

**T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI**

YÜKSEK LİSANS TEZİ

**ÖRGÜTSEL BİLGİ PAYLAŞIMI VE ÖRGÜTSEL
YENİLİKÇİLİĞİN ÖRGÜTSEL İNOVASYON
İKLİMİNE ETKİSİNİN SAĞLIKÇI
AKADEMİSYENLER ÖRNEKLEMİNDE
ARAŞTIRILMASI: İRAN VE TÜRKİYE
KARŞILAŞTIRMASI**

**FARANGİZ GHODRATİ
F250116264**

**DANIŞMAN
PROF. DR. HALİM KAZAN**

İSTANBUL, 2018



T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



YÜKSEK LİSANS
TEZ ONAYI

ÖĞRENCİNİN;

Adı ve Soyadı : FARANGİZ GHODRATI Numarası : 2510160264
Anabilim Dalı / Anasanat Dalı / Programı : İNOVASYON VE GİRİŞİMCİLİK Danışmanı : PROF. DR. HALİM KAZAN
Tez Savunma Tarihi : 30.10.2018 Saati : 11.00
Tez Başlığı : ÖRGÜTSEL BİLGİ PAYLAŞIMI VE YENİLİKÇİLİĞİN ÖRGÜTSEL İNOVASYON İKLİMİNE ETKİSİNİN SAĞLIK ALANINDA ÇALIŞAN AKADEMİSYENLER ÜZERİNDE ARAŞTIRILMASI: İRAN VE TÜRKİYE KARŞILAŞTIRMASI

TEZ SAVUNMA SINAVI, İÜ Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliği'nin 36. Maddesi uyarınca yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin KABULÜNE OYBİRLİĞİ / GYÇOKLUĞUYLA karar verilmiştir.

JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATİ (KABUL / RED / DÜZELTME)
1- PROF. DR. HALİM KAZAN		Kabul
2- DOÇ. DR. BORA YILDIZ		Kabul
3- DR. ÖĞR. ÜYESİ Ü. ÖZLEM ATAN TARLACI		Kabul

YEDEK JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATİ (KABUL / RED / DÜZELTME)
1- PROF. DR. HAKAN KİTAPÇI		
2- DOÇ. DR. MAHMUT HIZIROĞLU		

Canım Annem ve Rahmetli Babam'a ithafen

ÖZ

ÖRGÜTSEL BİLGİ PAYLAŞIMI VE ÖRGÜTSEL YENİLİKÇİLİĞİN ÖRGÜTSEL İNOVASYON İKLİMİNE ETKİSİNİN SAĞLIKÇI AKADEMİSYENLER ÖRNEKLEMİNDE ARAŞTIRILMASI: İRAN VE TÜRKİYE KARŞILAŞTIRMASI

FARANGİZ GHODRATİ

Örgütsel bilgi, örgüt bünyesinde faaliyetlerle ilgili olarak yapılan çalışmalarla oluşan ya da örgüt dışından temin edilen bilgi şeklinde kendini göstermektedir. Bilginin örgüt içerisinde yayılması ise örgüt unsurlarını daha donanımlı kılmakla birlikte bu donanımlarını kullanarak örgüt amaçlarına hizmet etmelerine imkan doğacaktır. Bu da örgütsel yenilikçiliği beraberinde getirecek ve örgüte bir yenilikçilik atmosferi hakim olacaktır.

Türkiye ve İran’da bilgi paylaşımı ve yenilikçiliğin örgütsel inovasyona etkisinin akademisyen düzeyindeki sağlık çalışanları örnekleminde değerlendirildiği bu çalışmada bilgi paylaşımının örgütsel yenilikçiliği etkilediği ve bunun da örgütsel inovasyon iklimini geliştirdiği sonucuna ulaşılmıştır. Farklı iki ekonomik kültüre sahip olan bu iki ülke için yaklaşımlar farklılaşmakla birlikte inovasyon algısı ve değerlendirmesinin de farklılaştığı görülmüştür.

Anahtar Kelimeler: Örgüt Kuramı, Örgütsel Yenilikçilik, Örgütsel Bilgi Paylaşımı, Örgüt İklimi

ABSTRACT

A SAMPLE IN ACADEMICIANS PARAMEDICS ABOUT THE EFFECT OF THE ORGANISATIONAL KNOWLEDGE SHARE AND ORGANISATIONAL INNOVATIVE BEHAVIOR ON ORGANISATIONAL INNOVATION CLIMATE: COMPRASSION OF IRAN AND TURKEY

Farangiz GHODRATI

Organizational knowledge manifests itself in the form of information that is generated by studies carried out in relation to the activities within the organization or obtained from outside the organization. The dissemination of information within the organization will make the elements of the organization better equipped and will enable them to serve for the purposes of the organization by using these equipment. This will bring organizational innovation together and an atmosphere of formal innovation will prevail.

Turkey and evaluation of health workers sample the academic level of impact on organizational innovation, knowledge sharing and innovation in Iran that the impact of organizational innovation, the sharing of information in this study and it was concluded that also improves the climate of organizational innovation. For these two countries, which have two different economic cultures, the approach has been differentiated and the perception of innovation and its evaluation have been differentiated.

Keywords: Organizational Theory, Organizational Innovation, Organizational Knowledge Sharing, Organizational Climate

ÖNSÖZ

Sosyal anlamda yakın iki kültür olan ancak ekonomi, eğitim, siyaset gibi farklılaşan Türkiye ve İran'a duyduğum hassasiyet ve sevgi her iki ülkeyi de kendi vatanım gibi değerlendirmemi sağlamaktadır. Bunun yanı sıra akademik anlamda yapmış olduğum bu çalışmayı bu iki ülke için kıyaslamış olmak inovasyon konusunda çok geniş bir perspektif edinmeme katkı sağlamasının yanı sıra farklılıkları kıyaslama imkanı da sağlamıştır. Bu sebepten yapmış olduğum çalışmanın şahsım adına da ayrı bir önemi söz konusudur.

Süreçte şüphesiz en büyük yardımı özellikle de hoşgörü ve yönlendirmeleri ile değerli tez danışmanım ve hocam Sayın Prof. Dr. Halim KAZAN sağlamıştır. Gerek birikim, gerek deneyim ve gerçek anlamda hocalığı ve gerekse süreçteki hatalarıma karşı sergilediği hoşgörü itibarıyla kendisine teşekkürü bir borç bilir, bu vesile ile arz ederim.

Bunun yanı sıra tez sürecinde çalışmamın redaksiyonunda yardımlarını esirgemeyen Nurullah Güllüce'ye de teşekkürlerimi sunarım.

Farangiz GHODRATİ

İstanbul, 2018

İÇİNDEKİLER

ÖZ.....	iii
ABSTRACT	iv
ÖNSÖZ.....	v
İÇİNDEKİLER	vi
TABLolar LİSTESİ.....	ix
ŞEKİLLER LİSTESİ.....	x
KISALTMALAR LİSTESİ.....	xi
GİRİŞ	1

BİRİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

1.1. Örgüt Kuramı	6
1.2. Örgüt Türleri	8
1.2.1. Amaçlarına Göre Örgütler	8
1.2.2. Oluşumlarına Göre Örgütler	9
1.2.3. Yetki ve Sorumluluk Dağılımına Göre Örgütler.....	10
1.3. Örgütsel Bilgi Paylaşımı	13
1.3.1. Bilgi Paylaşımının Önemi	20
1.3.2. Örgütsel Bilgi Paylaşımı Türleri	23
1.3.3. Bilgi Paylaşımına Yönelik Engeller.....	24
1.3.3.1. Bireysel Engeller	25
1.3.3.2. Örgütsel Engeller	26
1.4. Örgütsel Yenilikçilik.....	28
1.4.1. Örgütsel Yenilik Türleri.....	29
1.4.1.1. Ürün-Hizmet Yenilikçiliği	30

1.4.1.2. Süreç Yenilikçiliği	32
1.4.1.3. Pazar Yenilikçiliği.....	33
1.4.1.4. Davranışsal Yenilikçilik	34
1.4.1.5. Stratejik Yenilikçilik	35
1.4.1.6. Yeniliğin Derecesi Bakımından Yenilikçilik	36
1.4.2. Örgütsel Yenilikçilik Süreci.....	38
1.4.2.1. Fikir Üretme ve Seçme.....	38
1.4.2.2. Fikrin Gerçekleştirilmesi.....	40
1.4.2.3. Fikrin Ticarileştirilmesi.....	40
1.4.3. İnsan Kaynaklarında Yenilik	42
1.5. Örgüt İklimi ve Oluşumu	45
1.5.1. Örgüt İklimi	45
1.5.2. Örgüt İkliminin Oluşumu.....	47
1.5.2.1. Yapısal Yaklaşım	48
1.5.2.2. Algısal Yaklaşım.....	48
1.5.2.3. Etkisel Yaklaşım	49
1.5.2.4. Kültürel Yaklaşım	49

İKİNCİ BÖLÜM

YÖNTEM

2.1. Araştırmanın Modeli	51
2.2. Metodoloji.....	51
2.3. Kapsam ve Sınırlılıklar	52
2.4. Evren ve Örneklem	52
2.5. Veri Toplama Araçları	52
2.5.1. Demografik Bilgi Formu.....	53
2.5.2. Bilgi Paylaşımı Ölçeği	53

2.5.3. Yenilikçi Davranış Ölçeği.....	54
2.5.4. Örgütsel İnovasyon İklimi Ölçeği.....	54
2.6. Verilerin Toplanması ve Analizi.....	55

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

3.1. Demografik Değişkenlere İlişkin Bulgular	57
3.2. Bilgi Paylaşımına İlişkin Bulgular	58
3.3. Yenilikçi Davranışa İlişkin Bulgular	64
3.4. Örgütsel İnovasyon İklimine İlişkin Bulgular.....	68
3.5. Örgütsel Bilgi Paylaşımı ve Örgütsel Yenilikçiliğin Örgütsel İnovasyon İklimine Etkisi	72
SONUÇ.....	75
KAYNAKÇA	82
EKLER.....	95
ÖZGEÇMİŞ.....	99

TABLÖLAR LİSTESİ

Tablo 1:	Katılımcıların Demografik Özellikleri	57
Tablo 2:	Bilgi Paylaşımı- Cinsiyet İlişkisi	59
Tablo 3:	Bilgi Paylaşımı- Medeni Durum İlişkisi	59
Tablo 4:	Bilgi Paylaşımı-Yaş İlişkisi.....	60
Tablo 5:	Bilgi Paylaşımı-Unvan İlişkisi	62
Tablo 6:	Bilgi Paylaşımı- İnovasyon Yapılıp Yapılmadığı İlişkisi	63
Tablo 7:	Bilgi Paylaşımı- İnovasyon Faaliyetlerine Katılım İlişkisi	63
Tablo 8:	Bilgi Paylaşımı- İnovasyon Faaliyetlerinin Yeterliliği İlişkisi	63
Tablo 9:	Bilgi Paylaşımı-Kullanılacak Kaynak İlişkisi	64
Tablo 10:	Yenilikçi Davranış - Cinsiyet İlişkisi	65
Tablo 11:	Yenilikçi Davranış - Medeni Durum İlişkisi.....	65
Tablo 12:	Yenilikçi Davranış -Yaş İlişkisi	66
Tablo 13:	Yenilikçi Davranış -Unvan İlişkisi.....	66
Tablo 14:	Yenilikçi Davranış - İnovasyon Yapılıp Yapılmadığı İlişkisi.....	67
Tablo 15:	Yenilikçi Davranış - İnovasyon Faaliyetlerine Katılım İlişkisi	67
Tablo 16:	Yenilikçi Davranış - İnovasyon Faaliyetlerinin Yeterliliği İlişkisi.....	67
Tablo 17:	Yenilikçi Davranış -Kullanılacak Bilgi Kaynağı İlişkisi	68
Tablo 18:	Örgütsel İnovasyon İklimi- Cinsiyet İlişkisi	69
Tablo 19:	Örgütsel İnovasyon İklimi - Medeni Durum İlişkisi.....	69
Tablo 20:	Örgütsel İnovasyon İklimi -Yaş İlişkisi	69
Tablo 21:	Örgütsel İnovasyon İklimi -Unvan İlişkisi.....	70
Tablo 22:	Örgütsel İnovasyon İklimi- İnovasyon Yapılıp Yapılmadığı İlişkisi.....	71
Tablo 23:	Örgütsel İnovasyon İklimi - İnovasyon Faaliyetlerine Katılım İlişkisi...	71
Tablo 24:	Örgütsel İnovasyon İklimi - İnovasyon Faaliyetlerinin Yeterliliği İlişkisi	71
Tablo 25:	Örgütsel İnovasyon İklimi -Kullanılacak Bilgi Kaynağı İlişkisi	72
Tablo 26:	Değişkenler Arası Korelasyon İlişkileri.....	73

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 1: Bilgi paylaşımının artırılması modeli	21
Şekil 2: Bilgi Paylaşımı Süreci ve Yenilikçilik.....	28
Şekil 3: İKY’de Yenilik ve Sonuçları	43



KISALTMALAR LİSTESİ

C. : Cilt

İK : İnsan Kaynakları

s : Sayfa

S. : Sayı



GİRİŞ

Avrupa’da meydana gelen yeni icatlar, keşifler ve bu doğrultuda buhar makinelerinin üretim hayatına dahil olması ile birlikte yaşanan teknolojik gelişim, sanayi devrimini de beraberinde getirmiştir. Bu noktadan sonra üretim alanında yenilikler ve süreklilik arz eden bir gelişim kendini göstermiş, bu gelişimle birlikte de sert bir rekabet zemini oluşmuştur. İşletmelerin hayatta kalma, gelişme ve pazarda yer edinme çabaları çeşitli kavramları ve uygulamaları da beraberinde getirmiştir. Yaşanan bu süreç, 21’nci yüzyılda bilginin öneminin kendini ortaya koymasıyla birlikte yaşanan gelişmelerin bir benzeri olarak nitelendirilebilir. Bilgi çağı olarak da adlandırılan bu yüzyılda işletmeler, bilginin önemini ve etkilerini kavramaya başladıkça farklılaşmaya, gelişmeye ve sürekli yenilenmenin gerekliliğini de kabullenmeye başlamışlar ve bilgi temelli bir toplum, endüstri ve ekonomi oluşmaya başlamıştır.

Süreçte, bilginin doğru oluşması, doğru birimlere doğru bir biçimde aktarılması bilginin etkin kullanımının temel prensibini teşkil etmektedir. Bu doğrultuda bilgi paylaşımı kavramı karşımıza çıkmakta ve etkinliği açısından kendi iç dinamiklerinin düzenlenmesini de gerekli kılmaktadır. Bilgi paylaşımı, sade bir tanımlama ile işletmelerin veya organizasyonların sermaye olarak kabul edilen bilgi birikimini hem iç hem de dış paydaşları ile amaç ve ihtiyaç doğrultusunda en verimli biçimde paylaşarak geliştirmelerini ifade etmektedir. Bununla birlikte bilgi paylaşımı bir süreç olarak ele alınmalı ve sürecin sağlıklı ve arzu edilen sonuçları doğurması bakımından doğru yapılandırılması gereklilik sergilemektedir.

Yeniliğin temelinde bilgi, bilginin üretilmesinin temelinde ise yenilikçilik ihtiyacının varlığı söz konusudur. Bu ilişki doğrultusunda, örgütsel faaliyetlerin oluşumunda sürekli ihtiyaç duyulan yenilikçilik bilgiye dayalı olarak mümkün olabilmekte ve bilginin de organizasyon içerisinde ihtiyaç doğrultusunda paylaşılması ve her birimin ihtiyacı olan bilgiye sahip olarak bu bilgi ile hareket

etmesi yenilikçi davranışların oluşumu açısından zaruret ihtiva etmektedir (Demirel ve Seçkin, 2008:194).

Organizasyonlar, bilginin en önemli entelektüel sermaye olduğunun farkına varmakla birlikte insan unsurunu bu sermaye ile donatıp amaçlarına ulaşabileceklerini de kabullenmiş durumdadırlar (Yılmaz ve İraz, 2013:832). McAdam (2000), yeniliğin bilgi ile nasıl ilgili olduğunu sorgulamaktadır. O'na göre bilgi yönetimi, yeni bilgi yapısını, bilginin düzenlenerek somutlaştırılmasını, bilginin yayılmasını ve bilginin faydalı hale getirilerek kullanımını içermektedir. Quintas vd. (1997), mevcut ihtiyaçları karşılamak, mevcut bilgiden yararlanmak ve yeni fırsatları geliştirmek için bilgi yönetiminin kritik bir süreç olduğuna işaret etmektedirler. Bu bağlamda, bilgi yönetiminin ve paylaşımının organizasyonlarda yenilik için bir önemli bir materyal ve aynı zamanda katalizör olma potansiyeli taşıdığını söylemek mümkün olmaktadır (McAdam, 2000:233-234).

Yenilikçilik noktasında ulaşılan sonuçlar, aynı zamanda bilginin ne verimlilikte kullanıldığına yönelik bir işaret olarak da ele alınabilmektedir. Yenilikçilik yönünde çaba sergileyen organizasyonların bilgiyi yönetebilme kabiliyeti edinmeleri şart olup yeniliklerde bilginin en üst düzeyde var olmasını da sağlamak zorundadırlar. Üretilen ürün veya hizmetin çağın ihtiyaçlarını karşılayabilecek düzeyde ve rekabet noktasında avantajlar üretecek mahiyette olması organizasyonu bulunduğu noktadan ileri taşıyacağı gibi bulunduğu pazarda da söz sahibi olmasına yardımcı olacaktır. Öte yandan bilgiye hakim olabilen ve bilgiyi üretip yönetebilen organizasyonlar farklı pazarlara da dahil olabilme kabiliyetini edinmiş sayılabilmektedirler (Carniero, 2000:92).

Yenilikçiliğin temel malzemesi olan bilginin kullanılıp yeniliklere dönüştürülmesinde elbette ki organizasyonun bu yöndeki eğiliminin büyük önemi söz konusudur. Yönetim ve işleyiş yapısı buna uygun olmayan bir organizasyonda bilginin yenilik doğurması birçok husus tarafından engellenebileceği gibi bu türden bir atmosferde organizasyon birimlerinin yeniliğe yönelimleri de kısıtlanmış

olacaktır. Bu noktada, örgütsel inovasyon ikliminin yeniliğe yönelimlere müsait olması ve birimleri bu yönde teşvik edici nitelikte olması beklenir.

Yenilikçiliğin örgütsel bir atmosfer olarak tesis edilmesinde önem arz eden normlar ve güven , örgütsel iletişim ve bilgi ağları aracılığıyla oluşturulabileceği gibi bu ortam örgüt unsurlarının etkileşimini ve iletişim kalitesini de güçlendirebilecek nitelik taşımaktadır. Kurulan sağlıklı iletişim ağlarında bilgi ve kaynakların geçişi de kolaylık kazanmakta ve bu ağlar sayesinde örgütsel bilgi paylaşımı da imkan kazanmakla birlikte daha kolay bir zemin edinebilmektedir. Böylelikle de örgütsel unsurların ihtiyaç duydukları bilgiye erişimleri kolaylaşmakta ve bu kolaylık örgüte zaman, işgücü, maliyet tasarrufu gibi hususlar olarak yansımaktadır. Öte yandan oluşan güvenli ve destekçi bu atmosferde örgüt bireyleri daha rahat bir ortam algısıyla faaliyet gösterebilmekte ve güven ihtiyaçlarının karşılandığı zeminde daha özgüvenli bir biçimde faaliyet sergileyebilmektedirler.

Yenilikçilik ortamının tesisinde etkin hususlardan bir diğeri ise örgütün ortak dili ve birlikte oluşturulan başarı hikayeleridir. Ortak dil, örgüt içerisinde bireylerin uyumlu bir çalışma ortamı oluşturmalarını sağlamak gibi bir fonksiyona sahiptir. Burada dilden kasıt bireylerin iletişimi için konuşmalarının ötesinde örgütsel anlamda kullanılan enstrümanlar; şekil, sembol, formüller gibi birçok unsuru barındıran bir iletişim biçimidir. Böylelikle örgütün bireylere bireylerin de örgüte aktarmak istedikleri mesajlar daha net bir biçimde oluşacak ve yapılan faaliyetlerde amaçlanan hedeflere ulaşmak ortak dilin etkisinde daha da kolaylaşabilecektir. Aynı zamanda bu ortak dil, birimler arası bilgi paylaşımını da kolaylaştıracığı gibi daha verimli bir şekle de dönüştürebilecektir.

Örgütte yenilikçi iklim oluşmasında sayılan bu hususların etkinliğinin yanı sıra yenilik sayılan ve amaçlarla paralel olan uygulamaların da varlığı ve bunların örgüt birliği içerisinde üretilmesi bilgi paylaşımı ile mümkün olabilecektir. Bu yaklaşımdan hareketle bilginin üretim kaynağı ve örgüt içerisinde paylaşım şeklinin önem taşıdığını savunmak mümkün olacaktır.

Bilgi paylaşımının yenilikçi fikirlerin oluşmasında ve yayılmasında öncülük ettiği ve örgüt içerisinde yenilik olarak kabul edilecek eylemlerin, fikirleri ve uygulamaların ortaya çıkarılmasında kritik bir öneme sahip olduğu kabul görmektedir (Ipe,2003:342). Örgütsel iklim, örgüt unsurlarını doğrudan etkilemenin yanı sıra bu unsurlardan da yine aynı şekilde doğrudan etkilenmektedir (Özdede, 2010:40). Bu yaklaşımdan hareketle örgütsel iklimin örgüt bireylerinin birbirleriyle olan etkileşiminden beslenmesinin yanı sıra bu etkileşimi şekillendiren bir niteliği sahip olduğu da söylenebilmektedir. Bu sebepten, iklim fonksiyonları değişik perspektiflerden analiz edilebileceği gibi örgütü kuşatan bir yönü de açıkça ortadadır (Watts ve Henderson,2006:127). Örgütsel iklimin bir parçası olan bilgi paylaşımının tesis edilmesi sürecinde ise bilgi sistemlerinin fonksiyonları gündeme gelmektedir. Bu fonksiyonların kaliteli bir biçimde oluşabilmeleri aynı zamanda bilgi sistemlerinin kalitesine de bağlıdır. Bu kalite de işletmenin yenilikçiliğiyle doğrudan ilintili olup yenilikçi yapılarda sürekli olarak çağın gerekliliklerinin adaptasyonu görülmekte ve en sağlıklı bilgi sistemlerinin kullanımı ile bilgi paylaşımının hakkettiği önemi gördüğü söylenebilmektedir (Afuah 2003:104). Böylelikle örgüt unsurlarının bilgiye ulaşımında harcadıkları zaman, bilginin ulaşım kalitesi, geniş kitlelere ulaşabilmesi gibi durumlar tesis edilmek suretiyle yenilikçiliğin getirisi olarak böylesi yapıya sahip bir bilgi paylaşımıyla örgütsel işleyiş ve amaçların gerçekleştirilmesi noktasında kolaylıklar sisteme adapte edilmiş olunur.

Ancak gelişen bilgi çağı, bilgiye erişim kanalları ve özellikle de internet sayesinde organizasyonların inovasyon çalışmalarında yeni yöntemler edinebilecekleri ve bunun yanı sıra iç kaynakların yanı sıra dış kaynaklı ve daha düşük maliyetlerdeki unsurları da inovasyon sürecine dahil edebileceklerinin farkına varmalarını sağlamıştır. Böylelikle bilgiye erişimin yanı sıra bilginin organizasyon birimleri arasında paylaşımının da yenilikçilik açısından önemi kendini göstermektedir.

Bu araştırmanın temel amacı, bilgi paylaşımı ve örgütsel yenilikçiliğin örgütsel inovasyon iklimini ne düzeyde etkilediğinin ortaya konulması olarak belirlenmiştir. Bununla birlikte bu faktörlerin araştırmanın odağı olan İran ve Türkiye için ne şekilde farklılaştığının yüksek eğitim kurumu olan üniversitelerde tespit edilmesi şeklindedir. Bu amaç doğrultusunda araştırmanın temel hipotezi; “Bilgi paylaşımı ve örgütsel yenilikçiliğin örgütsel inovasyon iklimi ile pozitif yönlü lineer bir ilişkisi vardır” şeklinde belirlenmiştir ve bu hipotez doğrultusunda iki ülke bulguları değerlendirilecektir. Aynı zamanda, bilgi paylaşımı ve örgütsel yenilikçiliğin katılımcıların demografik özelliklerine göre farklılaştığı kabulü de araştırmanın alt hipotezi olarak değerlendirilmiş ve sınanmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

ARAŞTIRMANIN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

1.1. Örgüt Kuramı

Örgüt, insanların belirlenmiş bir amacı yerine getirmek için bir araya geldikleri ve topluca faaliyet gösterdikleri yapılar olarak tanımlanabilir. Burada ifade edilen amacın kapsamı sosyal, iktisadi, kamu hizmetleri gibi konular olabilmektedir. Bu perspektiften bakıldığında günümüz dünyasının bir anlamda örgütler dünyası haline geldiğini söylemek mümkün olacaktır. Okullar, hastaneler, devlet kurumları, işletmeler, sivil toplum kuruluşları gibi sayılacak onlarca örgüt örneğinin varlığı söz konusudur (Leblebici ve Salancik, 1989; Scott, 2003). Böylesi çeşitlilik sergileyen örgütsel dünya içerisinde amaçsal ve yapısal özelliklerinden doğan “en iyiye gerçekleştirme” sorunu da kendini örgütlerin faaliyet çizgilerinin belirleyicisi olarak göstermektedir. Bu doğrultuda örgütlerin her biri, hedefleri, stratejiler, örgütlenme biçimleri, üyeleri, imkanları, çevre ve kültürleri gibi farklı yapılardaki boyutlarından ibarettirler (Scott, 2003; Daft, 2004).

Tarihsel süreçte örgütler çok farklı biçimlerde ortaya çıkmakla birlikte sürekli gelişen ve farklılaşan bir tavır sergilemişlerdir. Bu durum örgütlerin kuramsal olarak değerlendirilmesini de beraberinde getirmiş ve çeşitli disiplinlerde örgütler farklı perspektiflerden kuramsal olarak incelenmiştir. Bununla birlikte sosyal yapı içerisinde örgütlere olan ihtiyacın her geçen gün artmasıyla birlikte örgütsel yapıların belirli bir sistematığa oturtulması yaklaşımı da yine örgütsel kuramları geliştirmiş ve farklılaştırmıştır (Hannan ve Carroll, 1995). Ortaya çıkarılan örgüte ilişkin kuramsal yaklaşım örgütsel davranışları anlamlandırmaya ve açıklamaya çaba sergileyen bir sosyal bilim alanı yapısına bürünmüştür. Bu anlamlandırma çabasının temelinde, örgütlerin yaşamlarını devam ettirebilmeleri ve amaçlarına ulaşabilmeleri için sergiledikleri çabalar ve çevresel unsurlar karşısında ortaya koydukları davranış biçimleri ile faaliyet biçimleri gibi hususlar tanımlama kriterleri olarak göz önüne

alınmıştır. Öte yandan gelişen toplumsal yapı ve buna bağlı olarak şekillenen kanunlar, kurallar ve davranış biçimleri örgütlerin varlığını bir zorunluluk olarak etkilemiştir. Bir bireyin günlük yaşamının büyük çoğunluğunun örgütler içerisinde geçtiği düşünülürse, örgütün insan hayatındaki yeri de o derece belirginleşecektir.

Pfeffer (1997), örgütlerin anlaşılmasına yönelik çalışmaları genel itibariyle aşağıdaki hususlara odaklandıklarını bildirmektedir:

Örgütlenme şekillerinin örgüt bireylerinin tutum ve davranışları üzerinde ne tür etkiler oluşturduğu, örgüt bireylerinin özelliklerinin ve eylemlerinin örgütsel amaçlara katkılarının yanı sıra örgütlenme biçimlerinin bu özellik ve davranışlardan nasıl etkilendiği, örgütsel performans, devamlılık ve örgütsel başarının etkenler ve örgütlerin politik, kültürel, çevresel, teknolojik unsurlarla nasıl bir etkileşim içerisinde olduğuna ilişkin yaklaşımlardır.

1800’lerde başlayan kuramsal örgüt yaklaşımları 1950’nin başlarına kadar genel itibariyle ekonomik anlamdaki örgütlerle ilgilenmiş ve 20’nci yüzyılın başları itibariyle ise örgütler sosyal, ekonomik, siyasi alanlardaki etkileri doğrultusunda değerlendirilmeye başlanmıştır. Bu perspektiflere temel teşkil eden yaklaşımlar, üç ayrı disiplinden beslenmişlerdir (Sargut ve Özen, 2007; Üsdiken ve Leblebici, 2001). Bunlar; etkili ve verimli yönetime odaklanarak bu yönde kurallar geliştirmeye çalışan “idari köken”, bireysel ve grup davranışları temelinde oluşan davranışçı ekolün beslendiği “psikolojik köken” ve örgütsel yapının analizine dayalı olan sosyolojik köken şeklinde ifade edilmektedirler.

Örgüt kuramına ilişkin ortaya çıkan bu yaklaşımlar, baz alınan kriterlere bağlı olarak farklı kuramlar oluşturmuşlar ve bu kuramlar, temel alınan kriterler doğrultusunda şekillenmişlerdir. Örgüt kuramları, örgütsel ekoloji kuramı, koşul-bağımlılık kuramı, iktisadi örgüt kuramları (vekalet kuramı, işlem maliyetleri

kuramı), eleştirel kuram, yeni kurumsal kuram ve postmodern örgüt şeklinde ki başlıklarla literatürde yer almaktadırlar.*

Örgüt kuramları incelendiğinde hemen hepsinin temelinde, örgütlerin varoluşlarının devamlılığı ve amaçlarına ulaşmaları noktasında ki gerekliliklerin ele alındığı görülmektedir. Bu gereklilikler günümüz örgütlerinde teknolojiye ve küreselleşmeye ayak uydurma şeklinde genellenebileceği gibi insan faktörünün önemi de yine kuramlarda ortak kabuller arasında yer almaktadır. Kuramlar, genel itibariyle örgüt yapısına diğer bir ifadeyle örgüt türlerine göre şekillenmekle birlikte uygulamada da yine örgütün türünün büyük öneminin varlığından söz etmek mümkün olmaktadır.

1.2. Örgüt Türleri

Örgütlerin sınıflandırılması, çeşitli kriterler göz önüne alınmak suretiyle gerçekleştirildiğinden değişik sınıflandırma şekillerinin ortaya çıkması şeklinde görülür. Bu noktada kullanılan en yaygın sınıflama biçimlerinde dikkate alınan kriterler ise amaçlar, oluşum şekilleri ve yetki-sorumluluk yapısı şeklindeki kriterler olarak karşımıza çıkmaktadır.

1.2.1. Amaçlarına Göre Örgütler

Örgütsel bir yapının oluşmasında “fayda” beklentisinin temelde yer aldığını söylemek mümkündür. Ancak bu faydanın kim lehine olduğu ise örgütün var oluş amacı ile belirginlik kazanacaktır. Örgüt, kurucuları açısından ekonomik bir faaliyet neticesinde kar elde etmek amaçlı kurulmuş ise bu durumda kar amaçlı örgütlerden bahsetmek söz konusu olur ki bunlar genelde işletme görünümündeki örgütlerdir. Bu örgütler, çeşitli ekonomi alanlarında faaliyet göstermekle birlikte ekonomik sistemlerin de temel dinamikleri durumundadırlar. Bunun yanı sıra üyelerine yarar sağlamak amaçlı kurulan örgütlerden de bahsetmek mümkündür. Bunlar genel

* Örgüt kuramı ve sayılan kuramlara ilişkin geniş bilgi için bkz. Deniz Taşçı, Umut Koç, Yücel Sayılar vd., Örgüt Kuramı, Eskişehir Anadolu Üniv. Yayınları, Eskişehir, 2015.

itibariyle üyelerine maddi veya manevi (erk, sosyal statü vb), fayda sağlamak için kurulan örgütlerdir. Sendikalar, partiler, meslek örgütleri gibi yapılar bu türden örgütler için örnek teşkil etmektedirler (Üsdiken ve Leblebici, 2001: 27-28).

Bir kısım örgütler de toplumsal hizmet amacı doğrultusunda kurulmakla birlikte topluma eğitim, sağlık, sosyal hizmetler, danışmanlık gibi hizmetler sunma amacıyla oluşturulmaktadır. Bu tür örgütlerde kar amacı güdülmeyeceği gibi zaman içerisinde yapısal değişiklikler doğrultusunda kar üreten örgütlere de dönüşebilmektedirler. Buradaki kardan kasıt, maddi fayda olarak ifade edilebilir. Diğer yandan kamu yararını gözeterek örgütlerin varlığı da söz konusu olup bunlar toplumsal emniyet, ulusal güvenlik, milli araştırma ve geliştirme gibi amaçlar doğrultusunda oluşturulup kamusal fayda üretmesi beklenen örgütlerdir. Bu türden örgütlerin faaliyet türüne bağlı olarak önemli bir kısmı devlet tarafından oluşturulmakla birlikte çok az bir kısmında özel sektör etkisi görülmekte ve bu türden olan örgütler de sosyal sorumluluk çatısı altında özel sektör unsurları tarafından oluşturulabilmektedir.

1.2.2. Oluşumlarına Göre Örgütler

Oluşumuna göre örgütler bir araya gelen örgüt unsurlarının ve örgütlenme yapısını baz alarak oluşturulan bir sınıflandırma biçimi görünümündedir. Bu sınıflandırmaya göre oluşan örgütler başlıca üç biçimde ele alınmaktadır. Bu biçimler, doğal örgütler, gönüllü örgütler ve resmi örgütler olarak adlandırılmaktadır (Leblebici ve Salancik, 1989).

Doğal örgütler, örgütü oluşturan bireyler arasındaki kanbağı, ortak iş ilişkisi, hemşerilik gibi hususlara dayalı örgütsel oluşumları ifade etmektedir. Genel itibariyle bu türden örgütler dernek görünümünde olup üyelerini ortak bir amaç etrafında toplamak ve onlara belirli bir kısım konularda destek vermek amaçlı oluşurlar. İl, ilçe, köy dernekler, sendikal yapılar, mezunlar derneği gibi örgütler bu türden örgütlere örnek teşkil etmektedirler. Bir diğer örnek olan gönüllü örgütler

(demokratik-informal) bireylerin iradeleri ile belirledikleri ortak amaç doğrultusunda birlikte hareket ettikleri ve her bir bireyin katkısının söz konusu olduğu yapılardır. Bu türden örgütlerde yasalarla belirlenmiş resmi ve hiyerarşik bir yapı olmamakla birlikte katılım gönüllülük esasına dayalı olarak gerçekleşir ve buradaki gönüllülük, karşılık beklemeden dernek amaçları konusunda hizmet etme anlamı taşır. Örgütte lider veya yönetici örgüt bireylerince yada bireylerin belirlediği kurullarca seçilir. Hiyerarşik yapı tamamen örgüt içerisinde oluşturulur ve dönemsel olarak değişkenlik gösterebilir. Görev atamaları oluşturulan hiyerarşi içerisinde yapılmakla birlikte yine gönüllülük esasına göre göreve aday kimseler belirlenir ve bunlar arasında ilgili atamalar yapılır. Bu türden örgütlerde üyelerin hemen hemen tamamı iletişim halindedirler.

Bir diğer oluşum sınıflaması olan resmi örgütlerde ise hiyerarşik yapı örgüt dışında yer alan ve örgütün oluşumunu gerçekleştiren otoritelerce oluşturulmakla birlikte görev, yetki ve sorumluluklar da yine bu otorite tarafından oluşturulmaktadır. Daha çok devlet kuruluşlarını ifade eden resmi örgütlerde iç ve dış ilişkiler yasalarla düzenlenmekle birlikte işleyişte hiyerarşik bir yapı söz konusudur. Resmi örgütlerde yazışmalar önem arz etmekle birlikte işleyişin de vazgeçilemez bir parçasını teşkil etmektedirler. Bu örgütlerde bireylerin tamamının iletişim halinde olması söz konusu olmamakla birlikte ast-üst ilişkisi ile iletişim sağlanmaktadır. Kamu kurum ve kuruluşları bu türden örgütlerin en somut örneğini teşkil etmektedirler.

1.2.3. Yetki ve Sorumluluk Dağılımına Göre Örgütler

Yetki ve sorumluluk dağılımını baz alan örgütsel sınıflandırmada dört temel başlıkta yer alan örgütlerin varlığı söz konusudur. Bu başlıklar dikey örgütler, yatay örgütler, sayısal bölümlenme ve işlevsel bölümlenme olarak belirlenmiştir (Taşçı vd., 2015).

Dikey örgütler, işlev ve işbölümlemenin dikey yönlü olarak gerçekleştiği (üstten alta doğru), yönetilen ve yöneten unsurların hiyerarşik olarak

konumlandırıldığı yetki ve emir-komuta sistematığının baskın olduğu yapılardır. Bu örgütlerde üst, orta ve alt düzey yönetsel katların yanı sıra en alt kademede yönetilenler vardır ve bunlar üstten aşağıya doğru iletilen işlevleri yerine getirmekle sorumludurlar. Yönetim katları; amaçların ve işlevlerin belirlenmesi, planlanması, yönlendirilmesi gibi hususları üstlenmiş olmakla birlikte en alt yönetilen kademede örgütsel amaçların gerçekleşmesi için üst kademenin yaptığı planları hayata geçirmekle sorumludurlar. Dikey örgütlerde yönetim yetkisi en tepede olup emir komuta işleyişi de yukarıdan aşağıya yönlüdür. Bununla birlikte iletişim de tek yönlü olarak şekillenmekte ve yine yukarıdan aşağıya doğru olmaktadır. Ast üst ilişkilerinde de yine tek yönlülük söz konusu olup astlar üstlerden aldıkları emirleri yerine getirmekle sorumludurlar. Yatay ilişki bulunmamakla birlikte örgüt bireylerinin çalışmaları bütünün parçalarını oluşturur nitelikte olup her birey kendisine tanımlı olan görev ile ilgilenip bütünün diğer kısımlarıyla ilgilenmez (Akdu, 2003:5). Bu türden örgütlerin avantajları ise disiplinin kolay sağlanması, karar alma noktasında tek merkezli hızlı kararlar alınması, işle ilgili olarak bütünün parçalarının hızlı bir biçimde yerine getirilmesiyle birlikte hızlı yol alınması olarak sayılmaktadır. Dezavantajları ise tüm yetkilerin tek elde toplanmasından ötürü gerekli noktalarda inisiyatif kullanmanın söz konusu olmaması, tek tip zihin yapısına bağlı olarak faaliyet göstermesi, yöneticiye bağlı bir yapı olduğu için başarının yönetici yeteneklerine bağlı olarak sınırlı kalması, yöneticinin ağır yükünden ötürü iş baskısı altında olması, her bir iş parçası için bir personel, birim veya ekipman lazım olması itibariyle ekonomik olmamasıdır. Bununla birlikte, otorite çatışmasına bağlı olarak iş aksaklığının yaşanması da kaçınılmaz olarak ortaya çıkmaktadır (Akdu, 2003: 4-5). Bu türden örgütlerde bilgi paylaşımı iletişimin yönüne bağlı olarak mümkün olmamakla birlikte, inovasyon ikliminin gelişmesi de oldukça zor görünmektedir. Bireyler arası yatay ilişkiler sınırlandırılmış olduğundan işin bütünü ile ilgili oluşan bir bilgiden de söz edilemeyecektir. Bunun yanı sıra her bir birim için oluşan bilgi yalnızca işin o parçasına dair olup bütüne ilişkisi de belirsizlik sergileyecek ve birimler arasında bilgi akışı olmadığından yalnızca ait olduğu birim

sınırları içerisinde kalacaktır. Dolayısıyla bilginin işin bütününe bağlı olarak güncellenmesi de mümkün görünmemektedir.

Yatay örgütler ise etkinliklerin aynı yetki ve sorumluluk düzeyine sahip birimler arasında paylaşılmış olduğu işlevsel, görevsel iş bölümlenmesi mevcut olan örgüt biçimidir. Hiyerarşik yapı veya konumlama, yetki/otorite kıstasına göre değil uzmanlık ve işlevsellik esası doğrultusunda gerçekleştirilir. Bu sebepten, yatay örgütler uzmanlık temelli bir örgüt görünümü kazanmış olurlar. Bu örgütlerin özellikleri dikkate alındığında, yaygın ve merkezde toplanmamış bir yönetsel yapıyla birlikte yatay ve dikey doğrultularda bir iletişimin ve iş akışının varlığı görülmektedir. Dikey örgütlerden farklı olarak yine ast-üst ilişkisi yerine iş paylaşımı odaklı ilişkiler söz konusu olmakta ve birimler hem kendi işleriyle hem de bütüne ilgilenmektedirler. Örgütün tamamı, amacın bütününden sorumlu olmakla birlikte, bütüne ulaşan yolda da iş paylaşımı, yardımlaşma ve dayanışma söz konusu olmaktadır. Bu türden örgütlerde bilgi paylaşımı yaygın ve yönetim tarafından özellikle var olması istenen bir davranış olmanın yanı sıra, örgüt yapısına bağlı olarak bilginin birimler arasında yaygınlaşması ve gelişmesi de yine hedeflenen durumlardandır. Böylelikle örgüt bilgisi tüm yapı içerisinde herkesçe edinilecek ve işleyişte kullanılması sağlanabilecektir. Yatay örgütler, yapıları ve karakteristikleri itibarıyla inovatif yaklaşımlara daha açık olmakla birlikte iklim olarak da bilgi paylaşımı temelli bir yapı sergilerler.

Sayısal bölümlenme temelli örgütler ise aynı türden işi yapmakta olan bireylerin bir araya getirilmesi ile teşekkül ettirilen örgütlenme biçimidir. Birimler arasında ast-üst ilişkisi olmamakla birlikte aynı işi yapan belirli sayıdaki bireylerden bir araya gelmiş yapıların varlığı söz konusudur. Askeri örgüt yapılarındaki bölük, takım gibi oluşumlar bu örgütlenme biçimine örnek teşkil etmektedirler.

İşlevsel bölümlenme temelli örgütlenmede ise örgüt bünyesindeki birimlerin bu birimleri oluşturan bireylerin işlevlerine göre oluşturulduğu yapılardır.

Hastanelerdeki cerrahi polikliniği, kurumlardaki teknik yapılar (marangoz, elektrikçi, şoförler vb) bu türden örgütlenme biçimine örnek oluşturmaktadırlar.

1.3. Örgütsel Bilgi Paylaşımı

Bilgi kavramı, pek çok disiplin ve araştırmacı tarafından tanımlanmaya çalışılmış olmakla birlikte çeşitli kriterler perspektifinden de değerlendirildiği görülmektedir. Davenport ve Prusak (2001) bilgiyi bir düzen sınırları dahilinde yer alan çeşitli deneyimler, değerler ve görüşlerin yenilerini oluşturmaları sürecinde ortaya çıkan bir bileşim olarak nitelendirmektedirler. Bununla birlikte bilgiyi insan bünyesinin bir parçası olan karmaşık bir yapı olarak da ifade etmektedirler. Ayrıca, çeşitli unsurların farklı biçimlerde birbirleriyle karışmaları nitesinde ortaya çıkan bilginin belirli bir yapısının olmadığı, esnek olduğu ve zamana bağlı olarak içerisine sezgilerin de dahil edildiği esnek bir yapı olarak tanımlamaktadırlar (Davenport ve Prusak, 2001:28).

Drucker (1994) ise bilgiyi *"çeşitli faaliyetlere uygun bir zemin teşkil ederek ya da birey veya kurumlara farklı ve etkinliği yüksek eylemlerde bulunma yetisi sağlayarak, değişim yaratan bir kavram"* şeklinde tanımlamaktadır (Drucker, 1994:2013). Farklı bir perspektiften yaklaşan Nonaka (2002) ise *"gerekçelendirilmiş gerçek inanç"* olarak nitelemektedir.

Buckman (2004) bilgiyi *"yaşamak ya da uyum sağlamaya yarayan güç"* şeklinde değerlendirirken, Güçlü ve Sotirofski (2006) ise bilginin *"tecrübeler sayesinde elde edilmiş bir anlayış"* olduğunu savunmaktadırlar.

Bilgi kavramı sıklıkla enformasyon ve veri kavramlarıyla karıştırılmaktadır. Davenport ve Prusak (1998:53) bilgi ile ilgili ortaya koyduğu hiyerarşik yaklaşıma göre bilgi enformasyondan, enformasyon da veriden türetilen kavramlar olarak nitelendirilmektedirler.

Bilgi, insanoğlunun zekasının bir ürünü olmakla birlikte bu üretime temel teşkil eden fonksiyon ise düşünme olarak ifade edilebilir. Dolayısıyla insan beyni, üzerinde düşündüğü her hususa ilişkin bilgi üretebilme yeteneğine sahiptir. Ancak, üretilen bu bilginin etkin bir materyale dönüşmesi için aktif edilmesi yani ya o bilginin bir üretim için kullanılması ya da diğer beyinlerle paylaşarak başka bilgiler için bir argüman niteliği kazanması gerekir. Dolayısıyla bilginin salt olarak bir değerinin olmayacağı, bir aktivitenin tetikleyicisi olması halinde önem kazanacağı da söylenebilecektir. Bu sav, bilginin paylaşımının da gerekliliğini ortaya koyabilmektedir. Bilginin oluşumu, bilgi yaratma süreci olarak nitelendirilmekle birlikte birincil önemli aşama olarak değerlendirilmekte ve bilgiye ihtiyaç duyan, örgütler, devletler ve hatta bireyler öncelikli olarak bilginin üretilmesini sağlayacak bir mekanizmanın oluşumunu sağlamakta sonra da bilgi üretiminin istendiği saha ile ilgili bilgiyi oluşturacak hammaddeleri (referans düşünce, oluşum, buluş, keşif vs.) bu mekanizmaya dahil ederek bilgi üretim döngüsünü başlatmaktadırlar(Çoban, 2010:352). Sonrasında ise üretilen bu bilginin amaçlar doğrultusunda kullanımı ve değerlendirilmesi süreci başlayacaktır. Bu noktada, sürecin yönetilmesi büyük bir önem arz etmekte ve bu yönetsel yapıya da bilgi yönetimi denmektedir. Bilginin yönetilmesi aynı zamanda bilgi paylaşımı sürecini de bünyesinde bulunduran bir akış olarak değerlendirilebilir. Günümüzde bilginin her türden örgüt ve yapı için önemi dikkate alındığında bilgi yönetiminin ve bilgi paylaşımının önemi de doğrudan kendini gösterecektir.

Bilgi paylaşımı, bilgi yönetiminin en önemli unsurlarından biridir. Bilginin kullanıldıkça ve paylaşıldıkça artan bir işletme varlığı olması ve maddi işletme varlıklarından daha fazla öneme sahip olması bilgi paylaşımının önemini de artırmaktadır (Dinçmen, 2010:22).

Bilgi paylaşımı, genel itibariyle bir grup oluşturan insanlar içerisinde meydana gelen iki yönlü bir iletişim olmakla birlikte bu iletişimin materyali de bilgi olmaktadır. Bu itibarla bilgi paylaşımı bilgi iletişimi olarak adlandırılmaktadır.

Paylaşımın var olabilmesi için en az iki kişinin varlığı söz konusu olmakla birlikte örgütler için bu paylaşım farklı seviyelerde de olsa tüm bireyleri kapsayacaktır. Buradaki amaç, grup performansını artırmakla birlikte eldeki bilginin faaliyetlere aktif olarak dahil edilmesinin sağlanmasıdır (Alavi ve Leidner, 2001:104).

Örgüt içerisinde bilgi paylaşımı bireylere ve bölümlere bağlı olarak farklı seviyelerde gerçekleşmektedir. Bu farklılığın temeli, her bir birimin ortak bilginin yanı sıra farklı bilgi yapılarına ihtiyaç duymalarıdır. Bu süreçte bilgi belli bir kaynaktan üretilmekle birlikte tüm birimlere de ihtiyaçları olan ölçüde dağıtımı sağlanır. Süreç, iletilen ve alıcı tarafları meydana getirmekle birlikte verimli bir akışın sağlanabilmesinde alıcı tarafın istekliliği önem arz etmektedir. Böylelikle kendisine ulaşan bilgiyi eksiksiz ve ihtiyacını tam karşılayacak şekilde edinebilecektir. Bunun aksi durumda yani bilginin zorla alıcıya ulaştırılması durumu söz konusu olması halinde alıcının bilgiyi bütünü ile almayabileceği gibi aldığı bilgiyi değerlendirmeme ihtimali de söz konusudur (Yeniçeri ve Demirel, 2007:222). Buradan ulaşılan bir diğer sonuç da paylaşılan bilginin ihtiyaç miktarında ve alıcının kapasitesine uygun ölçüde olmasının zorunluluğudur. Alıcının değerlendirebileceği standart üzerinde veya fazla miktarda bilginin kendisine ulaştırılması durumunda kapasite aşımından ötürü bilginin fazla olan kısmı zayi olabileceği gibi ulaştırma sürecinde harcanan çaba da boşa çıkmış olabilecektir. Dolayısıyla bilgi paylaşımında ölçülü bir işleyiş mekanizmasının oluşturulmasının gerekliliğinden bahsetmek mümkün olacaktır.

Bilgi örgüt bireyleri arasında paylaşılacağı gibi işletmeler ve müşteriler arasında da paylaşılabılır. İşletmelerde bilgi paylaşımı yapılırken teknolojik faktörlerin yanı sıra yönetim kararları ve beşeri faktörler de dikkate alınmalıdır (Yeniçeri ve İnce, 2005:124).

Öğrenilmiş ve transfer edilmiş bilgilerin bireysel paylaşımı, kolektif olarak bilgilerin ve yararlı bulunan tüm bilgilerin bireysel olarak paylaşımıdır. Bu paylaşım süreci toplama, düzenleme ve bir kişiden diğer bir kişiye bilgilerin aktarımı ile olur (Van den Hooff ve De Ridder, 2004:118). Çünkü verinin ve bilginin toplanmasından

çok, paylaşma süreci önemlidir. Genellikle bilgi paylaşıldığında değeri daha da artar. Bu nedenle doğru yönetildiğinde, bilgi paylaşımı büyük ölçüde iş kalitesini ve karar verme becerilerini arttırmakta, problem çözme verimliliğinin yanı sıra, örgüt yararına da büyük bir yetkinlik sağlamaktadır (Cheng, vd., 2009:316).

Bilgi paylaşımına ilişkin birçok tanımın varlığı söz konusu olmakla birlikte farklı kavramlarla ifade edildiği de görülmektedir. Literatürde bilgi paylaşımı ve benzer aktiviteler için farklı tanımlamaların varlığı söz konusu olup, bilgi transferi (knowledge transfer), enformasyon paylaşımı (information sharing), bilgi toplama (knowledge hoarding), yaygın bilgi (common knowledge) ve bilgi akışı (knowledge flows), gibi tanımlamaların bilginin paylaşılması temelli faaliyetlerin alt ayrımları olarak kullanıldığı görülmektedir (Karaaslan, vd, 2009:142).

İşletmelerin, verimlilik, performans, sürdürülebilirlik gibi durumlarında etki sahibi olan sosyal sermaye, işletme çalışanlarının sergilediklerin koordinasyon ve dayanışmanın işlevsel boyutu olarak ifade edilmektedir. Burada bahse konu olan işlevsellik, çalışanlar arasında tesis edilmiş olan dürüstlük, eşgüdüm, bilgi paylaşımı, güven gibi sosyal değerlerin iç içe olduğu bir sistemin inşa edilmesine işaret etmektedir. Böylelikle sosyal sermaye, bilgili ve yetenekli bireylerin sağlıklı bir etkileşim ağı oluşturmaları ve bu ağda sağlıklı bir bilgi iletişimi oluşturmalarıyla değer kazanacak ve işletme performansının, verimliliğinin, sürdürülebilirliğinin ve amaçlara ulaşmada daha somut adımlar atılabilmesinin yolu açılmış olacaktır. Bu yapı da işletmenin sosyal sermayesi olarak ifade edilmektedir (Çalışır ve Banger, 2011:203).

Bilgi paylaşımının olmaması halinde işletmenin bilgiye dayalı bir yapı oluşturmaları veya bilgiyi bünyesine dahil etmesi çok mümkün olmayacaktır. Bu noktada temel itibarıyla iki türlü bilginin varlığı söz konusudur. Birincisi, çalışanların deneyim ve uygulamalarından edindikleri tecrübi bilgi; bu bilgi işleyişin en verimli biçimde var olmasında büyük önem taşıdığı gibi en doğru eylem biçimini de yine bu bilgi mümkün kılmaktadır. Diğer taraftan teknik veya teknolojik bilgi; bu

bilgi de faaliyetlere ilişkin teknolojik araçların kullanılması, üretim yöntemlerinin modernizasyonu ve daha teknoloji temelli üretimin nasıl yapılacağı bilgisinin işletmeye edindirilmesine ilişkin avantajları sağlamaktadır. Böylelikle yeni tekniklerin uygulanması sürecinde çalışanların bu süreçte edindikleri deneyimlerle yeni teknolojilerin daha efektif kullanılması ve işletmenin işgücü, zaman, maliyet gibi tasarruflar mümkün olacak ve hedefe ulaşmada daha sağlıklı adımlar atılmış olabilecektir. Bunların yanı sıra bilginin daha verimli paylaşımının mümkün kılınması için örgütsel kültürün de paylaşılması ve bilgi paylaşımının örgüt kültürünün bir parçası olmasının sağlanması gerekmektedir. Beraberinde, bilgi paylaşımının bir külfet değil kolaylık, ödül, özendirici bir durum olması da yine süreçte amaçlanan sonuca ulaşmada büyük önem arz etmekte ve bilgi paylaşımı daha efektif bir seyirde gerçekleşebilmektedir (Sarıkaya, 2011:20-21).

Her çalışanın her şeyi bilmesi mümkün değildir. Aksine çalışanların işleriyle ilgili konularda kullanılması gerekli bilgilerin dağıtılması gerekmektedir. Ayrıca örgüt içinde karşılaşılan sorunların çözüm yollarıyla ilgili bilgilerinde paylaşımı sağlanmalıdır (Saruhan ve Yıldız, 2009: 302).

Bilgi paylaşımı ve yönetiminde kullanılabilecek olan bilişim ürünleri; “bilgi haritaları (knowladge maps), intranet ve bilgi portalları (knowlagde management portals), veri mağazacılığı (data warehousing), veri madenciliği (data mining), belge yönetim sistemleri (document management system) ve işletme içi bilgisayar ağları (LAN: Local area network) ve işletmenin farklı şehirlerdeki binaları arasındaki ağlar (WAN: Wide area network)” şeklinde isimlendirilmektedirler (Dinçmen, 2010:23).

Bilginin mahiyeti yani örtük veya açık olması bilgi paylaşımı sürecinde etki konusu olmaktadır. Örtük bilgi, bireyler arası etkileşimle paylaşıldığı gibi açık bilgi sözlü olarak paylaşılabilir bir mahiyet sergilemektedir. Örtük bilginin paylaşılmasında ustalık-çıraklık ilişkisi, örgüt içi eğitimler, iş başı eğitimleri gibi uygulamalar etkili olmakla birlikte bireylerin gelişiminde de büyük role (Köseoğlu vd., 2011:220). Bilginin temini, saklanması, sınıflandırılması, kullanılması ve

paylaşımında bilgi teknolojilerinin sağladığı kolaylıklar günümüzde herkesçe kabul görmekle birlikte yoğun bir kullanım alanı da oluşturmaktadır. Ancak, bu teknolojilerin kullanımı tek başına yeterli olmamaktadır.

Örgütlerin gelişiminde ve yükselmelerinde bilgi sermayesinin yanı sıra bu bilginin işlenerek işletmenin amaçları doğrultusunda kullanılması ve çevresel gelişmeler ve değişimlerle paralel bir ilerleyiş sağlanması da büyük önem arz etmektedir. Örgütler bilgiyi bireylerin gelişimi için kullanmanın yanı sıra örgütsel yapının şekillendirilmesi ve örgüt kültürünün bilgiye dayalı bir perspektif edinmesi gibi farklılaşmalar için de kullanılmalı ve bu eğilim örgütsel kültürün bir parçası halini almalıdır. Bunun yanı sıra örgüt birimlerinin bilgi temelli bir yapıya büründürülmeleri de örgütün sürekliliği ve sürdürülebilirliği açısından gerek şartlardan birisidir (Demirel ve Seçkin 2008:108).

Bilginin bulunduğu etkin konum itibarıyla günümüzde örgüt teorisinde klasik örgüt unsurlarının yanında onlar kadar önemi olan bir husus olarak anılmaya başlanmıştır. Günümüz rekabet ortamının sert yapısı içerisinde örgütsel başarı, örgütün içerisinde bulunduğu çevredeki rakiplerine nazaran bilgiyi ne denli efektif kullandığının ve bilgisini ne denli iyi pazarladığının belirleyiciliği tartışılmazdır. Bu önemli detayı kavrayan ve benimseyen örgütler, bilgi yönetimi stratejilerini teknolojik ürünlerle güçlendirmekte ve bu yönde yapılacak yatırımlardan geri kalmamaktadırlar. Bununla birlikte, bilginin üretilmesi noktasında da aktif tavır sergileyen örgütler bir anlamda pazara hakimiyet kurabilmekte ve rekabete de yön vermektedirler (Yılmaz, 2011: 316). Günümüz teknoloji devleri bu duruma ilişkin örnek teşkil etmekte; cep telefonu pazarındaki zirvede rekabet eden Samsung ve iPhone firmalarında bu durum açıklıkla kendini göstermektedir. Cep telefonu pazarında zirvede yer alan iPhone markası, ürettiği telefonların ekranını Samsung firmasından temin etmekte ve Samsung bu rekabette elindeki bilgi ve teknolojik avantajla ayrı bir konumda yer almaktadır.

Örgütsel önemi bu denli aşikâr olan bilginin örgüt içerisindeki paylaşımını sağlayan mekanizmalar, grup çalışmalarını desteklemekle birlikte örgüt üyelerinin etkileşiminde de rol üstlenmektedir. Ayrıca, örgüt bireylerinin ilk aşamada mevcut kavramsal birikimlerinden ve yaratıcılık haritalarından faydalanarak bilgiyi üretmelerini tetiklemekle birlikte fikir ve bilgi üretim mekanizmalarını da geliştirerek bu yöndeki yeteneklerini artırmada yardımcı olmaktadır (Top ve Dilek, 2013:287).

Bilgi paylaşımının bir diğer fonksiyonun da örgütsel birimler arasında güven olgusunun geliştirilmesine yardımcı olmaktır. Bu sayede örgüt çalışanlarının aktivasyonları artacak ve sonuca daha sağlıklı ve çabuk bir biçimde ulaşmayı temin edebilecektir. Öte yandan paylaşılan bilgi, örgüt bireylerini bütünsel bir davranış biçimine yönlendirecek ve sorunlar karşısında topyekün yeterlilik ve hareket kabiliyeti oluşturulmuş olacaktır. Nitekim bilgi paylaşımı ile çalışanlara hangi sorunlar karşısında hangi tepkileri sergilemeleri ve hangi yolu izleyerek çözüme ulaşacakları yeteneği kazandırılmış olduğundan çalışanlar sorun karşısında pasif konumda kalmayacaklar ve ayrıca mevcut bilginin yanı sıra yeni alternatifler de üretebileceklerdir (Doğan ve Demiral, 2007:292).

Sarıkaya (2011) bilgi paylaşımının etkisini “kartopu modeli” ile açıklamaktadır. Araştırmacı, bilginin kartopu misali her geçtiği noktadan yeni bir eklenti edinerek büyüyeceğini ve zenginleşeceğini ifade etmektedir. Ayrıca, bu durum bilginin korunması noktasında da birden fazla koruyucu mekanizmanın varlığı olarak yorumlanmakta, paydaşlardan herhangi birinin eksilmesi halinde diğerleri bu eksikliği giderecek birikime sahip olduklarından bilgi kaybı yaşanmayacaktır (Sarıkaya, 2011:54).

Örgüt yapısı içerisinde bilgi paylaşımının tesis ve teşvik edilmesi aynı zamanda uzmanlaşmış çalışanların oluşmasını da sağlamanın yanı sıra uzmanlığın örgüt içerisinde uzmanlığın da yaygınlaşmasını sağlamaktadır. Öte yandan örgüt içerisinde nitelikli bilginin üretilmesinde de yine bilgi paylaşımının fonksiyonu söz konusu olup örtülü bilginin örgüt bireyleri arasında yayılmasıyla birlikte örgütsel

bilgi birikiminin artırılması da mümkün olmaktadır. Bu süreç, örgütsel ortamlarla ilişkili olmakla birlikte örgütsel güven ikliminin de yine örgütte tesis edilmesi ile birlikte bilgi paylaşımı daha sağlıklı bir biçimde gerçekleşebilecektir. Ayrıca, bilginin dolaşım seyrini gerçekleştireceği iletişim kanallarının açılması ve bu kanalların sağlıklı bir işleyişe kavuşturulması da zaruret ihtiva etmektedir. Beraberinde işleyişin yönetilmesi ve tek merkezli bir yönetim yapısından uzak, bütüncül katılımın sağlandığı bir yönetim sistematığının tesis edilmesi de yine örgütsel güven iklimini geliştirecek ve bilginin daha verimli dolaşımına katkı sağlayacaktır (Doğan ve Kılıç, 2009:100).

1.3.1. Bilgi Paylaşımının Önemi

Bilgi paylaşımı örgütün hareket kabiliyetini belirlediği gibi görevlerin yerine getirilmesinde etkinliğin oluşmasında da yine rol oynamaktadır. Öte yandan yenilikçiliğin örgüt bünyesinde var olması ve hayata geçmesi için de bilgi paylaşımının önemli bir etkisi söz konusudur. Örgüt çalışanları bilgi paylaşımı ile birlikte fırsatlar edinmekle birlikte rekabetin sürdürülebilirliğinin sağlanmasında da yine bilgi paylaşımının üstünlük sağlayacağı açıktır (Top ve Dilek, 2013:284).

Örgütlerde bilgi paylaşımının artırılması noktasında Özler, Ergun, Gümüştekin, (2006) birey-örgüt arasında bir model önerisi oluşturmuşlardır. Şekil 1 ile verilen bu modelde, birey örgüte bilgi, emek ve sadakatini sunmakta ve bunun karşılığında ortaya çıkan beklentileri de, iktidar, otorite ve ücret hiyerarşisi mekanizmalarınca karşılanmaktadır. Merkezi yapıda oluşan ve toplanan bilginin tek merkezce işlenmesi güç olduğundan ve bu güçlüğün hiyerarşik yapıda sorunlar oluşturabileceği gibi bilgi kaybına da yol açabileceğinden bilginin işlenmesinin tekil olarak merkez tarafından işlenmesi verimli olmayacaktır. Modelde, bilginin örgüt bireyleri ve örgüt arasındaki akış yönleri ve türleri belirtilmekle birlikte zorunlu bilgi akışının bireydeki yansımalarının salt bilgi, teşvikli bilgi akışının emek ve gönüllü bilgi akışının da bağlılık şeklindeki yansımaları söz konusu olacağına işaret edilmektedir. Böylelikle örgüt, elde etmek istediği sonuca uygun bir bilgi paylaşım

sistematiki kurabilecektir (Özler, vd., 2006:141-143). Kurulacak olan sistematikte, gönüllü bilgi akışının diğer hususlar kapsayacağı ve bağlılığın örgüt açısından elde edilmesi güç ve o derece de önemli bir sermaye olmasından ötürü gönüllü bilgi akışının tesis edilmesi için gerekli altyapının oluşturulması ve örgütsel iklimin bu bilgi paylaşım döngüsünü oluşturması da hayatiyet taşıyor denilebilir.

Şekil 1: Bilgi paylaşımının artırılması modeli



Kaynak: (Özler, Ergun ve Gümüştekin, 2006)

Bilgiye sahip olan örgütler, sahip oldukları bilgiyi yetenekleriyle birleştirmek suretiyle rakiplerine nazaran daha fazla değer üretebilmekte ve rekabette öne geçebilmektedirler. Özellikle rutin uygulamalara aktarılmış ve deneyimlerle harmanlanmış olan bilgi, örgütün alanında tek olmasını, söz sahibi olmasını ve pazarı yönlendirmesini sağlayacak avantajlar üretebilmektedir. Bu da bilginin değerinin uygulama ile bütünleşmesi ve deneyimlerle işlenmesi durumunda oluşacak olan katma değer büyüklüğüne işaret etmektedir.

Ayrıca örgütler üstün entelektüel birikimlerini –her ne kadar bu birikimler sadece kendilerine has olmasa da- bilgi paylaşımı ile geliştirip alanlarında lider olabilme ayrıcalığına da ulaşabilmektedirler. Özellikle günümüz bilgi çağında bilgi paylaşımı, örgütsel bilgi ile ilgili yetenekler edinmek suretiyle rekabet alanında üstünlük sağlayacak kaynaklara sahip olabilmektedirler (Özer, vd, 2004:256).

Örgütlerde bilgi paylaşımının öneminin algılanmasının yanı sıra bilgi paylaşımını teşvik edici uygulamaların öneminin de kavranması, bilgi paylaşımının sürekliliğini ve verimliliğini mümkün kılacak gerek şartlardandır. Bu noktada örgüt, bilgi paylaşımını teşvik edici uygulamaları hayata geçirebilir ve çalışanların bilgi paylaşımını benimsemelerini, sağlıklı bir biçimde devam ettirmelerini sağlayabilir. Bu noktada ödül ve teşvik sistemlerinin katkısı mümkün olmaktadır (Örnek, 2009:38). Örgüt bünyesinde hayata geçirilmiş olan bu teşvik edici uygulamalar, aynı zamanda örgütsel iklimi de bilgi paylaşımını mümkün ve göz önünde tutulur bir konuma taşıyacaktır. Örgüt çalışanlarının bilgi paylaşımı ve bilginin verimli bir biçimde kullanılması hususunda özendirilmesi hem örgütsel kimlik hem de örgüt iklimi ile doğrudan alakalı durumlardır. Böylelikle örgüt iklimi bilgi paylaşımını teşvik edebilecek bir unsur olarak yorumlanabilecektir.

Ödül sistemlerinin başarılı olarak çalıştırılması, çalışanların işlerini ve işyerlerini daha çok benimsemelerine yol açar. Bu durum ise çalışanların iş tatminini yükselttiği gibi bu durum bireylerde performans artışını da tetikleyecektir. Örgütsel amaçlar ile kendi amaçlarını bütünleştiren tatmin olmuş birey, örgüte de sahip çıkmanın yanı sıra ayrılma niyetinden uzaklaşarak işgücü devrini de önemli ölçüde azaltmış olacaktır. (Örnek, 2009:44). Böylelikle, örgütsel bilginin örgüt bünyesinde kalması ve bir anlamda yatırım yapılan çalışanların da deneyimli kimseler olarak örgüte olan faydalarını sürdürmeleri mümkün kılınmış olacaktır.

Netice itibariyle bilgi, örgütlerde temel sermaye kalemleri arasında gün geçtikçe önemi artan bir unsur olmanın yanı sıra günümüz bilgi çağında rekabet enstrümanları arasında da önemli bir konuma sahiptir. Örgütlerin bu denli önemli olan bilgiyi kendi bünyesinde üretebilmesi, paylaşarak donanımlı çalışanlar oluşturması ve bu çalışanların bilgiyi paylaşarak geliştirmelerini sağlamak suretiyle devamlılığını, verimliliğini, performansını ve sürekliliğini temin etmekle birlikte rakiplerinin önünde yer almasına da büyük katkı sağlayacaktır.

1.3.2. Örgütsel Bilgi Paylaşımı Türleri

Bilgi paylaşımına ilişkin olarak yukarıda izaha çalışıldığı gibi iki türlü örgütsel bilginin varlığı söz konusu olup bunlar açık ve örtülü bilgi olarak belirtilmiştir. Örgütsel bilgi paylaşımı da bu iki temel sınıflandırmaya bağlı olarak şekillenmekte; açık ve örtülü bilgi paylaşımı olarak örgütsel bilgi paylaşımı sınıflandırılmaktadır.

Açık bilginin belirli bir formatının olmasıyla birlikte bilgisayar programları, prosedürler, prosesler, formüller, ürün reçeteleri gibi farklı şekillerde ortaya konabilen bilgi türüdür. Bu açıdan açık bilginin doğruluğu büyük ölçüde kabul görmüş bilgi olduğu düşünülerek özellikle bilişim teknolojileri vasıtasıyla kolayca paylaşılabilirdiği söylenebilir. Bir işletmede açık bilgi seviyesi yeterli olduğunda bu durum işletmenin ürün ya da hizmetleri üzerinde önemli bir pozitif durum yaratır ve rekabet üstünlüğünde doğrudan etkili hale gelir (Flores vd., 2014:93).

İşletmelerde açık bilgi paylaşımının gerçekleştirilmesinde faydalanan unsurlar enformasyon teknolojileri ve belgelerdir. Çalışanların ihtiyaç anında bu bilgi paylaşımını gerçekleştirebilmesi ve bilginin aktarılmasını sağlaması çok önemlidir. Ayrıca açık bilgi paylaşımının kapsamına objektif, rasyonel ve teknik bilgiler girmektedir (Mısırdalı, 2006:6).

Bir diğer bilgi paylaşımı çeşidi olan örtülü bilgi paylaşımıysa örgüt bireylerinin zamansal birikimle oluşturdukları tecrübe ve deneyimlerini diğerlerine aktarmaları şeklinde tanımlanmaktadır. Örtülü bilginin kazanılması bir anda gerçekleşmediğinden ya da zaman bağlı olduğundan bireyler tarafından örtülü bilgi paylaşımının gerçekleştirilmesi de zor olmaktadır. Örtülü bilgi paylaşımı açık bilgi paylaşımından farklı olarak herhangi bir yazılı metinden bağımsız olup bir eylem ya da davranışla gerçekleşmektedir. Örtülü bilgi çoğunlukla kazanıldığı anda paylaşamadığı için örtülü bilgi paylaşımı da bireye özgü bir deneyim aktarım şekli olarak kendini göstermektedir (Flores vd., 2014:95).

Nonaka ve Teece (2001:20) açık ya da örtülü bilgi paylaşımı yoluyla bir örgütte bilginin var edilmesi sürecini 4 temel süreç şeklinde açıklamaktadırlar:

- Örtülü bilgiden örtülü bilgiye şeklinde adlandırılabilir ilk yolda bireyler kendilerine ait örtülü bilgiyi yani bir anlamda deneyimlerini bir başka bireyle doğrudan paylaşırlar. Böylelikle bilgi paylaşımı yapılan kişinin yeni bilgisi açısından bir temel oluşturulmuş olur.
- Açık bilgiden açık bilgiye şeklinde adlandırılabilir diğer bir yolda birey birbirlerinden ayrı iki farklı açık bilgiyi bir araya getirerek başka bir bütünü oluşturmuş olur.
- Örtülü bilgiden açık bilgiye yönelen üçüncü yolda ise bireyde var olan örtülü bilgi ile onunla paylaşılış olan açık bilgi bir araya gelerek güçlü ve etkili bir bütün oluşturur. Özellikle Japon kökenli örgütlerde ürün geliştirme süreçlerinin sıklıkla ortaya çıkardığı bir yaklaşım olarak kendini göstermektedir.
- Açık bilgiden örtülü bilgiye şeklinde adlandırılan son yolda ise yeni elde edilmiş açık bir bilginin işletme çalışanları ile paylaşılmasının ardından her bir çalışan bu bilgiyi içselleştirerek kendi bireysel örtülü bilgisi haline getirir ve bu bilginin ilgili olduğu duruma dair kendi yaklaşımını geliştirmiş olur.

1.3.3. Bilgi Paylaşımına Yönelik Engeller

Örgütlerde bilgi paylaşım süreci yönetsel, çevresel, yapısal ve bazen de kişisel nedenlere bağlı olarak sektöre uğramakta ve yanlış davranışlar yada bireysel keyfi kararlar neticesinde zarar görebilmektedir. Farklı nedenlerle meydana gelen bu engeller genel itibarıyla bireylerden veya örgütün kendisinden kaynaklı engeller olmakta, bu sebeple de bireysel ve örgütsel engeller şeklinde genel iki başlık altında ele alınabilmektedir (Yeniçeri ve Demirel, 2007:223).

1.3.3.1. Bireysel Engeller

Örgütlerde bilgi paylaşımı sözel ve yazılı olarak gerçekleşmekle birlikte bu paylaşımı gerçekleştiren bireylerin bu yöndeki meziyetleriyle de doğrudan ilişkilidir. Çünkü bilginin diğer tarafa aktarılması bir iletişim eylemi olmakla birlikte bu iletişimi kuranın bu husustaki becerisi de iletişimin kalitesini belirleyecektir. Dolayısıyla aktarılan bilginin niteliği, bütünlüğü ve sağlıklı olması bilgiyi karşı tarafa ileten bireyin bu husustaki yeteneğinden doğrudan etkilenecektir. Bu itibarlar örgüt çalışanları veya bireysel düzeyde bilgi paylaşımının önüne çıkan engeller, kültürel farklılıklar, iletişim becerilerinde eksiklik, statü farkları, zaman kısıtı, kendine veya karşısındakine duyduğu güven eksikliği, sosyal etkileşim kusurları gibi konularla doğrudan ilişkili sorunlar olmaktadır (Riege, 2005:23-24). Bir diğer yandan da örgüt çalışanlarının bilgiyi paylaşmak istememelerinin altında örgüt politikalarına bağlı olarak hissettikleri endişeler de bulunabilmektedir. Öyle ki çalışanın bu anlamda itibar kaybetme korkusu, hata yapması neticesinde bu hatanın örgüt tarafından negatif yada yüksek düzeyde tepki ile değerlendirilmesi, terfi sistemine bağlı olarak diğer çalışanla hissedeceği rekabet durumu veya paylaştığı bilginin sürekli biçimde dikkate alınmaması gibi hususlar da bireysel anlamda bilgi paylaşımını engelleyecek konular arasında sayılabilmektedir. Huang ve Davison (2008) bu türden engelleri aşağıdaki şekilde sıralamaktadırlar:

1. Bilgi paylaşımına harcanacak zaman konusunda isteksizlik
2. Bilgi gücünü kaybetme endişesi,
3. Özgür kullanma korkusu;
4. Bilgiye karşı duyulan güvende eksikliğe bağlı olarak o bilgiyi ortaya çıkarmaktan çekinme,
5. Paylaşılacak olan bilginin yanlış kullanılması endişesine bağlı olarak oluşacak durumlardaki belirsizlikler ve bunlara karşı önlem alma düşüncesi
6. Hiyerarşik gücü kaybetme endişesi ve bilgiyi güç unsuru olarak görme.

Diğer taraftan benzer şekilde endişe ve korku temelli hususları bu konuda engel olarak tanımlayan Riege (2005), bireysel engelleri aşağıdaki şekliyle ifade etmektedir;

1. Bilgi paylaşımına zaman olmaması,
2. Bilgi paylaşımı neticesinde iş güvenliğini tehlikeye düşürme korkusu,
3. Bilgi paylaşımının örgüt ve bireyler açısından değerinin algılanamamış olması
4. Bıçimsel güç ve hiyerarşide tutunma unsuru olarak gücün kullanımı,
5. Bireysel etki, iletişim ve değerlendirmenin yetersizliği,
6. Deneyimlerdeki farklılıklar,
7. Bilgi kaynağıyla bilgi hedefi arasındaki uyumsuzluk,
8. Bilgi ifade etme yeteneğinin düşük olması,
9. Yaş, statü, cinsiyet gibi farklılıklar,
10. Sosyal bağlarda eksiklikler veya olmaması,
11. Eğitim seviyesi farklılığı
12. Güven endişesi,
13. Kültürel farklılıklar.

Yapılan bu sınıflandırmalar dikkate alındığında bireylerin bilgi paylaşımını sekteye uğratan davranışlarının temelinde bireysel menfaatleri korumakla birlikte güven yetersizliğinden kaynaklı ilişkin endişelerin var olduğu görülmektedir. Bu hususlar örgütle ilişkilendirildiğinde ise örgütsel güven ikliminin varlığı halinde güven sorunu ortadan kalkabilecek, bireylerin menfaatlerine bağlı davranışlarının çözümünde ise örgüt iklimi ile birlikte örgüt kültürü önemli rol oynayacaktır.

1.3.3.2. Örgütsel Engeller

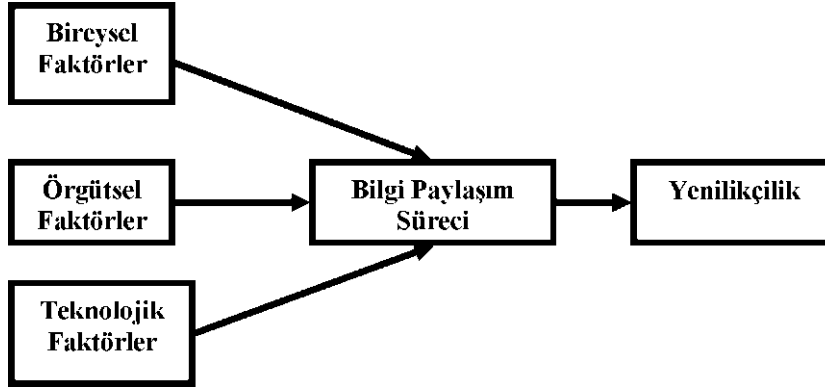
Bilgi paylaşımının karşılaştığı engellerden bir diğeri de örgütsel anlamdaki aksaklıklar; yönetsel yapı, fiziksel çevre, bireyler arası örgüt kaynaklı iletişim engelleri, etkileşimi engelleyen uygulamalar ve kaynak yetersizliği olarak

sayılabilmektedir. Bunların yanı sıra daha detaylı olarak bu engeller aşağıdaki şekliyle ifade edilebilmektedir (Riege, 2005:20):

1. Bilgi paylaşımına yönelik örgütsel strateji ve politikaların açık olmayışı,
2. Örgüt lider veya liderlerinin bilgi paylaşımını destekleyen perspektife sahip olmamaları
3. Bilgi paylaşımına yönelik alanların yetersizliği
4. Bilgi paylaşımını teşvik eden örgütsel politikaların yetersizliği
5. Örgüt kültürünün bilgi paylaşımını destekleyici mahiyette olmaması
6. Bilgi paylaşımının sağlanacağı altyapının yetersizliği
7. Örgüt içi fiziksel çevrenin bilgi paylaşımını engelleyici mahiyette olması
8. Hiyerarşik örgüt yapısının olması
9. Bölüm ve bireyler arası işbirliğinin bulunmaması
10. Örgütsel iletişim sorunları
11. Ödüllendirme sisteminin bilgi paylaşımını teşvik edici olmaması
12. Nitelikli işgücünde eksiklik

Yukarıda sayılan nedenler dikkate alındığında bilgi paylaşımının önündeki örgütsel engellerin hem fiziksel hem de mantaliteye bağlı negatiflikler olduğu görülmektedir. Bunun karşılığı olarak örgütsel bilgi paylaşımının geliştirilmesi ve sağlıklı bir biçime kavuşturulması için gerekli olan teknik ve fiziki altyapının oluşturulmasının yanı sıra örgütsel düşünce biçiminin de bilgi paylaşımına uygun olmasının gerek şartlardan olduğu söylenebilecektir.

Diğer taraftan, bilgi paylaşımının örgütsel yapı içerisinde yerleşik hal alması ve uygun şartların oluşması halinde süreç yenilikçiliğe doğru devam edecektir. Bilgi paylaşımını etkileyen faktörler aynı zamanda yenilikçilik sürecini de dolaylı olarak etkileyeceklerdir. Bu bağlamda Lin (2007)'in bilgi paylaşımını şematize eden yaklaşımı da bu savı destekler niteliktedir.



Şekil 2: Bilgi Paylaşımı Süreci ve Yenilikçilik

Kaynak: Lin, 2007:317

Şekil 2 incelendiğinde bilgi paylaşımı süreci örgütsel faktörler dışındaki faktörlerden etkilenen bir süreç olarak kendini göstermektedir. Bu faktörler, bilgi paylaşım sürecinin kalitesini belirleyeceği gibi yüksek kalite sergileyen süreç, yenilikçiliğe yönelecek ve ortaya çıkan yeniliğin kalitesi de bilgi paylaşımı sürecindeki verimlilik ile muhtemel ilişkili olacaktır. Bu durum, örgütsel yenilikçiliğin bilgi paylaşımı ile doğrudan ilişkisine işaret etmektedir. Öte yandan bilgi paylaşımını etkileyen faktörlerle yenilikçilik arasındaki dolaylı ilişki de yine Şekil 2 ile verilen akış şemasından hareketle ileri sürülebilecektir.

1.4. Örgütsel Yenilikçilik

Örgütsel yenilik araştırmaları ilk olarak 1960'ların başında yükselmeye başlamış ve gelişimini sürdürmüştür. 1980 ve 1990'lar boyunca ortaya çıkan çalışmalar, yenilik teorisini genişletmiş ve yenilikçi örgütlerin tasarlanmasına ışık tutmuştur (Chun- sheng ve Chong, 2007).

Damanpour, (1991) yeniliği gelen anlamda “yeni bir ürün ya da hizmet, yeni bir üretim süreci, yeni bir yapı ve teknoloji, yönetim sistemi, ya da örgütsel üyelerle ilgili olan yeni bir plan veya program” şeklinde nitelendirmekle birlikte örgütsel faaliyetlerdeki yeniliği de “örgütün bütün faaliyetlerinde ve her alanında yeni fikir ve davranışların benimsenmesi” şeklinde nitelendirmektedir tanımlanmaktadır (Damanpour, 1991; 1996). Bu bağlamda örgütsel yenilik, yeni fikir ve davranışları

araştırma, geliştirme ve uygulamasını kapsayan bir süreçtir (Damanpour, 1996). Örgütsel yenilik, örgüt tarafından bir hizmet, metot, süreç veya yeni bir ürün üretiminin gerçekleştirilmesi olarak tanımlanabilir. Örgütsel yenilik, örgütün sadece bir ya da birkaç değil tüm bölümleri ile ilgili olup örgüt eylemleriyle ilgili farklı yenilik tiplerini içerir.

Damanpour (1991), örgütsel yenilikçiliği, “*örgüt tarafından benimsenen yeni fikir ve davranışlar iç ve dış çevredeki değişimlere karşı bir cevap ve çevreden gelebilecek tehlikeleri önleyici bir hareket*” şeklinde ifade etmektedir. Örgüt bünyesinde yenilikçi yaklaşımların benimsenmesi genel itibariyle örgütün verimliliğinin ve performansının artırılmasıyla ilgili düşünceler paralelinde gerçekleşmektedir. Bu sebepten örgüt, yeni bilgiyi ya kendi bünyesinde üretecek ya da dış kaynaklı olarak satın alacaktır. Her iki durum da da örgüt bilgi ihtiyacını gidereceği gibi bilgi satın alınan örgütün pozisyonu da bu noktada dikkate alındığında bilginin örgütsel sermaye olarak değerlendirilebileceği daha somut bir mahiyette kendini göstermektedir.

1.4.1. Örgütsel Yenilik Türleri

Damanpour (1991) yeniliğin boyutlarını, idari ve teknik, ürün ve süreç, radikal ve artımsal, başlatma ve uygulama olarak bölümlendirmiştir. Konuyla ilgili çalışmaların önemli bir bölümünde yeniliğin sınıflandırılmasıyla ilgili en yaygın olarak kullanılan ayırım radikal ve artımsal yenilik sınıflandırmasıdır (Wilson vd., 1999; Dewar ve Dutton, 1986; Ettlie vd., 1984).

İdari yenilik; örgütün sosyal sistemi içerisinde meydana gelen yeniliklerdir. Örgütün sosyal sistemi; hedef ya da amaçları başarmak için etkileşimde olan çalışanlar arasındaki ilişkiler, kurallar, prosedürler, roller, insan ve çevre arasındaki değişim ve iletişim ile ilişkili olan yapılarıdır. Yönetimsel bir yenilik, yeni üye personel, ödenek kaynaklar, yapı hedefleri ve ödüller için yeni bir fikrin uygulanması olabilir. İnsanların yönetimi içinde ve örgütsel yapı içindeki yeniliklerden oluşur.

Teknik yenilik; teknolojik yeniliklerden ayrılarak bir örgütün teknik sisteminde meydana gelen yenilikler olarak tanımlanır. Teknik bir yenilik, örgütün öncelikli iş aktiviteleri ile ilgili olarak bir örgütün üretim ya da hizmet operasyonlarında yeni teknolojilerin tanıtılması, yeni bir hizmet veya ürün için yeni bir fikrin uygulanması olabilir. Teknik yenilikler örgütün teknik sistemlerinin performansını geliştiren ve değiştiren bir yeniliktir (Damanpour, 1984: 394).

1.4.1.1. Ürün-Hizmet Yenilikçiliği

Örgütler, piyasaya arz ettikleri ürün veya hizmetlerinde dönemin şartlarına bağlı olarak yeniliğe gitme, değişen ihtiyaçlara cevap verebilecek ürün veya hizmetler üretmek zorundadırlar. Aksi durumda bir anlamda modası geçmiş olan ürün veya hizmetlerine talep bulamayacak ve devamlılıklarını sağlayamayacaklardır. Bu yönde yapılan yenilikler, ürün hizmet yenilikçiliği olarak ifade edilmektedir (Tidd ve diğ., 2005: 10; Ögüt, 2007: 295). Elçi (2006), ürün hizmet yenilikçiliğini “ekonomik ve toplumsal değer yaratmak için ürünlerde ya da hizmetlerde farklılık ve yenilik yapılması” şeklinde tanımlamış ve bu yenilikçiliğin hem toplumsal hem de ekonomik etkilerine işaret etmiştir. Kırım (2007a: 19) ise ürün-hizmet yenilikçiliğini, "mevcut bir ürünü- hizmeti alıp bir üst seviyeye çıkarmak" şeklinde ifade etmektedir.

Bu alanda yapılacak olan yenilikler, mevcut ürün veya hizmete uygulanacak küçük bir değişiklik ile ihtiyaca uygunluk sağlamak ve değer yaratmak suretiyle mümkün olabileceği gibi örgütün hiç üretmediği veya sunmadığı bir ürüne yada hizmete yönelmesi şeklinde de gerçekleşmesi mümkündür. Bu duruma örnek olarak cep telefonu üreticilerinin küçük değişikliklerle var olan ürünü yeni versiyon şeklinde piyasalara sürmesi verilebilir. Radikal bir değişiklik olarak da Nintendo firmasının yapmış olduğu uygulama belirgin bir örnek teşkil etmektedir (Kim, 2009: 58):

Nintendo son dönemde rakiplerinin artık kendisinden daha iyi bilgisayar oyunu üretmelerinden dolayı, sektörün kurucu şirketlerinden olmasına rağmen iflas

etmekle yüz yüze gelmişti. Nintendo artık pazardaki yerini rakiplerine bırakmış ve iflas edeceği konuşulan bir şirket iken sürdürdükleri sürekli yenilikçilik faaliyetleri kurtuluş reçetesini de beraberinde getirdi. Nintendo dededen toruna tüm aile bireylerini bir araya getiren interaktif bir oyun geliştirdi. Oyuncuların ellerindeki aparatları bir tenis raketi ya da golf sopası gibi kullanabildikleri oyunlar bir bilgisayar kurdu olmanızı gerektirmediği gibi eğlendirmekle birlikte biraz da egzersiz yapma fırsatı sunmaktadır.

Verilen bu örnek, firmanın hem kendisi hem de pazar açısından radikal sayılabilecek bir yenilik eylemi niteliğindedir. Hali hazırda oyun üreten firmanın alanıyla ilgili ve birikimini kullanarak ortaya çıkardığı bu yeni yaklaşım bir anlamda oyun sektöründe de çağ atlanmasına sebep olmuş ve ortaya konulan çaba, işletmenin yeniden hayat bulmasının yanı sıra rakiplerinin de en ön sıralarında yer almasını sağlamıştır.

Hizmet üreten örgütler için ise bu durum sunulan hizmetlerdeki yenilikler olarak kendini gösterecektir. Sunulan hizmetler, ürün benzeri olarak değişen ihtiyaçları karşılayacak nitelikte olmalı ve benzerlerinden farklı yönleri bulunmalıdır. Ancak bu durumda bir hizmet yeniliğinden bahsetmek mümkün olmakla birlikte hizmet alanının da bu farklılığı yenilik olarak değerlendirmesi mümkün olabilecektir. Ürünün muhtevasında yapılan yenilikler hizmet için de hizmetin sunuş biçimi, hız, hitap ettiği ihtiyaçlar gibi yenilikler olarak ön plana çıkacaktır. Bunların yanı sıra hizmetlerin gözle görülür olmamasından kaynaklı olarak verilen hizmetlerin neticede somut faydalar üretebilmesinin sağlanması da yine yenilik anlamında hizmet sektöründe kayda değer çabalar olarak değerlendirilebilir Kırım (2007a: 19). Günümüzde, internet bankacılığında yaşanan gelişmeler hizmet yenilikçiliği için somut bir örnek teşkil etmektedir. Bu anlamda bankaların birbirleriyle yarıştıkları görülmekle birlikte, hizmetlerinin tanıtımında hizmete ulaşımın kolaylığı ve zaman tasarrufu da vurgu yapılan hususların başlarında yer almaktadır. Ayrıca “ücretsiz” bankacılık hizmetleri vurgusuyla da kullanıcılara ayrı bir yenilik sunmanın yanı sıra hizmetin ekonomikliği de sağlanmaktadır.

1.4.1.2. Süreç Yenilikçiliği

Yenilikçilik yalnızca son çıktılar üzerinden ele alınacak bir konu değildir. Bir mal veya hizmetin ortaya çıkması için belli bir zaman ve yöntem gerekli olduğundan belli bir zaman ve yöntemde, başka bir ifade ile süreçte yenilik yapılması söz konusu olabilir. Oslo Kılavuzu (2005: 9)'nda süreç yenilikçiliği “*üretim ve dağıtım (teslim) metodundaki yeni ya da önemli düzeyde iyileştirmeleri içeren yenilikler*” olarak tanımlanmıştır. Süreç yenilikçiliği, kullanılan sistem, malzeme, sistem, metot ve argümanlarda ayrı ayrı uygulanabileceği için bunların tümüne yönelik olarak da uygulanabilecek kombinasyonlar şeklinde olacağı da yine kılavuzda ifade edilen hususlardandır.

Örgütlerin var oluş amaçlarından birisi de kar elde etmektir. Bu perspektiften süreç yenilikçiliğini değerlendiren Kırım (2007b: 4) farklı bir bakış açısı ile bakarak “*mal veya hizmet üretimini gerçekleştirirken sistemdeki maliyet unsurlarını düşürmek, hızı arttırmak ve verimliliği daha üst noktalara çıkarmak*” şeklinde bir yaklaşım sergilemektedir. Tanımlamadan da görüleceği üzere süreç yenilikçiliği, maliyetlerin azaltılarak karlılığın, verimliliğin ve aynı zamanda performansın artırılmasını da hedeflemektedir. Bu noktada, bir otomobil fabrikasının üretim süreçlerinde robot teknolojilere yönelmesini örnek olarak göstermek mümkündür (Tidd ve diğ., 2005: 10).

Süreçler noktasında yapılan yeniliklerin tüketici tarafından bilinmesi veya algılanması pek mümkün olmamakla birlikte, üretim kalitesine, yenilik kazanan süreçlerin üretimdeki somut etkilerine dayalı olarak tüketicinin bu yenilikleri ürün temelli olarak algılaması ise mümkün olmakla birlikte ürüne karşı tavrında da iyileşmeler oluşturabilmektedir. Bu yönde yapılan yeniliklerin örgüte sağlayacağı katkılar da yine yapılan yeniliklerin mahiyetine ve ihtiyaç karşılama kabiliyetlerine bağlıdır. Yapılan yeniliklerin örgüt yapısı ile uyumlu olması büyük önem taşımaktadır. Örgütün, yeni teknolojileri kendi alanındaki farklı örgütlerin kullanımından hareketle bünyesine aktarması her zaman yenilik olarak

sonuçlanmayabileceği gibi beklentilerin karşılanması bir yana zarar doğuran sonuçlar bile üretebilir. Dolayısıyla süreç yenilikçiliği, işletmenin kendi yapısal analizini tamamlaması ve ihtiyaçlarını belirlemesi adımları ile başlayarak devam etmeli ve yenilik olarak hayata geçirilecek olan uygulamanın beklentiler, ihtiyaçları en yüksek düzeyde karşılaması sağlanmalıdır. Bununla birlikte, yapılacak olan yenilikler dönemsel olmaktan ziyade uzun vadeli olması halinde gelecek dönemlerde aynı nitelikte yeniliklere ihtiyaç duyulmasının da önüne geçilebilecek ve yeni maliyetlerden kaçınılmış olacaktır. Örgüt açısından “doğru” olarak ifade edilebilecek olan süreç yenilikleri ise tasarrufların yanı sıra benzer alanda üretim yapan diğer örgütlerin de rekabet zemininde önüne geçebilme imkanı doğuracaktır. Ayrıca, işletmenin gelecek perspektifinin oluşmasında da katkı sağlayacak ve yenilikler beraberinde getireceği yeni fikirler ile daha gelişmiş ve ileri düzeyde bir yapının da profili belirlenebilecektir. (Batmaz ve Özcan, 2008: 47-48; Durna, 2002: 67-69).

1.4.1.3. Pazar Yenilikçiliği

Yukarıda değinilen radikal yenilikçilik alanına giren hususlar genel itibarıyla yeni şeylerin keşfine olanak sağlayan teknolojik ve bilgi içerikli majör değişimler olarak tanımlanmaktadır. Bunun yanı sıra yenilikçiliğin kademeli olarak ilerlediği bir sürece sahip olan artımlı yenilikçilik de nihai noktada radikal yenilikçiliğe ulaşmakla birlikte artımlı yenilikçilik, örgütün sahip olduğu teknolojik unsurlar ve bilgi birikimindeki majör değişimler olarak ifade edilmektedir. Bu yenilikçilik biçimi, pazarlama stratejilerini de yenileştirmenin yanı sıra bu stratejilere bağlı olarak pazar da da yenileşmenin meydana gelmesi söz konusu olmaktadır (Naidoo, 2010: 1312). Pazar yenilikçiliğinde arz unsuru olan ürün veya hizmetlerin biçimi, ambalajlaması, sunum biçimi gibi yeni pazarlama şekilleri ile birlikte ürün veya hizmetlerin sunulduğu pazarda da yenilikler söz konusu olmaktadır. Diğer taraftan Pazar yenilikçiliğinde müşteri taleplerinin daha verimli karşılanmasının yanı sıra yeni pazarlara açılmak, bu pazarlarda örgütün varlığını devamlı kılmak ve böylelikle satışların artırılmasını sağlamak amaçlanmaktadır (Günday, 2011: 663).

Pazar yenilikçiliği, örgüt açısından yeni bir yatırım anlamı da taşımaktadır. Bazı pazarlarda tutunabilmek için ciddi çabalar harcanması ve yatırımlar yapılması gerekmektedir. Bu itibarla Pazar yenilikçiliğinin tek başına uygulanmasının doğru olmadığı da ileri sürülebilecektir. Nitekim, yeni bir pazara sunulan ürün veya hizmetlerin bu pazarda tutunması için önceki var olanlara nazaran artılarının bulunması ve pazar müşterisinin taleplerini daha iyi bir biçimde karşılaması gerekir. Bu da sunulan ürün veya hizmetlerin kalite, fiyat, satış sonrası hizmetler, devamlılık gibi bir çok niteliğinin müşteri tarafından kabul göreceği düzeyde yenilenmesi gerekliliğini ortaya çıkaracaktır.

1.4.1.4. Davranışsal Yenilikçilik

Bu yenilikçilik türü, genel itibariyle “*örgütün yenilikçiliğine katkıda bulunacak sürdürülebilir davranışsal değişimler*” olarak ifade edilebilmektedir. Farklı seviyelerde gerçekleşen davranışsal yenilikçilik; bireysel, grup olarak, takımlar halinde, yönetsel kademelerde olabilmekle birlikte bunların tümündeki yenilikçilik de örgütsel düzeyde oluşan yeniliklerdir (Wang ve Ahmed, 2004: 305). Burada bahsedildiği üzere bireysel yenilikçilik örgüt bireylerinin yenileşmeye karşı sergilediği tutumu karakteristik özelliğe dönüştürmesi olarak tanımlanmaktadır. Takım yenilikçiliği ise örgütte oluşturulan takımların yenileşmeye karşı sergiledikleri uyum kabiliyeti olmakla birlikte yönetim yenilikçiliği de örgütsel yönetimin yenilikçiliğe karşı yaklaşımını ifade etmekle birlikte yenilik konusunda yönetilen kademeyi teşvik etmeleri, yenilikçi yaklaşımları ödüllendirmeleri veya yenilikçiliği destekleyecek yaklaşım biçimleri sergilemeyi ifade etmektedir (Wang ve Ahmed, 2004: 305).

Yönetsel yapıda hayata geçirilecek olan yenilikçilik aynı zamanda örgütü yönlendirici mahiyette bir yapının da oluşmasına öncülük edecektir. Bu perspektiften Hamel (2006: 75) yönetim yenilikçiliğini, “*bir örgütün geleneksel yönetim uygulamaları, süreç, prensipler ve alışılmış örgütsel kalıplar dışına çıkarak bunları değiştirmesi ya da yöneticiler ne yapıyorlarsa yaptıkları işi nasıl yapacaklarını*

değiştirmeleri” şeklinde ifade etmektedir. Bunun yanı sıra araştırmacı, son yüzyılda gerçekleştirilen yönetim etüdü çalışmaları, maliyet, bütçeleme, marka yönetimi, liderlik, araştırma-geliştirme, çalışan odaklı çözüm yöntemleri gibi hususlarda yapılan araştırmalar da yine modern yönetim anlayışını şekillendirmekte olduğunu ileri sürmektedir. Yaşanan bu gelişmeler, örgütlerde davranışsal yeniliği hem teşvik edici, hem de zaruri bir hal almasını gerekli kılmakta ve örgütlerin gelişimlere ayak uydurmaları halinde daha uzun ömürlü olduklarını da somutlaştırmaktadır.

Örgütlerde bireysel, takımsal ve yönetsel seviyelerde hayat bulan davranışsal yenilikçiliğin getirileri içerisinde önemli olanlardan birisi de yenilikçi kùltürün örgüt bünyesinde oluşup gelişmesine imkan tanıyan bir zeminin oluşmasıdır. Böylelikle, örgütsel iklim yenilikçiliği destekleyici mahiyet kazanacak ve yenilikçilik yönündeki davranış ve çalışmalar sağlıklı bir biçimde artarak hayata geçirilebilecektir (Wang ve Ahmed, 2004:305).

1.4.1.5. Stratejik Yenilikçilik

Stratejik yenilikçilik örgütte eylemsel yapının temelinden yeniden yapılandırılması olarak özetlenebilmektedir. Hali hazırda uygulanan iş yapma biçimlerinin yeniden tanımlanarak daha etkin, etkili ve farklı yöntemlerle yapılması ve verimlilik, performans gibi hususların daha da geliştirilmesini kapsamaktadır. yapıldığının temelden yeniden tanımlanması olarak nitelendirilmektedir. Farklı bir perspektiften değerlendirildiğinde ise örgütün faaliyet alanında tespit ettiği bir boşluğu değerlendirmesi amaçlı olarak bir anlamda pazar içinde yeni bir pazar oluşturması şeklinde de değerlendirilmektedir (Wang ve Ahmed, 2004:35). Stratejik yenilikçiliğin rekabete dayalı bir tanımlaması yapıldığında ise örgüte değer yaratacak yeni rekabet stratejilerinin geliştirilmesi şeklinde bir yaklaşım ortaya çıkmaktadır (Afuah, 2009:16). Johnston ve Bate (2003)’in bu yenilikçiliği tanımlaması “iş stratejisinin hem müşteriler hem de kurum için değer yaratma yoluyla değiştirilmesi” şeklinde hem örgüt hem de müşteriler için değer yaratma kriterlerini içermektedir.

Kırım (2007a) “düzen bozucu innovasyon” şeklinde tanımladığı stratejik yenilikçiliği “sıfırdan pazar yaratan yenilikçilik” şeklinde nitelemektedir. Stratejik yenilikçiliğin hayata geçirilmesi noktasında örgütlerin pek çoğu çeşitli engeller ve sorunlarla karşılaşmaktadırlar. Bu noktadaki en belirgin durum bulunduğu pazarda başarı sergilemesinin onu bu yönde bir atılımdan alıkoyması şeklindedir. Pazarda elinde bulunan rekabet avantajı örgüt açısından tepe nokta olarak algılanıp bunun ötesine gitmek için de herhangi bir istek oluşmayabilmektedir. Ancak bu durumdaki bir örgütün pazar avantajı gelecekte de devam edecek şekilde bir garanti içermemekle birlikte en hazırlıksız veya tahmin edilemeyen zamanda bu avantajı kaybetme ihtimali de söz konusudur. Bu noktada, örgütün avantajı tekrar ele geçirme çabaları başlayacak ancak yapması gereken hamleler, öne geçeninkileri kapsamakla birlikte ondan daha iyisinin olması gerekecektir. Geç kalınmış yeniliklerin söz konusu olmaması için stratejik yenilikler örgüt bünyesinde sürekli canlı bir mekanizma gibi var olmalı ve gelişiminin önemi de göz ardı edilmemelidir (Govindarajan ve Gupta, 2001: 3). Buradan hareketle stratejik yenilikçiliğin rekabette geri sıralara düşülmemesi açısından önem teşkil ettiği açıkça ifade edilebilir.

1.4.1.6. Yeniliğin Derecesi Bakımından Yenilikçilik

Yenilikçilik, örgütteki en küçük uygulamadan topyekün davranışa kadar tüm seviyelerde kendini gösterebilir. Bunun yanı sıra, daha geniş bir perspektife yayılarak ait olduğu endüstriyel alanda köklü gelişmelere de neden olabilir. Bu bakımdan yenilikçilik, yapılan yeniliğin derecesine göre de sınıflandırmaya tabi tutulabilmektedir. Dolayısıyla yapılan yeniliğin oluşturduğu etki de yenilikçilik sınıflandırma kriterlerinden birisi olarak ele alınmaktadır. Bu türden yenilikler kademeli veya radikal olarak ifade edilmektedir (Güleş ve Bülbül, 2004: 130-132).

Yenilikler, yapılan birşeyin daha iyi yapılabilmesi fikrinden ortaya çıkmakta ve bu şekilde sürekli daha iyi seyrini takip eden yeniliklere de kademeli yenilikler denmektedir. Kademeli yenilikçilik, bir anlamda örgüt bünyesinde yenilikçi

yaklaşımın kendisine yer bulduğu ve önemli bir konumda olduğu şeklinde yorumlanabilecektir. Sürekli daha iyisini yapma çabasında olan örgüt, kademeli olarak kendini iyileştirecek ve yenilikçi bir vizyon sergileyecektir. Buna bağlı olarak bilgi örgüt içerisinde paylaşılacakla birlikte birimlerde de yeni bilgi üretilmesi mümkün olacaktır. Süreç yalnızca ürün veya hizmetleri kapsamamakla birlikte bireyler de bu yenilik sürecinden olumlu yönde etkilenecek ve yenileneceklerdir. Yönetim kademesi ise süreç hakkında kontrollü bir bilgiye sahip olup yönetim sistematüğini rutin bir yapıya oturtabilmektedirler. Ancak bunun karşılığında örgüt radikal yenilikçilik konusunda daha az bilgi sahibi olup bu yöndeki eğilimi de daha zayıf olabilmektedir.

Radikal olarak derecelendirilen yenilikçiliğe ilişkin olarak Tidd ve Bessant (2004) “çığır açan fikir, teknoloji ya da maliyet düşürme yöntemlerini içeren yenilik çabaları” şeklinde bir tanımlama getirmektedir. Bu noktada radikal yeniliklerin “icat” veya “faydalı model” olarak tanımlanan ya yeni bir ürünün icat edilmesi ya da var olanların daha önce hiç kullanılmadığı bir biçimde bir araya getirilerek yeni ve farklı ihtiyaca/ihtiyaçlara cevap verecek bir mahiyete büründürülmesiyle oluşan yenilik şeklinde ifade edilmesi de mümkün olacaktır. Bunun yanı sıra radikal yenilikler, iş süreçlerinde de köklü değişiklikler getirebilmektedir. Yapılan yeniliğe bağlı olarak süreçlerin de farklılaşması mümkün olduğu gibi örgüt bu noktada süreçleri yenilik odaklı olarak da revize edebilecektir.

İraz (2005) ise radikal yenilikçiliği yüksek oranda risk içeren yenilik olarak tanımlamakla birlikte bu yenilikçilik sürecinin dikkatli yapılmasını; çevresel şartların sağlıklı değerlendirilmesinin yanı sıra yenilik yapılacak olan alanın veya ürünün dikkatle seçilmesini hayati öneme bağlamaktadır.

Kademeli ve radikal yenilikçilik arasındaki önemli farklardan birisi de kademeli yenilikçiliğin örgütün kendi veri tabanından faydalanarak müşteri taleplerini de bu birikime ekleyerek yeni bilgiler eklemek suretiyle yenilikler elde etmesi şeklinde meydana gelen yenilikler olmasına karşın radikal yenilikçilik işletme

ve Pazar açısından tamamen yeni ve farklılık sergileyen yenilikler olmasıdır (Hill ve Rothaermel, 2003: 258). Bununla birlikte her iki türden yenilikçiliğin farklı donanımsal, örgütsel ve kaynaksal ihtiyaçları söz konusu olup radikal yenilikçilikte bu kaynakların bir çoğu yatırım konusu olabilmektedir (Tidd ve Bessant, 2004: 3).

1.4.2. Örgütsel Yenilikçilik Süreci

Yenilikçilik, türü ve yöntemi ne olursa olsun örgütlerin veya işletmelerin sorunlarla karşı karşıya kalması ihtimali ortadan kalkmadığı sürece bu sorunların çözümü olarak daima var olacaktır (Gorman, 2007: 8). Diğer taraftan, tanımlanmış veya tanımlanmamış olan müşteri ihtiyaçlarına çözüm getirmek zaruret arz ettiği gibi bu zaruretin hayat geçirilmesinin neticesinde de yenilikler ortaya çıkmış olacaktır. Ar-Ge departmanlarının faaliyetlerine bağlı olan veya olmayan yenilikçilik üç temel aşamada şekillenmektedir. Bu aşamalar, “fikir üretimi”, fikirlerin gerçekleştirilmesi” ve “fikirlerin ticarileştirilmesi” olarak ifade edilmektedir.

Yenilikçilik süreçlerinin çoğunlukla uzun zaman dilimlerinde gerçekleşen kompleks dönüşümler olduğu ortak kanaat olarak kendini göstermektedir. Bu alanda ki araştırmacıların çoğu süreçlerdeki faaliyetleri kendi kavramsal perspektifleri dairesinde ele almış ve sınıflandırma yoluna gitmişlerdir. Ancak, araştırmacıların hemen hemen hepsinin süreçler noktasında ortak kanaat oluşturduğu yaklaşımın yukarıda ifade edilen süreçler şeklinde olduğu görülmektedir (Tidd ve diğ. 2005: 381; Uzkuurt, 2008:103).

1.4.2.1. Fikir Üretme ve Seçme

Yenilikçiliğin oluşmasının ilk adımı bir fikrin ortaya çıkması yani üretilmesi ve birden fazla fikrin varlığında da en uygun fikrin seçilmesi olmaktadır. Bu ilk aşama, örgütün içsel ve dışsal çevre faktörlerinden beslenmekte olup bu çevrelerden elde edilen argümanlar değerlendirilerek yapılacak olan yeniliğe ilişkin en faydalı olanı seçilmektedir. Seçilen fikir veya fikirler, teknolojik imkanlar veya pazar talebinin etkisinde belirlenmektedirler (Sattler, 2011: 12, Uzkuurt, 2008: 103). Örnek

olarak bir üretim tesisinin yeni bir teknolojiyi edinmesine bağı olarak üretim standartlarını geliştirebileceğı gibi müşteri ihtiyaçlarına da daha geniş yelpazede cevap verileceğı düşüncesi ve bu teknolojinin yeni fikirler üreteceğı fikri bir seçim aşaması olarak değerlendirilebilir (Endsley, 2010: 6).

Fikir üretimi aşamasında üretilen fikirler içerisinde örgüt açısından optimal risk içeren en uygun fikir seçilir. Bu seçim yapılırken teknolojik enstrümanlar ve pazar bilgisinden faydalanmak yapılacak olan yeniliğın kabul görme düzeyini belirleyeceğı gibi bunlara ek olarak örgütün yapısal özellikleri de göz önünde bulundurularak verilecek olan seçim kararıyla en uygun fikir belirlenmiş olur. Çünkü fikrin örgüt bünyesine uygun olmaması halinde ortaya çıkacak olan uyumsuzluklar yenilik sürecini sekteye uğratabilecektir. Diğer bir ifadeyle örgütler, başarılı bir yenilikçilik sürecini hayata geçirebilmek için mevcut kaynaklarını değerlendirerek pazar odaklı yaklaşımda fikirlerinin fizibilitesini oluşturmak suretiyle yenilik sürecini başlatabilmektedirler (Uzkurt, 2008: 104).

Yeniliğın uygulanabilir, çekici ve talep görür olması için müşteri ihtiyaçlarını karşılaması gerekir ve bu sebepten yapılacak olan yenilik öncesinde müşteri ihtiyaçlarının sağlıklı bir biçimde tespit edilmeleri gerekmektedir (Shane, 2008: 115). Fikir üretme aşaması, genel de fırsatların yakalanması aşaması olarak da değerlendirilebilir. Çünkü bu aşamada üretilen fikrin neticesinde ortaya çıkan yenilik, örgütü çok ileri bir noktaya taşıma potansiyeline sahiptir. Pazardaki fırsatların değerlendirilmesi amacı ile hareket edilen süreçte aşağıdaki sorulara yanıtlar verilmesi ve bunların karar vericiler tarafından sağlıklı bir değerlendirmeye tabi tutulması önemlidir. Bu sorular;

- Bu fikir işe yarayacak mı?
- Bu fikrin hayata geçirilmesi için örgütün teknik bilgi birikimi yeterli mi ?
- Bu fikir, müşteriler açısından bir değer veya anlam ifade ediyor mu?
- Bu fikir, işletme stratejileriyle uyumlu mu?
- Maliyet açısından makul ve ekonomik fayda sağlamakta mı?

Bu sorulardan olumlu yanıtlar alan ve kurumsal olarak desteklenen fikirler, geliştirilme ve sonrasında ise ticarileştirme safhalarına geçmektedir (Luecke, 2008: 15).

1.4.2.2. Fikrin Gerçekleştirilmesi

Yenilik sürecinin başlangıcını oluşturan fikir üretilmesi aşamasında kabul gören fikrin sonraki aşamada teknolojik gerçekleştirilmesi yani geliştirilmesi ve böylelikle de ekonomik olarak pazardaki başarı düzeyinin değerlendirilmesi yapılır. (Sattler, 2011: 12). Bu aşama, farklı bilgi parçalarını birleştirerek fikrin geliştirilmesini mümkün kılmaktadır. Teknolojik fizibilite, yasal yükümlülükler, talep seviyeleri, rekabet aktörlerinin davranışları elde edilen fikrin gelişiminde var olmaktadır. Teknolojik ve pazar araştırmasıyla yeniliğin teknolojik açıdan mümkünlüğü ve özellikleri netleştirilir (Tidd ve diğ., 2005: 91).

Fikrin gerçekleştirilmesi aşamasında, teorik düzeydeki yenilikçi fikir ürün olarak evrilir ve laboratuvar ortamda fikrin yeni bir ürüne, teknolojiye veya sürece dönüşebilecek bir potansiyelinin olup olmadığı araştırılır. Beraberinde, üretilmesi planlanan ürünün küçük miktarlarda veya demo versiyonu üretilerek üretim süreci iyice analiz edilip ardından tüm normaller sağlandıktan sonra üretim seyrine geçiş planlanır (İraz, 2005: 118).

1.4.2.3. Fikrin Ticarileştirilmesi

Yenilikçilik sürecinin son aşaması, üretilip gerçekleştirilen yeniliğin üretim safhasına geçilmesi ve pazara sunulmasıdır. Bu noktada yenilik artık ticari bir boyut kazanmış ve ekonomik değer üretmesi beklenir (Sattler, 2011: 12). Yeniliğin ürün olarak pazara sunulması ve ticari beklentileri karşılamasının sağlanması şüphesiz ki tüketicinin bu yenilikten haberdar olmasına ve hangi ihtiyaçlarını karşılayacağını tespit edebilmesine bağlı olacaktır. Bu noktada yeniliğin tanıtımı, reklamı ve duyurulması gibi hususlar da beraberinde sürece dahil olacaklardır.

Yapılan birçok yenilik girişimi ticarileşme aşamasında başarısızlığa uğradığı; ABD’de konuyla ilgili yapılmış olan Pazar araştırmasında pazara sunulan yeniliklerin %70-75 oranında başarısızlıkla sonuçlandıkları (Ateş, 2007: 24; Schneider ve Hall, 2011: 21). Yenilik olarak piyasaya sunulacak olan fikrin ticarileşmesinden önce üç kritik hususun titizlikle belirlenmesi gerekmektedir. Bunlar; ürün veya hizmetin tanıtımı için en uygun zaman, sunulacağı en iyi pazar/yer ve en uygun hedef kitle. Schneider ve Hall (2011: 23), Harvard Business Review’de yayınladıkları araştırmalarında bu şekilde ticarileştirme aşamasında başarısız olan örneklerle yer vermişlerdir. Bu örneklerden birisi Microsoft’un 2007’de pazarlama faaliyetleri 500 milyon dolara mal olan Windows Vista yazılımıdır. Ürün, lansman programında sorun çıkarmış ve sonrasında kullanıcılar tarafından birçok özelliği ile beğenilmemiştir. Microsoft firması ürünün pazara sürülmesinde de acele etmiş ve iki yıl gibi bir zamanda ürünü pazara çıkarmış ancak beklentilerini karşılamayan bir çaba olarak kalmıştır. Diğer bir örnek Segway firması tarafından pazara sunulan Ginger adlı ulaşım ürünüdür. Ürün, şehir içinde tek kişilik bir taşıma seçeneği devrim iddiasıyla pazara sürülmüş ancak bu üründen beklenen satışlar gerçekleşmemiştir. Bu başarısızlığın nedeni ise hedef kitleyle uyumlu bir fiyat politikasının oluşturulamamış olması gösterilmektedir.

Tarihte kayıtlara geçen bazı yenilik örnekleri de yine yeniliğin ticarileştirilmesi sürecine örnek teşkil edebilmektedir. Bu anlamda, Antibiyotik’in icadı ile birlikte beklenmeyen bir başarı elde edilmiş ve insan sağlığı açısından sergilediği etki itibarıyla de hemen kabul ve talep görmüştür. Öte yandan buhar makinesinin bilinen ilk örneğinin İskenderiyeli Hero tarafından MS. 62 yılında icat edildiği bilinmektedir. Kölelik döneminde ortaya çıkan bu icat onlarca kölenin gücüne karşılık gelmesine rağmen o dönemde talep görmemiş ve uygarlığın ilerleyişi çok yıllar sonrasına kalmıştır (Bedük ve diğ., 2003: 28). Buhar makinesinin bundan yüzlerce yıl sonra yeniden ortaya çıkması da sanayi devriminin başlangıcı olmuş ve dünya tarihinde önemli bir döneme imzasını atmıştır.

Netice itibariyle örgütsel yenilikçilik sürecinin nihai aşaması olan fikrin ticarileştirilmesi noktasında ürünün ortaya çıkması kadar pazara sunum biçimi, zamanlaması ve fiyatlaması gibi hususlar da oldukça önem taşımaktadır.

1.4.3. İnsan Kaynaklarında Yenilik

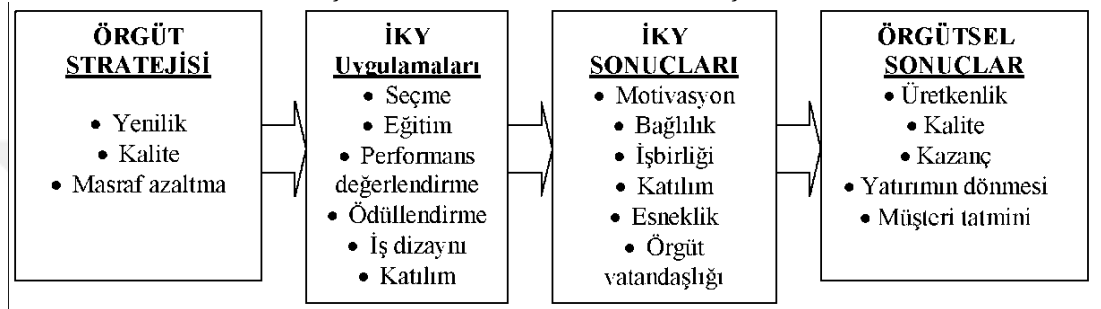
Ar-Ge faaliyetlerindeki gelişmeler işletmelerin insan kaynakları (İK) uygulamalarını geliştirmeleri için uygun politika ve metotları adapte etme kapasitelerine dayalıdır. Ar-Ge birim yöneticileri işletmelerde İKY uygulamalarının kendi bölümlerine adapte edilebilmesi için en yetkili kişilerdir (Angel ve Sanchez, 2009; 271). Ar-Ge birimleri yeniliğin kaynağını oluşturan en temel birimlerden olduğu için bu departmandaki insan kaynakları uygulamaları büyük önem taşımaktadır. Yenilik yönetim modelleri de yenilik süreci ve performansında insan kaynaklarını anahtar bir yön olarak ele almaktadır. Özellikle personelin bilgisi ve yaratıcılığı yenilik sürecinin temel unsurunu oluşturmaktadır.

İşletmelerde yeniliğin hangi şekli gerçekleşirse gerçekleşsin, önemli olan bunun başarılı biçimde geliştirilebilmesi için bazı şartların varlığıdır (Jimenez-Jimenez ve Sanz- Valle, 2005: 364). Literatürde bütün şartlar arasında özellikle strateji, organizasyonel dizayn, işletme stili ve İKY gibi konulara özellikle önem verilmektedir. Ayrıca yeniliğin kaynağı yeni bir fikrin yaratılması olduğu için, bu süreçte insan sermayesi önem kazanmış ve İKY uygulamaları yenilik sürecinin en önemli faktörlerinden biri haline gelmiştir (Kılıç ve Bilginoğlu, 2010: 217).

İnsan kaynakları uygulamaları; örgütlerin, çalışanlarının işlerini yapabilmeleri ve örgütsel amaçların elde edilebilmesi için yeteneklerini, tutum ve davranışlarını etkileyebildikleri ve şekillendirdikleri en temel yoldur (Chen ve Huang, 2009: 104). İKY üzerine gerçekleştirilen çalışmalar günümüze kadar genellikle İKY uygulamaları ile üretkenlik, esneklik ve finansal performans gibi örgütsel sonuçlar arasındaki bağlantılar üzerine yoğunlaşmıştır. Ancak yapılan bu çalışmaların içeriklerinin örgütlerin yenilik performanslarını da kapsayacak biçimde

genişletilmesi gereklidir. İKY literatüründe çalışmalar çoğunlukla işletme stratejisi, stratejik İKY ve örgütsel performans konuları üzerinde yoğunlaşmaktadır. şekil 1'de İKY ve örgütsel sonuçlar arasındaki adımlar kısaca özetlenmektedir (Leede ve Looise, 2005: 110-112). Burada da görüldüğü gibi yenilik, İKY uygulamalarının şekillendirilmesini de zorunlu kılan bir süreç olarak kendini göstermektedir.

şekil 3: İKY’de Yenilik ve Sonuçları



Kaynak: Leede ve Looise, 2005: 111

İnsan kaynaklarının bilgi ve yetkinlikleri; işletmelere özel, sosyal açıdan karmaşık ve takip edilen yola bağımlı olarak gelişme özelliklerine sahip olduğundan işletmeler için değerli varlıklardır (Chen ve Huang, 2009: 104). Bilgi tabanlı görüşe göre, işletmeler bilgi ve yetkinliklerin toplandığı yerlerdir. Yenilik, işletmelerde değer yaratma süreçlerindeki kilit girdiler olarak çoğunlukla çalışanların bilgi, uzmanlık ve bağılılıklarına dayanmaktadır.

İKY yenilikle temel olarak aşağıdaki yönleriyle ilişkilidir (Zhou ve diğerleri, 2013: 265-266):

- Örgütsel yapı
- Personel
- Bireylerin rolleri
- Bireysel gelişim ve kariyer
- Takım alışması ve liderlik
- İletişim ve katılım
- Performans değerlendirme ve ödüllendirme

- Yaratıcı bir örgüt kültürü oluşturma

İşletmeler uluslararası çevrelerle daha fazla ilişkili oldukça, ayakta kalabilmeleri için daha fazla yenilik üretmeleri; dolayısıyla da çalışanlarını yeniliğe daha fazla teşvik edebilmeleri için uygun tasarlanmış İKY uygulamalarını tercih etmeleri gerekli olacaktır (Walsworth ve Verma, 2007: 225). Uluslararası düzeyde iş yapan işletmeler, İKY uygulamalarını, çalışanların yeteneklerini geliştirme, özerkliklerini artırma, ücretlendirmeyi liyakat ve performansa dayandırma ve genellikle çalışanlara daha fazla bağlılık gösterme amacıyla biçimlendirerek yenilik stratejisi izlemek durumundadırlar.

İşgücünü yeniliğe teşvik etmek üzere ücretlendirme planlamaları gibi finansal araçlara başvurulabileceği gibi, çalışanların katılımı uygulamaları ve özel eğitim programları gibi finansal olmayan yöntemlere de başvurulmaktadır. Bu yöntemler genel olarak Yüksek Performansta İşyeri Uygulamaları (YPIU) olarak bilinmektedir (Heywood, 2011: 547). Bu uygulamaların örgütsel üretkenliğe olan etkileri literatür çalışmalarında yoğunlukla yer alırken; yenilik performansına olan etkileri görece olarak daha az sayıda çalışmada ele alınmıştır.

Stratejik yenilik ve İK sıklıkla birlikte anılmamaktadır. İK bölümleri genellikle temel eğitim ve ödüllendirme hizmetlerinden sorumlu bir birim olarak görülmektedir. Çoğunlukla yenilik başarıları üretim birimine ya da pazarlamaya atfedilmektedir (Rufat-Latre, 2005: 15). Aslında İK birimi, zenginliği yaratırken oldukça ayırt edici bir birimdir ve elinde daha da fazla stratejik etki yaratmak üzere imkanları ve araçları vardır. Çünkü İK biriminin ürünü insanlardır ve yenilik sürecinde insanlar vazgeçilmez kaynaklardır. Ayrıca işletmelerde yenilik mesajını ve yaklaşımını her köşeye yayacak olanlar da yine insan kaynaklarıdır. İK profesyonelleri odaklarını çalışan yeniliğini geliştirmeye yönlendirdiklerinde ve bunu örgüte yadıklarında değişimi ve büyümeyi sağlayabileceklerdir.

1.5. Örgüt İklimi ve Oluşumu

1.5.1. Örgüt İklimi

Örgütler, insanların beklentileri, amaçları ve yükümlülükleri doğrultusunda bir araya gelmeleriyle oluşmuş olan yapılar şeklinde nitelendirilmektedirler (Yapıcıer, 2007:13). Örgüt kurulurken planlanan, hesaplanan ve amaç ve eylemleri belirli olan örgütler biçimsel (resmi); resmi olmayan grupların, planlanmadan oluşan ilişkiler ve amaçlar birlikteliğinin sonucunda oluşan örgütler ise doğal örgüt(resmi olmayan) olarak sınıflandırılır (Öge, 1996:6). Biçimsel örgütlerin içerisinde de yer alabilen ve örgütün evraklara dökülmeyen yanını ifade edebilen doğal örgüt, örgüt ikliminin ve örgüte duyulan psikolojik bağlılığın da etkili olduğu yandır.

İklim, bulunulan yer ve etrafında bulunan öğelerin etkileşimleri ve etkilenme biçimlerini de kapsayan geniş bir kavramdır. Ekseriyetle ısı, basınç gibi fiziksel değerleri niteleyen bu kavram, beşeri ilişkilerde de kullanılmaktadır. Nitekim “sıcakkanlı insanlar”, “çok soğuk görülen tavırlar” buna örnek oluşturmaktadır. Etimolojik olarak da “klima” sözcüğü olarak Yunanca’dan gelmekte ve eğilim (temayül) anlamı taşımaktadır (Özsoy, 2012:31).

İklim kavramı, insanlar ve insan ilişkilerinde kullanıldığı gibi, başat öğesini insanların oluşturduğu örgütler için de kullanılmaktadır. Örgüt iklimi bu bağlamda örgütlerin birbirinden farklı algılanmasına ve geri bildirimlerin de buna göre yapılmasına kaynak olmaktadır. Birbirlerine benzeyen, benzer vatandaşlara mal ve hizmet üreten, aynı alanda faaliyette bulunan örgütlerde (Öztaş, 2014:57) örgüt iklimi, farklılaşmanın ortaya çıktığı alan olarak görülebilir. Çalışanların sorumluluk almalarını, yaratıcılıklarını ortaya koymalarını, işi benimseyerek özverili çalışmalarının sağlanması için iyi bir iklim gerekmektedir.

Örgüt iklimi insan davranışlarının örgütsel boyutlarda düşünülmesine olanak sağlayan bir kavramdır. Çatakdere (2014) bu durumu "Örgütlerdeki insan

davranışlarının çok yönlü boyutlarının genel bir başlık altında toplanması" şeklinde özetlemektedir (Çatakdere, 2014:26).

Örgütsel iklimin yönsemesinin belirlenmesi de bu minvalde düşünülecek olursa, yönetim biçimlerinin ve yönetsel süreçlerin örgütsel bütünlük, başarı ve kişiler arası uyumu ne şekilde etkilediğinin ve etkileyebileceğinin bir göstergesi olacaktır.

Öge (1996), Davis'in örgütsel iklim tanımını "Göremememiz ve dokunamamamıza rağmen onun orada olduğu bilinen ve tıpkı odadaki hava gibi örgütte meydana gelen her şeyi etkilen ve kuşatandır" şeklinde özetlemektedir (Öge, 1996:11). Kişiler arası iletişim ve uyum gibi olguların kümülatif olarak örgütsel karakter ve örgütsel kişiliğin oluşumunu sağladığı veri alındığında, örgütün kişiliğinin yapılan işlere ve vatandaşlara olan yaklaşım biçiminin yanı sıra çalışanların da takındıkları veya takınacakları tutumları belirlemektedir.

Örgütün iklimi çalışanların tavırlarını, tutumlarını, örgüt içi sorunları çözmedeki uyumlu yaklaşımlarını etkiler. Olumlu iklim koşulları çalışanların kendi aralarındaki, çalışan-yönetici ilişkilerini ve örgütün çalışanları ile ilişkisini olumlu etkilemektedir. Ancak şunu da belirtmek gerekir ki olumsuz iklim koşulları da, olumlu iklim koşullarının oluşturduğunun tersi yönde etkilere sebebiyet verebilmekte ve örgütsel işleyişi sıkıntılı bir sürece sürükleyecek boyuta getirebilmektedir. Çalışan-yönetici anlaşmazlıklarının, çalışan-çalışan anlaşmazlıklarının ulaşabilecekleri boyutlar tabiri caiz ise örgütü 'iş yapılamaz' duruma getirebilmektedir. Olumsuz şekilde gelişen iklimsel özellikler, örgütsel karakterin uyumsuz bir hal üzere oluşuna sebebiyet verebileceği gibi, bu durumun devamlılığını da temin edebilmektedir. Zira yeni gelen çalışanlar olduklarında, bunlar da örgütsel iklimden etkilenecek aynı olumsuz havanın devamına ve tıpkı bir miras gibi aktarımına yol açacaktır. (Ertekin, 1993).

1.5.2. Örgüt İkliminin Oluşumu

Örgüt iklimi ile ilgili ilk araştırmalar 1930'lu yıllarda başlamıştır. İlk araştırma olan çalışma, Kurt Lewin'in insanların davranışları ile çevrelerindeki etmenlerin etkileşim düzeyini ölçmesine yönelik çalışması olmuştur (Önen, 2008:26). Sosyal psikoloji penceresinden bakılarak ortaya çıkarılan Alan Teorisi, çevresel faktörlerin etkisini ölçmekte kullanılmış ve uygulamalarla desteklenmiştir (Aydoğan, 2004:211). Lewin, insanların davranışlarının ortaya çıkmasında yalnızca insanların kişiliklerinin etkili olmadığı, çevrelerindeki faktörlerin de insanların davranışlarının oluşumunda etkili olduğunu saptamıştır. 1960'lı yıllarda örgütlerdeki insan faktörünün da önemini anlaşılması ile birlikte, insan davranışları ile ilgili çalışmalar, örgütlerdeki bireylerin sergilemiş oldukları davranışlara uyarlanarak örgütün beşeri sermayesinin daha etkili ve verimli kullanılmasını sağlamak amacı güdülmüştür (Öge, 1996:10-12).

Örgütlerdeki beşeri faktörün nispeten daha önemli hale gelmesi ile birlikte insan faktörü ile ilgili olarak araştırmalar yoğunlaşmaya başlamış ve bazı kavramlar irdelenmeye başlanmıştır; örgüt iklimi de bu kavramlardan biridir. İlk atıf olarak Lewin'in gösterilmesi ile beraber örgüt iklimi tanımı tam anlamıyla, 1958 yılında Argyris tarafından yapılmıştır

(Pıçakçı, 2013:15). Argyris örgüt iklimi kavramını örgütün psikolojik yapısını işaret etmek için kullanmış ve örgütün içinde oluşan genel psikolojik algılamaları ortaya koymuştur. Daha sonra ise Likert (1961), Halpin (1962), Litvin ve Stringer (1968), Forehard (1968) gibi araştırmacılar ile birlikte örgüt iklimi kavramsallaştırmaları ve çalışmaları pek çok katkı ile devam etmiştir (Kayar, 2015:3).

Örgütsel bir iklimin oluşumu çeşitli faktörlere dayanmaktadır. Örgütün formel yapısı, çalışanların psikolojik iklim algılamaları, örgüt kültürü ve örgütteki ilişkilerin etkisi ile örgüt ikliminin oluşumu gözlenmektedir. Bu şekilde çeşitli

faktörlerin varlığı ile beraber literatürde, örgüt ikliminin oluşum süreci ile ilgili farklı faktörlerin baz alınması, farklı yaklaşımların ortaya çıkmasına neden olmuştur. Genel kabul gören yaklaşım etkisel yaklaşım olmakla birlikte, elinizdeki çalışmada örgüt ikliminin oluşumu ile ilgili olarak dört sınıfa ayrılan şu yaklaşımlar açıklanacaktır; yapısal yaklaşım, algısal yaklaşım, etkisel yaklaşım ve kültürel yaklaşım.

1.5.2.1. Yapısal Yaklaşım

Örgütün formel yapısının, örgüt üyeleri üzerindeki etki dolayısıyla örgüt ikliminin oluştuğunu savunan yapısal yaklaşıma göre örgüt iklimi, örgüte ait bir özelliktir. Örgütteki karar alma mekanizmalarının merkezilik derecesi, hiyerarşik basamakların sayısı, kullanılmakta olan teknolojik altyapı, çalışanlar üzerindeki kurallar, personel politikaları ve örgütün büyüklüğü gibi yapısal unsurlar bütün çalışanların ortak olarak karşılaştıkları durumlar olduklarından, benzer algı oluşumlarına sebebiyet vermektedir. Benzer anlayışlar geliştiren ve benzer algılara sahip olan çalışanlar küll halinde iklimi yansıtmaktadır. Çalışanlar üzerinde benzer davranış kalıplarının oluşumuna neden olan örgüt yapısı, yapısal yaklaşımda örgüt ikliminin belirleyicisi olarak gösterilmektedir. (Kızıl, 2011:87)

1.5.2.2. Algısal Yaklaşım

Örgüt ikliminin belirleyicisinin örgütün yapısı olduğunu savunan yapısal yaklaşımın aksine algısal yaklaşımda örgütün birer parçası olan çalışanların, bireysel olarak örgüt ikliminin belirleyicisi olduğunu savunulur. Psikolojik yaklaşım olarak da adlandırılan yaklaşımda örgüt iklimi, bireysel bazda psikolojik durumların topyekûn bir yansıması olarak ifade edilmektedir. Çalışanların bireysel olarak örgüt içi haberleşme, karar alma ve liderlik gibi örgütsel koşullar hususundaki algılarının iklimi psikolojik açıdan yansıttığı belirtilmektedir. (Kızıl, 2011:87-88)

Örgüt iklimi, örgütsel koşulların çalışanlar nezdinde ve bireysel temellerde algılanışının psikolojik bir sürece sahip oluşu ile ortaya çıkmaktadır. Yapısal yaklaşımda örgüt iklimini oluşturan olgu olarak örgütün yapısı gösterilmekte ancak

algısal yaklaşımda örgüt koşullarının bireysel algılarının örgüt iklimini oluşturduğu belirtilmektedir.

1.5.2.3. Etkisel Yaklaşım

Etkisel yaklaşımda örgüt ikliminin oluşumu, sabit bir hat olmamakta, sistemli bir şekilde gerçekleşen ve tekrar eden bir döngü biçiminde ortaya çıkmaktadır. Etki-tepki ve tepkiye yeniden tepki ile etkinin sağlanması şeklindeki döngüde, geribildirimlerle yeniden oluşan ve etkileme yolu ile sürekliliğini sağlayan bir süreç işlemektedir. Girdiler, çıktılar, geri bildirimler ve süreç ile açıklanan örgüt ikliminin oluşumu, özellikle etki olgusu üzerinden giden ve etkisel yaklaşım olarak ifade edilen yaklaşımın ürünüdür. (Kızıl, 2011:88)

Etkisel yaklaşım, yapısal yaklaşım ve algısal yaklaşımın kesişim kümesi gibi ifade edilmektedir. Zira etkisel yaklaşım, örgütün yapısı ile örgüt üyelerinin karşılıklı etkileşimleri sonucu ortaya çıkmaktadır. Örgütün yapısının çalışanlar üzerindeki bireysel etkilerini kabul eden etkisel yaklaşımda ek olarak, örgüt üyelerinin bu yapısal süreç ve olgulara karşı takındığı tutum da kabul edilmektedir. (Kızıl, 2011:88) Etkisel yaklaşımda örgüt ikliminin belirleyicileri, örgütsel koşullar ve örgüt üyelerinin bu koşulları algılama şekilleri olmaktadır.

1.5.2.4. Kültürel Yaklaşım

Kültür, belirli idealler için bir araya gelen insanların paylaştıkları, davranış standartları, değerler ve normların bu insanların düşünme biçimlerinin, algılamalarının, yorumlayışlarının, davranışlarının, tavır ve tutumlarının ortak belirleyicisidir (Aksoy, 2006:17). Örgütsel kültür ise; örgüt üyelerinin benimsedikleri değerler, normlar, iletişim biçimleri, iyi-kötü anlayışları ve davranış standartları gibi ortak olguların oluşumudur.

Kültürel yaklaşım, örgüt ikliminin oluşumunda örgütsel kültürü temeline alan yaklaşımdır. Yapısal yaklaşım gibi örgütün formel yapısının; algısal yaklaşım gibi

örgüt üyelerinin psikolojileri ile ilişkilendirilen algılamaların; veya bunların çapraz sonucu şeklinde duran etkisel yaklaşım gibi örgüt koşulları ile bunların geri bildirimi ve etkileyicisi şeklindeki davranışların dışında kalan alana değinmektedir.

Kültürel yaklaşım ile ortaya konulan olgu, örgüt içerisinde oluşturulan kültür ile beraber, çalışanların var olan durumları yorumlayışı, gerçeğin inşası ve görüşülmesinin örgüt ikliminin oluşumu üzerindeki etkisidir. Bu yaklaşımda örgüt iklimini oluşumunda bireylerin psikolojik düzeydeki örgüt algıları yahut bizzat örgütün yapısı değil çalışanların bir araya gelmelerinin sonucu ve gereksinimi şeklinde ortaya çıkan ortak değerler sistemi gibi bir işleyişe sahip olan örgüt kültürünün temel alınması ile örgüte ait olan topyekûn bir olgunun yine bir başka topyekûn olgunun oluşumundaki etkisinin gösterilmesidir. (Öge, 2002:84)

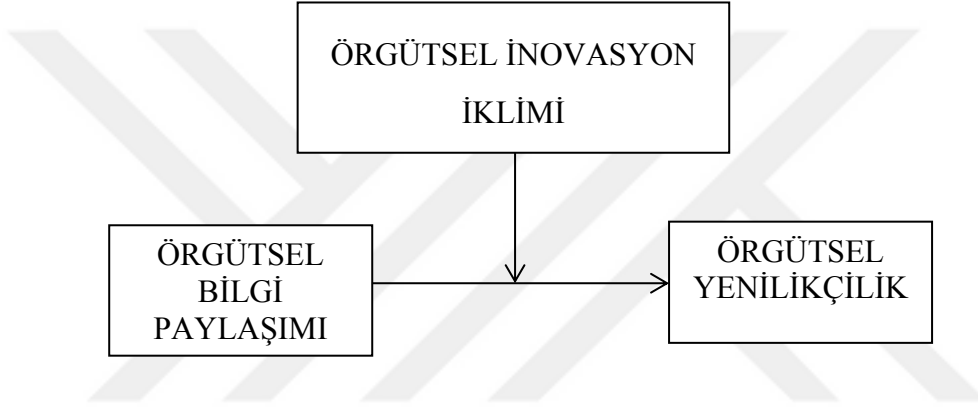
Kültürel yaklaşım ile örgüt ikliminin belirleyicisi olarak örgütsel kültür incelenmekte ve bu durumu ile örgüt ikliminin merkezini işaret temektedir. Örgüt kültürünü oluşturan, iletişim ve etkileşim halindeki örgüt üyeleri, aynı zamanda örgüt ikliminin oluşum merkezini de oluşturmuş olmaktadır. Kültürel yaklaşım ile ortaya konmaya çalışılan örgüt ikliminin oluşum merkezi tespiti, iklimin ortaya çıkışı üzerinde örgütsel kültürün etkisinin tespitinden sonra gelmektedir. Zira örgüt ikliminin oluşumunun irdelenmesinde öncelik burada oluşumun temeline alınacak olgunun belirlenmesidir. Bu olgu da örgütsel kültür olarak ortaya konmaktadır. (Kızıllı, 2011:89).

İKİNCİ BÖLÜM

YÖNTEM

2.1. Araştırmanın Modeli

Araştırmada, bilgi paylaşımı ve yenilikçi davranışın Örgütsel inovasyon iklimini ne şekilde etkilediği hususu incelenmiştir. Buna bağlı olarak araştırma modeli aşağıdaki şekliyle oluşturulmuştur.



Modelde yer alan örgütsel yenilikçilik ve örgütsel bilgi değişimi değişkenleri araştırmanın bağımsız değişkenlerini oluşturmakla birlikte örgütsel inovasyon iklimi bağımlı değişkenini oluşturmaktadır.

2.2. Metodoloji

Araştırmada bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Bu noktada konuya ilişkin literatür taramasıyla konunun kavramsal içeriği oluşturulmaya çalışılmıştır. Diğer yandan, örgütsel bilgi paylaşımı ve örgütsel yenilikçiliğin örgütsel inovasyon iklimi üzerindeki etkisinin araştırılması için de ilişkisel tarama yöntemi kullanılmıştır.

İlişkisel tarama yöntemi, iki yada ikiden fazla değişken arasında etkileşimli olarak sergiledikleri bir ilişkinin bulunup bulunmadığına ve derecesinin belirlenmesine ilişkin çalışmalarda tercih edilen araştırma yöntemidir. Yöntemde,

değişkenler arasındaki ilişki korelasyon analizi ile belirlenmesinin yanı sıra ilişkinin boyutlarına yönelik değerlendirmeler için de regresyon analizine baş vurulur (Karasar, 2002: 102-104).

Bu doğrultuda, oluşturulan anket formu ile belirlenen örneklemden veri toplanmış ve elde edilen veriler SPSS 20 programı aracılığı ile analize tabi tutulmak suretiyle araştırma bulgularına ulaşılmaya çalışılmıştır.

2.3. Kapsam ve Sınırlılıklar

Araştırmanın kavramsal kapsamı örgütsel bilgi paylaşımı, örgütsel yenilikçilik ve örgütsel inovasyon ikliminden oluşmaktadır. Bu itibarla kavramsal çerçeve bu kavramlarla sınırlandırılmış ve kavram içeriklerine yer verilmiştir. Diğer taraftan araştırma, zaman ve maliyet kısıtlarından ötürü imkanlar dairesinde oluşturulan örneklem üzerinden yürütülmüştür. Bu doğrultuda, Türkiye ve İran karşılaştırmasında İran’da Erdebil şehrinde faaliyet gösteren bir üniversite hastanesinden elde edilen veriler kullanılmakla birlikte Türkiye’de de araştırma için kaynak veri sağlamayı kabul eden iki araştırma hastanesinde uygulama yapılabilmektedir. Bunlar, araştırmanın kapsamı ve sınırlılıkları olarak belirlenmiştir.

2.4. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Türkiye/İstanbul ve İran/Erdebil’de sağlık alanında çalışma yapan akademisyenler oluşturmaktadır. Örneklem ise Türkiye’den İstanbul’da sağlık akademisyenlerinden oluşan 306 kişi ve İran’dan da 279 kişi olmak üzere toplam 585 kişiden oluşmaktadır.

2.5. Veri Toplama Araçları

Araştırmada veri toplama amaçlı oluşturulan anket formu, aşağıdaki ölçme araçlarından oluşturulmuştur.

2.5.1. Demografik Bilgi Formu

Araştırmada katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek amacıyla oluşturulan form, araştırmacı tarafından hazırlanmış ve katılımcıların yaş, cinsiyet, akademik unvan, medeni durum gibi özelliklerini belirlemenin yanı sıra kurumda yürütülen inovasyon faaliyetlerinin yeterliliğine, bilgi kullanım kaynağının biçimine ve inovasyon faaliyetlerine aktif katılımına yönelik görüşleri de yine formda yer alan sorularla belirlenmiştir.

2.5.2. Bilgi Paylaşımı Ölçeği

Araştırmada kullanılan bilgi paylaşımı ölçeği Fong & Wu (2007) tarafından geliştirilen “organizational knowledge sharing” ölçeğinden faydalanılarak oluşturulmuştur. Ölçek maddeleri danışman nezaretinde değerlendirilmiş ve 3 maddesi çıkarılarak 6 maddeden oluşan kısmı kullanılmıştır. Ölçeği oluşturan maddeler 5’li likert yapıda olup 1 “Kesinlikle Katılmıyorum” 5 “Kesinlikle Katılıyorum” şeklinde puanlandırılmıştır. Ölçeğe ilişkin güvenilirlik analizi neticesinde elde edilen α değeri $\alpha = 0.942$ olarak analiz edilmiştir.

Elde edilen bu değer doğrultusunda ölçek güvenilirliğinin oldukça yüksek olduğu söylenebilmektedir.

Diğer taraftan ölçek faktör analizine tabi tutulmuş ve tek faktörlü bir yapı elde edilmiştir. Elde edilen tek faktör ölçülmek istenen varyansın %77,58’ini karşılamaktadır. Ayrıca KMO katsayısı ,913 olarak tespit edilmiş ve Bartlett küresellik testi için $p < ,001$ olarak analiz edilmiştir. KMO (Kaiser- Meyer-Olkin) katsayısı için 0.90-1.00 arası mükemmel, 0.80-0.89 arası çok iyi, 0.70-0.79 arası iyi, 0.60-0.69 arası orta ve 0.50-0.59 arası zayıf olarak değerlendirilmektedir (Akgül 1997). Bu değerlendirmeden hareketle Örgütsel Bilgi Paylaşımı Ölçeğinin 0.913 olarak analiz edilen KMO katsayısı mükemmel aralığında bir değer olmakla birlikte ölçeğin faktör analizi için uygun olduğu söylenebilmektedir. Diğer taraftan Barlett's testi, korelasyon matrisinin, birim matris olup olmadığının test edilmesi amacıyla

kullanılır ve $p < ,005$ değeri aranır (Akgül 1997). Örgütsel Bilgi Paylaşım Ölçeği için uygulanan Barlett's testi neticesi değerlendirildiğinde ölçeğin faktör modeline göre kullanılmasının uygun olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Elde edilen bu test sonuçları doğrultusunda bilgi paylaşım ölçeği tek boyutlu olarak kullanılarak araştırma bulgularına ulaşılmaya çalışılmıştır.

2.5.3. Yenilikçi Davranış Ölçeği

Jansen (2000) tarafından geliştirilen Örgütsel Yenilikçi Davranış (Organisational Innovative Behavior) ölçeği 9 maddeden oluşan 5 li likert yapıda olup araştırmacı tarafından tek boyutlu olarak kullanılabileceği de bildirilmiştir. Ölçeğe ilişkin yapılan güven analizi neticesinde edilen α katsayısı $\alpha = ,928$ olarak analiz edilmiştir. Oldukça yüksek güvenilirliğe sahip olan ölçek için yapılan faktör analizi neticesinde tek faktörlü yapı elde edilmiş ve elde edilen bu tek faktörün ölçek varyansının %79,23'ünü karşıladığı görülmüştür. Ayrıca analiz neticesinde elde edilen KMO değerinin ,926 olduğu ve küresellik testi için de $p < ,001$ olduğu görülmüştür. Elde edilen bu değerler doğrultusunda ölçek tek boyutlu olarak kullanılmıştır.

2.5.4. Örgütsel İnovasyon İklimi Ölçeği

Chen & Hu (2008) tarafından oluşturulan Örgütsel İnovasyon İklimi (Organizational Innovation Climate Scale) ölçeği 5'li likert yapıda ve 8 maddeden oluşmaktadır. Örgütsel İnovasyon İklimi Ölçeğinin yapı geçerliliğinin belirlenmesi için yapılan faktör analizi neticesinde ölçeğe ilişkin KMO katsayısının ,883 olduğu ve Bartlett küresellik katsayısının $p < ,001$ olduğu analiz edilmiştir. Öte yandan varimax rotasyonu kullanılarak yapılan faktör analizi neticesinde ölçeğin iki faktörlü bir yapı sergilediği görülmüştür. Araştırmada, faktör analizi ile elde edilen boyutlar için özdeğeri 1'den büyük olan faktörler dikkate alınmış ve her iki faktörün de bu kıstasa uygun olduğu görülmüştür. Öte yandan, bir ölçeğin tek boyutlu olarak kullanılabilmesinde birinci faktöre ait özdeğerin ikinci faktör özdeğerinin 3 veya 4

katı olması sıklıkla kullanılan bir yaklaşımdır (Slocum 2005). Ölçek iki boyutlu olarak görülse de ilk faktör özdeğeri (5,108) ikinci faktörün özdeğerinin (1,204) 4,24 katı olması bu kriteri karşıladığı için ölçeğin tek boyutlu olarak kullanılabileceği sonucuna ulaşılmıştır. Bu noktada dikkate alınan bir diğer kriter de tek faktörlü ölçeklerde açıklanan varyansın %30 ve üzeri, çok faktörlü ölçeklerde ise daha yüksek olması gerekliliğidir (Büyüköztürk 2002). Bu bağlamda da ölçek tek faktör olarak varyansın %45,45'ini karşılamakta ve yeterlilik kriterini sağlamaktadır. Tüm bu kriterlere bağlı olarak ölçeğin tek boyutlu olarak kullanılması uygun bulunmuştur.

2.6. Verilerin Toplanması ve Analizi

Araştırma verileri, hazırlanan anket formları aracılığı ile toplanmıştır. Türkiye ve İran için araştırma kapsamında 500'er anket hazırlanmış ve bunları katılımcılara dağıtılıp gerekli izah yapılmak suretiyle doldurmaları istenmiştir. Ölçeklerin İran formları uzman nezaretinde araştırmacı tarafından Farsçaya çevrilmiş ve katılımcılara ulaştırılmıştır. Benzer şekilde Türkiye'deki katılımcılara da formlar dağıtılmış ve yanıtlamayı kabul eden katılımcıların formları toplanarak sağlıklı formlar belirlenmiş, işaretlemesi yapılmamış veya önemli ölçüde eksik yapılmış formlar ayrılarak diğer sağlıklı formlarla devam edilmiştir. Bu noktada Türkiye'de dağıtılan formların 327'sine yanıt alınabilmiş ve bunlar içerisinde hatalı ve eksik işaretlenenler çıkarıldıktan sonra 309 sağlıklı forma ulaşılmıştır. Benzer şekilde İran'da da aynı yol izlenmiş ve hazırlanan 500 formun 468'i katılımcılara ulaştırılabilmektedir. Geri dönüş sayısı 315 olan formlar içerisinde eksik ve hatalı işaretlenmiş olanlar ayrıldıktan sonra 279 sağlıklı veri içeren formla araştırmaya devam edilmiştir.

Elde edilen veriler, SPSS programına aktarıldıktan sonra kullanılacak olan testlerin belirlenmesi için dağılımın normalliği sınanmış ve elde edilen analiz sonuçları doğrultusunda parametrik testlerin uygunluğu görülmüştür.

Araştırmanın demografik değişkenleri ile bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkiyi değerlendirmek üzere varyans karşılaştırmasına baş vurulmuş; iki değişkenli gruplar için t-testi kullanılmakla birlikte değişken sayısı ikiden fazla olan gruplar için ise ANOVA uygulanmıştır. Çoklu gruplarda gruplar arası farklılaşmaların belirlenmesi için çoklu karşılaştırma testlerinden faydalanılmıştır. Bununla birlikte, Değişkenler arasındaki ilişkinin tespiti için korelasyon analizine başvurulmuş ve analiz neticesinde elde edilen korelasyon ilişkilerine bağlı olarak bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkeni yordama düzeylerini belirlemek adına regresyon analizine başvurulmuştur.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

BULGULAR

3.1. Demografik Değişkenlere İlişkin Bulgular

Araştırmaya Türkiye ve İran'dan katılan katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin dağılımlar Tablo 1 ile verilmiştir.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özellikleri

Değişken	Grup	Türkiye		İran	
		N	%	N	%
Cinsiyet	Kadın	188	61,4	176	63,1
	Erkek	118	38,6	103	36,9
Yaş	20-25 Arası	130	42,5	18	6,5
	26-30 Arası	31	10,1	70	25,1
	31-40 Arası	58	19,0	96	34,4
	41-50 Arası	39	12,7	77	27,6
	51 ve üzeri	48	15,7	18	6,5
	Evli	101	33,0	172	61,6
	Bekar	205	67,0	107	38,4
Akademik Unvan	Araştırma Görevlisi	76	15,4	90	32,3
	Doktor	292	59,1	92	33,0
	Dr. Öğretim Üyesi	65	13,2	35	12,5
	Doçent Doktor	61	12,3	35	12,5
	Prof. Dr.	-	-	27	9,7
İnovasyon yapılmakta mıdır?	Evet	132	43,1	206	73,8
	Hayır	174	56,9	73	26,2
İnovasyon faaliyetlerine aktif katılır mı?	Evet	132	43,1	222	79,6
	Hayır	174	56,9	57	20,4
İnovasyon faaliyetleri yeterli mi?	Evet	58	19,0	141	50,5
	Hayır	248	81,0	138	49,5

Bilgi kullanımı hangi kaynaktan olmalı	İç kaynak	24	7,8	38	13,6
	Dış kaynak	32	10,5	41	14,7
	Her ikisi de	250	81,7	200	71,7

Tablo 1 verileri doğrultusunda Türkiye’den araştırmaya dahil olan katılımcıların %61,4’ü kadın iken %39,6’sı da erkeklerden oluşmaktadır. Bu oran İran için %63,1 kadın ve %36,9 erkek şeklindedir. Cinsiyet bağlamında iki ülke katılımcılarının oranları birbirine çok yakın düzeydedir. Yaş dağılımına bakıldığında Türkiye’den araştırmaya katılanların %42,5 oranında 20-25 yaş aralığındaki kişilerden oluştuğu görülmektedir. Bunun yanı sıra %10,1’lik dilim 26-30 yaş grubu, %19’luk dilim 31-40 yaş grubunu, %12,7’lik dilim 41-50 yaş grubunu ve %15,7’lik dilimin de 51 ve üzeri yaş grubunu temsil ettiği görülmektedir. İran için yaşa bağlı dağılım %6,5 20-25 arası, %25,1 26-30 arası, %34,4 31-40 yaş arası, %27,6 41-50 yaş arası ve %6,5 51 ve üzeri yaş grubu şeklindedir. Katılımcıların medeni durumlarına ilişkin olarak Türkiye’de %33 evli %67 bekar şeklinde iken İran’da %61,6 evli ve %38,4 bekar şeklinde olduğu görülmektedir. Akademik ünvanlarına göre katılımcıların dağılım incelendiğinde ise Türkiye’den araştırmaya katılan akademisyenlerin %15,4’ünün araştırma görevlisi, %59,1’inin doktor, %13,2’sinin dr. Öğretim üyesi ve %12,3’ünün de Doçent doktor olduğu görülmektedir. İranlı katılımcılar için bu durum %32,3 araştırma görevlisi, %33 doktor, % 12,5 dr. Öğretim görevlisi, %12,5 doçent doktor ve % 9,7 prof. Doktor şeklindedir.

Katılımcılar yöneltilen “Kurumunuzda İnovasyon yapılmata mıdır” sorusuna Türkiye’den %43,1 “Evet” ve %56,9 “Hayır” şeklinde yanıt alınırken İran’da bu durum %73,8 “Evet” ve %26,2 “Hayır” şeklinde olmuştur. Öte yandan “İnovasyon faaliyetlerine aktif olarak katılır mısınız” sorusuna Türkiye’den %43,1 “Evet” ve %56,9 “Hayır” şeklinde yanıt alınmış ve İranlı katılımcıların bu soruya yanıtları %79,6 “Evet” ve %20,4 “Hayır” olmuştur. Katılımcıların inovasyon faaliyetlerinin yeterliliğine ilişkin görüşlerinin belirlenmesini amaçlayan “İnovasyon faaliyetleri yeterli mi?” sorusuna ise Türkiye’den %19 “Evet” ve %81 “Hayır” şeklinde yanıtlar alınmıştır. İran için bu durum %50,5 “Evet” ve %49,5 “Hayır” şeklindedir. Son

olarak katılımcılara inovasyon faaliyetlerinde kullanılan bilginin hangi kaynaktan temin edilmesi gerektiği yönünde görüşlerinin alınmasını hedefleyen soruya verilen yanıtlar Türkiye için %7,8“iç kaynaklı”, %10,5 “dış kaynaklı”, %81,7 “her ikisi de” şeklinde olduğu görülürken İranlı katılımcılarda bu oranlar %13,6 “iç kaynaklı”, %14,7 “dış kaynaklı”, %71,7 “her ikisi de” şeklinde olduğu görülmektedir

3.2. Bilgi Paylaşımına İlişkin Bulgular

İnovasyona ilişkin alt boyutlardan olan bilgi paylaşımı ile demografik değişkenler arasındaki ilişki irdelenmiş, elde edilen bulgulara bu başlık altında yer verilmiştir.

Demografik değişkenlerden olan cinsiyete bağlı olarak bilgi paylaşımı algı düzeyi değerlendirilmiş ve yapılan t-testi sonuçları Tablo 2 ile verilmiştir.

Tablo 2: Bilgi Paylaşımı- Cinsiyet İlişkisi

Değişken	Gruplar	Türkiye			İran		
		N	Ort.	p	N	Ort.	p
Bilgi Paylaşımı	Kadın	188	3,8094	,280	176	1,6979	,562
	Erkek	118	3,9350		103	1,7330	

Tablo 2 verileri doğrultusunda hem Türkiye hem de İran için cinsiyete bağlı olarak bilgi paylaşımı düzeylerinin farklılaşmadığı görülmektedir.

Bir diğer demografik değişken olan medeni durum ile bilgi paylaşımı ilişkisi değerlendirilmiş ve elde edilen bulgular Tablo 3 ile verilmiştir. Tablo verileri doğrultusunda Türkiye için medeni durum değişkeninin bilgi paylaşımı algı düzeyinde farklılık unsuru olmadığı görülürken İran için bu durum tam tersi şekilde gerçekleşmiştir.

Tablo 3: Bilgi Paylaşımı- Medeni Durum İlişkisi

Değişken	Gruplar	Türkiye			İran		
		N	Ort.	p	N	Ort.	p
Bilgi Paylaşımı	Medeni Durum						
	Evli	101	3,9488	,259	172	1,7665	,015
	Bekar	205	3,8130		107	1,6215	

İranlı katılımcılar için medeni durum bilgi paylaşımı algısı noktasında farklılık unsuru olmakla birlikte evli katılımcıların bilgi paylaşımı yapıldığına ilişkin görüşlerine dair ortalamaları bekâr katılımcılara göre anlamlı bir biçimde daha yüksek olduğu analiz edilmiştir.

Araştırmada ele alınan bir diğer değişken olan yaşa göre bilgi paylaşımının farklılaşıp farklılaşmadığı analiz edilmiş ve elde edilen bulgular Tablo 4 ile verilmiştir.

Tablo 4: Bilgi Paylaşımı-Yaş İlişkisi

Türkiye					İran			
Gruplar	N	Ort.	F	p	N	Ort.	F	p
20-25 Arası	130	4,0013	2,437	,047	18	1,8241	2,181	,071
26-30 Arası	31	3,4677			70	1,7905		
31-40 Arası	58	3,8851			96	1,6163		
41-50 Arası	39	3,8932			77	1,7597		
51 ve üzeri	48	3,6597			18	1,5833		
Toplam	306	3,8578			279	1,7109		

Tablo 4 verileri incelendiğinde Türkiye için yaş değişkeninin bilgi paylaşımına ilişkin algıda farklılık konusu olduğu görülmekle birlikte İran için yaş değişkeninin bilgi paylaşımına ilişkin algıda herhangi bir etkisinin olmadığı görülmektedir. Türkiye için, elde edilen istatistiksel açıdan anlamlı bu ilişkinin yorumlanmasında çoklu karşılaştırma testlerine başvurulmuş; varyansların eşitliğine bağlı olarak LSD çoklu karşılaştırma testi neticesinde 20-25 yaş arası katılımcılar ile 26-30 yaş arası ve 51 ve üzeri olanlar arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Bu ilişki ortalamalara bağlı olarak değerlendirildiğinde 20-25 yaş arası katılımcı grubunun 26-30 ve 51 ve üzeri gruba nazaran daha yüksek bilgi paylaşımı ortalamasına sahip oldukları görülmektedir.

Katılımcıların unvanlarına göre bilgi paylaşımını algılama biçimleri değerlendirildiğinde, Türkiye için gruplar arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir

farklılığın varlığı gözlemlenirken İran için unvan değişkeni bilgi paylaşımı noktasında bir farklılık unsuru olmamıştır (Tablo 5).



Tablo 5: Bilgi Paylaşımı-Unvan İlişkisi

Türkiye					İran			
Gruplar	N	Ort.	F	p	N	Ort.	F	p
Ar. Gör.	227	3,7790	10,368	,000	90	1,6981	,161	,958
Doktor	18	3,1574			92	1,7337		
Dr. Öğr. Üy.	52	4,2756			35	1,7381		
Doç. Doktor	9	4,8333			35	1,6714		
Prof. Dr.	-	-			27	1,6914		
Toplam	306	3,8578			279	1,7109		

Türkiye için hangi gruplar arasında anlamlı farklılaşmanın olduğunun belirlenmesine ilişkin yapılan çoklu karşılaştırma testi (LSD) neticesinde Araştırma Görevlileri ile diğer tüm gruplar arasında anlamlı biçimde farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu ilişki doğrultusunda, doktor unvanlı katılımcılardan daha yüksek ortalama sergileyen Araştırma görevlileri diğer gruplardan da daha düşük bilgi paylaşımı ortalaması sergilemektedirler.

Bir diğer ilişki de doktor katılımcılar ile diğer grupların tümü arasında tespit edilmiştir. Buna göre doktor unvanına sahip katılımcıların bilgi paylaşımı ortalamaları diğer grupların tamamından daha düşük düzeyde analiz edilmiştir. Yani doktor unvanlı katılımcılar diğer gruplarla karşılaştırıldığında bilgi paylaşımının yapıldığına ilişkin kanaatlerinin daha düşük olduğunu ifade etmişlerdir.

Araştırmada, inovasyonun olup olmadığına ilişkin katılımcılara yöneltilen ifadeye bağlı olarak bilgi paylaşımının farklılaşıp farklılaşmadığı değerlendirildiğinde, Türkiye’den olan katılımcılar için anlamlı bir farklılık gözlemlenmezken İranlı katılımcılarda bilgi paylaşımı ile inovasyonun varlığına ilişkin görüşlerin anlamlı bir ilişki sergilediği durumu gözlemlenmiştir.

Tablo 6: Bilgi Paylaşımı- İnovasyon Yapılıp Yapılmadığı İlişkisi

Değişken	Gruplar	Türkiye			İran		
		N	Ort.	p	N	Ort.	p
Bilgi Paylaşımı	İnovasyon yapılmakta mı						
	Evet	132	3,9306	,264	206	1,7864	,000
	Hayır	174	3,8027		73	1,4977	

Tablo 6 verileri incelendiğinde İranlı katılımcılar için inovasyonun varlığı yönünde görüş bildirenlerin bilgi paylaşımı yapıldığına ilişkin kanaat ortalamalarının anlamlı biçimde daha yüksek olduğu görülmektedir.

Bunun yanı sıra inovasyon faaliyetlerine aktif olarak katılıp katılmamalarına ilişkin ifadeye verilen yanıtların her iki ülke katılımcıları için bilgi paylaşımının varlığına ilişkin ortalamalarında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılık konusu olmadığı görülmüştür (Tablo 7).

Tablo 7: Bilgi Paylaşımı- İnovasyon Faaliyetlerine Katılım İlişkisi

Değişken	Gruplar	Türkiye			İran		
		N	Ort.	p	N	Ort.	p
Bilgi Paylaşımı	Katılır mı?						
	Evet	132	3,9306	,264	206	1,7864	,000
	Hayır	174	3,8027		73	1,4977	

Yapılan inovasyon faaliyetlerinin yeterliliğine ilişkin katılımcı görüşleri ile bilgi paylaşımının varlığına ilişkin değerlendirme düzeyleri arasındaki ilişki değerlendirilmiş ve elde edilen veriler doğrultusunda Türkiye için bu iki değişken arasında anlamlı bir ilişkinin varlığı görülürken İran için böylesi bir ilişkinin olmadığı tespit edilmiştir (Tablo 8).

Tablo 8: Bilgi Paylaşımı- İnovasyon Faaliyetlerinin Yeterliliği İlişkisi

Değişken	Gruplar	Türkiye			İran		
		N	Ort.	p	N	Ort.	p
Bilgi Paylaşımı	Faaliyetler yeterli mi?						
	Evet	58	4,2011	,003	141	1,7482	,193
	Hayır	248	3,7776		138	1,6727	

Tablo 8 verileri doğrultusunda Türkiye’den olan katılımcılardan faaliyetlerin yeterliliği yönünde kanaat bildirenlerin bilgi paylaşımına ilişkin ortalamaları faaliyetleri yetersiz bulanlara nazaran daha yüksek olarak analiz edilmiştir.

İnovasyon faaliyetlerinde kullanılacak bilgi kaynağı ile bilgi paylaşımı algı düzeyi arasındaki ilişki irdelendiğinde; Türkiye’den olan katılımcılar için bu iki değişken arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki söz konusu iken İranlı katılımcılar için böylesi bir ilişki söz konusu olmamıştır. Türkiye için söz konusu olan ilişkinin hangi gruplar arasında olduğunun belirlenmesine yönelik yapılan çoklu karşılaştırma testi (LSD) neticesinde dış kaynak kullanımını savunan katılımcılar ile her iki kaynağın kullanımını savunan katılımcılar arasında anlamlı bir farklılık tespit edilmiş ve grup ortalamaları incelendiğinde dış kaynak kullanımını savunan katılımcıların bilgi paylaşımının varlığına ilişkin kanaatlerinin daha yüksek olduğu görülmüştür (Tablo 9).

Tablo 9: Bilgi Paylaşımı-Kullanılacak Kaynak İlişkisi

Türkiye					İran			
Gruplar	N	Ort.	F	p	N	Ort.	F	p
Dış Kaynak	24	4,3750	6,269	,002	38	1,7675	,609	,545
İç Kaynak	32	4,1823			41	1,7561		
Her ikisi	250	3,7667			200	1,6908		
Toplam	306	3,8578			279	1,7109		

3.3. Yenilikçi Davranışa İlişkin Bulgular

Yenilikçi davranış değişkeni ile demografik değişkenler arasındaki ilişki irdelenerek elde edilen bulgulara bu başlık altında yer verilmiştir.

Cinsiyet değişkeninin yenilikçi davranışa ilişkin ortalamaları etkileyip etkilemediği değerlendirilmiş ve elde edilen bulgular Tablo 10 ile verilmiştir. Tablo 10 verileri doğrultusunda Türkiye için yenilikçi davranışa yönelik yaklaşımın cinsiyete göre farklılaştığı ve erkeklerin bu anlamda ortalamalarının kadınlara

nazaran daha yüksek olduğu görülürken İranlı katılımcılarda cinsiyet ile yenilikçi davranışa bakış açısı arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişkinin var olmadığı görülmüştür

Tablo 10: Yenilikçi Davranış - Cinsiyet İlişkisi

Değişken	Gruplar	Türkiye			İran		
		N	Ort.	p	N	Ort.	p
Yenilikçi Davranış	Kadın	188	3,7199	,002	176	1,8327	,876
	Erkek	118	3,9981		103	1,8425	

Bir diğer demografik değişken olan medeni duruma göre yenilikçi davranış yaklaşımı değerlendirildiğinde elde edilen bulgular her iki ülke katılımcıları için yenilikçi davranışın medeni duruma göre farklılaştığına işaret etmektedir. Tablo 11 verileri incelendiğinde her iki ülkede de evli katılımcıların yenilikçi davranışa yaklaşımını ifade eden ortalamalarının bekar katılımcılara nazaran daha yüksek olduğu görülmektedir.

Tablo 11: Yenilikçi Davranış - Medeni Durum İlişkisi

Değişken	Gruplar	Türkiye			İran		
		N	Ort.	p	N	Ort.	p
Yenilikçi Davranış	Evli	101	4,0385	,002	172	1,8831	,049
	Bekar	205	3,7230		107	1,7612	

Yaşa bağlı olarak yenilikçi davranış ortalamaları değerlendirildiğinde her iki ülkenin de benzer şekilde sonuç sergilediği görülmektedir. Yaşa bağlı Türkiye’den olan örneklem için 31-40 yaş grubu ile 26-30 ve 51 ve üzeri yaş grubunda olan katılımcılar arasında anlamlı bir ilişki olmakla birlikte 31-40 yaş grubundaki katılımcıların yenilikçi davranış ortalamaları diğer iki gruptan daha yüksek analiz edilmiştir. Diğer taraftan İranlı katılımcılar için 26-30 yaş grubu ile 31-40 yaş grubu arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki söz konusu olup bu ilişkide 26-30 yaş grubundaki katılımcıların yenilikçi davranış ortalamaları daha yüksek olarak bulgulanmıştır.

Tablo 12: Yenilikçi Davranış -Yaş İlişkisi

Türkiye					İran			
Gruplar	N	Ort.	F	p	N	Ort.	F	p
20-25 Arası	130	3,8342	2,404	,049	18	1,8951	2,462	,046
26-30 Arası	31	3,6416			70	1,9413		
31-40 Arası	58	4,0690			96	1,7187		
41-50 Arası	39	3,8689			77	1,8687		
51 ve üzeri	48	3,6019			18	1,8580		
Toplam	306	3,8272			279	1,8363		

Demografik değişkenlerden olan unvan ile yenilikçi davranış ilişkisi irdelenerek elde edilen bulgular Tablo 13 ile verilmiştir. Tablo verileri doğrultusunda, yenilikçi davranışa ilişkin kanaatin Türkiye’den olan katılımcılarda unvana bağlı olarak farklılaştığı söylenebilirken İran için bu iki değişken arasında %95 güven aralığında bir ilişkinin bulunmadığı görülmektedir. Türkiye için var olan bu ilişkinin hangi gruplar arasında olduğunun belirlenmesi için başvuru olan çoklu karşılaştırma testi (LSD) neticesinde araştırma görevlileri ile diğer grupların tamamı arasında anlamlı bir farklılaşmanın var olduğu ve araştırma görevlilerinin yenilikçi davranış ortalamaları doktor katılımcılardan daha yüksek olurken diğer unvanlardaki katılımcılardan da daha düşük düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 13: Yenilikçi Davranış -Unvan İlişkisi

Türkiye					İran			
Gruplar	N	Ort.	F	p	N	Ort.	F	p
Ar. Gör.	227	3,7499	9,276	,000	90	1,8198	,781	,539
Doktor	18	3,2901			92	1,9034		
Dr. Öğr. Üy.	52	4,2436			35	1,8317		
Doç. Doktor	9	4,4444			35	1,7460		
Prof. Dr.	-	-			27	1,7860		
Toplam	306	3,8272			279	1,8363		

Araştırmada, katılımcıların kurumlarında inovasyon yapılıp yapılmadığına ilişkin olarak beyan ettikleri görüşlerinin yenilikçi davranışa ilişkin kanaat düzeylerini ne şekilde etkilediği analiz edilmiştir. Elde edilen bulgulara bağlı olarak Türkiye’den olan katılımcıların inovasyon yapılıp yapılmadığına ilişkin kanaatlerinin yenilikçi davranış algılarını etkilemediği görülürken İranlı katılımcılarda bu durum tam tersi şekilde gerçekleşmiş ve inovasyon yapıldığı yönünde kanaat belirtenlerin yenilikçi davranış ortalamalarının inovasyon yapılmadığını ifade edenlere nazaran daha yüksek seviyede olduğu görülmüştür.

Tablo 14: Yenilikçi Davranış - İnovasyon Yapılıp Yapılmadığı İlişkisi

Değişken	Gruplar	Türkiye			İran		
		N	Ort.	p	N	Ort.	p
Yenilikçi Davranış	Evet	132	3,8763	,385	206	1,8997	,000
	Hayır	174	3,7899		73	1,6575	

Katılımcılara yöneltilen inovasyon faaliyetlerine aktif olarak katılır mısınız? Sorusuna verilen yanıtlar doğrultusunda yenilikçi davranış ortalamaları değerlendirilmiş ve bu iki değişken arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişkinin bulunmadığı görülmüştür (Tablo 15).

Tablo 15: Yenilikçi Davranış - İnovasyon Faaliyetlerine Katılım İlişkisi

Değişken	Gruplar	Türkiye			İran		
		N	Ort.	p	N	Ort.	p
Yenilikçi Davranış	Evet	132	3,8779	,358	222	1,8223	,260
	Hayır	174	3,7886		57	1,8908	

Katılımcıların yapılan inovasyon faaliyetlerinin yeterliliğine ilişkin kanaatleri ile yenilikçi davranış arasındaki ilişki değerlendirildiğinde; her iki ülke katılımcıları için bu iki değişken arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişkinin bulunmadığı görülmektedir (Tablo 16).

Tablo 16: Yenilikçi Davranış - İnovasyon Faaliyetlerinin Yeterliliği İlişkisi

Değişken	Gruplar	Türkiye		İran	
----------	---------	---------	--	------	--

Faaliyetler yeterli mi?	N	Ort.	p	N	Ort.	p
Yenilikçi Evet	58	3,7931	,758	141	1,8282	,769
Davranış Hayır	248	3,8351		138	1,8446	

İnovasyon faaliyetlerinde kullanılacak bilgi kaynağına yönelik görüşler ile yenilikçi davranış arasında ilişki olup olmadığı analiz edildiğinde; Türkiye’den olan katılımcıların kaynak kullanımına ilişkin kanaatlerinin yenilikçi davranış ortalamalarını istatistiksel açıdan anlamlı bir biçimde etkilediği görülmektedir. Buna bağlı olarak gruplar arası karşılaştırma yapıldığında elde edilen sonuçlar, dış kaynaklı bilgi kullanımını savunan katılımcılar ile iç kaynaklı bilgi ve hem iç hem de dış kaynaklı bilgi kullanımını savunan katılımcılar arasında bir farklılaşma söz konusu olup dış kaynaklı bilgi kullanımını savunan katılımcıların yenilikçi davranış ortalamalarının daha yüksek olduğu görülmektedir (Tablo 17)

Tablo 17: Yenilikçi Davranış -Kullanılacak Bilgi Kaynağı İlişkisi

Türkiye					İran			
Gruplar	N	Ort.	F	p	N	Ort.	F	p
Dış Kaynak	24	4,3519	5,240	,006	38	1,9269	2,508	,083
İç Kaynak	32	3,8819			41	1,9566		
Her ikisi	250	3,7698			200	1,7944		
Toplam	306	3,8272			279	1,8363		

3.4. Örgütsel İnovasyon İklimine İlişkin Bulgular

Araştırmada ele alınan değişkenlerden bir diğeri olan örgütsel inovasyon ikliminin demografik değişkenlere göre ne şekilde farklılaştığı değerlendirilmiş, elde edilen bulgulara bu başlık altında yer verilmiştir.

Cinsiyet ile örgütsel inovasyon iklimi arasındaki ilişki incelendiğinde, her iki ülke katılımcıları için bu iki değişken arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki

bulunduğu görülmüş; Türkiye ve İran için erkeklerin örgütsel inovasyon iklimine ilişkin algılarının kadınlardan daha yüksek olduğu analiz edilmiştir (Tablo 18)

Tablo 18: Örgütsel İnovasyon İklimi- Cinsiyet İlişkisi

Değişken	Gruplar	Türkiye			İran		
		Cinsiyet	N	Ort.	p	N	Ort.
Örgütsel İnovasyon İklimi	Kadın	188	2,6423	,001	176	2,5256	,003
	Erkek	118	2,2299		103	2,1917	

Araştırmanın bir diğer değişkeni olan medeni duruma bağlı olarak örgütsel inovasyon iklimi algı düzeyleri değerlendirildiğinde; Türkiye’den olan katılımcılar için medeni durumun örgütsel inovasyon iklimi için farklılık durumu olduğu ve bekar katılımcıların örgütsel inovasyon iklimine ilişkin algılarının daha yüksek ortalamaya sahip olduğu görülürken İranlı katılımcılar için medeni durum ile örgütsel inovasyon iklimi arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişkinin bulunmadığı görülmüştür.

Tablo 19: Örgütsel İnovasyon İklimi - Medeni Durum İlişkisi

Değişken	Gruplar	Türkiye			İran		
		Cinsiyet	N	Ort.	p	N	Ort.
Örgütsel İnovasyon İklimi	Evli	101	2,2636	,004	172	2,3968	,899
	Bekar	205	2,5915		107	2,4112	

Araştırmanın demografik değişkenlerinden olan yaşa bağlı olarak örgütsel inovasyon iklimi algı düzeyi değerlendirilmiş; ve her iki ülke için de yaş değişkeninin %95 güven aralığında ($p<,05$) örgütsel inovasyon iklimi için bir farklılık unsuru olmadığı görülmüştür (Tablo 20).

Tablo 20: Örgütsel İnovasyon İklimi -Yaş İlişkisi

Türkiye					İran			
Gruplar	N	Ort.	F	p	N	Ort.	F	p
20-25 Arası	130	3,8342			18	1,8951		
26-30 Arası	31	3,6416	2,405	,050	70	1,9413	2,262	,063
31-40 Arası	58	4,0690			96	1,7187		

41-50 Arası	39	3,8689	77	1,8687
51 ve üzeri	48	3,6019	18	1,8580
Toplam	306	3,8272	279	1,8363

Katılımcıların unvanlarını örgütsel inovasyon iklimine ilişkin kanaatlerini etkileyip etkilemediği analiz edilmiştir. Elde edilen bulgular doğrultusunda Türkiye’den araştırmaya katılanlar için unvanın örgütsel inovasyon iklimine ilişkin algıda farklılık unsuru olarak etkisinin varlığı görülürken İran için iki değişken arasında her hangi bir ilişkiye rastlanmamıştır. Türkiye için gruplar arası karşılaştırma neticesinde, araştırma görevlileri ile doktor ve doçent doktor unvanına sahip katılımcılar arasında ilişki olup bu ilişkide doktor unvanına sahip katılımcıların örgütsel inovasyon iklimi ortaları araştırma görevlilerinden yüksek iken doçent doktor unvanına sahip katılımcıların ortalamaları ise düşük olarak tespit edilmiştir (Tablo 21).

Tablo 21: Örgütsel İnovasyon İklimi -Unvan İlişkisi

Türkiye					İran				
Gruplar	N	Ort.	F	p	N	Ort.	F	p	
Ar. Gör.	227	2,4791	3,983	,003	90	2,5083	1,348	,252	
Doktor	18	3,0278			92	2,4579			
Dr. Öğr. Üy.	52	2,4615			35	2,1429			
Doç. Doktor	9	1,6250			35	2,3857			
Prof. Dr.	-	-			27	2,2176			
Toplam	306	2,4833			279	2,4023			

Araştırmada katılımcıların kurumlarında inovasyon yapılıp yapılmadığına ilişkin görüşleri doğrultusunda örgütsel inovasyon iklimi algı düzeyleri değerlendirilmiştir. Bu bağlamda her iki ülke katılımcıları için inovasyon yapılıp yapılmamasına bağlı olarak örgütsel inovasyon iklimi ortalamalarının anlamlı bir biçimde farklılaştığı görülmektedir. Türkiye için bu farklılık, inovasyon evet diyenler

lehine daha yüksek ortalama ile ortaya çıkarken İran için hayır diyenlerin daha yüksek ortalama sergiledikleri görülmektedir.

Tablo 22: Örgütsel İnovasyon İklimi- İnovasyon Yapılıp Yapılmadığı İlişkisi

Değişken	Gruplar	Türkiye			İran		
		N	Ort.	p	N	Ort.	p
Örgütsel İnovasyon İklimi	İnovasyon yapılmakta mı?						
	Evet	132	2,6818	,003	206	2,2609	,000
	Hayır	174	2,3326		73	2,8014	

Katılımcıların inovasyon faaliyetlerine aktif olarak katılıp katılmadıkları ile ilgili olarak örgütsel inovasyon iklimi algısı değerlendirildiğinde; Türkiye için katılıp katılmamanın anlamlı bir farklılık konusu olduğu görülürken İran için bu anlamda bir fark oluşmadığı gözlemlenmiştir. Türkiye örneklemini için aktif katılımı bulanların örgütsel inovasyon iklimi ortalamaları katılmayanlara göre daha yüksek çıkmıştır (Tablo 23).

Tablo 23: Örgütsel İnovasyon İklimi - İnovasyon Faaliyetlerine Katılım İlişkisi

Değişken	Gruplar	Türkiye			İran		
		N	Ort.	p	N	Ort.	p
Örgütsel İnovasyon İklimi	Aktif olarak Katılır mı?						
	Evet	132	2,6231	,036	222	2,4302	,321
	Hayır	174	2,3772		57	2,2939	

Katılımcıların inovasyon faaliyetlerinin yeterliliğine ilişkin görüşlerine bağlı olarak örgütsel inovasyon iklimine ilişkin algı ortalamaları değerlendirildiğinde her iki ülke için bu iki değişken arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişkinin bulunmadığı görülmüştür (Tablo 24).

Tablo 24: Örgütsel İnovasyon İklimi - İnovasyon Faaliyetlerinin Yeterliliği İlişkisi

Değişken	Gruplar	Türkiye			İran		
		N	Ort.	p	N	Ort.	p
Örgütsel İnovasyon İklimi	Faaliyetler yeterli mi?						
	Evet	58	3,5431	,758	141	2,1241	,769

İnovasyon İklimi	Hayır	248	2,2354	138	2,6866
------------------	-------	-----	--------	-----	--------

Örgütsel inovasyon iklimi ve inovasyonda kullanılacak bilgi kaynağına ilişkin görüşler arasındaki ilişki değerlendirildiğinde; kullanılacak bilgi kaynağına bağlı olarak örgütsel inovasyon iklimi algısının da her iki ülke için farklılık sergilediği görülmektedir. Yapılan çoklu karşılaştırma testi neticesinde, Türkiye için dış kaynak kullanımını savunanların örgütsel inovasyon iklimi ortalamaları iç kaynak ve her iki kaynağın kullanımını savunanlara nazaran daha yüksek düzeyde analiz edilmiştir. İran için ise bu durum her iki kaynağın kullanımını savunanların diğer gruplara göre daha yüksek ortalama sergilediği şeklindedir.

Tablo 25: Örgütsel İnovasyon İklimi -Kullanılacak Bilgi Kaynağı İlişkisi

Türkiye					İran			
Gruplar	N	Ort.	F	p	N	Ort.	F	p
Dış Kaynak	24	3,3542	17,334	,000	38	2,3783	2,976	,047
İç Kaynak	32	3,0000			41	2,0884		
Her ikisi	250	2,3335			200	2,4713		
Toplam	306	2,4833			279	2,4023		

3.5. Örgütsel Bilgi Paylaşımı ve Örgütsel Yenilikçiliğin Örgütsel İnovasyon İklimine Etkisi

Araştırmada ele alınan değişkenler arasındaki ilişkinin varlığını tespit etmek adına korelasyon analizine başvurulmuş, elde edilen bulgular Tablo 26 ile verilmiştir.

Tablo 26 verileri incelendiğinde, Türkiye için yenilikçi davranış ile bilgi paylaşımı arasında güçlü, pozitif yönlü bir ilişkinin varlığının yanı sıra bilgi paylaşımı ile örgütsel inovasyon iklimi arasında da zayıf ve pozitif yönlü bir ilişkinin

varlığı görülmektedir. Bununla birlikte örgütsel inovasyon iklimi ile yenilikçi davranış arasında güçlü ve pozitif yönlü bir ilişkinin varlığı söz konusudur.

İran için ise bilgi paylaşımı ile yenilikçi davranış arasında güçlü ve pozitif yönlü bir korelasyon ilişkisi söz konusu olmakla birlikte örgütsel inovasyon iklimi ile bilgi paylaşımı ve yenilikçi davranış arasında bir ilişkinin varlığına rastlanmamıştır.

Tablo 26: Değişkenler Arası Korelasyon İlişkileri

	TÜRKİYE					İRAN				
	Ortalama	SS	Bilgi Paylaşımı	Yenilikçi Davranış	Örgütsel İnovasyon İklimi	Ortalama	SS	Bilgi Paylaşımı	Yenilikçi Davranış	Örgütsel İnovasyon İklimi
Bilgi Paylaşımı	3,8272	,85915	1			1,8363	,50310	1		
Yenilikçi Davranış	3,8578	,98949	,908**	1		1,7109	,48399	,696**	1	
Örgütsel İnovasyon İklimi	2,4833	1,01650	,155**	,083	1	2,4023	,92410	-,007	,024	1

**p<,001; *p<,05

Elde edilen korelasyon ilişkileri doğrultusunda; Türkiye için örgütsel inovasyon iklimi bilgi paylaşımı ile açıklanabilmekte ve yenilikçi davranışın bilgi paylaşımıyla olan ilişkisinden hareketle yenilikçi davranışın aracılık rolünün değerlendirilmesi mümkün olmaktadır.

Bu ilişki doğrultusunda; Türkiye için bilgi paylaşımının örgütsel inovasyon iklimini ne düzeyde yordadığının belirlenmesi noktasında regresyon analizine başvurulmuştur.

Tablo 27: Türkiye İçin Bilgi Paylaşımının Örgütsel İnovasyon İklimi Üzerindeki Etkisi

Örgütsel İnovasyon İklimi	Bağımsız Değişkenler	Sabit	Standardize Edilmiş Beta	t	p	ort	Sd	F	R ²	ΔR ²
Model 1	Bilgi Paylaşımı	,880	-	9,681	,000	3,8272	,85915	7,508*	,827	,827
Model 2	Bilgi Paylaşımı	796	,917	37,961	,000	3,8272	,98949			
	Bilgi Paylaşımı + Yenilikçilik		-,059	-2,452	,015	2,483	1,016	1,964	,906	,906

*p<,05

Tablo 27 verilerinden hareketle örgütsel bilgi paylaşımının bu araştırma örneklemini için örgütsel inovasyon iklimini %82,7 düzeyinde yordadığı söylenebilmektedir. Örgütsel inovasyon ikliminin ise örgütsel bilgi paylaşımı ve örgütsel yenilikçilik ilişkisinde aracılık rolünün araştırma örneklemini için bulunmadığı tespit edilmiştir.



SONUÇ

Sanayi devriminden itibaren sürekli gelişen ekonomik yapı içerisinde belirleyici unsurlar dönem dönem farklılaşmış; kimi zaman işgücünün ön plana çıktığı kimi zaman da sermaye gücü, reklam-tanıtım gibi faaliyetler belirleyicilik özelliği sergilemişlerdir. Günümüz bilgi çağında ise tüm bu sayılanlara ek olarak çok güçlü ve etkin bir unsur olan bilginin etkinliği gündeme gelmiştir. Örgütler açısından bilginin büyük bir rekabet avantajı olduğu günümüzde, örgütlerin bilgiye sahip oldukları oranda pazarda var oldukları ve en büyük bilgi üreticilerinin de lider konuma yükseldikleri görülmüştür. Ekonomik hayatın böylesi önemli bir enstrümanı olan bilginin üretilmesi noktasında ar-ge departmanları kurulmuş ve bilgiye yapılan yatırımlar gittikçe büyük hacimlere ulaşmıştır. Bilginin örgüt bünyesine dahil edilmesi kadar örgüt içerisinde yerleşik olarak kullanılması ve tüm birimlere aktarılması da o derece önem arz etmektedir. Tek başına işletme sermayesi olan bilginin etkinliği ancak o bilgiyi kullanan birim ve örgüt unsurlarının artışına bağlı olarak artacak ve ekonomik değer kazanacaktır. Bu noktada bilgi, yeniliğe dönüşecek ve örgütün pazarda bulunmayan bir ürün veya hizmeti ortaya çıkararak tüketiciye arz etmek suretiyle pazarda etkinliğini artırmasını sağlayacaktır.

Bilginin işlenerek pazara sunulmasının devamlılığı yenilikçilik olarak ifade edilmektedir. Örgütler, elde ettikleri bilgiyi işleyerek müşterilerinin veya hizmet alanlarının ihtiyaçlarına cevap verecek yeni ürün veya hizmetler üreterek süreklilik arz eden bir gelişim seyri yakalamaya çalışmaktadırlar. Bu noktada örgütün yapısal özellikleri büyük önem taşımaktadır. Bilginin bu yapı içerisinde ki fonksiyonlarını yerine getirebilmesi için örgüt yapısal olarak bilginin paylaşımını ve unsurları arasında verimli bir bilgi akışını mümkün kılmalıdır. Böylelikle bilgi hem örgüt dahilinde örgüt unsurlarında kalmış olacağı gibi hem de paylaşım seyrinde üzerine katılan tecrübe ve deneyim kaynaklı bilgiyle kartopu misali büyüyecektir.

Yenilikçilik faaliyetlerinde bilginin önemi tartışılmaz olup bilgi paylaşımı da yapılan yeniliğin kalitesini ve örgütsel katılım düzeyini belirlemekle birlikte yenilik eylemlerinde yer alan bireylerin de bilgi seviyesini yükseltmektedir. Araştırmalar, örgütte bilgi paylaşımının örgütsel öğrenmeyi mümkün kıldığına işaret etmekte ve örgütsel öğrenmenin de örgütün faaliyet alanındaki iş modellerini geliştirilmesinde süreklilik arz eden bir inovasyon anlayışını meydana getirmekte, güçlendirmekte olduğunu göstermektedir (Atuahene- Gima ve Murray, 2007).

Bir başka açıdan, bilgi tabiatı itibariyle dinamik bir yapıya sahip olup sürekli gelişme ve değişme sergilemektedir. Bu dinamik özelliği bilgi üretim sürecinde açıkça kendini göstermektedir. Yani dinamizmin yenilikçiliği şekillendirdiği de söylenebilir. Nitekim yenilik kavramı da anlamı itibariyle durağan olmayan dinamik bir gelişime işaret etmektedir. Bu dinamizmle ilişkili olarak da örgütlerin gelişme ve büyüme zaruretleri göz önüne alındığında bu zaruretin karşılanması bilgi ve yenilikçilikle dorudan ilişkilendirilebilecektir. Bununla birlikte yenilikçilik bilgi destekli olması ve örgütün bu davranış biçimini topyekün benimsemesi bahsedilen bu döngünün sağlıklı bir biçimde devamlılığını sağlayabilecek görünümündedir.

Bilgi paylaşımı ve örgütsel yenilikçiliğin örgütsel inovasyon iklimine etkisinin Türkiye ve İran ülkelerinden oluşturulan örneklemeler üzerinden karşılaştırmalı olarak incelendiği bu araştırmada elde edilen sonuçlar iki kısım halinde verilmiştir. Bunlardan birisi araştırmancının kendisine özgü sonuçlar; bu araştırmada elde edilmiş olup literatürde benzer karşılaştırmalar bulunmayan sonuçlar literatürle karşılaştırılıp tartışılma imkanı olmamıştır. İkinci grup sonuçlar ise literatürde benzer çalışmalar veya ilişkili kavramlarla yapılmış çalışma sonuçlarıyla karşılaştırılıp tartışılmış olan sonuçlardır.

Araştırmada elde edilen sonuçlardan birisi cinsiyete göre bilgi paylaşım düzeyinin her iki ülke için de farklılık sergileyen bir davranış olmadığıdır. Öneren Çiftçi ve Harman (2016), “Bilgi Paylaşımının Yenilikçi Davranışa ve Örgütsel Güvene Etkisi Üzerine Bir Araştırma” başlıklı makalelerinde erkeklerin bilgi

paylaşımı düzeylerinin kadınlara nazaran daha yüksek olarak bulguladıklarını bildirmişlerdir.

Bu anlamda araştırmanın bu yöndeki bulgusu literatürde zıt yönlü bir karşılık bulmuş olsa da, bilgi paylaşımı cinsiyet farkı gözetilmeksizin örgütsel yapının bir özelliği görünümündedir. Dolayısıyla kadın veya erkeklerde bilgi paylaşımı düzeyini belirleyecek olan da yine örgüt kültürü olacaktır. Örgüt kültürü her bir bireyi aynı seviyede bilgi paylaşımına yönlendirmesi halinde farklılığın olmaması doğal bir sonuç olmakla birlikte bunun aksi durumda veya örgüt yapısına bağlı olarak herhangi bir cinsiyet ağırlıklı işleyiş olması halinde bilgi paylaşım düzeyleri farklılaşabilir.

Bir diğer demografik değişken olan medeni durum ile bilgi paylaşımı ilişkisi değerlendirildiğinde elde edilen sonuçlar Türkiye için medeni durum değişkeninin bilgi paylaşımı algı düzeyinde farklılık unsuru olmadığı görülürken İran için bu durum tam tersi şekilde gerçekleşmiştir. İranlı katılımcılar için e evli katılımcıların bilgi paylaşımı düzeylerinin bekâr katılımcılara nazaran daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Öneren, Çiftçi ve Harman (2016), araştırmalarında benzer bir sonucu elde etmişlerdir.

Araştırmanın bir diğer değişkeni olan yaşa göre iki ülke katılımcılarının bilgi paylaşımı düzeyleri değerlendirildiğinde Türkiye için yaşa bağlı olarak bilgi paylaşımı düzeyinin anlamlı bir biçimde farklılaştığı ancak İran için farklılaşmadığı görülmüştür. Öneren, Çiftçi ve Harman, (2016), araştırmalarında yaşa bağlı olarak bilgi paylaşımının farklılaştığını, yaş düzeyi yükseldikçe bilgi paylaşım düzeyinin de yükseldiği görülmektedir. Öte yandan Yeniçeri ve Demirel (2007), tekstil sektöründe faaliyette olan bir işletmede örgütsel bilgi paylaşımının yaşa göre farklılaşmadığını ifade etmişlerdir. Bu araştırmada elde edilen bulgular literatürle örtüşmektedir. Araştırmalarda farklı çıkan bu sonuçlar ve bu araştırmanın iki farklı örneklemini için

ayrı durumların ortaya çıkması, bilgi paylaşımının yaşa göre değişkenliğinin örnekleme bağlı olarak farklılaşabileceğine işaret etmektedir.

Katılımcıların unvanlarına göre bilgi paylaşımını algılama biçimleri değerlendirildiğinde, Türkiye için gruplar arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir farklılığın varlığı gözlemlenirken İran için unvan değişkeni bilgi paylaşımı noktasında bir farklılık unsuru olmamıştır. Bu doğrultuda, Türkiye’de Araştırma Görevlileri ile diğer tüm gruplar arasında anlamlı biçimde farklılık olduğu tespit edilmiş, Araştırma görevlisi unvanına sahip katılımcıların bilgi paylaşım düzeylerinin doktor unvanına sahip katılımcılardan yüksek diğerlerinden daha düşük olduğu görülmüştür. Bununla birlikte, doktor unvanına sahip katılımcıların bilgi paylaşımı ortalamalarının diğer grupların tamamından daha düşük düzeyde olduğu da yine araştırmada elde edilen sonuçlardandır.

Araştırmanın kendine özgü sonuçları içerisinde yer alan, inovasyonun olup olmadığına ilişkin katılımcılara yöneltilen ifadeye bağlı olarak bilgi paylaşımının farklılaşıp farklılaşmadığı değerlendirildiğinde, Türkiye’den olan katılımcılar için anlamlı bir farklılık gözlemlenmezken İranlı katılımcılarda bilgi paylaşımı ile inovasyonun varlığına ilişkin görüşlerin anlamlı bir ilişki sergilediği durumu gözlemlenmiştir. Bu ilişki doğrultusunda inovasyon faaliyetlerinin varlığı yönünde kanaat kullananların bilgi paylaşım düzeylerinin diğerlerinden daha yüksek olduğu tespit edilmiştir. Öte yandan inovasyon faaliyetlerine aktif olarak katılan her iki ülke katılımcıları için bilgi paylaşım düzeylerinde farklılaşma olmadığı görülmüştür.

İnovasyon faaliyetlerinin yeterliliğine yönelik katılımcı görüşlerine bağlı olarak bilgi paylaşımı düzeyleri değerlendirildiğinde yalnızca Türkiye için anlamlı bir ilişkinin varlığı görülmüş ve faaliyetlerin yeterliliğini savunan katılımcı grubunun bilgi paylaşım düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmüştür.

İnovasyon faaliyetlerinde kullanılacak bilgi kaynağı ile bilgi paylaşımı algı düzeyi arasındaki ilişki irdelendiğinde; Türkiye’den olan katılımcılar için bu iki

değişken arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki söz konusu iken İranlı katılımcılar için böylesi bir ilişki söz konusu olmamıştır. Türkiye için bu farklılık değerlendirilmiş ve iç ve dış kaynak kullanımını savunan katılımcıların bilgi paylaşım düzeylerinin daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmanın bir diğer değişkeni olan yenilikçi davranış ile demografik özellikler arasındaki ilişkiler değerlendirilmiş ve aşağıda ifade edilen sonuçlara ulaşılmıştır.

Cinsiyet yenilikçi davranış ilişkisinde Türkiye’den araştırmaya dahil edilen katılımcılarda erkeklerin yenilikçi davranış ortalamaları kadınlara nazaran daha yüksek düzeyde oluşmuş ancak İran için yenilikçi davranış ve cinsiyet arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Yenilikçi davranış ile medeni durum arasındaki ilişki değerlendirildiğinde ise her iki ülke için de yenilikçi davranışın medeni duruma göre farklılaştığı görülmüş; Türkiye’de ve İran’da evli katılımcıların yenilikçi davranış düzeylerinin bekar katılımcılara nazaran daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmada, yenilikçi davranışın yaşa bağlı olarak farklılaşıp farklılaşmadığı analiz edilmiş ve her iki ülke için yaş değişkeninin yenilikçi davranışta fark unsuru olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre, Türkiye için 31-40 yaş grubu ile 26-30 ve 51 ve üzeri yaş grubunda olan katılımcılar arasındaki ilişkide 31-40 yaş grubundaki katılımcıların yenilikçi davranış ortalamalarının diğer iki gruptan daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır. İran için ise 26-30 yaş grubu ile 31-40 yaş grubu arasında anlamlı bir ilişki tespit edilmiş ve bu ilişkide 26-30 yaş grubundaki katılımcıların yenilikçi davranış ortalamaları daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Katılımcıların unvanları doğrultusunda yenilikçi davranış düzeyleri değerlendirildiğinde Türkiye için unvan değişkeninin farklılık konusu olmasının yanı sıra İran için bu konuda anlamlı bir ilişkinin bulunmadığı görülmüştür. Türkiye için

mevcut farklılık irdelendiğinde araştırma görevlilerinin yenilikçi davranış ortalamalarının doktor katılımcılardan daha yüksek, diğer unvanlardaki katılımcılardan da daha düşük düzeyde olduğu şeklindeki sonuca ulaşılmıştır.

Kurumda inovasyon yapılıp yapılmadığına ilişkin katılımcı görüşlerine bağlı olarak yenilikçilik düzeyi değerlendirildiğinde; Türkiye’den olan katılımcıların inovasyon yapılıp yapılmadığına ilişkin kanaatlerinin yenilikçi davranış algılarını etkilemediği görülürken İranlı katılımcılarda bu durum tam tersi şekilde gerçekleşmiş ve inovasyon yapıldığı yönünde kanaat belirtenlerin yenilikçi davranış ortalamalarının inovasyon yapılmadığını ifade edenlere nazaran daha yüksek seviyede olduğu görülmüştür

Katılımcıların inovasyon faaliyetlerine aktif katılımlarına bağlı olarak yenilikçilik davranış düzeyleri değerlendirildiğinde her iki ülke için bu demografik değişkenin yenilikçilik düzeyini etkilemediği sonucuna ulaşılmıştır. Bunun yanı sıra yapılan inovasyon faaliyetlerinin yeterliliğine bağlı olarak yenilikçi davranış düzeylerinin her iki ülke için da anlamlı farklılıklar sergilemediği sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca, inovasyon faaliyetlerinde kullanılacak kaynağa ilişkin katılımcı görüşlerine bağlı olarak yenilikçi davranış düzeyleri değerlendirildiğinde, yalnızca bu Türkiye için bu iki değişken arasında anlamlı bir ilişki olup, dış kaynaklı bilgi kullanımını savunan katılımcılar ile iç kaynaklı bilgi ve hem iç hem de dış kaynaklı bilgi kullanımını savunan katılımcılar arasında, dış kaynaklı bilgi kullanımını savunan katılımcıların yenilikçi davranış ortalamalarının daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Araştırmada ele alınan değişkenlerden bir diğeri olan örgütsel inovasyon ikliminin demografik değişkenlere göre ne şekilde farklılaştığı değerlendirilmiş, elde edilen bulgulara bu başlık altında yer verilmiştir.

Cinsiyet ile örgütsel inovasyon iklimi arasındaki ilişki incelendiğinde, her iki ülke katılımcıları için bu iki değişken arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişki

bulunduğu görölmüş; Türkiye ve İran için erkeklerin örgütsel inovasyon iklimine ilişkin algılarının kadınlardan daha yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Medeni durum örgütsel inovasyon iklimi arasındaki ilişkiye bağılı olarak; Türkiye’den olan katılımcılar için medeni durumun örgütsel inovasyon iklimi için farklılık durumu olduğu ve bekar katılımcıların örgütsel inovasyon iklimine ilişkin algılarının daha yüksek ortalamaya sahip olduğu görölürken İranlı katılımcılar için medeni durum ile örgütsel inovasyon iklimi arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişkinin bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

Örgütsel inovasyon ikliminin yaşa bağılı olarak farklılaşıp farklılaşmadığı analiz edildiğinde ise her iki ülke için de aynı şekilde yaşın örgütsel inovasyon iklimi algı düzeylerinin farklılaştırmadığı görölmektedir. Unvan, örgütsel inovasyon iklimi ilişkisi incelendiğinde

Türkiye için unvanın örgütsel inovasyon iklimine ilişkin algıda farklılık unsuru olarak etkisinin varlığı görölürken İran için iki değişken arasında her hangi bir ilişkiye rastlanmamıştır. Türkiye için araştırma görevlileri ile doktor ve doçent doktor unvanına sahip katılımcılar arasında ilişki olup bu ilişkide doktor unvanına sahip katılımcıların örgütsel inovasyon iklimi algı ortalamaları araştırma görevlilerinden yüksek iken doçent doktor unvanına sahip katılımcıların ortalamaları ise düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır

İnovasyon yapılıp yapılmadığına ilişkin katılımcı değerlendirmeleri doğrultusunda örgütsel inovasyon iklimi algı düzeyleri değerlendirilmiştir. Bu bağlamda her iki ülke katılımcıları için inovasyon yapılıp yapılmamasına bağılı olarak örgütsel inovasyon iklimi ortalamalarının anlamlı bir biçimde farklılaştığı görölmektedir. Türkiye için bu farklılık, inovasyonun yapıldı yönünde görüş bildirenler lehine daha yüksek ortalama ile ortaya çıkarken İran için hayır diyenlerin daha yüksek ortalama sergiledikleri görölmektedir.

İnovasyon faaliyetlerine aktif olarak katılıp katılmadıklarına bağlı olarak örgütsel inovasyon iklimi algısı değerlendirildiğinde; Türkiye için katılıp katılmamanın anlamlı bir farklılık konusu olduğu görülürken İran için bu anlamda bir fark oluşmadığı gözlemlenmiştir, Türkiye örneklemini için aktif katılımında bulunanların örgütsel inovasyon iklimini daha pozitif algıladıkları sonucuna ulaşılmıştır

Katılımcıların inovasyon faaliyetlerinin yeterliliğine ilişkin görüşlerine bağlı olarak örgütsel inovasyon iklimine ilişkin algı ortalamaları değerlendirildiğinde her iki ülke için bu iki değişken arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir ilişkinin bulunmadığı sonucuna ulaşılmıştır. Diğer taraftan örgütsel inovasyonda kullanılacak bilgi kaynağına ilişkin katılımcı görüşlerinin inovasyon iklimini algılama düzeylerine etkisi değerlendirildiğinde; Türkiye için dış kaynak kullanımını savunanların örgütsel inovasyon iklimi ortalamaları iç kaynak ve her iki kaynağın kullanımını savunanlara nazaran daha pozitif yani yüksek iken İran için her iki kaynağın kullanımını savunanların diğer gruplara göre daha yüksek ortalama sergilediği sonucuna ulaşılmıştır.

Bilgi paylaşımı ve yenilikçilik davranışının örgütsel inovasyon iklimine etkisinin değerlendirildiği çalışmada, Türkiye için bilgi paylaşımı ile örgütsel inovasyon iklimi arasında ilişkinin varlığı tespit edilmiş ancak yenilikçilik ile örgütsel inovasyon iklimi arasında ilişki olmadığı saptanmıştır. İran için ise bu durum, bilgi paylaşımı ve yenilikçi davranış değişkenlerinin her ikisinin de örgütsel inovasyon iklimine yönelik katılımcı algılarını etkilemediği sonucuna ulaşılmıştır.

Darroch (2005), örgütlerde bilgi üretilmesi, kabul görmesi ve yayılması durumlarının işletme performansını artırdığı gibi yenilikçiliğe de etki ettiğini vurgulamaktadır. Bunun yanı sıra örgütsel inovasyon ikliminin de bu etkiye bağlı olarak gelişeceğini bildirmektedir. Sa'enz vd. (2012), Kolombiya ve İspanya'da faaliyetteki işletmelere yönelik çalışmalarında bilgi paylaşımının, inovatif projelerin hayata geçirilmesinde etkiye sahip olduğunu ve bunun da örgütsel inovasyon iklimini geliştirdiğini bildirmektedir. Azadehdel vd (2013) ise bilgi paylaşımıyla inovasyon

arasında doğru orantılı bir ilişkiye işaret etmekle birlikte bilgi paylaşımının artmasının örgütsel inovasyon iklimini geliştirici bir etkisinin meydana geleceğini bildirmektedir. Avcı (2009), örgütsel öğrenme yönündeki kararlılığın bilgi paylaşımını artırdığını ve bunun da yenilik performansını tetikleyeceğini savunmaktadır. Araştırmacının bu sonucundan hareketle bilgi paylaşımının örgütsel inovasyon iklimini geliştireceğini çıkarsamak mümkün olmaktadır. Çetinkaya ve Şimşek, (2008), bilgi paylaşımını geliştirecek olan teknolojilerin kullanımı ile inovatif eylemlerin ortaya çıkışı arasında olumlu bir ilişkinin varlığını öne sürmektedir. Öte yandan Çiçek ve Çelik, (2010)'da bilgi paylaşımına yönelik teknolojilerin kullanımı ile yenilikçilik ve yenilikçilik iklimi ilişkisine vurgu yapmaktadır.

Sonuç olarak işletmelerde bilgi paylaşımının hedefinin örgütsel bilgiyi geliştirmek ve örgüt geneline yaymak olduğu görülmekle birlikte bu paylaşımın örgüt bireylerinin bakış açılarını farklılaştırarak örgütsel faaliyetlerle ilgili yenilikçiliğe yöneltebildiği söylenebilir. Öte yandan, yenilik eğilimindeki örgütlerde de bilgi ihtiyacının süreklilik arz etmesi ve bu ihtiyacın karşılanması halinde yenilikçiliğin süreklilik kazanacağı görülmekte, bunun da örgütteki inovasyon iklimini geliştireceği sonucuna ulaşılmaktadır.

KAYNAKÇA

- Afuah, Allan (2009); "Strategic Innovation: New Game Strategies for Competitive Advantage", Taylor&Francis Routledge.
- Afuah, A. (2003), Innovation Management: Strategies, Implementation and Profits, Oxford Press, 2. Baskı, NY.
- Alavi, M. ve Leidner, D. E., (2001), "Knowledge Management And Knowledge Management Systems: Conceptual Foundations And Research Issues", MIS Quarterly, Vol.25, No.1, pp.107-136.
- Ateş, M.R., (2007), İnovasyon Hayat Kurtarır, İstanbul: Doğan Kitapçılık.
- Aydoğan, F. Z.(2004), "Örgüt Kültürü ve İklimi", Gazi Üniversitesi Ticaret ve Turizm Eğitim Fakültesi Dergisi", Sayı: 2, Ankara.
- Batmaz, N. ve Özcan, A. (2008), "Yeniliği Etkileyen Unsurlar ve Toplumsal Refah İlişkisi", Uluslararası İktisadi ve İdari İncelemeler Dergisi, Cilt: 1, Sayı: 1, Trabzon.
- Bedük, A., Alodalı, Bilal M. F., Güneş, İ., (2003), "Yenilikçilik, Yaratıcılık ve Bilgi Yönetimi", Kal-Der Forum, Yıl: 3, Sayı: 12, İstanbul, 2003.
- Buckman, R. H., (2004), Building A Knowledge-Driven Organization, New York: McGraw- Hill.

- Carniero, A., (2000), "How Does Knowledge Management Influence Innovation And Competitiveness?" Journal Of Knowledge Management, Vol.4, Issue.2, pp.87-98.
- Chen, C.J. ve Huang, J.W.; (2009) "Strategic Human Resource Practices and Innovation Performance: The Mediating Role of Knowledge Management Capacity", Journal of Business Research, Cilt: 62, 2009.
- Cheng, M. Y., Ho, J. S. Y., Lau, P. M., (2009), "Knowledge Sharing in Academic Institutions: a Study of Multimedia" University Malaysia Electronic Journal of Knowledge Management, Vol.7, Issue 3, pp.313-324.
- Çalışır, G. ve Banger, G., (2011), "KOBİ'lerde Verimliliği Artırma Yolunda Atılan Bir Adım: Sosyal Sermaye", 7. KOBİ'ler ve Verimlilik Kongresi Bildiriler Kitabı, (25-26 Ekim 2011-İstanbul), Golden Medya Matbaacılık ve Tic. A.Ş., İstanbul, ss. 189-209.
- Çoban, Ö., (2010), "Paylaşım Olgusunda Meydana Gelen Değişiklikler ve Günümüz Sosyal ve İş Yaşamına İzdüşümleri", Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, S:28, Kayseri, ss.345-359.

- Daft, R.L. (1982). Bureaucratic versus nonbureaucratic structure and the process of innovation and change. Derleyen Bacharach, S.B. (Ed.). Research in the Sociology of Organizations. (ss. 129-166). JAI Press, Greenwich, CT.
- Damanpour, F. (1991). Organizational innovation: A meta-analysis of effects of determinants and moderators. The academy of management journal, 34(3): 555-590.
- Damanpour, F. ve Evan, M. W. (1984). Organizational Innovation and Performance: The Problem of "Organizational Lag". Administrative Science Quarterly. 29: 392-409.
- Damanpour, F (1996), "Organizational Complexity and Innovation: Developing and Testing Multiple Contingency Models", Management Science, cilt 42, sayı 5, yıl s. 693-716.
- Davenport, T.H. ve Prusak, L. (2001), "İş Dünyasında Bilgi Yönetimi", Working Knowledge, (Çev): Günhan Günay, Rota Yayınları, 1. Basım, İstanbul, ss.22-23.
- Demirel, Y. ve Seçkin, Z., (2008), "Bilgi ve Bilgi Paylaşımının Yenilikçilik Üzerine Etkileri", ÇÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, C:17, S:1, Adana, ss.189-202.

- Dewar, R.D. ve Dutton, J.E. (1986). The adoption of radical and incremental innovations: An empirical analysis. Management Science. 32(11): 1422-1433.
- Dinçmen M., (2010), Bilgi Yönetimi ve Uygulamaları, Papatya Yayıncılık, İstanbul.
- Doğan S. ve Kılıç, S., (2009), "Bilgi Yönetiminde Liderliğin Rolü Üzerine Kavramsal Bir İnceleme", Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C:14, S:2, Isparta, ss.87-111.
- Doğan, S. ve Demiral, Ö., (2007), "İşletmelerde Personel Güçlendirme Kültürünün Yaratılmasıyla Müşteri Memnuniyetinin Sağlanması", Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F. Dergisi, S:12, Karaman, ss.282-303.
- Drucker, P. F.(1994), Gerçekler,(çev. Fatoş Dilber), Ankara.
- Durna, U., (2002), Yenilik Yönetimi, Nobel Yayın Dağıtım, Ankara.
- Elçi, Ş. (2006), İnovasyon Kalkınmanın ve Rekabetin Anahtarı, Ankara: Nova Basın Yayın Dağıtım.
- Endsley, D. S. (2010), "Putting Healthcare innovation into Practice", A John Wiley & Sons Publication.

- Ettlie, E. J., Bridges, P. W. ve O'Keefe, D. R. (1984). Organization Strategy and Structural Differences for Radical versus Incremental Innovation. Management Science. 30: 682-695.
- Gorman, T. (2007), Innovation: Create an Idea Culture, Redefine Your Business, Grow Your Profits, ABD: Adams Media.
- Govindarajan, Vijay; Gupta, Anil K.; "Strategic innovation: A Conceptual Roap Map", Business Horizons, Cilt: 44, Sayı: 4, 2001.
- Güçlü, N. (2006), Sotirofski, Kseanela, "Bilgi Yönetimi", Türk Eğitim Bilimleri Dergisi, IV/4, s. 351-371.
- Güleş, H. K. ve Bülbül, H. (2003), İşletmelerde Proaktif Bir Strateji Olarak Yenilikçilik: 500 Büyük Sanayi İşletmesi Üzerine Bir Uygulama. Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi. 4(1): 40-63.
- Hamel, G. (2006), "The Why, What, and How of Management Innovation", Harvard Business Review, LXXXIV/2, s. 72-78.
- Hill, C.W.L. ve Rothaermel, F.T.(2003) "The Performance of Incumbent Firms in the Face of Radical Technological Innovation.", Academy of Management Review, Cilt: 28, Sayı: 2.

- Ipe, M (2003), "Knowledge sharing on or ganizations: A conceptual framework", Human Resource Development Review, cilt, 2, sayı 4, yıl s. 337-359.
- İraz, R., (2005), "İşletmelerde Bilgi Yönetiminin Yenilik ve Rekabet Gücü Üzerindeki Etkileri", Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, C:19, S:1, Erzurum, ss.243-258.
- Johnston, R. E. ve Bate, D. (2003), "The Power of Strategy innovation: A New Way of Linking Creativity and Strategic Planning to Discover Great Business Opportunities", Amacom Books, 2003.
- Karaaslan, A., Özler, D. E., Kulaklıoğlu, A. E., (2009), "Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve Bilgi Paylaşımı Arasındaki İlişkiye Yönelik Bir Araştırma", Afyon Kocatepe Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi, S:11(2), Afyonkarahisar, ss.135-160.
- Kırım, A. (2007), "Karlı Büyümenin Reçetesi İnnovasyon", Sistem Yayıncılık, Yayın No: 559, İstanbul.
- Kırım, A. (2007), "Süreç İnnovasyonu: Maliyetleri Sistem Dışına Çıkarmak", Sistem Yayıncılık, Yayın No: 556, İstanbul, 2007.
- Kim, H. E. (2009), Pennings, Johannes M., "Innovation and Strategic Renewal in Mature Markets: A Study Of The Tennis Racket İndustry", Organization Science, XX/2, s. 368-383.

Köseoğlu, M.A. (2011),

Ömer Gider ve Saffet Ocak. "Bilgi Paylaşımı Tutumunu Etkileyen Faktörler Nelerdir? Bir Kamu Hastanesi Örneği".Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi. Cilt:6, Sayı:1, ss.215-243

Luecke, R. (2008),

İş Dünyasında Yenilik Ve Yaratıcılık, (çev. Turan Parlak), İstanbul: İş Bankası.

Mısırdalı, F., (2006),

Örgüt İçi Bilgi Paylaşımında Sosyal Sermayenin Etkisi: Kütahya Porselen AŞ'de Bir Uygulama, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kütahya.

Naidoo, V. (2010),

"Firm Survival Through a Crisis: The Influence of Marketing Orientation, Marketing Innovation and Business Strategy", Industrial Marketing Management", Cilt: 39.

Nonaka, I. ve Teece, D.J. (2001),

Managing Industrial Knowledge: Creation, Transfer And Utilization, UK: Sage, 2001.

Oslo Kılavuzu, (2005),

"Yenilik Verilerinin Toplanması Ve Yorumlanması için İlkeler" Ekonomik İşbirliği Ve Kalkınma Örgütü Avrupa Birliği İstatistik Ofisi, 3. Baskı, TÜBİTAK, Ankara.

- Öğüt, A. (2007), "Bilgi Çağında Yönetim", Üçüncü Baskı, Çizgi Kitabevi, Konya.
- Örnek, N.,(2009), Ödül Sistemleri ve Ödüllendirmenin Güdülemeye Etkisi Üzerine İnşaat Sektöründe Bir Uygulama, Gazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- Özdede A. (2004), Bir Yükseköğretim kurumunda, ISO 9001:2000 Kalite Yönetim Sistemi Belgesine Sahip Olan ve Olmayan Birimler Arasındaki Örgüt İklimi Farklılıkları: Dokuz Eylül Üniversitesi Örneği,
- Özler, H., Ergun N. D., Gümüştekin, G. E., (2004), "Organizasyonlarda Etkileşim Mekanizmaları ile Bilgi Paylaşımı İlişkisi ve Bilgi Paylaşımını Arttırmaya Yönelik Bir Ödüllendirme Modeli", 3. Ulusal Bilgi, Ekonomi ve Yönetim Kongresi, 25-26 Kasım, Osmangazi Üniversitesi İİBF, Eskişehir.
- Riege, A., (2005), "Three-Dozen Knowledge-Sharing Barriers Managers Must Consider", Journal Of Knowledge Management, Vol:9(3), pp. 18-35.
- Sarıkaya, B., (2011), "Bilgi Paylaşımı: Kahramanmaraş'ta Bir Alan Çalışması", Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi SBE İşletme Anabilim

Dalı Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi,
Kahramanmaraş.

Saruhan, S. C. ve Yıldız, M. L., (2009), Çağdaş Yönetim Bilimi, Beta Yayınları,
İstanbul.

Sattler, M. (2011), Excellence in Innovation Management: A
Meta-Analytic Review on the Predictors of
Innovation Performance.

Schneider, J., Hall, J. (2011), Why Most Product Launches Fail, ABD:
Harward Business Review.

Shane, S. (2008), A., The Illusions of Entrepreneurship: The
Costly Myths that Entrepreneurs, Investors,
and Policy Makers LiveBy, Londra: Yale
University Press.

Tidd, J. (2005), Bessant, John.; Pavitt, Keith.; "Managing
Innovation: Integrating Technological,
Market and Organizational Change", John
Wiley & Sons Ltd., Üçüncü Baskı,
İngiltere, 2005.

Top, S. ve Dilek, S., (2013), "Sağlık Hizmet Sektöründe Çalışanların
Kurumsal Bilgi Paylaşımı Algılamasının
İlişki Analizi Yoluyla Değerlendirilmesi",
Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve
İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, C:18, S:1,
İsparta, ss.283-304.

Uzkurt, C. (2008), "Pazarlamada Değer Yaratma Aracı Olarak
Yenilik Yönetimi ve Yenilikçi Örgüt

Kültürü", Beta Basım Yayım, İstanbul, 2008.

Wang, C. L., Ahmed, P. K., Rafiq, M., (2008), "Knowledge Management Orientation: Construct Development and Empirical Validation", European Journal of Information Systems, Vol:17, Issue 3, pp.219-235.

Watts, S. ve Henderson, J. C.(2006), "Innovative IT Climates: CIO Perspectives". Journal of Strategic Information Systems, sayı 15, s. 125-151

Wilson, A. ve Zeithaml, V. A. ; Bitner, M. J. ; Gremler, D. D., (2012), Services Marketing: Integrating Customer Focus Across The Firm, ABD: McGraw Hill.

Yeniçeri, Ö. ve Demirel, Y., (2007), "Örgüt İçi Bilgi Paylaşımına Yönelik Bireysel ve Örgütsel Engeller Üzerine Bir Araştırma", Selçuk Üniversitesi Karaman İ.İ.B.F. Dergisi, S:12, ss.221-234.

Yeniçeri, Ö. ve İnce, M., (2005), Bilgi Yönetim Stratejileri ve Girişimcilik, IQ Kültür Sanat Yayıncılık, İstanbul.

Yılmaz, A. ve İraz, R., (2013), "Örgütsel Yaratıcılık Kültürü Bağlamında Çalışanların Yaratıcılık Yönetimine İlişkin Tutumlarının Değerlendirilmesi: Konya İli Devlet ve Katılım Bankaları Örneği", International Journal of Academic Social Science Studies, Vol:6, Issue 5, pp. 829-855.

Yılmaz, M., (2011),

"Bilgi Yönetimi Ve Örgütsel Öğrenme
İlişkisi: Kavramsal Bir Yaklaşım", A. Ü.
Türkiyat Araştırmaları Enstitüsü Dergisi
[TAED], S:46, Erzurum, ss.313-332.



EKLER

Değerli Katılımcı;

Bu anket formu, “**ÖRGÜTSEL BİLGİ PAYLAŞIMI VE ÖRGÜTSEL YENİLİKÇİLİĞİN ÖRGÜTSEL İNOVASYON İKLİMİNE ETKİSİNİN HEMŞİRELER ÖRNEKLEMİNDE ARAŞTIRILMASI: İRAN VE TÜRKİYE KARŞILAŞTIRMASI**” konulu **Yüksek Lisans Tezi** için veri toplama aracı olarak hazırlanmış olup, belirtilen bu bilimsel amacı dışında kesinlikle kullanılmayacaktır. Bu bakımdan **isim belirtmenize gerek yoktur**. Ankette yer alan ifadelere ilişkin vereceğiniz en doğru cevap, sizin mevcut durum hakkındaki görüşünüz olacaktır. Vereceğiniz cevapların görüşlerinizi yansıtıcı biçimde ve samimi olması araştırmanın amacına ulaşmasında önemli ölçüde katkılar sağlayacaktır. Bu bakımdan desteklerinizi esirgemeyeceğinize olan inancımızla, katkılarınız için şimdiden teşekkür ederiz.

Tez Öğrencisi
Farangiz Ghodrati

Tez Danışmanı
Prof. Dr. Halim KAZAN

İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü

I.BÖLÜM

Aşağıda yer alan seçeneklerden size uygun olan **bir tanesine** (✓) işaretini koyunuz.

1. Cinsiyetiniz?

() Bayan () Erkek

2. Yaşınız ?

() 20 -25 () 26-30 () 31-40 () 41-50 () 51 ve

üzeri

3. Medeni Durumunuz? () Evli () Bekâr

4. Akademik unvanınız

() Araştırma Görevlisi ()Dr. () Yrd. Doç. Dr. () Doç. Dr. ()
Prof. Dr.

5. Kurumunuzda İnovasyon faaliyetleri yapılmakta mıdır? ()Evet ()Hayır

6. İnovasyon faaliyetlerine aktif olarak katılır mısınız ? ()Evet ()Hayır

7. İnovasyon faaliyetlerinin yeterli olduğunu düşünüyor musunuz?

()Evet ()Hayır

8. İnovasyon faaliyetleri kapsamında dış kaynaklı bilginin kullanımını mı yoksa bilginin kurum bünyesinde üretilmesini mi terci edersiniz?

() Dış Kaynaklı Bilgi Kullanımı () İç Kaynaklı Bilgi Kullanımı () Her İkisi



II. BÖLÜM

Aşağıdaki ifadelere kişisel görüşünüzü yansıtacak olan tek bir ifadeyi seçerek o ifadenin karşısındaki değerlendirme kutucuğuna (✓) işareti koyunuz.		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
BİLGİ PAYLAŞIMI						
1	İş arkadaşlarıma, müşterileriyle nasıl iyi ilişkiler kuracakları konusunda yardımcı olurum					
2	İş arkadaşlarıma, işyerindeki genel hizmet standartlarını arttırmak için fikir ve öneriler sunmalarını öneririm.					
3	İş arkadaşlarıma sorun çözme konusunda çözüm önerileri sunarak sık sık yardım ederim.					
4	İş arkadaşlarım işle ilgili bir sorunla karşılaştıklarında yardımcı olmak için harekete geçerim .					
5	İş arkadaşlarım bir işin yapılmasında güçlüklerle karşılaştıklarında onlara işle ilgili bilgi verir, açıklamalar yaparım.					
6	Bir belge hazırlarken, iş arkadaşlarım için bildiklerimi yazmaya her zaman hazırım.					
YENİLİKÇİ DAVRANIŞ						
7	Zor konular için yeni fikirler üretmeye çalışırım.					
8	Yeni çalışma yöntemleri, teknikler veya enstrümanlar üretmeye çalışırım					
9	Sorunlar için orijinal çözümler üretmeye çalışırım.					
10	Yenilikçi fikirler için harekete geçilmesini desteklerim.					
11	Yenilikçi fikirler için onay almaya çalışırım					
12	Üst düzey yöneticileri yenilikçi fikirler için ikna etmeye ve heveslendirmeye çalışırım					
13	Yaratıcı fikirleri yararlı uygulamalara dönüştürmek için gayret ederim.					
14	Yenilikçi fikirleri çalışma ortamına sistematik bir şekilde tanıtmaya çabalarım					
15	Yenilikçi fikirlerin faydalarını sürekli değerlendiririm.					
ÖRGÜTSEL İNOVASYON İKLİMİ						
16	Kurumumuz genelde çalışanları yeni fikirler önermeleri için teşvik eder.					
17	Kurumumuzdaki çalışanlar yenilik davranışlarından ötürü övgü alırlar.					
18	Kurumumuzdaki çalışanlar olumlu düşünme konusunda birbirleriyle yarış halindedirler.					
19	Kurumumuz üst düzey yöneticileri, çalışanlarının daha yaratıcı bir şekilde çalışmasını desteklerler.					
20	Kurumumuz yenilikçi bir projenin gelişimini desteklemek için yeterli bütçeyi sunmaktadır					
21	Kurumumuzda bir personelin, yenilikçi bir öğrenme planı gerçekleştirirken beklenen sonuca ulaşamaması kabul edilebilir.					
22	Kurumumuzdaki yöneticiler çalışanlarının her bir üyesinin katkısını önemser.					
23	Kurumumuzdaki personel serbestçe fikir alışverişinde bulunabilir.					
AÇIK İNOVASYON						
1	Kurumumuz dış çevreyi teknoloji ve enformasyon konularında düzenli					

	olarak tarar.					
2	Kurumumuz, yeni ürünler geliştirirken bilgi ve teknolojinin dış kaynaklarını (üniversiteler, hastaneler gibi) aktif bir şekilde araştırır.					
3	Kurumumuz, kendi AR-GE'mizi tamamlamada dış kaynak kullanımının (araştırma grupları, diğer üniversiteler, tedarikçiler, rakipler gibi) iyi olduğuna inanır.					
4	Kurumumuz, bizim kendi AR-GE'mizi geliştirmek için, sıklıkla harici kurumlarda geliştirilen bilgi ve teknolojiyi bünyesine katar.					
5	Kurumumuz, diğer firmalardan, araştırma gruplarından veya üniversitelerden teknoloji ve patent araştırır.					
6	Kurumumuz Kendi AR-GE çalışmalarımızda harici fikri mülkiyet (satın) alır.					
7	Genel olarak, kurumumuzda tüm teknolojiler harici olarak ticarileştirilir (Diğer bir deyişle dış firmalara satılır)					
8	Kurumumuzda Dış teknoloji ticarileştirme dahili olarak kullanılmayan teknolojilerle sınırlıdır.					
	Kurumumuzda Dış teknoloji ticarileştirme, Nispeten olgunlaşmış teknolojilerle sınırlıdır.					
	Kurumumuzda, Dış teknoloji ticarileştirme çekirdek olmayan teknolojilerle sınırlıdır.					

ÖZGEÇMİŞ

Araştırmacı, 1985 yılında İran’da doğmuştur. İlk, orta ve lise eğitimini İran’da tamamladıktan sonra İran Ulum Pezeşki Erdebil Üniversitesi’nde laboratuvar bilimleri ön lisans eğitimini tamamladıktan sonra İstanbul Fatih Üniversitesi’nde Genetix and Bio Engeneering bölümünü (İngilizce) tamamlamıştır. Halen İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü altında İnovasyon ve Girişimcilik Anabili Dalı’nda yüksek lisans eğitimini devam ettirmektedir.

