



## **BİREYSEL YENİLİKÇİ KİŞİLİK ÖZELLİĞİ VE İNOVATİF DAVRANIŞA ETKİ EDEN FAKTÖRLERE YÖNELİK NİCEL VE NİTEL BİR ARAŞTIRMA**

Metin KAVAS<sup>1</sup>

### **Öz**

*Bu çalışmanın amacı, günümüz rekabet ortamında faaliyet gösteren şirketlerin, yenilikçi kişilik özelliğine sahip personelinin yaratıcı/yenilikçi (inovatif) davranış gösterip, göstermedikleri ile yenilikçi davranışa etki eden faktörleri ortaya koymak ve 2015 yılından geçmişe yönelik tezlerin içerik analizini yapmaktır. Bu bağlamda, 30 farklı işletmeden 205 kişilik bir örneklemeden anket tekniği ile veri toplanmıştır. Ardından anket sonuçlarına göre yenilikçi kişilik özelliğine sahip olduğu tespit edilen kişiler arasından rastlantısal olarak seçilen 40 kişi ile mülakat yapılmış ve mülakat sonuçları ise Çapraz ve diğ. (2014) tarafından geliştirilen yenilikçi davranış özelliği kodları kullanılarak MAXQDA programı ile benzerlik analizi yapılmıştır. Araştırmanın son safhasında ise 2015 yılından geçmiş yıllara doğru inovasyon konulu 100 tez MAXQDA programı ile içerik analizi yapılmıştır. Araştırma bulgularına göre, bireysel yenilikçi kişilik özelliğinin yenilikçi davranışlarla ilişkili olduğu, bu davranışlardan en önemlilerinin ise sırasıyla inovasyonu tanıma, destekleme ve yenilikçi iklim oluşturma olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca mülakat sonuçları ve tezler üzerinde yapılan benzerlik ve frekans analizleri ile iki model geliştirilmiştir. Tezler üzerinde yapılan frekans analizinde, özellikle bilgi, teknoloji ve ARGE ifadelerinin sıkça kullanılmasından yola çıkılarak inovasyonda; farklılaşma stratejilerinin odak noktasında bilgiyi elde bulundurma ve bilgiden faydalanmanın ile teknolojinin en önemli hususlardan olduğu değerlendirilmesine varılmıştır.*

**Anahtar kelimeler:** Rekabet, İnovasyon Stratejileri, Yenilikçi Kişilik, İnovatif Davranış.

---

<sup>1</sup> Milli Savunma Üniversitesi, Alparslan Savunma Bilimleri Enstitüsü, Yüksek Lisans Öğrenci  
[metinkvss@gmail.com](mailto:metinkvss@gmail.com)

## **A Quantitative and Qualitative Research on Factors Affecting Individual Innovative personality and Innovative Behavior**

### ***Abstract***

*The aim of this study is to reveal the factors affecting innovative behavior of companies operating in today's competitive environment, innovative and innovative behavior of innovative personnel, and to analyze the content of past thesis from 2015. In this context, survey data was collected from a sample of 205 people from 30 different businesses. Then, interviews were made with 40 randomly selected individuals who were found to have innovative personality characteristics according to the survey results, and the results of the interviews were analyzed with the MAXQDA program using the innovative behavioral characteristic developed by Çapraz et al. (2014). In the final phase of the research, content analysis was carried out with 100 thesis MAXQDA program on innovation from 2015 to past years. Research findings indicate that individual innovative personality traits are associated with innovative behaviors and that the most important of these behaviors are innovation recognition, support, and innovative climate formation, respectively. In addition, two models have been developed with similarities and frequency analyzes on interview results and theses. In the frequency analysis performed on the theses, especially in information, technology and frequent use of ARGE expressions, it has come to the conclusion that differentiation strategies are at the focal point of information possession and that information utilization is one of the most important aspects.*

**Keywords:** *Competition, Innovation Strategies, Innovative Personality, Innovative Behavior.*

## **GİRİŞ**

Yenilik, günlük işlerden uzaklaşma ve farklı bakış açılarıyla risk olarak eskiyi değiştirme veya daha önce yapılmamış bir şeyi oluşturma veya

farklılık yaratmaktır (Buijs, 2007: 203). Günümüz organizasyonlarının varlıklarını sürdürebilmeleri, sürekli değişen çevreye uyum sağlamalarına ve yenilikler ile rekabet edebilecek konuma gelmelerine bağlıdır. Bunu yapabilmek için organizasyonlar, giderek daha çok karmaşıklaşan dış çevrede yeni durumlarla mücadele edebilmek için yenilikçi faaliyetleri uygulamakta (Mantovani, 2006: 219-234) ve piyasanın ihtiyaçlarını karşılamaya yönelik diğer örgütlerle rekabet edebilecek, eşsiz ürünler oluşturmayı amaçlamaktadır. Yenilik, organizasyonun iş çevresiyle başlayan ve değişime cevap vermayla oluşan bir kavramdır (Damanpour, 1996: 693-716). Yenilik, yeni fikirler geliştirme, problemlerin çözümüne yönelik farklı çözümler üretme ve bulunan çözümlerle sorunların üstesinden gelmedir.

Günümüz organizasyonları ve rekabet ortamı incelendiğinde, sürekli yenilikçi faaliyetlerin başarıyla uygulanmasının, organizasyonları rekabette ileri taşıdığı, pazarın geneline hâkim teknoloji devleri şirketlerin Ar-Ge araştırmalarına ayırdığı bütçelerle görülmektedir (ARGE Harcamaları, 2017). Ürün geliştirme ve farklı stratejileri uygulama bir yenilik türüdür, ancak bu yeniliği ortaya çıkaran etkin gücün, yani insan kaynağının (Turgut ve Begenirbaş, 2014; Turgut ve Begenirbaş, 2016) incelenmesine, bununla birlikte yeniliği ölçmeye, değerlendirmeye ve bu yönde güdüleyici etkenler hakkındaki bilgileri arttırmaya yönelik yazında sürekli artan bir ihtiyaç bulunmaktadır (Kleinknecht vd., 2012: 109-121). Dolayısıyla rekabet edebilmek için yenilikçi davranışı gerçekleştirmede organizasyonların hangi özelliklere sahip çalışan ve yöneticilere yönelmeleri gerektiği ile bahsedilen yenilikçi davranışın gösterilmesinde nelerin katkı sağlayacağı konusunda yazında bir çalışma eksikliği olduğu görülmektedir.

Drucker'a (1998: 95-99) göre beklenmeyen gelişmeler, uyumsuzluk durumları, süreç yenilikleri ile pazar yapısındaki ve endüstrideki değişimler organizasyonda yenilik yapılması için fırsat oluşturan unsurlardır. Bu unsurların değerlendirilmesi ve Ar-Ge faaliyetleriyle birleştirilmesi organizasyona faaliyet gösterdiği alanda artan verimlilik ve ekonomik değerler sağlayacaktır (Potts ve Mandeville, 2007: 154) İşletmelerin beklenen yenilik yeteneklerini kazanabilmesi, bu yetenekleri içselleştirmesi ve uygulamaya koyarak rekabette bir aktör haline gelebilmesi gerekmektedir. Bu faaliyetleri yerine getirecek ana unsurun insan gücü yani çalışan ve yöneticiler olduğu düşünülmektedir (Turgut ve Begenirbaş, 2014).

Bireyin yenilikçi davranışı; organizasyonun ve çalışanların faaliyet

gösterdiği alanda göstermeleri beklenen başarıma çabası (Janssen, 2000: 287-302) ile yeni ve yaratıcı fikirlerin uygulamaya konmasıdır (Montani vd., 2012: 43-57). Ayrıca bu yeniliklerden ilham alarak farklı tekniklerle farklı ürünleri geliştirme veya süreç iyileştirmeleri yapma yoluyla devam eden davranışlar bütünü (Yu vd., 2013: 146) olarak tanımlanmaktadır. Yenilikçi davranış, yenilikçi fikirler oluşturma, bunları sürekli teklif etme veya uygulamaya koyma ile sürekli farklı yöntemleri araştırma şeklinde değişik yönleriyle ifade edilebilir (Yuan ve Woodman, 2010: 324). Tüm bu noktalardan hareketle bu çalışma kapsamında üç araştırma sorusuna cevap aranmaktadır:

- 1) *İnovasyon stratejilerini uygulaması beklenen çalışanlarda yenilikçi kişiliği harekete geçiren unsurlar nelerdir?*
- 2) *Bireysel yenilikçi kişilik özelliğine sahip bireyler, çalışma hayatında yenilikçi davranış göstermekte midir?*
- 3) *Yıllar içerisinde inovasyonla ilgili tezlerde genel olarak değinilen konular nelerdir?*

Dolayısıyla bu çalışmanın amacı, anket ile belirlenen bireysel yenilikçi kişilik özelliğine sahip bireylerin, örgütteki davranışlarını mülakat ile inceleyerek çalışma hayatında yenilikçi davranış gösterip/göstermedikleri ile yenilikçi olmalarını sağlayan etkenleri belirlemek ve yazındaki eksikliğin doldurulmasına katkı sağlamaktır. Bu nedenle rekabet stratejilerinden inovasyon geliştirme ve rakiplere oranla farklı ürünler geliştirmede işletmelerin en birincil fikir kaynağı durumunda bulunan çalışanlar ile yapılan anket ve mülakatlar incelenmiştir.

Birinci araştırma sorusunun yanıtlanması için çalışanlar ile yapılan mülakatlar kullanılacaktır. İkinci araştırma sorusunun cevaplanmasında ise, öncelikle çalışanlara anket uygulanacak, müteakiben anket sonuçları ile mülakat sonuçlarının örtüşme durumu incelenecektir. Üçüncü araştırma sorusunun cevaplanması için ise 2015 yılından geriye doğru YÖK Tez Merkezi internet sayfasında bulunan inovasyonla ilgili 235 tezdin 100'üne içerik analizi yapılacaktır. Yüz tezin seçilmiş olmasının sebebi literatürdeki araştırmaların yarısına yakın bir sayıda olması ve yeterli olacağının düşünülmesidir.

## **1. KURAMSAL ÇERÇEVE**

### **2.1. YENİLİK KAVRAMI**

Sanayi devriminden sonra dünyada tüketim talebinin artması ve bu talebin karşılanmasına yönelik üretimin artması ile teknolojinin gelişmesiyle

uluslararasıdaki etkileşim artmış ve küreselleşme başlamıştır. Küreselleşme ile birlikte yerel rekabet unsurlarının yerine birbirinden farklı, kendine özgü ekonomik güçler ortaya çıkmış ve örgütlerin bu çevrede rekabet edebilmeleri ve diğer örgütlerle karşı karşıya kaldıklarında hayatta kalabilmek için özgün, kopyalanması zor ürünler ortaya çıkarılması ve örgütlerin performansını artırıcı tedbirler alması yolunda yenilik kavramı ortaya çıkmıştır. (Hashem ve Tann, 2007: 631). Yenilik, araştırmalar sonucu ortaya konulmuş yeni bir ürün veya var olan bir ürün ya da sürecin geliştirilmesi, geliştirilen bu yeniliğin işletmenin iç veya dış faaliyetlerinde uygulanmasıdır (Oslo Manual, 2005). Yenilik, arz talep dengesinde müşterilere istediği şeyi verebilmek için pazarda olmayı sunmak, yeni ürünler geliştirmek için var olan bilgilerin kullanılması ile farklı ürünler ortaya çıkarmaktır. Yenilik, pazarda olmayan bir şeyler üretmek ve onu başarılı bir şekilde pazarlamaktır (Wynstra, Weele ve Weggeman, 2001). West ve Farr'ın (1990) yenilikçiliği, bir iş rolü, grup veya organizasyonda yeni fikirlerin kasıtlı olarak üretilmesi, geliştirilmesi ve gerçekleştirilmesi anlamında geniş bir şekilde ifade etmiştir.

Yenilik çeşitli araştırmacılarca, farklı yorumlanmış ve sınıflandırılmış olsa da, Damanpour ve Evan (1984)'e göre, tipik olarak, başlangıç odaklılık (ürünlerde veya üretim süreçlerinde değişiklikler) ve idari doğasında (faaliyetlerdeki değişiklikler, sosyal süreçler, yapılar) olarak iki kapsayıcı başlık altında sınıflandırılmıştır. Diğer bir ayırım türü ise ürünün ortaya çıkmasında süreç ve ürün arasında yapılmaktadır (Totterdel, Leach, Birdi, Clegg, ve Wall, 2002). Ürün daha önce üretilmemiş farklı bir şey ortaya çıkarmak, süreç ise daha önce fark edilmeyen bir iyileştirme veya geliştirme ile aynı ürünün üretiminin kolaylaştırılması veya farklı bir ürün ortaya çıkarılmasını ifade etmektedir.

Yukarıda belirtilen yenilik tanımlarındaki gereklilikleri gerçekleştirebilmek için bireysel yenilikçi kişilik özelliğine sahip çalışanlara veya yöneticilere sahip olmak gerektiği düşünülmektedir.

## **2.2. YENİLİKÇİ DAVRANIŞ**

Yenilikçi davranış literatürde çoğu zaman yaratıcılık olarak ifade edilmekte, hatta bazen yaratıcılık ile yenilik kavramları birbirinin yerine kullanılmaktadır (Scott ve Bruce, 1994) Woodman ve diğ., (1993) yaratıcılığı, ilk kez yapılan şeyler için kullanılması gerektiğini ifade etmiştir. Ancak yaratıcılık genelde herkes tarafından kabul edilen, bilinen şeylerin aksine, alışılmışın dışında ürünler vermeyi kapsar. Bu durum her ne kadar ürün çeşitliliğini arttırabilecek olsa da bir o kadarda müşteri kitlesi

tarafından reddedilme riski yüksek olduğundan örgütler için daha az tercih edilmektedir. Bu nedenle yenilikçilik davranışı, yaratıcılık davranışına göre örgütler için daha faydalı görünmektedir.

Janssen ve arkadaşları (2004) yenilikçi davranışta asıl amacın, sadece yeni fikir üretme hareketi olmadığını ve aynı zamanda örgütsel performansı geliştirmeyi amaçlayan yeni fikirlerin uygulanması süreci ve yöntemi olduğunu ifade etmişlerdir. Bu nedenle Scott ve Bruce (1994)'e göre, yenilikçi davranışın ilk aşamasında problem, çalışanlar tarafından belirlenir, ardından problem çözülmek için yollar aranır ve bu çözüm arayışına kurum içerisinde destek verilir. Bireyin yenilikçi davranışı, bir bireyin yeni fikir ve çözümler ürettiği, onları desteklemek için çalıştığı ve problemi tanımladığı çok aşamalı bir süreç olarak tanımlanır (Carmeli, Meitar, ve Weisberg, 2006). Ayrıca mensubu olduğu parçaların kullanımı ve faydası için geçerli bir prototip veya model üretimi olarak ifade edilir.

Çalışanları yenilikçi davranmaya iten nedenler arasında; örgütlerde meydana gelen değişimlerin yansımaları, örgüt içinde daha fazla bağımsızlık elde edebilme ve örgütsel ödüllere ulaşabilme ile değişime uyum sağlamak için örgüt içindeki kronikleşmiş sorunlara çözümler üretme sayılabilir (Basım vd., 2008: 123). Buradan hareketle yenilikçi davranışa örnek olarak; çalışanlar tarafından örgütsel amaçlara ulaşmayı sağlayacak yeni yolları önerme, yeni teknolojileri keşfetme, yeni çalışma yöntemleri uygulama ve yeni kaynakları araştırma ifade edilebilir (Yuan ve Woodman, 2010: 324).

### **3. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ**

#### **3.1. Örneklem**

Bu çalışmanın örneklemini elektronik sektörden Ankara'da faaliyet gösteren 30 farklı işletmeden 205 kişiden oluşmaktadır. Katılımcıların %68'i erkek % 32'si kadındır. Yaş dağılımları 20 ila 60 yaş arasında değişim göstermektedir ve yaş ortalamaları 33'tür. Çalışanların %2.4'ü lise, %65.9'u üniversite, %31.7'si yüksek lisans ve son olarak % 1' i doktora mezunudur.

#### **3.2. Ölçüm Araçları**

Bu çalışmada, Cresswell'in (2003) nicel ve nitel yöntemlerin bir arada kullanılmasını araştırmanın geçerlilik ve güvenilirliğini arttıracığı iddiasından hareketle hem nicel hem de nitel yöntemlere başvurulmuştur. Veri toplama tekniği olarak öncelikle anket yöntemi kullanılmıştır.

Araştırmada kullanılan anket iki bölümden oluşmakta olup, Anketin ilk bölümde Janssen (2003) tarafından geliştirilen ve Eroğlu, Topçu ve Basım (2014) tarafından Türkçeye uyarlanarak geçerliliği (RMSA: 0,081, CFI: 0,974 ve  $\chi^2/df$ : 1,729) ve güvenilirliği ( $\alpha= 0.97$ ) test edilmiş “Bireysel Yenilikçi Davranış” ölçeği kullanılmıştır. Ölçek “fikir üretme”, “fikir geliştirme” ve “fikir gerçekleştirmek” üzere üç boyuttan ve toplam dokuz sorudan oluşmaktadır. İkinci bölümde ise katılımcıların demografik bilgilerine yönelik sorulara yer verilmiştir.

### **3.3. Analiz**

Anket tekniği ile toplanan veri analiz edilerek yenilikçi kişilik özelliğine sahip olan bireyler belirlenmiş, sadece yapılan ankette ortalama üç puandan yukarı değer alan bireysel yenilikçi kişilik özelliğine sahip bireylere yarı yapılandırılmış mülakat yapılmıştır. Mülakat verileri MAXQDA programına yüklenmiştir. Yüklenen verilerin programda doğru verileri ayırt edebilmesi için Çapraz vd. tarafından belirlenen kodlar programa tanımlanmıştır. Çapraz ve diğ. (2014) tarafından yapılan analizlerde tanımlanan kodların güvenilir ( $\alpha = 0,976$ ) olduğu bulunmuştur. Son olarak ise, YÖK Tez Merkezinde bulunan ve inovasyon ile ilgili yayımlanan yüz tez, MAXQDA programı ile analiz edilerek rekabet stratejilerinde yenilikçiliği ifade eden kavramlar belirlenmiş ve içerik analizi yapılmıştır. Yapılan analize belirlenen tezlerin tüm bölümleri dâhil edilmiştir.

Yapılan mülakatlarda; Size göre yenilikçi bir çalışan nasıl olmalıdır? Çalışma hayatınız süresince farklı, yenilikçi bir öneri veya sistem düşündünüz veya uygulamaya geçirdiniz mi? Açıklayabilir misiniz? Şeklinde iki soru sorulmuştur. Araştırma esnasında anket ve mülakatlar hakkında çalışan ve yöneticiler ile İKY sorumlularına, ayrıntılı bilgilendirme yapılmış, ayrıca çalışanlarca sorulara gerçekçi yanıtların verilmesini sağlamak amacıyla bu verilerin yöneticilerle paylaşılmayacağı ve işle ilgili bir durum (terfi, yer değiştirme vb.) için kullanılmayacağı anlatılarak veri kalitesinin artırılmasına yönelik tedbirler alınmıştır.

Ayrıca inovasyonda geçerli tanımları ve en önemli görülen, tezlerde en çok üzerinde durulan konuların belirlenmesi amacıyla, 2015 yılından geriye doğru olmak üzere yüz tez çalışması MAXQDA programı kullanılarak incelenmiştir.

## **4. BULGULAR**

İlk aşamada katılımcılardan bireysel yenilikçi davranış özelliğine

sahip çalışanlar belirlenmiştir. İkinci aşamada ise bu kişiler arasından rastlantısal olarak seçilen 40 kişiye yarı yapılandırılmış mülakat yapılmıştır. Yapılan analiz neticesinde katılımcıların %78'inin (n=160) yenilikçi davranış özelliğine sahip olduğu tespit edilmiştir. Sonrasında yarı yapılandırılmış mülakat ile elde edilen verilere içerik analizi Çapraz ve ark. (2014) tarafından daha önce belirlenmiş olan yenilikçi davranış kodları kullanılarak yapılan benzerlik analizi sonucu Tablo 1'de sunulmuştur.

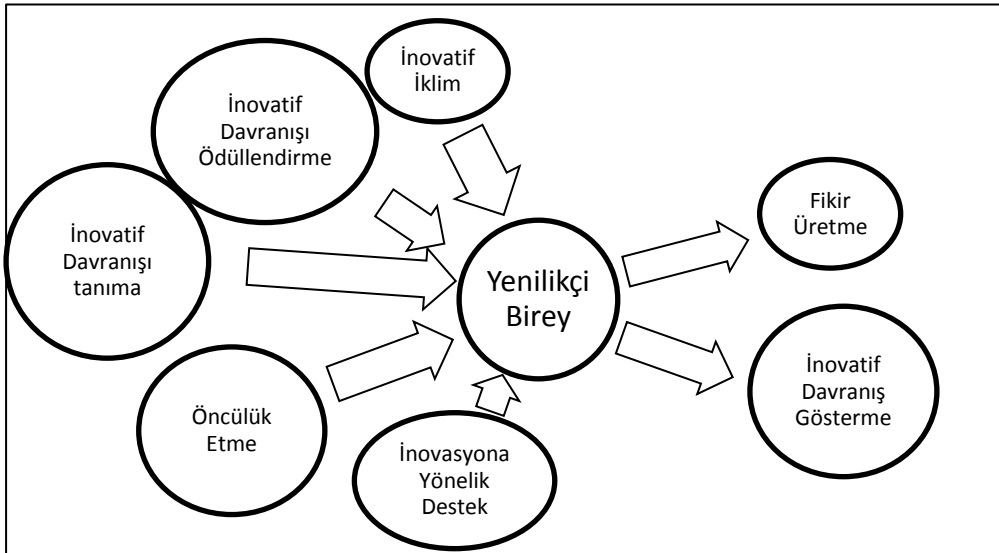
**Tablo 1: MAXQDA Mülakat ve Anket sonuçlarının İlişkilendirmesi**

Kod Sistemi	Fikirlerin Uygulanması	Öncülük Etme	Yaratıcı Fikirleri	Fikir Üretme	İnovatif İklim	İnovatif Davranışı Ödüllendirme	İnovatif Davranışı Tanıma	İnovasyona Yönelik Destek	İnovatif Vizyon	İnovatif Rol	TOPLAM
Fikirlerin Uygulanması	0	13	12	12	13	12	12	12	12	12	<b>110</b>
Öncülük Etme	13	0	12	<b>14</b>	13	13	14	13	13	12	<b>117</b>
Yaratıcı Fikirleri Aktarma	12	12	0	11	12	11	11	11	11	11	<b>102</b>
Fikir Üretme	12	<b>14</b>	11	0	13	12	<b>14</b>	<b>12</b>	12	13	<b>113</b>
İnovatif İklim	13	13	12	13	0	12	<b>14</b>	<b>14</b>	13	11	<b>115</b>
İnovatif Davranışı Ödüllendirme	12	13	11	12	12	0	<b>14</b>	<b>14</b>	13	12	<b>113</b>
İnovatif Davranışı Tanıma	12	<b>14</b>	11	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	0	<b>15</b>	<b>14</b>	13	<b>121</b>
İnovasyona Yönelik Destek	12	13	11	12	<b>14</b>	14	<b>15</b>	0	13	12	<b>116</b>
İnovatif Vizyon	12	13	11	12	13	13	14	13	0	12	<b>113</b>
İnovatifRol Modelleme	12	12	11	13	11	12	13	12	12	0	108
TOPLAM	110	117	102	113	115	113	121	116	113	108	1128



Tablo 1'de yenilikçi bireylerde yenilikçi davranışı etkileyen ve oluşturan hususlar gösterilmiştir. Analiz sonuçlarından hareketle yenilikçi bireylerde yenilikçi davranışı tanıma ve inovasyona yönelik desteğin diğer özelliklerden daha ön planda olduğu görülmüştür. Tabloda koyu renkli olarak belirtilen rakamlar, mülakatta geçen ifadelerin program vasıtasıyla eşleştirilmesi sonucu ortaya çıkan, mülakattan elde edilen yenilikçilikle ilgili en çok değinilen kodları ifade etmektedir. Mülakatlar ve kodlar programa tanıtıldıktan sonra, mülakatlardaki ifadeler alanında uzman üç farklı araştırmacı tarafından oylanarak daha önce belirlenen kodlarla eşleştirilmiştir. Eşleştirme bittikten sonra program çalıştırılmış ve yukarıdaki tablo elde edilmiştir.

Tablodaki değerler mülakatlardan elde edilen verilerin kodlarla eşleşme durumunu, dolayısıyla belirtilen kodun tekrar sayısını ve yenilikçi davranıştaki önemini göstermektedir. Ayrıca bu analizlerden yola çıkarak yenilikçi kişilik özelliğine sahip bireylerin Turgut ve Begenirbaş'ın (2016) çalışmasında belirtildiği gibi yenilikçi iklimde ortaya çıktığı düşünülmektedir. Elde edilen analiz sonuçlarından hareketle yenilikçi kişilik özelliğini davranışa çeviren, yani harekete geçiren etkenler belirlenerek Şekil 1'de gösterilmiştir.



Şekil 1’deki daire büyüklükleri MAXQDA içerik analizi sonucu yenilikçi bireyin, yenilikçi davranış göstermesinde en çok katkı sağlayan faktörden en aza doğru sıralanmasıyla oluşturulmuştur. Ayrıca inovasyonda geçerli tanımları ve en önemli görülen, tezlerde en çok üzerinde durulan konuların belirlenmesi amacıyla, 2015 yılından geriye doğru olmak üzere yüz tez çalışması MAXQDA programı kullanılarak incelenmiş ve Tablo 2’deki sonuçlara ulaşılmıştır.

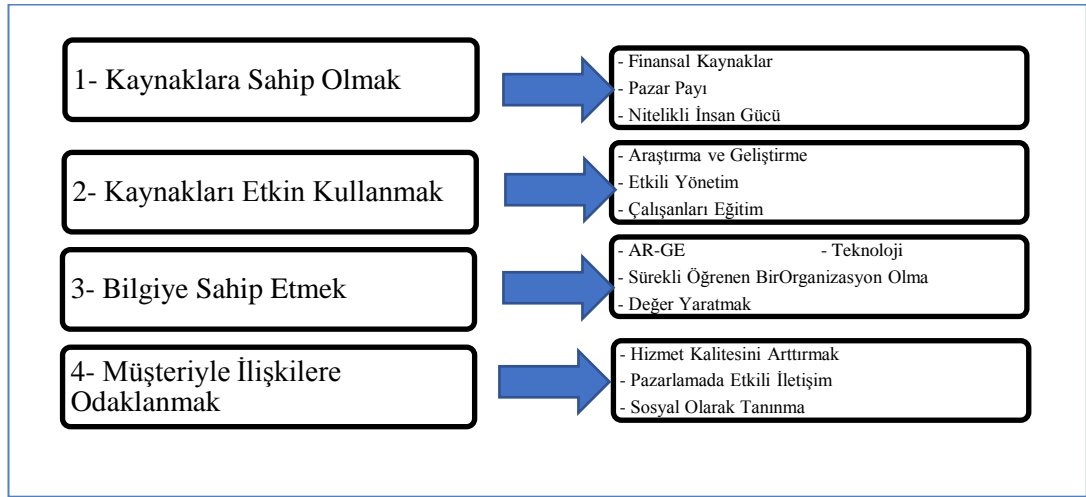
**Tablo 2: İnovasyonla İlişkili Tezlerin Analiz Sonuçları**

Sözcük	Sözcük Uzunluğu	Frekans	%	Sözcük	Sözcük Uzunluğu	Frekans	%
<b>İnovasyon</b>	9	18198	0,52	<b>Pazarlama</b>	9	2155	0,06
<b>Bilgi</b>	5	10433	0,31	<b>Müşteri</b>	7	2011	0,06
<b>Ürün</b>	4	8398	0,24	<b>Araştırma</b>	9	1930	0,06
<b>Teknoloji</b>	9	6255	0,18	<b>Sürekli</b>	7	1894	0,05
<b>Rekabet</b>	7	4799	0,14	<b>Değer</b>	5	1845	0,05
<b>Ar-ge</b>	5	4751	0,14	<b>Geliştirme</b>	10	1765	0,05
<b>Üretim</b>	6	4519	0,13	<b>Firmalar</b>	8	1755	0,05
<b>Hizmet</b>	6	3841	0,11	<b>Sosyal</b>	6	1659	0,05
<b>Örgütsel</b>	8	2812	0,08	<b>İnsan</b>	5	1651	0,05
<b>Ekonomik</b>	8	2790	0,08	<b>Finansal</b>	8	1587	0,05
<b>Firma</b>	5	2457	0,07	<b>Eğitim</b>	6	1548	0,04
<b>Yönetim</b>	7	2351	0,07	<b>Sosyal</b>	6	1544	0,04
<b>İşletme</b>	7	2295	0,07	<b>Kaynak</b>	6	1502	0,04
<b>Öğrenme</b>	7	2185	0,06	<b>Kalite</b>	6	1452	0,04
<b>Pazar</b>	5	2164	0,06				

Tablo 1’de mülakat sonuçlarının yenilikçi davranış kodlarıyla eşleştirilmesi ve benzerlik analizi yapılması sonucu elde edilen bulgular ile

tezlere yapılan içerik analizi en çok değinilen kavramlar dikkate alınarak karşılaştırıldığında, mülakatlardan elde edilen sonuçların genel olarak örgüt iklimi ile yönetici veya amir konumunda bulunanların davranışı tanıma, destekleme gibi hususların üzerinde durduğu görülmektedir. Tablo 2’de tezlerin analiz sonuçları ise genel olarak inovasyona yönelik bilgi, araştırma/geliştirme, finans, müşteri ve sosyalite kavramlarına değinildiğini göstermektedir. İki tablonun birey ile organizasyonun imkân ve kabiliyetleri ile birleştigi söylenebilir.

**Şekil 2: İçerik Analizi Sonucu İnovasyon Boyutları**



Organizasyon içerisinde inovasyonu sağlamak ve sağlanan inovasyonun devamlılığını sağlamak için üstünde durulması gereken en önemli hususlar Şekil 2’de gösterilmektedir. Yapılan tezler ve araştırmalarda da bu hususlara çokça değinilmesi, yenilikçiliğin oluşmasında ve dolayısıyla rekabet edilebilir düzeye yerleşmesinde, şekilde belirtilen hususların önemli olduğunu göstermektedir. Şekil 2, yapılan içerik analizinden elde edilen bulgular dikkate alınarak, ilişkili olabileceği değerlendirilen konular ve literatürün karşılaştırılması ile oluşturulmuş olup, yazarın varsayımlarından elde edilmiştir.

## 5. SONUÇ VE TARTIŞMA

Araştırmanın birinci bulgusu olarak, yöneticiler bireysel yenilikçi kişilik özelliğine sahip çalışanlarının yenilikçi davranış göstermelerini

istiyorlarsa öncelikli olarak inovasyonu tanıma ve inovasyon davranışını destekleme davranışını göstermeleri gerektiği söylenebilir. Asıl dikkat çeken özelliğin ise inovasyonu tanıma özelliğinin organizasyonda her inovatif davranış özelliğiyle ilişkili olduğunun görülmesidir (Tablo 1).

İkinci olarak ise, yenilikçi iklim ve fikir üretmek yenilikçi davranışı arttırmaktadır (Tablo 1). Yani organizasyonlar eğer yenilikçi olarak yenilikçi rekabet davranışı göstermek ve çalışanları bu yönde davranışa sevk etmek istiyorlarsa öncelikle davranışı desteklemeli, desteklenen davranışının sonuçlarını tanımalı ve sürekli toplantı ve beyin fırtınaları ile yenilikçi fikirlerin oluşmasına ortam oluşturmalarıdır.

YÖK Tez Merkezi merkezindeki yüz tez üzerinde yapılan araştırmalara göre ise en çok tekrar eden dolayısıyla en çok incelenen ve önemli olduğu değerlendirilen ve Tablo 2’de belirtilen konular Porter’ın 5 güç faktörü ile örtüşmektedir (Porter, 2008). Bu kavramların birçoğu maliyet ve farklılaşma stratejilerini işaret etmekte, bunun yanında kalite ve müşteriye merkeze alma hususlarını odak noktası olarak göstermektedir. Ayrıca Porter’ın modelinin yanında ifade edilebilecek farklı kavramlarda görülmektedir. Bu kavramlara Şekil 2’de değinilmiştir. Bu kavramların incelenmesi sonucu bireysel yenilikçi kişilik özelliğine sahip bireyleri yenilikçi yapan davranışlarla, inovasyonda vurgulanan davranışlar birleştirilerek Şekil 2 ortaya çıkmıştır.

Araştırma sonucu elde edilen veriler ve MAXQDA analizlerine göre; organizasyonların yenilikçi kişilik özelliklerindeki bireyleri işe almaları, çalışma hayatında yenilikçi davranış özelliğinin gösterilmesinde faydalı olacağı görülmektedir.

Her çalışmada olduğu gibi bu çalışmada da kısıtlar bulunmaktadır. Birincisi, verilerin öz değerlendirme ile toplanmış olması araştırmanın en önemli kısıtı olarak kabul edilmektedir. Öz değerlendirme ile toplanan verilerde ortak yöntem varyansı ve sosyal beğenilirlik etkileri olabilmektedir. Bu hususun üstesinden gelebilmek için çalışanlar ayrıntılı olarak bilgilendirilmiştir. Ayrıca örneklemin rastlantısal olarak seçilmesi gelecekte yapılacak çalışmaların farklı kaynaklardan veri toplanarak yapılması önerilmektedir. İkincisi, içerik analizi safhasında kelimelerin sıklıkları yüzeysel olarak incelenmiş olması, bu durumun içerik analizinde belirtilen gerçek mananın kaçırılmasına sebep olmuş olabileceğidir. Bu nedenle, ileriki araştırmalarda belirtilen konuların incelenmesinde kapsam daha dar tutularak içeriğin ayrıntılı incelenmesi araştırmacılara daha ayrıntılı yol gösterecektir.

### KAYNAKÇA

- ARGE Araştırmaları. <https://data.worldbank.org/indicator/GB.XPD.RSDV.GD.ZS?view=chart> Erişim Tarihi: 21 Kasım 2017
- Basım, H. N., Korkmazıyürek, H., ve Tokat, A. O. (2008). Çalışanların Öz Yeterlilik Algılamasının Yenilikçilik ve Risk Alma Üzerine Etkisi: Kamu Sektöründe Bir Araştırma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (19), 121-130.
- Buijs, J. (2007). "Innovation leaders should be controlled schizophrenics." *Creativity and Innovation Management*, 16(2), 203-210.
- Carmeli, A., Meitar, R., ve Weisberg, J. (2006). Self-leadership skills and innovative behavior at work. *International Journal of Manpower*, 27(1), 75-90.
- Cresswell, J. W. (2003). Research design. *Qualitative and Quantitative approaches*.
- Çapraz, B., Ünnü, N. A. A., İlic, D. K., Kocamaz, M., Çiçekli, U. G., Aracıoğlu, B., Koçak, A., Kesken, J. ve Soyuer, H. "Çalışanlar Perspektifinden İnovatif İş Davranışının Belirleyicileri: İzmir İlindeki Öncelikli Sektörlere İlişkin Bir Araştırma." *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 3(1), 49-72.
- Damanpour, F., ve Evan, W. M. (1984). Organizational innovation and performance: The problem of "organizational lag". *Administrative Science Quarterly*, 29, 392-409.
- Damanpour, F. (1996). "Organizational complexity and innovation: developing and testing multiple contingency models." *Management Science*, 42(5), 693-716.
- Drucker, P. (1998), "The discipline of innovation", *Harvard Business Review*, 8(8), 95-100.
- Eroğlu, A., M.K.Topçu, H.N.Basım. "Bireylerin Yenilikçi Davranış Algılamalarının Çalışma Arkadaşları ile Çatışma ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerine Etkileri", 22. *Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, 22-24 Mayıs 2014, Konya, 920-927.
- Hashem, G., ve Tann, J. (2007). The adoption of ISO 9000 standards within the Egyptian context: a diffusion of innovation approach. *Total Quality Management*, 18(6), 631-652.

- Janssen, O. (2000). "Job demands, perceptions of effort-reward fairness and innovative work behaviour", *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 73(1), 287-302.
- Janssen, O., Van de Vliert, E., ve West, M. (2004). The bright and dark sides of individual and group innovation: A special issue introduction. *Journal of Organizational Behavior*, 25(2), 129-145.
- Kleinknecht, A., Van Montfort, K. ve Brouwer, E. (2010), "The non-trivial choice between innovation indicators". *Economics of Innovation and New Technology*, 11(2), 109-121.
- Mantovani, A. (2006), "Complementarity between product and process innovation in a monopoly setting", *Economics of Innovation and New Technology*, 15(3), 219-234.
- Montani, F., Odoardi, C. ve Battistelli, A. (2012), "Explaining the relationships among supervisor support, affective commitment to change, and innovative work behavior: The moderating role of coworker support," *Bolletino Di Psicologia Applicata*, 264, 43-57.
- OECD, E. (2005). Oslo Manual. *Guidelines for collecting and interpreting innovation data*,.
- United Nations Educational, Scientific, and Cultural Organization (UNESCO) Institute for Statistics. <http://data.worldbank.org/indicator/GB.XPD.RSDV.GD.ZS> Erişim Tarihi: 18.04.2016.
- Porter, M. E. (2008). *Competitive strategy: Techniques for analyzing industries and competitors*. Simon and Schuster.
- Potts, J. ve Mandeville, T. (2007), "Toward an evolutionary theory of innovation and growth in the service economy. *Prometheus*," 25(2), 147-159.
- Scott, S. G., ve Bruce, R. A. (1994). Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace. *Academy of management journal*, 37(3), 580-607.
- Totterdell, P., Leach, D., Birdi, K., Clegg, C., ve Wall, T. (2002). An investigation of the contents and consequences of major organizational innovations. *International Journal of Innovation Management*, 6, 343-368.
- Turgut, E., ve Begenirbaş, M. (2014). İlişkisel sosyal sermayenin yenilikçi

davranışa etkisinde örtülü bilgi paylaşımı davranışının aracılık rolü. Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 7(1), 146-160.

- Turgut, E., ve Begenirbaş, M. (2016). Yenilikçi İklimin ve Sosyal Sermayenin Bilgi Paylaşımı ve Yenilikçi Davranışa Etkisi. *Savunma Bilimleri Dergisi*, 15(1), 113-147.
- Yuan, F., ve Woodman, R. W. (2010). Innovative behavior in the workplace: The role of performance and image outcome expectations. *Academy of Management Journal*, 53(2), 323-342.
- Yu, C., Yu T.F. ve Yu, C.C. (2013), “Knowledge sharing, organizational climate and innovative behavior: A cross-level analysis of effects”, *Social Behavior And Personality*, 41(1), 143-156.
- West, M. A., ve Farr, J. K. (1990). Innovation at work. In M. A. West ve J. L. Farr (Eds.), *Innovation and creativity at work: Psychological and organizational strategies* (pp. 3–13). Chichester: Wiley.
- Woodman, R. W., Sawyer, J. E., & Griffin, R. W. (1993). Toward a theory of organizational creativity. *Academy of management review*, 18(2), 293-321.
- Wynstra, F., Van Weele, A., ve Weggemann, M. (2001). Managing supplier involvement in product development:: Three critical issues. *European Management Journal*, 19(2), 157-167.

**EXTENDED SUMMARY****A Quantitative and Qualitative Research on  
Factors Affecting Individual Innovative personality and  
Innovative Behavior**

Innovation is to move away from everyday tasks and to take risks with different perspectives, to change old, or to create something that has not been done before or to make a difference (Buijs, 2007: 203). The ability of today's organizations to sustain their assets depends on their adaptability to the constantly changing environment and their ability to compete with innovations. To do this, organizations are implementing innovative activities to combat new situations in an increasingly complex external environment (Mantovani, 2006: 219-234) and aim to create unique products that can compete with other organizations to meet the market's needs.

When examining today's organizations and the competitive environment, it is seen that the successful implementation of continuous innovative activities is budgeted for R & D researches of technology-giant corporations that dominate the market in general. Product development and application of different strategies is a kind of innovation but it is necessary to examine the effective power that generates this innovation, namely human resource (Turgut and Begenirbas, 2014; Turgut and Begenirbas, 2016), together with measuring and evaluating innovation and increasing the information about motivating factors. There is a constantly growing need in the literature (Kleinknecht et al., 2012: 109-121).

The individual's innovative behavior; (Janssen, 2000: 287-302) and the application of new and creative ideas (Montani et al., 2012: 43-57). From all these points, three research questions are sought in this study:

- 1) *What are the factors that motivate the innovative personality in the employees who are expected to apply innovation strategies?*
- 2) *Are individuals with individual innovative personality characteristics exhibiting innovative behavior in their working lives?*
- 3) *What are the topics that are generally mentioned in innovation thesis over the years?*

Interviews with employees will be used to answer the first research question. In the answer of the second research question, firstly the



questionnaire will be applied to the employees and then the overlap of the survey results with the interview results will be examined. In order to answer the third research question, content analysis will be done from 235 theses related to the innovation found on the internet page of the YÖK Thesis Center back to 2015.

## **2. RESEARCH METHOD**

### **2.1. I Population and Sample**

The sample of this study consists of 205 individuals from 30 different businesses operating in Ankara from the electronics sector. 68% of the participants are female and 32% are male. Age distributions range from 20 to 60 years and average age is 33 years. 2.4% of employees are high school graduates, 65.9% are university graduates, 31.7% are graduate graduates and finally 1% are doctoral graduates.

### **2.2. Measuring Tools**

In this study, Cresswell (2003) applied both quantitative and qualitative methods with the view that it would increase the validity and reliability of the research on the use of quantitative and qualitative methods in combination. As the data collection technique, survey method was used first. The questionnaire used in the research consists of two parts and the validity of the questionnaire (RMSA: 0,081, CFI: 0,974 and  $\chi^2 / df$ : 1,729) and reliability ( $\alpha = 0.97$ ) were tested using the "Individual Innovative Behavior" scale.

## **3. RESULTS**

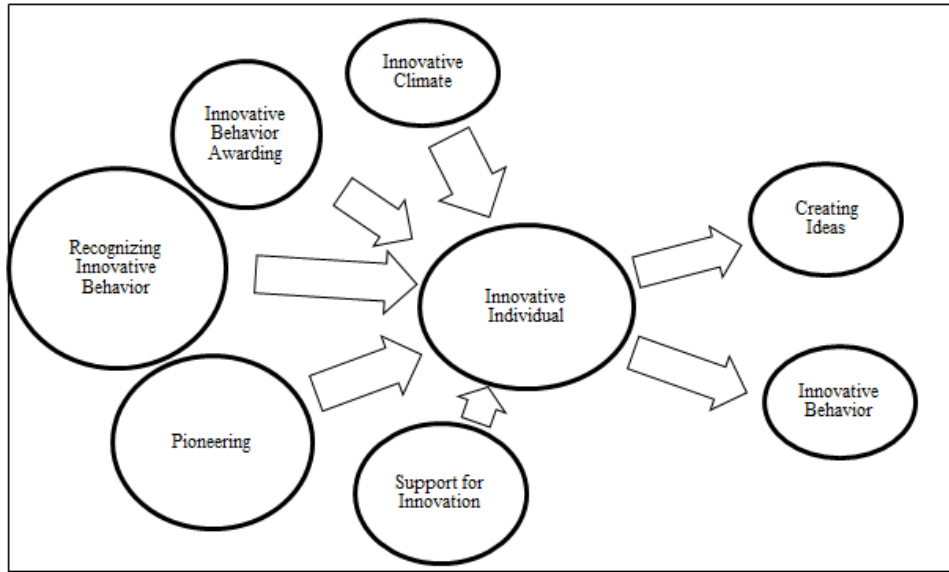
Content analysis of data obtained with semi-structured interviews Çapraz et al. (2014) using the innovative behavior codes previously identified are presented in Table 1.

Table 1: Association of MAXQDA Interview and Survey Results

Code System	Application of Ideas	Pioneering	Creative Ideas	Creating Ideas	Innovative Climate	Innovative Behavior Awarding	Innovative Behavior Recognition	For Innovation Support	Innovative Vision	Innovative Role	TOTAL
Creating Ideas	12	<b>14</b>	11	0	13	12	<b>14</b>	<b>12</b>	12	13	<b>113</b>
Innovative Climate	13	13	12	13	0	12	<b>14</b>	<b>14</b>	13	11	<b>115</b>
Innovative Behavior Awarding	12	13	11	12	12	0	<b>14</b>	<b>14</b>	13	12	<b>113</b>
Recognition of Innovative Behavior	12	<b>14</b>	11	<b>14</b>	<b>14</b>	<b>14</b>	0	<b>15</b>	<b>14</b>	13	<b>121</b>
Support for Innovation	12	13	11	12	<b>14</b>	14	<b>15</b>	0	13	12	<b>116</b>

Table 1 shows the factors affecting and creating innovative behavior in innovative individuals. Based on the results of the analysis, it has been seen that innovating individuals are recognizing innovative behavior and being more proactive than other features of innovation support.

Figure 1: Innovative Individual Factors Driving Innovative Behavior



Circle sizes in Figure 1 The results of the MAXQDA content analysis were generated by the innovative individual, ranked most from the most contributing factor in showing innovative behavior.

#### 4. CONCLUSION AND DISCUSSION

As the first finding of the research, it can be said that if managers want to show innovative behaviors of individuals with individual innovative personality characteristics, they should firstly show the behavior of recognizing innovation and supporting innovation behavior. The most striking feature is that it is seen that the recognition of innovation is related to every innovative behavioral feature in the organization (Table 1).

Secondly, producing innovative climate and ideas enhances innovative behavior (Table 1). Organizations, if they want to demonstrate innovative competitive behavior as innovative and refer employees to

behavior in this direction, must first support behavior, define the consequences of supported behavior, and create an environment for continuous meeting and brainstorming and the creation of innovative ideas.

According to the research done on the one hundred thesis in the center of the YÖK Thesis Center, the subjects mentioned in Table 2, which are considered to be the most repetitive and most important, are overlapped with 5 power factors of Porter (Porter, 2008). Many of these concepts point to cost and diversification strategies, as well as focus on quality and customer centricity. It is also seen in different concepts that can be expressed alongside Porter's model. These concepts are referred to in Fig. Examination of these concepts reveals the behavior of individuals with innovative individualistic personality characteristics as innovators and the behavior as emphasized in innovation.