

DOI Number: 10.29064/ijma.660939

**AKADEMİSYENLERİN SÜRDÜRÜLEBİLİRLİK ALGILARININ SOSYAL
YENİLİKÇİLİK DAVRANIŞLARI ÜZERİNDEKİ ETKİSİNDE BİREYSEL
YARATICILIĞIN ARACILIK ROLÜ***THE EFFECT OF SUSTAINABILITY PERCEPTIONS OF ACADEMICANS ON
SOCIAL INNOVATION BEHAVIOR INTERMEDIATE ROLE OF INDIVIDUAL
CREATIVITY***Dr. Dilek ESEN¹****Doç. Dr. Murat ESEN²****Doç. Dr. Gönül KAYA ÖZBAĞ³****ÖZET**

Bu araştırmada, sürdürülebilirlik algısı ve sosyal yenilikçilik davranışı ilişkisinde, bireysel yaratıcılığın aracı rolünün olup olmadığının ortaya konulması amaçlanmıştır. Üniversitelerin sürdürülebilirlik, sosyal yenilikçilik ve bireysel yaratıcılık konularındaki çabaları faydaya dönüştürme noktasında önemli rolleri olduğu, bu kurumlarda görev yapan akademisyenlerin ise farkındalık düzeylerinin nispeten daha yüksek olduğu düşünülmüştür. Bu nedenle araştırmanın evreni, 2018-2019 yılında Türkiye'deki devlet üniversitelerinde görev yapan akademisyenlerden oluşmaktadır. Katılımcılar kolayda örneklem yöntemi seçilmiştir. Verilerin toplanmasında, Sürdürülebilirlik Algısı Ölçeği (Kaya, 2013), Sosyal Yenilikçilik Ölçeği (Halaç ve diğerleri, 2014), Bireysel Yaratıcılık Ölçeği (Tierney, 1999) kullanılmıştır. Analizler, 139 soru formu üzerinden yapılmıştır. Çalışmanın hipotezleri test etmek amacıyla Anova testi, t testi, korelasyon ve aracı değişken analizleri SPSS 23.0 programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Elde edilen bulgulara göre, Sürdürülebilirlik Algısının, Sosyal Yenilikçilik ve Bireysel Yaratıcılık üzerinde, Bireysel Yaratıcılığın ise Sosyal Yenilikçilik üzerinde anlamlı etkisi olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, Sürdürülebilirlik Algısı ve Sosyal Yenilikçilik ilişkisinde Bireysel Yaratıcılığın kısmi aracılık etkisinin olduğu bulgulanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Sürdürülebilirlik Algısı, Sosyal Yenilikçilik, Bireysel Yaratıcılık, Akademisyen

Jel Kodları: M10, M14, O31

ABSTRACT

In this paper, it is intended to explore whether individual creativity has a mediating impact in the relationship between perception of sustainability and social innovation behavior. It is considered that universities have an important role in turning efforts on sustainability, social innovation and individual creativity into benefits, and the awareness level of academicians working in these institutions is relatively higher. Therefore, the universe of research consists of academics who work at state universities in Turkey during the 2018-2019 academic year. Participants were chosen through easy accessible sampling. Sustainability Perception Scale (Kaya, 2013), Social Innovation Scale (Halaç et al., 2014) and Individual Creativity Scale (Tierney, 1999) were used to collect data. The analyzes were conducted on 139 questionnaires. Anova test, t test, correlation and mediator variable analysis were performed by using SPSS 23.0 program to test the hypotheses of the study. According to the results, Perception of Sustainability has a significant influence both on Social Innovation and Individual Creativity while Individual Creativity has a significant effect on Social Innovation. In addition, Individual Creativity was seemed to be the partial mediator in the relationship between Perception of Sustainability and Social Innovation.

Key Words: Sustainability Perceptions, Social Innovation, Individual Creativity, Academicians

Jel Kodes: M10, M14, O31

¹ Dokuz Eylül Üniversitesi İzmir Meslek Yüksek Okulu, esendilek@gmail.com

² Katip Çelebi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, muratesentr@gmail.com

³ Kocaeli Üniversitesi Denizcilik Fakültesi, gonulozbag@gmail.com

GİRİŞ

Modern Dünya’da yaşanan ekonomik, ekolojik ve toplumsal sorunlar, mevcut iş yapma biçimlerinin ve yöntemlerinin sorgulanmasına, sürdürülebilirlikle ilgili çabaların gündem olmasına neden olurken, sosyal yenilikçilik ve bireysel yaratıcılığın sürdürülebilirlikle ilişkisi dikkat çekmeye başlamaktadır. Sürdürülebilirlik, sosyal yenilikçilik ve bireysel yaratıcılık değişkenlerinin birbirleriyle olan ilişkisinde, özellikle sürdürülebilirlik ve sosyal yenilikçilik konularının birbirleri için itici ve çekici güçler olduğu; mevcut yöntemlerin değişmesini, yaratıcılığı ve yenilikleri gerekli kılan sosyal yeniliklerin, sürdürülebilirlik çalışmalarına önemli katkılar sağladığı ifade edilmektedir (OECD, 2011). Bu katkıları sayesinde, sosyal yenilikler, toplumların kendi kendisini tedavi etmesi açısından önemli bir araç olarak görülmektedir (Koç, 2010:208). Sürdürülebilirlik tarafından bakıldığında ise, sürdürülebilirliğin bireysel ve toplumsal alanlarda gelecek kuşakları düşünerek yaptığı iyileştirme çalışmaları, mevcut iş yapma yöntemlerini fırsat eşitliği sağlayacak şekilde toplum lehine düzenlemesi ve tüm bu çabalar sonucu ortaya çıkan sonuçlar, sosyal yeniliğe hizmet eden çıktılar olarak değerlendirilebilir.

Sürdürülebilirlik ve sosyal yenilikle ilgili çalışmalar fayda sağlanması düşünülen paydaş grupları ve elde edilmesinin amaçlandığı çıktılar açısından önemli ölçüde benzerlikler taşımaktadır. Sürdürülebilirlik ve sosyal yenilikle ilgili çalışmalar incelendiğinde (Vehkamki, 2005; Mileti, 1999; Mulgan ve Trucker, 2007) her iki düşüncenin ortak paydaş grubunun, bireyler ve toplumlardan oluştuğu görülmektedir. Toplumların öznel iyi oluşu (Vehkamki, 2005:1), yaşam kalitesinin korunup artırılması, toplumlar ve nesiller arası eşitliğin sağlanması (Mileti, 1999:31-33), farklılıkların yönetimi, yaşlanan işgücü (Mulgan ve Trucker, 2007:9) vb. gibi konular sosyal yenilik ile sürdürülebilirlik düşüncesinin ortak çalışma alanlarını oluşturmaktadır.

Bireysel yaratıcılık, değişime ayak uydurmak, sürdürülebilirliği sağlamak, ekolojik, ekonomik ya da sosyal içerikli pek çok konuda yenilikler yapabilmek adına önemli bir başlatıcıdır. Başka bir ifadeyle, bireysel yaratıcılık, sosyal yenilik ve sürdürülebilirlik düşüncesinin içinde temel öge olarak yerini almaktadır. Yönetim literatüründe yaratıcılık ve yenilik ilişkisi sıklıkla tartışılmakta ve genel olarak yaratıcılık, yeniliğin birinci aşaması olarak görülmektedir (Scott ve Bruce, 1994; Shalley ve Gilson, 2004; Anderson ve diğerleri, 2014; Hon ve Liu, 2016:864). Problemlerin çözülmesi, ihtiyaçların giderilmesi, toplumların gelişmesi gibi ortak amaçlara katkı sağlayan yaratıcılık ve yenilik kavramları, zaman zaman birbirlerinin yerine kullanılabilir (Kanbur ve Özyer, 2016: 267). Oysa bu kavramlar birbirlerinden farklı anlamlar içermektedir. Yaratıcılık, yeni olguların düşünülmesi, fikirlerin üretilmesi ve geliştirilmesiyle ilgili olup, bireysel beceri, kabiliyet ve yetenek gereksinimlerinin ön planda olduğu bir kavramdır. Yenilik kavramı ise düşünülen olguların gerçekleştirilmesi, üretilen fikirlerin uygulamaya konulmasıyla ilgilidir. Dolayısıyla yeniliğin söz konusu olduğu durumlar, daha çok grup çalışmaları ve uygulamaları sonucunda ortaya çıkmaktadır (Yeloğlu, 2007:149).

Bu araştırmada, sürdürülebilirlik algısının sosyal yenilikçilik davranışı üzerindeki etkisinde, bireysel yaratıcılık düzeyinin aracılık rolü etkisi oluşturup oluşturmadığı sorgulanmıştır. Ulusal yazında bireysel yaratıcılık ve sosyal yenilik ile ilgili sınırlı sayıdaki araştırmanın yanı sıra, sürdürülebilirlik algısı, sosyal yenilikçilik davranışı ve bireysel yaratıcılık değişkenlerinin birlikte irdelendiği araştırmalar yeni bir araştırma konusu olarak dikkat çekmektedir. Sürdürülebilirlik ve sosyal yenilikçilik ticari kaygıdan ziyade, bir anlam yaratma çabası ve “başkaları için fayda yaratacak ne yapabilirim?” sorusuna cevap aramak üzerine kurgulanmıştır. Bu noktada, üniversite gibi kurumlar bu çabaların katma değere dönüşmesi için uygun ortamı yarattığı (ASO Company, [http:// asocompany. com.tr/](http://asocompany.com.tr/)

sürdürülebilirlik - sosyal-yenilikden-geciyor/), akademisyenlerin ise bu konularda farkındalığı nispeten daha yüksek bir grubu oluşturduğu varsayıldığından, araştırma akademisyenler üzerinde yürütülmüştür.

1. Literatür Taraması

Bu kısımda araştırmanın değişkenleri olan sürdürülebilirlik, sosyal yenilikçilik, bireysel yaratıcılık ve bu üç değişkenin ilişkisi ile ilgili literatüre yer verilecektir.

1.1. Sürdürülebilirlik

Sürdürülebilirlik sözcüğü köken olarak Latince “sustenere” kelimesinden gelmektedir. “Sustenere” geniş anlamda “düşmekten, yıkılmaktan korunmak için desteklenmek”; dar anlamda da “yaşamsal garanti” anlamında kullanılmaktadır (Hülsmann ve Grapp, 2005:2). Kavramın tarihsel gelişimini Aristotel’in “household” kavramına dayandırmak mümkündür. Sürdürülebilirlik kavramı 12. Yüzyılda, ormancılık sektöründe, ağaç tüketimi ile yeniden üretimi arasındaki dengeleme gereksinimini vurgulamak amacıyla (Filho, 2000:9); yaşam için gerekli olan şeyleri üretmek ve yeniden üretmek anlamında (Stankeviciute ve Savaneviciene, 2013: 839) kullanılmıştır

Günümüzde pek çok konuyla birlikte tartışılan ve yelpaze bir kavram olarak kullanılan sürdürülebilirliğe ilişkin çeşitli tanımlamalara rastlamak mümkündür. Ehnert ve Harry’e göre (2012:225) sürdürülebilirlik, kurumsal kaynakların tüketimi ve yeniden üretimi arasında mantıksal bir denge oluşturma anlayışıdır. Exel (2011:38) sürdürülebilirliği, ekonomik, sosyal ve ekolojik risk ve fırsatları yöneterek uzun ve kısa dönemde kazançlı olmayı sağlamak şeklinde tanımlamıştır.

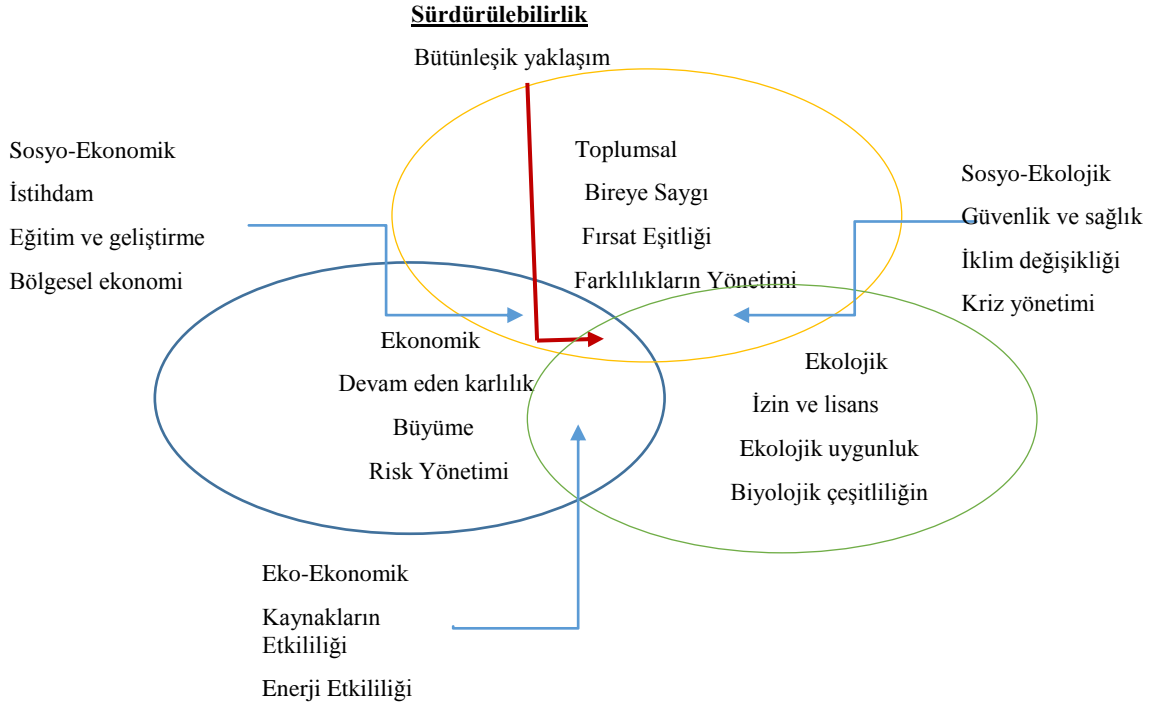
Sürdürülebilirlik doğal kaynakları koruma ve doğal kaynakların gereksiz tüketiminden kaçınma çabalarıdır. Ayrıca, kullanılan ürünlerin yenilenebilir ve geri dönüştürülebilir olması, yaşamı ve yaşamın devamı sağlayacak eko sistemin desteklenmesi de sürdürülebilirlik kapsamında değerlendirilebilir. Evreni, hayvan türlerini korumak ve bunun dışında kültürel sürdürülebilirliği sağlamak için küreselleşmenin yok olmakla yüz yüze bıraktığı toplumsal değerlerin, sanatın, kültürün, yöresel tatların korunması da sürdürülebilirliğin beklentileri arasındadır (Pfeffer, 2010:34).

Sürdürülebilirlik için ekolojik, toplumsal ve ekonomik boyutların eşit önemde olması durumu, literatürde “Üçlü Temel Modeli” olarak kavramsallaştırılmaktadır (Stankeviciute ve Savaneviciene, 2013: 839). Bunlardan herhangi birisi eksik olduğu takdirde sürdürülebilirliğin sağlanması mümkün olmayacaktır. Sürdürülebilirliğin ekonomik, ekolojik ve toplumsal boyutları kapsayıcı özelliği Şekil 1’de sunulmaktadır.

Buna göre, ekonomik açıdan sürdürülebilirlik, dünyadaki mevcut kaynakların kıt olması sebebiyle ekonomik faaliyetlerde bulunan tarafların duyarlı ve gelecek nesilleri düşünerek hareket etmelerini gerektirmektedir (Yavuz, 2010:65). Ekolojik çevrenin kaynaklar açısından kendini yenileyememesi ve sürekli tüketilmesi, uzun vadede ekonomik maliyet artışına neden olacak ve giderek ekonomik sürdürülemezlik sonucunu doğuracaktır (Akgül, 2010:156). Toplumsal sürdürülebilirlik ise toplumsal hizmetlerin yeterli ve tatmin edici düzeyde olmasının yanı sıra, bu hizmetlerin coğrafya, cinsiyet gibi değişkenler ve benzeri değişkenler açısından hakkaniyetle dağılımının sağlanmasını içerir (Harris, 2000:5-6). Toplumsal açıdan sürdürülebilirlik, toplumsal ve kültürel sistemlerin bozulmadan varlığını devam ettirebilmelerinin yollarını ve bunların beklenmeyen durumlara karşı koyabilme yeteneği ile ilgilidir (Munasighle, 2003:10). Sürdürülebilirliğin ekolojik boyutu, doğal çevrenin korunması, biyoçeşitlilik, yenilenebilir kaynakların kullanımı konusunda sorumluluk ve yenilenemeyen kaynakların sınırlı kullanımı ile ilgilidir (Avota ve diğerleri, 2015:125-126). Ekolojik açıdan sürdürülebilir işletmeler, doğal çevrelerin ürettiğinden daha az tüketen

ya da doğal çevrede tükettiklerinden daha fazlasını yerine koyan işletmelerdir (Dyllick ve Hockerts, 2002:133).

Şekil 1: Sürdürülebilirliğe Bütünsel Yaklaşım



Kaynak: <http://www.environment.ie/news/sustainability-%E2%80%93-what-can-it-mean-your-business/> / 3 Mayıs 2016

1.2.Sosyal Yenilikçilik

Yenilikçilik, daha önce yapılmayan bir ürün, düşünülmemiş bir fikir ya da uygulama geliştirmek, mevcut olana yeni bir şeyler kazandırmak anlamlarında kullanılabilir (Mulgan, 2015:xii). Başka bir ifade ile yenilik, girişimciler tarafından yaratılan ticari icatlardır (Schumpeter, 1934). Sosyal yenilik ise, sosyal nitelikli amaçlara ulaşabilmek amacıyla orijinal fikirlerin üretilmesi olarak tanımlanmaktadır (Mulgan vd., 2007:8). Sosyal yenilik ile (ticari) yenilik arasındaki temel fark, ticari yeniliğin öncelikli amacının kâr maksimizasyonu; sosyal yeniliğin öncelikli amacının ise eğitim, güvenilirlik, toplumsal hayat, obezite, çocuk sağlığı vb. toplumsal ihtiyaçlar ve problemler ile ilgili olmasıdır (Dainiene ve Dagiliene, 2015:275). Toplumun tamamını kapsayan sosyal yenilik çabaları ile sosyal değer veya değişim yaratılarak, toplumsal gelişime ve yenilenmeye zemin hazırlanmaktadır (Ellis, 2010:xxi).

Sosyal yenilik, toplum üzerinde etkili olan baskılanmış sosyal gereksinimlerin, yenilikçi yöntemlerle tatmine ulaşmasıdır (Özmete ve Gök, 2015:132). Moulaert ve diğerlerine göre (2005:1976), bu tatmin duygusunun oluşabilmesi için üç ögenin bir arada bulunması gerekmektedir. Bu öğeler; insan ihtiyaçlarının karşılanması, sosyal ilişkilerde değişim ve sosyo-politik kapasiteye ve kaynaklara erişimin artması şeklinde ifade edilmektedir. Mulgan ve diğerleri ise (2007:8) sosyal yeniliğin tatmin duygusu oluşturabilmesi için çalışması gereken alanları çok daha ayrıntılı şekilde ele almaktadır. Buna göre, sosyal yenilik, pek çok alanda davranış değişimine öncülük etmelidir. Ayrımcılığı önlemek ve çatışmaların önüne geçmek için, okul ve dil eğitimi gibi alanlarda yenilikçi yolların aranması; depresyon, kanser,

şeker hastalığı, kalp rahatsızlıkları gibi medikal destek gerektiren kronik hastalıklar; madde ve alkol bağımlılığı, obezite, yanlış diyetler, hareketsizlik gibi bireylerin davranışsal sorunları; gençlerin kariyer yollarını, yaşam tarzları ve ilişki kurma biçimleriyle ilgili yaşadığı belirsizlikler ve zorlanmalar, bireylerin refah seviyesi, mutluluğu gibi pek çok konu sosyal yeniliğin konusu kapsamında değerlendirilmektedir.

Ancak, Kahvecioğlu'na göre (2017:30), sosyal yeniliği sadece toplumsal sorunlarla ilişkilendirmek eksik kalacaktır. Sosyal yenilik toplumsal sorunlara çözüm aramanın, yenilikler sunmanın yanı sıra, nesli tükenmekte olan canlılar, biyolojik çeşitliliğin azalması, çevre kirliliği, ozon tabakasının delinmesi, su kaynaklarının tükenmesi gibi ekolojik çevre üzerindeki zararlı etkileri azaltmaya yönelik çalışmaları da kapsamaktadır. Dolayısıyla sosyal yeniliğin faydalarını ekolojik çevreyi de kapsayacak şekilde genişletmek mümkündür. OECD ise yeniliğe yönelik bu bakış açısını “ekoyenilik” şeklinde tanımlamaktadır (OECD, 2011:14). Bunun yanı sıra, sosyal yenilik, girişimcilere ve işletmelere de fayda sağlamaktadır. Girişimciler sosyal yenilikler sayesinde marka değerlerini, tanınırlığını, imajını pozitif değerler katmaktadır. Örgütler için sosyal değer yaratmak, rekabet avantajı sağlamak (Herrera, 2015), bireysel ve kurumsal değişimi sağlamak (Bulut vd, 2013:122) gibi konularda faydalı olmaktadır.

İşletmeleri sosyal yeniliğe yönlendiren pek çok dinamik saymak mümkündür. Bunlar arasında, toplumun değişim hızının ve karmaşıklığın artması, toplumsal eşitsizliğin artması, küreselleşmenin getirdiği şeffaflık ve hesap verilebilirlik beklentileri, genç kuşakların işletmelerden kendi kişisel çıkarları dışında topluma pozitif değer yaratmaları beklentilerinin olması, kaynak kıtlığının toplumsal-ekonomik-ekolojik boyutları dikkate alacak biçimde hareket etmek zorunda bırakması gibi faktörler sayılabilir. Tüm bu değişkenler göz önüne alındığında sosyal yenilik değişime ayak uydurmanın gerekliliğini göstermektedir.

1.3. Bireysel Yaratıcılık

Yaratıcılık kelime anlamı itibarıyla, “doğurmak, meydana getirmek, yaratmak” anlamlarında kullanılmaktadır (Özen, 2012:232). Ancak bu olmayanı meydana getirmek anlamında değil; bireyin kendisinde var olan bilgileri kullanarak daha önce diğerlerinin fark edemediği ilişkilerin ve bilgilerin farkına varması süreci olarak ifade edilebilir (Ahlin vd., 2013:3; Acuner, Baki ve Cengiz, 2004: 325). Başka bir ifade ile yaratıcılık, olguların başka olgularla birleştirilerek dönüştürülmesi sonucunda, daha önceden var olmayan olguların ortaya konulmasıdır (Nazari ve Shahdadnejad, 2011: 256).

Bireysel yaratıcılık, sosyal bir sistem içinde çalışan bireylerin faydalı ve pratik ürün, hizmet, fikir, prosedür, teknolojiler veya yeni süreçler geliştirmeleridir (Amabile, 1988; Ussahawanitchakit, 2011:3). Bu sayede, iş mükemmelliğini ve örgütsel performansı yükseltmek, uzun süreli örgütsel büyümeyi sağlamak, yeniliği teşvik etmek ve rekabet avantajı yaratarak örgütün sürdürülebilirliğini sağlamak (Ussahawanitchakit, 2011:3; Diliello vd., 2011:152) ve örgütsel yaratıcılığa hız kazandırmak (Yılmaz ve İraz, 2013:834) mümkün olmaktadır.

Modern hayatta tüketim olgusunun bu kadar yaygın olduğu bir dönemde hızlı değişime ve yoğun rekabet şartlarına kurum olarak ayak uydurabilmek için örgütlerin yaratıcı güçlerine sürekli olarak ivme kazandırmaları gerekmektedir. Çünkü yeniliklerin temeli yaratıcı düşünme becerisiyle şekillenmektedir. Sadece “bilgi sahibi olmak”, bilgiye ulaşmanın bu denli hızlı ve kolay olduğu bir dünyada yeterli değildir. Önemli olan sahip olunan bilgiyi, başkalarının fark etmediği boşluklarda kullanarak, mevcudun üzerine farklılık katabilmekte saklıdır.

Mevcutun üzerine farklı ve yeni bir şeyler ekleyebilmek için ise insan kaynaklarından yaratıcı, özgün, sorun çözme yeteneğine sahip, değişen koşullara uyum sağlayabilen, teknolojinin sunduğu bilgiyi beceri boyutuna taşıyabilen kaynaklar olmaları beklenmektedir. Ancak bu takdirde işletmeler, tüketicilerin isteklerini onlardan önce tahmin ederek, geleceği şekillendirebilecek ve bu alanda öncü olabileceklerdir (Aksüzek, 2008). Başka bir ifade ile, bireysel yaratıcılık, örgütün rekabetçi koşullara ve değişen durumlara uyum sağlayarak yenilikler yapabilmesi, rekabetçi avantaj yaratabilmesi, performansını artırması, başarılı olması için somut ve faydalı sonuçlar sağlamaktadır (Janssen ve Giebels, 2013: 574; Rodrigues ve Veloso, 2013: 549; Martinaityte ve Sacramento, 2013: 974; Zhou vd., 2012; Hirst vd., 2011: 624).

Bireysel yaratıcılığı motive eden ve engelleyen faktörler pek çok araştırma kapsamında tartışılmıştır (Barron ve Harrington, 1981; Davis, 1989; Martindale ve diğerleri, 1989). Bu araştırmalarda, bireysel yaratıcılığın gelişmesini teşvik eden faktörler genel olarak, kişilik özellikleri ile içsel motivasyon şeklinde gruplandırılmaktadır. İlgili alanlarının geniş olması, sezgi kabiliyetinin yüksek olması, estetik duyarlılık, tolerans ve özgüven bireysel yaratıcılığı olumlu anlamda etkileyen temel kişilik özellikleri arasında sayılmaktadır (Oldham ve Cummings, 1996: 638). Patton (2002) tarafından “problem öncüler” şeklinde adlandırılan, herhangi bir problemi diğerlerinden daha önce fark edebilen, belirsizliğe toleransları yüksek ve daha fazla alternatif üretme yeteneğine sahip bireyler yaratıcılığı yüksek bireyler arasında değerlendirilebilir. Bireysel yaratıcılığın sürdürülmesinde örgütlerin destekleyici liderlik tarzını benimsemesi (Paulus, 2000; Mumford 2000), bireysel yaratıcılığa verilen değer, ödüllendirme ve teşvik önemli bir yer tutmaktadır (Amabile ve diğerleri, 1996; Woodman ve diğerleri, 1993). Paulus (2000), örgütler tarafından verilen teşvikleri sosyal teşvikler ve bilişsel teşvikler olmak üzere ikiye ayırmaktadır. Hon ve Liu (2006:868), bireysel yaratıcılığı olumsuz etkileyen faktörleri, belirsizlikler, yaratıcılık konusundaki kişisel yetersizlik, isteksizlik, değişime karşı gösterilen direnç, ağır iş yükü ve iş stresi şeklinde sıralamaktadır.

1.4. Sürdürülebilirlik, Sosyal Yenilikçilik Ve Bireysel Yaratıcılık İlişkisi

Sürdürülebilirlik tüm insanlığı, başka bir ifade ile hem günümüzü ve hem de gelecek kuşakları kapsayan bir konudur. Sürdürülebilirlik, evrene zarar vermeden, insanlığın barış ve huzur içinde yaşamasını sağlamak, yoksulluğu ortadan kaldırmak, ileri nesiller için yaşamın olumlu biçimde gelişmesi için, bugünden isabetli seçimlere odaklanmak için iş birliği ve faydacılık ruhuna yönelik evrensel eylem çağrısıdır. Birleşmiş Milletler’in 2030 yılı için belirlediği Sürdürülebilir Kalkınma Hedefleri on yedi madde altında özetlenmiştir. Bu maddeler (United Nations Development Programme; 2016): “açlığa son, yoksulluğa son, nitelikli eğitim, sağlıklı bireyler, toplumsal cinsiyet eşitliği, eşitsizliklerin azaltılması, erişilebilir ve temiz enerji, sıhhi koşullar ve temiz su, insana yaraşır iş ve ekonomik büyüme, sorumlu tüketim ve üretim, sanayi, sürdürülebilir şehir ve yaşam alanları, yenilikçilik ve alt yapı, iklim eylemi, suda ve karada yaşam, adalet, barış ve güçlü kurumlar, amaçlar için ortaklıklar” başlıkları altında toplanmaktadır.

Sürdürülebilirlik ve sürdürülebilir kalkınma için belirlenen konu başlıklarının, sosyal yenilikçiliğin çalışma alanları ile olan benzerliği açıktır. Dolayısıyla sürdürülebilirlikle ilgili yüksek farkındalığın, sosyal yenilikçilik düşüncesi ve davranışı üzerinde önemli bir itici kuvvet oluşturacağı düşünülmektedir. Bu düşüncüyü ortaya koyan araştırmalara rastlamak mümkündür. Örneğin, Bock (2012:57), araştırmasında, toplum ihtiyaçlarının sosyal yenilikler yoluyla daha sürdürülebilir şekilde karşılanacağını ifade etmektedir. Hockerts ve Wüstenhagen (2012:280), sürdürülebilirlik çabalarının sosyal yeniliklerle daha başarılı olacaklarını ifade etmektedirler.

Yaratıcılık durumu belirsizliklerin ve sorunların olduğu durumlarda ön plana çıkmaktadır (Yeloğlu, 2007:136). Başka bir ifade ile bireyler üyesi oldukları gruplarda, olguların gerçeklerini aramakta ve gözlemlerinde düzensizlik, tutarsızlık olduğunu fark ettikleri takdirde, bunları yaratıcı yollardan çözüme eğilimine girmektedirler (Mumford, 2002). Bireylerin toplumda gözlemledikleri sorunları yaratıcı yollarla çözüme ulaştırma, yenilikler arama çabalarının sonucu ise sosyal yeniliklerle kendini göstermektedir. Ortaya çıkan sosyal yeniliklerin, mikro boyuttan makro boyuta doğru, insan, toplum, kültür, ekonomi ve ekoloji için sürdürülebilir ortak çözümler üretmesi gerekmektedir (Kahvecioğlu, 2017:30).

2. Araştırmanın Yöntemi

2.1.Araştırmanın Amacı ve Önemi

Araştırmanın amacı, sürdürülebilirlik algısının sosyal yenilikçilik davranışı üzerindeki etkisinde, bireysel yaratıcılık düzeyinin aracılık rolünün tespit edilmesidir. Sürdürülebilirlik ile sosyal yenilikçilik davranışı arasındaki ilişki üzerine yazılmış derleme çalışmalara rastlamak mümkün olmakla birlikte, sürdürülebilirlik algısının, sosyal yenilikçilik ile ilişkisinde, bireysel yaratıcılığın aracılık rolünün sınındığı bu araştırmanın bu konuda çalışmak isteyen araştırmacılara ve bu konuya ilgi duyan uygulamacılara katkı sağlayacağı düşünülmektedir.

2.2.Araştırma Evreni ve Örneklem

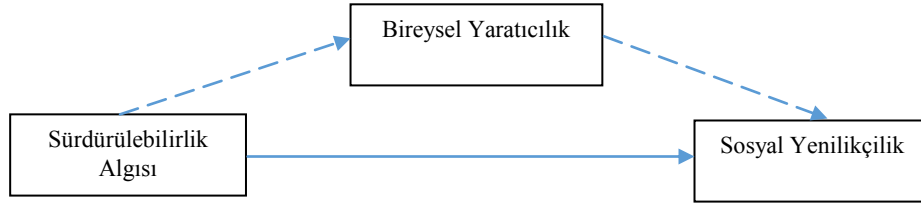
Araştırmanın evreni Türkiye'deki devlet üniversitelerinde görev yapan, akademisyenlerden oluşmaktadır. Örneklem seçim yöntemi olarak kolayda örneklem yöntemi kullanılmış olup, bu kapsamda Dokuz Eylül Üniversitesi, Katip Çelebi Üniversitesi ve Kocaeli Üniversitesi öğretim üyelerine 500 araştırma anketi elektronik posta yoluyla gönderilmiştir. Yanıtlanan 154 anket arasından, değerlendirilmeye uygun olmayan anketler analiz dışı bırakılarak, analizler 139 anketten elde edilen veriler kullanılarak yapılmıştır. 2019 yılı Kasım ayı bilgilerine göre Türkiye'de devlet üniversitelerinde görev yapan toplam öğretim üyesi sayısı 143128'dir (<https://istatistik.yok.gov.tr/>). Yazıcıoğlu ve Erdoğan'a göre (2004:49-50), 0.90 güven aralığından 1 milyon evren için 96 örneklem sayısı istatistiki açıdan yeterli olabilmektedir.

Çalışma evreninin öğretim üyelerini kapsamamasının temel nedeni ise araştırmanın nihai amacının bireylerde sürdürülebilirlik algısının yüksek olmasının sosyal yenilikçilik davranışlarını da olumlu etkileyeceği ve bu ilişkiye bireysel yaratıcılık algılarının aracılık edeceği düşüncesi yer almaktadır. Öyle ki akademisyenlerde bireylerde farkındalık düzeyleri yüksek olduğu, beraberinde kariyerleri doğrultusunda yenilikçilik ve yaratıcılık özelliklerinin de gelişmiş oldukları varsayımı yer almaktadır. Güngör ve diğerlerinin (2018: 62) yapmış olduğu araştırma bulgularına göre, akademik unvan yükseldikçe bireysel yaratıcılık düzeyi artmaktadır. Ayrıca Balay'ın (2010:43) akademisyenlerin yaratıcılık algılarına yönelik yapmış olduğu araştırma sonuçlarına göre, akademisyenlerin örgütsel yaratıcılık algılarının "bireysel boyutta" yeterli düzeyde olduğu tespit edilmiştir.

2.3.Araştırmanın Modeli

Araştırmada mevcut durumun tespit edilmesi amaçlandığından, tarama modeli kullanılmıştır. Araştırmanın modeli Şekil 2'de sunulmaktadır.

Bu model kapsamında, Sürdürülebilirlik Algısı bağımsız değişken, Sosyal Yenilikçilik bağımlı değişken, Bireysel Yaratıcılık ise aracı değişken olarak tanımlanmıştır. Bu doğrultuda Sürdürülebilirlik Algısının, Sosyal Yenilikçilik üzerinde etkili olduğu ve bu etkide Bireysel Yaratıcılığın aracılık rolü üstlendiği hipotezleri test edilmektedir.

Şekil 2: Araştırma Modeli

2.4. Veri Toplama Araçları

Araştırmada nicel araştırma yöntemlerinden faydalanılmıştır. Veri toplama aracı olarak kullanılan anket üç farklı bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde Sürdürülebilirlik Algısı Ölçeğini Sosyal Yenilikçilik Ölçeği takip etmekte. Bireysel Yaratıcılık Ölçeği ile sorular tamamlanmaktadır.

2.4.1. Sürdürülebilirlik Algısı Ölçeği

Sürdürülebilirlik Algısı Ölçeği, Kaya (2013) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek toplam 21 maddeden ve 3 alt boyuttan oluşmaktadır. Bu boyutlar, “sosyal boyut”, “ekonomik boyut” ve “çevre boyutu” olarak adlandırılmaktadır. Ölçekte 5’li Likert (1: Kesinlikle Katılmıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum) soru tipi kullanılmış olup, “ farklı görüş ve fikirlere saygı gösteririm”, “çevreye verilen zarar beni üzer”, “olayları değerlendirirken tarafsız olurum” gibi ifadeler yer almaktadır.

2.4.2. Sosyal Yenilikçilik Ölçeği

Sosyal Yenilikçilik Ölçeği, Halaç ve diğerleri tarafından 2014 yılında geliştirilmiştir. 8 maddelik bu ölçekte 5’li Likert (1: Kesinlikle Katılmıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum) soru tipi kullanılmıştır. Ölçekte, “toplumun yaşam kalitesini arttırmak için sosyal içerikli yeni ürünler ve hizmetler geliştirmek isterim”, “herhangi bir maddi çıkar beklemeden çevremdekilere faydalı olmak isterim” gibi maddeler bulunmaktadır.

2.4.3. Bireysel Yaratıcılık Ölçeği

Veri toplama aracının üçüncü kısmında yer alan ve 13 maddeden oluşan, Bireysel Yaratıcılık Ölçeği Tierney (1999) tarafından geliştirilmiş, Çekmecioğlu ve Günsel (2003) tarafından Türkçe’ye uyarlaması yapılmıştır. Ölçekte “İşimi yaparken yeni yaklaşımlar sergilerim”, “problemlere yönelik özgün çözümler üretirim” gibi ifadeler için 5’li Likert soru tipi kullanılmıştır.

2.5. Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında toplanan verilerin analizi için SPSS 23.0 programı kullanılmıştır. Analizler kapsamında, Anova ve t testleri ile korelasyon ve aracı değişken analizleri yapılmıştır.

3. Araştırmanın Bulguları

3.1. Araştırmada Kullanılan Ölçeklerin Güvenilirlik Analizleri

Araştırmada öncelikle, değişkenler olan Sürdürülebilirlik Algısı, Sosyal Yenilikçilik, ve Bireysel Yaratıcılık Algıları için kullanılan ölçeklere ilişkin güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Sözkonusu değişkenler tek boyutlu olarak değerlendirildiğinden açımlayıcı faktör analizi yapılmamıştır. Buna göre, yapılan güvenilirlik analizleri sonucunda, Sürdürülebilirlik Algısı ölçeği için Cronbach’s Alpha katsayısı .95, Sosyal Yenilikçilik ölçeği için .90, ve Bireysel Yaratıcılık ölçeği için ise .92 olarak bulunmuştur.

3.2. Demografik Bulgular

Çalışmaya katılan akademisyenlerin cinsiyet, unvan, kıdem, yaş, gibi demografik bulgularına yönelik yapılan analiz sonuçları Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1: Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Değişken		n	%
Cinsiyet	Kadın	73	52,5
	Erkek	66	47,5
Unvan	Profesör	15	10,8
	Doçent	18	12,9
	Dr.Öğr.Üyesi	24	17,3
	Öğr.Gör.Dr.	14	10,1
	Öğretim Gör.	36	25,9
	Araştırma Gör.	27	19,4
	Belirtilmemiş	5	3,6
Kıdem	5 yıl ve altı	22	15,8
	6-10 yıl	28	20,1
	11-15 yıl	18	12,9
	16-20 yıl	30	21,6
	21 yıl ve üstü	40	28,8
	Belirtilmemiş	1	0,7
Yaş	21-30	13	9,4
	31-40	60	43,2
	41-50	41	29,5
	51-60	17	12,2
	61 ve üzeri	4	2,9
	Belirtilmemiş	4	2,9

Tablo1.’de yer alan bulgulara göre araştırmaya katılan akademisyenlerin % 52,5’i kadın, %47,5’i ise erkektir. Unvan ve kıdem dağılımlarına bakıldığında görece dengeli bir dağılım görülmele birlikte unvanda en yüksek oran %25,9 ile öğretim görevlisi, kıdemde ise %28,8 ile 21 yıl ve üzeri çalışanlar oluşturmaktadır. Araştırmaya katılan akademisyenlerin yaş dağılımlarına bakıldığında ise en yüksek oranın % 43,2 ile 31-40 yaş aralığında olduğu görülmektedir.

3.3.Korelasyon, Hiyerarşik Regresyon Analizi Bulguları ve Tanımlayıcı İstatistikler

Sürdürülebilirlik Algısı, Sosyal Yenilikçilik ve Bireysel Yaratıcılık değişkenlerine yönelik korelasyon analizi bulguları, ortalama ve standart sapmaya ait bulgular Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 2: Sürdürülebilirlik Algısı, Sosyal Yenilikçilik, Bireysel Yaratıcılık Değişkenlerine Ait Ortalama, Standart Sapma ve Korelasyon Analizi Bulguları

Değişkenler	Ortalama	Standard Sapma	1	2	3
Sürdürülebilirlik Algısı	4,31	,56	1		
Sosyal Yenilikçilik	4,07	,70	,695**	1	
Bireysel Yaratıcılık	4,03	,76	,695**	,716**	1

**p<0,01. (çift kuyruklu); n=139

Tablo 2’den elde edilen bulgular, “Sürdürülebilirlik Algısı” ile “Sosyal Yenilikçilik” arasında ($r=0,695$; $p < 0,01$); “Sürdürülebilirlik Algısı” ile “Bireysel Yaratıcılık” arasında ($r=0,695$; $p < 0,01$) ve “Sosyal Yenilikçilik” ile “Bireysel Yaratıcılık” ($r= 0,716$; $p < 0,01$) olmak üzere tüm değişkenler arasında anlamlı ve olumlu yönde bir ilişkinin olduğu tespit edilmektedir. Buna göre, Sürdürülebilirlik Algısı, Sosyal Yenilikçilik ya da Bireysel Yaratıcılık değişkenlerinde meydana gelen pozitif yönlü bir artış diğer değişkenler üzerinde de pozitif yönlü bir artışa neden olacaktır.

Tablo 3: Sürdürülebilirlik Algısının Sosyal Yenilikçilik Üzerindeki Etkisi ve Bireysel Yaratıcılığın Aracılık Rolüne Yönelik Regresyon Analizi

Adımlar	Modeller	B	SH	Beta	t	F	Adj.R ²	p																																																													
1	Sabit	,328	,333		,984	128,251	,480	,000																																																													
	Sürdür. Alg. - Sos. Yen.	,868	,077	,695	11,325				2	Sabit	1,406	,226		6,215	143,969	,509	,000	Birey. Yarat. – Sos. Yen.	,661	,055	,716	11,999	3	Sabit	-0,21	,361		-0,58	128,320	,480	,000	Sürdür. Alg. – Birey. Yarat.	,940	,083	,695	11,328	4	Sabit	,337	,299		1,127	97,036	,582	,000	Sürdür. Algısı -Sos.Yen.	,478	,096	,383	4,994	Birey.Yen.	,416	0,71	,450	5,872	Sobel Testi	Test İstatistiği	Std.Hata		p						7,04	,07		,000
2	Sabit	1,406	,226		6,215	143,969	,509	,000																																																													
	Birey. Yarat. – Sos. Yen.	,661	,055	,716	11,999				3	Sabit	-0,21	,361		-0,58	128,320	,480	,000	Sürdür. Alg. – Birey. Yarat.	,940	,083	,695	11,328	4	Sabit	,337	,299		1,127	97,036	,582	,000	Sürdür. Algısı -Sos.Yen.	,478	,096	,383	4,994		Birey.Yen.	,416	0,71	,450	5,872				Sobel Testi	Test İstatistiği	Std.Hata		p						7,04	,07		,000										
3	Sabit	-0,21	,361		-0,58	128,320	,480	,000																																																													
	Sürdür. Alg. – Birey. Yarat.	,940	,083	,695	11,328				4	Sabit	,337	,299		1,127	97,036	,582	,000	Sürdür. Algısı -Sos.Yen.	,478	,096	,383	4,994		Birey.Yen.	,416	0,71	,450	5,872				Sobel Testi	Test İstatistiği	Std.Hata		p						7,04	,07		,000																								
4	Sabit	,337	,299		1,127	97,036	,582	,000																																																													
	Sürdür. Algısı -Sos.Yen.	,478	,096	,383	4,994																																																																
	Birey.Yen.	,416	0,71	,450	5,872																																																																
Sobel Testi	Test İstatistiği	Std.Hata		p																																																																	
	7,04	,07		,000																																																																	

Akademisyenlerin Sürdürülebilirlik Algılarının, Sosyal Yenilikçilik üzerindeki etkisi ve Bireysel Yaratıcılık algılarının bu etkide aracılık rolü olup olmadığını belirleyebilmek amacıyla üç adet ön şartı olan dört aşamalı aracı etki analizi yapılmıştır (Baron ve Kenny, 1986). Buna göre ilk adımda bağımsız değişken olan Sürdürülebilirlik Algısının, Sosyal Yenilikçilik üzerinde anlamlı bir etkisi olduğu görülmektedir ($\beta=,695$; $p<,000$). İkinci adımda ise aracı değişken olan Bireysel Yaratıcılığın, Sosyal Yenilikçilik üzerindeki etkisi anlamlıdır ($\beta=,716$; $p<,000$). Ön şartların üçüncü ve son adımında ise Sürdürülebilirlik Algısının, Bireysel Yaratıcılık üzerindeki etkisinin de anlamlı olduğu görülmektedir ($\beta=,695$; $p<,000$). Öyleyse bağımsız değişken, Sürdürülebilirlik Algısı ile aracı değişken olan Bireysel Yaratıcılığın, bağımlı değişken Sosyal Yenilikçilik üzerinde birlikte etkisinin olup olmadığına yönelik yapılan analizde, bağımsız değişkenin bağımlı değişken üzerindeki etkisinde azalma olduğu görülmektedir. Bu sonucun istatistiksel olarak test edilmesi için Sobel Testi kullanılmış ve hesaplanan z değerinin anlamlı olduğu görülmüştür ($z=7,04$; $p<,000$). Tüm bu bulgular neticesinde Bireysel Yaratıcılık aracı değişkeninin Sürdürülebilirlik Algısının Sosyal Yenilikçilik üzerindeki etkisinde kısmı aracılık etkisinin olduğu söylenebilmektedir.

TARTIŞMA VE SONUÇ

Mevcut kuşakların ihtiyaçlarını, gelecek kuşakların ihtiyaçlarını karşılama yeteneklerini yok etmeden karşılamaları düşüncesinden hareket eden sürdürülebilirlik, çalışmalarını ekonomik, toplumsal, ekolojik olarak üzere üç temel alanı hedef alarak yürütmektedir. Sosyal yenilikçilik ise, eğitim, güvenlik, sağlık, madde bağımlılığı, gençler, refah seviyesi gibi

toplumsal gereksinimler ve sorunlarla ilgilenen, ilgili alanlarda değişim ve yeniliklerin yapılması suretiyle toplumsal fayda yaratmak üzerine kurgulanan çabalar toplamıdır. Sosyal yenilik ile ilgili çabaların sebeplerine bakıldığında ise, toplumsal, ekonomik ve hatta ekolojik alanda yaşanan eşitsizlikler göze çarpmaktadır. Bu noktada sürdürülebilirlik ile sosyal yenilikçilik çalışma alanlarının başlangıç noktalarının, hizmet etmeyi amaçladıkları paydaş gruplarının, ulaşmak istedikleri varış noktalarının çok benzer olduğu görülmektedir.

Bu araştırma ekonomik, toplumsal ve ekolojik boyutlarda ortaya çıkan kriz öncesi sinyallerin sürdürülebilirlik ilgili çalışmalara duyulan gereksinimler konusunda bireysel farkındalık yaratarak, bireylerin sosyal yenilikçilik davranışı üzerinde etkili olacağı varsayımından hareket edilmiştir. Ayrıca, olguların başka olgularla birleştirilerek dönüştürülmesi sonucunda, daha önceden var olmayan olguların ortaya konulması (Nazari ve Shahdadnejad, 2011: 256) anlamını ifade eden bireysel yaratıcılığın, sürdürülebilirlik farkındalığından etkilenecek, sosyal yenilikçilik davranışı üzerinde etkili olacağı; başka bir ifade ile sürdürülebilirlik ile sosyal yenilikçilik ilişkisinde aracı rol üstleneceği düşünülmektedir.

Bu doğrultuda, sürdürülebilirlik algısının sosyal yenilikçilik davranışı üzerindeki etkisinde, bireysel yaratıcılığın aracı rolünün olup olmadığı tespit edilmesi araştırmanın amacını oluşturmaktadır. Sürdürülebilirlik, sosyal yenilikçilik ve bireysel yaratıcılık konularında üniversitelerin bu alandaki çabaları faydaya dönüştürme noktasında önemli rolleri olduğu, bu kurumlarda görev yapan akademisyenlerin ise farkındalık düzeylerinin nispeten daha yüksek olduğu düşünülmüştür. Bu nedenle araştırmanın evreni, 2018-2019 yılında Türkiye’deki devlet üniversitelerinde görev yapan akademisyenlerden oluşmaktadır. Kolayda örneklem yöntemi kullanılmış ve Dokuz Eylül Üniversitesi, Katip Çelebi Üniversitesi ve Kocaeli Üniversitesi’nden gelen, değerlendirilmeye uygun bulunan 139 soru formu üzerinden analizler yapılmıştır. Analizlerin yapılmasında, SPSS 23.0 programı kullanılarak, veriler üzerinden Anova, t-testi, korelasyon ve aracı değişken analizleri yapılmıştır.

Elde edilen bulgulara göre, Sürdürülebilirlik Algısı, Sosyal Yenilikçilik ve Bireysel Yaratıcılık değişkenleri arasında anlamlı ve olumlu yönde bir ilişkinin olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Buradan hareketle, Sürdürülebilirlik Algısı arttığında, Sosyal Yenilikçilik davranışı ya da Bireysel Yaratıcılık davranışının artması beklenmektedir.

Elde edilen bulgulara göre, Sürdürülebilirlik Algısının, Sosyal Yenilikçilik üzerinde; Bireysel Yaratıcılığın, Sosyal Yenilikçilik üzerinde; Sürdürülebilirlik Algısının, Bireysel Yaratıcılık üzerinde anlamlı etkisi olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca, Sürdürülebilirlik Algısının Sosyal Yenilikçilik üzerindeki etkisinde, Bireysel Yaratıcılığın kısmi aracılık etkisinin olduğu tespit edilmiştir.

KAYNAKÇA

- Acuner, T., Baki, B., Cengiz, E. (2004). Yaratıcı Örgüt Kültürü Faktörlerinin Belirlenmesi Üzerine Bir Araştırma: Trabzon Yurdu Müdürlüğü Örneği. *Atatürk Üniversitesi SBE Dergisi*, 4(2),25-339.
- Ahlin, B., Drnovsek, M., Hisrich, D. R.(2013). Entrepreneurs' Creativity and Firm Innovation: The Moderating Role of Entrepreneurial Self-Efficacy. *Small Business Economics*, 43 (101),1-17.
- Aksüzek, S. (2008). *İşletmelerde Rekabet Avantajı Olarak Yaratıcı Düşünce Üzerine Bir Araştırma*. Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.
- ASO Company, 9 Kasım 2019 tarihinde [http:// asocompany. com.tr/ surdurulebilirlik - sosyal-inovasyondan-geciyor/](http://asocompany.com.tr/surdurulebilirlik-sosyal-inovasyondan-geciyor/) adresinden erişildi.
- Amabile, T.M., Conti, R., Coon, H., Lazenby, J., Herron, M. (1996). Assessing the Work Environment For Creativity. *Academy of Management Journal*. 39 (5),1154-1184.
- Amabile, T.M. (1988). A Model of Creativity and Innovation in Organizations. *Research in Organizational Behavior*, 10, 123-167.
- Anderson, N., Potocnik, K, Zhou, J. (2014), Innovation and Creativity in Organizations: a State-Of-The-Science Review. Prospective Commentary and Guiding Framework, *Journal of Management*, 40 (5), 1297-1333.
- Avota, S., McFadzean, E. Peiseniece, L. (2015). Linking Personal and Organisational Values and Behaviour To Corporate Sustainability: A Conceptual Model. *Journal of Business Management* . 10,124-138.
- Balay, R. (2010). Öğretim Elemanlarının Yaratıcılık Algıları. *Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi*, 43(1), 41-78.
- Baron, R. M. ve Kenny, D. A. (1986). The Moderator-Mediator Variable Distinction in Social Psychological Research: Conceptual, Strategic, and Statistical Considerations. *Journal of Personality and Social Psychology*, 51,1173-1182.
- Bulut, C., Hakan, E. ve Duygu, S. H. (2013). Social Innovation and Psychometric Analysis. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 82, 122-130.
- Bock, B. (2012), Social Innovation And Sustainability; How to Disentangle The Buzzword And Its Application in The Field Of Agriculture And Rural Development. *Studies in Agricultural Economics*, 114,57-63.
- Barron, F. B. ve Harrington, D. M. (1981). Creativity, Intelligence, And Personality. *Annual Review of Psychology*, 32, 439-47.
- Çekmecelioğlu, H. ve Günsel, A. (2013). The Effects of Individual Creativity And Organizational Climate on Firm Innovativeness. 9th International Strategic Management Conference. *Social and Behavioral Sciences*, 99, 257 – 264.
- Dainiene, R. ve Lina, D. (2015). A TBL Approach Based Theoretical Framework for Measuring Social Innovations. *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 213, 275-280.
- Davis, G. A. (1989). Testing for Creative Potential. *Contemporary Educational Psychology*, 14, 257-274

- Diliello, C.T., Houghton, D. J., Dawley, D. (2011). Narrowing the Creativity Gap: The Moderating Effects of Perceived Support for Creativity. *The Journal of Psychology*, 145(3), 151-172.
- Dyllick, T., Hockerts, K. (2002). Beyond The Business Case for Corporate Sustainability. *Business Strategy and the Environment*, 11, 130-141.
- Ellis, T. (2010). *The New Pioneers: Sustainable Business Success Through Social Innovation and Social Entrepreneurship*. United Kingdom: John Wiley & Sons.
- European Commission. (2013). *Guide To Social Innovation-Regional and Urban Policy*. 14 Aralık 2019 tarihinde http://ec.europa.eu/regional_policy/sources/docgener/presenta/social_innovation/social_innovation_2013.pdf adresinden erişildi.
- Güngör, S., Küçün T., Nihan. S. M. (2018). Girişimci Öğretim Elemanlarının Psikolojik Sermaye Ve Bireysel Yaratıcılıklarının İncelenmesi. *Sosyal Bilimler Metinleri*, 2, 50-64.
- Halaç, D. S., Eren, H., Bulut, Ç. (2014). Sosyal Yenilikçilik: Bir Ölçek Geliştirme Çalışması. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 32(1), 165-190.
- Harris, M. J. (2000). Basic Principles of Sustainable Development. Global Development and Environment Institute, *Working Paper 00-04*, 1-26.
- Herrera, M., Elena, B. (2015). Creating Competitive Advantage By Institutionalizing Corporate Social Innovation. *Journal of Business Research*, 68, 1468-1474.
- Hirst, G., Knippenberg, V. D., Chen, C., Sacramento, A. C. (2011). How Does Bureaucracy Impact Individual Creativity? A Cross-Level Investigation of Team Contextual Influences on Goal Orientation–Creativity Relationships. *Academy of Management Journal*, 54(3), 624-641.
- Hockerts, K., Wüstengagen, R. (2012). When Davit Meets Goliath: Sustainable Entrepreneurship and the Evolution of Markets. Editors: A. Nicholls, A. Murdock. *Social Innovation: Blurring Boundaries to Reconfigure Markets*, Hampshire: Palgrave Macmillan.
- Hon, A. H.Y., Lui, S. S. (2016) Employee Creativity And Innovation in Organizations: Review, Integration, and Future Directions for Hospitality Research, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(5),862-885.
- Janssen, O. ve Giebels, E. (2013). When and Why Creativity-Related Conflict with Coworkers can Hamper Creative Employees' Individual Job Performance. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 22(5), 574-587.
- Kahvecioğlu, E. H. (2017). *Sosyal İnovasyon ve Türkiye'deki Uygulamaları*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Edirne.
- Kanbur, E. Özyer, K. (2016). Çalışanların Bireysel Yaratıcılık Düzeylerinin İç Girişimcilik Performanslarına Etkisi. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 14(2), 264-275.
- Kaya, M. F. (2013). Sürdürülebilir Kalkınmaya Yönelik Tutum Ölçeği Gelişme Çalışması. *Marmara Coğrafya Dergisi*, 28, 175-193.
- Koç, O. (2010). Toplumsal Sorunlarla Mücadelede Bir Kaldıraç Olarak Sosyal İnovasyon ve Sosyal Girişimcilik Açısından Önemi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 5(2), 205-212.

- Martinaityte, I. ve Sacramento, A. C. (2013). When Creativity Enhances Sales Effectiveness: The Moderating Role of Leader–Member Exchange. *Journal of Organizational Behavior*, 34, 974–994.
- Moulaert, F., Flavia M., Swyngedouw, E., Gonzalez, S. (2005). Towards Alternative Model(s) of Local Innovation. *Urban Studies*, 42(11), 1969-1990.
- Mulgan, G. (2015). The Study of Social Innovation: Theory, Practice and Progress. *New Frontiers in Social Innovation Research*, Editors: Nicholls, A., Simon, J. ve Gabriel, M. UK: Palgrave Macmillian.
- Mulgan, G. (2006). The Process of Social Innovation. *Innovations*, 1(2), 145-162.
- Mulgan, G., Simon, T., Rushanara, A., Ben, S. (2007). *Social Innovation: What It is, Why It Matters and How It can be Accelerated*, Basingstoke Press.
- Mumford, M. D. (2002). Social Innovation: Ten Cases from Benjamin Franklin. *Creativity Research Journal*, 14 (2), 253-267.
- Mumford, M. D. (2000). Managing Creative People: Strategies and Tactics for Innovation. *Human Resource Management Review*, 10 (3), 313-352.
- Munasinghe, M. (2003). Analysing The Nexus of Sustainable Development and Climate Change An Overview . *Munasinghe Institute for Development (MIND)*, Sri Lanka, 1-53.
- Nazari, M. Z. ve Shahdadnejad, N. (2011). Barriers to Creativity and Innovation in the Organization’s Management. *Management and Economics*, 25, 256-260.
- OECD, 2011, *Sustainable Development*, February, 15 Kasım 2019 tarihinde <http://www.oecd.org/greengrowth/sustainabledevelopmentkeyreports.html> adresinden erişildi.
- Oldham, G.R., Cummings, A. (1996). “Employee Creativity: Personal and Contextual Factors at Work”. *The Academy of Management Journal*, 39(3):607-634.
- Özen, Y. (2012). “Yaratıcı Öğrenme” Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi, 6: 231-256.
- Özmete, E., Akgül Gök, F. (2015). Sürdürülebilir Kalkınma için Sosyal İnovasyon ve Sosyal Hizmet İlişkisinin Değerlendirilmesi. *Toplum ve Sosyal Hizmet*, 26(2),127-143.
- Özmete, E. (2013). Sosyal Hizmet ve İnovasyon. *Biz Bir Aileyiz Dergisi*. 10 Kasım 2019 tarihinde http://www.academia.edu/5515660/Sosyal_Hizmet_ve_%C4%B0novasyon-Biz_Bir_Aile-yiz_DergisiEmine_%C3%96zmete adresinden erişildi.
- Paulus, P. B. (2000). Groups, Teams, and Creativity: The Creative Potential of Idea Generating Groups. *Applied Psychology*, 49 (2), 237-263.
- Patton, J. D. (2002). The Role of Pioneers in Creative Innovation. *Creativity Research Journal*, 14 (1), 111-127.
- United Nations Development Programme, (2016). *UNDP Support to the Implementation of the Sustainable Development Goals*, 9 Kasım 2019 tarihinde <https://www.undp.org/content/undp/en/home/librarypage/sustainable-development-goals/undp-support-to-the-implementation-of-the-2030-agenda/> adresinden erişildi.
- Ussahawanitchakit, P. (2011). Building Corporate Innovation of Information Technology Businesses in Thailand: Roles of Employee Creativity, Organizational Change and Globalization Force. *Journal of Academy of Business and Economics*, 11(1), 1-10.

- Rodrigues, C.F.A. ve Veloso, M.O.L.A. (2013). Organizational Trust, Risk and Creativity. *Revista Brasileira De Gestao De Negocios Review of Business Management*, 15(49), 545-561.
- Schumpeter, J. (1934). *Theory of Economic Development: An Inquiry Into Profits, Capital, Credit, Interest and the Business Cycle*. Cambridge: Harvard University Press.
- Scott, S.G. ve Bruce, R.A. (1994). Determinants of Innovative Behavior: A Path Model of Individual Innovation in The Workplace. *Academy of Management Journal*, 37(3), 580-607.
- Shalley, C.E., Gilson, L.L. (2004). What Leaders Need to Know: A Review of Social and Contextual Factors That Can Foster or Hinder Creativity. *The Leadership Quarterly*, 15(1), 33-53.
- Tierney, P., Farmer, S. M., Graen, G. B. (1999). An Examination of Leadership And Employee Creativity: The Relevance of Traits and Relationships. *Personnel Psychology*, 52: 591-620.
- Yavuz, A. (2010). Sürdürülebilirlik Kavramı ve İşletmeler Açısından Sürdürülebilir Üretim Stratejileri. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(14), 63-86.
- Yazıcıoğlu, Y. ve Erdoğan, S. (2004). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri*, Ankara: Detay Yayıncılık.
- Yeloğlu, H.O. (2007). Örgüt, Birey ve Grup Bağlamında Yenilik ve Yaratıcılık Tartışmaları. *Ege Akademik Bakış*, 7 (1), 133-152.
- Yılmaz, A. ve İraz, R., (2013). Örgütsel Yaratıcılık Kültürü Bağlamında Çalışanların Yaratıcılık Yönetimine İlişkin Tutumlarının Değerlendirilmesi: Konya İli Devlet ve Katılım Bankaları Örneği. *The Journal of Academic Social Science Studies*, 6(5), 829-855.
- Woodman, R.W., Sawyer, J.E., Griffin, R.W. (1993). Toward a Theory of Organizational Creativity. *Academy of Management Review*, 18(2), 293-332.
- Zhou, Q., Hirst, G. ve Shipton, H. (2012). Context Matters: Combined Influence of Participation and Intellectual Stimulation on The Promotion Focus–Employee Creativity Relationship , *Journal of Organizational Behavior*, 33, 894-909.