

ÖRGÜT YAPILARI VE BOYUTLARININ YARATICILIK YÖNETİMİ AÇISINDAN DEĞERLENDİRİLMESİ

Rifat İRAZ, Prof. Dr.
rifat@selcuk.edu.tr, Selçuk Üniversitesi

Suudan Gökçe GÖK, Öğr. Gör.
suudangokce@hotmail.com, Gazi Üniversitesi

Özet: Günümüzde yaratıcılık bütün örgütlerin önemli bir kaynağı olarak görülmekte ve örgütlerin rekabetçi konumlarını koruyabilmeleri için yaratıcılığı yönetmeleri ve benimsemeleri önem arz etmektedir. Bu araştırmanın amacı da, örgüt yapılarının alt boyutları ve yönetim biçimlerinin yaratıcılık yönetimi açısından değerlendirmesinin yapıp, aralarındaki ilişkilerin ortaya çıkarılmasıdır. Bu kapsamda Ankara'da faaliyet gösteren yerel bir televizyon kanalında çalışan 60 iş gören üzerinde araştırma yapılmıştır. Çalışma sonucu elde edilen veriler SPSS 15.0 istatistik paket programı aracılığıyla analiz edilmiştir. Yaratıcılığın örgüt yapısının alt boyutlarıyla ilgili ilişkilerin saptanmasına yönelik yapılan analizlerde örgütün biçimsellik derecesi ile karmaşıklık derecesi arasında pozitif yönlü orta kuvvette bir ilişki olduğu saptanmıştır. Biçimsellik derecesi arttıkça karmaşıklık derecesinin de arttığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Örgüt Yapıları, Yönetim Biçimleri, Yaratıcılık Yönetimi

THE RELATIONSHIP BETWEEN ADMINISTRATION FORMS, CREATIVITY MANAGEMENT AND ORGANIZATION STRUCTURES

Abstract: Today, managing creativity is an obligation for contemporary companies for preventing their competitive position. Creativity management, as a technic of human resource management demands continuous, integrated and systematic applications. The purpose of this study is to uncover the relationship between administration forms, creativity management and organization structures. In this context, a questionnaire was conducted on 60 employees who work in a local channel in Ankara. The data obtained were analyzed by using SPSS 15.0 software. Creativity on the size of the bottom of the organizational structure of relations in the analysis for determining the degree of complexity with the degree of formality of the organization's positive relationship was found to be of medium strength. The greater the degree of complexity increases formality that have been identified.

Keywords: Organization Structures, Administration Forms, Creativity Management

1. GİRİŞ

GİRİŞ

Değişimin hızlı olarak yaşandığı günümüz rekabet ortamında örgütlerin varlıklarını devam ettirebilmelerinin tek yolu farklılık yaratarak rekabetin gerisinde kalmamalarıdır. Örgütlerin değişime ayak uydurabilmesi ancak iş görenlerin farklılık yaratarak rekabetin gerisinde kalmamalarıdır. Örgütlerin değişime ayak uydurabilmesi ancak iş görenlerin farklılık yaratarak rekabetin gerisinde kalmamalarıdır. Örgütlerin değişime ayak uydurabilmesi ancak iş görenlerin farklılık yaratarak rekabetin gerisinde kalmamalarıdır.

II. ARAŞTIRMANIN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

II.1. Yaratıcılık Kavramı Ve Kapsamı

II. ARAŞTIRMANIN KAVRAMSAL ÇERÇEVESİ

II.1. Yaratıcılık Kavramı Ve Kapsamı

Yaratıcılık kavramı Latince bir kelime olan "creativitas" kelimesinden türemiştir. Daha önce yapılmamış, düşünülmemiş ya da yeni bir olguyu veya düşüncüyü ortaya koyan kişiye yaratıcı denir. Bir şeyin yaratılmış olması için çevreye ve kişiye yeni olması gerekir. Yeni ise; henüz mevcut olmayan, varlığının ne olduğu bilinmeyen, bir bilimin çalışma konusu olan şeydir. Temelde yaratıcılığa ilişkin ilk tanımların bir çoğu yaratıcı süreç üzerinde odaklanmaktadır. Yaratıcılığı bir sorun çözme süreci olarak tanımlayan Torrance'a (1968) göre yaratıcılık, sorunlara eksikliklere uyumsuzluklara karşı duyarlı olma; çözüm yolları arama, tahmin veya eksikliklerle ilgili hipotezler geliştirilerek, görüşleri tasavvur edebilme özelliğidir. Akıl, hafızalara kaydedilen tecrübe, duygu ve görüşlerin harmanlanmasıyla bir araya getirilerek onlarla yepyeni fikirler oluşturulabilir. İşte bu özellik sayesinde insanlığı sanat, bilim, iş hayatı ve devamlı olarak değişen dünyamızda önemli gelişmeler yapmada başarılı olabilmektedir (Sungur, 1997). Örgütün yaratıcı kimliğinin olması örgüt için son derece önemlidir, çünkü yaratıcı kimlik, bir ürün geliştirilmesinde veya herhangi bir pazar yapısında önemli rol oynayacaktır. Örgütlerin yaratıcı kimliğinin olması; yeni ürün geliştirme, rekabet etki yapacak teknolojik gelişmeyi tetikleyecektir. Örgütsel yaratıcılık ise, organizasyonun üstünliği ve büyüme açısından stratejik önem taşımaktadır (Samen, 2008). Örgütsel yaratıcılık, kişilerin sahip olduğu özelliklerin sahip olduğu çalışanların yaratıcılıklarının bir toplamıdır. Ancak bireysel yaratıcılık, kişilerin sahip olduğu özelliklerin

bir fonksiyonu olduğu kadar içinde bulunulan organizasyonun sahip olduğu özelliklerinin de bir fonksiyonudur. Bu nedenle, örgütsel yaratıcılığın oluşması ve geliştirilmesi, örgütün sahip olduğu üyeleri yaratıcı kılabacak bazı düzenlemelere gitmesiyle mümkündür (Çekmecelioglu, 2002:561). Bu bağlamda, yaratıcılık bazı kişisel özelliklere sahip olmayı gerektirdiği kadar, içinde bulunulan çevresel özelliklerden de etkilenecektir.

II.2. Örgütsel Yaratıcılık

Örgütlerde yönetsel görevlerin yeniden organize edilerek başarı ile yönetilme süreci örgütsel yaratıcılık yönetimi olarak ifade edilmektedir. Örgütsel yaratıcılıktan bahsedebilmek için, örgüt çalışanlarında; kültürel alt yapı, hırs, cesaret, kararlı olma, hoşgörü, hür ve bütüncül düşünme, gelecekle ilgili vizyonel bakış, davranış ve tutum bütünlüğü gerekmektedir (Marşap, 1999:51). Bir organizasyon yapısının nasıl kurulması gerektiği ile ilgili çeşitli teori ve yaklaşımlar geliştirilmiştir. Bu teori ve yaklaşımlar, organizasyon yapılarını ve davranışlarını anlamaya, açıklamaya ve organizasyondaki herhangi bir değişikliğin diğer organizasyon unsurlarını nasıl etkilediğini kestirmeye yarayan modellerdir (Koçel, 2005: 27).

II.3. Örgüt Yapısı ve Yaratıcılık Yönetimi

Örgüt yapısı, organizasyonel birçok dinamiğin de belirleyicisi olarak, çalışan yaratıcılığını etkileyen önemli değişkenlerden biridir. Bireyin yaratıcı fikir ya da çözümler üretebilmesi için öncelikle üzerinde çalışılan konuya, işe ya da soruna ilişkin belli düzeyde de olsa bilgi sahibi olması gereklidir. Bilgi boyutu sadece meslekî, teknik bilgiyi değil, aynı zamanda çeşitli düşünce ve bakış açılarından haberdar olmayı da içermektedir. Bu nedenle, her türlü ve her yönlü bilgi akışının olduğu, bilgi paylaşımının yaşandığı, fikirlerde çeşitliliğin desteklendiği açık iletişim yapısı temel koşullardan biridir. Motivasyon boyutu ise, yaratıcı yeteneğin bir değer olarak algılandığı, bireylere yaratıcılıklarını kullanma beklentisinin ve fırsatının sunulduğu, yaratıcı çaba ve ürünlerin değerlendirildiği, ödüllendirildiği, iş birliği ve destek temeline dayalı koşul ve ortamları içermektedir (Özçer, 1996).

Son yıllarda yapılan çalışmalarda merkezilik, biçimsellik ve karmaşıklık örgütsel yapının temel boyutları olarak kabul edilmektedir. *Merkezileşme* Örgüt içerisinde gücün dağılımı ve bu dağılım çerçevesinde örgüt yapısı ile ilgili bilgi veren önemli bir belirleyicidir. Merkezileşme derecesi, organizasyonda kararların hangi kademedeki çalışanlar tarafından verildiğini gösterir. Merkezi yapı iletişim bozukluğuna yol açarak bilginin, karar verme biçimiyle de motivasyonu bozmakta bu durumda işgörenlerin yaratıcılıklarını ortaya koymalarını zorlaştırmaktadır. Örgütsel yaratıcılığa merkezilik derecesi düşük olan örgütlerin ulaşabileceği görüşü savunmaktadır (Steiner, 1986). *Biçimselleşme* ile, iş görenlerin yönlendirilme ve denetlenmeleri için kullanılmakta olan süreçler ifade edilmektedir. Biçimsel yapıdaki kuralların fazlalığı, özgür hareket etme ve karar vermeyi engellediği için örgüt üyelerinin yaratıcı çabalarını ortadan kaldırmaktadır. *Karmaşıklık* ise; bölümler oluşturma ile işi bölümlendirmenin görevler ve bölümler arasında oluşturduğu farklılıklarla alakalıdır. Yapılan araştırmalar karmaşıklığın ve esnekliğin örgüt içinde yaratıcı davranışların ortaya çıkmasını kolaylaştırdığını ortaya koymaktadır.

III. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

III.1. Araştırmanın Kapsamı ve Yöntemi

Bu çalışmada, örgüt yapılarının alt boyutlarının yaratıcılık yönetimi açısından değerlendirmesi yapılmış, aralarındaki ilişkiler ortaya çıkarılmaya çalışılmıştır. Bu kapsamda Ankara'da faaliyet gösteren yerel bir televizyon kanalında çalışan 80 iş gören üzerinde araştırma yapılmıştır. Çalışma sonucu elde edilmiş olan veriler SPSS 15.0 istatistik paket programı ile analiz edilmiştir. Elde edilmiş olan bulgular çerçevesinde yaratıcılıkla örgüt biçimlerinin alt boyutları arasındaki ilişkiler ortaya konulmuştur. Gönderilen anketlerin 60 tanesi kullanılabilir şekilde geri dönmüştür. Örgütsel yapıyı 3 temel boyutta incelenmiş, bu boyutların yaratıcılıkla ilişkisi araştırılmıştır. Örgütsel yapı soruları: merkezilik, biçimsellik ve karmaşıklık derecelerinin ölçülmesine yönelik Robbins'in geliştirdiği ankete göre değerlendirilmiştir. Örgüt yapısına ilişkin kullanılan anket toplam 25 sorudan oluşmaktadır. 10 soru örgütün merkezilik derecesi ile ilgili sorulardan, 7 soru örgütün biçimsellik derecesiyle ilgili sorulardan, 8 soruda örgütün karmaşıklık derecesi ile ilgili sorulardan oluşmaktadır. Araştırmada kullanıcıların değerlendirilmesine ulaşmak amacıyla anket yöntemi kullanılmıştır. Yaratıcılıkla ilgili değişkenleri ölçmede kullanılan anket Fedai Karaçavuş'un doktora tezinde kullanmıştır. 21 ifadeden oluşan sorular beşli likert olarak hazırlanmıştır. Verilerin analizi SPSS 15.0 programı ile yapılmıştır. Çalışmada anlamlılık düzeyi (α) 0,05 kabul edilmiştir. Analizler sonucu elde edilen p değeri 0,05 anlamlılık düzeyi ile karşılaştırılmış ve karar verilmiştir.

Ölçek puanlarının normallik testi yapılmış ve Örgütün Merkezilik Derecesi ile Yaratıcılık ölçeklerinin normal dağılıma uyduğu; Örgütün Biçimsellik Derecesi ile Örgütün Karmaşıklık Derecesinin normal dağılıma uymadığı belirlenmiştir. Bunun neticesinde ölçeklerin birbirleri ile ilişkilerinin var olma durumlarına Pearson Korelasyon Katsayısı ve Spearman Korelasyon Katsayısı hesaplanarak bakılmıştır. İki gruplu değişkenlerin (cinsiyet, yaş) ölçek puanı açısından fark gösterip göstermeme durumu için t testi ve Mann-Whitney U testi uygulanmıştır. Üç gruplu değişkenlerin (çalışma süresi) ölçek puanı açısından fark gösterip göstermeme durumu için One-Way ANOVA ve Kruskal-Wallis H Testi uygulanmıştır.

III.2. Araştırmanın Bulguları ve Değerlendirmesi

III.2.1. Demografik Bulgular

Araştırmaya katılanların %46,7 sinin kadın, %53,3 ünün erkek olduğu görülmektedir. Yaş dağılımına bakıldığında 25-35 yaş aralığında çalışanların %63,3 , 36 ve üstünün %63,3 ü oluşturduğu anlaşılmıştır. Lisans mezunlarının %93,3, yüksek lisans mezunlarının ise 6,7 olduğu belirlenmiştir. Çalışma sürelerinde ise 0-5 yıl arası çalışanlar %16,7, 5-10 yıl arası çalışanlar %48,3 10 yıldan fazla çalışanlar ise araştırma grubunun %35 ini oluşturmaktadır.

III.2.2. Örgüt Yapılarıyla Yaratıcılık Arasındaki İlişkiye Yönelik Analizler

Tablo 1. Değişkenler Arasındaki Korelasyon Katsayısı

		Örgütün Merkeziyetlik Derecesi	Örgütün Bicimsellik Derecesi	Örgütün Karmaşiklik Derecesi	Yaratıcılık
Örgütün Merkeziyetlik Derecesi	r		0,074	0,196	0,044
	p	-	0,575	0,134	0,738
	n		60	60	60
Örgütün Bicimsellik Derecesi	r			,580*	,651*
	p		-	0,000	0,000
	n			60	60
Örgütün Karmaşiklik Derecesi	r				,642*
	p			-	0,000
	n				60
Yaratıcılık	r				
	p				
	n				

*p<0,05

Örgütün merkezilik derecesi ile biçimsellik derecesi arasında anlamlı bir ilişki yoktur ($p>0,05$). Örgütün merkezilik derecesi ile yaratıcılık derecesi arasında anlamlı bir ilişki yoktur. Örgütün merkezilik derecesi ile yaratıcılık derecesi arasında anlamlı bir ilişki yoktur. Örgütün biçimsellik derecesi ile karmaşıklık derecesi arasında pozitif yönlü orta kuvvette bir ilişki vardır. Biçimsellik derecesi arttıkça karmaşıklık derecesi de artmaktadır. Ayrıca bu ilişki istatistiksel olarak da anlamlıdır. Örgütün biçimsellik derecesi ile yaratıcılık arasında pozitif yönlü orta kuvvette bir ilişki vardır. Biçimsellik derecesi arttıkça yaratıcılık da artmaktadır. Ayrıca bu ilişki istatistiksel olarak da anlamlıdır. Örgütün karmaşıklık derecesi arttıkça yaratıcılık da artmaktadır.

Kadın çalışanlar ile erkek çalışanlar arasında örgütün merkezilik derecesi açısından anlamlı fark bulunmamaktadır ($p>0,05$). İstatistiksel olarak anlamlı olmamakla birlikte erkek çalışanların merkezilik derecesi daha yüksektir. Kadın çalışanlar ile erkek çalışanlar arasında örgütün biçimsellik çalışması açısından anlamlı fark bulunmamaktadır. İstatistiksel olarak anlamlı olmamakla birlikte kadın çalışanların biçimsellik derecesi daha yüksektir. Kadın çalışanlar ile erkek çalışanlar arasında örgütün karmaşıklık derecesi açısından anlamlı fark bulunmamaktadır. İstatistiksel olarak anlamlı olmamakla birlikte kadın çalışanların karmaşıklık derecesi daha yüksektir. Kadın çalışanlar ile erkek çalışanlar arasında yaratıcılık açısından anlamlı fark bulunmamaktadır. İstatistiksel olarak anlamlı olmamakla birlikte kadın çalışanların yaratıcılık becerileri daha yüksektir.

Tablo 2. Cinsiyet

		Cinsiyet			Mann-Whitney U Testi		
		n	Ortalama	ss	Sıra Ort.	U	p
Örgütün Merkezilik Derecesi	Kadın	28	29,86	3,56	27,98	377,500	0,292
	Erkek	32	30,88	3,53	32,70		

		Cinsiyet			Mann-Whitney U Testi		
		n	Ortalama	ss	Sıra Ort.	U	p
Örgütün Biçimsellik Derecesi	Kadın	28	22,29	3,59	34,39	339,000	0,103
	Erkek	32	20,38	3,16	27,09		

		Cinsiyet			t Testi	
		n	Ortalama	ss	t	p
Örgütün Karmaşıklık Derecesi	Kadın	28	20,86	7,72	0,854	0,397
	Erkek	32	19,28	6,58		

		Cinsiyet			t Testi	
		n	Ortalama	ss	t	p
Yaratıcılık	Kadın	28	47,46	6,61	0,623	0,535
	Erkek	32	46,47	5,76		

Tablo 3. Yaş

		Yaş			t Testi	
		n	Ortalama	Ss	t	p
Örgütün Merkezilik Derecesi	25-35 yaş	38	31,03	3,51	1,833	0,072
	36 ve üstü	22	29,32	3,43		

		Yaş			Mann-Whitney U Testi		
		N	Ortalama	ss	Sıra Ort.	U	p
Örgütün Biçimsellik Derecesi	25-35 yaş	38	21,32	3,26	32,11	357,000	0,345
	36 ve üstü	22	21,18	3,90	27,73		

		Yaş			t Testi	
		n	Ortalama	Ss	t	p
Örgütün Karmaşıklık Derecesi	25-35 yaş	38	21,5	6,53	2,189	0,033*
	36 ve üstü	22	17,45	7,51		

*p<0,05

		Yaş			t Testi	
		n	Ortalama	Ss	t	p
Yaratıcılık	25-35 yaş	38	47,61	5,25	1,020	0,315
	36 ve üstü	22	45,77	7,42		

Farklı yaş grubundan çalışanlar arasında örgütün biçimsellik derecesi açısından anlamlı fark bulunmamaktadır. İstatistiksel olarak anlamlı olmamakla birlikte 25-35 yaş arasındaki çalışanların biçimsellik derecesi daha yüksektir. Farklı yaş grubundan çalışanlar arasında örgütün merkezilik derecesi açısından anlamlı fark bulunmamaktadır. İstatistiksel olarak anlamlı olmamakla birlikte 25-35 yaş arasındaki çalışanların merkezilik derecesi daha yüksektir. Farklı yaş grubundan çalışanlar arasında örgütün karmaşıklık derecesi açısından anlamlı fark bulunmaktadır. 25-35 yaş arasındaki çalışanların karmaşıklık derecesi istatistiksel olarak anlamlı düzeyde daha yüksektir. Farklı yaş grubundan çalışanlar arasında yaratıcılık açısından anlamlı fark bulunmamaktadır. İstatistiksel olarak anlamlı olmamakla birlikte 25-35 yaş arasındaki çalışanların yaratıcılık becerileri daha yüksektir.

Tablo 4. Eğitim Durumu

		n	Eğitim	
			Ortalama	ss
Örgütün Merkezilik Derecesi	Lisans	56	30,36	3,64
	Yüksek Lisans	4	31	2,16
	Doktora	0	.	.
Örgütün Biçimsellik Derecesi	Lisans	56	21,29	3,55
	Yüksek Lisans	4	21	2,58
	Doktora	0	.	.
Örgütün Karmaşıklık Derecesi	Lisans	56	19,98	7,17
	Yüksek Lisans	4	20,5	7,33
	Doktora	0	.	.
Yaratıcılık	Lisans	56	47,14	6,27
	Yüksek Lisans	4	44	2,94
	Doktora	0	.	.

Yüksek lisans mezunu gözlem birimi yetersizliğinden dolayı eğitim durumları arasında karşılaştırma analizi yapılamamıştır.

Tablo 5. Çalışma Süresi

		Çalışma Süresi			Kruskal-Wallis H Testi		
		n	Ortalama	ss	Sıra Ort.	Ki Kare	p
Örgütün Merkezilik Derecesi	0-5 yıl	10	30,3	4,79	31,10	0,244	0,885
	5-10 yıl	29	30,66	3,59	31,38		
	10 yıldan fazla	21	30,1	2,93	29,00		

Farklı çalışma süresine sahip çalışanlar arasında örgütün merkezilik derecesi açısından anlamlı fark bulunmamaktadır. İstatistiksel olarak anlamlı olmamakla birlikte 5-10 yıl arasında çalışma süresi olan çalışanların merkezilik derecesi en yüksektir. Farklı çalışma süresine sahip çalışanlar arasında örgütün biçimsellik derecesi açısından anlamlı fark bulunmamaktadır. İstatistiksel olarak anlamlı olmamakla birlikte 0-5 yıl arasında çalışma süresi olan çalışanların biçimsellik derecesi en yüksektir. Farklı çalışma süresine sahip çalışanlar arasında örgütün karmaşıklık derecesi açısından anlamlı fark bulunmamaktadır. İstatistiksel olarak anlamlı olmamakla birlikte 0-5 yıl arasında çalışma süresi olan çalışanların karmaşıklık derecesi en yüksektir. Farklı çalışma süresine sahip çalışanlar arasında yaratıcılık açısından anlamlı fark bulunmamaktadır. İstatistiksel olarak anlamlı olmamakla birlikte 5-10 yıl arasında çalışma süresi olan çalışanların yaratıcılık becerisi en yüksektir.

		Çalışma Süresi			Kruskal-Wallis H Testi		
		n	Ortalama	ss	Sıra Ort.	Ki Kare	p
Örgütün Biçimsellik Derecesi	0-5 yıl	10	21,9	2,23	36,20	2,017	0,365
	5-10 yıl	29	21,45	2,89	31,12		
	10 yıldan fazla	21	20,71	4,60	26,93		
		Çalışma Süresi			Kruskal-Wallis H Testi		
		n	Ortalama	ss	Sıra Ort.	Ki Kare	p
Örgütün Karmaşıklık Derecesi	0-5 yıl	10	20,7	4,27	33,30	1,183	0,554
	5-10 yıl	29	20,66	7,23	31,90		
	10 yıldan fazla	21	18,81	8,10	27,24		
		Çalışma Süresi			ANOVA		
		n	Ortalama	Ss	F	p	
Yaratıcılık	0-5 yıl	10	47,2	4,52	0,204	0,816	
	5-10 yıl	29	47,34	6,36			
	10 yıldan fazla	21	46,24	6,68			

IV. SONUÇ

Yaratıcılığın örgüt yapısının alt boyutlarıyla ilgili ilişkilerin saptanmasına yönelik yapılan analizlerde örgütün biçimsellik derecesi ile karmaşıklık derecesi arasında pozitif yönlü orta kuvvette bir ilişki olduğu saptanmıştır. Biçimsellik derecesi arttıkça karmaşıklık derecesinin de arttığı tespit edilmiştir. Örgütün biçimsellik derecesi ile yaratıcılık arasında pozitif yönlü orta kuvvette bir ilişki vardır. Biçimsellik derecesi arttıkça yaratıcılık da artmaktadır. Örgütün karmaşıklık derecesi ile yaratıcılık arasında pozitif yönlü orta kuvvette bir ilişki vardır. Karmaşıklık derecesi arttıkça yaratıcılık da artmaktadır. Bu çerçevede yapılan bu çalışma ile örgüt yapılarının alt boyutlarının yaratıcılık yönetimi açısından değerlendirmesinin yapılarak, aralarındaki ilişkilerin ortaya çıkarılması örgütlere fayda sağlayabilecektir. Daha önce yapılan çalışmalarda bu kavramların bir arada aynı çalışmada farklı şekillerde ele alındığı görülerek, çalışmanın yapılmasının alana faydalı olabileceği düşünülmüştür.

KAYNAKÇA

- Biber, M." Keşfederek Öğrenme yönteminin İlköğretim II. Kademe Matematik Dersi Öğrencilerinin Yaratıcılıkları Üzerine Etkisi". Yüksek Lisans Tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü.2006.
- Certo, Samuel C. "Modern Management Diversity, Quality, Ethics the Global Environment". Edition, Prentice Hall, N.Jersey.2000.
- Chang, W. ve Chiang, Z. H."A Study on How to Elevating Organizational Creativity of Design Organization". International Association of Societies of Design Research, The Hong Kong Polytechnic University.2007.
- Çekmecelioglu, H. "Örgüt İkliminin İş Tatmini ve İşten Ayrılma Niyeti Üzerindeki Etkisi: Bir Araştırma" C. Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 6 (2). 2002, 23-39.
- Davis, Keith." Human Behavior at Work: Organizational Behavior". 6th Ed., McGraw-Hill.1981.
- Fisher, B.J., Specht, D.K. Successful Aging and Creativity in Later Life. Jurnal of Aging Studies, Vol.13, 1999, No. 4: 457-472.
- Fredrickson, J.W. "Effects of decision motive and organizational performance level on strategic decision process". Academy of Management Journal, 28, 1985 821-843.
- Frederickson, W. James."The Strategic Decision Process and Organizational Structure". Academy of Management Review, 11, 1986, 280-297.
- Goleman, D., Boyatzits, R., Mckee, A. "Primal Lidership: Realizing the Power of Emotional Intelligence". The Leadership Quartly, 217, 2003, 1-4.
- Groth, John C. ve John Peters ."What Blocks Creativity?". Creativity and Innovation Management, 8, 1999, 179-187.
- Güney, Salih . Yönetim ve Organizasyon. Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.2007.
- Hellrigel, D. ve J.W. Slocum. Management. Addison-Wesley Publishing Co. U.S.A. 1992.
- Koçel, T. İşletme Yöneticiliği Yönetim ve Organizasyon Organizsyonlarda Davranış Kalsik- Modern- Çağdaş ve Güncel Yaklaşımlar, Arkan Basım Yayın Dağıtım Ltd. Şti. 10. Baskı, İstanbul, 2005.
- Kristensen, Tore . "The Physical Context Of Creativity". Creativity and Innovation Management. 13, 2004, 89-96.
- Madjar, N., Oldham, G. R., Ve Pratt, M. G . There's No Place Like Home?. The Contributions of Work and Nonwork Creativity Support To Employees Creative Performance. Academy of Management Journal, 45, 2002 757-767.
- Marşap (1999). A. Yaratıcı Liderlik, Öncü Kitapları, Ankara, 1999.
- Mumford, M. D. "Managing creative people: strategies and tactics for innovation". Human Resource Management Review, 10, 2000, 313-351.
- Nystrom, P.C., Ramamurty, K. and Wilson, A.L. " Organizational Context, Climate and Innovativeness: Adoption of Imaging Technology". Journal of Engineering and Technology Mangement, 19, 2002, 221-247.
- Proctor, Tony vd., "Cracking The Incremental Paradigm Of Japanese Creativity". Creativity and Innovation Management, 13, 2004, 207-215.
- Steiner, George A. ve John B. Miner . "Management Policy and Strategy". MacMillan Pub.Co.Inc, 1986.
- Samen, S. "İşletmelerde Yaratıcılığın Önemi". Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 17, 2008, 363-378.
- Sungur, N. Yaratıcı Düşünce. Evrim Yayınevi, 324, 1997.
- Torrance , E. P. Education and the Creative Potential. The University of Minnesota Press, 1968.