bilgi paylaşımı alt boyutu; bireysel alt boyut ile %41,6 ( $r=0,416$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde, yönetsel alt boyut ile %35,5 ( $r=0,355$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde, toplumsal alt boyut ile %36,4 ( $r=0,364$ ,  $p=0,000$ ) ve örgütsel yaratıcılık ölçeği genel boyut ile %43,6 ( $r=0,436$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde anlamlı ilişkiye sahiptir. Kurumsal açıdan bilgi paylaşımı alt boyutu; bireysel alt boyut ile %41,2 ( $r=0,412$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde, yönetsel alt boyut ile %39,7 ( $r=0,397$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde, toplumsal alt boyut ile %40,7 ( $r=0,407$ ,  $p=0,000$ ) ve örgütsel yaratıcılık ölçeği genel boyutu ile %48,1 ( $r=0,481$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde anlamlı ilişkiye sahiptir. Bireysel açıdan bilgi paylaşımı alt boyutu; bireysel alt boyut ile %27,6 ( $r=0,276$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde, yönetsel alt boyut ile %28,2 ( $r=0,282$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde, toplumsal alt boyut ile %16,1 ( $r=0,161$ ,  $p=0,000$ ) ve örgütsel yaratıcılık ölçeği genel boyutu ile %26,9 ( $r=0,269$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde anlamlı ilişkiye sahiptir. Bilgi paylaşımı ölçeği genel boyutu; bireysel alt boyut ile %45,2 ( $r=0,452$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde,



yönetmel alt boyut ile %42,7 ( $r=0,427$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde, toplumsal alt boyut ile %39,2 ( $r=0,392$ ,  $p=0,000$ ) ve örgütsel yaratıcılık ölçeği genel boyutu ile %49,6 ( $r=0,496$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde anlamlı ilişkiye sahiptir.”

Örgüt iklimi ana boyut ve ödüllendirme, içtenlik, destek/bağlılık, risk/çatışma, standartlar alt boyutları ile bilgi paylaşımı ana boyut ve çalışanlar arası bilgi paylaşımı, kurumsal açıdan bilgi paylaşımı, bireysel açıdan bilgi paylaşımı alt boyutları arasındaki korelasyon analizi sonuçları Tablo 5’de verilmiştir.

**Tablo 5.** Bilgi Paylaşımı Ölçeği ve Örgüt İklimi Ölçeği İlişki Analizi

		Ödüllendirme Alt Boyutu	İçtenlik Alt Boyutu	Destek/Bağlılık Alt Boyutu	Yapısallık Alt Boyutu	Risk/Çatışma Alt Boyutu	Standartlar Alt Boyutu	Örgüt İklimi Ölçeği Genel
Çalışanlar Arası Bilgi Paylaşımı Alt Boyutu	r	0,330*	0,340*	0,324*	0,019	0,258*	-0,223*	0,314*
	p	0,000	0,000	0,000	0,537	0,000	0,000	0,000
Kurumsal Açıdan Bilgi Paylaşımı Alt Boyutu	r	0,372*	0,393*	0,381*	0,114*	0,307*	-0,249*	0,366*
	p	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000	0,000
Bireysel Açıdan Bilgi Paylaşımı Alt Boyutu	r	0,275*	0,211*	0,210*	0,011	0,119*	-0,165*	0,241*
	p	0,000	0,000	0,000	0,722	0,000	0,000	0,000
Bilgi Paylaşımı Ölçeği Genel Boyutu	r	0,418*	0,400*	0,406*	0,067*	0,287*	-0,261*	0,398*
	p	0,000	0,000	0,000	0,024	0,000	0,000	0,000

\* $p<0,05$  için anlamlı ilişki

“Çalışanlar arası bilgi paylaşımı alt boyutu; ödüllendirme alt boyutu ile %33,0 ( $r=0,330$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde, içtenlik alt boyutu ile %34,0 ( $r=0,340$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde, destek/bağlılık alt boyutu ile %32,4 ( $r=0,324$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde, risk/çatışma alt boyutu ile %25,8 ( $r=0,258$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde, standartlar alt boyutu ile %22,3 ( $r=-0,223$ ,  $p=0,000$ ) oranında negatif yönde ve örgüt iklimi ölçeği genel boyutu ile %31,4 ( $r=0,314$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde anlamlı ilişkiye sahiptir. Yapısallık alt boyutu ile anlamlı ilişki belirlenmemiştir ( $p>0,05$ ). Kurumsal açıdan bilgi paylaşımı alt boyutu; ödüllendirme alt boyutu ile %37,2 ( $r=0,372$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde, içtenlik alt boyutu ile %39,3 ( $r=0,393$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde, destek/bağlılık alt boyutu ile %38,1 ( $r=0,381$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde, yapısallık alt boyutu ile %11,4 ( $r=0,114$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde, risk/çatışma alt boyutu ile %30,7 ( $r=0,307$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde, standartlar alt boyutu ile %24,9 ( $r=-0,249$ ,  $p=0,000$ ) oranında negatif yönde ve örgüt iklimi ölçeği genel boyutu ile %36,6 ( $r=0,366$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde anlamlı ilişkiye sahiptir. Bireysel açıdan bilgi paylaşımı alt boyutu; ödüllendirme alt boyutu ile %27,5 ( $r=0,275$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde, içtenlik alt boyutu ile %21,1 ( $r=0,211$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde, destek/bağlılık alt boyutu ile %21,0 ( $r=0,210$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde, risk/çatışma alt boyutu ile %11,9 ( $r=0,119$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde, standartlar alt boyutu ile %16,5 ( $r=-0,165$ ,  $p=0,000$ ) oranında negatif yönde ve örgüt iklimi ölçeği genel boyutu ile %24,1 ( $r=0,241$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde anlamlı bir

ilişkiye sahiptir. Yapısallık alt boyutu ile anlamlı ilişki belirlenmemiştir ( $p>0.05$ ). Bilgi paylaşımı ölçeği genel boyutu; ödüllendirme alt boyutu ile %41,8 ( $r=0,418$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde, içtenlik alt boyutu ile %40,0 ( $r=0,400$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde, destek/bağlılık alt boyutu ile %40,6 ( $r=0,406$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde, yapısallık alt boyutu ile %6,7 ( $r=0,067$ ,  $p=0,024$ ) oranında pozitif yönde, risk/çatışma alt boyutu ile %28,7 ( $r=0,287$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde, standartlar alt boyutu ile %26,1 ( $r=-0,261$ ,  $p=0,000$ ) oranında negatif yönde ve örgüt iklimi ölçeği genel boyutu ile %39,8 ( $r=0,398$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde anlamlı ilişkiye sahiptir.”

Örgüt iklimi ana boyut ve ödüllendirme, içtenlik, destek/bağlılık, risk/çatışma, standartlar alt boyutları ile örgütsel yaratıcılık ana boyut ve bireysel, yönetsel, toplumsal alt boyutlar arasındaki korelasyon analizi sonuçları Tablo 6’da verilmiştir.

**Tablo 6.** Örgüt İklimi Ölçeği ve Örgütsel Yaratıcılık Ölçeği İlişki Analizi

		Bireysel Alt Boyutu	Yönetsel Alt Boyutu	Toplumsal Alt Boyutu	Örgütsel Yaratıcılık Ölçeği Genel Boyutu
Ödüllendirme Alt Boyutu	<i>r</i>	0,450*	0,641*	0,333*	0,565*
	<i>p</i>	0,000	0,000	0,000	0,000
İçtenlik Alt Boyutu	<i>r</i>	0,410*	0,411*	0,464*	0,506*
	<i>p</i>	0,000	0,000	0,000	0,000
Destek/Bağlılık Alt Boyutu	<i>r</i>	0,370*	0,354*	0,422*	0,450*
	<i>p</i>	0,000	0,000	0,000	0,000
Yapısallık Alt Boyutu	<i>r</i>	0,125*	0,031	0,207*	0,117*
	<i>p</i>	0,000	0,314	0,000	0,000
Risk/Çatışma Alt Boyutu	<i>r</i>	0,327*	0,311*	0,374*	0,382*
	<i>p</i>	0,000	0,000	0,000	0,000
Standartlar Alt Boyutu	<i>r</i>	-0,279*	-0,260*	-0,276*	-0,295*
	<i>p</i>	0,000	0,000	0,000	0,000
Örgüt İklimi Ölçeği Genel Boyutu	<i>r</i>	0,453*	0,485*	0,408*	0,539*
	<i>p</i>	0,000	0,000	0,000	0,000

\* $p<0,05$  için anlamlı ilişki

“Ödüllendirme alt boyutu; bireysel alt boyut ile %45,0 ( $r=0,450$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde, yönetsel alt boyut ile %64,1 ( $r=0,641$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde, toplumsal alt boyut ile %33,3 ( $r=0,333$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde ve örgütsel yaratıcılık genel boyut ile %56,5 ( $r=0,565$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde

anlamli ilişkiye sahiptir. İçtenlik alt boyutu; bireysel alt boyut ile %41,0 ( $r=0,410$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde, yönetsel alt boyut ile %41,1 ( $r=0,411$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde, toplumsal alt boyut ile %46,4 ( $r=0,464$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde ve örgütsel yaratıcılık genel boyut ile %50,6 ( $r=0,506$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde anlamli ilişkiye sahiptir. Destek/bağlılık alt boyutu; bireysel alt boyut ile %37,0 ( $r=0,370$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde, yönetsel alt boyut ile %35,4 ( $r=0,354$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde, toplumsal alt boyut ile %42,2 ( $r=0,422$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde ve örgütsel yaratıcılık genel boyutu ile %45,0 ( $r=0,450$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde anlamli ilişkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Yapısallık alt boyutu; bireysel alt boyut ile %12,5 ( $r=0,125$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde, toplumsal alt boyut ile %20,7 ( $r=0,207$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde ve örgütsel yaratıcılık genel boyutu ile %11,7 ( $r=0,117$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde anlamli ilişkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Yönetmel alt boyut ile anlamli ilişki belirlenmemiştir ( $p>0,05$ ). Risk/çatışma alt boyutu; bireysel alt boyut ile %32,7 ( $r=0,327$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde, yönetsel alt boyut ile %31,1 ( $r=0,311$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde, toplumsal alt boyut ile %37,4 ( $r=0,374$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde ve örgütsel yaratıcılık genel boyutu ile %38,2 ( $r=0,382$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde anlamli ilişkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Standartlar alt boyutu; bireysel alt boyut ile %27,9 ( $r=-0,279$ ,  $p=0,000$ ) oranında negatif yönde, yönetsel alt boyut ile %26,0 ( $r=-0,260$ ,  $p=0,000$ ) oranında negatif yönde, toplumsal alt boyut ile %27,6 ( $r=-0,276$ ,  $p=0,000$ ) oranında negatif yönde ve örgütsel yaratıcılık genel boyut ile %29,5 ( $r=-0,295$ ,  $p=0,000$ ) oranında negatif yönde anlamli ilişkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Örgüt iklimi ölçeği genel boyutu; bireysel alt boyut ile %45,3 ( $r=0,453$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde, yönetsel alt boyut ile %48,5 ( $r=0,485$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde, toplumsal alt boyut ile %40,8 ( $r=0,408$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde ve örgütsel yaratıcılık genel boyut ile %53,9 ( $r=0,539$ ,  $p=0,000$ ) oranında pozitif yönde anlamli ilişkiye sahip olduğu belirlenmiştir.”

Tablo 7’de bilgi paylaşımı, örgütsel yaratıcılık ve örgüt iklimi ölçeklerine yönelik açıklayıcı faktör analizi sonuçları yer almıştır. Ölçeklerin faktör yapılarına bakıldığında, bilgi paylaşımında 3, örgütsel yaratıcılıkta 3 ve örgüt ikliminde 6 faktörün özdeğerinin 1’den büyük olduğu görülmektedir.

**Tablo 7. Açıklayıcı Faktör Analiz Sonuçları**

Bilgi Paylaşımı Ölçeği	Varyansı Açıklama Yüzdesi	Cronbach-Alpha (CA)	Cevap Ortalaması
Çalışanlar Arası Bilgi Paylaşımı	%25.98	0.916	4.57
Kurumsal Açından Bilgi Paylaşımı	%23.15	0.913	4.37
Bireysel Açından Bilgi Paylaşımı	%19.02	0.911	4.55
KMO= 0.920; Bartlett $\chi^2=7109.45$ ve $p= 0.000$ ; Varyans Açıklama Yüzde: %68.15			
Örgütsel Yaratıcılık Ölçeği	Varyansı Açıklama Yüzdesi	Cronbach-Alpha (CA)	Cevap Ortalaması
Bireysel Boyut	%26.03	0.919	4.37
Yönetmel Boyut	%23.14	0.918	3.91
Toplumsal Boyut	%18.20	0.916	4.25
KMO= 0.918; Bartlett $\chi^2=6823.14$ ve $p= 0.000$ ; Varyans Açıklama Yüzde: %67.37			
Örgüt İklimi Ölçeği	Varyansı Açıklama Yüzdesi	Cronbach-Alpha (CA)	Cevap Ortalaması
Ödüllandirme	%17.45	0.921	3.74
İçtenlik	%15.39	0.918	4.42
Destek/Bağlılık	%13.04	0.917	4.41
Yapısallık	%10.37	0.914	4.14
Risk ve Çatışma	%9.68	0.910	3.67
Standartlar	%8.23	0.909	2.50
KMO= 0.925; Bartlett $\chi^2=8964.23$ ve $p= 0.000$ ; Varyans Açıklama Yüzde: %74.16			

Bilgi paylaşımı ölçeğinde Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterlilik düzeyi yüksek olup 0.920, örgütsel yaratıcılık ölçeği 0.918 ve örgüt iklimi ölçeği 0.925'tir. Değişkenlerin güvenilirliğini değerlendirmek amacıyla yapılan Bartlett küresellik testi, bilgi paylaşımı ölçeğinde ( $\chi^2=7109.45$  ve  $p= 0.000$ ), örgütsel yaratıcılık ölçeğinde ( $\chi^2=6823.14$  ve  $p= 0.000$ ) ve örgüt iklimi ölçeğinde ( $\chi^2=8964.23$  ve  $p= 0.000$ ) değerleri ile istatistiksel anlamlı sonuçlar vermiştir. Anti-imaj korelasyon matrisinde ifadeler arası çapraz ilişki katsayıları kritik değer olan 0.5'den büyüktür. Ayrıca, üç ölçekte de extraction (çıkarma) sütunundaki soruların tamamı 0.20 değerinden büyük olduğundan hiçbir soru çıkarılmamıştır. Faktör ağırlıkları, bilgi paylaşımı ölçeği için 0.63 ile 0.79, örgütsel yaratıcılık ölçeği için 0.62 ile 0.80 ve örgüt iklimi ölçeği için 0.60 ile 0.74 aralığında belirlenmiştir.

Ölçeklerin yapı geçerliliğinin belirlenmesi amaçlı uygulanan doğrulayıcı faktör analizi sonucunda elde edilen ve modelin geçerliliğini belirten uyum iyiliği sonuçları Tablo 8'de verilmiştir.

**Tablo 8.** Doğrulayıcı Faktör Analizi Uyum İyiliği Sonuçları

Ölçüm (Uyum İstatistiği)	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Araştırma Modeli Değeri	Uyum Durumu
<b>Genel Model Uyumu</b>				
$\chi^2 /sd$	$\leq 3$	$\leq 4-5$	2.30	İyi uyum
<b>Karşılaştırmalı Uyum İstatistikleri</b>				
NFI	$\geq 0.95$	0.94-0.90	0.934	Kabul edilebilir
TLI (NNFI)	$\geq 0.95$	0.94-0.90	0.983	İyi uyum
IFI	$\geq 0.95$	0.94-0.90	0.988	İyi uyum
CFI	$\geq 0.97$	$\geq 0.95$	0.963	Kabul edilebilir
RMSEA	$\leq 0.05$	0.06-0.08	0.041	İyi uyum
<b>Mutlak Uyum İndeksleri</b>				
GFI	$\geq 0.90$	0.89-0.85	0.955	İyi uyum
AGFI	$\geq 0.90$	0.89-0.85	0.932	İyi uyum
<b>Artık Temelli Uyum İndeksi</b>				
RMR	$\leq 0.05$	0.06-0.08	0.016	İyi uyum

Tablo 8'de  $\chi^2 /sd = 2.30$  olarak hesaplanmıştır,  $\leq 3$  koşulunu sağlaması nedeni ile "iyi uyum" kararı verilmiştir. NFI=0.934 ile 0.94-0.90 aralığına denk gelmektedir, bu nedenle "kabul edilir uyum" sağlanmaktadır, TLI (NNFI)=0.983 dolayısıyla  $\geq 0.95$  olduğundan "iyi uyum", IFI =0.988 dolayısıyla  $\geq 0.95$  olduğundan "iyi uyum", CFI=0.963 dolayısıyla  $\geq 0.95$  olduğundan "kabul edilebilir uyum", RMSEA=0.041 dolayısıyla  $\leq 0.05$  olduğundan "iyi uyum", GFI=0.955 dolayısıyla  $\geq 0.90$  olduğundan "iyi uyum", AGFI=0.932 dolayısıyla  $\geq 0.90$  olduğundan "iyi uyum", RMR=0.016 dolayısıyla  $\leq 0.05$  olduğundan "iyi uyum" sonuçları sağlanmıştır.

Analizde yer alan tüm ölçekler için faktör yapısı doğrulanmıştır. Sonraki aşamada, yapısal eşitlik modeli tahmin edilmiş ve modele yönelik uyum iyiliği sonuçları Tablo 9'da verilmiştir.

**Tablo 9.** YEM Tahminine Yönelik Uyum İndeksleri

Ölçüm (Uyum İstatistiği)	İyi Uyum	Kabul Edilebilir Uyum	Araştırma Modeli Değeri	Uyum Durumu
<b>Genel Model Uyumu</b>				
$\chi^2 /sd$	$\leq 3$	$\leq 4-5$	2.12	İyi uyum
<b>Karşılaştırmalı Uyum İstatistikleri</b>				
NFI	$\geq 0.95$	0.94-0.90	0.976	İyi uyum
TLI (NNFI)	$\geq 0.95$	0.94-0.90	0.948	Kabul edilebilir
IFI	$\geq 0.95$	0.94-0.90	0.939	Kabul edilebilir
CFI	$\geq 0.97$	$\geq 0.95$	0.981	İyi uyum

RMSEA	$\leq 0.05$	0.06-0.08	0.030	İyi uyum
<b>Mutlak Uyum İndeksleri</b>				
GFI	$\geq 0.90$	0.89-0.85	0.946	İyi uyum
AGFI	$\geq 0.90$	0.89-0.85	0.929	İyi uyum
<b>Artık Temelli Uyum İndeksi</b>				
RMR	$\leq 0.05$	0.06-0.08	0.036	İyi uyum

Tablo 9’da  $\chi^2 /sd = 2.12$  olarak hesaplanmıştır ve  $\leq 3$  olduğu için “iyi uyum” kararı verilmiştir. NFI=0.976 dolayısıyla  $\geq 0.95$  olduğundan “iyi uyum”, TLI (NNFI)=0.948 dolayısıyla 0.94-0.90 olduğundan “kabul edilebilir uyum”, IFI =0.939 dolayısıyla 0.94-0.90 olduğundan “kabul edilebilir”, CFI=0.981 dolayısıyla  $\geq 0.97$  olduğundan “iyi uyum”, RMSEA=0.030 dolayısıyla  $\leq 0.05$  olduğundan “iyi uyum”, GFI=0.946 dolayısıyla  $\geq 0.90$  olduğundan “iyi uyum”, AGFI=0.929 dolayısıyla  $\geq 0.90$  olduğundan “iyi uyum”, RMR=0.036 dolayısıyla  $\leq 0.05$  olduğundan “iyi uyum” sonuçlarına ulaşılmıştır. Yapısal eşitlik modeli tahminine yönelik uyum indeksleri sonuçları, tahmin edilen katsayıların yorumlamak için uygun olduğunu göstermektedir.

Yapısal eşitlik modelinin uygunluğu belirlendikten sonra, Tablo 10’da hipotezlerin test edilmesine yönelik katsayı tahmin sonuçları verilmiştir.

**Tablo 10. YEM Tahmin Sonuçları**

Yapısal ilişki	Yön	Tahmin edilen katsayı	St. Hata	t istatistiği	p	Sonuç
BP→ÖY	+	0.521	0.115	4.530	0.001*	Anlamli ilişki
BP→ÖİK	+	0.413	0.081	5.099	0.000*	Anlamli ilişki
ÖİK→ÖY	+	0.550	0.104	5.288	0.000*	Anlamli ilişki

\*0.05 için anlamli ilişki

Örgüt ikliminin aracı değişken olması bazı koşullara bağlıdır. Öncelikle örgüt iklimi yani aracı değişken olmadan diğer iki değişken arasında anlamli bir ilişki olmalıdır. Bu ilişki olmaksızın aracı değişken anlamliliğinden söz edilemez. Dolayısıyla bu araştırmada ilk olarak bilgi paylaşımı ve örgütsel yaratıcılık ilişkisinin anlamliliğini test etmek amacıyla yapısal eşitlik modeli uygulanmıştır. Model sonucunda bilgi paylaşımının örgütsel yaratıcılık üzerinde 0.586 br. artırıcı ve istatistiki anlamli etkiye sahip olduğu belirlenmiştir. Bu sonuca göre aracılık etkisinin incelenmesi için gerekli koşul sağlanmış olmaktadır.

İkinci aşamada, aracılık etkisinin de incelendiği yapısal eşitlik modeli uygulanmıştır. Bu modelde eğer örgüt ikliminin aracı rolü var ise bu durumda bilgi paylaşımı katsayısının anlamli olmakla birlikte düşmesi gerekmektedir. Tablo 10’da görülebileceği gibi bilgi paylaşımı katsayısı artırıcı ve anlamli etkiye sahip olmakla birlikte 0.521’e düşmüştür.

Aracılık etkisinden söz edebilmek için diğer bir koşul ise aracı değişkenin bağımlı değişken üzerinde anlamli etkiye sahip olması durumudur. Dolayısıyla bu araştırma modelinde örgüt ikliminin örgütsel yaratıcılık üzerinde anlamli etkiye sahip olması gerekmektedir. Tablo 10’da görülebileceği gibi örgüt ikliminin örgütsel yaratıcılık üzerinde 0.550 br. artırıcı anlamli etkisi bulunmaktadır. Bu sonuca göre örgüt ikliminin aracı değişken rolü olmasının diğer koşulu da sağlanmıştır.

İstatistik analizler için kullandığımız program dolaylı (indirect) etkileri bootstrap yöntemi ile otomatik olarak göstermektedir. Standardize edilmiş dolaylı etki seçilerek katsayıların anlamliliği kontrol edilir. P değerinin 0.05’den küçük olması durumunda örgüt ikliminin bilgi paylaşımı ile örgütsel yaratıcılık ilişkisinde aracılık rolü üstlendiği sonucuna ulaşılabacaktır.

Modele yönelik doğrudan ve dolaylı etkilerin katsayı ve güven aralıkları Tablo 11’de verilmiştir.

**Tablo 11.** Modele Yönelik Standardize Bootstrap Analizi

Model Yolu	Katsayı	%95 Güven Aralığı Alt-Üst
<b>Doğrudan etki</b>		
BP→ÖY	0.521	0.518-0.546
BP→ÖİK	0.413	0.409-0.421
ÖİK→ÖY	0.550	0.489-0.601
<b>Dolaylı etki</b>		
BP→ÖİK→ÖY	0.098	0.091-0.102

Tablo 11’de bootstrap standardize edilmiş değer aralıklarında sıfır bulunmadığı (bootstrap katsayısı=0.098, GA%95 =0.091-0.102) görülmektedir. Bu bulgular örgüt ikliminin bilgi paylaşımının örgütsel yaratıcılık üzerine etkisinde aracılık rolü olduğunu göstermiştir.

## 5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Bilgi paylaşımı hem yaratıcılık hem de işletmenin karakteristik özelliklerini değiştirebilen niteliktedir. Örgütsel yaratıcılığın gelişmesi, yönlendirilmesi ve ortaya çıkış biçimi bilgi paylaşımının etkisi ve bulunulan örgüt ikliminin özellikleri neticesinde şekillenmektedir.

Bu araştırma bilgi paylaşımının örgütsel yaratıcılığa olan etkisinde bilgi paylaşımının aracılık rolünü belirlemek amacıyla yapılmıştır. Uygulanan YEM analizi neticesinde bilgi paylaşımının örgütsel yaratıcılığı 0.521br artırıcı anlamlı etkiye sahip, aynı zamanda örgüt ikliminin örgütsel yaratıcılığı 0.550br artırıcı anlamlı etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir. Devamında bootstrap analizi yapılarak örgüt ikliminin bilgi paylaşımı ve örgütsel yaratıcılık arasındaki aracılık rolünün anlamlılığının test edilmiştir. Yapılan analiz sonucunda bootstrap standardize edilmiş değer aralıklarında sıfır bulunmadığı, dolayısıyla anlamlı olduğu görülmüştür. Bu nedenle denilebilir ki; örgüt ikliminin bilgi paylaşımı ve örgütsel yaratıcılık ilişkisinde aracılık rolü bulunmaktadır.

Literatürdeki araştırmalardan, He vd. (2013) yılında yaptıkları çalışmada bilgi paylaşımı ve yaratıcılık arasında anlamlı pozitif ilişki olduğunu belirterek, bilgi paylaşımının açık ve örtük oluşuna göre yaratıcı davranışın gelişmesinde farklı roller oynadıklarını vurgulamışlardır. Jin ve Suntrayuth (2022) yılında yaptıkları çalışmada bilgi paylaşımı ve yaratıcılık arasında anlamlı ve pozitif yönde ilişki tespit ederek, bilgi paylaşımı davranışlarının artırılmasının yaratıcı davranışları harekete geçirdiğini ifade etmişlerdir. Rudawska (2019) yılında yapmış olduğu çalışmada bilgi paylaşımı ve yaratıcılık arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki tespit ederken bilgi paylaşımının paylaşımında bulunan taraf için her zaman pozitif etkisi olmadığını belirtmişlerdir.

Tsai vd. (2015) yılında yaptıkları araştırmada bilgi paylaşımı ile yaratıcılık ve iş çevresi arasında pozitif anlamlı ilişki olduğunu vurgulamışlardır. Farhan vd. (2016) yılında yaptıkları çalışmada bilgi paylaşımı, örgütsel yaratıcılık ve iş birliği kültürü arasında anlamlı ilişki olduğunu ifade etmişlerdir. İmamoğlu (2023) yılında yaptığı çalışmada bilgi paylaşımı, yaratıcılık ve örgütsel kimlik arasında anlamlı ve pozitif yönde ilişki olduğunu belirtmiştir.

Kumral vd. (2019) yılındaki çalışmalarında bilgi paylaşımının örgütsel yaratıcılık ve transaksyonel liderlik arasında aracılık etkisi olduğunu belirtmişlerdir. Öneren vd. (2016) yılında yaptıkları çalışma ile bilgi paylaşımı ve yenilikçi davranış arasında anlamlı ve pozitif yönde ilişki tespit etmişlerdir. Çakırel ve Pınar (2021) yılında yapmış oldukları çalışmada bilgi paylaşımı ile örgütsel yenilikçilik arasında pozitif anlamlı ilişki tespit etmişlerdir. Kim ve Park (2017) yılında yapmış oldukları çalışmada bilgi paylaşımının, yenilikçi davranışı doğrudan etkilediğini ve bu etkide örgüt kültürünün düzenleyici etkisi olduğunu ifade etmişlerdir.

Yiğit ve Yiğit (2019) yılında yaptıkları çalışmada bilgi paylaşımının örgüt iklimi üzerinde kısmi aracılık etkisi olduğunu ifade etmişlerdir. Yahşi ve Özbek (2016) yılındaki çalışmalarında örgüt iklimi ile örgütsel yaratıcılık ilişkisini incelemiş ve aralarında pozitif anlamlı ilişki bulmuşlardır. Çekmecelioğlu (2006) yılında yapmış olduğu çalışmada örgüt iklimi ve yaratıcılık arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki tespit etmiştir. Kurt (2012) yılında yaptığı çalışmada örgüt iklimi ve yaratıcılık arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki olduğunu belirtmiştir.

Literatürde yer alan çalışmalardan; Akgül ve Yavuz (2021) yılında yaptıkları araştırmada bilgi paylaşımının çalışan yaratıcılığı üzerinde pozitif anlamlı etkisinin olduğunu belirlemişlerdir. Hong vd. (2003) yılında yaptıkları çalışmada bilgi paylaşımı ile örgütsel yaratıcılık ilişkisini incelemiş ve pozitif anlamlı ilişki olduğunu tespit etmişlerdir. Men vd. (2017) yılında yaptıkları çalışmada bilgi paylaşımı ile örgütsel yaratıcılık arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki olduğunu ifade etmişlerdir. Yapılan çalışmaların sonuçları bu araştırmanın analiz sonuçlarını desteklemektedir.

Türkiye’de hizmet sektörü firmalarının yüksek ihracat oranına sahip olmaları ve bu sektörde yer alan firmalar arasında yaşanan yoğun rekabet bu çalışmada hedef kitle olarak hizmet sektörü çalışanlarının seçilmesinin temel nedenidir. Yoğun rekabet şartlarında üstünlük, yaratıcı davranışların teşvik edilmesi ve mevcut sosyal sermayenin en etkili şekilde kullanılması ile sağlanmaktadır. Dolayısıyla rekabet yoğun sektörlerde örgütsel davranışların verimliliği artırıcı şekilde yönlendirilebilmesi bu alanda bilimsel çalışmaların önemini artırmaktadır. Örgütsel yaratıcılık ile bilgi paylaşımı arasındaki ilişkinin ortaya çıkarılması ve bu ilişkide örgüt ikliminin rolünün belirlenmesi bu bağlamda katkı sunmaktadır. Literatür incelendiğinde hizmet sektöründe bu ilişkileri inceleyen araştırmaların kısıtlı olması nedeni ile çalışmanın literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

Yapılan araştırma sonucunda öneri olarak, hizmet sektöründe yer alan firmaların bilgi paylaşımını teşvik edici uygulamaları geliştirerek örgüt iklimlerini olumlu niteliklere sahip kılabilirlerse örgütsel yaratıcılıklarını arttırabileceği söylenebilir. Özellikle büyük ölçekli işletmelerde iletişim eksikliklerini telafi etmek ve çalışanların bilgi paylaşımı için ihtiyaç duydukları zamanı minimize etmek için teknolojik altyapıların desteklenmesi bilgi paylaşımı davranışlarını teşvik edici olacaktır. Bununla birlikte yaratıcılığın önündeki bireysel ve örgütsel engellerin aşılabilmesi adına yaratıcılık teknikleri düzenli aralıklarla uygulanabilir, sosyal ve bilişsel teşviklere başvurulabilir. İşletme içerisinde iş birliği uygulamaları, ortak ve üst hedeflerin çalışanlarca benimsenmesi yine çalışanlar tarafından karar mekanizmalarına katılım sağlanması, örgüt ikliminin pozitif yönde artıracak ve yaratıcı davranışları tetikleyecektir. Hem bilgi paylaşımının sürdürülebilir olması hem de örgüt ikliminin olumlu nitelik kazanması için adil bir ödüllendirme sistemi ve üstün desteğinden faydalanılabilir.

Bu alanda yapılması düşünülen bilimsel çalışmalar için ise hizmet sektörü çalışanları meslek grupları bazında ayrıma tabi tutulup, örgüt iklimi ayrımı yapılarak hangi meslek grubunda örgütsel yaratıcılığın hangi örgüt iklimi türü ile ne tür bir ilişki gösterdiği incelenirse daha yüksek bir çözünürlük ile konu incelenmiş olacaktır. Diğer taraftan yapılan bu çalışma farklı sektörlerde uygulanarak sektörler arası karşılaştırmalı bir analiz konunun farklı alanlarda sorgulanmasını sağlayacaktır. Bu anlamda farklı ölçekler ve ilişkilerin sektör ayrımları yapılarak çalışmaların genişletilmesi ve aynı sektör altında farklı meslek grupları arasında karşılaştırma yapılarak konunun daha yüksek çözünürlükte incelenmesi önerilmektedir.

## KAYNAKÇA

- Akan, B. (2017). *Personel Güçlendirme ve Örgütsel Öğrenmenin Örgütsel Yaratıcılığa Etkisi: Konu ile İlgili Bir Araştırma*. Edirne, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Akgül, İ. ve Yavuz, U. (2021). Örtülü Bilgi Paylaşımı ile Çalışan Yaratıcılığı Arasındaki İlişkide Algılanan Örgütsel Desteğin Aracı Rolü. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25 (1), 193-213.
- Amabile, T. M. (2012). *Componential Theory of Creativity*. Harvard Business School Working Paper, sayı 12, ss.96.
- Atak, M. (2011). Örgütsel Bilginin Yönetimi ve Öğrenen Organizasyon Yazınındaki Yeri. *"İşGüç" Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi*, (13)2, 155-176.
- Balay, R., Kaya, A. ve Cülha, A. (2013). Örgüt Kültürü ve Örgütsel Sinizm İlişkisi. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*. 14(2), 123-144.
- Baştürk, K. (2021). Örgütsel Yaratıcılık ve İş Performansı İlişkisinde İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılık Arasındaki Aracılık Rolü: Otomotiv Sektöründe Bir Araştırma. *Business & Management Studies: An International Journal*, 77.
- Bhandari, Y. ve Yasunobu, K. (2009). What is Social Capital? A Comprehensive Review of the Concept. *Asian Journal of Social Science*, 37(3), 480-510.
- Bhatti, S. H., Vorobyev, D., Zakariya, R., ve Christofi, M. (2020). Social capital, knowledge sharing, work meaningfulness and creativity: Evidence from the Pakistani pharmaceutical industry. *Journal of Intellectual Capital*, 22(2), 243- 259.
- Bodla, A. A., Tang, N., Jiang, W., ve Tian, L. (2016). Diversity and creativity in crossnational teams: The role of team knowledge sharing and inclusive climate. *Journal of Management & Organization*, 24(5), 711-729.
- Bornemann, M. ve Sammer, M. (2003). Assessment Methodology to Prioritize Knowledge Management Related Activities to Support Organizational Excellence. *Measuring Business Excellence*, 7(2), 21-28.
- Canbolat, M. A. ve Öge, S. (2019). Farklılıkların Yönetiminin Örgütsel Yaratıcılık ve Yenilik Performansı Üzerine Etkisi: Tekstil Sektöründe Bir Uygulama. *Yorum-Yönetim-Yöntem Uluslararası Yönetim-Ekonomi ve Felsefe Dergisi*, 7(2), 111-128.
- Canlı, S. ve Özdemir, Y. (2022). The Impact of Organizational Climate on Organizational Creativity in Educational Institutions. *inquiry in education*, 14(1).
- Cengiz, E., Acuner T. ve Baki, B. (2007). Örgütsel Yaratıcılığı Belirleyen Faktörler Arası Yapısal İlişkiler. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(1). 1-45.
- Costello, A. B. and Osborne, J. W. (2005). Best practices in exploratory factor analysis: Four recommendations for getting the most from your analysis. *Practical Assessment, Research & Evaluation*, 10, 1-9.
- Çakırel, Y. ve Pınar, R. (2021). Bilgi Kültürü, Bilgi Paylaşımı ve Örgütsel Yenilikçilik Etkileşimi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 19(1), 253-272.
- Çekmecelioğlu H.G. (2002). Yaratıcı Birey Teorisi ve Örgütsel Yaratıcılığı Etkileyen Genel Özellikler. 1. *Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi Bildiriler Kitabı*, Kocaeli, Kocaeli Üniversitesi İ.İ.B.F. Bölümleri, 10-11.
- Çekmecelioğlu, H.G. (2006). Örgüt iklimi, duygusal bağlılık ve yaratıcılık arasındaki ilişkilerin değerlendirilmesi: bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 20(2), 295-310.
- Ephraim, C. (2021). Organizational Climate for Innovation and Creativity in the Field of Education: A Theoretical Framework. *Journal of Management Information and Decision Sciences*, 24(1).
- Eren, M. Ş., Tokgöz, E., Gül, H., ve Saylan, O. (2013). Pazar Odaklılığın Nitel Performans Üzerindeki Etkisinde Öğrenme Odaklılık ve Yenilikçiliğin Düzenleyici Etkisi. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*. 28(2), 1-39.
- Farhan, A., Shahzad, K., Haris, A., Bajwa, S.U. and Rabia, B. (2016). The role of collaborative culture in knowledge sharing and creativity among employees. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 10(2), 335-358.
- Fidan, M. (2018). *Okullarda Örgütsel Yaratıcılık ve Yönetmel İnovasyona İlişkin Öğretmen Görüşlerinin İncelenmesi*.



Ankara, Hacettepe Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.

- Ford, D.P. and Chan, Y.E. (2003). Knowledge Sharing in a Multi-Cultural Setting: a Case Study. *Knowledge Management Research & Practice*, 1(1), 11-27
- He, W., Cho, V., Qi, C., Xu, X. and Lu, F., (2013). Linking Knowledge Sharing and Employee Creativity: Decomposing Knowledge Mode and Improving the Measure of Tacit Knowledge Sharing. *PACIS Proceedings*, 219.
- Hong, J.C., Hwang, M.Y. and Lin, C.L. (2003). Chi and Organizational Creativity: A Case Study of Three Taiwanese Computer Firms. *Creativity and Innovation Management*, 12(4), 202–210.
- Hündür, Ü. (2019). *Örgüt ikliminin örgütsel özdeşleşmeye etkisinde lider-üye etkileşiminin aracılık rolü üzerine bir araştırma*. İstanbul, İstanbul Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi.
- İmamoğlu, S.Z., Erat, S. ve Türkcan, H. (2023). How Organizational Identity Relates to Knowledge Sharing and Creativity: Moderating Effect of Perceived Organizational Support. *Kybernetes*, 52(10), 4476-449.
- Jain, K.K., Sandhu, M.S. ve Goh, K.S. (2015). Organizational climate, trust and knowledge sharing: Insights from Malaysia. *Journal of Asia Business Studies*, 9(1), 54-77.
- Jin, J. and Suntrayuth, S. (2022). Knowledge Sharing Motivation, Behavior, and Creativity of Knowledge Workers in Virtual Organizations. *Discrete Dynamics in Nature and Society*, 9.
- Kanten, P. ve Ülker, F.E. (2013). The Effect of Organizational Climate on Counterproductive Behaviors: an Empirical Study on The Employees of Manufacturing Enterprises. *The Macrotheme Review*, 2(4), 144-160.
- Kim, S. and Park, M. (2015). Leadership, knowledge sharing, and creativity. *JONA: The Journal of Nursing Administration*, 45(12), 615- 621.
- Kim, W. and Park, J. (2017). Examining Structural Relationships Between Work Engagement, Organizational Procedural Justice, Knowledge Sharing, and Innovative Work Behavior for Sustainable Organizations. *Sustainability*, 9(2), 1-16.
- Kulaklı, A. (2005). Yeni Ürün Geliştirme Sürecinde Bilgi Paylaşımının Önemi ve Bir Uygulama. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Fen Bilimleri Dergisi*, 4(8), 99-114.
- Kurt, İ. (2012). *The Relationship Between Organizational Climate, Individual Values & Creativity: The Mediating Role of Leadership*. İstanbul, Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Lee, J. N. (2001). The Impact of Knowledge Sharing, Organizational Capability and Partnership Quality on IS Outsourcing Success. *Information & Management*. 38(5), 323-335.
- Litwin, G.H. and Stringer, R.A. (1968). *Motivation and Organizational Climate*, (3rd Edition). Boston, Harvard University Press.
- Men, C., Fong, S.W.P., Luo, J., Zhong, J. and Huo, W. (2017). When and how knowledge sharing benefits team creativity: The importance of cognitive team diversity. *Journal of Management & Organization*, 1-18.
- Menemencioğlu, G.B. (2018). *Çalışanların Kendi Değerlerine ve Yöneticilerinin Değerlerine İlişkin Algılarının İşe Yabancılaşma Duygularına Etkisi: Örgüt İkliminin Aracı Rolü*. İstanbul, İstanbul Ticaret Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Mumford, M.D. (2000). Managing Creative People: Strategies And Tactics For Innovation. *Human Resource Management Review*, 10(3), 313- 351.
- Öneren, M., Çiftçi, G.E. ve Harman, A. (2016). Bilgi Paylaşımının Yenilikçi İş Davranışa ve Örgütsel Güvene Etkisi Üzerine Bir Araştırma. *Akademik Bakış Dergisi*, 58, 127-153.
- Özmen, H. ve İsmail, G. (2021). Örgütsel Yaratıcılık ve İnovasyon: Üniversite Hastanelerinde Bir Araştırma. *Journal of Business Research-Türk*, 551.
- Rudawska, A. (2019). Knowledge Sharing and Creativity: Individual and Organizational Perspective. In: Zakrzewska-Bielawska, A., Staniec, I. (eds) *Contemporary Challenges in Cooperation and Coopetition in the Age of Industry 4.0. Springer Proceedings in Business and Economics*. 107-121.
- Sart, G. (2020). Bireysel Girişimcilik Eğilimi Ölçeğinin Geliştirilmesi: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. *International Journal of Applied Economic and Finance Studies*, 1(5), 58-72.
- Schwartz, D.G. (2005). *Encyclopedia Of Knowledge Management*. London, Igi Global.

- Srivastava, A., Bartol, K. M. and Locke, E. A. (2006). Empowering Leadership in Management Teams: Effects on Knowledge Sharing, Efficacy, and Performance. *Academy of Management Journal*, (49)6, 1239-1251.
- Tınaz, P. (2013). *Çalışma Yaşamından Örnek Olaylar* (3. Baskı). İstanbul, Beta Basım.
- Turgut, E. (2013). *Sosyal Sermaye ve Bilgi Paylaşımı Davranışının Yenilikçilik İklimine Etkisi*. Ankara, Gazi Üniversitesi sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Doktora Tezi.
- Varışlı, N. (2019). Örgüt İkliminin Örgütsel Bağlılık ve İş Tatminine Etkileri. *International Journal of Academic Value Studies*, 5(1), 114-123.
- Yahşi, Ü. ve Özbek, O. (2016). Gençlik ve Spor Bakanlığı Personelinin Örgüt İklimi Algıları ile Örgütsel Yaratıcılık Düzeyi. *Journal of Human Sciences*, 13(3), 6140-6153.
- Yalçınsoy, A. (2019). Örgüt Kültürü ve Örgüt İkliminin Örgütsel Sessizlik Üzerindeki Etkisinin Analizi. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 7(2), 67-77.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*. Ankara, Detay Yayıncılık.
- Yeniçeri, Ö. ve Demirel, Y. (2007). Örgüt İçi Bilgi Paylaşımına Yönelik Bireysel ve Örgütsel Engeller Üzerine Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F. Dergisi*. (9)12, 221-234.
- Yu, C., Yu-Cheh, C. ve Yu-Fang, T. (2013). Knowledge Sharing, Organizational Climate, and Innovative Behavior: A Cross-Level Analysis of Effects. *Social Behavior and Personality An International Journal*, 41(1).