

- ARAŞTIRMA MAKALESİ -

Çalışanların Yaratıcı Kişilik Özelliklerinin Örgütsel Yaratıcılığa Etkisi

Nursel AYDINTUĞ MYRVANG^a

Özet

Yaratıcı düşünme yeteneği, insanların doğuştan kazanmış oldukları ve kişiden kişiye farklılık gösteren bir özellik olarak kabul edilmektedir. Yaratıcılık konusu, günümüzde türlü sebeplerden ötürü pek çok disiplin sahasının gittikçe artan bir ivmeyle ilgisini çekmektedir. Rekabetin yoğun olarak yaşandığı çalışma hayatında, yeni düşünceler ya da benzeri olmayan ürünler ya da düzenlemeler meydana getirebilen kurumlar başarıyı yakalayacaktır. Yaratıcılık, yenilik ile yakından ilişkilidir ve yüksek düzeydeki yaratıcılık beraberinde daha çok yenilik getirmektedir. Yenilik ile yaratıcılığı teşvikte bulunan kurum kültürünün iyileştirilmesi, rekabet avantajı elde etmeyi arzulayan kurumlar açısından bir zorunlu olarak görülmektedir. Kurum temelli yaratıcılıkta başarı sağlanmasına yardımcı olacak kritik unsur, örgüt içindeki yaratıcılığın iyi bir şekilde yönetiliyor olmasıdır. Örgütsel yaratıcılık yönetimi, çalışan kişilerin mevcut beceri ve yetkinliklerinin bilincinde olabilmelerini, ekip çalışması gerçekleştirebilmelerini, belirli bir vizyona sahip olabilmelerini; kurumların ise birer öğrenen örgüt özelliği taşıyabilmelerini daha kolay bir hale getirmektedir. Bu çalışmanın amacı, İstanbul'daki araştırma üniversitelerinde görev yapmakta olan 600 akademisyene ilişkin yaratıcı kişilik özelliklerinin örgüt bazındaki yaratıcılığa olan etkisini tespit edebilmektir. Korelasyon analizi sonucunda, örgütsel yaratıcılık ile yaratıcı kişilik özelliklerinin %68.3 oranında pozitif yönlü bir ilişkiye sahip oldukları gözlenmiştir. Ayrıca regresyon analizi sonucunda, yaratıcı kişilik özelliklerinin artmasıyla örgütsel yaratıcılığın 0.655 birim artacağı belirlenmiştir. Böylelikle, örgütsel yaratıcılık hususundaki en kritik faktör, yaratıcı kişilik özelliklerine sahip bulunan işgörenlerin istihdamının doğru bir tercih olacağı belirtilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Yaratıcılık, Yaratıcı Kişilik, İstatistiksel Analiz

Jel Kodları: L26, C51.

Başvuru: 24.10.2021

Kabul: 06.11.2022

The Effect of Employees' Creative Personality Traits on Organizational Creativity

Abstract

The ability to think creatively is considered to be a characteristic that people are born with and that differs from person to person. The subject of creativity attracts the attention of many disciplines with an increasing momentum due to various reasons. In the working life where competition is intense, institutions that can create new ideas or unique products or regulations will achieve success. Creativity is closely related to innovation, and a high level of creativity brings with it more innovation. Improving the corporate culture, which encourages innovation and creativity, is seen as a necessity for institutions that want to gain competitive advantage. The critical element that will help achieve success in corporate-based creativity is that creativity within the organization is well managed. Organizational creativity management enables working people to be aware of their current skills and competencies, to perform teamwork, and to have a specific vision; on the other hand, it makes it easier for institutions to have the characteristics of learning organizations. The aim of this study is to determine the effect of creative personality traits of 600 academicians working at research universities in Istanbul on organizational creativity. As a result of the correlation analysis, it was observed that organizational creativity and creative personality traits had a positive relationship at the rate of 68.3%. In addition, as a result of the regression analysis, it was determined that organizational creativity would increase by 0.655 units with the increase of creative personality traits. Thus, it was stated that the most critical factor in organizational creativity, the employment of employees with creative personality traits would be the right choice

Key Words: Organizational creativity, creative personality, statistical analysis

Jel Kodes: L26, C51.

^aDr. Öğr. Üyesi, Biruni Üniversitesi, Sağlık Yönetimi Bölümü, naydintug@biruni.edu.tr, Orcid number: 0000-0003-3077-1693.

GİRİŞ

Globalleşme ile beraber hızlı bir şekilde değişmekte olan teknoloji sonucunda artış gösteren rekabet, şirketlerin farklılıklar meydana getirmek yoluyla rakiplerine göre rekabet üstünlüğü elde edebilmelerini ön plana çıkarmıştır. Buradan hareketle, şirketlerin sürdürülebilir rekabet üstünlüğü yaratma ve fark oluşturabilmelerinde kritik rol üstlenen önemli etkenlerden biri de yaratıcılık özelliğine sahip olan işgörenlerdir (Gong vd., 2012:1613). Bundan dolayı, şirketlerin yaratıcılık konusunu etkin bir biçimde yönetebilmeleri, yaratıcılık potansiyeline sahip bulunan personellerine cesaret verebilmeleri, onların düşüncelerini önemsemeleri, inisiyatif alabilmelerine yardımcı olabilecek esnek ve açık iletişim bazlı bir kurumsal kültür yaratmaya çabalamaları yaratıcı bir örgüt açısından büyük önem taşımaktadır (Kim vd., 2010:39).

Günümüzde, yaratıcı ve yeni düşüncelere yönelen ve bu fikirleri uygulamaya alan örgütler, bu sayede kendilerini devamlı olarak yenileyebilecek, globalleşmeyle beraber hızla artan belirsiz çevre şartlarının daha az etkisi altında kalarak artan yoğun rekabet ortamında varlıklarını sürdürmeye devam edebileceklerdir (Presbitero, 2015:527). Yaratıcı düşüncelerden beslenerek müşterilerine yeni ürün ve hizmet oluşturabilen örgütler, varlıklarını devam ettirme, hedeflerine ulaşma, büyümeyi gerçekleştirme ve müşterilerinin beklentilerini karşılayabilme bakımından büyük bir üstünlükleri bulunacaktır (Raja & Johns, 2010:982).

Üniversite eğitimindeki inovasyon, klasik yöntemler yerine, gelişim ve değişimleri yansıtan, çok disiplinli ve geleceğe dair yeni düşüncelerin meydana getirilmesi ve eğitimin her aşamasında yer alması anlamına gelmektedir. Bu, doğru yöntem ve teknolojilerin kullanılmasını, etkili süreçlerin meydana getirilmesini ve geleceğe yönelik tahminlerde bulunulmasını kapsamaktadır. Bahsedilen süreç boyunca, akademisyenlerin sahip oldukları yaratıcı kişiliklerinin sunmuş olduğu katkı eğitimin kalitesi için itici rol oynamaktadır. Bu noktada, araştırmanın amacı, İstanbul'da bulunan araştırma üniversitelerinde görev yapmakta olan akademisyenlerin yaratıcı kişilik özelliklerinin örgütsel yaratıcılık üzerindeki etkisini tespit etmektir.

1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

1.1. Yaratıcı Kişilik Özellikleri

Kişisel yaratıcılık, ileriki zamanlarda bireyin neler gerçekleştirebileceğine dair kapasitesini ifade etmektedir. Bireye ait olan bağımsız düşünme kabiliyeti, enerji, özgün düşünceleri, bir işi başarma güdüsü, sosyal ortam ve çevrenin etkileri gibi özellikler, bilişsel yetenekler, çevre ve içsel motivasyonun bir işlevidir (Abraham, 2016:611).

Literatürde, inovasyon ile yaratıcılık ifadelerinin aynı ölçüde algılandığı gözlenmektedir. Bundan dolayı söz konusu iki ifadeye netlik kazandırma mecburiyeti doğmuştur. İnovasyon kavramı, bir örgütte ya da örgütün herhangi bir bölümünde, değişmekte olan koşullara adapte edilebilen yaratıcı icatlar olmakla birlikte yaratıcılığın meyvesi şeklinde kabul edilmektedir. Yaratıcılık kavramı da, yeni olarak görülen her düşünce, buluş ve nesneyi temsil etmektedir. Yaratıcılığın temelinde fayda sağlamak yer almaktadır (Shalley vd., 2004:936). Buradan hareketle, yaratıcılık inovasyonu kapsar şeklinde bir açıklama yapmak mümkündür. Çok sayıdaki çalışmacı, yaratıcılık unsurunu yeniliğin ilk basamağı biçiminde kabul etmekte ve yaratıcılığı inovasyonun başlangıç noktası şeklinde görmektedir. Ancak yaratıcılık kişisel ve yalnız bir süreç olarak belirtilmektedir. İnovasyon ise, bunun yanında daha geniş kapsamlı bir süreç olmaktadır (Batey & Furnham, 2006:357). Yaratıcılık, özetle yeni düşünceler ortaya çıkarmakta; yenilik de yeni düşünce ve yaratıcılığın ticari bir değere çevrilmesi aşaması, başka bir deyişle yaratıcılığın uygulanabilmesi aşaması şeklindedir. Yenilik bir süreç; yaratıcılık da bu süreci oluşturan yetenek ve becerilerin tümüdür (Cai vd., 2020:1039).

Yaratıcılık beyinde meydana gelen dürtülerle birlikte ortaya çıkmakta ve bu dürtülerin algısal türleri kişiden kişiye farklılık göstermektedir. Yaratıcılık arzusu da kişiler arasında farklı şekillerde görülmektedir. Bazıları bireysel doyumdan dolayı yaratıcı olma çabasında bulunurken, bazıları ise para kazanma arzusu ya da kariyer hedefleriyle yaratıcı olmak için çabalamaktadır (Furnham & Bachtar, 2008:616). Bunun yanı sıra, yaratıcılık özellikleri açısından tüm dünyada benimsenmiş kişilere bakıldığında, birtakım ortak özelliklerinin bulunduğu belirlenmiştir. Bu özellikleri barındıran bireyler, insanlar ile birlikte olmaktan ve onlarla paylaşımlarda bulunmaktan oldukça keyif alırlar, kolay kolay pes etmezler, motivasyonlarını koruma konusunda yeteneklidirler, tanınmalarını yardımcı olabilecek işleri başarabilmek amacıyla belli bölümlerde uzmanlık elde etmişlerdir, geçmişleri deney ve araştırma yapmaya yönelik serbestliklerle doludur ve iyi bir mizah anlayışına sahiptirler (Qian vd., 2010:63; Zhang & Long, 2013:18; Wang & Wang, 2018:3).

Yaratıcılık, geçmiş zamandan kazanılmış olan deneyim birikim ve kavramların türlü biçimlerde yorumlanarak kombinasyonuyla birbirinden ayrı bakış açılarına sahip olması sürecidir. Böylece, var olan bilginin tekrardan yaratılması ya da özgün yapıtların oluşturulması sağlanmaktadır (Utama & Purba, 2019:837). Yaratıcılığın temelinde bir sorunun tahlili, incelenmesi, farklılık ve özgünlük bulunmaktadır. Başka bir ifadeyle, yaratıcılık ile birlikte var olan fikir, düşünce ve etkileşimlerin farklılaştırılması hedeflenmektedir. Yaratıcılık, kendi içinde kişisel özgürlüğün hakim olduğu bir karakteristik yapıyı, entelektüel birikimi ve hayatı anlamlandırma becerisini barındırmaktadır (Shalley vd., 2004:935). Yaratıcılık; bir eylemi harekete geçirme ya da bir varlık yaratma sürecidir (Richter vd., 2012:1285).

Yaratıcı düşünme becerisinin iyileştirilmesi ise, yaratıcılığı harekete geçiren önemli bir unsurdur. Yaratıcı düşünme becerisini iyileştirebilmek adına eğitimler hizmetlerinde bulunulması, beyin fırtınası tarzında etkinlikler gerçekleştirilmesi yaratıcılığa pozitif olarak etki edecektir. İşletme yöneticileri çalışma ortamında var olan iklim ve düzenlemelere bağlı olarak yaratıcılığın bileşenleri üzerinde iyi veya kötü yönde etkide bulunabilirler (Mumford vd., 2002:708). Marşap (1999) çalışmasında, yaratıcılığı bulunan kişilerin ne tür özelliklere sahip olduklarını şu şekilde açıklamıştır: Etrafındaki mevcut problemlere karşı duyarlı, meraklı ve araştırmacı olmak, bir konu üzerinde birden fazla düşünce ortaya atabilmek, fonksiyonel ve özgün düşünceler yaratabilmek, farklılıklara açık olabilmek, bir düşünceden ötekine kolaylıkla geçişte bulunabilmek, ortaya çıkabilecek değişimlere açık olmak, sentez ve analiz yapabilme kabiliyetine sahip olmak, kaotik ilişkileri kontrol altında tutabilmek, ilişki kurabilmek, elde edilen verileri değerlendirip yorumlayabilmek.

Literatürde bir çok araştırmada, yaratıcılık süreci altı aşamada açıklanmıştır (Jiang &Gu, 2015:396; Korzynski vd., 2019:1115; Luis vd., 2020:25):

Sorun tanımlama; açık ve net bir biçimde çözülecek olanın sorunun tanımlanmasıdır. Tesadüfi fikirler sıkça fayda sağlayabilmektedir, fakat yaratıcı fikir sorunun açıkça belirlenmesi suretiyle gelişim gösterebilir.

Bilgi toplama; konuya dair perspektif edinme ve konunun ayrıntılarının öğrenilebilmesidir.

Aktif düşünme; sorunun tanımlanması ve bilgi toplanması sonrasında, sorunun çözümüne ilişkin yeni metotlar incelenir. Yapılan araştırmada, pek çok metodun uygulandığı zor bir zihinsel çalışmaya ihtiyaç vardır.

Kuluçka; bir anlamda elde edilen bilginin sindirildiği ya da bilinçaltının harekete geçirildiği aşamadır.

Fikir veya keşif; yeni ya da yaratıcı bir düşünce veya çözümün olduğu basamaktır.

Değerlendirme ve gerçekleştirme; yeni ya da yaratıcı düşüncenin uygulanabilirliğinin tartışılarak bu düşüncenin uygulamaya geçirildiği basamaktır. Değerlendirme ve gerçekleştirme cesaretle alakalı bir aşamadır.

1.2. Örgütsel Yaratıcılık

Örgütsel yaratıcılık; insanın geçmiş zamanlardaki tecrübeleri, bilişsel becerileri, bireysel özellikleri, içsel motivasyonu ve yaratıcılık kabiliyetinin; kişisel yaratıcılık seviyesiyle grubun özellikleri, yapısı ve büyüklüğünün bir arada toplandığı, grup yaratıcılığı ve kurumun özelliklerinin toplamından ve bu üçlü yapının birbirleriyle etkileşimlerinden meydana gelmektedir (Huang vd, 2015:166). Örgütsel yaratıcılığa ilişkin kişisel yaratıcılığın yanı sıra iş yaratıcılığı da zorunlu olmakta; iş yaratıcılığı kurum içinde kişisel ve toplu çabalar neticesinde kurumun ilerlemesine katkıda bulunacak ortam, amaç, ekip ve araçlardan meydana gelen bir bütün olup, kuruma verimlilik, etkinlik ve memnuniyet şeklinde geri dönüşü olmaktadır (Gerhart & Fang,2015:493).

Gelecek zamanların başarıyı yakalamış olan kurumları, kendini geliştirmiş olan insanların meydana getirmiş oldukları akıllı örgütler olmak durumundadırlar. Akıllı örgütler, bilgiyi yalnızca güdülenmiş ve akıllı insanlar üzerinde kullanabilecekler ve böylelikle de rakipleri ile aralarında fark oluşturabileceklerdir (Ahmetoglu vd., 2016:394). Yenilik bir bilim veya teknoloji ya da aynı kurum içinde ortaya çıkab durumlar değil, bir değerdir. Kurum içinde girişimi gerçekleştirilen bir eylem ticari duruma dönüşebildiği ölçüde yenilikçi ve başarılı olarak kabul edilmektedir (Chua vd.,2015:193). Değişip gelişmekte olan teknolojik şartlar ve rekabet ortamı ile beraber kurumların varlıklarını sürdürebilmeleri ve hayatta kalabilmeleri amacıyla sergilemiş oldukları gayret ve tercih ettikleri seçenekler birbirinden farklı olmaktadır. Değişmekte olan şartlara uyum sağlayamayan ve piyasada varlığını devam ettiremeyen kurumlar öngörülü olamadıklarından dolayı başarısızlığa uğramaktadır. Bu sebeple, bir kurumda var olması zorunlu olan önemli etkenler içinde bulunan yeniliklere açık olma ve yaratıcılık durumları, kurumu başarıya ulaştırmaktadır (Gilson vd., 2013:207).

İnovatif bir özelliği bulunan kurumlar, gerek değişimin yönetilmesi gerek de söz konusu değişime adapte olunabilmesi amacıyla beraberinde yaratıcılığı getirmektedir. Bu noktada kritik olan şey, bu yaratıcılığın politik

bir biçimde yönetiliyor olmasıdır. Yaratıcılık stratejisi, kurumları yenilenebilmesi amacıyla olması gereken ortamın yaratılmasında, teşvikte bulunulmasında, kurumsal kültürün oluşmasında ve rekabet üstünlüğü yakalanmasında önemli katkılarda bulunmaktadır (Hahn vd., 2015:171).

Örgütsel yaratıcılık, kurum çalışanlarının düşünceler üretebilmesi, var olan hedefleri gerçekleştirebilmesi, düşünme tarzlarını geliştirebilmesi ve özgür bir biçimde davranış sergileyebilmesi amacıyla kurumlar tarafından meydana getirilen yaratıcı bir atmosfer oluşturmak şeklinde ifade edilmektedir (Hon, 2012:55). Örgütsel yaratıcılık kişisel ve takım yaratıcılığının kurum bünyesine alınarak örgütün menfaatlerine paralel olarak ortaya çıkmaktadır. Yaratıcı fikirlerin yenilik olarak sunulmadıklarında kurumsal etkinlik üzerinde bir faydaları olmayacaktır. Bundan dolayı, kurumlarda yaratıcılık yönetiminin hem yeni şeyler üretmeyi hem de yenilik gerçekleştirmeyi aynı anda yapması zorunludur (Jain & Jain, 2017:296). Örgütsel yaratıcılığın yönetimine ilişkin, her şeyden önce yeni ve değişik bir fikir ve bakış açısı oluşturulmalı, sonrasında ise bu fikir ya da bakış açısının kurumsal seviyede uygulanabilir duruma geçirilmesine çalışılmalıdır. Örgütsel yaratıcılığın yönetsel ön şartları, işletme yöneticisinin personellerine yaratıcı beceriler katabilme özelliğidir. Bu durumun tam aksi uygulama ve yaklaşımlar yaratıcı becerileri negatif yönde etkiler ve bireyi umarsızlığa götürür (Jeong vd., 2017:651).

Örgütsel Yaratıcılık Boyutları

Örgütsel yaratıcılığın yüksek ölçüde var olabilmesi amacıyla, kaynaklara erişim, özgürlük, işin anlamlılığı, fikirlerin rahat bir biçimde paylaşımını destekleyen kurumsal cesaretlendirme, çalışanlara güven aşılayan yönetici desteği ve karşılıklı yardımlaşmayı temel alan takım desteğinin bulunması gerekir (Marsick & Watkins, 2003:135). Literatürde, örgütsel yaratıcılığın yönetsel, bireysel ve toplumsal olacak şekilde üç boyutta ele alındığı görülmektedir.

Yönetsel boyuta göre, yöneticiler yaratıcılığı tetiklemektedir. Hem olumlu hem de olumsuz açılardan yöneticilerin etkisi altında kalabilen örgütsel yaratıcılıkta önemli olan, işletme yöneticilerinin yaratıcı liderlik vasıflarına sahip olabilmeleridir. Yaratıcı liderlik vasıfları bulunan yönetici, çalışanlarına yol gösterebilmeli, onları özgür ve serbest bırakmalı, tecrübelerini onlara aktarabilmeli ve zamanı geldiğinde onları ödüllendirebilmelidir (Martins & Terblanche, 2003:68). Buna bağlı olarak, çalışanların yaratıcı zekaları ön plana çıkacak, düşüncelerinin dikkate alındığını görecektir, kendilerinin bir birey olarak algılandığını hissedecek, uzmanlaşmalarına katkıda bulunacak ve bu nedenle de kurumun başarıya ulaşmasına katkıda bulunmuş olacaktır (Ogbeibu vd., 2018:336).

Bireysel boyuta göre, bütün işletme personeli yaratıcıdır. Önemli nokta, kendilerine olması gereken fırsatların sunulabilmesidir. Buna bağlı olarak, içlerinde var olan yaratıcılık ön plana çıkacak ve bu durumu kurumlarına yansıtacaktırlar (Ohly & Fritz, 2010:548). Çalışanların düşüncelerini rahatlıkla açıklayabilmeleri, çeşitli düşüncelerin meydana getirilmesine zemin hazırlamaktadır. Çalışanların var olan güçlerinin ölçütü şeklinde kabul edilen kişisel yaratıcılık, çalışanların içinde açığa çıkarılmayı bekleyen ve fırsat tanındığında da, ileriki zamanlarda entelektüel sermayeye olan katkılarını yükseltecek ve kuruma başarı kazandıracaktır (Sagiv vd., 2010:1089).

Toplumsal boyuta göre, toplumsal çevre yaratıcılığı şekillendirmektedir. Burada önemli olan toplumsal yapının çalışanları sınırlandırmayarak onları kendilerini açıklayabilmeye, araştırmacı olmaya, yenilik ve yaratıcılığa yöneltiyor olmalarıdır (Yoon vd., 2010:251).

2. İSTATİSTİK ANALİZ

2.1. Çalışmanın Amacı ve Önemi

Bilgi çağında eleştirel düşünme yeteneklerini sergileyen, sorgulayan, bilgi üreten, yaratıcı düşünebilen kişilerin yetiştirilmesi zorunlu hale gelmiştir. Bu nedenle, eğitim alanında yeni beklentiler ortaya çıkmıştır. Günümüz dünyasındaki eğitimin en önemli amacı, farklı durumlara ayak uydurabilecek, değişik, özgün ve esnek düşünebilen kişilerin yetişmesine katkıda bulunmaktadır. Dünya genelindeki bu değişim, eğitim sistemlerine etki etmekte ve eğitim programları incelenerek çağın ihtiyaçlarını giderebilecek biçimde iyileştirilmektedir. Bu çerçevede, eğitim programlarının yetiştirilmesi amaçlanan kişilerde bulunmasını öngördüğü eleştirel ve yaratıcı düşünme ifadelerinin ciddiyeti ön plana çıkmaktadır. Yapılan tüm bu açıklamaların doğrultusunda kişisel yaratıcılığın örgütsel yaratıcılığın en önemli elemanlarından biri olduğu görülmektedir. Gerçekleştirilen uygulamadaki amaç, eğitim aşamasının önemli bir kısmı olarak kabul edilen üniversitelerde eğitim vermekte olan akademisyenlerin yaratıcı kişilik özelliklerinin örgütsel yaratıcılığa olan etkisini belirleyebilmektir.

2.2. Araştırmanın Evreni ve Örneklem

Çalışmanın evreni, İstanbul ilinde bulunan araştırma üniversitelerinde eğitim vermekte olan akademisyenlerdir. Yüksek Öğretim Kurumu (YÖK) tarafından sağlanan akademisyen sayısı istatistikleri 2020'ye göre; İstanbul'da devlet üniversitesinde eğitim veren akademisyen sayısının toplamı (araştırma görevlisi, öğretim görevlisi, doktor öğretim üyesi, doçent ve profesör) 36.896 kişi olarak belirlenmiştir. Örneklem yöntemlerinden "basit tesadüfi örneklem" yöntemi uygulanmıştır.

Uygulanan anketler, 01.10.2021 ile 30.11.2021 tarihleri arasında google forms yardımıyla mail gönderilerek gerçekleştirilmiştir. Veri girişi yapıldığı esnada katılımcıların bazıları pek çok soruyu yanıtlamaması nedeniyle, bu anketler analiz edilmemiş ve bunun sonucunda 600 anket çalışma için kullanılmıştır. Önceden belirlenen bir ana kütle içerisinde seçilecek olan örnek adeti Yazıcıoğlu ve Erdoğan (2004) tarafından geliştirilmiş olan tabloda 0.05 örneklem hatası için $p=0.50$ ve $q=0.50$ için 381 kişi şeklinde tespit edilmiştir. Bu uygulamada, 600 örneklem ile analizlerde bulunulmuştur.

2.3. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın ana hipotezi, yaratıcı kişilik özellikleri ile örgütsel yaratıcılık arasında istatistiki açıdan anlamlı bir ilişkinin bulunduğu yönündedir. Gerçekleştirilen çalışmada ortaya çıkarılan hipotezler Tablo 1'de ifade edilmiştir.

Tablo 1. Araştırmanın Hipotezleri

	Hipotezler
H₁ (ana hipotez)	Yaratıcı kişilik özellikleri ve örgütsel yaratıcılık arasında istatistik anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.
H_{1a} (alt hipotez)	Amaç yönelimlilik, içsel motivasyon, risk alma ve merak alt boyutlarıyla örgütsel öğrenme arasında istatistik anlamlı bir ilişki vardır.

2.4. Varsayımlar ve Kısıtlar

Anket uygulamasına katılım sağlayan kişilerin, ölçekteki sorulara yanıt verirken gerçek duygu ve düşüncelerini yansıttıkları düşünülmüştür. Katılım gösterenlerin, yapılan ankete kendi istekleri ile yanıt verdikleri ve anketi tam ve doğru bir biçimde doldurdıkları varsayılmıştır. Ankete katılanların, anketteki soruların gerçek anlamlarını anlayabildikleri kabul edilmiştir. Anketteki örneklem adetinin çoğaltılmasında zorluk yaşanmıştır. Araştırma, İstanbul ili ve araştırma üniversiteleriyle sınırlandırılmıştır.

2.5. Veri Toplama Aracı

Gerçekleştirilen çalışma, deneysel olmayan sayısal bazlı bir araştırma tasarımına sahip olmakla birlikte, uygulama yöntemi bakımından ilişkisel tarama metodudur. Yapılan uygulama çerçevesinde yararlanılan anket, geniş kapsamlı bir literatür taramasından sonra güvenilirlik ve geçerliliği daha önce yapılmış olan çalışmalar ile onaylanan ölçekler yardım alarak düzenlenmiştir. Bu ölçekler şu şekilde tanımlanmaktadır:

Yaratıcı Kişilik Özelliği Ölçeği: Ölçek, Şahin ve Danışman (2017) tarafından geliştirilerek, geçerlik güvenilirliğe yönelik çalışma gerçekleştirilmiştir. Ölçek içeriğinde 17 madde yer almış ve 1,4,5, 11,12 ve 13 ters maddeler şeklinde düzenlenmiştir. 5'er maddeden meydana getirilen Amaç yönelimlilik ve içsel motivasyon 5 madde, risk alma 4 madde ve 3 maddeli kendine güven biçiminde ifade edilen dört faktöre sahip bir düzen oluşturulmuştur. Alınabilecek minimum ve maksimum puanlar amaç yönelimlilik ve içsel motivasyon 5–25, risk alma 4–20 ve merak 3–15 aralığında değişim göstermektedir. Ölçek toplamından da 17–85 aralığında bir puan hesaplaması yapılabilir. Uygulama formundaki orijinal madde numaraları 18, 24, 39, 51, 53, 67 ve 68 olan maddeler ters maddeler olarak yer bulmuştur. Cronbach alfa iç tutarlılık katsayısı .67 şeklinde tespit edilmiştir. Puanların artmasıyla beraber ölçümü hedeflenen özelliğin arttığı, bunun aksi halindeyse, yani puanların düşmesiyle birlikte, hedeflenen özelliğin azaldığı görülmüştür. Ölçek derecelendirmesinde 5'li Likert tipi bir skala kullanılmış olmakla beraber, ölçekteki maddelerin her birinde puanlama (1) kesinlikle katılmıyorum, (2) katılmıyorum, (3) ne katılıyorum ne de katılmıyorum, (4) katılıyorum ve (5) kesinlikle katılıyorum olarak oluşturulmuştur.

Örgütsel yaratıcılık ölçeği: Balay (2010)'un geliştirmiş olduğu ölçeği Beler (2018), hemşireler üzerinde kullanılmak için düzenlemiştir. Ölçekte, 38 maddeden ve bireysel boyut (16 madde), yönetsel boyut (11 madde)

ve toplumsal boyut (11 madde) olacak şekilde üç alt boyut yer almaktadır. Ölçekteki maddeler 5’li likert tipinde olup “hiç katılmıyorum” için 1, “az katılıyorum” için 2, “orta derecede katılıyorum” için 3, “çok katılıyorum” için 4, “tam katılıyorum” için 5 puan olmak üzere düzenlenmiştir. Ölçekten elde edilebilecek minimum puan 38, maksimum puan da 190’dır. Elde edilen yüksek puan kişinin yaratıcılık hususundaki algısının fazla olduğunu belirtmektedir. Beler (2018) tarafından gerçekleştirilen uygulamada ölçeğin Cronbach Alpha güvenirlik değeri 0.96 şeklinde belirlenmiştir.

2.6. İstatistik Bulgular ve Değerlendirme

Gerçekleştirilmiş olan bu anket araştırmasından alınan verilere dair güvenirlik testi çerçevesinde Cronbach Alpha, İkiye Bölme (split), Paralel, Mutlak Kesin Paralel (strict) testlerinden yardım alınmıştır. Cronbach Alpha değerinin %70’ten büyük çıkması, anket çalışmasının başarılı sonuçlandığını ifade etmektedir. Bazı çalışmacılar ise %75’ten büyük olacak değer için temel alınması gerektiğini belirtmektedir (Sezgin ve Kınay, 2010; Sezgin, 2016). Farklı ölçütlerin de %70’ten büyük çıkması, anketin iç tutarlılıkta bulunduğunu ve anket verilerinin güvenilir olduğunu göstermektedir (Sart vd., 2018:125; Sart, 2020:128). Bu uygulamadaki anketin güvenirlik analiz neticeleri; Cronbach-Alpha = 0.921, Paralel = 0.920, Split = 0.919-0.922 ve Strict = 0.921 olacak şekilde elde edilmiştir.

2.6.1. Demografik ve Genel Bilgiler Yüzde Dağılım Bilgileri

Akademisyenlere yönelik demografik ve genel bilgiler şu şekildedir:

- Akademisyenlerin %48.2’si kadın ve %51.8’i erkektir.
- Akademisyenlerin %22.4’ü Araştırma Görevlisi, %29.7’si Dr. Öğretim Üyesi, %25.1’i Doçent ve %22.8’i Profesör olduğunu açıklamıştır.
- Akademisyenlerin %15.1’i mühendislik fakültesinde, %13.9’u fen-edebiyat fakültesinde, %12.4’ü tıp fakültesinde, %15.9’u iktisat fakültesinde, %15.8’i işletme fakültesinde, %14.5’i meslek yüksek okulunda ve %12.4’ü hukuk fakültesinde çalıştığını belirtmiştir.
- Akademisyenlerin % 38.5’i 23-35 yaş, % 44.9’u 36-45 yaş ve %16.6’sı 46 ve üzeri yaş arasında olduğunu ifade etmiştir.
- Akademisyenlerin %24.9’u 1-10 yıl arası, %32.0’si 11-15 yıl arası, %28.1’i 16-20 yıl arası ve %15.0’i 20 yıl ve üzeri meslek kıdemine sahip bulunmaktadır.

2.6.2. Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Ölçekler üzerinde açıklayıcı faktör analizinin uygulanması öncesinde, veri setinin faktör analizine uygunluğuna bakılmıştır. Veri setinin, açıklayıcı faktör analizine uygunluğu gerçekleştirilen testler neticesinde onaylanmış, sonra da faktör yapısının düzenlenebilmesi amacıyla faktör tutma yöntemi olarak varimax döndürme ve temel bileşenler analizi yöntemlerinden yardım alınmıştır.

Tablo 2. Açıklayıcı Faktör Analizi Sonuçları

Yaratıcı Kişilik Özellikleri	Varyansı Açıklama Yüzdesi	Cronbach-Alpha (CA)	Cevap Ortalaması
Amaç Yönelimlilik	%22.76	0.910	4.01
İçsel Motivasyon	%19.37	0.909	3.90
Kendine Güven	%16.22	0.905	3.98
Risk Alma	%12.80	0.902	4.09
KMO= 0.930; Bartlett $\chi^2=6909.13$ ve $p= 0.000$; Varyans Açıklama Yüzde: %71.15			
Örgütsel Yaratıcılık Ölçeği	Varyansı Açıklama Yüzdesi	Cronbach-Alpha (CA)	Cevap Ortalaması
Bireysel Boyut	%25.68	0.918	3.45
Yönetimsel Boyut	%22.14	0.913	3.49
Toplumsal Boyut	%19.81	0.910	4.01
KMO= 0.928; Bartlett $\chi^2=7127.45$ ve $p= 0.000$; Varyans Açıklama Yüzde: %67.63			

Faktör yapısında, yaratıcı kişilik özellikleri ölçeği için 4 faktör ve örgütsel öğrenme ölçeği için 3 faktör öz değerleri 1’den büyük olarak sağlanmıştır. Her iki ölçek için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) örneklem yeterliği, iyi seviyeyi tanımlayan 0.70 değerinden fazla bulunmuştur. Analize dahil edilecek değişkenlerin tutarlılığını

ölçmeye ilişkin gerçekleştirilen Bartlett küresellik testine yönelik sonuçlar iki ölçek için $p < 0.05$ istatistiksel olarak anlamlı elde edilmiştir. Ölçeklerin her ikisi bakımından extraction (çıkarma) sütununda 0.20'den düşük soru bulunmamaktadır ve böylece soru çıkarımı yapılmamıştır.

2.6.3. Korelasyon Analizi Sonuçları

Faktör analizi yardımıyla tespit edilen boyutlara ilişkin korelasyon analizinden elde edilen veriler Tablo 3'te belirtilmiştir. Yapılan uygulamada, girişimcilik algısının genel skorunun önem taşımasından dolayı, girişimcilik algısı skor değeri şeklinde değerlendirilmiştir.

Tablo 3. Korelasyon Analizi Sonuçları

		Yaratıcı Kişilik Özellikleri	Örgütsel Yaratıcılık
Yaratıcı Kişilik Özellikleri	r	1	.683*
	p		.000
Örgütsel Yaratıcılık	p		1
	r		

*0.05 için anlamlı ilişki

Değerlendirilen boyutlar birbiri ile anlamlı yönde ilişkili bulunmuştur ($p < 0.05$). Yaratıcı kişilik özellikleri skorunun artışı örgütsel yaratıcılığı %68.3 oranında artırmaktadır. Yaratıcı kişilik özellikleri örgütsel yaratıcılığa yüksek oranda pozitif yönde (olumlu) etki etmektedir.

2.6.4. Regresyon Analizleri Sonuçları

Gerçekleştirilen uygulamada, yaratıcı kişilik özellikleri ve örgütsel yaratıcılık arasında bulunan ilgiye ilişkin, regresyon analizinden yardım alınmıştır. Yaratıcı kişilik özellikleri ve alt boyutları bağımsız değişken; örgütsel öğrenme toplam skoru ise bağımlı değişken biçiminde belirtilmiştir. Varsayımların sağlanmasına ilişkin Newey-West algoritmasıyla analizlerde bulunulmuştur.

Tablo 4. Regresyon Analizi Tahmin Sonuçları

MODEL1: Bağımlı Değişken: Örgütsel Öğrenme	Katsayı	St. hata	t istatistiği	p (anlamlılık)
Sabit	3.874	0.680	5.697	0.001*
Yaratıcı Kişilik Özellikleri	0.655	0.099	6.616	0.000*
$R^2 = 0.661$ $F_{hesap} = 19.76$ $F_{anlamlılık} = 0.000$ Harvey test (p) = 0.128 LM test (p) = 0.137 Jarque-Bera (p) = 0.193				
MODEL2: Bağımlı Değişken: Örgütsel Öğrenme	Katsayı	St. hata	t istatistiği	p (anlamlılık)
Sabit	0.782	0.135	5.792	0.005*
Amaç yönelimlilik	0.661	0.073	9.054	0.000*
içsel motivasyon	0.598	0.069	8.666	0.000*
Kendine güven	0.624	0.095	6.568	0.000*
Risk alma	0.672	0.087	7.724	0.000*
$R^2 = 0.714$ $F_{hesap} = 25.70$ $F_{anlamlılık} = 0.000$ Harvey test (p) = 0.214 LM test (p) = 0.317 Jarque-Bera (p) = 0.482				

*0.05 için istatistik anlamlı değişken

Model 1 için; yaratıcı kişilik özellikleri kişisel kurumsal öğrenmeye olumlu açıdan anlamlı olarak etki etmektedir ($\beta = 0.655$; $p = 0.000$). Model 2 için; yaratıcı kişilik özellikleri alt boyutları örgütsel yaratıcılığa olumlu açıdan anlamlı olarak etki etmektedir. Alt boyutlar arasındaki en yüksek etki sırası ile; risk alma ($\beta = 0.672$; $p = 0.000$), amaç yönelimlilik ($\beta = 0.661$; $p = 0.000$), kendine güven ($\beta = 0.624$; $p = 0.000$) ve içsel motivasyon ($\beta = 0.598$; $p = 0.000$) şeklinde bulunmuştur. **Modelin ana hipotezini oluşturan H_1 ve alt hipotez H_{1a} doğrulanmıştır.**

3. SONUÇ

Çalışan kişilerin önceki deneyimlerinden elde edilen kazanımlarından yardım alınarak yaratıcı düşünceleri, içsel motivasyonları, kişisel özelliklerinin, organizasyonun başka üyeleriyle bilgi paylaşımı gerçekleştirilmesi ve bunun da kurumsal amaçları gerçekleştirebilmek ve kurumun başarısını yükseltebilmek için kurumun lehine yapılmış olan etkileşimlerin tamamını içine alacak örgütsel yaratıcılık, örgütsel etkinliğin yükseltilmesini de amaç edinmektedir. Organizasyonda yer alan üyeler ile fikir alışverişi yaparak kurumsal etkileşimi yükseltmektedir. Bununla birlikte, çalışan kişilere sunulmuş olan fırsatlar ile ödüllendirme eylemleri neticesinde kurumlara yönelik sadakatlerinde artış gözlenmektedir.

Çalışmanın amacı, İstanbul'daki araştırma üniversitelerinde değişik ünvanlarda görev yapmakta olan 600 akademisyene yönelik, yaratıcı kişilik özelliklerinin örgütsel yaratıcılığa etkisinin belirlenmesidir. Korelasyon analizi sonucunda, yaratıcı kişilik özellikleri örgütsel yaratıcılık ile %68.3 pozitif anlamlı ilişkilidir. Regresyon analizi sonucunda, yaratıcı kişilik özellikleri kişisel kurumsal öğrenmeye olumlu açıdan anlamlı olarak etki etmektedir ($\beta=0.655$; $p=0.000$). Alt boyutlar için; yaratıcı kişilik özellikleri alt boyutları örgütsel yaratıcılığa olumlu açıdan anlamlı olarak etki etmektedir. Alt boyutlar arasındaki en yüksek etki sırası ile; risk alma ($\beta=0.672$; $p=0.000$), amaç yönelimlilik ($\beta=0.661$; $p=0.000$), kendine güven ($\beta=0.624$; $p=0.000$) ve içsel motivasyon ($\beta=0.598$; $p=0.000$) olarak elde edilmiştir.

Örgütsel yaratıcılık üzerinde verimlilik artışı yapılabilmesi amacıyla herhangi bir olay veya sorunun çözümlenmesinde daha fazla düşünce geliştirme ve çözüm sağlayacak girişimlerin gerçekleştirilmesi gerekmektedir. Organizasyonlardaki yenilikçi ve yaratıcı süreçlerin uygulanabilmesi adına yeniliğin bölümler arasında yüksek ölçüde bir bütünleşme gereklidir. Kurumsal bakımdan kritik bir önem taşıyan yenilik, uygun bir zaman diliminde planlanmış olan bütçe sınırları dahilinde ve pazara yönelik pratik çözümler üretebilecek seviyede eyleme dönüştürülmesi, çalışanlar ve başka üyeler arasında gerekli olan bir iş birliği oluşturulmalıdır. Katı yönetsel anlayışa sahip bulunan kurumlar, çalışanların uygulamalarına adapte olmakta türlü problemlerde karşı karşıya kalabilmektedirler. Bu ve benzer durumlarda, kurumun etkili yenilenme girişimleri ciddi kısıtlar ile karşılaşabilmektedir. Bu nedenle, pek çok yönetici açısından, yenilenmeye dair en doğru ve etkileyici mekanizmanın matris örgüt yapısı olduğunun bilinmesi kurumlar bakımından ciddi bir öneme sahiptir. Kurum işlevlerinin geliştirilebilmesi, avantaj elde edilmesi, ortaya çıkabilecek her çeşit güçlüğe karşı çözüm önerilerinde bulunulması gibi uygulamaların hayata uyarlanması çalışanlar kadar kurumun da yaratıcılık yetenekleriyle bağlantılıdır. Özellikle, yöneticilerin yaratıcı bir özelliğe sahip olmaları ve bilgi birikimlerini personellerine iletebilmeleri kurumlar tarafından yarar sağlayabilmektedir. Kurumların mevcut yaratıcılıklarının daha da yükseltilebilmesi amacıyla, zaman ve finansal kaynaklardan uygun biçimde yararlanmaları, çalışan kişileri beceri ve sahip oldukları bilgi birikimlerini baz alarak çalıştırmaları, onlara özgür davranışlar sergileyip bağımsız olabilecekleri bir iş ortamı yaratmaları, onları ekip çalışmalarına yönlendirmeleri ve başarıya ulaştıklarında ödüllendirmeleri gerekmektedir. Kurum yöneticileri ve karar vericilere tavsiyeler şöyle sıralanabilir;

- Kurumlarda yaratıcılığı ortadan kaldırmadan, gelişim sağlayacak uygulamaların değerlendirilmesi gereklidir. Yaratıcılığa ivme kazandırmak adına yöneticilerin yapması gerekenlere ilişkin belki de en etkili ve basit olanı, insanların doğru işlerde istihdam edilmesidir. Böylelikle, hem çalışan bireyin yaratıcılığı ve uzmanlığı temel alınarak uygun işlere yönelmesini sağlayabilir hem de çalışanın içsel motivasyonunu harekete geçirebilirsiniz.
- Çalışan bireylere özgürlük sağlamak adına, onlara varılması hedeflenen neticeye yönelik değil, bu neticeye varmak amacıyla faydalanacakları metod hakkında özgür düşünme fırsatı sunulmalıdır. Çerçevesi net bir biçimde oluşturulmuş olan özel stratejik amaçlar insanların yaratıcılıklarını daha iyi değerlendirme hususunda yardımcı olacaktır.
- Sahip oldukları türlü perspektif ve birikimler ile birbirine karşılıklı biçimde destek sağlayan gruplar oluşturmanız gerekmektedir. Böylelikle, ortaya daha da yaratıcı fikirler atılacaktır. Grupların heterojen olabilme düzeyi ne kadar yükselirse yaratıcılıkları da aynı doğrultuda artış gösterecektir.
- Yaratıcılığa dair motivasyon için teşvik araç ve metodlarından yardım alınmalıdır. Tepe yönetimin sağladığı destek ile yaratıcılıkta artış olacaktır. Yaratıcılık, organizasyonun tamamının desteği alındığında artmış olacaktır.

KAYNAKÇA

- Abraham, A. (2016). "Gender and creativity: an overview of psychological and neuroscientific literature". *Brain imaging and behavior*, 10(2): 609-618.
- Ahmetoglu, G., Dobbs, S., Furnham, A., Crump, J., Chamorro-Premuzic, T., & Bakhshalian, E. (2016). "Dark side of personality, intelligence, creativity, and managerial level. *Journal of Managerial Psychology*", 31(2): 391-404.
- Batey, M. & Furnham, A. (2006). "Creativity, intelligence, and personality: A critical review of the scatter literature. *Genetic*", social and general psychology monographs, 132(4): 355-429.
- Balay, R. (2010). "The organizational creativity perceptions of academic staff". *Ankara University Journal of Faculty of Educational Sciences*, 1(43): 41-78.
- Belser, M. (2018). *Hemşirelerin Örgütsel Yaratıcılık Algıları ve Problem Çözme Becerileri*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Marmara Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Cai, W., Khapova, S., Bossink, B., Lysova, E., & Yuan, J. (2020). "Optimizing employee creativity in the digital era: Uncovering the interactional effects of abilities, motivations, and opportunities". *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 17(3): 1-19.
- Chua, R. Y., Roth, Y., & Lemoine, J. F. (2015). "The impact of culture on creativity: How cultural tightness and cultural distance affect global innovation crowdsourcing work". *Administrative Science Quarterly*, 60(2): 189-227.
- Furnham, A. & Bachtar, V. (2008). "Personality and intelligence as predictors of creativity". *Personality and Individual Differences*, 45(1): 613-617.
- Gerhart, B., & Fang, M. Y. (2015). "Pay, intrinsic motivation, extrinsic motivation, performance, and creativity in the workplace: Revisiting long-held beliefs". In F. P. Morgeson (Ed.), *Annual review of organizational psychology and organizational behavior*, 2(2): 489-521.
- Gong, Y., Cheung, S. Y., Wang, M., & Huang, J. C. (2012). "Unfolding the proactive process for creativity: Integration of the employee proactivity, information exchange, and psychological safety perspectives". *Journal of Management*, 38(1): 1611-1633.
- Hahn, M. H., Lee, K. C., & Lee, D. S. (2015). "Network structure, organizational learning culture, and employee creativity in system integration companies: The mediating effects of exploitation and exploration". *Computers in Human Behavior*, 42(2): 167-175.
- Hon, A. H. Y. (2012). "Shaping environments conducive to creativity: The role of intrinsic motivation". *Cornell Hospitality Quarterly*, 53(1): 53-64.
- Huang, L., Gino, F., & Galinsky, A. D. (2015). "The highest form of intelligence: Sarcasm increases creativity for both expressers and recipients". *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 131(1): 162-177.
- Jain, R., & Jain, C. (2017). "Employee Creativity: A conceptual framework". *Management and Labour Studies*, 41(1): 294-313.
- Jeong, S., Mclean, G. N., Mclean, L. D., Yoo, S., & Bartlett, K. (2017). "The moderating role of non-controlling supervision and organizational learning culture on employee creativity". *European Journal of Training and Development*, 41(7): 647-666.
- Jiang, W. & Gu, Q. (2015), "A moderated mediation examination of proactive personality on employee creativity : A person-environment fit perspective". *Journal of Organizational Change Management*, 28(3): 393-410.
- Kim, T. Y., Hon, A. H., & Lee, D. R. (2010). "Proactive personality and employee creativity: The effects of job creativity requirement and supervisor support for creativity". *Creativity research journal*, 22(1): 37-45.
- Korzynski, P., Paniagua, J., & Rodriguez-Montemayor, E. (2019). "Employee creativity in a digital era: The mediating role of social media". *Management Decision*, 58(6): 1100-1117.

- Luis, D. J., Ruth, C.-J., And Zhang, Z. (2020). "Does stress lead to creativity? The relationship between occupational stress and individual innovative behaviour". *Stud. Bus. Econ.* 15(1): 21-30.
- Marsick, V.J. & Watkins, K.E. (2003). "Demonstrating the value of an organization's learning culture: the dimensions of the learning organization questionnaire". *Advances in Developing Human Resources*, 5(2): 132-151.
- Martins, E.C. & Terblanche, F. (2003). "Building organizational culture that stimulates creativity and innovation". *European Journal of Innovation Management*, 6(1): 64-74.
- Mumford, M. D., Scott, G. M., Gaddis, B., & Strange, J. M. (2002). "Leading creative people: Orchestrating expertise and relationships". *The leadership quarterly*, 13(6): 705-750.
- Ogbeibu, S., Senadjki, A., & Gaskin, J. (2018). "The moderating effect of benevolence on the impact of organisational culture on employee creativity". *Journal of Business Research*, 90, 334-346.
- Ohly, S., & Fritz, C. (2010). "Work characteristics, challenge appraisal, creativity, and proactive behavior: A multi- level study". *Journal of Organizational Behavior*, 31(4): 543-565.
- Presbitero, A. (2015). "Proactivity in career development of employees: The roles of proactive personality and cognitive complexity". *Career Development International*, 20(5): 525-538.
- Raja, U., & Johns, G. (2010). "The joint effects of personality and job scope on in-role performance, citizenship behaviors, and creativity". *Human Relations*, 63(7): 981-1005.
- Richter, A. W., Hirst, G., Van Knippenberg, D., & Baer, M. (2012). "Creative self-efficacy and individual creativity in team contexts: Cross-level interactions with team informational resources". *Journal of Applied Psychology*, 97(6): 1282-1290.
- Sagiv, L., Arieli, S., Goldenberg, J., & Goldschmidt, A. (2010). "Structure and freedom in creativity: The interplay between externally imposed structure and personal cognitive style". *Journal of Organizational Behavior*, 31(8): 1086-1110.
- Sart, G. (2020). "Bireysel girişimcilik eğilimi ölçeğinin geliştirilmesi: geçerlik ve güvenirlik çalışması". *International Journal of Applied Economic and Finance Studies*, 5(1): 58-73.
- Sart, G., Sezgin, F. H., & Demır, N. (2018). "Mobbingin Mesleki Tükenmişlik Algısı Üzerine Etkileri: Kadın Akademisyenler Örneği". *Beykoz Akademi Dergisi*, 6(1):118-135.
- Sezgin, F. H. & Kınay, B. (2010). "A Dynamic Factor Model for Evaluation of Financial Crises in Turkey". *Bulletin De la Societe des Sciences Medicales*, No: 1/10: 109-117.
- Sezgin, F. H. (2016). "Bayesci Faktör Analizi ve Maslach Tükenmişlik Envanteri Uygulaması". *International Conference on Scientific Cooperation for the Future in the Social Sciences (USAK) Bildiriler Kitabı*, 1283-1296.
- Shalley, C. E., Zhou, J., & Oldham, G. R. (2004). "The effects of personal and contextual characteristics on creativity: Where should we go from here?". *Journal of Management*, 30(1): 933-958.
- Şahin, F. & Danışman, Ş. (2017). "Yaratıcı Kişilik Özellikleri Ölçeği: Güvenirlik ve Geçerlik Çalışması", *Karabük Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7 (2):747-760.
- Utama, F. P., & Purba, D. E. (2019). "Proactivity and Employee Creativity: Mediator Roles of Feedback-Seeking Behavior and Moderating Effect of Task Feedback". In *2nd International Conference on Intervention and Applied Psychology (ICIAP 2018)* (pp. 835-846). Atlantis Press.
- Qian, M., Plucker, J. M. & Shen, J. (2010). "A Model of Chinese Adolescents' Creative Personality", *Creativity Research Journal*, 22(1): 62-67.
- Wang, K., & Wang, Y. (2018). "Person-environment fit and employee creativity: the moderating role of multicultural experience". *Frontiers in psychology*, 9(1): 1-11.
- Yoon, S. W., Song, J. H., Lim, D. H., & Joo, B. K. (2010). "Structural determinants of team performance: The mutual influences of learning culture, creativity, and knowledge". *Human Resource Development International*, 13(3): 249-264.

- Yüksek Öğretim Kurumu (YÖK), Akademisyen Sayısı İstatistikleri, <https://istatistik.yok.gov.tr/> (19.10.2021).
- Zhang, Y., And Long, L. R. (2013). “Effects of person-job fit and job insecurity on employees’ creativity: test of a mediated moderator model”. Nankai Bus. Rev., 5(1): 16-25.