



Örgüt İkliminin Yeniliğe Destek Algısı Üzerindeki Etkilerini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma

Gönül Kaya ÖZBAĞ¹

Özet

Örgüt ikliminin yönetimi, organizasyonlarda yeniliğin geliştirilmesi açısından oldukça önemlidir. Bu nedenle, bu çalışmanın amacı örgüt iklimi boyutlarının (örgütsel cesaretlendirme, yönetim desteği, takım desteği, otonomi, katılım esnekliği, iletişim) yeniliğe destek algısı üzerindeki etkilerini incelemektir. Burada amaç, yeniliği artıracak ya da engelleyecek örgüt iklimi faktörlerini belirlemeye çalışarak, işletme yöneticilerine yardımcı olmaktır. Kocaeli bölgesinde faaliyet gösteren 86 işletmeden elde edilen veriler, değişkenler arasındaki ilişkileri incelemek üzere kullanılmıştır. Veriler, faktör analizinden sonra korelasyon analizi ve regresyon modelleri ile analiz edilmiştir. Araştırma bulguları, örgüt iklimi boyutlarının yeniliğe destek algısını etkilediğini göstermektedir.

Anahtar Kelimeler: örgüt iklimi, örgütsel cesaretlendirme, yönetim desteği, takım desteği, otonomi, katılım esnekliği, iletişim, yenilik.

JEL Sınıflandırma Kodları: M1

A Research On The Effect Of Organizational Climate On Perception Of Support For Innovation

Abstract

The management of organizational climate is fairly important in terms of improving innovation in organizations. For that reason, the aim of this study is to investigate the effects of organizational climate dimensions (organizational encouragement, supervisory support, team support, otonomy, participation flexibility and communication) on perception of support for innovation. Here the aim is trying to help administrators by determining the factors that increase or prevent innovation. Data obtained from 86 enterprises that are operating in Kocaeli is used in order to analyze the relationships among variables. After factor analysis, data is tested through correlation analysis and regression analysis. The findings of research indicate that organizational climate dimensions affect perception of support for innovation.

Keywords: organizational climate, organizational encouragement, supervisory support, team support, otonomy, participation flexibility, communication and innovation.

JEL Classification Codes: M1

¹ Kocaeli Üniversitesi, gonul.kaya@kou.edu.tr.

1.GİRİŞ

Günümüz işletmeleri değişimin yoğun ve hızlı olduğu, bilginin gittikçe önem kazandığı ve küreselleşme gibi faktörlerin etkisiyle rekabetin oldukça sert olduğu koşullarda faaliyet göstermektedir. Bu gelişmeler nedeniyle işletmeler, daha çok pazar payı elde etme yarışının bir sonucu olarak, sürekli yeni ürünler piyasaya sürme ve yenilik yaratma arayışlarına girmişlerdir. Kalite ve fiyat konularında benzer hale gelen işletmelerde fark yaratmak ve rekabette öne geçmek amacıyla yenilik faaliyetleri değer kazanmıştır.

Yenilikle ilgilenen araştırmacılar, yeniliğin karmaşık ve koşullara bağımlı bir konu olması nedeniyle, ancak örgütsel, teknolojik ve sosyal ortam iyice incelendikten sonra daha iyi anlaşılabileceğini ifade etmektedirler. Yenilikçi davranışın anlaşılmasına yönelik yoğun bir ilgi ve geniş bir literatür var olmasına rağmen, organizasyonlarda yenilikçi davranışın anlaşılması konusundaki gelişmenin nispeten daha az olduğu görülmektedir. Araştırmacılar yeniliğin örgütsel rekabet ve etkililik için çok önemli olduğu konusunda uzlaşmaktadır. Ancak örgütsel yenilik ile ilgili araştırma sonuçları tutarlı ve kesin sonuçlar veremediği için, örgütsel yenilikçi davranışın anlaşılması konusunda yeterli bir gelişme görülmemektedir (Wolfe, 1994: 405).

İşletme düzeyinde yeniliği etkileyen unsurları araştıran çalışmalar incelendiğinde, yeniliğe etki eden faktörlerin yeniliğin türüne (radikal - kademeli / yönetsel – teknolojik/ ürün - süreç) yeniliğin bulunduğu aşamaya, yeniliğin endüstrideki hızına ve oranına göre farklılıklar gösterdiği anlaşılmaktadır. Bu farklılıklar, yenilik araştırmaları arasındaki tutarsızlıkları ve tüm işletmeler için geçerli yenilik modeli geliştirme zorluğunu açıklayabilmektedir.

Araştırma sonuçları, yeniliğin karmaşık ve etkileşimli bir süreç olduğunu ve yeniliğe farklı perspektiflerden bakılabileceğini göstermesine rağmen, yeniliğin başarısında etkili olan anahtar unsurlar belirlenebilmektedir. Buradan yola çıkarak, bu çalışmada yenilikle ilgili araştırmalar incelenerek örgütsel yeniliğe etki eden koşullar incelenecektir. Burada amaç, yeniliği artıracak ya da engelleyecek örgüt iklimi faktörlerini belirlemeye çalışarak, işletme yöneticilerine yardımcı olmaktır.

2.YENİLİK

Yenilik konusuyla ilgilenen birçok araştırmacı, bazı küçük farklılıklara rağmen genelde yeniliği benzer şekillerde tanımlamışlardır. Cummings ve

Oldham (1997:22) yeniliği kısaca, bir ürün ya da sürecin başarılı ilk uygulaması olarak tanımlar. Gopalakrishnan ve Damanpour (2000: 15) ise yeniliği, organizasyona yeni olarak adapte edilen program, politika, sistem, araç, hizmet, ürün, davranış veya fikir olarak tanımlamışlardır. Bir başka tanımla yenilik, bir kişi, grup, organizasyon, endüstri ve toplum için önemli bir etkiye sahip yeni örgütsel süreçlerin yaratılması veya mevcut mamullerin ve hizmetlerin geliştirilme sürecidir (Higgins, 1995: 370).

Yenilik, bilim, teknoloji, ekonomi, girişimcilik ve yönetim gibi faaliyetleri içeren oldukça karmaşık bir süreçtir. Yenilik, hem bir süreci hem de bir sonucu anlatan bir kavramdır. Yeniliğe bir sonuç olarak yaklaşan araştırmacılar, bu sonucun ortaya çıkarılmasında etkili olan durumsal, yapısal ve süreç koşullarını belirlemeye ve hangi şartlar altında organizasyonların yenilik ürettiğini belirlemeye çalışmışlardır (Aiken ve Hage, 1971; Kimberly ve Evanisko, 1981; Meyer ve Goes, 1988, Leifer et al., 2000). Yeniliği bir süreç olarak ele alan araştırmacılar ise yeniliği başlangıç, gelişme ve rutin bir faaliyet haline gelme süreçlerinin organizasyonlarda nasıl geliştiğini araştırma ve anlama çabasında olmuşlardır (Dean, 1990; Van De Ven vd, 1986). Yenilik sürecinin karmaşık ve kendine özgü bir süreç olduğunu ve bu nedenle tüm organizasyonlarda süreçsel olarak benzer şekilde gelişmediğini savunan araştırmacılar oldukça fazladır (Wolfe, 1994; Damanpour ve Gopalakrishnan 2001).

Yaratıcılıkla üretilen düşünce ve fikirlerin uygulanarak yaşama geçirilmesi icad ve yeniliklerin kaynağını oluşturur (Eren, 1982:17). Araştırmacılar yaratıcılığı yeni ve yararlı fikirlerin üretimi, yeniliği ise bu fikirlerin gerçekleştirilmesi süreci olarak ayrıştırarak tanımlamakta uzlaşmaktadırlar. Buradan yola çıkarak bireysel yenilikçiliğin problemi tanımlamayla başladığını ve bu probleme yaratıcı ya da uyarılma fikir ve çözümler üretme çabaları sonucu ortaya çıktığını söylemek mümkündür. Sürecin bir sonraki aşamasında yenilikçi birey yaratıcı fikir için sponsor arayışına ve bu fikrin destekçileri ile koalisyon kurma girişimlerine başlar. Son olarak, yenilik sürecinin üçüncü aşaması esnasında, yenilikçi birey bir prototip veya model oluşturarak süreci tamamlar (Scott ve Bruce, 1994:581–528). Örgüt iklimi, bu süreçte, yeniliği teşvik eden ya da engelleyen bazı ortam koşulları taşımaktadır. Olası risklerin çalışanlar tarafından göze alınması, yeni ve yaratıcı fikirlerin desteklenmesi, takım çalışmalarının varlığı ve etkinliği, çalışanlara tanınan esneklik ve özgürlük dereceleri, yönetim ve liderlik biçimleri, yenilik çalışmalarını etkileyen tipik unsurlar olarak değerlendirilmektedir.

3. ÖRGÜT İKLİMİ VE YENİLİĞE DESTEK ALGISI

Örgüt iklimi, bir organizasyonu diğerlerinden ayıran ve bireylerin davranışları üzerinde etkili olan psikolojik ortamın özellikleri olarak tanımlanabilir. Örgüt ikliminin psikolojiyle ve bireylerin işletme içindeki davranışlarını etkileyen unsurlarla yakından ilgili olmasından dolayı örgüt iklimi araştırmalarının, yaratıcılık, yenilik, motivasyon vb unsurları kapsamına aldığı görülmektedir. Konuyla ilgili yapılan çalışmalar incelendiğinde, bireyin faaliyette bulunduğu örgüt iklimini, yeniliği destekleyici olarak algılamasının yenilikçi davranışını olumlu yönde etkilediği anlaşılmaktadır (Scott ve Bruce, 1994; Schneider, 1983; Reichers and Schneider, 1990; Schein, 1990).

Schneider ve Reichers (1983: 20) ise örgüt iklimini organizasyonel uygulama politika ve süreçlere karşı örgüt üyelerinin paylaştığı ortak algı olarak tanımlamaktadır. Birçok yazar örgüt iklimi için ortak algı ifadesini kullanmaktadır. Çünkü hiyerarşinin farklı seviyesindeki bireyler, ortak tecrübelerle maruz kalmakta ve bu ortak tecrübelerin sonucunda paylaşılan bir ortak algı oluşmaktadır. Bu nedenle belirli örgüt iklimi koşullarının belirli iş sonuçlarını doğuracağını söylemek mümkündür (Anderson ve West, 1998: 276).

Abbey ve Dickson (1983), örgüt iklimini, özellikle üst yönetim üyelerinin politika ve davranışları sonucu ortaya çıkan, organizasyonun iç çevresinin niteliği olarak tanımlamakta ve yeniliği artıran örgüt iklimi boyutlarını otonomi, işbirliği, destek, yapı, ödül sistemi, performans ödül bağımlılığı, başarı motivasyonu, statü kutuplaşması, esneklik ve karar merkezîyetçiliği olarak sıralamaktadır (Abbey ve Dickson, 1983: 362–368).

Araştırmaların gösterdiği gibi örgüt iklimi yeniliği teşvik eden ya da engelleyen bazı ortam koşullarını taşıyacaktır (Scott ve Bruce, 1994; Abbey ve Dickson, 1983; Anderson ve West, 1998). Burada önemli olan yeniliği artıracak ortamı yaratmak ve yeniliği engelleyen faktörleri yeniden gözden geçirmektir. Bu bağlamda, çalışmada yeniliğe destek algısı üzerinde etkili olduğu düşünülen örgütsel cesaretlendirme, yönetimin desteği, kararlara katılım esnekliği, iletişim, takım desteği ve otonomi gibi örgüt iklimi boyutları değerlendirilecektir.

3.1. Örgütsel Cesaretlendirme

Örgütsel cesaretlendirme ve teşvikin sağlanması için, risk almanın ve fikir yaratmanın cesaretlendirilmesi ve yönetimin her kademesinde yeniliğe önem verilmesi gerekmektedir. Organizasyonda işbirliğine dayalı fikir akışı, katılımcı yönetim ve karar almanın sağlanması, yeni fikirlerin eleştirilmekten korkmadan

ifade edilmesi, adil ve destekleyici bir değerlendirme ve ödüllendirme sistemin varlığı gibi unsurlar örgütsel cesaretlendirmeyi sağlayan önemli özellikler arasındadır. Araştırmalar çalışanların ilk yöneticileri ile etkileşim içinde olmaları ve yöneticinin destekleyici davranışlar göstermesinin yaratıcılığı ve yeniliği arttırdığını desteklemektedir (Amabile vd., 1996: 1159-1160).

3.2. Yönetimin Desteği

Yeni ürün geliştirme sürecine yönetimin aktif bir şekilde dâhil olması, ilerlemeye yön vermesi ve bu çalışmaların firma başarısı için ne kadar önemli olduğunu vurgulaması, geliştirilecek yeni ürünün başarısını artırmaktadır. Yöneticinin sürece dâhil olmasıyla yaratıcı fikir ve uygulamalar işletmenin yetenekleri ve stratejisinden sapmadan geliştirilebilmektedir. Bu sayede, organizasyonun projeye bağlılığını göstermesi yoluyla, bireyler ve takımlar arasında sinerji artmakta, problemlere daha yaratıcı çözümler bulunabilmektedir (Im ve Nakata, 2008: 164–172).

Örgütsel yeniliğin sağlanmasında belirleyici olan bir diğer unsur, bireylere yenilik üretmek için gereksinim duydukları tüm kaynakların yönetim tarafından adil bir şekilde dağıtılmasıdır. Dougherty ve Hardy (1996: 1124), üst yönetimin, küçülme ve maliyet azaltma çabaları ile ilgilendikleri ve yenilikçiliğe çok az zaman ve kaynak ayırdıklarını belirtmektedirler. Birçok araştırmacı, yönetimin, yenilik için gerekli kaynakları sağlama çabalarının projelerin yenilik düzeyleri ve başarısı ile yakından ilgili olduğunu ifade etmektedir (Amabile, 1996; Scott ve Bruce, 1994; Day, 1994; Henderson ve Cockburn, 1996).

3.3. Kararlara Katılım Esnekliği

Dougherty ve Hardy (1996: 1124), ne yazık ki, yenilik faaliyetlerinin organizasyonların stratejilerinde yer olmadığını ve dolayısıyla yöneticilerin ajandasında bulunmadığını belirtmektedir. Yazarlar yöneticilere, yenilik faaliyetine stratejik yönlendirme olarak bakmalarını ve yenilikçi problem çözme davranışının gelişmesi için mümkün olduğunca fazla iş göreni çözüme dâhil etmeyi tavsiye etmektedir. Çünkü kararlara dâhil olmak, üyelerin hem yenilik üzerindeki rollerini daha iyi anlamalarına hem de yeniliğe karşı ortak sorumluluk duygusunu geliştirmelerini sağlamaktadır.

Benzer şekilde, Anderson ve West (1998: 240–241) katılım esnekliği sağlamanın yöneticilerin önemli görevlerinden biri olduğunu ifade etmektedir. Çünkü kişiler ancak, işletme kararlarına cezalandırılmaktan ya da

eleştirilmekten korkmadıkları bir ortamda katılırlarsa, yeni ve denenmemiş fikirler ortaya çıkarabilirler.

3.4. İletişim

Organizasyonların yenilikçi olmasını sağlayan önemli unsurlardan bir diğeri iletişim unsurudur. İşletmelerin yapı ve süreçlerinin parçalanma yönelimli olması, diğeri bir ifadeyle fonksiyonel farklılaşma, yeniliği engelleyen unsurlar arasındadır. Organizasyonel sistemler ve fonksiyonel bölümler arasındaki iletişim eksikliği müşteri anlayışı geliştirmeye engel oluşturduğundan, yenilik çalışmaları olumsuz yönde etkilenmektedir (Dougherty ve Hardy, 1996: 1123). Ayrıca çalışanların yaptıkları iş ile ilgili geri besleme sağlamak, yaptıklarını kontrol sistemleriyle değerlendirmek ve daha iyi nasıl sonuçlar alınabileceğine vurgu yapmak, yenilik açısından yararlı olmaktadır (Anderson ve West 1998: 240–241).

3.5. Takım Desteği

Organizasyonların mevcut bilgi tuzağından kurtularak yeni ve farklılık yaratacak bilgiye ulaşmaları yenilik yaratma çabalarında oldukça önemlidir. Uzmanlar, farklı uzmanlık alanlarına sahip insanların birbirini destekleyen gruplarda bir araya geldiklerinde yaratıcı ve yenilikçi düşünme becerilerinin arttığını belirtmektedir. Farklı fonksiyonel bilgi ve becerileri olan bireylerin bir araya gelmesi, grubun problem çözmede farklı yaklaşımlar geliştirmesini sağlayarak, yenilikçi fikirlerin artmasına neden olur (Dewer ve Dutton, 1986; Damanpour, 1991).

3.6. Otonomi

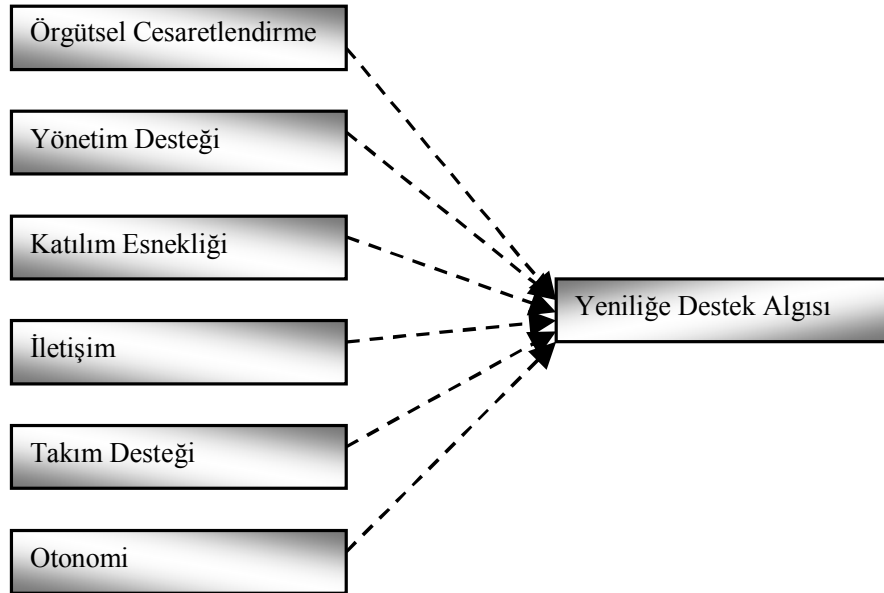
Ar-Ge Bölümlerindeki yönetsel uygulamalar ve yenilikçilik arasındaki ilişkiyi araştıran Judge ve arkadaşları (1997: 76-77), otonomi ile yenilik arasında önemli bir ilişki olduğunu bulgulamışlardır. Yazarlar, otonomiye ilişkin başından sonuna kadar kontrole sahip olma olarak tanımlamakta ve stratejik otonomi ve operasyonel otonomi olarak ikiye ayırarak incelemektedirler. Ayrıca, stratejik otonomiye, kişinin kendi gündemini belirlemesindeki özgürlük, operasyonel otonomiye ise bireyin problemleri çözmedeki özgürlüğü olarak ifade etmektedirler. Araştırmacılar, daha yenilikçi olan işletmelerin araştırma ve geliştirme çalışanları için operasyonel otonomiye daha fazla önem verdiklerini, üst yönetim çalışanları için ise stratejik otonomiye vurgu yaptıklarını göstermektedir.

Özetle, iş süreçlerinde yaratıcı ve yenilikçi yaklaşımlar sağlayabilmek için organizasyonlarda bir dizi düzenlemenin yapılması gerekmektedir. Yenilikçilik niteliğini ön plana çıkaran organizasyonların, gerekli iş ortamının hazırlanması ve bunu destekleyecek yönetsel mekanizmalarla çalışanların yeteneklerini kullandırmaya özendirilmesi yararlı olabilmektedir. Genel olarak araştırmalarda, olası risklerin örgüt çalışanları tarafından göze alınması, yeni ve farklı yaklaşımların desteklenmesi, takım çalışmalarının varlığı ve etkinliği, çalışanlara tanınan esneklik ve özgürlük dereceleri, ödüllendirme ve kaynak dağıtma sistemleri, yönetim ve liderlik biçimleri, yenilik çalışmalarını etkileyen tipik unsurlar olarak değerlendirilmektedir (Amabile vd., 1996; Anderson ve West, 1998; Scott ve Bruce, 1994; Abbey ve Dickson, 1983).

4. ARAŞTIRMANIN MODELİ VE HİPOTEZLER

Bu araştırmada örgütsel cesaretlendirme, yönetim desteği, kararlara katılım esnekliği, iletişim, takım desteği ve otonomi değişkenlerinin yeniliğe destek algısı üzerinde olumlu etkileri olduğu varsayılmaktadır. Araştırma modeli (Şekil 1) ve hipotezler aşağıda yer almaktadır.

Şekil 1. Araştırmanın Modeli



Hipotez 1: Örgütsel cesaretlendirmenin yeniliğe destek algısı üzerinde pozitif bir etkisi vardır.

Hipotez 2: Yönetimin desteğinin yeniliğe destek algısı üzerinde pozitif bir etkisi vardır.

Hipotez 3: Kararlara katılım esnekliği sağlamanın yeniliğe destek algısı üzerinde pozitif bir etkisi vardır.

Hipotez 4: Daha sık ve açık iletişim süreçlerine sahip örgüt ikliminin yeniliğe destek algısı üzerinde pozitif bir etkisi vardır.

Hipotez 5: Takım desteğinin yenilik performansı üzerinde yeniliğe destek algısı üzerinde pozitif bir etkisi vardır.

Hipotez 6: Otonomi sağlayan örgüt ikliminin yeniliğe destek algısı üzerinde pozitif bir etkisi vardır.

4.1. ARAŞTIRMA

4.1.1. Örneklem

Araştırma kapsamında, Kocaeli ilinde faaliyet gösteren orta ve büyük ölçekli işletmeler değerlendirilmiştir. Bunun nedeni, ilgili literatür ve ampirik çalışmaların incelenmesinden elde edilen sonuçlara göre, yeniliğe destek algısına daha çok orta ve büyük ölçekli işletmelerin önem vermesi beklentisidir.

Sanayi Odası'ndan elde edilen verilere göre bu bölgede araştırma değerlerine uygun olarak faaliyette bulunan yaklaşık 518 işletme tespit edilmiştir. Bu işletmelerin tamamı araştırmanın ana kütesini oluşturmaktadır. Araştırma evreninde yer alan 518 işletme arasında tesadüfi olarak belirlenen 250 işletmeye anket formu gönderilmiştir. Araştırmaya katılmayı gönüllü olarak kabul eden örgüt üyelerinin kendi tercihleri doğrultusunda, bir kısmı yüz yüze görüşme ve bir diğer kısmı ise e-posta yoluyla olmak üzere toplam 86 işletmeden 152 adet anket elde edilmiştir. Anketlerin geri dönüş oranı % 60 dır. Anketlerin 14 tanesi eksik doldurulduğu için değerlendirmeye alınmamıştır. Sonuç olarak 138 beyaz yakalı personelin katılımı ile elde edilen veriler SPSS 17.0 programı ile faktör, güvenilirlik, korelasyon ve regresyon analizleri ile değerlendirilmiştir.

Araştırma anketinin uygulanmasında özellikle, alt, orta ve üst kademe yöneticileri ile işletme sahipleri dikkate alınmıştır. Örneklem demografik özellikleri incelendiğinde 54 kişinin (%39) lise mezunu, 73 kişinin (% 53) üniversite mezunu, 11 kişinin (%8) yüksek lisans mezunu olduğu

görülmektedir. Katılımcıların 85'i (%62) evli, 53'ü ise (%38) bekar. Bu araştırmada katılımcıların demografik özellikleri ile örgüt iklimi ve yeniliğe destek algısı arasındaki ilişkiler değerlendirilmemiştir.

4.1.2. Veri Toplama Araçları

Ölçekte yer alan sorular beşli Likert ölçeğine göre derecelendirilmiştir. (1) Kesinlikle Katılmıyorum, (2) Katılmıyorum, (3) Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum (Kararsızım), (4) Katılıyorum, (5) Kesinlikle Katılıyorum. Araştırmada kullanılan örgüt iklimi ölçeğinde yer alan sorular, Amabile, Conti, Coon, Lazenby, Heron (1996), Scott ve Bruce (1994) ile Oldham ve Cummings (1996) çalışmalarından adapte edilmiştir. Örgüt üyelerinin, organizasyonel uygulama, politika ve süreçlere karşı paylaştıkları ortak algıyı değerlendiren örgüt iklimi ölçeği altı değişkenden oluşmaktadır. Araştırmada kullanılan ölçekte, örgütsel cesaretlendirme değişkeninde altı soru, yönetimin desteği değişkeninde yedi soru, katılım esnekliği değişkeninde dört soru, iletişim değişkeninde dört soru, takım desteği değişkeninde beş soru, otonomi değişkeninde dört soru olmak üzere toplam 30 soru bulunmaktadır.

Yeniliğe destek algısı ölçeği ise Prajogo ve Ahmed (2006), Alegre ve Chiva (2008), Hansen ve Birkinshaw (2007) çalışmalarından adapte edilmiştir. Yeniliğe destek algısı ölçeğinde ise toplam on soru yer almaktadır.

4.1.3. Analizler

4.1.3.1. Faktör ve Güvenilirlik Analizleri

Faktör analizinin yapılabilmesi için öncelikle örneklem yeterliliğine bakılmış ve verilerin faktör analizine uygun olup olmadıkları incelenmiştir. Bu değerlendirme için Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) ve Bartlett Testleri sonuçlarına bakılmıştır. Korelasyonların anlamlı olduğunun iddia edilebilmesi için ise Bartlett's Test değerlerinin anlamlılık seviyesinin 0.05'den küçük olması gerekmektedir (İşcan, 2002: 64).

Tablo 1'de yer alan KMO ve Bartlett's Test verilerine göre; KMO örneklem uygunluğu değeri, "Örgüt İklimi" için (0.835), "Yenilik Performansı" için (0,815) olarak görülmektedir. Bu değerler, verilerin normal dağılım gösterdiğini, faktör analizi için oldukça uygun olduğunu ifade etmektedir. Bartlett's Testi "Chi-Square" değerinin "Örgüt İklimi" için 2867,650 ile ($p=0,000<0.05$), "Yenilik Performansı" için 466,890 ($p=0,000<0.05$) ile olarak sonuç vermesi değişkenlerin faktör analizine mükemmel seviyede uygun olduğunu göstermektedir.

Tablo 1: Örneklem Yeterliliği Testi Sonuçları

	Örgüt İklimi	Yenilik
(KMO)	0.835	0,815
Serbestlik Derecesi	435	45
Bartlett Testi (χ^2)	2867,650	466,890
Anlamlılık (Sig.)	0,000	0,000

Anket içerisinde bulunan her bir sorunun beklenildiği şekilde ilgili faktörlere ayrılıp ayrılmadığını görmek amacıyla, SPSS 17,0 programı kullanılarak, keşifsel (exploratory) faktör analizleri gerçekleştirilmiştir. Faktör yapılarının beklenildiği şekilde oluştuğu görüldükten sonra her bir faktörün güvenilirlik derecesi tespit edilmiştir. Araştırmada kullanılan ölçeğe ait faktör ve güvenilirlik analizleri sonuçları aşağıdaki Tablo 2’de yer almaktadır.

Tablo 2: Yeniliğe Destek Algısı ve Örgüt İklimi Değişkenlerine Ait Faktör Ve Güvenilirlik Analizleri Sonuçları

Ör. ces $\alpha=.898$	Yön. des $\alpha=.85$	Kat. esn $\alpha=.85$	İle. $\alpha=.838$	Tak. des $\alpha=.722$	Oton. $\alpha=.722$	Yen. $\alpha=.838$
	6	7				
.847	.814	.766	.779	.766	.836	.746
.816	.770	.748	.706	.748	.602	.721
.798	.740	.736	.682	.736	.567	.718
.790	.647	.710	.567	.602	.553	.699
.715	.591			.532		.657
.597	.547					.656
	.536					.603
						.591
						.540
						.528

4.1.3.2. Örgüt İklimi ve Yeniliğe Destek Algısı Arasındaki İlişkilere Yönelik Korelasyon ve Regresyon Analizleri

Regresyon analizi için ilk önce bağımsız değişkenlerin (Örgüt İklimi), bağımlı değişkeni (Yeniliğe Destek Algısı) ne oranda açıklayabildiği incelenmiştir. Test sonucunda bağımlı ve bağımsız değişkenler arasında pozitif yönde bir korelasyon tespit edilmiştir ($R=0,658$). Bu sonuçtan elde edilen

Belirlilik Katsayısı (R^2) ise 0,433 çıkmaktadır. Başka bir ifadeyle; Örgüt İklimi değişkenleri Yeniliğe Destek Algısındaki değişkenliğin %43,3'ünü açıklayabilmektedir (Tablo.3).

Tablo 3: Örgüt İklimi Değişkeninin Yeniliğe Destek Algısını Açıklayabilme Oranı

	R^2	Düzeltilmiş R^2	Tahminin Standart Hatası
0,658	0,433	0,407	0,39578

Bağımsız değişkenlerin bağımlı değişkenleri etkileyip etkilemediğini görebilmek için ayrıca ANOVA sonuçlarına da bakılmalıdır. Tablo. 4'deki değerlere göre bağımsız değişkenlerin bağımlı değişken üzerinde etkisi vardır ($p=0,000<0,05$).

Tablo 4: Regresyon için ANOVA tablosu

	Kareler Toplamı	sd	Kareler Ortalaması	F	P
Regresyon	15,653	6	2,609	16,655	0,000
Hata	20,520	131	,157		
Toplam	36,174	137			

Tablo 5: Örgüt İklimi ve Yeniliğe Destek Algısı Arasındaki İlişkiler

		Yenilik	Örgüt İklimi					
			Örg. Ces.	Yön. Dest.	Kat. Esn.	İletişim	Tak. Des.	Otonomi
Örgüt İklimi	Örg. Ces.	r	,216*	1				
		p	0,011					
	Yön. Dest.	r	,278**	,409**	1			
		p	0,001	,000				
	Kat. Esn.	r	,391**	,479**	,513**	1		
		p	0,000	,000	,000			
	İletişim	r	,233**	,531**	,641**	,539**	1	
	p	0,006	,000	,000	,000			
Tak. Des.	r	,353**	,438**	,565**	,463**	,524**	1	
	p	0,000	,000	,000	,000	,000		
Otonomi	r	,565**	,321**	,421**	,355**	,508**	,583**	1
	p	0,000	,000	,000	,000	,000	,000	

**p< .01 *p<.05 (çift taraflı)

Değişkenler arasındaki birebir ilişkileri incelemek üzere yapılan korelasyon analizi, değişkenler arasında ikili düzeyde, $p < 0.01$ ile $p < 0.05$ anlamlılık seviyesinde ilişkiler olduğunu göstermektedir. Tablo 5'te yer alan korelasyon analizi incelendiğinde örgüt iklimi değişkenlerinin hepsinin Yeniliğe Destek Algısı üzerinde pozitif bir etkisi olduğunu göstermektedir.

Tablo 6: Regresyon Katsayıları

Bağımsız Değişkenler	β	t	p
Örgütsel Cesaretlendirme	0,107	823	,045
Yönetim Desteği	,076	,638	,001
Katılım Esnekliği	,124	1,917	,044
İletişim	,208	1,862	,003
Takım Desteği	,040	,317	,001
Otonomi	,327	3,448	,001

Örgüt iklimi değişkenleri ile Yeniliğe Destek Algısı arasındaki ilişkileri incelemek amacı ile yapılan çoklu regresyon analizinde görüldüğü üzere (bkz. Tablo 6) örgütsel cesaretlendirme değişkeninin Yeniliğe Destek Algısını $p < 0.045$ anlamlılık seviyesinde .107 gibi bir beta katsayısı ile, yönetimin desteği değişkeninin $p < 0.001$ anlamlılık seviyesinde .076 gibi bir beta katsayısı ile, katılım esnekliği değişkeninin yenilik performansını $p < 0.044$ anlamlılık seviyesinde .124 gibi bir beta katsayısı ile iletişim değişkeninin $p < 0.003$ anlamlılık seviyesinde .208 gibi bir beta katsayısı ile takım desteği değişkeninin $p < 0.001$ anlamlılık seviyesinde .040 gibi bir beta katsayısı ile otonomi değişkeninin $p < 0.001$ anlamlılık seviyesinde .327 gibi bir beta katsayısı ile pozitif yönde etkilediği görülmektedir. Regresyon analizi sonucuna göre örgüt iklimi değişkenlerinin (örgütsel cesaretlendirme, yönetimin desteği, katılım esnekliği, iletişim, takım desteği, otonomi) hipotezlerde varsaydığımız gibi Yeniliğe Destek Algısı üzerinde pozitif etkilere sahip olduğu söylenebilir. Bu nedenle Hipotez 1, 2, 3, 4, 5 ve 6 kabul edilmektedir.

Elde edilen değerler doğrultusunda oluşturulan regresyon denklemi ise aşağıdaki şekilde formüle edilebilir:

$$\text{Yenilik} = 2,182 + 0,10(\text{Örg. Ces.}) + 0,07(\text{Yön.Des.}) + 0,12(\text{Kat.Esn.}) + 0,20(\text{İlet.}) + 0,40(\text{Ta k.Des.}) + 0,32(\text{Oto.})$$

Yukarıdaki denkleme göre “Yeniliğe Destek Algısı”na en büyük etki eden faktörün “Takım Desteği” faktörü olduğu söylenebilir. Çünkü araştırma sonuçlarına göre “Takım Desteği” faktöründeki bir birimlik artış “Yeniliğe Destek Algısı”nı 0,40 birim artırmaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Günümüzde örgütsel başarı ve pazarda lider olmanın temel şartı, sürekli ve tutarlı yenilikler yaratmaktan geçmektedir. Araştırma sonuçlarının da gösterdiği gibi örgüt iklimi yeniliğe destek algısına etki eden önemli bir unsurdur. Bu nedenle, bu çalışmada yenilikle ilgili araştırmalar incelenerek örgütsel yeniliğe etki eden koşullar incelenmeye çalışılmıştır. Burada amaç, yeniliği artıracak ya da engelleyecek örgüt iklimi faktörleri belirlemeye çalışarak, işletme yöneticilerine yardımcı olmaktır.

Araştırma sonuçları örgüt ikliminin, örgütsel cesaretlendirme, yönetimin desteği, katılım esnekliği, iletişim, takım desteği ve otonomi gibi bu çalışmada ele alınan boyutlarının Yeniliğe Destek Algısını olumlu yönde etkilediğini doğrulamaktadır. Yenilikçilik niteliğini ön plana çıkaran organizasyonların,

gerekli iş ortamının hazırlanması ve bunu destekleyecek yönetsel mekanizmalarla çalışanların yaratıcılıklarını kullandırmaya özendirilmesi yararlı olabilmektedir. Olası risklerin örgüt çalışanları tarafından göze alınması, yeni ve farklı yaklaşımların desteklenmesi, takım çalışmalarının varlığı ve etkinliği, çalışanlara tanınan esneklik ve özgürlük dereceleri, ödüllendirme ve kaynak dağıtma sistemleri, yönetim ve liderlik biçimleri, yenilik çalışmalarını etkileyen tipik unsurlar olarak yapılan araştırmalarda değerlendirilmektedir. Bu çalışmada kullanılan verilerin sonuçlarına dayanarak örgüt ikliminin çalışanlar üzerindeki olumlu motivasyonel etkileriyle yenilik çalışmalarını destekleyebileceğini söylemek mümkündür.

Diğer yandan, bu araştırmada kullanılan değişkenler, ilgili teorik model çerçevesinde oluşturulmuş ve bu teorik modelde yer verilmeyen değişkenler araştırma ölçeğinde kullanılmamıştır. Örgüt iklimi gibi işletmenin bütününe ilgilendiren çok kapsamlı bir konunun bütünüyle bir araştırmada incelenemeyeceği açıktır. Bu nedenle, bu konuda araştırma yapacak olan diğer araştırmacılara, ödüllendirme, işin özellikleri, kaynak dağıtma sistemleri ve motivasyon gibi farklı değişkenlerle farklı bölgeler üzerinde bu çalışmayı yapmaları önerilebilir.

KAYNAKÇA

Abbey Augustus, Dickson W. John, R&D (1983), “Work Climate and Innovation in Semiconductors”, *Academy of Management Journal*, V:26, No:2.

Aiken Michael and Hage Jerald (1971), “ The Organic Organization and Innovation” *Sociology*, 5(1).

Amabile M. Teresa, Conti Regina, Coon Heather, Lazenby Jeffrey and Heron Michael (1996), “Assesing The Work Enviroment for Creativity”, *Acedemy of Management Journal*, V:39, No:5.

Alegrea Joaquin and Chiva Ricardo (2008), “Assessing The Impact Of Organizational Learning Capability On Product Innovation Performance: An Empirical Test”, *Technovation*, 28.

Anderson R. Neil and West A.Michael (1998), “Measuring Climate for Work Group Innovation;Development and Validition of the Team Climate Inventory”, *Journal Of Organizational Behavior*, V:19, N:3, May.

Cummings Anne and Oldham Greg R. (1997), "Enhancing Creativity: Managing Work Contexts For The High Potential Employee", California Management Review, 40/1.

Damanpour Fariborz. (1991) "Organizational Innovation: A Meta-Analysis Of Effects Of Determinants and Moderators", Academy of Management Journal, 34(3).

Damanpour Fariborz and Gopalakrishnan Shanthi., (2001), "The Dynamics Of The Adoption Of Product and Process Innovations In Organizations" Journal of Management Studies, V:38, No:1.

Dean Schroeder M., (1990), "A Dynamic Perspective On The Impact Of Process Innovation Upon Competitive Strategies" Strategic Management Journal. V:11, No:1.

Dewar Robert D. and Dutton, Jane E. (1986) "The Adoption Of Radical And Incremental Innovations: An Empirical Analysis " Management Science, 32/11.

Day S. George (1994), "The Capabilities Of Market-Driven Organisations", Journal Of Marketing, No:58.

Dougherty Deborah and Hardy Cynthia (1996), "Sustained Product Innovation In Large, Mature Organizations: Overcoming Innovation-to-Organization Problems", The Academy of Management Journal, 39/5, Aralık.

Eren Erol (1982) , "İşletmelerde Yenilik Politikası", Formül Matbaası, İstanbul.

Gopalakrishnan Shanthi and Damanpour Fariborz (2000), "The Impact Of Organizational Context On Innovation Adoption in Commercial Banks", IEEE Transactions on Engineering Management, 47(1).

Güleş K. Hasan and Bülbül Hasan (2004), "Toplam Kalite Yönetiminin İşletmelerde Yenilik Çalışmalarına Katkıları", G.Ü. İ.İ.B.F. Dergisi.

Hansen T. Morten and Birkinshaw Julian (2007), "The Innovation Value Chain", Harvard Business Review, June.

Henderson Rebecca and Cockburn Iain (1996), "Scale, Scope and Spillovers: The Determinants Of Research Productivity In Drug Discovery", Rand Journal of Economics, 27(1).

Higgins M. James (1995), "Innovation: The Core Competence", *Planning Review*, Kasım-Aralık, 23(6).

Im Subin, Nakata Cheryl (2008), "Crafting An Environment To Foster Integration In New Product Teams", *International Journal of Research in Marketing*, V:25, September.

İşcan Ömer Faruk (2002), "Küresel İşletmecilikte Dönüştürücü Liderlik Anlayışı Büyük Ölçekli İşletmelerde Bir Uygulama", Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Yayınlanmış Doktora Tezi.

Judge A. William, Frxell E. Gerald and Doley S. Robert (1997), "The New Task Of RYD Management; Creating Gool-Directed Communities For Innovotion", *California Management Review*, V:39, No:3, Spring.

Kimberly J.R. and Evanisko M. (1981), "Organizational Innovation:The Influence of Individual, Organizational and Contextual Factors On Hospital Adoption of Technological and Administrative Innovations" *Academy of Management Journal*, No:24.

Meyer Alan D. and Goes James B. (1988), "Organizational Assimilation of Innovations: A Multilevel Contextual Analysis" *Academy of Management Journal*, V: 31, No:4,

Oldham Greg R. and Cummings Anne (1996)," Employee Creativity: Personal And Contextual Factors At Work", *Academy of Management Journal*, 39/3.

Prajogo Daniel and Ahmed Pervaiz K. (2006), "Relationships Between Innovation Stimulus, Innovation Capacity, And Innovation Performance", *R&D Management*, V:36, No:5.

Pritchard, Robert D. and Karasick, Bernard W. (1973) "The Effects of Organizational Climate on Managerial Job Performance and Job Satisfaction" *Organizational Behavior & Human Performance*, 9/1.

Reichers, A. E. and Schneider, B. (1990), "Climate and culture: An evolution of constructs", in B.Schneider (ed.), *Organizational culture and climate* (San Francisco, CA: Jossey-Bass).

Schneider, Benjamin and Reichers, Arnon E., (1983), "On The Etiology Of Climates", *Personnel Psychology*, V:36, No:1.

Schein, E. H. (1990), "Organizational culture", American Psychologist, 45, 2.

Scott G.Suzanne and Bruce A.Reginald (1994), "Determinants of Innovative Behavior:A Path Model of Individual Innovation In The Workplace", Academy of Management Journal, 37/3.

Van de Ven, Andrew H., (1986), "Central Problems In The Management Of Innovation" Management Science, V: 32, No:5.

Wolfe A.Richard (1994), "Organizational Innovation Review, Critique and Suggestesd Research Directions", Journal of Management Studies, V:31, No:3, May.