

ALGILANAN LİDERLİK TİPLERİNİN ÖRGÜTSEL YARATICILIK ÇABALARI AÇIKLAYICILIĞINDA FİRMA PERFORMANSINA ETKİLERİ

Yağmur ÖZYER, Yrd. Doç. Dr.
yagmurozyer@arel.edu.tr, İstanbul Arel Üniversitesi

Ebru GÖZÜKARA, Öğr. Grv. Dr.
ebrugozukara@arel.edu.tr, İstanbul Arel Üniversitesi

Özet: Teknolojik gelişmelerin küresel boyutta yarattığı yeni çevre boyutlarında işletmelerin sürdürülebilir rekabet avantajı yaratması ve başarısını devam ettirebilmesi, sürekli olarak performans ölçümlerini ile mümkün olmaktadır. Birçok boyutla incelenen genel başarılarının hedeflenen düzeyde gerçekleşmesi, örgüt içindeki liderlerin fonksiyonları doğru belirlemesi ve bu faaliyet alanlarını örgütsel yaratıcılık ile besleyebilmesine bağlıdır.

Liderlik tiplerinin firma performansına etkisi alanındaki bilimsel çalışmalar incelendiğinde liderlik tiplerinin firma performansı ile pozitif yönde ilişkide olduğu belirlenmiştir. Ancak firma performansının liderlik tipleri ile ilişkisinin incelenmesinde örgütsel yaratıcılık çabalarının da etkili olduğu görülmektedir. Bu bağlamda çalışmanın amacı, liderlik tiplerinin firma performansına etkisinde örgütsel yaratıcılık çabalarının açıklayıcılığını inceleyerek bu konudaki bilimsel çalışmalara katkı sağlamaktır.

Anahtar Kelimeler: Narsist Liderlik, Karizmatik Liderlik ve Örgütsel Yaratıcılık Öğrenme Çabaları.

PERCEIVED LEADERSHIP TYPES EFFECTS ON FIRM PERFORMANCE WITHIN THE EXPLANATION OF THE ORGANIZATIONAL CREATIVITY EFFORTS

Abstract: Enterprises creating the sustainable competitive advantage and allowing it to continue its success where the technological developments on a global scale that create new environmental dimensions are possible with consistent performance measurements. Global and macro environmental conditions that are examined in many dimensions require creativity optimization on the increase of business performance. In this process, the targeted level of business success in the realization, is dependent on the leaders in the organization determining the functions correctly in this field of activity and feeding their organizational creativity.

While the examination about the effect of leadership types on firm performance in the literature of scientific study, it is determined that the leadership types has positive correlation with firm performance. Besides in the examination of the relation between firm performance and leadership types, it is stated that organizational creativity efforts are effective. In this context, the purpose of the study which is examining the impact of organizational creativity efforts explanatory effect on the types of leadership and firm performance is to contribute to the scientific studies on this subject.

Keywords: Narcissistic Leadership, Charismatic Leadership and Organizational Creativity Efforts.

I. GİRİŞ

Artan rekabet koşulları, firmaların sürdürülebilir rekabet avantajı sağlamasını zorlaştırmaktadır. Bu şartlar altında lider ve yöneticilerin karar verme stillerinin ve buna bağlı inovatif çalışmaların önemi hissedilir oranda artmaktadır. Firma ve tüketici ya da alıcıları sürekli olarak farklı ve yeni olanın takibinde sadakat yaratmaktadır. Bunun yanı sıra üretim kabiliyetlerinin esnekliği de işletmenin inovatif süreçlerine bağlıdır. Ancak inovasyon firma içindeki örgütsel yaratıcılığa bağlı olarak elde edilen sonuçtur. Literatürde genel olarak inovasyon üzerine yapılan çalışmaların son zamanlarda yaratıcılık çalışmalarına doğru geçiş yapmaya başladığı görülmektedir. Bununla beraber örgütsel yaratıcılık, her lider tipinin kabul edeceği ve uygulayacağı bir süreç değildir. Bu bağlamda lider tiplerinin bu süreçteki davranışsal ve bilişsel süreçlerinin gözlemlenmesi gerekmektedir. Bu çalışma, bu gözlemi liderler üzerinde yapılacak bir araştırma ile değil; çalışanlar üzerinde yapılacak bir araştırma ile gerçekleştirip; böylece liderlerin firma performansına etkisi de örgütsel yaratıcılık öğrenme çabalarının açıklayıcılığını objektif olarak değerlendirmeyi hedeflemektedir.

II. TEORİK ALTYAPI

Firma performansı birçok bileşenden etkilendiği gibi, temel olarak örgüt kültürünün oluşmasında ve buna bağlı misyon ve vizyonun belirlenmesinde etkin olan liderlerin genel yönetim davranışı ile şekillenmektedir. Sürdürülebilir rekabet avantajı yaratmak hedefinde olan işletmelerin uygulama ve iş yapma biçimleri genel olarak firmaların ömrü süresince aynı olmaktadır. Performansın belirlenmesinde etkili olan liderlik tiplerinin yanı sıra, bugün rekabet avantajı sağlayan en önemli argümanlardan biri de firmaların inovasyon uygulamalarıdır. Ancak inovasyon hızla geliştirilen ve uygulamaya geçilen bir süreç olmadığı için alana ilişkin araştırmalar inovasyonun güçlenmesini sağlayan değişkenler üzerine yoğunlaşmaya başlamaktadır. İşletmelerin liderlik tiplerinin firma performansına etkilerinde, inovasyonun uygulanıp uygulanmayacağını sağlayacak örgütsel yaratıcılık öğrenme çabaları değişkenlerinin incelenmesi, bu alana ilişkin iyileştirme ve gelişim aksiyonlarının uygulanmasını sağlayacaktır. Bu bağlamda çalışma, liderlik tiplerinin firma performansına etkisini araştırmakta ve bu etki üzerinde örgütsel yaratıcılık çabalarının açıklayıcılığını araştırmaktadır. Son yıllarda gruplarda yer alan yaratıcılık, araştırmacıların öneme duydıkları konu haline gelmiştir (Baruah ve Paulus, 2008). Örgütsel yaratıcılık konusu firmaların hayatta kalması, etkin performans göstermesi ve rekabetçi avantaj yaratılması konusunda kritik öneme sahiptir (Shin vd., 2013). Yönetim ve pazarlama literatürlerinde yaratıcılık; mevcut pratiklere, bu pratikler ile ilişkili anlamlı, orijinal ve farklı aksiyonların, süreçlerin ya da programların eklenmesi olarak

tanımlanmıştır. West ve Farr tarafından yaratıcılık; mevcut iş, çalışma grubu ya da örgüt adına yeni olan ve fayda sağlaması için tasarlanmış fikir, süreç, ürün veya dökümanların iş süreçlerinde, çalışma grubunda veya örgütte tanıtımı ve uygulamaları olarak tanımlanmıştır (West ve Farr, 1990). Yaratıcılık, literatürde yapılan çalışmalarda genel olarak bireysel, grup ve örgütsel yaratıcılık olarak incelenmiştir. Yaratıcılık literatürü, bireylerin bilişsel süreçlerine odaklanarak örgütsel yaratıcılığı ölçmülmüştür. Ancak yaratıcılık bir süreç olarak ele alındığında; eğitim ve uygulamalarla edinilen ve geliştirilen düşünme sürecinin özelliği olarak formüle edilebilir (Bharadwaj ve Menon, 2000). Bu sebeple örgütsel yaratıcılığın gerçekleşmesi, örgüt içinde yer alan lider ve izleyenlerinin **örgütsel yaratıcılık öğrenme çabaları** ile mümkün olmaktadır.

Daha önce yapılan çalışmalar yaratıcılığın bireysel, grup ya da örgütsel boyutlarını, dönüşümcü, etkileşimci ya da etik liderlik ile ilişkilendirmiştir (Phipps vd., 2012; Allen vd, 2013; Chen ve Chang, 2013; Liu vd. 2012; Ussahawanitchakit, 2011). Literatürde, liderlik tiplerinin firma performansına etkisinde örgütsel yaratıcılık öğrenme çabalarının açıklayıcılığına ilişkin bir çalışma bulunmaması bu çalışmanın modelinin oluşmasını sağlayan nedendir. Çalışmada liderlik tiplerinden karizmatik liderlik ve narsist liderlik; bu liderlik tiplerinin firma performansına etkisinde örgütsel yaratıcılık öğrenme çabalarının etkisinin yüksek olması öngörüsü ve alanda daha önce araştırma yapılmamış olmasından dolayı kullanılmıştır. Karizmatik liderlik; literatürde genellikle 1990'lı yıllardan sonra yaygın olarak araştırma konusu olmuştur. **Karizmatik liderliğin** özellikle çalışanların üzerindeki etkisinin pozitif ve yüksek olması, verimliliği sağlaması, bu bağlamda da iş tatmini ve firma performansını artırması bu liderlik tipinin araştırma konusu olmasının nedenlerindendir (DeGroot vd., 2000). Çağdaş teori yaklaşımında karizmatik liderlerin çalışanları tarafından destek almaları ve çalışanlarının iş bağlılığını sağlamaları (Van Knippenberg vd., 2004) işletme firma performansında karizmatik liderlerin etkin olacağı öngörüsünü yaratmaktadır. Conger ve Kanungo, karizmanın atıfsal bir olay olduğunu belirtmişlerdir. Örgütlerde, liderlerin karizmalarının nasıl ortaya çıktığı konusunda geliştirdikleri teori ile karizmatik liderliği bir süreç olarak modelleyen teorisyenler olmuşlardır. Conger ve Kanungo'ya göre karizmatik liderin temel özellikleri; vizyon belirleme, üye ihtiyaçlarına duyarlılık gösterme, çevresel duyarlılık gösterme, sıradışı davranış sergileme, kişisel risk üstleneme ve mevcut sistemi sürdürmeme özellikleridir.

Narsist liderlerin; narsizmin tanımından (Tschanz vd., 1998) hareketle; kendilerine güçlü bir sevgi duymaları, kendilerini çok önemli bir birey olarak görmeleri ve güçlü otorite yapılarının olduğunu düşünmeleri; ilk olarak firmada örgütsel yaratıcılık çabalarında ya da firma performansında olumsuz etki yaratacağı fikrini oluşturmaktadır. Ancak bunun aksine narsist liderlerin dünyanın en yaratıcı ve en üretken liderler olduğu belirtilmektedir (Rosenthal ve Pittinsky, 2006). Narsist liderlerin bu duygularını sürekli besleyebilmeleri; ancak mevcut olandan daha orjinal ve farklı bir iş ya da süreç yaratmakla mümkün olabilmektedir. Çalışmada diğer bir liderlik tipi olarak narsist liderliğin ele alınmasına neden olan bu yaklaşım; yaratıcılık gerekliliği ile paralellik kurmaktadır.

III. ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİ ve ARAŞTIRMA MODELİ

Çalışmada yukarıda belirtilen teorik altyapı ışığında algılanan liderlik tiplerinin firma performansı etkisi incelenmiştir. Örgütsel yaratıcılık öğrenme çabalarının, algılanan liderlik tiplerinin firma performansı etkisindeki açıklayıcılığı ara değişken olarak incelenmiştir. Bu bağlamda çalışmanın hipotezleri ve modeli aşağıda yer aldığı gibidir.

H1: Algılanan narsist liderlik ile finansal performans arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2: Algılanan narsist liderlik ile operasyonel performans arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H3: Algılanan çevresel duyarlılığa sahip karizmatik liderlik ile finansal performans arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H4: Algılanan kişisel risk üstlenen ve duyarlı karizmatik lider ile finansal performans arasında anlamlı bir ilişki vardır.

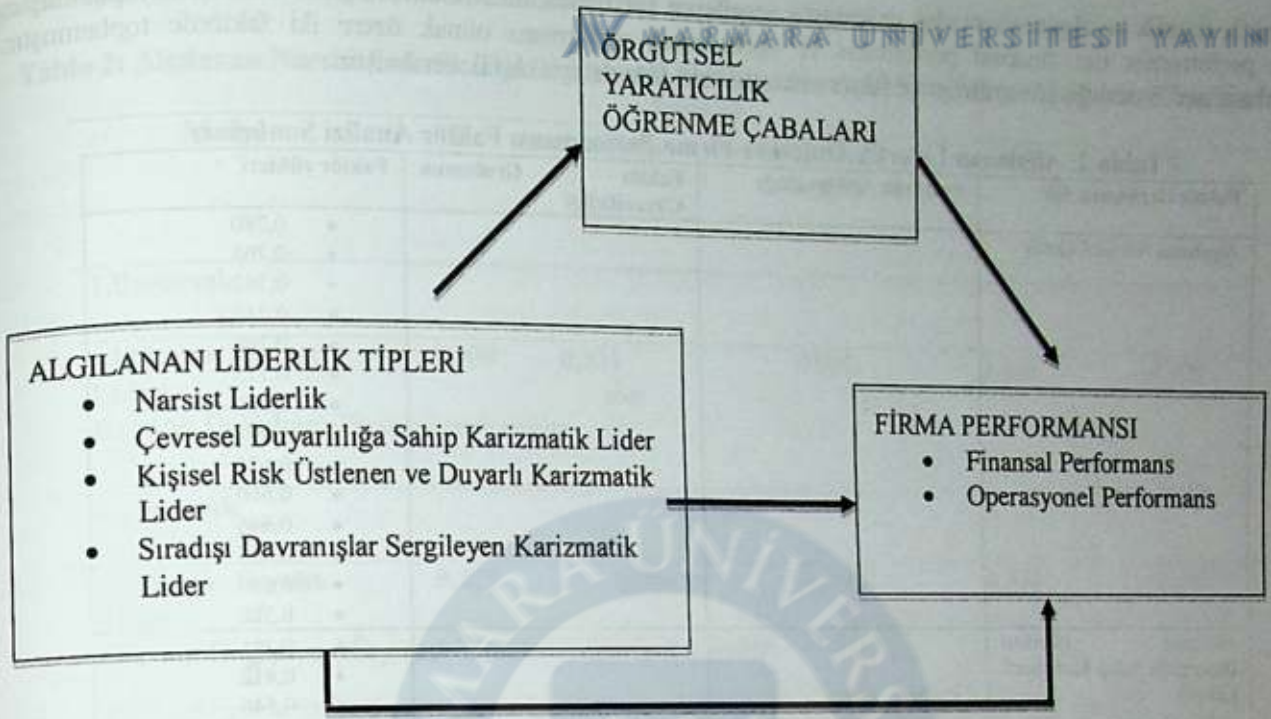
H5: Algılanan sıradışı davranışlar sergileyen karizmatik lider ile finansal performans arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H6: Algılanan çevresel duyarlılığa sahip karizmatik liderlik ile operasyonel performans arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H7: Algılanan kişisel risk üstlenen ve duyarlı karizmatik lider ile operasyonel performans arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H8: Algılanan sıradışı davranışlar sergileyen karizmatik lider ile operasyonel performans arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H9: Örgütsel yaratıcılık öğrenme çabaları, liderlik tiplerinin firma performansı üzerindeki açıklayıcılığına etki eder.



Şekil 1: Araştırma Modeli

IV. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

Araştırma verileri istatistiksel paket programı kullanılarak analiz edilmiştir.

IV.1. Ölçekler ve Örneklem

Yukarıdaki hipotezleri test etmekte kullanılan ölçeklerde 5'li likert tipi ölçek kullanılmıştır ve ölçekte yer alan likert aralığı 'Kesinlikle Katılıyorum' ifadesi ile 'Kesinlikle Katılmıyorum' ifadeleri arasındadır. Algılanan narsist liderlik tipinin soru maddeleri, bireysel narsizmi ölçeği 1988'de Raskin ve Terry tarafından geliştirilmiş "Bireysel Narsizm Ölçeği"nden uyarlanmıştır. Algılanan karizmatik liderlik tipinin soru maddeleri, Conger ve Kanungo tarafından geliştirilen "Karizmatik Liderlik Ölçeği"nden uyarlanmıştır. Örgütsel yaratıcılık öğrenme çabalarının soru maddeleri, Bharadwaj ve Menon tarafından temel yaratıcılık ölçeği kullanılarak 2000 yılında geliştirilen ölçekten faydalanılarak geliştirilmiştir. Son olarak firma performansı ise Elinger vd. tarafından geliştirilen firma performans ölçeğinden uyarlanarak kullanılmıştır. Çalışmada zaman ve maliyet kısıtı nedeniyle kolayda örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Ancak Kolayda örnekleme yönteminin 'genelleme' sorunu araştırmanın kısıtını oluşturmaktadır. Araştırma karizmatik ve narsist liderlik tipleri çeşitli sektörlerde çalışanların bu liderlik tiplerine algılarının firma performansına etkisini analiz etmeyi hedeflemektedir. Literatürde liderlik tipine dair yapılan araştırmalar liderler üzerinde yapılan uygulamalar ile gerçekleştirilmiştir. Ancak narsist liderlik ve karizmatik liderliğin temel davranışsal özelliklerinin liderler tarafından yorumlamada taraflı yanıt vereceği düşüncesinden hareketle, bu liderlik tiplerinin belirlenmesi, çalışanların algısı ile ölçülmeye çalışılmıştır. Bu nedenle katılımcıların firmalarda bir lidere bağlı olarak çalışan kişiler olmasına dikkat edilmiştir. Araştırmada ulaşılan toplam katılımcı sayısı 258'dir. Bu katılımcılardan elde edilen anketlerden toplam 202'si araştırma kapsamında analiz edilmek üzere kullanılmıştır.

IV.2. Ölçüm Güvenilirliği

Araştırmanın ölçeklerinin güvenilirliğinin test edilmesi için ölçeklerin ayrı ayrı Cronbach's Alpha değerlerine bakılmıştır. Buna göre 0,05 anlamlılık algılanan liderlik tipi ölçeğinin güvenilirliği %97, örgütsel yaratıcılık öğrenme çabaları ölçeğinin güvenilirliği %92 ve firma performansı ölçeğinin güvenilirliği %94 olarak bulunmuştur. Algılanan liderlik tipi ölçeklerine "Kaiser-Meyer-Olkin(KMO) örnekleme yeterlilik testi uygulandığında anlamlılık değeri 0,000 ve KMO değeri 0,92 çıkmış olup, bu değerlerin faktör analizi yapmak için uygun olduğu görülmüştür. Firma performansı ölçeğine örnekleme yeterlilik testi uygulandığında anlamlılık değeri 0,000 ve KMO değeri 0,89 çıkmıştır ve bu değer de verinin faktör analizi yapmak için yeterli olduğunu göstermiştir.

V. ANALİZ ve SONUÇLAR

Araştırmanın hipotezlerini test etmek için veriye uygulanan faktör analizi sonucunda algılanan liderlik tipleri; algılanan narsist liderlik, algılanan çevresel duyarlılığa sahip karizmatik liderlik, algılanan kişisel risk üstlenen ve duyarlı

karizmatik liderlik ve algılanan sıradışı davranışlar sergileyen karizmatik liderlik olmak üzere 4 faktörde toplanmıştır. Firma performansı ise; finansal performans ve operasyonel performans olmak üzere iki faktörde toplanmıştır. Faktörlerin açıklayıcılığı, güvenilirliği ve faktör yükleri Tablo 1'de detaylı olarak verilmiştir.

Tablo 2: Algılanan Liderlik Tipleri ve Firma Performansı Faktör Analizi Sonuçları

Faktör Grubunun Adı	Faktörün Açıklayıcılığı	Faktör Grubunun Güvenilirliği	Faktör yükleri
Algılanan Narsist Liderlik	%28,42	%96	• 0,780 • 0,768 • 0,762 • 0,749 • 0,748 • 0,715 • 0,706 • 0,703 • 0,686 • 0,660 • 0,646 • 0,645 • 0,639 • 0,588
Algılanan Çevresel Duyarlılığa Sahip Karizmatik Liderlik	%18,77	%91	• 0,411 • 0,412 • 0,546 • 0,736 • 0,726 • 0,720 • 0,683 • 0,623 • 0,470
Algılanan Kişisel Risk Üstlenen ve Duyarlı Karizmatik Liderlik	%16,71	%92	• 0,720 • 0,708 • 0,665 • 0,653 • 0,645 • 0,639 • 0,601 • 0,549 • 0,541 • 0,484 • 0,479
Algılanan Sıradışı Davranışlar Sergileyen Karizmatik Liderlik	%8,95	%80	• 0,876 • 0,790 • 0,677
Finansal Performans	%40,61	%94	• 0,856 • 0,844 • 0,812 • 0,798 • 0,771 • 0,752 • 0,749 • 0,731 • 0,649 • 0,639
Operasyonel Performans	%27,01	%89	• 0,863 • 0,841 • 0,825 • 0,702 • 0,666 • 0,600

Araştırmada algılanan liderlik tiplerinin firma performansına etkisinde örgütsel yaratıcılık öğrenme çabalarının açıklayıcılığını analiz etmek üzere regresyon analizi uygulanmıştır. Araştırma modeli ve hipotezler örgütsel yaratıcılık öğrenme çabalarının mediatör değişken olduğu varsayımı üzerine kurulmuştur. Buna göre regresyon analizi sonuçlarının irdelenme yöntemi örnek özet tablo ile algılanan narsist lider, örgütsel yaratıcılık çabaları ve finansal performans değişkenleri üzerinden aşağıdaki tabloda verilmiştir. Araştırmanın tüm hipotezleri bu yöntem ile

gerçekleştirilen analizlere bağlı olarak test edilmiştir.

Tablo 2: Algılanan Narsist Liderlik Tipi ile Finansal Performans Arasındaki İlişkiyi Açıklayan Karşılaştırma Tablosu

Model	B	Beta	Anlamlılık Değeri	R	R ²
1.Basamak					
Algılanan Narsist Lider	0,309	0,331	0,000	0,331	0,109
Bağımlı Değişken: Finansal performans					
2.Basamak					
Algılanan Narsist Lider	0,425	0,066	0,000	0,412	0,170
Bağımlı Değişken: Örgütsel Yaratıcılık Öğrenme Çabaları					
3.Basamak					
Algılanan Narsist Lider	0,087	0,093	0,128	0,621	0,386
Örgütsel Yaratıcılık Öğrenme Çabaları	0,522	0,577	0,000		
Bağımlı Değişken: Finansal performans					

Narsist iderlerin finansal performans üzerindeki açıklayıcılığında örgütsel yaratıcılık öğrenme çabaları rolünü inceleyen regresyon analizi çıktıları gösteren Tablo 2'de anlamlılık değerinin 0,05'ten küçük olması modelin açıklayıcı olduğunu göstermektedir. 1. Basamakta görülen narsist liderin finansal performans üzerindeki açıklayıcılık Beta değeri olan 0,331'in 3. Basamakta 0,093 olduğu görülmektedir. Bu bağlamda örgütsel yaratıcılık öğrenme çabalarının, narsist liderin finansal performans açıklayıcılığında etkisinin olduğu sonucu ortaya çıkmaktadır. Bununla birlikte narsist lider ve örgütsel yaratıcılık öğrenme çabaları değişkenlerindeki değişim; finansal performans üzerindeki değişimin %38'ini açıklamaktadır.

VI. ARAŞTIRMA BULGULARININ TARTIŞILMASI

Araştırmada ele alınan 4 farklı liderlik tipi ile firma performansları arasında anlamlı ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bununla birlikte yukarıda karşılaştırmalı tablolarda elde edilen veriler örgütsel yaratıcılık öğrenme çabalarının bu etki üzerinde mediatör ara değişken olarak etki edip; açıklayıcılığının olduğunu göstermektedir. Bu veriler araştırmanın tüm hipotezlerinin kabul edildiğini göstermektedir.

Conger ve Kanungo'nun yaptığı çalışmada karizmatik liderlik tipi vizyon belirleme, üye ihtiyaçlarına duyarlılık gösterme, çevresel duyarlılık gösterme, sıradışı davranış sergileme, kişisel risk üstlenilme ve mevcut sistemi sürdürmeme olmak üzere 6 faktörde incelenmiştir. Ancak araştırmanın liderler ile değil; çalışanların liderleri hangi tipte algıladıkları ve bu algı üzerinden firma performansı etkisinde örgütsel yaratıcılık öğrenme çabaları açıklayıcılığı incelendiği için çalışmada 3 faktör altında toplanmıştır. Tablo 1'de faktör yükleri verilen faktörler; algılanan çevresel duyarlılığa sahip karizmatik lider, algılanan kişisel risk üstlenen ve duyarlı karizmatik lider ve algılanan sıradışı davranışlar sergileyen karizmatik lider olarak belirlenmiştir.

Algılanan kişisel risk üstlenen ve duyarlı karizmatik liderlerin finansal performansa etkisinde örgütsel yaratıcılık öğrenme çabaları ara değişkeninin Beta değerinin negatif yöne çekmesi, bu etkinin negatif olduğu sonucunu ortaya koymaktadır. Buna göre kişisel risk üstlenen ve duyarlı karizmatik liderlerin bilişsel süreçlerde öğrenmeye açık olması risk alma yeteneklerini azaltmaya başladığına dair istatistikli yorumlamalara neden olmaktadır. Yaratıcılığın orjinal ve farklı ürün ya da süreçleri bilişsel olarak liderlere algılatma çabaları; liderlerde risk alma yeteneğiyle finansal performansı artırma becerisinin azaldığı algısına neden olmaktadır. Araştırmada bilişsel süreçlerde yaratıcılığı öğrenmenin negatif etki yarattığı tek liderlik tipi kişisel risk üstlenen ve duyarlı karizmatik liderlik tipi olduğu görülmektedir.

VII. SONUÇ ve ÖNERİLER

Örgütsel yaratıcılık literature son yıllarda yeni çalışmalar ile daha da genişlemeye başlayan; özellikle yönetim ve pazarlama bilimlerinde önemle takip edilen konu olmaya başlamıştır. Çalışmada yaratıcılığın çağdaş liderlik tiplerinden karizmatik ve narsist liderlik tipi ile ilişkili olması bu liderlik tiplerinin davranışsal özelliğinden kaynaklanmaktadır. Narsist liderlik tipinde liderler; kendilerine yüksek derecede sevgi duyan, otorite özelliklerinin olduğunu düşünen ve üretken liderlerdir. Bu bağlamda bu içsel duyguları özbenliklerinde sürdürürebilmek için orjinal ve farklı ürün ve yönetsel süreçlere ihtiyaç duymaktadırlar. Bu ihtiyaç ise onları yeniyi ve farklı olana iten yaratıcılık özelliklerine doğru götürmektedir. Bu özellik, bu liderlerin yaratıcılığa ilişkin öğrenme çabalarına girdiğini, göstermektedir. Bu davranışlar ise firma performansını etkilemektedir. Araştırmada elde edilen verilerin analizleri bu liderlerin firma performansına etkilerinde örgütsel yaratıcılık öğrenme çabalarının açıklayıcı olduğunu göstermektedir. Literatürde liderlik tipleri ile ilgili yapılan çalışmalar liderlerin kendi davranışsal tiplerini tanımlamalarını sağlayacak şekilde liderlere uygulanan kantitatif araştırma yöntemleri ile yapılmıştır. Bu çalışma ise özellikle narsist ve karizmatik liderlik gibi liderlerin kendilerine atfetmelerinde objektif olmalarını kısıtlayacak liderlik tiplerinin çalışanların algısı üzerinden değerlendirmesi yapılacak şekilde uygulanmıştır. Ancak sonraki araştırmalar bu bulguların liderler tarafından nasıl algılandığını araştırmak üzere liderlere de uygulanabilir.

KAYNAKÇA

- Allen S.I., Smith J.E., DaSilva N., (2013). "Leadership Style in Relation to Organizational Change and Organizational Creativity Perceptions from Nonprofit Organizational Members", Non-Profit Management & Leadership, Sayı. 24, Konu.1, s. 23-42.
- Baruah J. ve Paulus, P. (2008). "Effects of Training on Idea Generation in Groups". Small Group Research, Sayı. 39, Sayı. 5, s.523-545.
- Bharadwaj S. ve Menon A., (2000). "Making Innovation Happen in Organizations: Individual Creativity Mechanisms, Organizational Creativity Mechanisms or Both?", Journal of Production Innovation Management, Sayı. 17, s.424-434.
- Chen Y. ve Chang C. (2013). "The Determinants of Green Product Development Performance: Green Dynamic Capabilities, Green Transformational Leadership and Green Creativity", Journal of Business Ethics, Sayı.116, s.107-119.
- Conger J.A., Kanungo R.N. ve Menon S.T. (2000). "Charismatic Leadership and Follower Effects". Journal of Organizational Behavior, Sayı.21, Konu.7, s.747-767.
- DeGroot, T., D. Kiker ve T. Cross (2000). "A Meta- analysis to Review Organizational Outcomes Related to Charismatic Leadership". Canadian Journal of Administrative Sciences, Sayı. 17, s.356-371.
- Ellinger, A.D., Ellinger, A.E., Yang, B. ve Howton, S.W., (2002). "The Relationship Between the Learning Organization Concept and Firm's Financial Performance: An Empirical Assessment". Human Resource Development Quarterly, Sayı.13, Konu.1, s. 5-21.
- McMahon S.R. ve Cameron M.F. (2012). "Heuristic Transfer in the Relationship Between Leadership and Employee Creativity", Journal of Leadership & Organizational Studies, Sayı. 20, s.69-81.
- LiuD, Liao H. ve Loi R., (2012). "The Dark Side of Leadership: A Three-Level Investigation of the Cascading Effect of Abusive Supervision on Employee Creativity". Academy of Management Journal, Sayı. 55, Konu.5, s.1187-1212.
- Raskin, R. ve Terry, H. (1988). "A Principal-Components Analysis of the Narcissistic Personality". Journal of Personality and Social Psychology Inventory and Further Evidence of Its Construct Validity, Sayı.54, s. 890-902.
- Rosenthal, S. A., ve Pittinsky, T. L. (2006). "Narcissistic leadership". Leadership Quarterly, Sayı.17, s. 617-633.
- Shin S.Y., Park W. ve Lim H.S., (2013). "What Makes Small and Medium Sized Enterprises Promote Organizational Creativity: The Contingency Perspective", Social Behavior and Personality, Sayı.41, Konu.1, s.71-72.
- Tschanz, B. T., Morf, C. C., ve Turner, C. W. (1998). "Gender Differences in the Structure of Narcissism: A Multi-Sample Analysis of the Narcissistic Personality Inventory". Sex Roles, Sayı. 38, s. 863-870.
- Ussahawanitchakit P., (2011). "Transformational Leadership and the Antecedents and Consequences: Evidence From Information Technology Business in Thailand", Journal of International Business and Economics, Sayı.11, Konu.1, s.1-27.
- Wand C, Tsai H. ve Tsai M., (2014). "Linking Transformational Leadership and Employee Creativity in the Hospitality Industry: The Influences of Creative Role Identity, Creative Self-efficacy and job Complexity", Tourism Management, Sayı. 20, s.79-89.
- West M.A. ve Farr, J.L., (1990). "Innovation and Creativity at Work: Psychological and Organizational Strategies", Innovation at Work, West M.A. ve Farr, J.L., (edt), Chichester: Wiley & Sons
- Van Knippenberg, D., B. Van Knippenberg, D. De Cremer ve M. A. Hogg, (2004). "Leadership, Self, Identity: A Review and Research Agenda", Leadership Quarterly Sayı. 15, s. 825-856.