

Örgütsel ve Çevresel Faktörlerin Örgütsel Yenilik Üzerine Etkisi (*)

M. Kürşad TİMUROĞLU (**)

Özet: Bu çalışmanın amacı, örgütsel ve çevresel faktörlerin örgütsel yenilik üzerine etkisinin araştırılmasıdır. Daha önceki bilimsel çalışmalara dayanarak araştırma soruları belirlenmiştir. Türkiye’de faaliyet gösteren 993 KOBİ üzerinde anket vasıtasıyla araştırma yürütülmüş ve sonuç olarak, örgütsel ve çevresel faktörlerin örgütsel yenilik üzerinde istatistiki anlamda önemli bir etkisi olduğu tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Faktörler, Çevresel Faktörlerin, Örgütsel Yenilik

The Impact of Organizational and Environmental Factors on Organizational Innovation

Abstract: The aim of this study is to investigate the impact of organizational and environmental factors on organizational innovation. In this context, the research questions were determined according to theoretical discussions and previous empirical study findings. In the implementation section the data from the survey conducted on 993 SMEs in Turkey by using relevant statistical methods. Consequently, it is found that there is a significant impact of organizational and environmental factors on organizational innovation. Thus, the hypothesis of the study is supported as it was expected.

Keywords: Organizational Factors, Environmental Factors, Organizational Innovation.

*) Bu çalışmada kullanılan veriler, 2008/214 Nolu “Örgütsel ve Çevresel Faktörlerin Örgütsel Yenilik Üzerine Etkisi” adlı Atatürk Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projesinden elde edilmiştir.

**) Yrd.Doç.Dr., Atatürk Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Çalışma Ekonomisi ve Endüstri İlişkileri Bölümü, Erzurum/Türkiye
(e-posta: timuroglu@atauni.edu.tr)

Giriş:

Modern işletmeler hızla değişen çevresel koşullar içerisinde faaliyetlerine devam etmek için değişime uyum sağlamak zorundadır. Çevresel değişimlere uyum sağlayamayan işletmelerin karşılaşabilecekleri en önemli problem; giderek karmaşık hale gelen ekonomi şartlarında rekabet edebilme yeteneğinin kaybedilmesidir. Bu problemle yüzleşmek istemeyen işletmeler sürekli olarak bu baskı altında kendilerini yenilemek istemektedir.

Birçok örgütsel faktör, işletmelerin faaliyetlerini daha etkin ve verimli bir şekilde ifa etmesine engel olabilmektedir. İşletme yapısının her türlü değişime karşı direnç göstermesi, karşılıklı saygı ve güven eksikliği, krizlere karşı hazırlıksız olma, aşırı rehabet, katı grup sınırları gibi faktörler, işletmeler için daha verimli ve etkin olma yolunda önemli engeller ortaya koymaktadır. Hataların yaygın olarak cezalandırıldığı bir örgüt kültüründe çalışanların iyileştirme çabalarının veya inisiyatif kullanmalarının teşvik edilmesi çok güç olacaktır. Çalışanlar ile yönetim arasında karşılıklı saygı ve güvenin tesis edilememesi de çalışanların kendilerini geliştirme konusundaki motivasyonlarının azalması ile sonuçlanması doğaldır. Krizlere karşı hazırlıksız olma ile aşırı rehabet birbiriyle ilişkili faktörler olup yine çalışanların iyileştirme çabalarının azalmasına neden olmaktadır. Krizlere hazırlıksız olan işletmelerde aşırı rehabet ve istifa gibi problemlerin de gelişmesi beklenir. Katı grup sınırları, işletmeler içerisinde bilgi ve yenilikçi fikirlerin yayılmasını olumsuz olarak etkileyen bir faktör olarak ortaya çıkmaktadır.

Yenilik, günümüzde farklı bakış açılarından incelenen ve sürekli gelişen bir kavram olarak dikkat çekmektedir. Bazıları için yenilik, yeni kavram veya fikirlerin geliştirilmesi ve uygulanması iken bazıları için yeni ya da uygulanmış fikirlerin bizzat kendisidir. Bununla birlikte yeniliğe yeni fikirlerin kaynağı olarak değil daha çok bu fikirlerden başarılı bir şekilde faydalanılması olarak bakılmaktadır. Fikirlerden başarılı bir şekilde faydalanmak için işletmeler; karar, sistem, yapı ve fonksiyonları gibi kendi içsel faktörlerini düzenleyerek yeniliği ele almalıdırlar. Yenilik yönelimli örgütlerin mimarisini; yeniliği, değişimi, risk almayı, işbirliğini ve yaratıcılığını destekleyen örgütsel tasarımlar oluşturmalıdır. Bu tür tasarımları oluşturmanın yolu ise; katılık, aşırı kuralcılık, durağanlık, hantallık ve yeniliğe karşı direnci ifade eden davranışlardan uzak durmaktan geçer. Bu nedenle yenilik yönelimli olabilmek; örgüt yönetiminin desteğine, risk alma ve başarısızlığa karşı toleranslı olmaya, örgüt yapısının esnekliğine, şebeke tarzı çalışmaya, biçimsel olmayan mekanizmaların daha sık kullanılmasına, örgüt içi ve dışı sınırların kaldırılmasına, yenilik için gerekli kaynakların tahsis edilmesine ve yenilik yapanların ödül ve teşvik sistemiyle desteklenmesine bağlıdır.

I. Örgütsel Faktörler

Örgütsel faktörler, işletmelerde yaratıcılığı ve yeniliği önemli ölçüde etkilemektedir. Küresel rekabette ayakta kalmaya çalışan işletmeler, yönetime katılım, örgütsel bağlılık, teşvik ve ödüllendirme gibi hayati konuların tam anlamıyla örgütsel destek sağlanmadan

gerçekleşmeyeceğinin bilincindedir. Örgütsel destek, işgörenin örgüte sağladığı katkı sonucunda, örgütün işgörene verdiği destek, bağlılık ve ilgiye duyulan işgören inancıdır (Eisenberger, Fasolo ve LaMastro, 1990: 51). Örgütsel destek, algı temelli bir kavram olup bireyin, örgüt tarafından kendisine ne kadar destek verildiğini hissetmesi ve düşünmesi anlamına da gelmektedir (Yoshimura, 2003: 10). İşgörenler tarafından algılanan örgütsel destek, örgüt çalışanlarının kendilerini güvende hissetmelerin ve arkalarında örgütün gücünü hissetmelerine sebep olmaktadır (Özdevecioğlu, 2003: 116). İşletmelerin etkinliğini artırmaya yönelik olarak belirlenen konularda çalışanların eğitilmesi ve sorumluluk verilmesi, fırsatların tespit edilmesi açısından son derece büyük öneme sahiptir. Bu bakımdan işletmeler, çalışanlarına yönetim desteği sağlama, inisiyatif alma, ödüllendirme, zaman esnekliği ve örgüt içi sınırların kaldırılması gibi olanaklar sağlamaktadır (Antonci&Hisrich, 2001: 502).

Üst yönetimin desteğini kazanmak çalışanlar tarafından önemsenmektedir. Çünkü işletmelerde yenilikçi fikirlerin ortaya çıkması, kabul görmesi ve faaliyetlere yansımaları kadar gerekli kaynak ve ekipmanın sağlanması konularında üst yönetimin desteği gerekmektedir(Hornsby, Kuratko, Zahra, 2002: 253). Üst yönetimin desteği algılanan örgütsel desteğe katkıda bulunmalıdır. İşgörenler ile yöneticiler arasındaki ilişkilerin gücü, işgörenlerin işletme ile birlikte yöneticileri benimseme derecesine bağlıdır. Üst yönetim tarafından iyi davranılan ve yüksek düzeyde değer verilmiş görünen işgörenler, örgütün temel özellikleri ile yüksek düzeyde özdeşleşecek; bu durum algılanan örgütsel desteği yüksek bir düzeyde etkileyecektir (Eisenberger, Stinglhamber, Vandenberghe, Sucharski ve Rhoades, 2002: 66). Üst yönetim desteği ayrıca, işletmelerde işgören güçlendirme uygulamasının başarısını etkilemektedir. İşgören güçlendirme uygulamasının başarısı, üst yönetimin bu uygulamanın gerekliliğine inanması ve işgöreni bu yönde desteklemesine bağlıdır (Şah, 2007: 19).

Örgütsel ödüller ve uygun iş koşulları (ücret, işte yükselme, bir işi mümkün olduğunca çekici görünür yapma ve örgütsel politikalar üzerindeki etki), algılanan örgütsel desteğe katkıda bulunmaktadır (Rhoades ve Eisenberger, 2002: 698). Algılanan örgütsel destek, işgörenin örgütüyle yapmış olduğu psikolojik sözleşmedir (Aselage ve Eisenberger, 2003: 491). Eisenberger ve diğ. (2004: 210) yönetici ve işgören arasında performans-ödül beklentilerinin karşılıklı olması durumunda örgütsel destek algısının oluşacağını öne sürmektedirler.

İşgörenlerin motive edilmesinde, işletmelerin amaçladığı verimliliğin sağlanmasında ve yeniliklerin artırılmasında kullanılan en etkili araçlardan birisi de ödül sistemidir (Gupta ve Singhal, 1993: 41-48). Örgütsel stratejilerle ilişkilendirilmiş ücret ve ödüllerin, örgütsel performans üzerinde daha fazla etkili olduğu bilinmektedir (Kuratko vd., 2001: 60-71). Doğru bir şekilde tasarlanmış ödül sisteminin çalışanları güdüleyerek, örgüt içinde çalışanların yaratıcı, proaktif ve hesaplı risk alma gibi iç girişimcilik davranışları sergilemesine yönlendirmektedir (Fry, 1987: 4-9; Kuratko ve Hodgetts, 2004).

Risk, Latince kökenli bir kelime olup, Fransızca “risque” kelimesinden türetilmiş olan kavram Türk Dil Kurumu Sözlüğü’nde “zarara uğrama tehlikesi (<http://www.tdk.gov.tr>, Erişim Tarihi 10.12.2012)” olarak tanımlanmaktadır. Short’a göre risk; “bireylerin yaşamdaki herhangi bir olay ya da durum ile ilgili tehlike etkisini deneyimleme olasılığıdır (J. F. Short, 1984: 711-725). Rosa riski; sonucu önceden tahmin edilemeyen ve insana bazı değerlerinin tehlikede olduğunu düşündüren uyarı olarak gelişen olay ya da durum (Renn ve Rohrman, 2000: 14) biçiminde tanımlanmaktadır. Risk, istenmeyen bir olay ve tehlikeyi temsil etmenin yanında fırsatları da içerebilmektedir. Dolayısıyla, risk ve fayda birbirleriyle ilişkilidir (Finucane vd., 2000: 1-17).

Thompson (1999), girişimci işletmelerin çevredeki karışıklıklara ve belirsizliğe, kendileri için güçlü bir stratejik pozisyon yaratarak tepki verdiklerini ve yenilik getirme, katma değer yaratma, kaos ortamında fırsatları görme gibi proaktif eylemler ile aslında risk alma davranışı sergilediklerini belirtmiştir.

Bu nedenle yeni fikirlerin değerlendirildiği, seçilen fikirlerden uygun olanların hayata geçirildiği yönetim mekanizmalarına sahip yani çalışanlar tarafından destekleyici nitelikte algılanan örgütsel bir yapı yenilikçi bir işletme için avantaj sağlamaktadır. Örgütsel destek algısı ile çalışanların yenilikçi olması arasında pozitif bir ilişki bulunduğu ifade edilmektedir (Eisenberger, Fasolo, Mastro, 1990: 57). İşletme içinde yenilikçi fikirlerinin desteklendiğini hisseden ve katılımlarının önemsendiğini bilen çalışanlar doğal olarak işletmenin büyümesi ve başarısı için daha fazla emek harcayacaklardır.

II. Çevresel Faktörler

Genel anlamıyla çevre, faaliyet halindeki örgütün, fiili ve potansiyel olarak etkileyen tüm faktörleri temsil eder. Aralarında birkaç temel noktada bazı farklılıklar olsa bile, günümüzde örgütler; çevrelerinden girdiler alan ve amaçlarını başarmak için bu girdileri çıktılara çevirme faaliyeti yapan bir açık sistem olarak görülebilmektedirler (Mullins, 1990: 70-72). Bu nedenle örgütlerin hayatlarını sürdürmesi, çevrelerine uyum kabiliyetlerine bağlıdır. Çünkü çevrede artan komplekslik ve değişim neticesinde oluşan belirsiz ortam, örgütler için, çevrelerine duyarlı olmayı ve daha büyük uyum kapasitesini gerektirir.

Örgütlerin faaliyet gösterdikleri çevrenin özellikleri, yeniliğe verilen önemin bir belirleyicisidir. Çünkü yenilik, dış çevrede görülen bir fırsat ile başlar. Çevreden etkilenmenin yanında çevreyi etkileyebileceklerini de düşünen işletmeler faaliyetlerini, çevresel çalkantı ve belirsizliğe cevap verip güçlü bir stratejik pozisyon kurmak için yaparlar. Örgütsel yeniliğe verilen önemi olumlu yönde etkilediği düşünülen önemli bir çevresel özellik, çevresel dinamizmdir. Çevresel unsurlarda oluşan istikrarsızlığı ve değişimi ortaya koyan çevresel dinamizm, işletmeleri günün ihtiyaçlarına uygun olarak değişime ve yeniliğe zorlayacaktır. Birçok işletme dinamik çevrede karşılaştığı mücadele gerektiren koşullara genellikle yenilikçi tavır almayı benimseyerek cevap verir. Bazı işletmeler ise çevresel dinamizme tepki vermek için esnek bir yapıyı benimseyerek karar alımını en

düşük düzeye indirmek durumunda kalabilir. Böyle bir örgüt yapısı beraberinde işletmeye yenilik ve canlılık getirir. Ayrıca dinamizm işletmeler açısından pazar fırsatı yaratır. Endüstrinin büyümesi, yeni ürünler için artan talep, endüstrinin rekabet şartlarında ve teknolojisinde meydana gelen değişimler gibi ortaya çıkan çevresel dinamizmin örgütsel yeniliği olumlu olarak etkileyeceği düşünülür. Bu nedenle işletmelerin yenilik yönelimini, çevrenin değişim, belirsizlik ve dinamizm özellikleri destekler veya engelleyebilir. A. Zahra, dinamik çevrelerde işletmelerin yeni işletme yaratma ve yenilik etkinlikleri ile daha fazla ilgilendiklerini ifade etmektedir (Zahra, 1991: 259-285).

Çevresel dinamizm dışında algılanan çevresel olumsuzluk veya tehlike, başka bir ifade ile dış çevrede ortaya çıkan gelişmeler işletmelerin yeniliği açısından son derece önemlidir. Küresel boyutta ekonomik gelişmeler, pazarda meydana gelen değişimler, artan belirsizlik durumları ve rakipler arasındaki şiddetli rekabet bu gelişmelere örnek olarak verilebilir. Bu tür gelişmeler, yenilik olgusunu hızlandıran gelişmelerdir. Konuya ilişkin olarak yapılan araştırmalar da bu görüşü desteklemektedir. Örneğin, çevresel koşullardaki değişimin girişimsel davranışı nasıl etkilediğini araştıran Miller ve Friesen yenilikçi davranış ve rekabet proaktifliğindeki değişimlerin çevresel olumsuzluktaki değişimlerle önemli ölçüde ilişkili olduğunu bulmuşlardır. Benzer şekilde Covin ve Slevin yaptıkları çalışmalarda yüksek düzeyde girişimci olan işletmelerin, genellikle olumsuz çevrelerde en iyi performansı ortaya koyduklarını, buna karşın düşük düzeyde girişimci olan örgütlerin ise genellikle daha tehlikesiz çevrelerde faaliyet gösterdiklerini ortaya koymuşlardır. Zahra'da yapmış olduğu araştırmada, çevresel olumsuzluğun yenilikle güçlü bir ilişki içerisinde olduğunu ifade etmiştir (Zahra ve Covin, 1995: 43-58.; Zahra ve Garvis, 2000: 469- 492.; Antoncic ve Hisrich, 2001: 497-527).

III. Örgütsel Yenilik

2000'li yılların başından itibaren tüketimdeki daralma, geleneksel pazarların (tüketim malları) sürdürülebilirliğini, olumsuz yönde etkilemeye başlamıştır. Birçok pazar canlılığını kaybetmiş ve söz konusu pazarlarda faaliyet gösteren işletmelerle birlikte ortadan kaybolmuştur. Rakiplerin mal ve hizmetleri kolayca kopya edebilmesi, işletmelerin rekabet avantajlarını kaybetmelerine sebep olmaktadır. Bu karmaşık rekabet ortamında işletmeler, hayatta kalmak için ürünlerini, hizmetlerini ve üretim yöntemlerini sürekli olarak geliştirmeli ve değiştirebilmelidir. İşte bu noktada, yeni fikir ve yeni stratejilerin önemi ortaya çıkmaktadır (Moore ve Craig, 2008: 3-4). Bu süreçte, geliştirme ve değiştirme işlemlerinin kazanç unsuruna dönüştürülmesi, yenilik (inovasyon) olarak ifade edilmektedir.

Yenilik; kelime anlamı olarak, yeni bir şeyi sunma ya da bir şeyde değişiklik yapmayı ifade etmektedir (Halsey, 1988: 530). Türk Dil Kurumu sözlüğünde ise “yeni olma durumu veya yeni olan bir şeyin özelliği” ile “eskimiş, zararlı veya yetersiz sayılan şeyleri yeni, yararlı ve yeterli olanlarla değiştirme” olarak tanımlanmıştır (<http://www.tdk.gov.tr>, Erişim tarihi: 25.03.2010).

Yeniliğin, işletmeler için önemli olduğu, faaliyetlerini sürdürme ve başarılı olmalarında en önemli faktörlerinden biri olduğu birçok araştırmacı (Doyle, 2000: 13-28.) tarafından dile getirilmiştir. Özellikle Tirole (1995) gibi endüstriyel örgüt teorisi konusundakiler ve diğer araştırmalar, rekabetçi konumlandırmanın önemi üzerinde durmuşlardır. Hangi sektörde yer alırsa alsın her türlü işletmenin, tüm iş alanlarında yeniliğe gereksinimi bulunmaktadır (Elçi, 2007: 38). İşletmeler açısından yeniliğin odak noktasını müşteriler (işletme içi ve dışı) oluşturmaktadır. Yenilikçi işletmeler, müşterilerinin derin ihtiyaçlarını ve sorunlarını anlamak konusunda yoğun çaba sarf etmektedir. Müşterilerin ihtiyaçları ve sorunları ile işletme stratejilerinin kesiştiği nokta, müşteriler için yaratılacak yeni değer bulunacağı alan olacaktır. Yeniliğin bir tanımı da yeni fikirlerin uygulanması ile değer yaratılmasıdır (Hattori ve Wycoff, 2004: 10). Yeniliği, yaratıcılıktan ayıran en önemli fark da budur. Müşteriler için değer yaratmayan fikirler yenilik olamazlar. İç ve dış müşterilerin ihtiyaçları ve sorunları yeniliğin pusulası olmalıdır. Yenilik yapan işletmeler, yarattıkları farklılıktan dolayı, alıcılar tarafından rakip konumundaki diğer işletmelere tercih edilirler. Dolayısı ile söz konusu işletmeler, daha çok ürün satıp, daha çok gelir elde ederek rekabet avantajı elde ederler. İşletmelerin, rekabet avantajını sürdürmek için yeni ürünler, hizmetler ve süreçler üretmek, sürekli yenilik yapması gerekmektedir. Başarılı yenilik, müşteriye elde etmeyi ve büyütmeyi, kâr artışı ve müşteri sadakatini tetikler. Yenilik olmayınca bir işletmenin değer teklifi taklit edilebilir ve bunun sonucunda ticari mal haline gelmiş ürün ve hizmetleri için sadece fiyat üzerinden rekabete gidebilir.

Örgütsel yenilik süreci ile fikirden fırsat yaratılmaya çalışılır. Fikir açıklandığı, diğerleri ile paylaşıldığı ve diğerleri farklı perspektiflerden bakarak fikre katkıda buldukları takdirde gerçek bir yenilik ortaya çıkar (Naktiyok, 2004: 175). Yenilik dört önemli süreç içermektedir (Kaplan ve Norton, 2004: 135):

- i. Yeni hizmet ve ürün fırsatlarını belirlemek,
- ii. Araştırma ve geliştirme portföyünü yönetmek,
- iii. Yeni ürün ve hizmetleri tasarlamak ve geliştirmek,
- iv. Yeni ürün ve hizmetleri pazara sürmektir.

IV. Örgütsel ve Çevresel Faktörlerin Örgütsel Yenilik Üzerine Etkisi

Örgütsel yenilik bir bütün olarak değerlendirildiğinde, stratejik, normatif ve operasyonel özellikleri bünyesinde barındırmaktadır. Stratejik açıdan yenilik; yenilik sürecinin başlangıcı ile yenilik stratejilerinin seçimini ve hedeflerin tespitini ortaya koymaktadır. Normatif yenilik ise, yeniliği destekleyen kültür ve örgütsel yapının kurulmasını temel almaktadır. Bununla birlikte; operasyonel yenilik ile birlikte; yenilikçiliğe dair proje yönetiminin kontrolü ve organizasyonu, araç ve yöntemlerin seçimi ve stratejik olarak konumlanması, taraflar arasında iletişim kurma ve koordinasyonun yanı sıra, seçilen yöntemlerin etkinliğinin denetlenmesi ön plana çıkmaktadır (Bullinger, 2008: 27)

Goffin ve Pfeiffer, örgütsel yenilikte başarılı olmak için işletmelerin yenilik stratejisi, yaratıcılık ve fikir yönetimi, proje seçme ve portföy yönetimi, uygulama yönetimi ve

insan kaynakları yönetimi olmak üzere beş alanda iyi performans göstermek zorunda olduklarını ifade etmektedir. Her bir alanın birbiri ile bağlantılı olduğunu, bir alanda gösterilen performansın diğerlerini etkileyebileceğini ifade etmektedirler (Oke, 2007: 569). Bu noktadan hareketle işletmelerde yenilikçi davranışların ortaya çıkabileceği örgüt yapısının nasıl oluşturabileceği konusu daha da önem kazanmaktadır.

Örgütsel yenilik kapsamında öncelikle fikirlerin oluşumunu engelleyen iletişim engellerinin yıkılması, bürokrasi ve yetersiz yapıların sona erdirilmesi gerekmektedir. Amaçların açık şekilde ifade edilip, tepe yönetimin sorumluluğu altında vizyon paylaşımı ve liderlik özelliklerinin yerine getirilmesi önem arz etmektedir. Bununla birlikte, öğrenme ve yaratıcılığa imkân veren bir yapıya, girişimci ruha sahip bireylerin etkili iletişimine, katılımına ve takım çalışmasına ihtiyaç duyulmaktadır (Tidd vd., 2005: 468-471). Fonksiyonlar arası takım çalışması, serbest bilgi akışı, geniş kontrol alanı, merkezi olmayan kararlar ve düşük formelleşmeye sahip olması açısından özellikle organik yapılar örgütsel yeniliğe daha uygundur (Naktiyok, 2004: 117).

Örgütsel yeniliğin temelinde girişimcilik ruhunu besleyen, yenilikçi davranışları destekleyen, ödüllendiren ve risk alma algısını kuvvetlendiren çabalar yatmaktadır. Leavy'e (2005) göre yenilikçi şirketler için önemli konulardan biri de yeniliğin devam edebilmesi için, sürdürülebilir çalışma ortamının yaratılması gerektiğini vurgulamıştır. Bu boyuttaki yenilikçi şirketlerde başarının temelinde çalışanların gelişmesi, denemesi ve hatalarından ders almaları için fırsat verilmesi; örgütün her birimine güven duygusunun kazandırılması yer almaktadır (Leavy, 2005: 39.)

Örgütsel faktörler yanında örgütlerin faaliyetlerini gerçekleştirdiği çevrenin; ekonomik, teknolojik, hukuki, siyasi ve sosyal koşullarında her an yeni değişimler yaşanmakta (Naktiyok, 2004: 235.) ve bu değişimler örgütleri zorlu rekabet ortamına çekerek yenilikçi eğilimlere sevk etmektedir. Günümüzde değişimin ulaştığı hız, işletmelerin faaliyetlerini sürdürdüğü çevrenin unsurlarını eski konumundan oldukça farklı hale getirmiş, çevrenin, kaosa vurgu yapan çalkantı ve belirsizlik gibi kavramlarla ifade edilmesine neden olmuştur. Böyle bir çevrede başarı, işletmeleri değişimi tüm bünyelerinde hissederek, stratejik düşüncelerine, öğrenme yönlü olmalarına ve rekabet avantajı yaratan, tek, eşsiz ve yenilikçi stratejiler geliştirmelerine bağlı hale getirmiştir. Rekabetin hiper olarak ifade edildiği ve işletmelerin doğum ve ölüm oranlarının hızlandığı günümüzün yeni ekonomik ortamında stratejik düşünebilen, öğrenen ve yenilik yapabilen işletmelerin, dinamizm kazanma, performans artışı sağlama ve sürdürülebilir rekabet avantajı yaratma gibi konularda önemli üstünlükleri bulunmaktadır.

Çalkantı, değişim, belirsizlik ve karmaşıklık gibi kavramlarla ifade edilen küresel iş çevresinde sadece stratejik bilince sahip olup, yenilik uygulamalarını başarılı bir şekilde hayata geçiren işletmeler faaliyetlerine devam edebilir. Çünkü stratejik düşüncenin temelinde yatan mantık, işletmelerin rakiplerine göre güçlü ve zayıf yönleriyle, çevrenin yarattığı fırsat ve tehditleri ortaya koymak için sürekli işletmenin içsel ve dışsal çevresini analiz ederek, kazanma ve kaybetme ihtimali olan bir oyunda sürdürülebilir rekabet

üstünlüğü sağlayacak stratejiler geliştirmek ve bunları uygulamaya koymaktır. Stratejik düşünceye sahip olan bir örgüt, çalkantılı çevre koşullarına uygun olarak geliştirdiği stratejilerle çevrenin yarattığı fırsatları zamanında fark edip yararlanmanın yanı sıra, çevresel tehditleri bile fırsata dönüştürebilir. Bu da işletmeye rakiplerinden sürekli bir adım önde olma imkânı verir.

Örgütsel yenilik, bir işletmenin çevresindeki değişimlerin ve gelişmelerin yarattığı fırsatları araştırmasını, gelecekteki talebi tahmin ederek kendine yeni fırsatlar yaratmasını, bu fırsatları kendi lehine kullanarak yeni ürün/hizmet ve prosesler geliştirmesini ve yenilik yaparak rekabet etmesini öngörmektedir (Lumpkin ve Dess, 1996: 135-172).

Yenilikçi bir işletme dış çevresiyle sürekli etkileşim halinde olan dinamik bir yapıya sahiptir. Hem çevresindeki değişimlerden etkilenir, hem de çevresini etkileyecek bir potansiyel taşır. Yenilikçi işletmeler dış çevreden gelebilecek tehditlere karşı önlem almak, fırsatları değerlendirmek yönünde örgütsel yapılarında değişikliklere giderler. Yenilikçi işletmeler, durağan, katı ve bürokratik yapılara karşı olma eğilimi taşır. Yenilikçi işletmelerde yenilik faaliyetleri basit ve hedefe yönelik olabilir. Önemli olan yenilik süreci sonunda yeni müşteri ve pazar yaratmaktır (Naktiyok, 2004: 178). İşletmenin portföyünde bulunan yeni ürün ve hizmetlerin sayısı arttıkça, işletmenin satışları ve pazar payı büyüyecektir. Yeni ürün ve hizmetlerin, pazara sunulma sürelerinin kısılması ve üretkenliğin artması sonucunda işletmenin kazancı yükselecektir. Yenilikçi işletmelerin kaynaklarını daha rasyonel bir şekilde kullanmaları beklenir. Yenilikçi işletmeler, pazarda bulunan rakipleri tarafından sürekli izlenmekte ve yenilikleri taklit edilmeye çalışılmaktadır. Buna ek olarak müşteri istek ve ihtiyaçları sürekli olarak değişmektedir. Bu nedenle her yenilikçi işletme, araştırma ve geliştirme ile yenilikçi faaliyetlerini desteklerken, iyi bir pazar araştırma birimine de sahip olmalıdır.

Tannenbaum ve Dupree-Bruno araştırmalarında özellikle örgütsel ve çevresel faktörlerin işletmelerin yenilikçi insan kaynakları uygulamalarını etkilediğini ifade etmişlerdir (Tannenbaum ve Dupree-Bruno, 1994: 171-202).

Koberg ve arkadaşları ise örgütsel ve çevresel faktörlerin radikal yenilik üzerine etkisini ortaya koymuşlardır (Koberg, vd., 2003: 21-45). Yine Ahu Geniş ve Hulusi Öğüt (2014) yapmış oldukları çalışmada çevresel faktörlerin işletmelerin yenilik stratejilerini etkilediğini iddia etmişlerdir (Geniş ve Öğüt, 2014: 718-725).

V. Uygulama

A. Araştırma soruları:

Örgütsel faktörler, çevresel faktörler ve örgütsel yenilik ile ilgili olarak örgütsel yarımda çok sayıda çalışma var olmakla birlikte örgütsel faktörler ve çevresel faktörlerin örgütsel yenilik üzerine etkisini bir bütün olarak ortaya koyan çalışma sayısı oldukça azdır. Bu nedenle bu çalışmada teorik kısımda ana hatları açıklanan örgütsel ve çevresel faktörlerin örgütsel yenilik üzerine etkisine yönelik bir tespit yapmak hedeflenmektedir.

Yukarıda verilen bilgiler ışığında bu araştırmada aşağıdaki sorulara yanıt aranacaktır:

1. Örnek kapsamındaki işletmeler algılanan örgütsel destek düzeyine ne ölçüde sahiptir?
2. Örnek kapsamındaki işletmelerde çalışanlar ödül beklentisi düzeyine ne ölçüde sahiptir?
3. Örnek kapsamındaki işletmelerde çalışanlar ne ölçüde risk alma eğilimine sahiptir?
4. Örnek kapsamındaki işletmelerin çevresel olumsuzluk düzeyi ne ölçüdedir?
5. Örnek kapsamındaki işletmelerin çevresel belirsizlik düzeyi ne ölçüdedir?
6. Örnek kapsamındaki işletmelerin çevresel çeşitlilik düzeyi ne ölçüdedir?
7. Örnek kapsamındaki işletmelerin çevresel dinamizm düzeyi ne ölçüdedir?
8. Örnek kapsamındaki işletmeler örgütsel yenilik düzeyine ne ölçüde sahiptir?
9. Örnek kapsamındaki işletmelerde örgütsel ve çevresel faktörlerin örgütsel yenilik üzerindeki etkisi ne düzeyde gerçekleşir?

B. Araştırmanın kapsamı ve önemi:

Bu bölümde örneğin seçimi, veri toplama aracının geliştirilmesi, veri toplama süreci, anket sorularının niteliği ve anket formlarına ilişkin güvenilirlik ve geçerlilik çalışmaları açıklanmıştır.

C. Örneklem seçimi:

Bu çalışmanın ana kütlelerini Türkiye çapında 50 den fazla işgören çalıştıran farklı sektörlerde faaliyette bulunan KOBİ'ler oluşturmaktadır. Bu amaçla tesadüfi olarak belirlenen 1000 işletme örneklem olarak değerlendirilerek anket formları anketörler aracılığıyla söz konusu işletmelere gönderilmiştir. İşletmelerden 993 tanesinden geri dönüş sağlanmış, anketlerin geri dönüş oranının yüksek olmasının temel nedeni anketlerin anketörler vasıtasıyla yapılmasıdır. Analize konu olan anket sayısı 993'tür.

D. Ölçeğin geliştirilmesi ve verilerin toplanması:

Araştırmada temel olarak nicel verilere dayalı olarak araştırma ölçme yöntemi benimsenmiştir. Çünkü örgütsel faktörler, çevresel faktörler ve örgütsel yeniliğe verilen önemin yöneticilerin algılarını ve değerlerini yansıtan anket sorularıyla daha doğru ölçülebileceği varsayılmıştır. Bu nedenle araştırmamızda veri toplama yöntemi olarak anket formundan yararlanılmıştır. Bunun içinde öncelikle bir ölçeğin geliştirilmesi gerekli görülmüş örgütsel faktörler, çevresel faktörler ve örgütsel yenilik ile ilgili yerli ve yabancı, kuramsal ve araştırmaya dayalı akademik yayınlar üzerinde geniş bir tarama yapılmıştır.

Anket tasarlanırken ilk beş soru işletmenin ana faaliyet konusu, kaç yıldır faaliyetlerine devam ettiği, çalışan sayısı, yıllık ciro ve pazar yapısına ilişkin olarak belirlenmiştir.

Daha sonra örnekleme yer alan işletmelerin örgütsel ve çevresel faktörleri ile örgütsel yeniliklerini değerlendirmek için “algılanan örgütsel destek”, “işle ilgili ödül beklentileri” “risk alma eğilimi”, “çevresel olumsuzluk”, “çevresel belirsizlik”, “çevresel çeşitlilik”, “çevresel dinamizm” ile “örgütsel yenilik” şeklinde 8 alt boyut ve 48 ifade içeren bir anket formu oluşturulmuştur. Algılanan örgütsel destek boyutuna ilişkin ifadeler Eisenberger ve arkadaşlarının geliştirdiği ölçekten (Eisenberger vd., 1997: 815), işle ilgili ödül beklentileri boyutuna ilişkin ifadeler Sims ve arkadaşlarının geliştirdiği ölçekten (Sims vd., 1976: 551) ve risk alma eğilimine ilişkin ifadeler ise Gilley ve arkadaşlarının geliştirdiği ölçekten (Gilley vd., 2002: 1001) uyarlanmıştır. Çevresel olumsuzluk boyutuna ilişkin ifadeler Löfsten ve Lindelöf’ün araştırmalarında kullandığı ölçekten (Löfsten ve Lindelöf, 2005: 728); çevresel dinamizm boyutuna ilişkin ifadeler Achrol ve Stern tarafından geliştirilen ölçekten (Achrol ve Stern, 1998: 48); çevresel belirsizlik ve çevresel çeşitlilik boyutuna ilişkin ifadeler ise Paswan ve arkadaşlarının geliştirdiği ölçekten (Paswan vd., 1998: 139) uyarlanmıştır. Örgütsel yenilik boyutuna ilişkin ifadeler ise Ellonen ve arkadaşlarının geliştirdiği ölçekten (Ellonen vd., 2008: 170) uyarlanmıştır.

Bu maddeler oluşturulurken 3 ayrı ölçekten yararlanılmıştır. Ölçekteki ifadelerin tümü 5’li Likert Ölçeği (1-Kesinlikle Katılmıyorum 5. Kesinlikle Katılıyorum) şeklinde tasarlanmıştır. Elde edilen anket formu iyi açıklanamayan veya tartışmalı ifadeleri belirlemek, ifadelerin anlaşılabilirliğini, sırasını ve değerlendirme süresini saptamak amacıyla uzmanlara ve yöneticilere danışılarak yeniden düzenlenmiş ve ankete son şekli verilmiştir.

Son şekli verilen anket formu ilgili işletmelere anketörler aracılığıyla gönderilmiştir. Anketlerin objektif, samimi ve amacına uygun olarak cevaplanması için anketörlere önceden eğitim verilmiş ve yöneticilerden yardım almak amacıyla anket formları gönderilmeden önce işletmelerin üst düzey yöneticileri ile bir ön görüşme yapılmıştır. Literatürdeki görüşlere uygun olarak soru formlarının, örgütsel ve çevresel faktörler ile örgütsel yeniliği değerlendirebilecek bilgilere sahip olması beklenen üst düzey bir yönetici tarafından doldurulması hedeflenmiştir.

E. Ölçeklerin Güvenirliği

Araştırmada kullanılan anket formundan elde edilen verilere gerekli analizlerin yapılabilmesi için ölçeklerin güvenilirliklerinin ve geçerliliklerinin incelenmesi gerekmektedir.

Güvenilirlik değeri, bir ölçme aracının tekrarlanan ölçümlerde aynı sonucu verme derecesinin göstergesidir (Eymen, 2007: 74). Bir ölçüm aracının güvenilirliğini hesaplamanın çeşitli yolları mevcuttur fakat en yaygın yöntem içsel tutarlılık (internal consistency) yöntemidir. Bu araştırmada içsel tutarlılık yöntemi ile hesaplanan cronbach alfa güvenilirlik ölçütü kullanılmıştır. 0 ile 1 arasında bir değer alabilen cronbach alfa katsayısının 1’e yaklaşması güvenilirlik düzeyinin artmasının bir göstergesidir. Bir ölçeğin güvenilir kabul edilebilmesi için söz konusu değer 0,70 veya daha yüksek olması gerekmektedir (Gliner ve Morgan, 2000: 221).

Araştırmada kullanılan ölçekler için hesaplanan cronbach alfa katsayıları tablo 1.1’de verilmiştir.

Tablo 1.1. Örgütsel faktörler, çevresel faktörler ve örgütsel yenilik ölçeklerinin güvenilirlik katsayıları

Ölçek	Madde	Cronbach Alfa Katsayısı
Örgütsel faktörler ölçeği	20	0,890
Çevresel faktörler ölçeği	18	0,888
Örgütsel yenilik ölçeği	10	0,883

Tablo 1.1’de görüldüğü üzere, ölçeklere ilişkin cronbach alfa değerleri; örgütsel faktörler ölçeği için 0,890, çevresel faktörler ölçeği için 0,888, örgütsel yenilik ölçeği için 0,883, olarak hesaplanmıştır. Ölçeklere ilişkin bütün katsayılar 0,70’ten daha büyük bir değere sahip olmaları nedeniyle; ankette yer alan bütün ölçeklerin güvenilir olduğu görülmüştür.

F. Ölçeklerin Geçerliliği

Ölçeklerin geçerliliğini test etmek amacıyla açıklayıcı faktör analizi uygulanmıştır.

a. Örgütsel Faktörler Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi

Örgütsel faktörleri ölçmek amacıyla hazırlanan ölçeğe faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizinin uygulanıp uygulanmayacağını belirlemek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi, analiz edilecek değişkenler arasındaki ilişkilerin anlamlı ve sıfırdan farklı olup olmadığını anlamak için ise Bartlett Küresellik testi uygulanmıştır. Ulaşılan bulgular tablo 2.1’de verilmiştir.

Tablo 2.1. Örgütsel Faktörler Ölçeğinin Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett Küresellik Testi Oranları

Kaiser-Meyer-Olkin Testi (KMO)		0,915
Bartlett Küresellik Testi	Ki-Kare	11302,589
	S.d.	120
	P	,000

$p < 0.05$

Tablo 2.1. incelendiğinde KMO katsayısının 0,915 olduğu görülmektedir. 0,60’dan büyük olması beklenen bu rakam, araştırma için belirlenen örneklem büyüklüğünün faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir. Bartlett Küresellik Testine ilişkin ki-kare değerinin $p < 0.05$ seviyesinde anlamlı olduğu görülmektedir. Örgütsel faktörler ölçeğine

ilişkin açıklayıcı faktör analizinin sonuçları tablo 2.2’de özetlenmiştir. Tablo 2.2. incelendiğinde 16 maddelik ölçekte, toplam varyansın % 72,23’ünü açıklayan 3 faktörlü bir yapının ortaya çıktığı görülmektedir. Faktörlerin güvenilirliğini gösteren cronbach alfa değeri birinci faktör için (algılanan örgütsel destek) 0,92’dir ve bu faktör toplam varyansın % 30,06’sını açıklamaktadır. İkinci faktörün (ödül beklentisi) cronbach alfa değeri 0,90’dur ve bu faktör toplam varyansın % 22,83’ünü açıklamaktadır. Üçüncü faktörün (risk alma) cronbach alfa değeri 0,89’dur ve bu faktör toplam varyansın % 19,33’ünü açıklamaktadır.

Tablo 2.2. Örgütsel Faktörler Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler	Faktör Yönleri	Öz Değerler	Açıklayıcı Varyans	Toplam Varyans %	Cronbach Alfa
1. Faktör: Algılanan Örgütsel Destek		4,810	30,06	30,06	0,923
1 İşletmemizde çalışanların fikirlerine değer verilir	,773				
2 İşlt. çalışanların refahı ve mutluluğuna özen gösterilir	,848				
3 İşlt. çalışanların kendi amaç ve değerlerine önem verilir	,791				
4 İşlt. çalışanlara ihtiyaç duydukları an yardımcı olunur	,793				
6 Özel bir desteğe ihtiyaç duyduklarında işletmemiz, çalışanlara yardım etmeye isteklidir	,802				
7 İşletmemiz çalışanlarına oldukça ilgi gösterir	,809				
8 İşletmemiz çalışanlarını bir değer unsuru olarak görür	,802				
2. Faktör: Ödül Beklentisi		3,654	22,83	52,90	0,902
9 İşlt. verimli ve etkin çalışanların terfi şansı yüksektir	,830				
10 İşlt. kalitesi yüksek iş üretenler yüksek ücretle ödüllendirilir	,838				
11 İşlt. işleri zamanında bitirmek, terfi şansını yükseltir	,840				
12 İşlt. İşleri zamanında bitirmek yüksek ücretle ödüllendirilir	,780				
13 İşlt. profesyonel iş ortaya koyanlar önemli bir şeyi başarma hissine sahip olur	,652				
3. Faktör: Risk Alma		3,093	19,33	72,23	0,891
17 İşlt. çalışanlar sıkça risk alan insanlar olarak görülür	,840				
18 İşlt. fayda olasılığı gördüğünde yeni yatırımlar için tereddüt etmez	,785				
19 İşletmemizde çalışanlar risk almaktan hoşlanırlar	,867				
20 İşlt. çalışanlar risk almayı kariyerin bir parçası olarak görür	,789				

a. Çevresel Faktörler Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi

Çevresel faktörleri ölçmek amacıyla hazırlanan ölçeğe faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizinin uygulanıp uygulanmayacağını belirlemek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi, analiz edilecek değişkenler arasındaki ilişkilerin anlamlı ve sıfırdan farklı olup olmadığını anlamak için ise Bartlett Küresellik testi uygulanmıştır. Ulaşılan bulgular tablo 2.3’de verilmiştir.

Tablo 2.3. Çevresel Faktörler Ölçeğinin Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett Küresellik Testi Oranları

Kaiser-Meyer-Olkin Testi (KMO)		0,871
Bartlett Küresellik Testi	Ki-Kare	6530,049
	S.d.	78
	P	,000

Tablo 2.3. incelendiğinde KMO katsayısının 0,871 olduğu görülmektedir. 0,60’dan büyük olması beklenen bu rakam, araştırma için belirlenen örneklem büyüklüğünün faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir. Bartlett Küresellik Testine ilişkin ki-kare değerinin $p < 0.05$ seviyesinde anlamlı olduğu görülmektedir.

Çevresel faktörler ölçeğine ilişkin açıklayıcı faktör analizinin sonuçları tablo 2.4’de özetlenmiştir.

Tablo 2.4. incelendiğinde 13 maddelik ölçekte, toplam varyansın % 72,99’unu açıklayan 4 faktörlü bir yapının ortaya çıktığı görülmektedir. Faktörlerin güvenilirliğini gösteren cronbach alfa değeri birinci faktör için (çevresel olumsuzluk) 0,70’dır ve bu faktör toplam varyansın % 22,21’ini açıklamaktadır. İkinci faktörün (çevresel belirsizlik) cronbach alfa değeri 0,81’dır ve bu faktör toplam varyansın % 18,12’sini açıklamaktadır. Üçüncü faktörün (çevresel çeşitlilik) cronbach alfa değeri 0,87’dır ve bu faktör toplam varyansın % 17,93’ünü açıklamaktadır. Son faktörün (çevresel dinamizm) cronbach alfa değeri 0,83’dür ve bu faktör toplam varyansın % 14,71’ini açıklamaktadır.

Tablo 2.4. Çevresel Faktörler Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler	Faktör Yönleri	Öz Değerler	Açıklayıcı Varyans	Toplam Varyans %	Cronbach Alfa
1. Faktör: Çevresel Olumsuzluk		2,888	22,21	22,21	0,704
22 İşletmemiz birçok alanda rekabet etmek durumunda kalmaktadır	,737				
23 Rakip işletmelerin piyasa aktivitelerini önceden kestirmek oldukça zordur	,783				
25 İşletme faaliyet gösterdiği alanda ekonomik engellerle karşılaşmaktadır	,783				
2. Faktör: Çevresel Belirsizlik		2,356	18,12	40,34	0,819
26 İşletmemizin faaliyet gösterdiği sektörde ürün/ marka bileşenleri birbirinden farklıdır	,760				
27 İşletmemizin faaliyet gösterdiği sektörde satış stratejileri farklılık göstermektedir	,746				
28 İşletmemizin faaliyet gösterdiği sektörde reklam ve promosyon stratejileri oldukça farklıdır	,702				
3. Faktör: Çevresel Çeşitlilik		2,332	17,93	58,27	0,871
30 İşletmemizin rekabet ettiği işletmelerin satış stratejileri farklılık göstermektedir	,683				
31 İşletmemizin rekabet ettiği işletmelerin reklam ve promosyon stratejileri oldukça farklıdır	,716				
32 İşletmemiz müşterilerinin ürün özellikleri ile ilgili tercihleri farklılık göstermektedir	,831				
33 İşletmemiz müşterilerinin marka ile ilgili tercihleri farklılık göstermektedir	,803				
4. Faktör: Çevresel Dinamizm		1,913	14,71	72,99	0,837
36 İşletmemizin faaliyet içinde bulunduğu sektörde üretim ve hizmet teknolojisi sürekli değişmektedir	,800				
37 İşletmemizin faaliyet içinde bulunduğu sektörde, ürün hizmet ve süreçlerde yenilik oranı yüksektir	,882				
38 İşletmemizin faaliyet içinde bulunduğu sektörde araştırma geliştirme faaliyetleri çok önemlidir	,838				

a. Örgütsel Yenilik Ölçeğine İlişkin Açıklayıcı Faktör Analizi

Örgütsel yeniliği ölçmek amacıyla hazırlanan ölçeğe faktör analizi uygulanmıştır. Faktör analizinin uygulanıp uygulanmayacağını belirlemek için Kaiser-Meyer-Olkin

(KMO) testi, analiz edilecek değişkenler arasındaki ilişkilerin anlamlı ve sıfırdan farklı olup olmadığını anlamak için ise Bartlett Küresellik testi uygulanmıştır. Ulaşılan bulgular tablo 2.5’de verilmiştir.

Tablo 2.5. Örgütsel Yenilik Ölçeğinin Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett Küresellik Testi Oranları

Kaiser-Meyer-Olkin Testi (KMO)		0,893
Bartlett Küresellik Testi	Ki-Kare	3731,976
	S.d.	28
	P	,000

Tablo 2.5. incelendiğinde KMO katsayısının 0,893 olduğu görülmektedir. 0,60’dan büyük olması beklenen bu rakam, araştırma için belirlenen örneklem büyüklüğünün faktör analizi için uygun olduğunu göstermektedir. Bartlett Küresellik Testine ilişkin ki-kare değerinin $p < 0.05$ seviyesinde anlamlı olduğu görülmektedir.

Örgütsel yenilik ölçeğine ilişkin açıklayıcı faktör analizinin sonuçları tablo 2.6’da özetlenmiştir.

Tablo 2.6. Örgütsel Yenilik Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler	Faktör Yönleri	Öz Değerler	Açıklayıcı Varyans	Toplam Varyans %	Cronbach Alfa
1. Faktör: Örgütsel Yenilik		4,466	55,83	55,83	0,883
40 Yeni ürün ve hizmetlerimiz müşteriler tarafından yenilik olarak algılanır	,660				
41 Geçen beş yıl zarfında işletme rakiplerine göre daha yenilikçi ürün ve hizmetler üretilmiştir	,730				
42 Yeni ürün ve hizmet üretiminde en son teknoloji kullanılmaktadır	,779				
43 İşletmemizde çalışanlar orijinal ve yenilikçi düşünceleri için teşvik edilir	,832				
44 İşletmemizde çalışanlar yeni metotlar kullanma ve yenilikçi çözümler yaratmaya isteklidir	,801				
45 Yöneticiler yeni metotlar denemek isteyen çalışanları destekler	,762				
46 Klasik yöntemlerle çözilemeyen problemler için çalışanlar yeni yöntemler geliştirebilir	,715				
48 Geçen beş yıl zarfında işletmemiz birçok yeni yönetim yaklaşımı geliştirmiştir	,681				

Tablo 2.6. incelendiğinde 8 maddelik ölçekte, toplam varyansın % 55,83'ünü açıklayan tek faktörlü bir yapının ortaya çıktığı görülmektedir. Faktörün güvenilirliğini gösteren cronbach alfa değeri 0,88'dir ve bu faktör toplam varyansın % 55,83'ünü açıklamaktadır.

G. Bulgular

Bu bölümde, araştırmaya ilişkin bulgular ve yorumlara yer verilmiştir.

a. Demografik Bulgular

Araştırmanın bu kısmında ankete katılanların işletmeleri ile ilgili sorulara verdikleri cevapların dağılımı ve yüzdeleri verilmiştir. Tablo 3.1'de bu bilgiler özetlenmiştir.

Tablo 3.1'de çalışmaya katılan kişilerin, anketin ilk bölümünde yer alan ve işletmeleri ile ilgili olan sorulara verdikleri cevaplar görülmektedir. Ankete katılan işletmelerin ana faaliyet konuları arasında en büyük yüzdeye sahip olan tekstil sektörü toplamın % 20,5'ini oluşturmaktadır. İşletmelerin faaliyet süreleri arasında en büyük yüzdeye sahip olan süre % 34,6 ile 11-20 yıldır. İşletmelerin çok büyük bir bölümünün çalışan sayısının 50 ile 99 arasında olduğu görülmektedir. Yine araştırma sonuçları göstermektedir ki, çalışmaya katılan işletmelerin büyük bir bölümü sadece yurt içinde faaliyet göstermektedirler.

Tablo 3.1. Demografik Bulgular

ÖZELLİK		F	%	ÖZELLİK		F	%
İşletmenin Ana Faaliyet Konusu	İnşaat ve yapı	41	4,1	İşletmede Çalışan Sayısı	50-99	699	70,4
	Gıda	175	17,6		100-149	95	9,6
	Tekstil	204	20,5		150-199	51	5,1
	Otomotiv	43	4,3		200'den fazla	27	2,7
	Kimya ve Plastik	111	11,2	Yıllık Ciro	50.000'den az	70	7,0
	Turizm	4	,4		50.000-250.000	110	11,1
	Elektrik Elektronik	56	5,6		250.000-500.000	178	17,9
	Nakliye	46	4,6		500.000-1.000.000	291	29,3
	Mobilya ve Orman Ürünleri	99	10,0		1.000.000-5.000.000	210	21,1
	Tarım ve Hayvancılık	5	,5		5.000.000'dan çok	51	5,1
Makine ve Metal	82	8,3	İşletmenin Pazar Yapısı	Sadece yurt içi	531	53,5	
Diğer	127	12,8		Sadece yurt dışı	16	1,6	
İşletmenin Faaliyet Süresi	1-10	317	31,9	İşletmenin Pazar Yapısı	Hem yurt içi hem yurt dışı	344	34,6
	11-20	344	34,6				
	21-30	218	22,0				
	31-40	58	5,8				
	41'den fazla	25	2,5				

b. Algılanan Örgütsel Destek ile İlgili Tanımlayıcı İstatistikler

Algılanan örgütsel desteği belirlemeye yönelik olarak hazırlanan ölçeğe ait ifadelerin aritmetik ortalamaları, frekans dağılımları ve standart sapma değerleri tablo 3.2’de gösterilmektedir.

Tablo 3.2 incelendiğinde, örgütsel destek 4 (İşletmemizde çalışanlara ihtiyaç duydukları an yardımcı olunur), değişkeninin diğer değişkenlere göre daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu görülmektedir.

Değişkenlere ilişkin genel ortalamanın 4,24 olması algılanan örgütsel desteğin yüksek düzeyde olduğunu göstermektedir.

Tablo 3.2. Algılanan Örgütsel Destek Ölçeğine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

ALGILANAN ÖRGÜTSEL DESTEK	X	SS	1		2		3		4		5	
			F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Örgütsel destek 1	4,24	0,72	8	0,8	31	3,1	30	3,0	568	57,2	356	35,9
Örgütsel destek 2	4,29	0,66	7	0,7	12	1,2	36	3,6	566	57,0	372	37,5
Örgütsel destek 3	4,19	0,73	6	0,6	31	3,1	62	6,2	559	56,3	334	33,6
Örgütsel destek 4	4,30	0,65	8	0,8	7	0,7	39	3,9	561	56,5	376	37,9
Örgütsel destek 5	4,20	1,46	6	0,6	28	2,8	77	7,8	563	56,7	315	31,7
Örgütsel destek 6	4,24	0,68	6	0,6	19	1,9	47	4,7	574	57,8	346	34,8
Örgütsel destek 7	4,24	0,67	5	0,5	16	1,6	54	5,4	570	57,4	347	34,9
Örgütsel destek 8	4,24	0,68	6	0,6	18	1,8	54	5,4	564	56,8	348	35,0
GENEL	4,24	0,57	52	0,6	162	2,0	399	5,0	4525	56,9	2794	35,1

(1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum)

c. Ödül Beklentisi ile İlgili Tanımlayıcı İstatistikler

Ödül beklentisini belirlemeye yönelik olarak hazırlanan ölçeğe ait ifadelerin aritmetik ortalamaları, frekans dağılımları ve standart sapma değerleri tablo 3.3’de gösterilmektedir.

Tablo 3.3. Ödül Beklentisi Ölçeğine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

ÖDÜL BEKLENTİSİ	X	SS	1		2		3		4		5	
			F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Ödül beklentisi 1	4,04	0,94	24	2,4	75	7,6	51	5,1	526	53,0	315	31,7
Ödül beklentisi 2	3,92	1,03	36	3,6	96	9,7	69	6,9	497	50,1	290	29,2
Ödül beklentisi 3	3,90	1,05	30	3,0	116	11,7	77	7,8	466	46,9	301	30,3
Ödül beklentisi 4	3,76	1,10	41	4,1	133	13,4	106	10,7	447	45,0	264	26,6
Ödül beklentisi 5	4,14	0,81	14	1,4	27	2,7	101	10,2	512	51,6	336	33,8
Ödül beklentisi 6	4,37	1,89	4	0,4	12	1,2	43	4,3	555	55,9	375	37,8
Ödül beklentisi 7	4,31	0,64	5	0,5	11	1,1	37	3,7	548	55,2	387	39,0
Ödül beklentisi 8	4,27	0,69	8	0,8	17	1,7	41	4,1	555	55,9	369	37,2
GENEL	4,08	0,84	162	2,0	487	6,1	525	6,6	4106	51,7	2637	33,2

(1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum)

Tablo 3.3 incelendiğinde, ödül beklentisi 6 (İşleri zamanında bitirme işletme içinde saygınlık kazandırır) değişkeninin diğer değişkenlere göre daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Değişkenlere ilişkin genel ortalamanın 4,08 olması ödül beklentisinin yüksek düzeyde olduğunu göstermektedir.

d. Risk Alma İle İlgili Tanımlayıcı İstatistikler

Risk almayı belirlemeye yönelik olarak hazırlanan ölçeğe ait ifadelerin aritmetik ortalamaları, frekans dağılımları ve standart sapma değerleri tablo 3.4'de gösterilmektedir.

Tablo 3.4. Risk Alma Ölçeğine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

RİSK ALMA	X	SS	1		2		3		4		5	
			F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Risk alma 1	3,51	1,20	66	6,6	176	17,7	156	15,7	367	37,0	226	22,8
Risk alma 2	3,67	1,10	46	4,6	128	12,9	163	16,4	425	42,8	230	23,2
Risk alma 3	3,39	1,27	96	9,7	174	17,5	169	17,0	349	35,1	203	20,4
Risk alma 4	3,45	1,22	77	7,8	182	18,3	143	14,4	379	38,2	204	20,5
GENEL	3,50	1,09	245	7,1	660	16,6	631	15,8	1517	38,2	863	21,7

(1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum)

Tablo 3.4 incelendiğinde, risk alma 2 (işletmemiz fayda olasılığı gördüğünde yeni yatırımlar için tereddüt etmez) değişkeninin diğer değişkenlere göre daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu görülmektedir. Değişkenlere ilişkin genel ortalamanın 3,50 olması ortalamanın üzerinde bir risk algısı olduğunu göstermektedir.

e. Çevresel Olumsuzluk İle İlgili Tanımlayıcı İstatistikler

Çevresel olumsuzluğu belirlemeye yönelik olarak hazırlanan ölçeğe ait ifadelerin aritmetik ortalamaları, frekans dağılımları ve standart sapma değerleri tablo 3.5’de gösterilmektedir.

Tablo 3.5. Çevresel Olumsuzluk Ölçeğine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

ÇEVRESEL OLUMSUZLUK	X	SS	1		2		3		4		5	
			F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Çevresel olumsuzluk 1	3,55	1,21	58	5,8	193	19,4	124	12,5	370	37,3	242	24,4
Çevresel olumsuzluk 2	4,08	0,87	13	1,3	70	7,0	54	5,4	531	53,5	315	31,7
Çevresel olumsuzluk 3	3,89	0,98	18	1,8	111	11,2	91	9,2	495	49,8	266	26,8
Çevresel olumsuzluk 4	3,69	1,14	32	3,2	182	18,3	107	10,8	402	40,5	265	26,7
Çevresel olumsuzluk 5	3,92	0,96	17	1,7	96	9,7	114	11,5	480	48,3	280	28,2
GENEL	3,82	0,75	138	2,7	652	13,1	490	9,8	2278	45,8	1368	27,5

(1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum)

Tablo 3.5 incelendiğinde, çevresel olumsuzluk 2 (işletmemiz birçok alanda rekabet etmek durumunda kalmaktadır) değişkeninin diğer değişkenlere göre daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu görülmektedir.

Değişkenlere ilişkin genel ortalamanın 3,82 olması çevresel olumsuzluğun yüksek olduğunu göstermektedir.

f. Çevresel Belirsizlik İle İlgili Tanımlayıcı İstatistikler

Çevresel belirsizliği belirlemeye yönelik olarak hazırlanan ölçeğe ait ifadelerin aritmetik ortalamaları, frekans dağılımları ve standart sapma değerleri tablo 3.6’da gösterilmektedir.

Tablo 3.6. Çevresel Belirsizlik Ölçeğine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

ÇEVRESEL BELİRSİZLİK	X	SS	1		2		3		4		5	
			F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Çevresel belirsizlik 1	3,94	0,91	19	1,9	81	8,2	80	8,1	562	56,6	245	24,7
Çevresel belirsizlik 2	4,05	0,76	9	0,9	49	4,9	64	6,4	621	62,5	244	24,6
Çevresel belirsizlik 3	4,04	0,78	10	1,0	48	4,8	73	7,4	607	61,1	248	25,0
GENEL	4,01	0,70	38	1,2	178	5,9	217	7,3	1790	60,0	737	24,7

(1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum)

Tablo 3.6 incelendiğinde, çevresel belirsizlik 2 (işletmemizin faaliyet gösterdiği sektörde satış stratejileri farklılık göstermektedir) değişkeninin diğer değişkenlere göre daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu görülmektedir.

Değişkenlere ilişkin genel ortalamanın 4,01 olması çevresel belirsizliğin yüksek olduğunu göstermektedir.

g. Çevresel Çeşitlilik İle İlgili Tanımlayıcı İstatistikler

Çevresel çeşitliliği belirlemeye yönelik olarak hazırlanan ölçeğe ait ifadelerin aritmetik ortalamaları, frekans dağılımları ve standart sapma değerleri tablo 3.7'de gösterilmektedir.

Tablo 3.7. Çevresel Çeşitlilik Ölçeğine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

ÇEVRESEL ÇEŞİTLİLİK	X	SS	1		2		3		4		5	
			F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Çevresel çeşitlilik 1	3,98	0,89	20	2,0	68	6,8	81	8,2	555	55,9	262	26,4
Çevresel çeşitlilik 2	4,10	0,76	6	0,6	42	4,2	80	8,1	577	58,1	282	28,4
Çevresel çeşitlilik 3	4,08	0,76	6	0,6	46	4,6	75	7,6	590	59,4	271	27,3
Çevresel çeşitlilik 4	4,18	0,70	6	0,6	26	2,6	56	5,6	588	59,2	311	31,3
Çevresel çeşitlilik 5	4,20	0,71	7	0,7	26	2,6	50	5,0	580	58,4	323	32,5
Çevresel çeşitlilik 6	4,23	0,66	4	0,4	16	1,6	60	6,0	572	57,6	335	33,7
GENEL	4,12	0,59	49	0,8	224	3,7	402	6,7	3462	58,1	1784	29,9

(1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum)

Tablo 3.7 incelendiğinde, çevresel çeşitlilik 6 (işletmemiz müşterilerinin ürün kalitesi ve fiyatı ile ilgili tercihleri farklılık göstermektedir) değişkeninin diğer değişkenlere göre daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu görülmektedir.

Değişkenlere ilişkin genel ortalamanın 4,12 olması çevresel çeşitliliğin yüksek düzeyde olduğunu göstermektedir.

h. Çevresel Dinamizm İle İlgili Tanımlayıcı İstatistikler

Çevresel dinamizmi belirlemeye yönelik olarak hazırlanan ölçeğe ait ifadelerin aritmetik ortalamaları, frekans dağılımları ve standart sapma değerleri tablo 3.8’de gösterilmektedir.

Tablo 3.8. Çevresel Dinamizm Ölçeğine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

ÇEVRESEL DİNAMİZM	X	SS	1		2		3		4		5	
			F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Çevresel dinamizm 1	3,98	0,90	15	1,5	62	6,2	137	13,8	478	48,1	295	29,7
Çevresel dinamizm 2	4,11	0,72	2	0,2	34	3,4	97	9,8	569	57,3	285	28,7
Çevresel dinamizm 3	4,13	0,71	8	0,8	17	1,7	95	9,6	586	59,0	283	28,5
Çevresel dinamizm 4	4,11	0,70	6	0,6	20	2,0	99	10,0	594	59,8	270	27,2
GENEL	4,08	0,62	31	0,7	133	3,3	428	10,8	2227	56,0	1133	28,5

(1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum)

Tablo 3.8 incelendiğinde, çevresel dinamizm 3 (işletmemizin faaliyet içinde bulunduğu sektörde ürün, hizmet ve süreçlerde yenilik oranı yüksektir) değişkeninin diğer değişkenlere göre daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu görülmektedir.

Değişkenlere ilişkin genel ortalamanın 4,08 olması çevresel dinamizmin yüksek düzeyde olduğunu göstermektedir.

i. Örgütsel Yenilik İle İlgili Tanımlayıcı İstatistikler

Örgütsel yeniliği belirlemeye yönelik olarak hazırlanan ölçeğe ait ifadelerin aritmetik ortalamaları, frekans dağılımları ve standart sapma değerleri tablo 3.9’da gösterilmektedir.

Tablo 3.9. Örgütsel Yenilik Ölçeğine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

ÖRGÜTSEL YENİLİK	X	SS	1		2		3		4		5	
			F	%	F	%	F	%	F	%	F	%
Örgütsel yenilik 1	3,61	0,99	31	3,1	115	11,6	225	22,7	451	45,4	167	16,8
Örgütsel yenilik 2	3,98	0,77	10	1,0	37	3,7	132	13,3	587	59,1	220	22,2
Örgütsel yenilik 3	3,86	0,87	20	2,0	54	5,4	167	16,8	545	54,9	203	20,4
Örgütsel yenilik 4	3,99	0,82	16	1,6	34	3,4	139	14,0	548	55,2	252	25,4
Örgütsel yenilik 5	4,07	0,72	7	0,7	27	2,7	103	10,4	600	60,4	252	25,4
Örgütsel yenilik 6	4,05	0,71	3	0,3	29	2,9	119	12,0	598	60,2	240	24,2
Örgütsel yenilik 7	4,04	0,75	10	1,0	32	3,2	105	10,6	595	59,9	244	24,6
Örgütsel yenilik 8	4,00	0,75	3	0,3	46	4,6	127	12,8	583	58,7	229	23,1
Örgütsel yenilik 9	3,71	0,99	24	2,4	127	12,8	146	14,7	499	50,3	188	18,9
Örgütsel yenilik 10	3,89	0,86	13	1,3	64	6,4	155	15,6	531	53,5	223	22,5
GENEL	3,92	0,58	137	1,0	450	5,6	1418	14,2	5537	55,7	2218	22,3

(1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Kararsızım, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum)

Tablo 3.9 incelendiğinde, örgütsel yenilik 5 (işletmemizde çalışanlar orijinal ve yenilikçi çözümler yaratmaya isteklidirler) değişkeninin diğer değişkenlere göre daha yüksek bir ortalamaya sahip olduğu görülmektedir.

Değişkenlere ilişkin genel ortalamanın 3,92 olması örgütsel yeniliğin yüksek düzeyde olduğunu göstermektedir.

H. Örgütsel Yeniliğin Örgütsel Faktörler ve Çevresel Faktörler İle İlişkisi

Örgütsel yeniliğin örgütsel faktörler ve çevresel faktörler ile arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla öncelikle korelasyon analizinden yararlanılmıştır. Tablo 4.1'de söz konusu boyutlara ait ölçeklerin birbirleri ile ilişkilerini gösteren korelasyon katsayıları verilmiştir.

Tablo 4.1. Örgütsel Yeniliğin Örgütsel Faktörler ve Çevresel Faktörler ile İlişkisi

FAKTÖRLER	1	2	3	4	5	6	7	8
(1) Örgütsel Yenilik	1							
(2) Örgütsel Destek Algısı	,480**	1						
(3) Ödül Beklentisi	,434**	,469**	1					
(4) Risk Alma	,322**	,301**	,530**	1				
(5) Çevresel Olumsuzluk	,301**	,297**	,320**	,350**	1			
(6) Çevresel Belirsizlik	,421**	,374**	,392**	,248**	,405**	1		
(7) Çevresel Çeşitlilik	,391**	,358**	,246**	,113**	,338**	,687**	1	
(8) Çevresel Dinamizm	,606**	,386**	,240**	,150**	,289**	,385**	,424**	1

** p < 0.01

Tablo 4.1’de korelasyon analizi sonucunda, örgütsel yeniliğin, örgütsel faktörler ve çevresel faktörlerin alt boyutları ile 0,99 önem düzeyinde bir ilişkisi olduğu görülmektedir.

Örgütsel yeniliğin örgütsel destek algısı ile arasında ilişki ($r=0,480$), ödül beklentisi ile arasındaki ilişki ($r=0,434$), risk alma ile arasındaki ilişki ($r=0,322$), çevresel olumsuzluk ile arasındaki ilişki ($r=0,301$), çevresel belirsizlik ile arasındaki ilişki ($r=0,421$), çevresel çeşitlilik ile arasındaki ilişki ($r=0,391$) ve çevresel dinamizm ile arasındaki ilişki ($r=0,606$) incelendiğinde; söz konusu değişken ile boyutlar arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu görülmektedir. Boyutlar arasındaki anlamlı ilişkiler ölçeğin güvenilirliğini desteklemektedir. Bu verilere göre, örgütsel ve çevresel faktörler boyutlarındaki artışa paralel olarak örgütsel yenilik boyutunda da artış olmaktadır.

I. Örgütsel ve Çevresel Faktörlerin Örgütsel Yenilik Üzerindeki Etkisi

Korelasyon analizi ile faktörler arasındaki ilişkilerin incelenmesinin ardından değişkenler arasında olumlu ilişkilerin olduğu saptanmıştır ve araştırmanın bir sonraki aşamasında bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkilerinin incelenmesi için regresyon analizi kullanılmıştır. Tablo 5.1’de örgütsel faktörlerin alt boyutlarının, örgütsel yenilik üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik yapılan regresyon analizi sonuçlarına yer verilmiştir.

Tablo 5.1. Algılanan Örgütsel Desteğin, Ödül Beklentisinin ve Risk Almaın Örgütsel Yeniliğe Etkisi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken								
	Algılanan Örgütsel Destek			Ödül Beklentisi			Risk Alma		
Örgütsel Yenilik	B	t	p	B	t	p	B	t	p
		,480	17,193	,000	,434	15,150	,000	,322	10,687
R²	,230			,189			,104		
Düzeltilmiş R²	,230			,188			,103		
F	295,592			229,527			114,219		

Örgütsel yeniliğin bağımlı değişken olarak, örgütsel faktörlerin (algılanan örgütsel destek, ödül beklentisi, risk alma) bağımsız değişkenler olarak kabul edildiği regresyon analizinin tablo 5.1’de verilen sonuçlarına göre; örgütsel yeniliğin toplam varyansının % 23’ünü ($R^2=,230$) algılanan örgütsel destek, yaklaşık olarak % 19’unu ($R^2=,189$) ödül beklentisi ve % 10’unu ($R^2=,104$) risk alma açıklamaktadır. Örgütsel yeniliği en çok etkileyen değişkenin algılanan örgütsel destek olduğu görülmektedir.

Tablo 5.2. Çevresel Olumsuzluğun, Çevresel Belirsizliğin, Çevresel Çeşitliliğin ve Çevresel Dinamizmin Örgütsel Yeniliğe Etkisi

Bağımlı Değişken	Bağımsız Değişken											
	Çevresel Olumsuzluk			Çevresel Belirsizlik			Çevresel Çeşitlilik			Çevresel Dinamizm		
Örgütsel Yenilik	B	t	p	B	t	p	B	t	p	B	t	p
		,301	9,926	,000	,421	14,583	,000	,391	13,346	,000	,606	23,948
R²	,091			,177			,153			,368		
Düzeltilmiş R²	,090			,177			,152			,367		
F	98,521			212,663			178,110			573,497		

Örgütsel yeniliğin bağımlı değişken olarak, çevresel faktörlerin (çevresel olumsuzluk, çevresel belirsizlik, çevresel çeşitlilik, çevresel dinamizm) bağımsız değişkenler olarak kabul edildiği regresyon analizinin tablo 5.2’de verilen sonuçlarına göre; örgütsel yeniliğin toplam varyansının % 10’unu ($R^2=,091$) çevresel olumsuzluk, yaklaşık olarak % 18’ini ($R^2=,177$) çevresel belirsizlik, % 15’ini ($R^2=,153$) çevresel çeşitlilik ve yaklaşık olarak % 37’sini çevresel dinamizm ($R^2=,368$) açıklamaktadır. Örgütsel yeniliği en çok etkileyen değişkenin çevresel dinamizm olduğu görülmektedir.

Sonuç

Örgütsel ve çevresel faktörlerin örgütsel yeniliğe etkisini ölçmek amacıyla yapılan çalışmada toplam 993 adet anket uygulanmıştır ve yapılan analizler sonucunda çeşitli bulgulara ulaşılmıştır.

Algılanan örgütsel destek, ödül beklentisi ve risk alma alt boyutlarında incelenen örgütsel faktörler, çevresel olumsuzluk, çevresel belirsizlik, çevresel çeşitlilik ve çevresel dinamizm alt boyutlarında incelenen çevresel faktörler ile örgütsel yenilik arasındaki ilişkiler incelendiğinde; bütün boyutlar ile örgütsel yenilik arasında anlamlı ve pozitif yönlü ilişkiler olduğu tespit edilmiştir. Elde edilen bu veriler ışığında, örgütsel ve çevresel faktörler boyutlarındaki artışa paralel olarak örgütsel yenilik boyutunda da artış olduğu yorumu yapılabilmektedir.

Pazara yeni ürün ve hizmetler sunulması, bu ürün ve hizmetlerin müşteriler tarafından yenilik olarak algılanması, yeni ürün ve hizmet üretiminde son teknolojinin kullanılması, çalışanlar tarafından yeni metotlar kullanılması ve yenilikçi çözümler geliştirilmesi, büyüme fırsatları için risk alınması ve yeni yönetim yaklaşımlarının geliştirilmesi gibi konularda örgütsel yeniliğin örgütsel ve çevresel faktörlerle anlamlı ilişkileri olduğunun tespitinin ardından bu faktörlerin etkisini ölçmek amacıyla çeşitli analizler yapılmıştır.

Örgütsel yeniliğin bağımlı değişken olarak, örgütsel ve çevresel faktörlerin bağımsız değişkenler olarak kabul edildiği analizler sonucunda; söz konusu faktörlerin örgütsel yenilik üzerinde etkileri olduğu ortaya çıkmıştır. Örgütsel faktörler arasında örgütsel yeniliği en çok etkileyen boyutun algılanan örgütsel destek olduğu ve çevresel faktörler arasında örgütsel yeniliği en çok etkileyen boyutun çevresel dinamizm olduğu tespit edilmiştir.

Bu sonuçlar ışığında; işletmede çalışanların fikirlerine değer verilmesi, çalışanların refahı ve mutluluğuna özen gösterilmesi, çalışanlara ihtiyaç duydukları an yardımcı olunması, çalışanların bir değer unsuru olarak görülmesi, çalışanların kendi amaç ve değerlerine önem verilmesi gibi örgütsel destek unsurları ile işletmenin faaliyet gösterdiği sektörün sürekli büyümesi, üretim ve hizmet teknolojisinin sürekli değişmesi ve sektörde araştırma geliştirme faaliyetlerinin önemli olması gibi çevresel dinamizm unsurlarının örgütte yeniliği olumlu yönde desteklediği yorumu yapılabilmektedir.

Kaynakça :

- Achrol, R., Stern LW. (Feb., 1988). "Environmental Determinants of Decision-Making Uncertainty in Marketing Channels". *Journal of Marketing Research*, 25(1), 36-50.
- Adegoke, O. (2007). "Innovation Types and Innovation Management Practices in Service Companies", *Int. Journal of Operations and Production Management*, 27(6), 569.

- Antoncic, B. and Hisrich, R. D. (2001). "Intrapreneurship: Construct Refinement and Cross-Cultural Validation". *Journal of Business Venturing*, No.16, 497-527.
- Aselage, J. ve Eisenberger, R. (2003). "Perceived organizational support and psychological contracts: A theoretical integration". *Journal of Organizational Behavior*, 24, 491-509.
- Bullinger, A. C. (2008). *Innovation and Ontologies: Structuring the Early Stages of Innovation Management*, Almanya: Gabler Publishing.
- Doyle, P. (1998). "Innovation or die", *Marketing Business*, 20, 3.
- Eisenberger, R. Aselage, J., Sucharski, I. L. and Jones, J. R. (2004). *Perceived Organizational Support, The Employment Relationship: Examining Psychological and Contextual Perspectives*. (Edt. J. Coyle-Shapiro, L. Shore, and S. Taylor, & L. Tetrick), Oxford University Press, 206-225.
- Eisenberger, R., Fasolo, P. ve Davis-LaMastro, V. (1990). "Perceived Organizational Support and Employee Diligence, Commitment, and Innovation". *Journal of Applied Psychology*, 75 (1), 51-59.
- Eisenberger, R.; Stinglhamber, F.; Vandenberghe, C.; Sucharski, I. L. and Rhoades, L. (2002). "Perceived Supervisor Support: Contributions to Perceived Organizational Support and Employee Retention". *Journal of Applied Psychology*, 87 (3), 565-573.
- Eisenberger, R., Cummings, J., Armelo, S. ve Lynch, P. (1997). "Perceived Organizational Support, Discretionary Treatment and Job Satisfaction". *Journal of Applied Psychology*, 82: 812-820.
- Elçi, Ş. (2007). "Herkesin İnovasyon Yapması Kaçınılmaz". *Bursa Ticaret ve Sanayi Odası Bursa Ekonomi Dergisi*, Sayı 227, 38.
- Ellonen, R., Blomqvist, K. ve Puimalainen, K. (2008). "The Role of Trust in Organizational Innovativeness". *European Journal of Innovation Management*, 11, 2, 160-181.
- Eymen, U. E. (2007). *SPSS Veri Analiz Yöntemleri*. İstatistik Merkezi, 74.
- Finucane, M. L., Alhakami, A. S., Slovic, P. ve Johnson, S. M. (2000). "The Affect Heuristic in Judgments of Risk and Benefits". *Journal of Behavioral Decision Making*, 1-17.
- Fry, A. S. (1987). "The Post it Note: An Intrapreneurial Success", *SAM Advanced Management Journal*, Summer, 4-9.
- Genis-Gruber, A. ve Hulisi Ö. (2014). "Environmental factors affecting innovation strategies of companies: Customers and suppliers effect Procedia - Social and Behavioral Sciences". *10th International Strategic Management Conference*, 150, 718- 725.
- Gilley, K., Walters, B. A., Olson, B. J. (Fall 2002). "Top Management Team Risk Taking Propensities and Firm Performance: Direct and Firm Performance: Direct and Moderating Effects". *Journal of Business Strategies*. 19, 2, 95-114.

- Gliner, J. A. ve Morgan, G. A. (2000). *Research Methods in Applied Settings: An Integrated Approach*. New Jersey: Lawrence Erlbaum Associates.
- Gupta, A. K. ve Singhal, A. (1993). "Managing Human Resources for Innovation and Creativity". *Research Technology Management*. 36, 3, 41-48.
- Halsey, W. D. (1988). *Macmillan Contemporary Dictionary*, 1. Baskı, İstanbul: ABC Kitabevi.
- Hattori, R. A. ve Wycoff, J. (2004). *Innovation Training*, USA: American Society for Training and Development.
- Hornsby, J. S.; Kuratko, D. F. ve Zahra, S. A. (May 2002) "Middle Managers' Perception of the Internal Environment for Corporate Entrepreneurship: Assessing A Measurement Scale". *Journal of Business Venturing*, Volume 17, Issue 3, 253–273.
- <http://www.tdk.gov.tr>, Erişim tarihi: 25.03.2010
- http://www.tdk.gov.tr/index.php?option=com_gts&arama=gts&guid=TDK.GTS.50ceefbaa24587.42623485, Erişim Tarihi 10.12.2012
- Kaplan, R. S. ve Norton D. P., (2004). *Strategy Maps: Converting Intangible Assets Into Tangible Outcomes*, USA, Massachusetts: Harvard Business Press.
- Koberg, C. S.; Dawn R., Kurt, D., Heppard, A. (Spring 2003). "An empirical test of environmental, organizational, and process factors affecting incremental and radical innovation". *The Journal of High Technology Management Research*, 14 (1), 21–45.
- Kuratko, D. F. ve Hodgetts, R. M. (2004). *Entrepreneurship: Theory, Process and Practice*. Sixth edition. USA: Thompson South-Western.
- Kuratko, D.F.; Ireland, R.D. ve Hornsby, J.S. (2001). "Improving Firm Performance Through Entrepreneurial Actions: Acordia's Corporate Entrepreneurship Strategy", *Academy of Management Executive*, 15, 4, 60-71.
- Leavy, B. (2005). "A Leader's Guide to Creating an Innovation Culture", *Strategy and Leadership*, Vol:33, Issue:4, s. 39.
- Löfsten, H. ve Lindelöf, P. (2005). "Environmental hostility, strategic orientation and the importance of management accounting: an empirical analysis of new technology-based firms". *Technovation*. 25, 725–738.
- Lumpkin, T. ve Dess, G. G. (1996). "Clarifying the Entrepreneurial Orientation Construct and Linking It to Performance". *The Academy of Management Review*, 21(1), 135-172.
- Moore, L. ve Craig, L. (2008). *Intellectual capital in enterprise success: strategy revisited*, USA, New Jersey: John Wiley and Sons.
- Mullins, L. J. (1990). *Management and Organizational Behaviour*, USA: Pitman Publishing.

- Naktiyok, A. (2004). *İç Girişimcilik*. İstanbul: Beta Yayınları.
- Özdevecioğlu, M. (2003). “Algılanan Örgütsel Destek İle Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma”. *D.E.Ü.İ.B.F. Dergisi*, 18 (2), 113-130.
- Paswan, AK., Dant R. P. ve Lumpkin J. R.. (1998) “An Empirical Investigation of the Linkages among Relationalism, Environmental Uncertainty, and Bureaucratization”. *Journal of Business Research*, Vol. 43, Issue 3, 125-140.
- Renn, O. ve Rohrman, B. (2000). *Cross-Cultural Risk Perception*, Netherlands: Kluwer Academic Publishers.
- Rhoades, L. and Eisenberger, R. (2002). “Perceived Organizational Support: A Review of The Literature”. *Journal of Applied Psychology*, 87(4), 698-714.
- Short, J. F. (1984). “The Social Fabric of Risk: Toward The Social Transformation of Risk”, *American Sociological Review*, 711-725.
- Sims, H.P.; Szilagyi, A. D. ve McKemey, D. R. (1976). “Antecedents of Work-Related Expectancies”. *Academy of Management Journal* 19 (4), 547-559.
- Şah, N. (2007). *Personel Güçlendirmenin İş Tatmini ve Örgütsel Bağlılık Üzerine Etkisi: Dört Ve Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama*. (Doktora Tezi), İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tannenbaum, S. I. ve Dupree-Bruno, L. M. (1994). “The Relationship between Organizational and Environmental Factors and the Use of Innovative Human Resource Practices”. *Group & Organization Management*, 19, 2, 171-202.
- Thompson, J. L. (1999) "The World of the Entrepreneur – A New Perspective". *Journal of Workplace Learning*, Vol. 11 Iss: 6, 209-224.
- Tidd, J.; Bessant, J. ve Pavitt, K. (2005). *Managing Innovation: Integrating Technological, Market and Organizational Change* (3.Baskı). İngiltere: John Wiley and Sons.
- Yoshimura, K. E. (2003). *Employee Traits, Perceived Organizational Support, Supervisory Communication, Affective Commitment, and Intent To Leave: Group Differences* (Degree of Masters of Science), North Carolina: North Carolina State University.
- Zahra, S. A. (1991). “Predictors and, Financial Outcomes of Corporate Entrepreneurship: an Exploratory Study”. *Journal of Business Venturing*, 6, 4, 259-285.
- Zahra, S. A. ve Covin, J. G. (1995). “Contextual Influences on The Corporate Entrepreneurship-Performance Relationship: A Longitudinal Analysis”. *Journal of Business Venturing*, No.10, 43-58.
- Zahra, S. A. ve Garvis, D. M. (2000). “International Corporate Entrepreneurship and Firm Performance: The Moderating Effect of International Environmental Hostility”. *Journal of Business Venturing*, No.15, 469 –492.