

**ÖRGÜTSEL YENİLİKÇİLİK DÜZEYİNİN ALGILANAN PERFORMANS  
ÜZERİNE ETKİLERİ: ESKİŞEHİR OSMANGAZİ ÜNİVERSİTESİ  
HASTANESİNDE BİR UYGULAMA**

**Yaşar Odacıoğlu**

Eskişehir Osmangazi Üniversitesi  
Yrd. Doç. Dr.  
yodacioglu@gmail.com

**Harun Kırılmaz**

Sakarya Üniversitesi  
Yrd. Doç. Dr.  
hkirilmaz@sakarya.edu.tr

**Kaan Can Uyanık**

Sakarya Üniversitesi  
Yüksek Lisans Öğrencisi  
kaancanuyanik@gmail.com

**Özet**

*Bu çalışmanın amacı, kurumlardaki örgütsel yenilikçilik düzeyi ile algılanan performans arasında anlamlı bir ilişki olup olmadığını ve bu iki faktörün birbirlerini etkileyip etkilemediğini ortaya koymaktır. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Hastanesi idari personelinden oluşan 111 (N) kişilik bir örneklem kitlesine ulaşılmıştır. Veri toplama aracı olarak Eminoğlu (2011) tarafından geliştirilen Yenilikçilik Ölçeği ile Erdem & Gökdeniz ve Met (2011) tarafından geliştirilen İşletme Performansı Ölçeği kullanılmıştır. Verilerin analizinde tanımlayıcı istatistiksel yöntemler, korelasyon ve regresyon analizleri kullanılmıştır. Veriler %95 güven aralığında ( $p=0,05$ ) analiz edilmiştir.*

*Çalışmanın bulgularına göre, örgütsel yenilikçilik düzeyi ile algılanan performans arasında anlamlı güçlü ilişki ( $r=0,693$ ) bulunmaktadır. Örgütsel yenilikçilik düzeyi ile algılanan performans arasındaki regresyon modeli*

*[F(1,109)= 100,716; p<0,01] istatistiksel açıdan anlamlıdır. Örgütsel yenilikçilik düzeyi, algılanan performans %48 oranında etkilemektedir.*

*Sonuç olarak, örgütsel yenilikçilik düzeyi ile algılanan performans arasında kuvvetli bir ilişki olduğu ve örgütün yenilikçilik düzeyinin algılanan performans üzerinde olumlu bir etkide bulunacağı belirtilmiştir.*

**Anahtar Kelimeler:** *Yenilikçilik, Performans, Hastane*

**Alan Tanımı:** *Performans Yönetimi (İşletme ve Yönetim)*

## **THE EFFECTS OF ORGANIZATIONAL INNOVATION LEVEL ON PERCEIVED PERFORMANCE: AN APPLICATION IN THE HOSPITAL OF ESKİŞEHİR OSMANGAZI UNIVERSITY**

### **Abstract**

*The purpose of this study is to determine whether there is a meaningful relationship between perceived performance and organizational innovation level in institutions and whether these two factors affect each other. A sample size of 111 (N) persons consisting of administrative staff of Eskişehir Osmangazi University Hospital was reached. The Innovation Scale developed by Eminoglu (2011) and the Business Performance Scale developed by Erdem & Gökdeniz and Met (2011) were used as data collection tools. Descriptive statistical methods, correlation and regression analyzes were used in the analysis of the data. Data were analyzed at 95% confidence interval (p=0,05).*

*According to the findings of the study, there is a strong correlation between organizational innovation level and perceived performance (r=0,693\*\*). The regression model between organizational innovation level and perceived performance [F(1,109)=100,716; p<0.01] was statistically significant. The organizational innovation level affects perceived performance by 48%.*

*As a result, it is suggested that there is a strong relationship between organizational innovation level and perceived performance, and that the level of innovation will positively affect perceived performance.*

**Keywords:** *Innovation, Performance, Hospital*

**JEL Code:** O30, L25, I10

## 1. GİRİŞ

Demografik yapıda farklılaşmayla birlikte değişen müşteri talepleri ve memnuniyet düzeyleri, gelişen teknoloji, küreselleşme ve artan rekabet, işletmeleri yeniliğe ve daha verimli olmaya zorlamaktadır. Günümüzde yenilikçilik, işletmeler için vazgeçilemez bir unsurdur. İşletmenin rakipleri arasında yaşamını sürdürebilmesi ve rekabet edebilmesi için çağın gereklerine uygun yenilikleri yakalaması ve uygulaması gerekmektedir.

Yenilikçilik faaliyetlerinin personel unsuru dikkate alınarak yapılması gerekmektedir. Bu bağlamda yapılacak yeniliklerin, personel üzerinde oluşturacağı performans düzeylerindeki olumlu veya olumsuz etkilerin dikkate alınarak değerlendirilmesi önemlidir. İşletmenin yenilik yapmak isterken performansının düşmesi ciddi olumsuz sonuçlar oluşturabilir. İşletme kendisini geliştirmek isterken mevcut durumdaki kazançlarını da kaybedebilir. İşletme, performans unsurunu göz önünde bulundurarak yenilikçilik faaliyetlerini uygularsa, uygulanan yenilikçilik faaliyetleri kuşkusuz başarı için kilit rol oynayacaktır.

Yenilikçilik uygulamalarının sağlık kurumları üzerindeki etkisi; yönetim öncelikleri, personel işlevleri ve verdiği hizmetler bakımından farklıdır. Bu farkı görmek ve sağlık kurumlarında yenilikçilik düzeyinin örgüt performansı algısına nasıl etki ettiğini görmek için Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Hastanesi'ndeki idari personele anket uygulaması yapılmıştır.

Araştırma örneklemini oluşturan hastanenin, sektördeki yeniliklerin takibinde ve sektördeki diğer sağlık kuruluşlarının bulunduğu pazarın içerisinde ki yenilikçilik düzeyleri bakımından konumunun ne durumda olduğunu ortaya koyarak, uyguladıkları yenilikçilik faaliyetlerinin hastanenin idari personeline nasıl yansıdığına performansla olan etkisi de araştırılmıştır. Çalışmanın ilk bölümünde yenilikçilik ve performans kavramına ilişkin çerçeve çizilmiştir. İkinci bölümde ise söz konusu kavramlar arasındaki ilişkiye yönelik araştırma sonuçlarına yer verilmiştir.

## 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

### 2.1. Yenilikçilik Kavramı

Tüketici gereksinimlerinde ve teknolojiye hızlı değişim, ürünlerin kullanım sürelerini azaltmakta ve piyasaya yeni ürünlerin sürülmesini hızlandırmaktadır. Piyasaya sürülen yeni ürünlerin haricinde mevcut ürünlerin fonksiyonlarına yeni

özellikler ekleme ve fonksiyonlarını değiştirme yollarıyla piyasaya yenilenmiş ürünler de sunulmaktadır. Firmaların ürünlerini, hizmetlerini ve üretim yöntemlerini değiştirmeleri ve yenilemeleri süreci “yenilik” olarak isimlendirilmektedir (Ökem, 2011: 71). Yenilikçilik; değişmek, risk almak, bilinen bölgenin dışına çıkmak demektir. Yenilikçilik, müşteri memnuniyetine yönelik yeni kaynaklar oluşturmaktır (Barker, 2002: 14).

Oslo kılavuzuna göre yenilikçilik; “Yeni veya önemli ölçüde değiştirilmiş ürün (mal ya da hizmet) veya sürecin; yeni bir pazarlama yönteminin; ya da iş uygulamalarının, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerde kullanılmasıdır.” (OECD, 2005: 49).

Sağlık alanında yenilikçilik, bireysel, örgütsel ve toplumsal olarak iyi bir fikrin, sağlığın geliştirilmesi, hastalıkların önlenmesi ve daha kaliteli hasta bakımı gibi uygulanabilir ve başarılabilir bir sonuca dönüştürülmesi sürecidir. Greenhalgh ve arkadaşları tarafından 2004 yılında sağlık sektöründe yapılan sistematik derlemede, bireylerin yenilikçi davranışlarının kişilik özellikleri, entelektüel yetenekleri, belirsizliğe hoşgörüler, güdülenme düzeyleri, değerler ve öğrenme biçimlerinden etkilendiği belirtilmektedir (Sönmez, 2014: 297).

Firmaların, ekonomik sonuçlarını iyileştirmedeki performanslarını ve başarılarını artırmak amacıyla yaptıkları tüm değişiklikleri teşhis etmek, teknolojik ürün ve süreç yeniliğinden daha geniş bir çerçeve oluşturulmasını gerektirmektedir. Pazarlama ve örgütsel yeniliklerin kapsama dâhil edilmesi, daha eksiksiz bir çerçeve yaratmakta ve bu sayede firma performansını etkileyen değişiklikleri yakalamada ve bilgi birikimine katkıda bulunmada daha başarılı olmaktadır (OECD, 2005: 15-16).

### **2.1.1. Yenilikçilik Türleri**

Oslo kılavuzuna göre dört farklı yenilikçilik türü oluşturulmuştur. Bunlar; ürün, süreç, pazarlama ve organizasyonel yenilikçiliklerdir (Oslo, 2005: 38). Bunların dışında yenilikçiliğin literatürde var olan; radikal ve aşamalı türü de açıklanacaktır.

#### **2.1.1.1. Ürün Yenilikçiliği**

Ürün yenilikçiliği, işletmenin çevresindeki fırsatlardan yararlanmak için talepler doğrultusunda yeni mal ve hizmetler geliştirilmesidir (Güleş ve Bülbül, 2004: 137). Avrupa Birliği ürün yenilikçiliğinin ekonomik sistemin temel itici güçlerinden biri olduğunu belirtmiştir. Yenilikçiliğin dışsal bir fenomen olmadığı ve kurumların yenilik sürecinde aktif rol oynadığının hatırlanması, geçtiğimiz

yüzyılın önemli başarılarından biridir. Ancak kurumların özelliklerinin ne kadar yenilikçi olduklarını belirleyen bir ölçüt oluşturulamamıştır. Ölçüt; Ar-GE düzeyi, nakit akışı ve çeşitlilik, yıllarca sonuç alınmadan üzerinde çalışılan faktörlerdir (AB Sosyo-Ekonomik Araştırması, 2005).

#### **2.1.1.2. Süreç Yenilikçiliği**

Süreç; girdilerin işlenip, fayda ve müşteri tatmininin doyumunu sağlayacak şekilde çıktılara dönüştüğü bir sistemdir. Süreç yeniliği ise; “Farklı ve yeni bir üretim ya da dağıtım yönetiminin geliştirilmesi veya var olan yöntemlerin iyileştirilip daha gelişkin hale getirilmesidir.” şeklinde tanımlanabilir (Elçi, 2006: 9).

#### **2.1.1.3. Organizasyonel Yenilikçilik**

Organizasyonel yenilikçilik, firmanın ticari uygulamalarında, örgüt içi organizasyonunda veya dış ilişkilerinde yeni bir organizasyonel yöntem uygulamasıdır (Oslo Kılavuzu, 2005: 55). Bir işletmede araştırma veya üretimin ilk kez dış kaynaklardan sağlanması, ilk kez üniversiteler veya diğer araştırma organizasyonları ile araştırma işbirliğine girmek organizasyonel yeniliklerdir.

#### **2.1.1.4. Pazarlama Yenilikçiliği**

Pazarlama yenilikçiliği ürünün veya hizmetin pazara sunulmuş şekli veya fiyatlandırılması gibi unsurlarda yapılan yeniliklerdir. Tasarım, ambalajlama, fiyatlandırma, özendirme ve satış kanallarında pazarlama yenilikçiliği yapılabilir (Elçi, 2006: 2). Pazarlama yenilikçiliğine örnek olarak Acıbadem Hastanelerinin uygulamış olduğu, spor ve farklı alanlardaki sponsorluklar, hastane binalarının modern ve müşteri tatmin düzeyini karşılayacak şekilde olması, Türkiye'nin seçkin doktor ve personellerini bünyesine transfer etmesi ve yeni yapılan yerleşkeleri için müşteri ilgisini çekecek şekilde reklamlar hazırlanması verilebilir.

#### **2.1.1.5. Radikal ve Aşamalı Yenilikçilik**

Daha önce denenmemiş radikal fikirler sonucunda oluşan hizmet ya da yöntemlerin geliştirildiği atılımlara radikal yenilikler denir. Aşamalı olarak yapılan, geliştirme ve iyileştirme faaliyetlerini kapsayan yeniliklere de aşamalı yenilik denir (Elçi, 2006: 16). Radikal ve aşamalı yenilikler birbirlerini tamamlar niteliktedirler. Müşterilerin davranışlarında yararlı değişiklikler oluşturan radikal yenilikler, aşamalı yenilikler sayesinde bu faydayı en yüksek seviyeye ulaştırmaktadırlar. Radikal yeniliklerin aşamalı yeniliklerle gelişmeye ve iyileşmeye ihtiyaçları vardır (Uzkurt, 2008: 33).

## 2.2. Performans Kavramı

Performans, bir kamu örgütünün başkalarına göre veya kendi geçmişine göre daha etkili ve verimli olmasıdır. Performans tanımının içerisinde diğer tanımlardan farklı olarak kendisi ile veya başkaları ile yapılan bir karşılaştırma söz konusudur. Bir örgüt, kendisine bağlı birimlerin birlikteliği üzerine kurulmuştur. Performans, rekabetçi bir çevrede, şimdi ve gelecekte, örgütün verimliliğine her unsurun katkıda bulunduğu bir yeterlilik (Usta, 2010: 34).

Performans; görev çerçevesinde önceden belirlenen ölçütleri karşılayacak biçimde, görevin yerine getirilmesi ve amacın gerçekleştirilmesi yönünde ortaya konan mal, hizmet ya da düşüncedir (Helvacı, 2002: 156). Performans genel anlamda amaçlı ve planlanmış bir etkinlik sonucunda elde edileni, nicel ya da nitel olarak belirleyen bir kavramdır (Akal, 1998: 1).

## 2.3. Yenilikçilik ve Performans Algısı İlişkisi

Performans; kurumlara rekabet konumlarını belirleme, kendilerini geçmişle veya sektördeki diğer kurumlarla kıyaslama olanağı sağlayan bir olgudur. Bundan ötürü performans, kurumun temel ekonomik hedeflere ulaşma seviyesinin yanı sıra, kurumun değişen çevre koşullarına uyum sağlaması ve varlığını sürdürebilmesinde, yenilikçilik ile yakından bağlantılıdır. Önemli bir performans kriteri olarak kabul edilmesi ve kurumların performansını yükseltici bir faaliyet olması, yenilikçiliği işletmeler açısından önemli bir kavram haline getirmiştir (Öztürk, Mesci ve Kılınç, 2013: 99).

Kurumlarda uygulanan farklı yenilikler performans kriterleriyle ölçülebilecek kurumun performansına etki eder ve kurum performansını geliştirebilirler. Yeniliklerin kurum performansına etkisi; satışlardan, pazar payı ve üretimin karlılığından, verimliliğe kadar geniş bir yelpazede görülebilmektedir. Örgütlerin rekabet, fiyat serbestliği, benzer yapılilik, kaynakların kıtlığı ve müşteri talepleri gibi nedenlerle yenilik yaptıkları gözlenmektedir. Bunun yanı sıra farklı yetkinlikler kazanma, ölçüklerini ve hizmetlerin kalitesini yükseltme gibi örgütün içsel tercihi gibi nedenlerle yenilik yaptıklarını ve dolayısıyla yeniliklerin çevreye uyum sağlayabilme, performanslarını sürdürebilme ve arttırma hedefiyle yapıldığını belirtmektedir. Bu bağlamda yeniliklerin, işletmelerin finansal göstergelerinin yanında finansal getirilerini, pazarlama ve üretim yetkinliklerini de etkilediği söylenebilir (Yavuz, 2010: 151).

Mole ve Worrall'ın 2001 senesinde yapmış oldukları çalışmada da yenilikçilik ve örgütsel performans arasında ilişki belirtilmiştir. Yenilikçiliğin örgütsel

performansı yüksek oranda etkilediği ortaya çıkmıştır. Mole ve Worrall'ın yaptığı araştırma sonucunda satış büyümeleri, kâr büyümeleri, siparişteki büyümeler, ihracat ve işgücü büyümeleri yenilik yapıldıktan sonra %5 oranında gelişme ve iyileşme göstermiştir (Mole ve Worrall, 2001: 360).

### 3. ARAŞTIRMA

#### 3.1. Araştırma Evreni ve Örneklemi

Araştırma evrenini Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Hastanesi personeli oluşturmaktadır. Örgütsel yenilikçilik düzeyinin performans algısına etkisini araştırmak üzere, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Hastanesi'nin idari birimlerinde çalışan 111 personele anket uygulaması yapılmıştır.

#### 3.2. Veri Toplama Aracı

Araştırma yöntemi olarak anket uygulaması tercih edilmiştir. Veri toplama aracı olarak Eminoğlu (2011) tarafından geliştirilen Yenilikçilik Ölçeği ile Erdem & Gökdeniz ve Met (2011) tarafından geliştirilen İşletme Performansı Ölçeği kullanılmıştır. Anket uygulaması 5 Mayıs 2016 ve 8 Mayıs 2016 tarihleri arasında Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Hastanesi'nin idari birimlerinde çalışan personellere yapılmıştır.

#### 3.3. Verilerin Kullanımı ve Analizi

Sahada yapılan anket uygulamasından elde edilen verilerin analizleri SPSS 20 programı kullanılarak yapılmıştır. İlk olarak örnekleme ait bazı tanımlayıcı bilgilere ulaşabilmek için frekans dağılımları ve yüzde analizleri yapılmıştır. Yenilikçilik ve örgütsel performans faktörleri üzerinde one-sample T test analizi yapılarak aritmetik ortalamaları ve standart sapma değerleri bulunmuştur. Daha sonra ankette yer alan yenilikçilik ve örgütsel performans sorularına ilişkin güvenilirlik ve faktör analizi yapılmıştır. Son olarak da araştırma modelinde yer alan hipotezleri test edebilmek için korelasyon ve regresyon analizi uygulanmıştır.

#### 3.4. Araştırmanın Hipotezleri

Literatürde bulunan araştırmalar ve teorik bilgilerden çıkartılan sonuçlara göre iki adet hipotez geliştirilmiştir:

**H<sub>1</sub>:** Hastanelerin örgütsel yenilikçilik düzeyleri ve performans algıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**H<sub>0</sub>:** Hastanelerin örgütsel yenilikçilik düzeyleri ve performans algıları arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

### 3.5. Bulgular

Anketi cevaplayan kadınların oranı (%55), erkeklerin oranı %45'tir. Yaş dağılımına bakıldığı zaman %29,7'sinin 25-30 yaş aralığında olduğu görülmektedir. Anketi cevaplayanların eğitim durumu incelendiğinde ise %25,2'sinin lise, %61,3'ünün üniversite, %13,5'inin de lisansüstü mezunu olduğu görülmektedir.

Tablo 1. Demografik Özellikler

		F	%			F	%
Cinsiyet	Erkek	50	%45	Yaş Dağılımı	25-30	25	%22,5
	Kadın	61	%55		31-35	33	%29,7
	Toplam	111	%100		36-40	20	%18
Eğitim Durumu	Lise	28	25,2		41-45	12	%10,8
	Üniversite	68	61,3		46-50	15	%13,5
	Lisansüstü	15	13,5		51 üzeri	6	%5,4
	Toplam	111	%100		Toplam	111	%100

Tablo 2'de yenilikçilik faktörlerine ilişkin ifadelerin aritmetik ortalama ve standart sapmalarına bakıldığı zaman verilen cevapların ortalamasının yüksek olduğu görülmektedir. Buna göre Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Hastanesi idari personeli, kurumlarının yenilikçi bir kurum olduğunu düşünmekte olup yenilik faaliyetlerine önem vermektedir.

Tablo 2. Yenilikçilik Ölçeğine Verilen Cevapların Dağılım Durumu

Yenilikçilik Ölçeği Faktörleri	Ortalama	Std. Sapma
Pazardaki mevcut hizmetlere kıyasla, daima tüketicinin ihtiyaçlarını daha iyi karşılayan ürün veya hizmetler sunarız.	3,3964	1,02051
Mevcut ürün veya hizmet yelpazemize sürekli, yenilerini ekleriz.	3,5135	0,98040
Hakkında yeterli teknolojik bilgiye sahip olmadığımız ürün ve hizmetleri de müşterilerimize sunarız.	3,2883	1,00352
Var olan ürün veya hizmetlerimizi sık sık yeniden konumlandırırız.	3,3423	0,91944
Var olan ürünlerin tüketiciye ulaştırılması ya da hizmetlerimizin sunuş biçimini sık sık değiştiririz.	3,1081	0,96626
Tüketicinin davranışlarında ciddi anlamda değişiklik yaratacak ürün veya hizmetler geliştiririz	3,1982	1,13474
Mevcut ürün ya da hizmetlerimizi sıklıkla geliştiririz.	3,1532	1,04619
Genelde, pazardaki ürün ya da hizmetlerin ilk örneğini biz sunarız.	2,7928	1,00106
Hakkında yeterli iş deneyimi ve bilgiye sahip olmadığımız ürün ve hizmetleri de müşterilerimize sunarız.	3,4955	0,97116
Pazardaki mevcut ürün veya hizmetlere kıyasla, tüketiciye daha fazla	3,3153	0,99984



fayda sağlayan ürün veya hizmetler geliştiririz.		
Sürekli olarak, daha önce girmedığımız yeni ürün veya hizmet alanlarına gireriz.	2,8829	0,96048

\*Ölçek: 1 = “Kesinlikle Katılmıyorum”; 5 = “Kesinlikle Katılıyorum”

(Uygulamadaki üçüncü ve dokuzuncu sorular ters etkili sorular olduğundan dolayı, anket cevapları SPSS programına ters etkili şekilde girilmiştir.)

Tablo 3’te örgütsel performans faktörlerine ilişkin ifadelerin aritmetik ortalama ve standart sapmalarına bakıldığı zaman verilen cevapların tümünün ortalaması 3 ile 4 arasında yoğunlaştığı yani “yüksek” seçeneğine yakın olduğu görülmektedir. Bu sonuçlara göre Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Hastanesi idari personeli, kurum performanslarının rakiplerine göre yüksek olduğunu düşünmektedir.

Tablo 3. Performans Ölçeğine Verilen Cevapların Dağılım Durumu

Performans Ölçeği	Ortalama	Std. Sapma
Rakiplere göre işletmemizin hizmetlerinin kalitesi;	3,2342	0,81970
Rakiplere göre müşteri memnuniyeti sağlamadaki durumumuz;	3,0541	0,87217
Rakiplere göre işletmemizin satışları;	3,1441	0,79598
Rakiplere göre işletmemizin verimliliği;	3,1532	0,83337
Rakiplere göre işletmemizin pazar payı;	3,1982	0,89259
Rakiplere göre işletmemizin amaçlarına ulaşma düzeyi;	3,0180	0,92424
Rakiplere göre işletmemizin karlılığı;	3,0721	0,95071

\*Ölçek: 1 = “Çok Düşük”; 5 = “Çok Yüksek”

Faktörlerin cronbach alpha değeri 1 değerine ne kadar yakınsa yapılan anket o kadar güvenilir ve anlamlıdır (Özdamar, 2003: 133). Tablo 4’te de görüleceği üzere yenilikçilik ve örgütsel performans faktörlerinin cronbach alpha değerleri sırayla 0,920 ve 0,931 çıkmıştır. Bu değer gösteriyor ki yenilikçilik düzeyinin performansa olan etkisinin araştırıldığı bu anket oldukça güvenilirdir.

Tablo 4. Güvenilirlik Analizi

Yenilikçilik Ölçeği		Performans Ölçeği	
Cronbach’s Alfa	0,920	Cronbach’s Alfa	0,931
Toplam Faktör Sayısı (N)	11	Toplam Faktör Sayısı (N)	7

Tablo 5 ve Tablo 6’da ise kullanılan ölçeklerin araştırmanın amacına hizmet edebilecek düzeyde doğru bir şekilde gruplanmış olup olmadığını kontrol etmek için yapılmış olan faktör analizi sunulmuştur. İki ölçek faktörlerinin de doğru bir şekilde gruplanmış oldukları faktör analiziyle gözlenmektedir.

Tablo 5. Yenilikçilik Ölçeği Faktör Analizi

Yenilikçilik Faktörleri	Tamamlayıcı
	1
Pazardaki mevcut hizmetlere kıyasla, daima tüketicinin ihtiyaçlarını daha iyi karşılayan ürün veya hizmetler sunarız.	,824
Mevcut ürün veya hizmet yelpazemize sürekli, yenilerini ekleriz.	,813
Hakkında yeterli teknolojik bilgiye sahip olmadığımız ürün ve hizmetleri de müşterilerimize sunarız.	,808
Var olan ürün veya hizmetlerimizi sık sık yeniden konumlandırırız.	,782
Var olan ürünlerin tüketiciye ulaştırılması ya da hizmetlerimizin sunuş biçimini sık sık değiştiririz.	,738
Tüketicinin davranışlarında ciddi anlamda değişiklik yaratacak ürün veya hizmetler geliştiririz	,799
Mevcut ürün ya da hizmetlerimizi sıklıkla geliştiririz.	,859
Genelde, pazardaki ürün ya da hizmetlerin ilk örneğini biz sunarız.	,688
Hakkında yeterli iş deneyimi ve bilgiye sahip olmadığımız ürün ve hizmetleri de müşterilerimize sunarız.	,814
Pazardaki mevcut ürün veya hizmetlere kıyasla, tüketiciye daha fazla fayda sağlayan ürün veya hizmetler geliştiririz.	,854
Sürekli olarak, daha önce girmedığımız yeni ürün veya hizmet alanlarına gireriz.	,675

Tablo 6. Performans Ölçeği Faktör Analizi

Performans Faktörleri	Tamamlayıcı
	1
Rakiplere göre işletmemizin hizmetlerinin kalitesi;	,868
Rakiplere göre müşteri memnuniyeti sağlamadaki durumumuz;	,882
Rakiplere göre işletmemizin satışları;	,814
Rakiplere göre işletmemizin verimliliği;	,890
Rakiplere göre işletmemizin pazar payı;	,791
Rakiplere göre işletmemizin amaçlarına ulaşma düzeyi;	,824
Rakiplere göre işletmemizin karlılığı;	,834

Tablo 7’de gösterilen açıklayıcı analiz sonuçlarına göre değişkenler birbirlerini % 48 gibi bir değerle açıklamaktadır. Bu sonuç bize performans algısının, tek başına

örgütün yenilikçilik düzeyi ile açıklanamayacağını ve farklı göstergelerinde performans algısını etkilediğini göstermektedir.

Tablo 7. Açıklayıcı Analiz Bulguları

Model	R	R Kare	Ayarlanmış R Kare	Std. Tahmin Hatası
1	,693 <sup>a</sup>	,480	,475	,53107

Tablo 8’de Anova testi ile bağımsız değişkenlerin, bağımlı değişken üzerinde ki anlamlılığı araştırılmıştır. Ulaşılan 0,000<sup>b</sup> değeri ile söz konusu değişkenler arasındaki ilişkinin  $p < 0,05$  düzeyinde olması, bu ilişkinin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu göstermektedir. Tablodaki ilişki formüle edilecek olursa;  $F(1,109) = 100,716$ ;  $p < 0,01$  denklemleri oluşturulabilir.

Tablo 8. Anlamlılık Analizi Bulguları

Model	Kareler Toplamı	df	Karelerin Ortalaması	F	Sig. (Anlamlılık)	
1	Regresyon	28,406	1	28,406	100,716	,000 <sup>b</sup>
	Artık Değerler	30,742	109	,282		
	Toplam	59,148	110			

Tablo 9’da bağımlı değişken olan performans faktörlerinin ortalama puanı ile bağımsız değişken olan yenilikçilik faktörlerinin ortalama puanının ilişkisi regresyon analizi ile ortaya konmuştur. Ulaşılan değerde  $p < 0,05$  anlamlılık düzeyinin sağlandığı ve buna bağlı olarak bağımlı değişken ile bağımsız değişken arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Bu değerleri  $Y = bX + a$  denklemine yerleştirdiğimizde;  $Y = 0,786X + 0,588$  eşitliğini elde ederiz. Bu eşitlik bize örgütün yenilikçilik düzeyinin performans algısını nasıl etkilediğini göstermektedir.

Tablo 9. Regresyon Analizi Katsayı Tablosu

Model	Standart Olmayan Katsayılar		Standart Katsayılar	t	Sig. (Anlamlılık)	
	B	Std. Hata	Beta			
1	(Sabit Değer)	,588	,258	2,283	,024	
	Yenilikçilik Ortalaması	,786	,078	,693	10,036	,000

Değişkenler arasındaki korelasyon incelendiği zaman, değişkenler arasında 0,693 değeri ile pozitif yönlü güçlü bir ilişki olduğu görülmektedir. Bulgular incelendiğinde; bağımlı ve bağımsız değişkenlerin arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu görülmektedir. Elde edilen bulguların sonucunda;

“**H<sub>1</sub>**: Hastanelerin örgütsel yenilikçilik düzeyleri ve performans algıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.” hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 10. Korelasyon Analizi

		Yenilikçilik Ortalaması	Performans Ortalaması
Yenilikçilik Ortalaması	Pearson Korelasyonu	1	,693**
	Sig.		,000
	N	111	111
Performans Ortalaması	Pearson Korelasyonu	,693**	1
	Sig.	,000	
	N	111	111

\*\* .  $p < 0,01$  Korelasyon ilişkisi 0.01 seviyesinde anlamlıdır.

### 3. SONUÇ

Kuruluşlar, günümüz rekabet ortamında tutunabilmek ve sektördeki yaşamlarını idame ettirebilmek için yenilik yapmak zorundadırlar. Gelişen ve değişen teknoloji karşısında kayıtsız kalmak gibi bir olasılığın sonucu, kuruluşun hızlı bir ivme ile düşüş yaşamasına ve akabinde sektördeki ömrünün bitmesine yol açar. Gelişen teknolojinin yanında, hizmet verilen kesimin yaşam düzeyinin değişimleri de göz ardı edilmemelidir. Her geçen gün, müşteri beklenti ve müşteri memnuniyeti düzeylerinin artması da kuruluşların yenilik yapmalarını zorunlu kılmıştır.

Sağlık sektöründeki özel kuruluşların sayısının yükselmesi, rekabeti daha da fazla arttırmıştır. Teknoloji ile birlikte gelişen yönetim sistemleri, otomasyon sistemleri, elektronik tıbbi cihazlar ve hasta konforunu sağlayacak elektronik araçlara olan adaptasyon; sağlık kuruluşunun, sektöründeki diğer kuruluşların önüne geçmesini sağlayacaktır. Yenilikçi bir vizyon ile hareket ederek, bu sistemleri bünyesine katmak ve bu sistemlere adapte olmak, hasta tatminini sağlayarak sağlık kuruluşunun gelirlerini arttıracaktır. Özel bir sağlık kuruluşu, pazardaki yerini koruması için yeniliklere cevap vermek zorundadır. Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Hastanesi'nde böyle bir problem olmamasına karşın,

gelirlerini korumak ve arttırmak için yenilik faaliyetlerine cevap vermek durumundadır.

Üretim sektöründe ki yenilikçiliğe dair çok sayıda araştırma olmasına rağmen, hizmet sektöründe yapılan araştırmaların sayısı bu denli fazla değildir. Bu çalışmanın yapılmasının sebeplerinden biride literatürdeki bu eksikliklerdir. Literatürde bulunan araştırmalarda elde edilen sonucu destekler nitelikte; hem üretim sektöründe hem de hizmet sektöründe, örgütsel yenilikçilik düzeyinin performansa olumlu şekilde etki ettiği yönünde birleşmiştir. Buna üretim sektöründe; “Jong ve Vermeulen’in”, “Vincent ve arkadaşlarının”, “Zehir ve Özşahin’in”, “Erdil ve Kitapçı’nın”, “Cheveerug ve Ussahawanitchakit’in”, “Hoq ve Ha’nın ve “Eren ve arkadaşlarının” yaptıkları çalışmalar (Erdem, Gökdeniz ve Met, 2011: 101), hizmet sektöründe ise; “Erdem ve arkadaşlarının”, “Erdem, Gökdeniz ve Met’in” ve “Eminoğlu’nun” yaptıkları çalışmalar örnek gösterilebilir.

Örgütün yenilikçilik düzeyinin ve performans algısının ilişkili olduğu sonucuna göre, kurumlar performanslarını arttırmak için yenilikçilik faaliyetlerine önem vermek durumundadırlar. Bir başka deyişle, kurum personeli ne kadar yenilikçi bir profile sahip olursa, kurumda o kadar yüksek performans ve verimle hizmetlerini sunar.

Yapılan bu çalışmanın örnekleme, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Hastanesi idari personeli şeklinde oluşturulmuştur. Böyle bir projenin örneklemini, doktorlarda dâhil tüm hastane personeli üzerinde kurmak, yapılan çalışmanın verimliliğini önemli derecede arttıracaktır. Bunun yanında; bu araştırma, sektörde tutunabilme konusunda oldukça hassas ve rekabeti direk olarak hisseden özel sağlık kuruluşları üzerinde uygulanırsa sonuçlarının çok daha etkili bir şekilde oluşması mümkündür. Yapılan projenin sonuçlarına göre bir yorum yapılacak olursa, bu yorum en fazla Eskişehir’deki hastanelerin idari personel profilleri üzerine yapılabilir. Türk sağlık sektörü adına daha geniş ve gerçekçi bir sonuç elde etmek için, yapılan araştırmanın tüm Türkiye üzerinde uygulanması gerekmektedir. İleride böyle bir proje yapılması düşünülürse, uygulanan anketin teknolojik ve yönetsel gelişmelere göre güncellenmesi projenin güvenilirliği adına daha doğru olacaktır.

## KAYNAKLAR

Avrupa Birliği Sosyo-Ekonomik Araştırması. “*Kurumsal Yönetişim, Performans Baskıları ve Ürün İnovasyonu*”, 2005.

Akal, Zuhul. İşletmelerde Performans Ölçüm ve Denetimi Çok Yönlü Performans Göstergeleri, Milli Produktivite Yayınları, 1998, 978-975-440-126-4.

Barker, Alan. Yenilikçiliğin Simyası, Çeviren: Ahmet Kardam, Bzd Yayın ve İletişim Hizmetleri, Yayın No: 391, İstanbul, 2002, 975-6589-04-3.

Elçi, Şirin. İnovasyon Kalkınmanın ve Rekabetin Anahtarı, Acar Matbaacılık, 7. Baskı, İstanbul, 2006, 978-994-457-132-6.

Eminoğlu, Gözde. “*Örgütsel Kültür ve Yenilikçiliğin Performansa Etkilerini İncelemeye Yönelik Bir Araştırma*”, Yüksek Lisans Tezi, Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, 2011.

Erdem, Barış, Gökdeniz, Ayhan, Met, Önder, “*Yenilikçilik ve İşletme Performansı İlişkisi: Antalya’da Etkinlik Gösteren 5 Yıldızlı Otel İşletmeleri Örneği*”, Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi Ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 2011, Cilt:26, Sayı:2, İzmir, 77-112.

Güleş, Hasan Kürşat ve Bülbül, Hasan. Yenilikçilik: İşletmeler İçin Stratejik Rekabet Aracı, Nobel Yayınları, Ankara, 2004, 975-591-907-6.

Mole, K. ve Worrall, L. “*Innovation, Business Performance and Regial Competitiveness In The West Midlands Business Survey*”, European Business Review, C: 13, No: 6, 2001.

OECD, Avrupa Birliği. Oslo Kılavuzu: Yenilik Verilerinin Toplanması ve Yorumlanması İçin İlkeler, Üçüncü Baskı, Çeviri: TÜBİTAK, 2004, 975-403-362-5.

Ökem, Z. Gültem. Türkiye’nin Avrupa Birliği’ne Üyelik Sürecinde Sağlıkta İnovasyon, TÜSİAD Yayınları, İstanbul, 2011, 978-9944-405-67-6.

Özdamar, Kazım. Modern Bilimsel Araştırma Yöntemleri, Kaan Kitabevi, Baskı:1, Eskişehir, 2003, 975-6787-06-6.

Öztürk, Emrah, Mesci, Muammer ve Kılınç, İzzet. “*Yenilik Faaliyetlerinin İşletme Performansına Etkisi: Yat Limanları Üzerine Bir Değerlendirme*”, Girişimcilik Ve Kalkınma Dergisi, 2013, 8 (2),.97-118.

Sönmez, Betül. “*Yenileşim Yönetimi*”, Hemşirelik Hizmetleri Yönetimi, (Editör: Tatar Baykal Ü., Ercan Türkmen E.), Akademi Kitabevi Yayınları, İstanbul, 2014, 290-303.

Uzkurt, Cevahir. Pazarlamada Değer Yaratma Aracı Olarak Yenilik Yönetimi ve Yenilikçi Örgüt Kültürü, Beta Yayınlar, İstanbul, 2008, 978-975-295-817-3.

Usta, Aydın. “*Kamu Kurumlarında Örgütsel Performans Yönetim Süreci*”, Sayıştay Dergisi, 2010, Sayı: 78, 31-58.

Yavuz, Çağla. “*İşletmelerde İnovasyon-Performans İlişkisinin İncelenmesine Dönük Bir Çalışma*”, Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi, 2010, 5 (2), 143-173.