

# Çalışanların Özyeterlilik Düzeyinin Yaratıcı ve Yenilikçi İş Davranışlarına Etkisi: Farklı Sektörlerde Faaliyet Gösteren Örgütler Üzerinden Karşılaştırmalı Bir Değerlendirme

## The Effect of Employees' Level of Self-Efficacy on Their Creative and Innovative Work Behaviors: A Comparative Evaluation of Organizations in Different Sectors

Gülşah VURAL ÖZKAN, İstanbul Bilgi Üniversitesi, Türkiye, gulsahvural@gmail.com

*Öz: Bu araştırma çalışanların özyeterlilik düzeyinin çalıştıkları örgütte sergiledikleri yaratıcı ve yenilikçi davranışlara etkisini saptamayı amaçlamaktadır. Buradan hareketle perakende, finans, enerji ve havacılık sektörlerinde faaliyet gösteren dört örgütün çalışanlarının özyeterlilikleri ile yaratıcı ve yenilikçi iş davranışlarının sıklığı tarama türünde bir araştırma ile değerlendirilmiştir. Kişisel beyana dayalı toplanan bu veriler sosyal beğenilirlik etkisinden arındırılmak amacıyla düzeltilmiştir. Araştırma sonuçları, çalışanların özyeterlilik düzeyinin hem yaratıcı hem de yenilikçi iş davranışlarını olumlu yönde etkilediğini; ancak özyeterliliğin yaratıcı iş davranışlarına etkisinin yenilikçi iş davranışlarına etkisinden daha güçlü olduğunu göstermiştir. Bununla birlikte havacılık ve enerji sektörü çalışanlarının finans ve perakende sektörü çalışanlarından daha yüksek düzeyde yaratıcılık; yine havacılık sektörü çalışanlarının finans ve perakende sektörü çalışanlarından daha yüksek düzeyde yenilikçilik sergilediği saptanmıştır. Özyeterlilik ve sektör arasında yaratıcı ve yenilikçi iş davranışlarına etkileri açısından iki yönlü bir etkileşim bulunamamıştır.*

*Anahtar Sözcükler: Özyeterlilik, Yaratıcı İş Davranışları, Yenilikçi İş Davranışları, Yaratıcılık, Yenilikçilik, Sosyal Beğenilirlik*

*Abstract: The present study aims to determine the effect of employees' level of self-efficacy on their creative and innovative work behaviors. From this point of view; retail, finance, energy and aviation employees' self-efficacy, creative and innovative work behaviors were evaluated with a survey research. Self-reported data were corrected to control social desirability bias. The results show that employees' level of self-efficacy has a positive effect on their creative work behavior as well as innovative work behaviors. However self-efficacy has a larger effect on creative work behaviors than it has on innovative work behaviors. In addition, it is found that employees in aviation and energy sectors show greater creativity than employees in retail and finance sectors where as aviation employees show greater innovativeness than retail and finance employees. Besides, interaction effect between self-efficacy and sector on creative and innovative work behaviors was not found to be significant.*

*Keywords: Self-Efficacy, Creative Work Behaviors, Innovative Work Behaviors, Creativity, Innovativeness, Social Desirability*

### 1. Giriş

Örgütlerin yaşamını sürdürme, büyüme, daha iyi ürün ve hizmet üretme gibi amaçlarına ulaşabilmeleri; çalışanların yenilikçilik düzeyinin belirlenmesinin yanı sıra yaratıcı potansiyellerinin ortaya çıkarılıp ondan yeterince yararlanılmasını kapsamaktadır. Örgütlerin rekabet üstünlüğü sağlamanın yanında çalışanların yaratıcı ve yenilikçi davranışlarının yanında pozitif özelliklerinin de oldukça önemli olduğu düşünülmektedir. Bu doğrultuda, araştırmacılar (Luthans 2002, 2008; Cameron 2007) son yıllarda pozitif örgütsel yaklaşımlara odaklanmıştır. İlk kez Sosyal Bilişsel Teori (1986) kapsamında ortaya koyulan özyeterlilik kavramı, örgütsel çalışmalara Pozitif Örgütsel Davranış (2002) yaklaşımı ile adapte edilmiştir. Fred Luthans'ın öncülüğü ile başlayan Pozitif Örgütsel Davranış yaklaşımı işyerinde zayıflıklara odaklanmak yerine güçlü yönleri öne çıkarmanın önemini savunmaktadır. Pozitif Örgütsel Davranış yaklaşımında özyeterlilik, Sosyal Bilişsel Teori'de olduğu gibi bir kişilik özelliği olarak değil; değişime ve gelişime açık durumsal bir özellik olarak değerlendirilmektedir. Bu yaklaşım kapsamında ele alınan pozitif kavramlar gibi özyeterliliğin de olumlu örgütsel çıktılar elde edilmesine katkı sağladığı düşünülmektedir. Bu çalışmada ise çalışanların özyeterlilik düzeyinin yaratıcı ve yenilikçi iş davranışları üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Çalışanların özyeterlilik düzeylerinin onların yaratıcı ve yenilikçi davranışlarına ne düzeyde katkı sağladığının ilgi çekici bir konu olduğu düşünülmektedir; çünkü beklenen etkinin bulunması halinde, özellikle yaratıcı ve yenilikçi davranışların kritik olduğu işlerde örgütlerin aday ve çalışanlarını özyeterlilik açısından değerlendirmelerinin önemi ortaya koyulacaktır. Özyeterliliğin değiştirilebilir ve gelişime açık bir yapı olması bu yapının incelenmesinin önemini arttırmaktadır. Buna göre çalışanların yüksek özyeterlilik kazanmaya yönelik eğitilmesi ve geliştirilmesi ile yaratıcı ve yenilikçi davranışlar sergilemeleri sağlanabilir. Araştırmada ayrıca çalışanların özyeterlilik düzeyi ile çalıştıkları sektör arasında, yaratıcı ve yenilikçi iş davranışlarına etkileri açısından bir etkileşim olup olmadığı incelenmiştir. Çalışmada toplanan tüm veriler sosyal beğenilirlik etkisinin kontrol edilmesi amacıyla düzeltilerek son haline getirilmiştir.

## 2. Teorik Çerçeve

### 2.1. Özyeterlilik

Pozitif Örgütsel Davranış yaklaşımında ele alınan yapılardan biri olan özyeterlilik, yazına ilk kez Sosyal Bilişsel Teori'nin (Bandura 1986; Bandura 1997; Bandura 2001), ana unsurlarından biri olarak tanıtılmıştır. Kısaca kendini yeterli bulma şeklinde ifade edilen özyeterlilik kavramı Albert Bandura tarafından “bireylerin olası durumlar ile başa çıkabilmek için gerekli olan eylemleri ne kadar iyi yapabildiklerine ilişkin yargıları” olarak tanımlanmıştır (Bandura 1982, 122). Bu kavramın tanımı 1990'lı yılların sonunda örgütsel psikologlar Stajkovic ve Luthans tarafından “belirli sonuçları elde etmek için motivasyonu ve bilişsel kaynakları harekete geçirmek doğrultusunda bireyin kendi yetenek ve yetkinliğine olan inancı” şeklinde yapılmıştır (Stajkovic ve Luthans 1998, 66). Özyeterlilik bireyin performansını harekete geçiren bilişsel bir faktördür. Yüksek özyeterlilik düzeyine sahip olan bireyler kendilerine mücadele içeren zorlayıcı hedefler belirler, görevlerini devam ettirmede azimlidir ve engellerle baş etmede çeşitli yollar geliştirebilirler (Luthans ve Youssef 2004, 153). Özyeterlilik koşullara bağlı olarak değişen ve belli bir görevi yerine getirirken ortaya çıkan durumsal bir özelliktir (Hefferon ve Boniwell 2011, 105; Luthans 2002, 60). Özyeterlilik, bireyin zaman içinde yeni bilgiler ve deneyimler kazanmasıyla değişip gelişmeye açıktır (Luthans 2008, 204).

Bandura, özyeterlilik kazanımını dört kaynağa dayandırmaktadır: (1) Üstünlük deneyimi (mastery experiences), (2) Modelleme (vicarious experiences/modelling) (3) Sosyal ikna (social persuasions) (4) Fizyolojik ve psikolojik olarak hazır olma. (Bandura 1982). Üstünlük deneyimi kişinin bireysel başarılarından elde ettiği deneyimleri ifade eder. Özyeterlilik inancının oluşturan en güçlü kaynak budur, çünkü başarı ile ilgili doğrudan bilgiyi içerir. Bu kaynağa iş başı eğitimler örnek gösterilebilir. Başkalarının tecrübelerinden, dolaylı olarak öğrenilenler veya model alma yoluyla kazanılan yaşantılar da özyeterlilik kazanımı için kaynak olarak işlev görebilmektedir. Mentorluk ve koçluk uygulamaları da bu kaynağa örnek gösterilebilir. Bireysel yaşantılar ya da modellenen davranışlar kadar güçlü olmasa da kişinin, diğer insanlar tarafından bir görevi başarabileceği yönünde cesaretlendirilmesi de özyeterliliğini arttıran bir unsur olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu; cesaretlendirme pozitif geribildirim, grup desteği, saygı ya da güven yoluyla sunulabilir. Tüm bunların yanında kişinin olumlu bir fiziksel ve ruhsal durumunda olmasının özyeterlilik geliştirme açısından sağlam bir önkoşul sağladığında kuşku yoktur (Luthans 2008, 207; Luthans ve Youssef 2007, 329). Pozitif Örgütsel Davranış araştırmacıları özyeterliliği arttırmak için Bandura'nın kuramını temel alan çeşitli uygulamalar yürütmektedir (Luthans, Avey, Avolio, Norman ve Combs 2006; Luthans, Avey ve Patera 2008; Luthans, Avey, Avolio ve Peterson 2010). Özyeterlilik ve pozitif psikolojik sermayenin diğer boyutları için geliştirilen bu uygulamaların tümüne Psikolojik Sermaye Müdahaleleri (Psychological Capital Interventions – PCI) adı verilmektedir (Luthans, Avey, Avolio, Peterson 2010, 41). Yapılan çalışmalarda, geliştirilen uygulama ve eğitimlerin özyeterliliği arttırdığı saptanmıştır (Luthans, Avey, Avolio, Norman ve Combs 2006, 387; Luthans, Avey, Avolio, Peterson 2010, 5). Bilişsel süreçler bu kavramın gelişiminde etkili olabilmektedir. Sonuç olarak sadece başarılı bir performans otomatik olarak özyeterlilik duygusunu arttırmamaktadır. Bireyin bu durumları nasıl anladığı ve bilişsel süreçleri nasıl değerlendirdiği önemlidir (Özkalp 2009, 493).

Özyeterlilik ile çeşitli örgütsel değişkenler arasında ilişki olduğunu gösteren pek çok araştırma bulunmaktadır. Bu değişkenlerden bazıları; işe yönelik tutumlar (Luthans, Zhu ve Avolio 2006), etkili liderlik (Luthans, Luthans, Hodgetts ve Luthans 2001) ve girişimcilik (Luthans ve Ibrayeva 2006). Meta analiz çalışmalarının bulguları da özyeterliliğin performans ile çok güçlü ilişkisi bulunduğunu göstermektedir (Bandura ve Locke 2003; Stajkovic ve Luthans 1998). Ülkemizde özyeterlilik ile ilgili yapılan çalışmalara bakıldığında, tükenmişlik (Bolat 2011), öğrenme performansı (Kotaman 2008), kontrol odağı (Çetin 2011) gibi kavramlar üzerinde çalışıldığı görülmektedir.

### 2.2. Yaratıcı ve Yenilikçi Davranışlar

Çok değişik tanımlamaları olmakla beraber “bilginin kullanılarak olmayan bilginin üretilmesine yaratıcılık, yeni bir uygulama ya da yeni fikirlerin yaygın anlamda kullanılarak pratiğe uygulanmasına” yenilikçilik denilebilir (Özçer 2005, 13). Araştırmacılar yaratıcılığı yeni ve yararlı fikirlerin üretimi, yeniliği ise bu fikirlerin gerçekleştirilmesi süreci olarak tanımlamakta uzlaşmaktadırlar (Özbağ 2012, 146). Çalışanın yaratıcılığı genellikle yenilikçiliğin başlangıç noktası olarak tanımlanır (Zhou ve George 2001, 683). “Yaratıcılık yenilik getiren bir faaliyettir; yenilik ise yaratıcılığın görünen somut ve cisimsel sonucudur” (İraz 2005, 78). Araştırmalara göre yaratıcı ve yenilikçi davranışlar neredeyse tüm sektörler (Shalley ve Gilson, 2004: 33) ve tüm örgüt tipleri için gereklidir (Damanpour, 1991: 557).

Çalışanların bireysel yenilikçiliğinden bahsetmek için yazında sıklıkla yenilikçi iş davranışları kavramı kullanılmıştır (Jafri 2010, 64). Bu davranışlar, çalışanın örgütün üretkenliğini arttırmak için yeni yollar bulma konusundaki istekliliğidir (Cho ve Lee 2007, 1487). Bu tür davranışlara örnek olarak yeni teknolojilerin araştırılması, hedeflere ulaşmak için yeni yolların önerilmesi, yeni iş yapma yöntemlerinin uygulanması, yeni fikirlerin uygulanabilmesini sağlayacak kaynakların aranması gösterilebilir (Yuan ve Woodman 2010, 324). Yaratıcı iş davranışları kavramı ise fikir üretme/benimseme aşamasının fikir üretme kısmında yer alan davranışları tanımlamak için kullanılmaktadır. Yaratıcı iş davranışları çoğu zaman yenilikçi davranışın bir türü olarak kabul edilmektedir (Yuan ve Woodman 2010, 324).

Yaratıcı ve yenilikçi davranışların, tek boyutlu mu yoksa çok boyutlu mu bir yapı olduğu konusunda çeşitli görüşler bulunmaktadır. Bu davranışları tek boyutlu ele alan çalışmalar sürecin aşamaları olduğunu kabul etse de bu aşamaların ayrı faktörler olarak birbirinden ayrılmadığını savunmuştur. Bu çalışmalara örnek olarak Scott ve Bruce (1994), Bunce ve West (1995), Spreitzer (1995), Basu ve Green (1997), Scott ve Bruce (1998), Janssen (2000), Kleysen ve Street

(2001) gösterilebilir. Krause (2004) ve Dorenbosch ve diğerleri (2005) ise yaratıcı ve yenilikçi davranışları iki faktör olarak ele almış. İlk faktörün yaratıcı davranışlardan ikinci faktörün ise yeni fikirleri uygulamaya yönelik davranışlardan oluştuğunu öne sürmüştür (De Jong ve Den Hartog 2010, 26).

Bu çalışmada yaratıcı iş davranışlarının ve yenilikçi iş davranışlarının farklı süreçler olduğu görüşüne uygun olarak; yaratıcı fikirlerin üretildiği evre “yaratıcı iş davranışları”, yaratıcı fikirlerin uygulandığı evre ise “yenilikçi iş davranışları” olarak ele alınmıştır.

### 2.3. Özyeterlilik ile Yaratıcı ve Yenilikçi Davranışlar

Özyeterliliğin yaratıcılık ve yenilikçilik ile olan ilişkisi genellikle risk alma üzerinden açıklanmıştır. Yaratıcı olabilmek için başarısızlıktan korkmamak ve risk almak gerekir (Akın 2010, 215). Yaratıcılığın ve yenilikçiliğin riskli bir aktivite olmasının nedeni yeni fikirlerin ve eylemlerin başarısızlıkla sonuçlanma olasılığının bulunmasıdır. Buna göre özyeterlilik düzeyi yüksek olan bireylerin yaratıcı görevler gibi riskli ve zorlayıcı aktivitelerin sorumluluğunu alması olasıdır (Sweetman, Luthans, Avey ve Luthans 2011, 6; Gupta 2014, 656).

Özyeterlilik kapasitesinin kişinin performansını, buluş becerisi ve bireysel kaynakların zenginliği aracılığı ile etkilediği düşünülmektedir (Sweetman, Luthans, Avey ve Luthans 2011, 6). Bu görüşe uygun olarak, farklı sektörlerdeki örgütlerde çalışan 899 bireyin katıldığı A.B.D’de yapılan bir çalışmada (Sweetman, Luthans, Avey ve Luthans 2011) özyeterlilik düzeyi ile yaratıcı performans arasında 0.21 düzeyin olumlu yönde ilişki saptanmıştır. Üretim sektöründe çalışan mavi yakalı ve bilişim sektöründe çalışan beyaz yakalı iki örneklem üzerinden yapılan bir çalışmada (Tierney ve Farmer 2002) ise özyeterlilik yaratıcılık ile ilişkili bulunmuştur. Bununla birlikte bilişim sektöründe çalışanların özyeterliliği ile yaratıcılık düzeyi arasındaki ilişki 0.24 olarak saptanmışken, üretim sektöründe çalışanların özyeterliliği ile yaratıcılık düzeyi arasındaki ilişki ise 0.17 olarak bulunmuştur. Buna göre teknoloji gerektiren işlerde özyeterliliğin yaratıcılık üzerinde etkisinin diğer sektörlerde göre yüksek olabileceği düşünülebilir.

Tayvan’da yer alan bir işletmede, bir proje takımının çalışanlarının özyeterlilik ve yaratıcılık yeteneği ile ilişkisinin incelendiği bir çalışmada (Hsu, Hsu ve Chiu 2012) özyeterliliğin çalışanların rol içi (projenin gerektirdiği görevlerde) ve rol dışı (proje takımı dışındaki çalışmalarında) yaratıcılıklarını olumlu yönde etkilediği bulunmuştur. Pakistan’da farklı sektörlerde çalışan kişilerin katıldığı bir çalışmada (Abbas ve Raja 2015) ise çalışanların özyeterlilik düzeyi ile yenilikçi performansı arasında düşük düzeyde pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir.

Türkiye’de Yasa ve Şahin tarafından yapılan ve resim öğretmenliği öğrencilerinin katıldığı çalışmada ise resim öğretmenliği öğrencilerinin öğretmenlik mesleğine yönelik sahip oldukları özyeterlilik inançları ile yaratıcılık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır (Yasa ve Şahin 2012, 67).

## 3. Metodoloji

Çalışmanın bu bölümünde araştırmanın amacı ve önemi, araştırmanın hipotezleri, araştırmanın örnekleme, veri toplama yöntemi ve araçları, verilerin analizi ve analizlerin sonuçları sunulacaktır.

### 3.1. Hipotezler

Araştırmanın hipotezleri aşağıda sunulmaktadır.

H1= Çalışanların özyeterlilik düzeyi yaratıcı iş davranışları sergileme düzeyini yordamaktadır.

H2=Çalışanların özyeterlilik düzeyi yenilikçi iş davranışları sergileme düzeyini yordamaktadır.

H3=Çalışanların yaratıcı iş davranışları sergileme düzeyi çalıştıkları örgütün faaliyet gösterdiği sektöre göre farklılık göstermektedir.

H4= Çalışanların yenilikçi iş davranışları sergileme düzeyi çalıştıkları örgütün faaliyet gösterdiği sektöre göre farklılık göstermektedir.

H5=Çalışanların özyeterlilik düzeyi ve çalıştıkları sektör yaratıcı iş davranış sergilemeleri üzerinde etkileşimli bir etkiye sahiptir.

H6=Çalışanların özyeterlilik düzeyi ve çalıştıkları sektör yenilikçi iş davranış sergilemeleri üzerinde etkileşimli bir etkiye sahiptir.

### 3.2. Örneklem

Araştırma, kolayda örnekleme tekniği ile Marmara Bölgesi’nde farklı sektörlerde faaliyet gösteren ikisi çok uluslu, ikisi ise ulusal sahiplik yapısında dört örgütün çalışanları ile gerçekleştirilmiştir. Çalışmaya katılan örgütlerin tümü özel teşebbüs ile kurulmuş olup perakende, finans, enerji ve havacılık sektörlerinde hizmet vermektedir. Örgütlere teslim edilen 250 adet anketten 214’ünden geri dönüş sağlanmıştır. 214 anketten ise 2’si geçersiz kabul edildiği için değerlendirilmeye alınmamıştır. Buna göre çalışmaya katılım oranı %84,8 olarak belirlenmiştir.

### **3.3. Veri Toplama Yöntemi**

Araştırma tarama türünde bir araştırma olup veri toplama yöntemi olarak anket kullanılmıştır. Bu anket, araştırma değişkenlerini ölçmek üzere önceden geliştirilmiş iki adet ölçek, sosyal beğenilirliği saptamak amacıyla oluşturulmuş bir ölçek ve araştırmacı tarafından üretilmiş bir adet demografik soru formundan oluşmaktadır. Veri toplanacak örgütlerin İnsan Kaynakları Bölümü yöneticilerine telefon ya da e-posta adresleri aracılığı ile ulaşılmış ve çalışmanın amacı açıklanmıştır. Anketin uygulanmasına onay alındıktan sonra anket formu, örgütlerin ikisine posta yoluyla gönderilmiş ve çalışanlar tarafından doldurulan anketler yine posta yoluyla teslim alınmıştır. İki örgüte ise anket formları elden iletilmiş ve veri toplama çalışması araştırmacı tarafından yapılmıştır. Anket formuna bir kapak mektubu eklenerek araştırmanın gönüllü katılım temelli olduğu, bireysel verilerin gizli tutulacağı ve sadece akademik amaçlar için kullanılacağı belirtilmiştir.

### **3.4. Ölçüm Araçları**

#### **3.4.1. Özyeterliliğin Ölçülmesi**

Araştırmada özyeterlilik değişkeninin ölçümü için Luthans ve arkadaşları tarafından geliştirilen (Luthans, Avolio, Avey ve Norman, 2007) ve Vural Özkan (2016) tarafından Türkçe'ye uyarlanan Psikolojik Sermaye Ölçeği (Psychological Capital Questionnaire, PCQ) ölçeğinin Özyeterlilik Alt Ölçeği kullanılmıştır. 24 maddeden oluşan Psikolojik Sermaye Ölçeği'ndeki 6 madde özyeterlilik, 6 madde umut, 6 madde iyimserlik, 6 madde dayanıklılık boyutlarını değerlendirmektedir. Ölçeğin Türkçe'ye uyarlama çalışması sonucunda Özyeterlilik Alt Ölçeği'ne, Umut Alt Ölçeği'nden bir madde aktarılması nedeniyle bu çalışmada özyeterlilik değişkeni 7 madde ile ölçümlenmiştir. "Örgütün stratejisi hakkındaki tartışmalara katılma konusunda kendime güvenirim" maddesi ölçekte yer alan ifadelerden biridir. Ölçekteki maddelerin değerlendirilmesi için 6'lı Likert tipi ölçek (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 6=Kesinlikle Katılıyorum) kullanılmıştır. Ölçek maddeleri çalışanların kendilerini değerlendirmelerine yönelik ifadelerden oluşmaktadır. Bu çalışmada ölçeğin Cronbach Alpha güvenirlik değeri 0,906 olarak saptanmıştır.

#### **3.4.2. Yaratıcı ve Yenilikçi İş Davranışlarının Ölçülmesi**

Yaratıcı ve yenilikçi iş davranışlarının ölçülmesi için De Jong ve Den Hartog (2010) tarafından geliştirilen Yenilikçi İş Davranışları Ölçeği kullanılmıştır. Ölçek maddeleri çalışanların kendilerini değerlendirmelerine yönelik ifadeler içermektedir. Ölçekteki ifadeler, 5'li Likert tipi ölçek (1=Hiçbir Zaman, 5=Her Zaman) üzerinden değerlendirilmiştir. 10 maddeden oluşan ölçeğin araştırmacılar tarafından yapılan geçerlilik analizinde ölçek maddelerinin yaratıcı iş davranışları ve yenilikçi iş davranışları isimli iki alt faktör olarak ele alındığı modelin geçerli olduğu ortaya koyulmuştur (De Jong ve Den Hartog, 2010: 30). Ölçeğin Vural Özkan (2016) tarafından gerçekleştirilen Türkçe'ye uyarlama çalışmasında iki faktörlü model desteklenmiş ancak 1 numaralı maddenin (Günlük işlerimin parçası olmayan konulara dikkat gösteririm) ölçeğin Türkçe formundan çıkarılması uygun görülmüştür. Bu nedenle çalışmada yaratıcı ve yenilikçi iş davranışları 9 madde ile değerlendirilmiştir. "İşlerin yapılışı ile ilgili yeni yaklaşımlar bulurum" ifadesi ölçekte kullanılan maddelerden biridir. Ölçeğin, bu çalışmada saptanan Cronbach Alpha güvenirlik değeri 0,923'tür.

#### **3.4.3. Sosyal Beğenilirliğin Ölçülmesi**

Araştırmada özyeterlilik ile yaratıcı ve yenilikçi iş davranışları değişkenlerinin kişilerin kendilerini değerlendirmeleri ve kişisel beyanlarına dayalı araçlar ile ölçülmesi, katılımcıların soru formlarını yanıtlarken sosyal beğenilirlik yanlılığının etkisinde kalmış olabileceğini düşündürmektedir. Bu nedenle araştırmaya katılanların onaylanma ihtiyacına (Crowne ve Marlowe, 1964) bağlı olarak soru formlarına gerçek durumlarını yansıtmayan olumlu yanıtlar verme olasılığı dikkate alınarak araştırma anketine Sosyal Beğenilirlik Ölçeği'nin eklenmesi uygun görülmüştür. Crowne ve Marlowe (1964) tarafından geliştirilen ve 33 maddeden oluşan ölçek, kullanılan ölçüm aracındaki sosyal beğenilirlik etkisini kontrol etmeyi amaçlamaktadır. "Evdeki sofrada adabım, lokantadaki kadar iyidir" ifadesi ile ölçekte kullanılan maddelere örnek verilebilir. Ölçekteki maddelere "Evet" ve "Hayır" seçenekleri ile cevap verilmektedir. Ölçekten elde edilebilecek en yüksek puan 33 (yüksek sosyal beğenilirlik), en düşük puan ise 0'dır (düşük sosyal beğenilirlik). Bu çalışmada ölçeğin Işık (2001) tarafından Türkçe'ye uyarlanmış olan soru formu kullanılmıştır.

### **3.5. Verilerin Analizi**

Araştırmanın verileri SPSS 22.0 for Windows paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Anketi yanıtlayanların demografik özelliklerinin ve araştırma değişkenlerinin tanımlanması amacıyla tanımlayıcı analizler (frekans dağılımı, yüzde dağılımı, minimum, maksimum, aritmetik ortalama, standart sapma) gerçekleştirilmiştir. Sosyal beğenilirliğe bağlı puan düzeltmelerini yapabilmek için Pearson korelasyon analizi uygulanmıştır. Araştırmada yer alan hipotezlerin sınanması için ise Pearson korelasyon, doğrusal regresyon, bağımsız örneklem t-testi, tek yönlü ve çoklu varyans analizleri kullanılmıştır.

### 3.6. Bulgular

#### 3.6.1. Demografik Bulgular

Katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek için frekans dağılımlarından yararlanılmıştır. Demografik bulguların ayrıntıları Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Özellikleri

<i>Cinsiyet</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzdelerik Değer</i>	<i>N</i>
Kadın	80	39,2	204
Erkek	124	60,8	
<i>Yaş</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzdelerik Değer</i>	<i>N</i>
20-29 arası	95	47,3	201
30-35 arası	72	35,8	
36-45 üstü	34	16,9	
<i>Eğitim Düzeyi</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzdelerik Değer</i>	<i>N</i>
Lise	9	4,4	204
Önlisans/Yükseköğül	24	11,8	
Lisans	131	64,2	
Lisans üstü	40	19,6	
<i>Yöneticilik Görevi</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzdelerik Değer</i>	<i>N</i>
Var	33	16,2	202
Yok	171	83,3	
<i>Çalışma Kıdemi</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzdelerik Değer</i>	<i>N</i>
5 ve altı	82	40,6	202
6-10 arası	62	30,7	
11-15 arası	37	18,3	
16-35 arası	21	10,4	
<i>Sektör</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzdelerik Değer</i>	<i>N</i>
Enerji	72	34,0	212
Finans	58	27,4	
Perakende	49	23,1	
Havacılık	33	15,6	
<i>Sahiplik Yapısı</i>	<i>Frekans</i>	<i>Yüzdelerik Değer</i>	<i>N</i>
Ulusal	130	61,3	212
Çok uluslu	82	38,7	

Araştırmaya katılan 212 kişinin tümü demografik soru formundaki sektör ve sahiplik yapısı maddelerine yanıt vermiştir. 8 katılımcı cinsiyet ve eğitim düzeyi, 10 katılımcı yöneticilik görevi ve çalışma kıdemi, 11 katılımcı ise yaş maddesini cevapsız bırakmıştır. Araştırmaya katılan kişilerin 80’inin (%39,2) kadın, 124’ünün (%60,8) ise erkek olduğu saptanmıştır. Anketi yanıtlayan kişilerin %47,3’ünün (95 kişi) 30 yaşın altında çalışanlardan oluştuğu görülmektedir. Katılımcıların %64,2’sinin (131 kişi) lisans mezunu olduğu saptanmıştır. Ankete katılan kişilerin 33’ünün (%16,2) yöneticilik görevi bulunurken, 171’sinin (%83,3) ise yöneticilik görevinin bulunmamaktadır. Katılımcıların toplam çalışma kıdemlerine bakıldığında ise katılımcıların çoğunluğunun (%71,3) 10 yıl ve altında çalışma kıdemi olduğu görülmektedir. Ankete katılan kişilerin çalıştıkları sektörler incelendiğinde 72 kişinin (%34,0) enerji, 58 kişinin (%27,4) finans, 49 kişinin (%23,1) perakende, 33 kişinin (%15,6) ise havacılık sektörlerinde çalıştıkları görülmektedir. Katılımcılar çalıştıkları işletmelerin sahiplik yapısına göre gruplandırıldığında 82 (%38,7) kişinin ulusal yapıda işletmelerde, 130 (%61,3) kişinin ise çok uluslu yapıda işletmelerde çalıştığı saptanmıştır.

#### 3.6.2. Tanımlayıcı İstatistikler

Bu bölümde araştırmanın değişkenlerine ait tanımlayıcı istatistikler sunulmaktadır. Bu kapsamda özyeterlilik, yaratıcı ve yenilikçi iş davranışları, sosyal beğenilirlik anketlerinin sorularına araştırmaya katılan 212 kişi tarafından verilen cevapların minimum, maksimum, aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri saptanmıştır. Sosyal beğenilirlik sorularına verilen yanıtlardan elde edilen tanımlayıcı istatistikler bir sonraki bölümde açıklanacak olan puan düzeltme prosedüründe kullanılmıştır. Araştırma örnekleminde içinde en düşük sosyal beğenilirlik puanının 7, en yüksek sosyal beğenilirlik puanının ise 29 olduğu görülmektedir. Katılımcıların ortalama sosyal beğenilirlik düzeyi ise 20,75 olarak saptanmıştır. Tüm değişkenlere dair tanımlayıcı istatistikler Tablo 2’de gösterilmektedir.

Tablo 2. Araştırma Değişkenlerine Dair Tanımlayıcı İstatistikler

<i>Değişken</i>	<i>Minimum</i>	<i>Maksimum</i>	<i>Ortalama</i>	<i>Standart Sapma</i>	<i>N</i>
<i>Özyeterlilik</i>	2,29	6,00	5,06	0,74	212
<i>Yaratıcı İş Davranışları</i>	1,00	5,00	3,99	0,73	
<i>Yenilikçi İş Davranışları</i>	1,00	5,00	3,71	0,78	
<i>Sosyal Beğenilirlik</i>	7,00	29,00	20,75	4,87	

### 3.6.3. Sosyal Beğenilirliğe Dayalı Puan Düzeltmeleri

Geliştirilen soru formlarının, Sosyal Beğenilirliğe bağlı standart bir ölçüm hatasından korunmasını sağlamak amacıyla, Smith (1967) tarafından önerilen prosedüre göre aşağıdaki adımların izlenmesi gerekmektedir (Işık, 2001):

- Sosyal Beğenilirlik Ölçeği'nden alınan toplam puan bulunur.
- Toplam sosyal beğenilirlik puanı ile araştırmada kullanılan ölçek maddeleri arasında korelasyona bakılır. Yüksek korelasyon gösteren maddeler, düzeltilmesi gereken maddelerdir.
- Düzeltilmesi gereken maddelerin belirlenmesinin ardından, sosyal beğenilirlik puanı yüksek deneklerin belirlenmesi gerekir. Genel dağılım içinde, belirli bir kesme noktası (yüzdeler dilim, grup ortalaması değeri gibi) seçilerek, bu kriter açısından yüksek sosyal beğenilirlik puanına sahip kişiler belirlenir.
- Sosyal beğenilirlik puanı yüksek deneklerin, sosyal beğenilirlik puanı yüksek maddelere vermiş olduğu cevapların düzeltilmesi gerekmektedir. Bu amaçla, bu deneklerin cevapları, sosyal beğenilirliğin yüksek olduğu uçtan bir kademe aşağı çekilerek tekrar kodlanır.

“Özyeterlilik” ile “Yaratıcı ve Yenilikçi Davranışlar” soru formları verileri üzerinde gerekli düzeltmeler yapılması için yukarıda belirtilen prosedür izlenmiştir. Bu doğrultuda uygulanmış olan korelasyon analizinin sonuçları Tablo 3'te ve Tablo 4'te sunulmaktadır.

Tablo 3. Özyeterlilik ile Sosyal Beğenilirlik Puanlarının Korelasyon Analizi Sonuçları

		<i>Sosyal Beğenilirlik Toplam</i>
<i>Özyeterlilik Madde 1</i>	Pearson Korelasyonu	0,307
	Anlamlılık (2 yönlü)	0,000
<i>Özyeterlilik Madde 2</i>	Pearson Korelasyonu	0,250
	Anlamlılık (2 yönlü)	0,000
<i>Özyeterlilik Madde 3</i>	Pearson Korelasyonu	0,208
	Anlamlılık (2 yönlü)	0,002
<i>Özyeterlilik Madde 4</i>	Pearson Korelasyonu	0,196
	Anlamlılık (2 yönlü)	0,004
<i>Özyeterlilik Madde 5</i>	Pearson Korelasyonu	0,278
	Anlamlılık (2 yönlü)	0,000
<i>Özyeterlilik Madde 6</i>	Pearson Korelasyonu	0,216
	Anlamlılık (2 yönlü)	0,002
<i>Özyeterlilik Madde 7</i>	Pearson Korelasyonu	0,241
	Anlamlılık (2 yönlü)	0,000

Özyeterlilik Ölçeği'nin tüm maddeleri ile katılımcıların sosyal beğenilirlik toplam puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı korelasyonlar saptanmıştır. Özyeterlilik maddelerinin tümünde sosyal beğenilirlik etkisinin görüldüğü söylenebilir. Buna göre 7 madde için sosyal beğenilirlik puanı yüksek olarak belirlenmiş olan kişilerin verdikleri cevaplar bir puan aşağıya çekilmiştir. Düşük ve yüksek sosyal beğenilirlik düzeyini ayırt etmek grup ortalaması değeri (20,75) kesme noktası olarak kullanılmıştır.

Yaratıcı ve Yenilikçi İş Davranışları Ölçeği'nin tüm maddeleri ile katılımcıların sosyal beğenilirlik toplam puanları arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişki olduğu görülmektedir. Buna göre yaratıcı ve yenilikçi iş davranışları ölçeğinin maddelerinin tümünde sosyal beğenilirlik etkisi bulunmuştur. 9 maddenin her biri için sosyal beğenilirlik puanı yüksek olarak belirlenmiş olan kişilerin verdikleri cevaplar bir puan aşağıya çekilmiştir. Hipotez testleri katılımcıların düzeltilmiş puanları kullanılarak gerçekleştirilmiştir.

Araştırma değişkenlerinin ölçüldüğü araçların bütün maddeleri ile sosyal beğenilirlik puanlarının anlamlı düzeyde ilişkili bulunması katılımcıların anketi yanıtlarken gerçek durumlarını yansıtmayan olumlu yanıtlar vermiş olduğunu göstermektedir. Buna göre hipotez testlerinde katılımcıların düzeltilmiş puanlarının kullanılması, sonuçların sosyal beğenilirliğe bağlı bir ölçüm hatasından korunmasını sağlamıştır.

Tablo 4. Yaratıcı ve Yenilikçi İş Davranışları ile Sosyal Beğenilirlik Puanlarının Korelasyon Analizi Sonuçları

		Sosyal Beğenilirlik Toplam
Yaratıcı Davranışlar Madde 1	Pearson Korelasyonu	0,299
	Anlamlılık (2 yönlü)	0,000
Yaratıcı Davranışlar Madde 2	Pearson Korelasyonu	0,274
	Anlamlılık (2 yönlü)	0,000
Yaratıcı Davranışlar Madde 3	Pearson Korelasyonu	0,319
	Anlamlılık (2 yönlü)	0,000
Yaratıcı Davranışlar Madde 4	Pearson Korelasyonu	0,221
	Anlamlılık (2 yönlü)	0,001
Yenilikçi Davranışlar Madde 1	Pearson Korelasyonu	0,239
	Anlamlılık (2 yönlü)	0,000
Yenilikçi Davranışlar Madde 2	Pearson Korelasyonu	0,189
	Anlamlılık (2 yönlü)	0,006
Yenilikçi Davranışlar Madde 3	Pearson Korelasyonu	0,282
	Anlamlılık (2 yönlü)	0,000
Yenilikçi Davranışlar Madde 4	Pearson Korelasyonu	0,193
	Anlamlılık (2 yönlü)	0,005
Yenilikçi Davranışlar Madde 5	Pearson Korelasyonu	0,209
	Anlamlılık (2 yönlü)	0,002

### 3.6.4. Hipotez Testleri

Hipotez testlerini gerçekleştirebilmek için önce verilerin normal dağılıp dağılmadığına bakılmıştır. Çarpıklık değeri özyeterlilik için -0,998, yaratıcı davranışlar için -0,653 ve yenilikçi davranışlar için -0,226 bulunmuştur. Tabachnick ve Fidell'a (2013) göre -1,5 ile 1,5 arasındaki çarpıklık değeri verilerin normal dağıldığını göstermektedir.

Değişkenler arasındaki ilişkileri saptamak amacıyla yapılan Pearson korelasyon analizi Tablo 6'da verilmiştir. Özyeterlilik ile yaratıcı iş davranışları ve yenilikçi iş davranışları arasında pozitif yönlü anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ( $p=0,000$ ). Her iki korelasyon düzeyinin de Cohen'e (1988) göre yüksek etki düzeyine sahip olduğu tespit edilmiş ancak özyeterliliğin yaratıcı iş davranışları ile ilişkisinin ( $r=0,535$ ) yenilikçi iş davranışları ile ilişkisinden ( $r=0,498$ ) daha güçlü olduğu bulunmuştur. Buna göre Hipotez 1 ve 2'yi test etmenin uygun olduğuna karar verilmiştir.

Tablo 6. Özyeterlilik ile Yaratıcı ve Yenilikçi İş Davranışlarının Korelasyon Analizi Bulguları

		Yaratıcı İş Davranışları	Yenilikçi İş Davranışları
Özyeterlilik	Pearson Korelasyonu	0,535	0,498
	Anlamlılık (2 yönlü)	0,000	0,000

Hipotez 1 ve 2'yi test etmek için gerçekleştirilen basit regresyon analizi bulguları Tablo 7 ve Tablo 8'de verilmektedir. Tablo 7'ye göre çalışanların özyeterlilik düzeylerinin yaratıcı iş davranışlarını anlamlı düzeyde yordadığı saptanmıştır ( $p=0,000$ ). Buna göre Hipotez 1 desteklenmiştir. Özyeterliliğin, çalışanların yaratıcı iş davranışları gösterme düzeyindeki varyansın %28,3'ünü açıkladığı görülmektedir. Modele ilişkin tahmin denklemi şu şekilde ifade edilmektedir: Yaratıcı İş Davranışları = 1,165 + 0,535 (Özyeterlilik).

Tablo 7. Özyeterliliğin Yaratıcı İş Davranışları Üzerindeki Etkisini Gösteren Regresyon Analizi Bulguları

Bağımsız Değişken	B	Beta	t	p
Özyeterlilik	1,165	0,535	9,055	0,000

Bağımlı Değişken: Yaratıcı İş Davranışları  
( $R^2=0.283$ ,  $F(1,204)=81.987$ ,  $p=0.000$ )

Tablo 8. Özyeterliliğin Yenilikçi İş Davranışları Üzerindeki Etkisini Gösteren Regresyon Analizi Bulguları

<i>Bağımsız Değişken</i>	<i>B</i>	<i>Beta</i>	<i>t</i>	<i>p</i>
<i>Özyeterlilik</i>	0,821	0,498	8,250	0,000

Bağımlı Değişken: Yenilikçi İş Davranışları  
( $R^2=0.245$ ,  $F(1,206)=68.061$ ,  $p=0.000$ )

Tablo 8'e göre çalışanların özyeterlilik düzeyleri yenilikçi iş davranışlarını anlamlı düzeyde yordamaktadır ( $p=0,000$ ). Buna göre Hipotez 2'nin desteklendiği görülmektedir. Çalışanların özyeterlilik düzeyi, çalışanların yenilikçi iş davranışlarındaki varyansın %24,5'ini açıklamaktadır. Modele ilişkin tahmin denklemi şu şekilde ifade edilmektedir: Yenilikçi İş Davranışları = 0,821 + 0,498 (Özyeterlilik). Yapılan regresyon analizi sonucunda çalışanların özyeterlilik düzeyinin yaratıcı iş davranışları üzerindeki etkisinin ( $R^2=0,283$ ), yenilikçi iş davranışları üzerindeki etkisinden ( $R^2=0,245$ ) daha güçlü olduğu saptanmıştır.

Hipotez 3 ve 4'ü test etmek için gerçekleştirilen tek yönlü varyans analizinin bulguları Tablo 9'da gösterilmektedir. Tek yönlü varyans analizi sonuçlarına göre çalışanların yaratıcı iş davranışları sergileme düzeyleri çalıştıkları sektörler göre anlamlı düzeyde farklılık göstermektedir ( $p=0,008$ ). Bu bulgu Hipotez 3'ü desteklemektedir. İkili karşılaştırmalar LSD post-hoc testi ile gerçekleştirilmiş, enerji ve havacılık sektöründe çalışan katılımcıların finans ve perakende sektöründe çalışan katılımcılardan anlamlı olarak daha yüksek düzeyde yaratıcılık ortaya koyduğu saptanmıştır. Tek yönlü varyans analizi bulguları, çalışanların yenilikçi iş davranışları sergileme düzeylerinin de çalıştıkları sektörler göre anlamlı düzeyde farklılaştığını göstermektedir ( $p=0,028$ ). Buna göre Hipotez 4 desteklenmiştir. İkili karşılaştırmalar, yalnızca havacılık sektöründe çalışanların finans ve perakende sektöründeki çalışanlardan daha yüksek düzeyde yenilikçilik sergilediğini ortaya koymaktadır. Yaratıcılık düzeyi açısından finans ve perakende sektörleri çalışanlarından daha yüksek bir konumda yer alan enerji sektörü ise yenilikçilik açısından diğer sektörler bir üstünlük sergilememektedir.

Tablo 9. Sektörlere Göre Tek Yönlü Varyans Analizi Bulguları

<i>Bağımlı Değişken</i>	<i>Sektör</i>	<i>Ortalama</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
<i>Yaratıcı İş Davranışları</i>	Enerji	3,5729	4,078	0,008
	Finans	3,2629		
	Perakende	3,3085		
	Havacılık	3,6894		
<i>Yenilikçi İş Davranışları</i>	Enerji	3,2194	3,103	0,028
	Finans	3,0310		
	Perakende	3,0163		
	Havacılık	3,4788		

Hipotez 5 ve 6'yı test etmek için çoklu varyans analizi yapılmıştır. Varyans analizi yapabilmek için aralıklı ölçek üzerinde dağılmış özyeterlilik verileri önce kategorik hale dönüştürülmüştür. Bu amaçla ölçek puanlarının ortalaması ve standart dağılımları baz alınmış ve veriler düşük özyeterlilik ile yüksek özyeterlilik olarak iki kategoride yeniden kodlanmıştır. Analiz bulguları Tablo 10 ve 11'de sunulmaktadır.

Tablo 10. Yaratıcı Davranışlar Üzerindeki Etkisi Açısından Özyeterlilik ve Sektör Etkileşimini Gösteren Çoklu Varyans Analizi Bulguları

		<i>Kareler Toplamı</i>	<i>Serbestlik Derecesi</i>	<i>Ortalama Kare</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
<i>Ana Etki</i>	Özyeterlilik	11,762	1	11,762	27,517	0,000
	Sektör	3,692	3	1,231	2,879	,037
<i>İki Yönlü Etkileşim</i>	Özyeterlilik x Sektör	0,051	3	0,017	0,040	0,989
<i>Model</i>	-	20,301	7	2,900	6,785	0,000
<i>Hata</i>	-	84,636	198	0,427	-	-
<i>Toplam</i>	-	104,937	205	-	-	-

( $R^2= 0.165$ )

Tablo 10'da görüldüğü gibi yaratıcı iş davranışlarına etkileri açısından çalışanların özyeterlilik düzeyi ve çalıştıkları sektör arasında istatistiksel olarak anlamlı iki yönlü bir etkileşim bulunamamıştır. Bu bulgu Hipotez 5'i desteklememektedir.



Tablo 11. Yenilikçi Davranışlar Üzerindeki Etkisi Açısından Özyeterlilik ve Sektör Etkileşimini Gösteren Çoklu Varyans Analizi Bulguları

		<i>Kareler Toplamı</i>	<i>Serbestlik Derecesi</i>	<i>Ortalama Kare</i>	<i>F</i>	<i>p</i>
<i>Ana Etki</i>	Özyeterlilik	14,855	1	14,855	28,419	0,000
	Sektör	3,548	3	1,183	2,262	0,082
<i>İki Yönlü Etkileşim</i>	Özyeterlilik x Sektör	0,250	3	,083	0,159	0,923
<i>Model</i>	-	24,164	7	3,452	6,604	0,000
<i>Hata</i>	-	104,547	200	0,523	-	-
<i>Toplam</i>	-	2212,800	208	-	-	-

(R<sup>2</sup>= 0.159)

Tablo 11’de gösterilen analiz bulgularına göre yenilikçi iş davranışlarına etkileri açısından çalışanların özyeterlilik düzeyi ve çalıştıkları sektör arasında istatistiksel olarak anlamlı iki yönlü bir etkileşim bulunamamıştır. Bu bulgu sonucunda Hipotez 6 desteklenmemiştir.

#### 4. Tartışma

Araştırmanın sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde Hipotez 1, 2, 3, 4, 7 ve 8’in desteklendiği; Hipotez 5, 6, 9 ve 10’un ise desteklenmediği görülmektedir. Buna göre işgörenlerin özyeterlilik düzeyi arttıkça yaratıcı ve yenilikçi iş davranışlarını daha sık sergiledikleri söylenebilir. Bununla birlikte özyeterliliğin “yaratıcı fikirlerin üretilmesi” olarak tanımlanan “yaratıcı iş davranışları” üzerindeki etkisinin, “yaratıcı fikirlerin uygulanması” olarak tanımlanan yenilikçi iş davranışlarına etkisinden daha güçlü olduğu saptanmıştır. Yaratıcı fikirlerin üretilmesinin daha çok bireysel özellik ve yeteneklere dayalı olduğu ancak fikirlerin uygulanması sürecinin bireysel özelliklerle birlikte örgüt stratejisi, örgüt iklimi ve liderin özellikleri gibi pek çok faktöre bağlı olduğu düşünülebilir. Bu doğrultuda, örgütlerde özellikle yenilikçi iş davranışlarının ortaya çıkması için çalışanların özyeterlilik gibi bireysel özelliklerinin geliştirilmesine dikkat etmekle birlikte örgütün ve liderin özelliklerine odaklanılması gerektiği düşünülebilir.

Araştırmada özyeterlilik değişkeninin seçilmesinin nedenlerinden biri bu yapının pozitif örgütsel yazında çalışılan bir kavram olmasıdır. Özyeterliliğin yaratıcı ve yenilikçi davranışlar üzerinde etkisinin saptanması ile pozitif bir bireysel özelliğinin örgütsel rekabeti artırma potansiyeli ortaya koyulmuş ve Türkçe pozitif örgütsel davranış yazınına katkı sağlanmıştır. Bununla birlikte Türkiye’de özyeterlilik yapısının yaratıcı ve yenilikçi davranışlara etkisinin karşılaştırmalı olarak çalışıldığı bir araştırma bulunmaması açısından bu çalışmanın bir katkı sunduğu düşünülmektedir. Özyeterlilik değişkeninin seçilmesinin bir diğer nedeni ise özyeterliliğin gelişime açık, durumsal bir özellik olduğunun kanıtlanmış olmasıdır. Buna doğrultuda, özyeterliliği arttırdığı saptanan müdahale ve eğitimler kurumların personel geliştirme uygulamaları kapsamına alınabilir. Yaratıcı ve yenilikçi davranışların neredeyse tüm sektörler için gerekli olduğu düşünüldüğünde, örgütün faaliyet gösterdiği sektörden ve tipinden bağımsız olarak bu eğitimlerin planlanması yararlı olacaktır. Ancak bu uygulamaların özellikle değişimin daha hızlı olduğu ve teknolojiyi yoğun kullanan örgütler için daha kritik olduğu düşünülebilir.

Çalışmada perakende, finans, enerji ve havacılık sektörleri çalışanları, yaratıcı iş davranışları ve yenilikçi iş davranışları sergilemeleri bakımından karşılaştırılmıştır. Buna göre yaratıcılık açısından enerji ve havacılık sektörlerinde çalışanların, yenilikçilik açısından ise havacılık sektörü çalışanlarının perakende ve finans sektörlerinde çalışanlardan daha güçlü olduğu saptanmıştır. Bu sonuç, finans sektörü için bu sektörde faaliyet gösteren örgütlerde riskli asgariye indirecek kararlar alınması, örgüt çalışanlarının hata yapmamaya gayret göstermesi ve işlerin yapılışında mevzuata yoğunlaşılması (Eren 2003, 319) ile açıklanabilir. Ancak perakende sektöründe çalışanların finans sektörü çalışanlarından daha fazla yaratıcı ve yenilikçi davranışlar sergilememeleri ilginç bir bulgu olarak değerlendirilebilir; çünkü perakende sektöründe monotonluğun başarısızlığa götüren bir tehlike; yaratıcılık, rekabet ve heyecanın ise yaşamsal olduğu düşünülmektedir (Eren 2003, 318). Sektörlerin birden fazla örgütle temsil edildiği gelecek çalışmalarda bu bulgunun desteklenip desteklenmediğinin incelenmesi yararlı olacaktır. Havacılık sektörü çalışanlarının hem yaratıcılık hem de yenilikçilik bakımından güçlü bulunması ise bu sektörün teknolojinin yoğunlukla kullanıldığı, değişimin hızlı bir biçimde gerçekleştiği, ihtiyaçların çeşitliliğinin sürekli arttığı ve yeniliklerin vakit kaybetmeden hayata geçirilmesinin kritik olduğu bir sektör olmasından kaynaklandığı düşünülebilir.

Bu çalışmada kişisel beyana dayalı verilerin sosyal beğenilirlik etkisinden arındırılması amacıyla bir puan düzeltme prosedürü uygulanmıştır. Araştırma ölçeklerinin tüm maddelerinde sosyal beğenilirlik etkisinin bulunmuş olması, onaylanma ihtiyacından etkilenebilecek psikososyal yapıların kişisel beyana dayalı değerlendirildiği ölçek verilerinde düzeltme yapılmadan gerçekleştirilen analizlerin sonuçlarının yanıltıcı olabileceğini düşündürmektedir. Bu sonuç, bu tür ölçüm araçlarının kullanıldığı araştırmalarda ölçeklerin bir sosyal beğenilirlik aracı ile birlikte uygulanmasının ve sosyal beğenilirlik etkisinin kontrol edilmesinin önemli olduğunu göstermektedir.

## KAYNAKÇA

- Abbas, Muhammad ve Raja, Usman. 2015. "Impact of Psychological Capital on Innovative Performance and Job Stress." *Canadian Journal of Administrative Sciences* 32:128-138.
- Akın, Mahmut. 2010. "Personeli Güçlendirme Algılaması, Örgüt İklimi Algılaması ve Yaratıcı Kişilik Özelliklerinin Örgüt Düzeyinde Yaratıcı Çıktılar Üzerindeki Doğrudan ve Dolaylı Etkileri". *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi* 29:211-238.
- Bandura, Albert. 1982. "Self-Efficacy Mechanism in Human Agency." *American Psychologist* 37:122-147.
- Bandura, Albert. 1986. *Social Foundations of Thought and Action: A Social Cognitive Theory*. New Jersey: Prentice Hall.
- Bandura, Albert. 1997. *Self-Efficacy: The Exercise of Control*. New York: Freeman.
- Bandura, Albert. 2001. "Social Cognitive Theory: An Agentic Perspective." *Annual Review of Psychology* 52:1-26.
- Bandura, Albert ve Locke, E. (2003). "Negative Self-Efficacy and Goal Effects Revisited." *Journal of Applied Psychology* 88:87-99.
- Basu, Raja ve Green, Stephen G. 1997. "Leader-Member Exchange and Transformational Leadership: An Empirical Examination of Innovative Behaviors in Leader-Member Dyads." *Journal of Applied Social Psychology* 27:477-499.
- Bunce, David ve West, Michael A. 1995. "Personality and Perceptions of Group Climate Factors as Predictors of Individual Innovation at Work." *Applied Psychology: An International Review* 44:199-215.
- Cameron, Kim. 2007. *Positive Organizational Behavior: An Inclusive View*. New Delhi: Sage.
- Cho, Kyung-Ho ve Lee, Seok-Hwan. 2007. "Commitment to Gender Policy, Commitment to Organization and Innovative Behavior: Some Unexpected Linkages in Korea." *International Journal of Public Administration* 3:1485-1502.
- Cohen, Jacob. 1988. *Statistical Power Analysis for the Behavioral Sciences*. New Jersey: Lawrence Earlbaum Associates.
- Çetin, Fatih. (2011). "Örgüt İçi Girişimcilikte ÖzYeterlilik Algısı ve Kontrol Odağının Rolü." *İşletme ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi* 2:69-85.
- Damanpour, Fariborz. 1991. "Organizational Innovation: A Meta-Analysis of Effects of Determinants and Moderators." *Academy of Management Journal* 34:555-590.
- De Jong, Jeroen P. J. ve Den Hartog, Deanne N. 2010. "Measuring Innovative Work Behaviour." *Creativity and Innovation Management* 19:23-36.
- Dorenbosch, Luc, Van Engen, Marloes L. ve Verhagen, Marinus. 2005. "On-the-Job Innovation: The Impact of Job Design and Human Resource Management through Production Ownership." *Creativity and Innovation Management* 14: 129-141.
- Eren, Erol. 2003. *Stratejik Yönetim*. Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Yayınları.
- Gupta, Vijay. 2014. "Employee Creativity: Mediating & Moderating Role of Psychological Capital." *The Indian Journal of Industrial Relations* 49:649-662.
- Hefferon, Kate ve Boniwell, Ilona. 2011. *Positive Psychology Theory, Research and Applications*. New York: Open University Press.
- Hsu Chia-Shiang, Hsu Li-Ling ve Chiu Ming-Chien. 2012. "Assessing The Impact Of Psychological Capital On Is Project Team Members' Creativity: A Potential Value-Added Resource?" *The 16th Pacific Asia Conference on Information Systems* Makale 100. 13-15 Temmuz. Ho Chi Minh City Vietnam.
- Işık, İdil. 2001. "Öz-Yeterlilik İnancı: Yönetici Rollerini Açısından Bir İnceleme." Yayınlanmamış Doktora Tezi. Marmara Üniversitesi, İstanbul.
- İraz, Rıfat. 2005. *Yaratıcılık ve Yenilik Bağlamında Girişimcilik ve KOBİ'ler*. Konya: Çizgi Yayınevi.
- Jafri, Hasan. 2010. "Organizational Commitment and Employee's Innovative Behavior A Study in Retail Sector." *Journal of Management Research* 10:62-68.
- Janssen, Onne. 2000. "Job Demands, Perceptions of Effort-Reward Fairness, and Innovative Work Behavior." *Journal of Occupational and Organizational Psychology* 73:287-302.
- Kleysen, Robert F. ve Street, Christopher F. 2001. "Towards a Multi-Dimensional Measure of Individual Innovative Behavior." *Journal of Intellectual Capital* 2:284-296.
- Kotaman, Hüseyin. 2008. "Özyeterlilik İnancı ve Öğrenme Performansının Geliştirilmesine İlişkin Yazın Taraması." *Uludağ Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 21:111-133.
- Krause, Diana E. 2004. "Influence-Based Leadership as a Determinant of the Inclination to Innovate and of Innovation-Related Behaviors: An Empirical Investigation." *Leadership Quarterly*. 15:79-102.
- Luthans, Fred. 2002. "Positive Organizational Behavior: Developing and Managing Psychological Strengths." *Academy of Management Executive*. 16:57-72.
- Luthans, Fred. 2008. *Organizational Behavior*. New York: McGraw-Hill.
- Luthans Fred, Avey James B., Avolio Bruce J., Norman Steven M. ve Combs Gwendolyn M. 2006. "Psychological Capital Development: Toward a Micro-Intervention." *Journal of Organizational Behavior* 27:387-393.
- Luthans, Fred, Avey, James B., Avolio, Bruce J. ve Peterson, Suzanne J. 2010. "The Development and Resulting Performance Impact of Positive Psychological Capital." *Human Resource Development Quarterly* 21:41-67.

- Luthans Fred, Avey James B. ve Patera Jaime L. 2008. "Experimental Analysis of a Web-Based Intervention to Develop Positive Psychological Capital." *Academy of Management Learning and Education* 7:209-221.
- Luthans Fred, ve Ibrayeva, Elina S. 2006. "Entrepreneurial Self-Efficacy in Central Asian Transition Economies: Quantitative and Qualitative Analyses." *Journal of International Business Studies* 37:92-110.
- Luthans Fred, Luthans Kyle W., Hodgetts Richard M. ve Luthans Brett C. 2001. "Positive Approach to Leadership (PAL): Implications for Today's Organizations." *Journal of Leadership Studies* 8:3-20.
- Luthans Fred, Zhu Weichun ve Avolio Bruce J. 2006. "The Impact of Efficacy on Work Attitudes across Cultures." *Journal of World Business* 41:121-132.
- Luthans, Fred ve Youssef, Carolyn M. 2004. "Human, Social, And Now Positive Psychological Capital Management: Investing In, People For Competitive Advantage." *Organizational Dynamics* 33:143-160.
- Luthans, Fred ve Youssef, Carolyn M. 2007. "Emerging Positive Organizational Behavior". *Journal of Management* 33:21-349.
- Özbağ, Gönül K. 2012. "Örgüt İkliminin Yeniliğe Destek Algısı Üzerindeki Etkilerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma." *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi* 27:145-161.
- Özçer, Necip. 2005. *Yönetimde Yaratıcılık ve Yenilikçilik*. İstanbul: Rota Yayınları.
- Özkalp, Enver. 2009. "Örgütsel Davranışta Yeni Bir Boyut: Pozitif (Olumlu) Örgütsel Davranış Yaklaşımı ve Konuları." *17. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi Bildiriler Kitabı*, 491-498.
- Scott, Susanne G. ve Bruce, Reginald A. 1994. "Determinants of Innovative Behavior: A Path Model of Individual Innovation in the Work Place." *Academy of Management Journal* 37:580-607.
- Scott, Susanne G. ve Bruce, Reginald A. 1998. "Following the Leader in R&D: The Joint Effect of Subordinate Problem-Solving Style and Leader-Member Relations on Innovative Behavior." *IEEE Transactions on Engineering Management* 45:3-10.
- Shalley Christina E. ve Gilson, Lucy L. 2004. "What Leaders Need to Know: A Review of Social and Contextual Factors that can Foster or Hinder Creativity." *The Leadership Quarterly* 15:33-53.
- Spreitzer, Gretchen M. 1995. "Psychological Empowerment in the Workplace: Dimensions, Measurement, and Validation." *Academy of Management Journal* 38:1442-1465.
- Stajkovic, Alex D. ve Luthans, Fred. 1998. "Social Cognitive Theory and Self-Efficacy: Going Beyond Traditional Motivational and Behavioral Approaches." *Organizational Dynamics* 26:62-76.
- Sweetman, Dylan, Luthans, Fred, Avey, James B. ve Luthans, Brett C. 2011. "Relationship Between Positive Psychological Capital and Creative Performance." *Canadian Journal of Administrative Sciences* 28:4-13.
- Tabachnick Barbara G. ve Fidell, Linda S. 2013. *Using Multivariate Statistics*. Boston: Pearson.
- Tierney, Pamele, ve Farmer, Steven M. 2002. "Creative Self-Efficacy: Its Potential Antecedents and Relationship to Creative Performance." *Academy of Management Journal* 45:1137-1148.
- Vural Özkan, Gülşah. 2016. "Örgütlerde Yaratıcı Ve Yenilikçi Davranışların Geliştirilmesinde Pozitif Psikolojik Sermaye Ve Pozitif Örgütsel Değişkenlerin Rolünün İncelenmesi." Yayımlanmamış Doktora Tezi. İstanbul Üniversitesi, İstanbul.
- Yasa, Serap ve Şahin, Münüre. 2012. "Resim İş Eğitimi Öğrencilerinin Öğretmenlik Mesleğine Yönelik Öz-Yeterlik Algıları ve Yaratıcılık Düzeyleri." *Akdeniz Eğitim Araştırmaları Dergisi* 11:67-76.
- Yuan, Feirong, ve Woodman, Richard W. 2010. "Innovative Behavior in the Workplace: The Role of Performance and Image Outcome Expectations." *Academy of Management Journal* 53:323-342.
- Zhou, Jing ve George, Jennifer M. 2001. "When Job Dissatisfaction Leads to Creativity: Encouraging the Expression of Voice." *Academy of Management Journal* 44:682-696.