

Çalışanların Öz Güven ve Yaratıcılık Düzeylerinin Mutlulukları Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma¹

(A Research to Determine the Effect of Employees' Self Confidence and Creativity Levels on Happiness)

Ayşe Ece SERT^a Olca SÜRGEVİL DALKILIÇ^b

^aDokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir, Türkiye. ayse.ece.sert@gmail.com

^bDokuz Eylül Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, İzmir, Türkiye. olca.surgevil@deu.edu.tr

MAKALE BİLGİSİ	ÖZET
Anahtar Kelimeler: Öz Güven Örgütsel Öz Güven Yaratıcılık Örgütsel Yaratıcılık Mutluluk Gönderme Tarihi 10 Ağustos 2019 Revizyon Tarihi 5 Kasım 2019 Kabul Tarihi 15 Kasım 2019 Makale Kategorisi: Araştırma Makalesi	Amaç – Bu çalışma; işletmelerde çalışanların öz güven ve yaratıcılık düzeylerinin mutlulukları üzerindeki etkisini tespit etmeyi amaçlamaktadır. Yöntem – Bu çalışmada öz güven ve yaratıcılık düzeylerinin mutluluk üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik bir model oluşturulmuş ve analizler gerçekleştirilmiştir. Araştırmanın bağımsız değişkenini öz güven kavramı, aracı değişkenini yaratıcılık kavramı, bağımlı değişkenini ise mutluluk kavramı oluşturmaktadır. Araştırmada veri toplamak için Akın (2007) tarafından geliştirilen Öz Güven Ölçeğinden, Kaufman (2012) tarafından geliştirilen ve Şahin (2016) tarafından geçerlik/güvenirlilik analizleri yapılan Kaufman Yaratıcılık Alanları Ölçeğinden, Hills ve Arygle (2002) tarafından geliştirilen ve Doğan ve Çötök (2011) tarafından geçerlik/güvenirlilik analizleri yapılan Oxford Mutluluk Ölçeğinden yararlanılmıştır. Araştırmanın örneklemini, Türkiye’de savunma sanayi alanında faaliyet gösteren kamu ve özel sektördeki işletmelerde çalışan beyaz yakalı 212 kişi oluşturmaktadır. Bulgular – Araştırmadan elde edilen sonuçlara göre; öz güvenin alt boyutları olan iç öz güvenin ve dış öz güvenin, öz/günlük yaratıcılık üzerinden dolaylı olarak mutluluğu etkilediği sonucuna ulaşılma ile birlikte, dış öz güvenin mutluluk üzerinde doğrudan bir etkisinin de olduğu kanıtlanmıştır. Tartışma – Çalışmanın sonuçları doğrultusunda, çalışanların mutluluğunun sağlanması noktasında öz güven ve yaratıcılığın etkisinin olduğu, fakat öz güven ve yaratıcılık üzerinde ise, işletmelerdeki yönetim uygulamalarının dolaylı olarak etkisinin olduğu ifade edilebilir.
ARTICLE INFO	ABSTRACT
Keywords: Self Confidence Organizational Self Confidence Creativity Organizational Creativity Happiness Received 10 August 2019 Revised 5 November 2019 Accepted 15 November 2019 Article Classification: Research Article	Purpose – This study was conducted to determine the effect of employees' self-confidence and creativity levels on their happiness. Design/Methodology/Approach – In this study, a model was created of the relationship between the concept of self confidence, creativity and happiness. The independent variable of the study is self confidence, whereas mediating variable is creativity and the dependent variable is happiness. Self Confidence Scale which was developed by Akın (2007), Creativity Scale which was developed by Kaufman (2012) and validity and reliability test of which were done by Sahin (2016), and Happiness Scale which was developed by Hills and Argyle (2002) and validity and reliability test of which were done by Doğan and Cotok (2011) were used in order to collect data for the study. The sample of implementation is the 212 white-collar employees in the private and public sector in the defence industry in Turkey. Findings – According to the results obtained, it has been concluded that the sub-dimensions of self-confidence which are internal and external self-confidence affect happiness indirectly through self/daily creativity. In addition to this, external self-confidence affects happiness directly. Discussion – In line with the results of this study, it can be stated that employees' self-confidence and creativity levels have an effect on ensuring their happiness, management practices also have an indirect effect on employees' self-confidence and creativity.

¹Bu makale Ayşe Ece Sert'in yüksek lisans tezinden üretilmiştir.

Önerilen Atıf/ Suggested Citation

Sert, A. E., Sürgevil Dalkılıç, O. (2019) Çalışanların Öz Güven ve Yaratıcılık Düzeylerinin Mutlulukları Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma., *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11 (4), 2636-2648.

1. GİRİŞ

İşletmeler; bireylerin ihtiyaçlarını karşılamak üzere kurulan, üretim faktörlerini etkin ve verimli bir şekilde kullanarak mal ve hizmetler üreten ve uzun dönemde kar elde etme amacına sahip olan iktisadi birimlerdir (Sloman vd., 2018: 7). İktisadi açıdan bir işletmede bulunan girdiler; sermaye, doğal kaynaklar, girişimci ve emektir. Bu bağlamda emek, yani çalışanlar; bir işletme için en önemli unsuru oluşturmaktadır. Çalışanlar; bilgiye sahip olan, bilgiyi alıp işleyen ve bu doğrultuda uygun sonuçlar üretilmesine katkı sağlayan en önemli girdilerdir. Rekabetin yoğunlaştığı ve işletmelerin küreselleştiği günümüzde, rekabet yaratmaktaki en önemli unsur olan çalışanların öz güven, yaratıcılık ve mutluluğunun işletmenin karlılık ve verimliliğini uzun dönemde olumlu yönde etkileyeceği göz ardı edilmemelidir.

Bu araştırma; işletmelerde çalışanların öz güven, yaratıcılık ve mutluluk düzeylerinin belirlenmesi ve bu değişkenler arasındaki ilişkinin bir model aracılığıyla sunulması amacıyla yapılmıştır. Literatürde öz güven, yaratıcılık ve mutluluk arasındaki ilişkiyi ölçen araştırmalara rastlanmamış olması, bu araştırmayı özgün kılmaktadır. Dolayısıyla bu araştırma, literatürdeki boşluğun doldurulması ve konuyla ilgili çalışmalara örnek teşkil etmesi açısından önem taşımaktadır. Çalışanların mutluluğunu sağlamak; işletmeler açısından ulaşılması hedeflenen bir amaç ve nihai bir sonuçtur. Bu doğrultuda, çalışanların öz güven ve yaratıcılık düzeylerini arttırmaya yönelik uygulamalara önem verilmelidir.

Araştırmanın birinci kısmında kuramsal çerçeve sunulmakta, ikinci kısımda ise alan araştırması hakkında bilgilere ve elde edilen bulgulara yer verilmektedir. Sonuç ve öneriler kısmında ise, araştırma bulguları değerlendirilmekte ve gelecek çalışma önerileri sunulmaktadır.

2. KURAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Birey ve Örgüt Düzeyinde Öz Güven

Öz güven; bireyin herhangi bir duruma uygun ve etkili eylemde bulunabilme yeteneğidir ve bireyin belirli bir standartta performans gösterme yeteneğine olan güveni ve inancıyla ilgili bir kavramdır (Burton ve Platts, 2006: 10). Öz güvenin temelini öz inançlar oluşturmaktadır. Öz inançlar; bireyin içinde bulunduğu dünyada ne derece değerli olduğu konusunda çıkarımlarda bulunduğu kendi öz gerçeklerinin toplamıdır. Bu öz gerçekler; bireyin ait olma duygusunu oluşturmakta ve başkalarının bireye karşı davranışlarını da temellendirmektedir. Bireyin neyi yapabileceği veya yapamayacağı (kişisel kurallar) ve bireyin çevresindeki olayları iç dünyasında nasıl yorumlayacağı (içe dönük konuşma) birey tarafından belirlenmekle birlikte, çevre de bunu dolaylı olarak etkilemektedir (McKay ve Fanning, 2018: 297).

Öz güven bu anlamda, bireyin bir sonuca ulaşmak için belirli bir eylemi gerçekleştirme yeteneğine olan inancıdır. Öz saygıdan ayrı olarak, bireyin kişisel değerine ilişkin sahip olduğu duygu temelli genel bir değerlendirmedir. Değer, bireyin kendi kendine yönettiği ve şekillendirdiği bir kavramdır, fakat yargılar çoğu zaman dış etmenler (çevre) tarafından yönlendirilmektedir (Greenacre vd., 2014: 170).

Öz güvenin bu değer yönü öz saygı ile ilişkilidir, ancak spesifik bir görev ile ilgili deneyimlerin sonucunda o göreve ilişkin yargılar bağımsız olarak geliştirilmektedir. Yani bireyler, bir görevle ilgili karar almayı üstlendiklerinde ve katılım sağladıklarında, yetenekleri hakkında özel geri bildirimler kazanmakta ve böylece öz güven olarak tanımlayabileceğimiz bu inançlar ile o göreve ilişkin yeteneklerini geliştirebilmektedirler (Greenacre vd., 2014: 170).

Örgüt düzeyinde öz güven; bir örgütün üyesi konumunda bulunan bireyin, örgüt içerisinde kendisini yetenekli, değerli ve önemli görerek bunu hissetmesidir. Örgüt temelli öz güvenin yüksek olduğu yapılarda üyeler, "bana burada saygı duyuluyor" düşüncesine sahiptirler (Pierce ve Gardner, 2004: 593). Bu tür yapılarda çalışanların güçlü bir öz yeterlik duygusuna sahip olma olasılığı da yüksektir, çünkü görev performansını için gerekli olan davranışları yürütebilecekleri yönünde güçlü beklentiler bulunmaktadır. Böylelikle, örgütsel durumların içerisinde kendi etkinliklerine dair inançlar geliştiren bireyler, aynı zamanda güçlü bir benlik saygısı da geliştirmektedirler (Pierce vd., 1989: 625).

Örgüt düzeyinde öz güven; örgütün üyesi olan bir bireyin, yaptığı göreve ilişkin kendisini yetenekli, yetkin ve değerli görerek, göreve ilişkin başarılı sonuçlar ortaya koyabilme konusunda olumlu bir tutum geliştirmesidir. Örgüt düzeyinde öz güvenin hakim olduğu örgütlerde çalışanlar, yüksek düzeyde bir öz

yeterlik duygusuna sahiptirler. Ancak bu öz yeterlik, belirli bir göreve ilişkin zaman içerisinde edinilen deneyimlere dayanarak şekillenmekte ve öz güveni geliştirmektedir (Sert, 2019: 90).

Gardner ve Pierce (2015)'e göre, çalışanların öz güveni organik örgüt yapılarında mekanik örgüt yapılarına oranla daha yüksektir (Gardner ve Pierce, 2015: 3). Organik örgüt yapılarında, çalışanın örgüt içerisinde geliştirdiği fikirlerine değer verilmesi, yöneticisinden olumlu geri bildirimler alabilmesi, karar alabilme ve inisiyatif seçeneğine sahip olması, yetkinliklerinin değerlendirildiği bir örgüt ortamı, örgüt içerisinde gelişen güven hissi ve iş arkadaşlarıyla kurulan olumlu ilişkiler sağlanması yoluyla örgütler, çalışanların iş yerindeki öz güvenlerine etki edebilmektedir (Sert, 2019: 91). Resmi yöneticiler, takımda kolaylaştırıcı rolünü üstlenerek, ekibin çalışmalarını gerçekleştirmek için ihtiyaç duydukları kaynaklara sahip olmalarını sağlamaktadır. Bu bağlamda, daha birey bazlı ve demokratik olan, hiyerarşi, prosedürler ve kontrol ile daha az ilgilenen organik sosyal sistemler, iş bağlamında daha yüksek düzeyde öz saygıya yol açmaktadır. Dolayısıyla bu sistemlerde çalışanlar, iç motivasyona sahip olup, kendilerini değerli hissetmekte ve öz güven duymaktadırlar (Gardner ve Pierce, 2015: 3).

2.2. Birey ve Örgüt Düzeyinde Yaratıcılık

Yaratıcılık, çok çeşitli görev alanları için hem bireysel hem de toplumsal düzeyde önemli olan geniş kapsamlı bir konudur. Bireysel düzeydeki önemi, işteki ve gündelik hayattaki problemleri çözerken sağladığı pratik düşünmedir. Toplumsal düzeydeki önemi ise, yeni bilimsel bulgulara, sanattaki yeni hareketlere, yeni icatlara ve yeni sosyal programlara olanak sağlamasıdır (Sternberg vd., 2005: 351).

Feist'e (1999) göre, bireyin kişiliğinin yaratıcılığı üzerindeki etkisi büyüktür. Yani bireyin sahip olduğu genetik farklılıklar hem beyin yapısını hem de mizaç farklılıklarını etkileyerek kişilik değişkenine öncülük etmekte, dolayısıyla yaratıcı düşünce ve davranışları etkilemektedir. Feist'e göre (2010: 114) yaratıcı kişiliğin modeli; genetik ve epigenetik etkiler, beyin karakteristikleri, bilişsel kişilik özellikleri, sosyal kişilik özellikleri, motivasyonel-duygusal kişilik özellikleri ve klinik kişilik özellikleri şeklinde altı ana değişkenden oluşmaktadır.

Bireysel düzeyde yaratıcılıkla ilgili aktarılan bu bilgilerin ardından örgütsel yaratıcılığa da değinmek gerekmektedir. Buna göre örgütsel yaratıcılık; karmaşık bir sosyal sistem içerisinde çalışan bireyler tarafından değer taşıyan ve fayda yaratan yeni bir ürün, fikir, hizmet ya da süreç yaratılmasıdır (Woodman vd., 1993: 293).

Amabile'nin (1997: 40) Bireysel Yaratıcılık Bileşeni Teorisi'ne göre, normal kapasiteye sahip tüm bireyler veya bu bireylerin oluşturduğu küçük gruplar, uygun sosyal ortam oluşturulduğunda, en az orta derecede yaratıcı bir çalışma üretebilmektedir. Yaratıcılık Bileşeni Modeli; bu teoriye dayandırılmış olup, birey veya küçük gruplar düzeyinde yaratıcı davranışları oluşturan bileşenleri (uzmanlık, yaratıcılık becerileri, iş/görev motivasyonu) açıklamaktadır. Model; yaratıcılığın, bireylerin yaratıcılık becerilerinin en güçlü içsel ilgi alanları (uzmanlıkları) ile örtüştüğü zaman ortaya çıkacağını ve bu durumlarda yaratıcılıklarının yükseleceğini savunmaktadır. Tüm yenilikler, yaratıcı bir fikirle süslenmektedir. Yeni programların, ürün tanıtımlarının veya hizmetlerin başarılı bir şekilde uygulanması, iyi bir fikir sahibi olan bir kişi veya bir takımın durumuna bağlıdır (Amabile vd., 1996: 1154). Çalışma ortamının sağladığı unsurlar, bireylerin yaratıcılığını etkilemektedir. Teori ayrıca, bireyler ve bireylerin oluşturduğu gruplar tarafından üretilen yaratıcılığın, organizasyon içindeki inovasyon için temel bir kaynak olduğunu öne sürmektedir. Sosyal çevre (çalışma ortamı), bireysel bileşenleri etkileyerek yaratıcılığı doğrudan etkilemektedir (Amabile, 1997: 52).

Örgütsel yaratıcılığın kaynağı bireyde başlamakta ve göreve uygun bireylerin seçilmesi vasıtasıyla gruplar oluşturularak örgütteki inovasyon süreçleri etkilenmektedir. West (2003)'ün Çalışma Grubunun İnovasyonu (Girdi-Süreç-Çıktı) Modeli'ne göre grup süreçleri, girdiler ve çıktılar arasındaki ilişkilere aracılık etmekte ve takımdaki liderlik faktörü, örgütsel süreçler üzerine etki ederek, inovasyon çıktıları üzerinde çok önemli bir rol oynamaktadır (West, 2003: 246). Bireylerin uygun görevlere seçilmesi ve grupların oluşturulması sürecindeki etkin rolü ise liderler oynamaktadır. İş takımlarındaki yeniliği gerçekleştirmek için, liderlerin inovasyon sürecinde grup üzerindeki girdileri nasıl etkilediğini veya engellediğini incelemek önem taşımaktadır (Sert, 2019: 50). Farklı bakış açılarını etkili bir şekilde bütünleştiren ve çatışmayı etkili bir şekilde yöneten liderler, takımlardaki inovasyon uygulamalarının çeşitliliğini artırabilmektedirler (West, 2003: 254).

Yaratıcı liderliğin bilişsel kapasite yönü, yaratıcı problem çözme becerileridir. Bu beceriye sahip olan liderin, çalışanların yaratıcılığını yeterince değerlendirmesini, çalışanların fikirleri ve problem çözümleriyle ilgili geri bildirim sağlamasını, liderin yaratıcılık için bir rol model olarak hizmet etmesini ve takım üyelerinin gözünde yaratıcılık güvenilirliğinin temelini oluşturmasını sağlamaktadır (Tierney, 2008: 101). Uygun liderlik türü seçildiği takdirde; örgüt ve grup kültürünün oluşturulması, örgüt içi iletişimdeki aksaklıkların önlenmesi, üyelerin motivasyonlarının artması ve dolayısıyla yaratıcı çalışmaların ortaya çıkması mümkün olacaktır (Sert, 2019: 50).

2.3. Mutluluk ve İş Yeri Mutluluğu

Mutluluk fikri, bireyin öznel olarak iyi oluşuyla ilgilidir ve bireyin yaşamını bilişsel ve duygusal olarak olumlu değerlendirmesinin bir sonucudur (Diener ve Diener, 1996: 181). Bir başka deyişle mutluluk; bireyde olumlu etkinin göreceli olarak fazla görülmesi ve olumsuz etkinin ise seyrek görülmesidir (Diener vd., 1991: 123). Olumlu ve olumsuz duyguların dengesi, bireyin refahı yönünden kendisini iyi hissettiren; bireyin yaşamı hakkındaki değerlendirmesi ise, bilişsel açıdan iyi oluşunu açıklamaktadır (Miao vd., 2013: 174).

Lyubomirsky vd.'ne (2005: 116) göre; bazı bireyler diğer bireylere göre daha mutludur. Lyubomirsky vd. (2005: 116)'nin Genetik Ayar Noktası Teorisi'ne göre; bireylerin taşıdığı genetik özellikler, mutluluğun %50'sini açıklamaktadır. Bireylerin içerisinde bulunduğu ortamın koşulları ise, mutluluğun %10'unu oluşturmaktadır. Bilinçli aktiviteler ise, mutluluğun %40'ını açıklamakta olup; bu durum bireylerin gönüllü çabalarının mutluluk düzeylerinde artışa neden olduğu anlamına gelmektedir. Yani bireyin faaliyetlerini bilinçli bir şekilde değiştirmek, ortam koşullarını değiştirmekten daha fazla mutluluğa neden olmaktadır. Fisher'a (2010: 392) göre ise; bireyleri mutlu eden ve bazı bireylerin neden diğerlerinden daha mutlu olduğuyla ilgili yapılan araştırmaların sonuçları da genel olarak şu şekildedir: (1) çevrede bulunan bir şey veya bireyin şartları mutluluk sağlar, (2) bireyin içindeki bir şey onları az ya da çok mutlu olmaya yatkın kılar, (3) bireyin ve durumun etkileşimi mutluluk yaratır ve (4) istemli davranışlar mutluluğu etkiler.

İş yeri mutluluğu ise; bireylerin işi ve yaşamı ile ilgili ne derece memnun olduklarını ifade eden bir kavramdır (Wesarat vd., 2014: 78). Caza ve Wrzesniewski (2013)'e göre yapılan iş, iyi olma halini üç şekilde etkilemektedir. Bunlardan ilki; bireyin yaptığı iş sözleşmesinin ekonomik açıdan hayatını etkilemesidir. İkincisi; yapılan işin niteliğinin bireyi psikolojik ve fizyolojik açıdan etkilemesidir. Üçüncüsü ise; çalışma bağlamının bireyin mutluluğunu çeşitli açılardan etkilemesidir (Caza ve Wrzesniewski, 2013: 697).

En basit tanımıyla iş; bireyin kendisine sunulan bir maaş karşılığında gösterdiği çabadır. Başka bir deyişle iş, insanların barınma ve yiyecek gibi zorunlu ihtiyaçlarını karşıladıkları temel bir araçtır. Bu ihtiyaçları karşılayabilmek, bireyin refahı için şarttır (Caza ve Wrzesniewski, 2013: 697).

4857 sayılı İş Kanunu'nun 8/I hükmüne göre iş sözleşmesi; "bir tarafın (işçi) bağımlı olarak iş görmeyi, diğer tarafın (işveren) da ücret ödemeyi üstlenmesinden oluşan sözleşmedir." Dolayısıyla iş sözleşmesi, bireyin yaşam kalitesini şekillendirmede önemli bir rol oynamaktadır, çünkü iş sözleşmesinin özel şartları bireyin iyi oluşunu etkilemekte ve bireylerin temel ihtiyaçlarının ve isteklerinin yerine getirilip getirilemeyeceğini belirlemektedir (Caza ve Wrzesniewski, 2013: 697).

Fisher'a (2010: 386) göre; örgütsel araştırmalardaki mutlulukla ilgili yapılar üç başlık altında toplanmakta ve incelenmektedir. Bunlardan ilki; geçici seviye, ikincisi; kişi seviyesi, üçüncüsü ise; birlik seviyesidir. Geçici seviye; bireylerin kişilik yapılarına göre farklılık gösteren anlık/geçici duygu durumlarını (sevinç, haz, mutluluk, memnuniyet vb.) içermektedir. Kişi seviyesi; birey düzeyinde tanımlanmış ve ölçülmüş mutlulukla ilişkili yapıları (işe bağlılık, iş doyumu, duygusal bağlılık) ve işteki tipik ruh halini içermektedir. Birlik seviyesi ise; takımlar, iş birimleri veya kuruluşlar gibi kolektif seviyedeki mutluluğu tanımlamaktadır. Fisher'a (2010: 388) göre iş yeri mutluluğunun unsurları iş tatmini, örgütsel bağlılık, işi benimseme, adanmışlık, zindelik, anlık odaklanma/içsel motivasyon ve işe dair duygular şeklindedir.

2.4. Öz Güven, Yaratıcılık ve Mutluluk Arasındaki İlişki

Öz güven, yaratıcılık ve mutluluk arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmalara, ulusal ve uluslararası literatürde rastlanamamıştır. Öz güven ile yaratıcılık, öz güven ile mutluluk ve yaratıcılık ile mutluluk arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmalar ise ulusal ve uluslararası literatürde yer almaktadır.

Öz güven ile yaratıcılık arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmalara ulusal literatürde rastlanmamakla birlikte, uluslararası literatürde bazı çalışmalar yer almaktadır. Goldsmith ve Matherly (1988); yaratıcılık ile öz saygı arasındaki ilişkiyi ölçmek amacıyla, Southeastern Üniversitesi'nde eğitim alan 118 öğrenci üzerinde bir araştırma yürütmüştür. Araştırmada, öz saygı ölçeğinin yanı sıra öz güven ölçeği de kullanılmış ve öz güven ile yaratıcılık arasında anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Öz güvenin alt kavramlarından biri olan öz saygı ile yaratıcılık arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmalar ise literatürde mevcuttur. Barbot (2018), gençlerde yaratıcılık ve öz saygı arasındaki ilişkiyi ölçmek amacıyla, Fransa'da eğitim alan toplamda 170 ortaokul ve lise öğrencisi üzerinde bir araştırma gerçekleştirmiştir. Yaratıcılığı üç ayrı boyutta (müzik, edebi/sözlü, grafik), öz saygıyı ise yedi ayrı boyutta (duygusal, fiziksel, sosyal, gelecek, akademik, yaratıcı, evrensel) ele alarak bir model geliştiren Barbot'a (2018) göre; katılımcılara verilen görevlere bağlı olarak öz saygı boyutlarından bir veya birkaçı ile yaratıcılık boyutlarından bir veya birkaçı arasında anlamlı ilişkiler bulgulanmıştır. Pretz ve Nelson (2017); öz yeterlik, zihin seti ve öz saygının yaratıcılık üzerindeki etkilerini ölçmek amacıyla, 102 lisans öğrencisi üzerinde bir araştırma yapmışlardır. Pretz ve Nelson'a (2017) göre; öz yeterlik ve öz saygı, yaratıcılık üzerindeki en güçlü belirleyicilerdir. Gerrard vd. (1996); çocuklardaki yaratıcılığın artırılmasında rekabet ve öz saygı aşılamanın rolünü araştırmak amacıyla, Kuzeydoğu Carolina'daki 103 ilkokul öğrencisi üzerinde bir araştırma yürütmüşlerdir. Gerrard vd.'ne (1996) göre; öz saygının içsel motivasyon ve yaratıcılık üzerinde olumlu yönde bir etkisi bulunmaktadır.

Öz güven ve mutluluk arasındaki ilişkiyi ele alan araştırmalar, ulusal ve uluslararası literatürde yer almaktadır. Erözkan vd. (2016); öz yeterlik, öz saygı ve mutluluk arasındaki ilişkiyi ölçmek amacıyla, 556 üniversite öğrencisi üzerinde bir araştırma yapmışlar ve öz güven ile mutluluk arasında anlamlı bir ilişki olduğunu bulgulamışlardır. Cheng ve Furnham (2002); kişilik, akran ilişkileri ve öz güvenin, mutluluk ve yalnızlık üzerindeki etkilerini ölçmek amacıyla, İngiltere'de eğitim alan 16-18 yaş aralığındaki 90 katılımcı üzerinde bir araştırma gerçekleştirmişler ve öz güvenin; mutluluk üzerinde hem doğrudan hem de düzenleyici değişken olarak anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

Yaratıcılık ile mutluluk arasındaki ilişkiyi inceleyen araştırmalar, ulusal ve uluslararası literatürde yer almaktadır. Bilgin (2017); psikolojik ve öznel iyi oluş bağlamında mutluluk ile yaratıcılık arasındaki ilişkiyi ölçmek amacıyla gerçekleştirdiği çalışmasında mutluluk ile yaratıcılık arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır. Ceci ve Kumar (2015); yaratıcı kapasitenin mutluluk, etki, motivasyon ve stres ile ilişkisini incelemek amacıyla 420 lisans öğrencisi üzerinde bir araştırma yapmışlardır ve yaratıcı kapasite ile mutluluk arasında doğrudan anlamlı bir ilişki bulunmadığı görülmüştür. Sindane'nin (2011); mutluluk, yaratıcılık, kişilik ve kontrol odağı arasındaki ilişkiyi ölçmek amacıyla gerçekleştirdiği çalışmada, yaratıcılık ile mutluluk arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Literatürde, yaratıcılık ile mutluluk arasında anlamlı bir ilişki olduğunu gösteren çalışmalar da mevcuttur. Jalali ve Heidari (2016); mutluluk, öznel iyi oluş, yaratıcılık ve iş performansı arasındaki ilişkiyi ölçmek amacıyla, okul öncesi öğretmenlerinin oluşturduğu 330 kişilik bir örneklem üzerinde araştırma gerçekleştirmişler ve mutluluk ile yaratıcılık arasında anlamlı bir ilişki bulmuşlardır. Yuan (2015); mutlu bireylerin daha yaratıcı faaliyetlerde bulunduğunu kanıtlamak amacıyla, Tavyan'da tasarım alanında faaliyet gösteren iki işletmede 180 çalışan üzerinde bir araştırma gerçekleştirmiş ve bireylerin öznel iyi olma hali ile yaratıcılıkları arasında anlamlı bir ilişki bulmuştur. Tan ve Majid (2011); öğretmenlerin yaratıcılık ve mutluluk algılarını ölçmek amacıyla 100 katılımcı üzerinde bir araştırma yapmışlar ve yaratıcılık ile mutluluk arasında anlamlı bir ilişki bulmuşlardır.

3. YÖNTEM

3.1. Araştırmanın Amacı, Evreni ve Örneklemi

Bu araştırmada; işletmelerde çalışanların öz güven, yaratıcılık ve mutluluk düzeylerinin incelenmesi, söz konusu değişkenler arasındaki ilişkilerin belirlenmesi ve bu doğrultuda bir model geliştirilmesi amaçlanmaktadır.

Araştırmanın örneklemi, Türkiye'de savunma sanayi alanında faaliyet gösteren kamu ve özel işletmelerdeki beyaz yakalı çalışanlar oluşturmaktadır. Araştırmaya toplamda 212 kişi katılmıştır. Özel sektörde çalışan katılımcılar 141 kişi, kamu sektöründe çalışan katılımcılar ise 71 kişidir. Araştırmada olasılıklı örnekleme yöntemlerinden biri olan basit tesadüfi örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Evren büyüklüğünün 114

işletmeden oluşması ve tüm işletmelerdeki çalışanlara ulaşmanın maliyet ve zaman açısından zor olması sebebiyle, araştırma evrenini oluşturan işletmeler arasında toplamda 500 ve üzeri çalışana sahip olan büyük ölçekli 6 işletme seçilerek, bu işletmelerdeki çalışanlar üzerinde anket uygulanmıştır. Anket uygulaması, 4-20 Mart 2019 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir.

3.2. Veri Toplama Araçları

Araştırmada veriler anket aracılığıyla toplanmıştır. Anketler mail yoluyla çalışanlara iletilmiş ve anket verileri elektronik ortamda toplanmıştır. Ankete katılım gönüllülük esasına göre gerçekleştirilmiştir. Bu bağlamda, verilen cevapların samimi ve güvenilir olacağı varsayılmıştır. Anket formlarının görsel açıdan dikkat çekebilmesi ve katılımcının anketi cevaplarırken sıkılmaması amacıyla renkli şekilde dört sayfadan oluşturulmuştur. Anket soruları; demografik sorular, öz güven değişkenini ölçen sorular, yaratıcılık değişkenini ölçen sorular ve mutluluk değişkenini ölçen sorular olmak üzere dört bölümden oluşmaktadır.

Öz Güven Ölçeği:

Öz güven değişkeninin ölçümü için kullanılan “Öz Güven Ölçeği”, Akın (2007) tarafından geliştirilmiş, 33 maddeden oluşan ve 5’li Likert tipi (1-Hiç, 5-Her Zaman) bir ölçme aracıdır. “İç öz güven” ve “Dış öz güven” olmak üzere iki boyuttan oluşmaktadır. Ölçeğin güvenilirlik çalışmasında, iç tutarlılık kat sayısının ölçeğin bütünü için .91, iç öz güven için .83 ve dış öz güven için .85 olduğu görülmüştür (Akın, 2007: 174).

Yaratıcılık Ölçeği:

Yaratıcılık değişkeninin ölçümü için kullanılan “Yaratıcılık Alanları Ölçeği”, Kaufman (2012) tarafından geliştirilmiş, 50 maddeden oluşan ve 5’li Likert tipi (1-Çok Daha Az Yaratıcıyım, 5-Çok Daha Fazla Yaratıcıyım) bir ölçme aracıdır. “Akademik”, “Bilimsel/Mekanik”, “Sanatsal Performans”, “Öz/Günlük” ve “Sanatsal” olmak üzere beş boyuttan oluşmaktadır. Türkçeye uyarlanması ve geçerlik/güvenirlik analizleri Şahin (2016) tarafından yapılmıştır. Ölçeğin güvenilirlik çalışmasında, alt faktörlerin α değeri .87 ile .77 aralığındadır. Ölçek genelinin güvenilirliği ise .90 olarak hesaplanmıştır (Şahin, 2016: 864). Bu çalışmada, Türkçeye uyarlanmış ölçek kullanılmıştır.

Mutluluk Ölçeği:

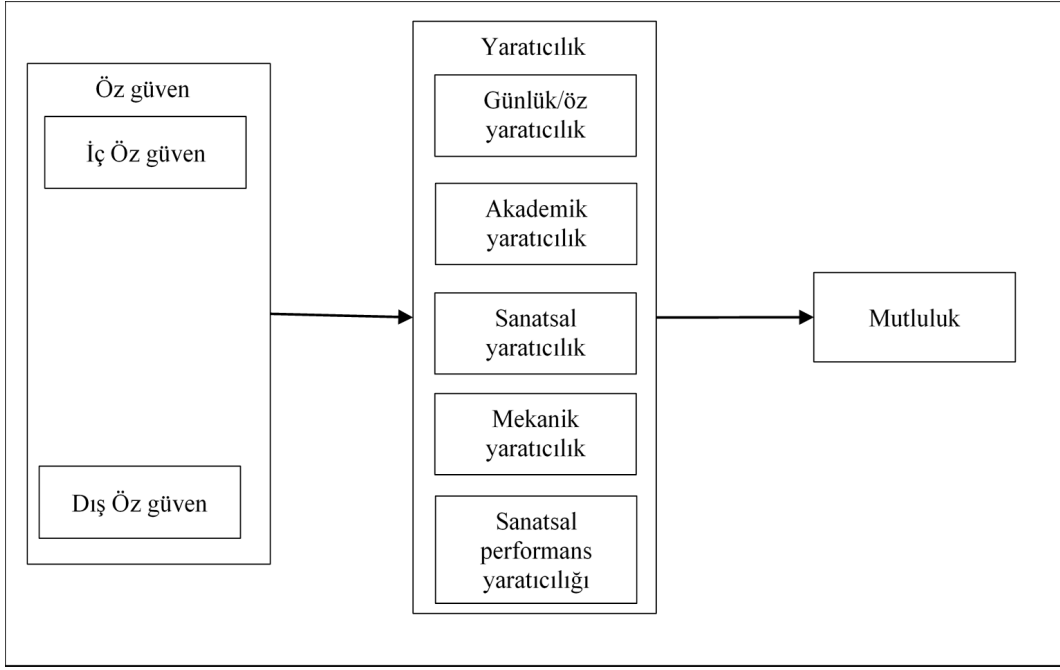
Mutluluk değişkeninin ölçümü için kullanılan “Oxford Mutluluk Ölçeği”, Hills ve Argyle (2002) tarafından geliştirilmiş, 29 maddeden oluşan ve 6’lı Likert tipi (1-Hiç Katılmıyorum, 6-Kesinlikle Katılıyorum) bir ölçme aracıdır. Türkçeye uyarlama, geçerlik ve güvenilirlik analizleri Doğan ve Çötök (2011) tarafından yapılmıştır. Uyarlama çalışmasında, iç tutarlık katsayısı .74 olarak bulunmuştur (Doğan ve Çötök, 2011: 168). Bu çalışmada, 5’li Likert (1-Hiç Katılmıyorum, 5-Kesinlikle Katılıyorum) tipine göre uyarlama yapılmış ve Türkçeye uyarlanmış ölçek kullanılmıştır.

3.3. Verilerin Analizi

Toplanan veriler AMOS (Analysis Moment of Structure) 23.0 programı ile analiz edilmiştir. Hipotezlerin test edilmesinde yapısal eşitlik modellemesi (YEM) kullanılmıştır. Yapısal eşitlik modellemesi kapsamında yapılan analizler için verilerin normal dağılım göstermesi nedeniyle maksimum olabilirlik (Maximum Likelihood) hesaplama yöntemi tercih edilmiştir. Aracılık etkisi ile ilgili hipotezler Baron ve Kenny (1986) yönteminin daha güvenilir sonuçlar veren bootstrap tekniği ile test edilmiştir.

3.4. Araştırma Modeli ve Hipotezler

Araştırmanın ana değişkenlerini oluşturan öz güven, yaratıcılık ve mutluluk arasındaki ilişkiyi ölçmek amacıyla geliştirilen modelde; öz güven ölçeğinin iki alt boyutu (iç ve dış öz güven), yaratıcılık ölçeğinin beş alt boyutu (günlük/öz, akademik, sanatsal, bilimsel/mekanik, sanatsal performans yaratıcılığı) ve tek boyutlu mutluluk ölçeği kullanılmıştır. Modele göre öz güven, bağımsız değişken; yaratıcılık, aracı/düzenleyici değişken ve mutluluk ise bağımlı değişkendir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Modele ilişkin geliştirilen hipotezler ise şu şekilde sıralanmaktadır;

H₁: Dış öz güven; günlük/öz yaratıcılığı (H1a), akademik yaratıcılığı (H1b), sanatsal yaratıcılığı (H1c), bilimsel/mekanik yaratıcılığı (H1ç) ve sanatsal performans yaratıcılığını (H1d) etkiler.

H₂: İç öz güven; günlük/öz yaratıcılığı (H2a), akademik yaratıcılığı (H2b), sanatsal yaratıcılığı (H2c), bilimsel/mekanik yaratıcılığı (H2ç) ve sanatsal performans yaratıcılığını (H2d) etkiler.

H₃: Günlük/öz yaratıcılık (H3a), akademik yaratıcılık (H3b), sanatsal yaratıcılık (H3c), bilimsel/mekanik yaratıcılık (H3ç) ve sanatsal performans yaratıcılığını (H3d), mutluluğu etkiler.

H₄: Günlük/öz yaratıcılık (H4a), akademik yaratıcılık (H4b), sanatsal yaratıcılık (H4c), bilimsel/mekanik yaratıcılık (H4ç) ve sanatsal performans yaratıcılığını (H4d), öz güven-mutluluk ilişkisine aracılık eder.

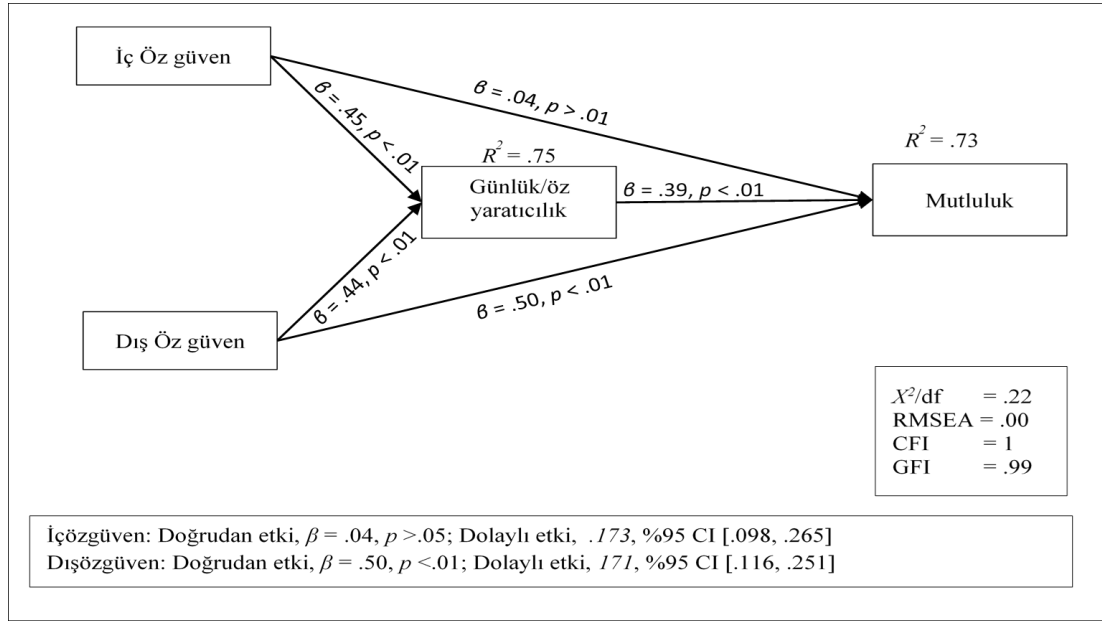
3.5. Bulgular

Araştırma örnekleminin %38,2'lik kısmı 20-30 yaş, %27,4'lük kısmı 31-40 yaş, %16'lık kısmı 41-50 yaş ve %18,4'lük kısmı 50 üzeri yaş grubundadır. Örneklemin %55,3'lük kısmını erkekler oluştururken, %46,7'lik kısmı ise kadınlardan oluşmaktadır. Eğitim durumlarına bakıldığında; %2,8'lik kısmın ilköğretim mezunu, %15,1'lik kısmın lise mezunu, %10,4'lük kısmın ön lisans mezunu, %48,6'lık kısmın lisans mezunu, %19,8'lik kısmın yüksek lisans mezunu, %3,3'lük kısmın ise doktora mezunu olduğu görülmektedir. Katılımcıların %33'ünün kamu sektöründe, %67'sinin ise özel sektörde çalıştığı görülmektedir. Son olarak katılımcıların toplam çalışma süresine bakıldığında ise; %11,4'lük kısmın 1 yıldan az, %28,1'lik kısmın 1-5 yıl, %15,7'lik kısmın 6-10 yıl, %44,8'lik kısmın 10 yıldan fazla süredir çalıştıkları görülmektedir.

Araştırmada öz güven, yaratıcılık alanları ve mutluluk değişkenleri arasındaki ilişkiler, yapısal eşitlik modellemesi (YEM) ile analiz edilmiştir. YEM analizi kapsamında ilk olarak dış ve iç öz güvenin bağımsız, beş yaratıcılık alanının aracı/düzenleyici ve mutluluğun ise bağımlı değişken olduğu bir aracı model test edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda; kurulan modelin uyum iyiliği değerlerinin kabul gören değerlere uygun olmadığı tespit edilmiştir ($\chi^2[10, N=212]=215.740, p<.01, \chi^2/df=21.574, RMSEA=.31, CFI=.86$ ve $GFI=.75$). Başka bir deyişle, kurulan yapısal modelin veriyle uyumlu olmadığı tespit edilmiştir. Bu sonucun üzerine anlamsız çıkan yollar ve değişkenler modelden çıkarılmış ve analiz tekrarlanmıştır. Bu işlemde sonra yenilenen yapısal eşitlik modeline ilişkin sonuçlar Şekil 2'de verilmiştir. Yenilenen modele ilişkin uyum iyiliği değerlerinin kabul gören değerlere uygun olduğu ($\chi^2[1, N=212]=.217, p>.05, \chi^2/sd=.217, RMSEA=.00, CFI=.1$ ve $GFI=.99$) ve modelin veri ile mükemmel uyum gösterdiği tespit edilmiştir. Yenilenen ve doğrulanmış yapısal modele ilişkin standart yol katsayıları (her biri anlamlı; $p<.01$) verilmiştir. Yenilenen yapısal model

incelendiğinde, iç öz güvenin ($\beta=.45, p<.01$) ve dış öz güvenin ($\beta=.44, p<.01$) günlük/öz yaratıcılığı olumlu yönde ve anlamlı düzeyde etkilediği görülmektedir. Dış öz güven, iç öz güven ile birlikte günlük/öz yaratıcılıktaki değişimin (varyansın) %75'ini açıklamıştır. Bu bulgular doğrultusunda H1a ve H2a hipotezleri desteklenmiş, buna karşın H1 ve H2 hipotezlerinin diğer alt hipotezleri reddedilmiştir. Günlük/öz yaratıcılığın ise, mutluluğu olumlu yönde ve anlamlı düzeyde etkilediği tespit edilmiştir ($\beta=.39, p<.01$). Modeldeki değişkenler mutluluktaki değişimin (varyansın) %73'ünü açıklamıştır. Bu bulgular doğrultusunda, yalnızca H3a hipotezi desteklenmiş, buna karşın H3 hipotezinin diğer alt hipotezleri reddedilmiştir. Yenilenen yapısal model incelendiğinde; günlük/öz yaratıcılığın dış öz güven ve iç öz güven ile mutluluk arasında aracılık rolü bulunduğu tespit edilmiştir. Aracılık modelleri, dolaylı etkilere ait bootstrap sonuçları ve doğrudan etkiler daha ayrıntılı incelendiğinde; dış öz güvenin hem doğrudan ($\beta=.50, p<.01$), hem de günlük/öz yaratıcılık vasıtasıyla (Dolaylı etki=.171, %95 CI [.116, .251]) mutluluk üzerinde etkili olduğu görülmüştür.

İç öz güvenin ise mutluluk üzerinde doğrudan etkisinin anlamlı olmadığı ($\beta=.04, p>.05$), buna karşın iç öz güvenin günlük/öz yaratıcılık vasıtasıyla mutluluk değişkenini etkilediği tespit edilmiştir (Dolaylı etki=.173, %95 CI [.098, .265]). Bu bulgular doğrultusunda yalnızca H4a hipotezi desteklenmiş, buna karşın H4 hipotezinin diğer alt hipotezleri reddedilmiştir. Bu bulgular, dış öz güven ve iç öz güvenin yaratıcılık alanlarından yalnızca günlük/öz yaratıcılık üzerindeki etkisinin anlamlı olduğunu, yaratıcılık alanlarından yalnızca günlük/öz yaratıcılığın mutluluk üzerindeki etkisinin anlamlı olduğunu ve son olarak öz güven ile mutluluk arasındaki ilişkide günlük/öz yaratıcılığın aracılık etkisinin olduğunu göstermektedir.



Not: Standardize edilmiş beta katsayı (β) değerleri raporlanmıştır. R^2 değerleri, açıklanan varyansı göstermektedir. RMSEA: Root Mean Square Error of Approximation; CFI: Comparative Fit Index; GFI: Goodness of Fit Index; CI: Alt ve üst güven aralığı.

Şekil 2. Doğrulanmış Yapısal Model

Şekil 2'de görüldüğü gibi, araştırmanın ana değişkenlerini oluşturan öz güven, yaratıcılık ve mutluluk değişkenlerinin alt boyutları ile birlikte ele alınarak birbirleriyle olan ilişkileri incelediğinde aşağıdaki bulgulara ulaşılmıştır:

- Öz güvenin alt boyutları olan iç öz güven ve dış öz güven; günlük/öz yaratıcılığı olumlu yönde ve anlamlı düzeyde etkilemektedir. Dış öz güven, iç öz güven ile birlikte günlük/öz yaratıcılıktaki değişimin %75'ini açıklamaktadır.
- Yaratıcılığın alt boyutlarından biri olan günlük/öz yaratıcılık; mutluluğu olumlu yönde ve anlamlı düzeyde etkilemektedir. Günlük/öz yaratıcılık, mutluluktaki değişimin %73'ünü açıklamaktadır.
- Günlük/öz yaratıcılığın; dış öz güven ve iç öz güven ile mutluluk arasında aracılık rolü bulunmaktadır.

- Dış öz güven hem doğrudan hem de günlük/öz yaratıcılık vasıtasıyla dolaylı olarak mutluluk üzerinde etkilidir.
- İç öz güven; günlük/öz yaratıcılık vasıtasıyla dolaylı olarak mutluluk üzerinde etkilidir. İç öz güvenin; mutluluk üzerinde doğrudan bir etkisi bulunmamaktadır.

4. SONUÇ VE TARTIŞMA

Yapılan araştırmada; işletmelerde çalışanların öz güven, yaratıcılık ve mutluluk düzeylerinin incelenmesi, bu değişkenler arasındaki ilişkilerin belirlenmesi ve bu doğrultuda bir model geliştirilmesi amaçlanmıştır. Bu amaç doğrultusunda, savunma sanayi alanında faaliyet gösteren kamu ve özel işletmelerde çalışan beyaz yakalılardan oluşan 212 kişilik bir örneklem, araştırma analizlerine dahil edilmiştir. Analiz sonucunda oluşturulan modele göre; öz güvenin alt boyutları olan iç ve dış öz güvenin, yaratıcılığın alt boyutlarından biri olan günlük/öz yaratıcılık aracılığıyla mutluluğu etkilediği tespit edilmiştir. İç öz güven, günlük/öz yaratıcılık aracılığıyla mutluluk üzerinde dolaylı bir etkide bulunurken; dış öz güven hem günlük/öz yaratıcılık aracılığıyla dolaylı olarak hem de doğrudan mutluluk üzerinde etkilidir.

Araştırmada, çalışanların öz güven düzeylerinin ölçülmesi amacıyla kullanılan ölçeğin “iç öz güven” ve “dış öz güven” olmak üzere iki boyutu bulunmaktadır. İç öz güven; bireyin çocukluğundan itibaren kişilik faktörlerinin ve çevre faktörlerinin (geçmişe dair anılar, ebeveynlerin tutumu, yetiştirilme tarzı gibi) etkisiyle geliştirmiş olduğu bir öz güven çeşidi olup, işletmelerin müdahale edebileceği bir alan değildir. Ancak dış öz güven; bireyin çevresiyle etkileşimi sonucunda geliştirdiği ve zaman içerisinde değişim gösterebilen ve müdahale edilebilen psiko-sosyal yönlü bir alandır.

Araştırmada, çalışanların yaratıcılık düzeyinin ölçülmesi için kullanılan ölçeğin, “günlük/öz yaratıcılık”, “akademik yaratıcılık”, “sanatsal yaratıcılık”, “bilimsel/mekanik yaratıcılık” ve “sanatsal performans yaratıcılığı” olmak üzere beş boyutu bulunmaktadır. Günlük/öz yaratıcılık; bireyin çevresindeki diğer bireylerle olan sosyal ilişkilerindeki başarıdan, insanlara yardımcı olma konusundaki yeteneğinden, başkalarına bir işin nasıl yapılacağını öğretme yeteneğinden ve iş-özel yaşam dengesini sürdürme konusundaki becerisinden oluşmaktadır. Akademik yaratıcılık; makale veya araştırmaları en iyi olasılıklar dahilinde sentezleme, kolay olmayan bir konuda farklı kaynak türlerini kullanarak bir konuyu araştırma, bir tartışmaya uygun yanıt oluşturma ve bu yanıtı tartışabilme, güncel olmayan bir konuda yenilikçi bir yöntem sunma, bir dergi veya haber bülteni için yazı yazma ve bir kitapta yer alan temaları analiz etme becerisinden oluşmaktadır. Sanatsal yaratıcılık; bir kişi veya objenin taslağını çıkarma, bir çömlek parçası veya heykel yapma, geometrik tasarımların resmini çizme, ilginç bir bakış açısı kullanarak ve tema oluşturarak fotoğraf çekebilme gibi becerilerden oluşmaktadır. Bilimsel/ mekanik yaratıcılık; robot yapma, bir bilgisayar programı yazma, makineleri sökme/takma ve nasıl çalıştığını ortaya çıkarma, bilimsel bir deneyin tasarımına ve yapılmasına yardımcı olma, matematik ve geometri bulmacalarını çözme gibi becerilerden oluşmaktadır. Sanatsal performans yaratıcılığı ise; orijinal bir şarkı besteleme, bir müzik aletini nasıl çalacağını öğrenme ve topluluk önünde çalma, bir şiir yazma ve kafiyeler oluşturma, bir şarkı sözü yazma ve bir oyunda oyunculuk yapma becerilerinden oluşmaktadır.

Araştırmada, çalışanların mutluluk düzeyinin ölçülmesi için kullanılan ölçeğin ise boyutu bulunmamaktadır.

Öz güven, yaratıcılık ve mutluluk kavramları birlikte ele alındığında, bir bireyin yaptığı göreve ilişkin kendini yetkin ve yeterli görmesi öz güven düzeyini yükseltmekte, yaptığı göreve ilişkin yenilikçi fikirlere sahip olması yaratıcılığını artırmakta ve bu iki değişken düzeyinin artması sonucunda bireyin mutluluk düzeyi de doğru orantılı olarak yükselmektedir. Çalışanların mutluluğuna bir sonuç yani ulaşılabilecek bir amaç olarak bakıldığında, işletmelerin öncelikle bireyin öz güvenini destekleyici ve yaratıcılık düzeyini artırıcı çalışmalar yapması gerektiği söylenebilir.

Örgütsel düzeyde öz güveni ve yaratıcılık düzeyini arttırmak için, öncelikle çalışanlara bireysel anlamda kendi yaratıcı amaçlarını oluşturmaları konusunda olanak sağlanmalıdır. Bu doğrultuda çalışanlara, kendi uzmanlık alanları ile ilgili yeni fikirlere açık olma, farklı düşünme becerilerini geliştirme ve fikirlerini özgürce paylaşabilmelerini sağlayan kendine güven duygusunu geliştirme konusunda gelişim ve bilgilendirme seminerleri düzenlenmelidir. Böylece çalışanlar üstlendikleri görev ile ilgili farklı düşünme perspektifi kazanabilir ve öz güven düzeyleri ile içsel motivasyonları artabilir (Greenberg, 2002: 320-321). Bir diğer öneri ise iş rotasyonu uygulamasıdır. İş rotasyonu ile çalışanlar, farklı iş deneyimi olan takım arkadaşları ile

çalışmak ve onlardan yeni bilgiler öğrenmek için daha fazla fırsata sahip olabilirler ve yaratıcılıkları gelişebilir. Çalışanlar böylece yeni fikirler geliştirmek, yeni ürün ve hizmetler uygulamak için daha fazla şansa sahip olabilirler (Wang ve Tsai, 2014: 333). Özellikle yaptığı göreve ilişkin zorluklardan hoşlanan ve işinde yükselmek için çaba harcayan çalışanlar için, yüksek iş karmaşıklığı seviyeleri yaratmak da bir öneri olarak sunulabilir. Karmaşıklığı yüksek işler, yüksek seviyede yaratıcılığa yol açabilir. Çünkü iş karmaşıklığı, çalışanlara üstlendikleri göreve ilişkin özerklik sağlamakta ve çeşitli becerilerini kullanma fırsatı yaratmaktadır (Zhou ve Shalley, 2011: 284).

Örgütlerde çalışanların öz güvenlerinin ve yaratıcılıklarının geliştirilmesinde hızlı gelişimden söz etmek zordur. Yaratıcılık ve öz güven ile ilgili eğitim programları, takım oluşturma ve liderlik gelişimi gibi yaklaşımlar, uzun vadede örgütlerde yaratıcılığın aynı düzeyde sürdürülmesine katkı sağlamamaktadır. Bunun sebebi, herhangi bir alt sistemdeki müdahalelerin diğer alt sistemlerdeki değişikliklerle güçlendirilmemesinden kaynaklanmaktadır. Örgütün sahip olduğu kültür, yaratıcı insanları teşvik edici bir yaklaşıma karşı olduğunda, çalışanları yaratıcı olmaya özendirmeye çalışmak anlamsız olacaktır (Tan, 1998: 28). Mumford ve Gustafson (1988: 37), bireylerin yaratıcılık yeteneğine sahip olduklarında bile, bunu yapma isteklerinin örgütsel iklime bağlı olduğunu iddia etmiştir. Yaratıcı bireylerin çalıştıkları kurumlara katkıda bulunabilmeleri için elverişli çalışma ortamına, destekleyici liderliğe, organik örgüt yapısı ve sistemlerine ihtiyaç vardır (Tan, 1998: 28). Bu bağlamda, örgüt düzeyinde öz güven ve yaratıcılığın geliştirilmesinde liderliğin rolü de önemli görülmektedir. Çalışanların yaratıcılık potansiyelinin artırılması için dönüşümcü liderlik modeli önerilmektedir. Örgüt temelli benlik saygısı düşük olan çalışanlara, yöneticileri ne kadar çok dönüşümsel liderlik sergilerse, çalışanların yenilikçi davranışlarının da o kadar artacağı savunulmaktadır (Anderson vd., 2014: 9).

İşletmelerde insan kaynakları departmanları ile çalışanları bir kaynak olarak gören, onlara değer veren ve bu kaynağa yatırım yapan insan kaynakları anlayışının çalışanların öz güven, yaratıcılık ve mutluluk düzeyleri üzerinde rolü olduğu düşünülmektedir. İşletmelere alanında uzman ve yetkin olan çalışanların kazandırılması, performanslarının değerlendirilmesi, çalışan psikolojisinin ölçülmesi, eğitim-geliştirme ve ödüllendirme gibi süreçlerde insan kaynakları departmanının rolü büyüktür.

Araştırma evrenini oluşturan savunma sanayi sektörü, rekabetin ve inovasyonun yoğun olduğu bir sektördür. Dolayısıyla, yeni fikirler ve ürünler üretilmesi için yetkin çalışanlara ihtiyacı vardır. Yetkin çalışanların işletmeye kazandırılmasının ardından, mevcut çalışanların performans değerlendirmelerinin objektif olarak yapılabilmesi bir sistemin olması ve çalışanlara işleri ile ilgili gerekli uzmanlık ve koçluk desteğini sağlamak da önem taşımaktadır. Dış öz güven boyutunun bireyin çevresiyle etkileşimi sonucunda geliştirdiği psiko-sosyal yönlü bir alan olduğu ele alındığında, gerek objektif bir performans değerlendirme sistemi gerekse örgütsel adaletin temsili sunan adil ödüllendirme sistemleri çalışanların öz güven düzeylerini ve dolayısıyla mutluluklarını etkileyecektir.

Bireyin örgüt içi sosyal ilişkilerindeki başarısı, başkalarına bir işin nasıl yapılacağını öğretme yeteneği ve iş-özel yaşam dengesini sürdürme konusundaki becerisi, örgüt ortamında sağlanan koşullara bağlıdır. Bu nedenle çalışanların günlük/öz yaratıcılık düzeylerini geliştirecek veya yaratıcılıklarının ortaya çıkmasına yardımcı olacak örgütsel koşulların izlenmesi, gerekirse çalışanlara özgü yeni ve esnek çalışma sistemlerine geçilmesi ve yaratıcılık ikliminin geliştirilmesi gerekmektedir.

Bu destekleyici örgütsel koşullarla birlikte çalışanın yaptığı işi sevmesinin, o işte yetkin olduğunu düşünmesinin, kendisini değerli hissetmesinin, iş arkadaşlarıyla pozitif ilişkiler kurmasının, yaratıcılık potansiyelini örgüt içerisinde kullanabilmesinin ve performansının ödüllendirilmesinin mutluluğunu artırdığı söylenebilmektedir.

Son olarak, gelecekte yapılacak çalışmalar adına bazı öneriler sunulmaktadır. Araştırma evreninin savunma sanayi alanındaki çalışanlardan oluşması, bu çalışmada bilimsel/mechanik yaratıcılık ve öz/günlük yaratıcılık boyutlarının önem ve öncelik taşınmasına neden olmaktadır. Sanatsal yaratıcılık, akademik yaratıcılık ve sanatsal performans yaratıcılığı üzerindeki etkiler, örneklemin seçildiği sektöre göre olumlu veya olumsuz yönde değişebilir. Dolayısıyla, farklı sektörlerde faaliyet gösteren işletmelerden örneklem seçilerek araştırma uygulanabilir ve sektörler arasında karşılaştırma yapılabilir.

Araştırmada demografik değişkenlerin (cinsiyet, medeni durum, yaş, eğitim durumu, çalışma süresi, sektör) model üzerindeki etkisi istatistiksel olarak incelenmemiştir. Oluşturulan model üzerinde, demografik değişkenlerin aracı/düzenleyici değişken olarak rolü incelenebilir ve yeni bir model geliştirilebilir.

Yönetim uygulamalarının ve insan kaynakları departmanlarının öz güven, yaratıcılık ve mutluluk üzerindeki rolüne ilişkin öneriler sunulmuş ancak bunlar istatistiksel olarak incelenmemiştir. İnsan kaynakları yönetiminde yeni bir yaklaşım olan “yetkinlik” kavramının çalışanların öz güven, yaratıcılık ve mutluluğu üzerindeki etkisi model üzerinde incelenebilir ve uygulamaya yönelik yeni bir model geliştirilebilir.

Bu araştırmanın örneklemini büyük ölçekli işletmeler oluşturmaktadır. Aynı araştırmanın orta veya küçük ölçekli işletmelerde yapılmasının uygulamaya yönelik olarak farklı öneriler ve çözüm yolları oluşturmada katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

KAYNAKÇA

- Akın, A. (2007). Öz Güven Ölçeği'nin Geliştirilmesi ve Psikometrik Özellikleri, *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 7 (2), 167-176.
- Amabile, T. M., Conti, R. Coon, H., Lazenby J. ve Herron, N. (1996). Assessing the Work Environment for Creativity, *Academy of Management Journal*, 39 (5), 1154-1184.
- Amabile, T. M. (1997). Motivation Creativity in Organizations: On Doing What You Love and Loving What You Do, *California Management*, 40 (1), 39-58.
- Anderson, N., Potocnik, K. ve Zhou, J. (2014). Innovation and Creativity in Organizations: A State of the Science Review, Prospective Commentary, and Guiding Framework, *Journal of Management*, 40 (5), 1-37.
- Barbot, B. (2018). Creativity and Self-esteem in Adolescence: A Study of Their Domain-Specific, Multivariate Relationships, *Journal of Creative Behavior*, 2018, 1-14.
- Bilgin, D. (2017). Understanding the Relationship between Happiness and Creativity in terms of the Dimensions of Psychological and Subjective Well-being, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, İstanbul Bilgi Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Burton, K. ve Platts, B. (2006). *Building Confidence for Dummies*, West Sussex, John Wiley & Sons.
- Caza, B. B. ve Wrzesniewski, A. (2013). How Work Shapes Well-Being, David, S. A., Boniwell, I. and Ayers, A. C. (Ed.), *The Oxford Handbook of Happiness*, Oxford, Oxford University Press, 693-710.
- Ceci, M. W. ve Kumar, V. K. (2015). A Correlational Study of Creativity, Happiness, Motivation, and Stress from Creative Pursuits, *Journal of Happiness Studies (Online Publishing)*, 15 (6), 1-21.
- Cheng, H. ve Furnham, A. (2002). Personality, Peer relations, and Self-confidence as predictors of Happiness and Loneliness. *Journal of Adolescence*, 25 (3), 327-339.
- Diener, E., Sandvik, E. ve Pavot, W. (1991). Happiness is the Frequency, not the Intensity, of Positive versus Negative Affect, Strack M. A. and Schwarz N. (Ed.), *Subjective Wellbeing: An Interdisciplinary Perspective*, New York, Pergamon Press, 119-139.
- Diener, E. ve Diener, C. (1996). Most People are Happy, *American Psychological Society*, 7 (3), 181-185.
- Doğan, T. ve Çötök, N. (2011). Oxford Mutluluk Ölçeği Kısa Formunun Türkçe Uyarlaması: Geçerlik ve Güvenirlilik Çalışması, *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 4 (36), 165-172.
- Erözkan, A., Doğan, U. ve Adıgüzel, A. (2016). Self-efficacy, Self-esteem, and Subjective Happiness of Teacher Candidates at the Pedagogical Formation Certificate Program, *Journal of Education and Training Studies*, 4 (8), 72-82.
- Feist, G. J. (2010). The Function of Personality in Creativity, Kaufman J. C. and Sternberg R. J. (Ed.), *The Cambridge Handbook of Creativity*, New York, Cambridge University Press, 113-130.
- Fisher, C. D. (2010). Happiness at Work, *International Journal of Management Reviews*, 12 (2010), 384-412.

- Gardner, D. G. ve Pierce, J. L. (2015). Organization Based Self-Esteem in Work Teams, *Group Processes & Intergroup Relations*, 19(3), 1-15.
- Gerrard, L. A., Poteat, G. M. ve Ironsmith, M. (1996). Promoting Children's Creativity: Effects of Competition, Self-Esteem, and Immunization, *Creativity Research Journal*, 9 (4), 339-346.
- Goldsmith, R. E. ve Matherly, M. A. (1988). Creativity and Self-Esteem: A Multiple Operationalization Validity Study. *The Journal of Psychology*, 122 (1), 47-56.
- Greenberg, J. (2002), *Managing Behavior in Organizations (Third Edition)*, New Jersey, Pearson Prentice Hall.
- Greenacre, L., Tung, N. M. ve Chapman, T. (2014). Self Confidence, and The Ability to Influence, *Academy of Marketing Studies Journal*, 18 (2), 169-180.
- Hills, P. ve Argyle, M. (2002). The Oxford Happiness Questionnaire: A Compact Scale for the Measurement of Psychological Well-being, *Personality and Individual Differences*, 33 (2002), 1073-1082.
- İş Kanunu, (4857/2003), <https://www.mevzuat.gov.tr/MevzuatMetin/1.5.4857.pdf> (Erişim tarihi: 11 Kasım 2019).
- Jalali, Z. ve Heidari, A. (2016). The Relationship between Happiness, Subjective Well-being, Creativity and Job Performance of Primary School Teachers in Ramhormoz City, *International Education Studies*, 9 (6), 45-52.
- Kaufman, J. C. (2012). Counting the Muses: Development of Kaufman Domains of Creativity Scale, *Psychology of Aesthetics Creativity and the Arts*, 6 (4), 298-308.
- Lyubomirsky, S., Sheldon, K. M. ve Schkade, D. (2005). Pursuing Happiness: The Architecture of Sustainable Change, *Review of General Psychology*, 9 (2), 111-131.
- McKay, M. ve Fanning, P. (2018). *Özgüven*, Çev. Fatoş Gaye Atay, Ankara, Arkadaş Yayınevi.
- Miao, F. F., Minkyung, K. ve Oishi, S. (2013). Subjective Well-being, David, S. A., Boniwell, I. and Ayers, A. C. (Ed.), *The Oxford Handbook of Happiness*, Oxford, Oxford University Press, 174-184.
- Mumford, M. D. ve Gustafson, S. B. (1988). Creativity Syndrome: Integration, Application, and Innovation. *American Psychological Association*, 103 (1), 27-43.
- Pierce, J. L. ve Gardner, D. G. (2004). Self-Esteem within the Work and Organizational Context: A Review of the Organization-Based Self-Esteem Literature, *Journal of Management*, 30 (5), 591-622.
- Pierce, J. L., Gardner, D. G., Cummings, L. L. ve Dunham, R. B. (1989). Organization Based Self-Esteem: Construct Definition, Measurement and Validation, *Academy of Management Journal*, 32 (3), 622-648.
- Pretz, J. E. ve Nelson, D. (2017). Creativity is Influenced by Domain, Creative Self-Efficacy, Mindset, Self-Efficacy, and Self-Esteem, Karwowski, M. and Kaufman, J. C. (Ed.), *The Creative Self*, London, Elsevier, 155-170.
- Sert, A. E. (2019). Çalışanların Öz Güven ve Yaratıcılık Düzeylerinin Mutlulukları Üzerindeki Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Alan Araştırması, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Sindane, L. M. (2011). The Relationship between Happiness, Creativity, Personality and Locus of Control in Ireland for Those who are Employed and Unemployed, Yayımlanmamış Lisans Tezi, Dublin, DBS School of Arts.
- Slovan, J., Garratt, D., Guest, J. (2018). *Economics (Tenth Edition)*, Essex, UK, Pearson Education Limited.
- Sternberg, R. J., Lubart, T. I., Kaufman J. C., Pretz J. E. (2005). Creativity, Holyoak K. J. and Morrison, R. G. (Ed.), *The Cambridge Handbook of Thinking and Reasoning*, New York, Cambridge University Press, 351-369.
- Şahin, F. (2016). Kaufman Yaratıcılık Ölçeği'nin Türkçeye Uyarlanması ve Psikometrik Özelliklerinin İncelenmesi, *Elementary Education Online*, 15 (3), 855-867.

- Tan, A. ve Majid, D. (2011). Teachers' Perceptions of Creativity and Happiness: A Perspective from Singapore, *Procedia Social and Behavioral Sciences*, 15 (2011), 173-180.
- Tan, G. (1998). Managing Creativity in Organizations: A Total System Approach, *Creativity and Innovation Management*, 7 (1), 23-31.
- Tierney, P. (2008). Leadership and Creativity, Zhou J. and Shalley, C. E. (Ed.), *Handbook of Organizational Creativity*, New York, Taylor & Francis Group, 95-123.
- Wang, C. J. ve Tsai, C. Y. (2014). Managing Innovation and Creativity in Organizations: An Empirical Study of Service Industries in Taiwan, *Service Business*, 8 (2), 313-335.
- Wesarat, P., Sharif, M. Y. ve Majid, A. H. (2014). A Conceptual Framework of Happiness at the Workplace. *Asian Social Science*, 11 (2), 78-88.
- West, M. A. (2003). Innovation Implementation in Work Teams, Paulus, P. B. and Nijstad, B. A. (Ed.), *Group Creativity: Innovation Through Collaboration*, New York, Oxford University Press, 245-276.
- Woodman, R. W., Sawyer, J. E. ve Griffin R. W. (1993). Toward A Theory of Organizational Creativity, *The Academy of Management Review*, 18 (2), 293-321.
- Yuan, L. (2015). The Happier One Is, the More Creative One Becomes: An Investigation on Inspirational Positive Emotions from Both Subjective Well-Being and Satisfaction at Work, *Scientific Research Publishing (Online Publishing)*, 2015 (6), 201-209.
- Zhou, J. ve Shalley, C. E. (2011). Deepening Our Understanding of Creativity in The Workplace: A Review of Different Approaches to Creativity Research, Zedeck, S. (Ed.), *APA Handbook of Industrial and Organizational Psychology (Volume One)*, Washington, American Psychological Association, 275-302.