



Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü



Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Journal of Social Sciences Institute



<https://sbe.nevsehir.edu.tr>

**NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ
SBE DERGİSİ**

**NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ UNIVERSITY
JOURNAL OF ISS**

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi yılda iki kez yayımlanan uluslararası hakemli bir dergi olup, Scientific Indexing Services, InfoBase Index, Open Academic Journals Index, ASOS Index, Sparc Indexing, J-Gate, International Institute of Organized Research (I2OR), Journal Factor ve SOBIAD veri tabanlarında indekslenmektedir.

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University Journal of ISS is an international peer-reviewed journal published twice a year. The journal is indexed in Scientific Indexing Services, InfoBase Index, Open Academic Journals Index, ASOS Index, SPARC Indexing, J-Gate, International Institute of Organized Research (I2OR), Journal Factor and SOBIAD.



**Cilt 8, Sayı 1, Haziran 2018
Volume 8, Number 1, June 2018**

**NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ
SBE DERGİSİ**

Amaç ve Kapsam: Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi'nin amacı, sosyal bilim alanlarında ve disiplinlerarası çalışmalarda yüksek akademik standartlarda bilime katkı sağlamak, global bir bakış açısıyla özgür bilimsel düşünce gücünü desteklemek, meslek kuruluşları ve bireylerin ulusal ve uluslararası gelişmelerine yardımcı olmak, alanındaki gelişmeleri takip etmek ve bu alanlarda Türkçe ve İngilizce akademik kaynak oluşturmaktır.

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi Arkeoloji, Antropoloji, Psikoloji, Felsefe, Sosyoloji, Coğrafya, Edebiyat, Dil, Eğitim Bilimleri, İşletme, Girişimcilik, Örgütsel Davranış, İktisat, Turizm, İstatistik, Hukuk, Siyaset Bilimi, Kamu Yönetimi, Uluslararası İlişkiler, İletişim, Tarih, Sanat Tarihi, Güzel Sanatlar ve Spor Yönetimi gibi sosyal bilim alanlarındaki bilimsel çalışmaların yanı sıra disiplinlerarası çalışmalara da yer veren uluslararası hakemli bir dergidir. Derginin yayın dili Türkçe, İngilizce ve Almancadır.

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi, uluslararası hakemli dergi statüsünde yılda iki kez yayımlanmaktadır.

Telif Hakkı: Dergide yayımlandıktan sonra, yayımlanan yazıların telif hakkı Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsüne aittir. Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsünün yazılı izni olmaksızın dergide yayımlanan hiçbir materyal herhangi bir şekilde basılamaz, çoğaltılamaz, fotokopi veya teksir edilemez. Dergide yayımlanan yazıların bilimsel ve hukuki sorumluluğu yazarlarına aittir.

Yazışma ve Abonelik Adresi

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Müdürlüğü, Nevşehir, TÜRKİYE
Tel: +90 384 228 10 00 Faks: +90 384 228 10 39
e-posta: sbedergi@nevsehir.edu.tr

**NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ UNIVERSITY
JOURNAL OF ISS**

Aim and Scope: The aim of Nevşehir Hacı Bektaş Veli University Journal of ISS is to contribute in the fields of social science and multidisciplinary studies with high standards of academics, to support the power of free scientific thought on a global perspective, to assist the development of professional organizations and individuals in national and international scales, to follow developments in the fields of social science and to create Turkish and English academic source for the fields.

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University Journal of ISS is an international double blind peer-reviewed journal that covers multidisciplinary studies in addition to the fields of social sciences such as Archeology, Anthropology, Psychology, Philosophical, Sociology, Geography, Literature, Linguistics, Educational Sciences, Business Management, Organizational Behavior, Entrepreneurship, Economics, Tourism Management, Statistics, Law, Political Science, Public Administration, International Affairs, Communication Sciences, General History, History of Art, Fine Arts, Sport Management and multidisciplinary studies. The languages of the Journal are Turkish, English and German.

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University Journal of ISS is an international peer-reviewed journal and published biannually.

Copyright: After publication, the copyrights of articles belong to Nevşehir Hacı Bektaş Veli University Institute of Social Sciences. No material published in this journal may be reproduced, stored, transmitted or disseminated in any forms or by any means without obtaining written permission from Nevşehir Hacı Bektaş Veli University Institute of Social Sciences. Legal and scientific responsibility for articles belongs to the authors themselves.

Correspondence and Subscription Address

Nevşehir Hacı Bektaş Veli University, Institute of Social Sciences, Nevşehir, TURKEY
Tel: +90 384 228 10 00 Fax: +90 384 228 10 39
e-mail: sbedergi@nevsehir.edu.tr

**NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ ÜNİVERSİTESİ
SBE DERGİSİ**

**NEVŞEHİR HACI BEKTAŞ VELİ UNIVERSITY
JOURNAL OF ISS**

Sahibi (Owner)

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Adına
Prof. Dr. Mazhar BAĞLI (Rektör/Rector)

Editör (Editor-in-Chief)

Dr. Öğr. Üyesi Vedat AKTEPE

Editör Yardımcıları (Assistant Editors)

Arş. Gör. İbrahim YAĞLI

Arş. Gör. Mevlüt UĞURLU

Dil Editörleri (Language Editors)

Dr. Öğr. Üyesi Bengü AKSU ATAÇ

Dr. Öğr. Üyesi Sevtap GÜNAY KÖPRÜLÜ

Yayın Kurulu (Editorial Board)

Dr. Öğr. Üyesi Vedat AKTEPE

Dr. Öğr. Üyesi Seçil HIRİK

Dr. Öğr. Üyesi Hatice DOĞAN

Doç. Dr. Abdülkadir UZUNÖZ

Danışma Kurulu (Advisory Board)

Prof. Dr. Ahmet Ali GAZEL	Afyon Kocatepe Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet Hikmet EROĞLU	Ankara Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet KARADOĞAN	Kırıkkale Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet SABAN	Necmettin Erbakan Üniversitesi
Prof. Dr. Ahmet ŞİMŞEK	İstanbul Üniversitesi
Prof. Dr. Ali MEYDAN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Alper ASLAN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Arif SARIÇOBAN	Selçuk Üniversitesi
Prof. Dr. Bekir BULUÇ	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Cemalettin İPEK	Ahi Evran Üniversitesi
Prof. Dr. Cemil ÖZTÜRK	Marmara Üniversitesi
Prof. Dr. Cengiz DÖNMEZ	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT	Balıkesir Üniversitesi
Prof. Dr. Çavuş ŞAHİN	Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi
Prof. Dr. Erdoğan GAVCAR	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Prof. Dr. Eren YÜRÜDÜR	Gaziosmanpaşa Üniversitesi
Prof. Dr. Ertan ÖZENSEL	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Ferruh AĞCA	Eskişehir Osmangazi Üniversitesi
Prof. Dr. Hakan SARITAŞ	Pamukkale Üniversitesi
Prof. Dr. Handan DEVECİ	Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Hasan Ali KARASAR	Kapadokya Üniversitesi
Prof. Dr. Hayati AKYOL	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Hilmi DEMİRKAYA	Akdeniz Üniversitesi
Prof. Dr. İlhan ÖZTÜRK	Çağ Üniversitesi
Prof. Dr. İsa KORKMAZ	Necmettin Erbakan Üniversitesi
Prof. Dr. Kadir ULUSOY	Mersin Üniversitesi
Prof. Dr. Mazhar BAĞLI	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet Ali ÇAKMAK	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet GÜLTEKİN	Anadolu Üniversitesi
Prof. Dr. Mehmet KARAKAŞ	Afyon Kocatepe Üniversitesi
Prof. Dr. Muammer DEMİREL	Uludağ Üniversitesi
Prof. Dr. Muhsin KAR	Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi
Prof. Dr. Nihat ÇALIŞKAN	Ahi Evran Üniversitesi
Prof. Dr. Osman SAMANCI	Atatürk Üniversitesi
Prof. Dr. Ramazan SEVER	Giresun Üniversitesi
Prof. Dr. Refik BALAY	Ahi Evran Üniversitesi
Prof. Dr. Rüştü YEŞİL	Ahi Evran Üniversitesi
Prof. Dr. A. Seda SARACALOĞLU	Adnan Menderes Üniversitesi
Prof. Dr. Selma YEL	Gazi Üniversitesi
Prof. Dr. Şevki ÖZGENER	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Şule AYDIN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Prof. Dr. Ünal İBRET	Kastamonu Üniversitesi
Prof. Dr. Zülfikar DURMUŞ	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Alan Editörleri (Section Editors)

Doç. Dr. Adem ÖGER	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Adem ÇATAK	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Ali Osman KURT	Ankara Yıldırım Beyazıt Üniversitesi
Doç. Dr. Berrin GÜZEL	Adnan Menderes Üniversitesi
Doç. Dr. Bülent GÜL	Hacettepe Üniversitesi
Doç. Dr. Duygu EREN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Elvan YALÇINKAYA	Ömer Halis Demir Üniversitesi
Doç. Dr. Emrah ÖZKUL	Kocaeli Üniversitesi
Doç. Dr. Ergün ÖZTÜRK	Erciyes Üniversitesi
Doç. Dr. Ersan ERSOY	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Fatma SAÇLI UZUNÖZ	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Hasan YAVUZER	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Mesut GÜN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Muhittin ÇALIŞKAN	Necmettin Erbakan Üniversitesi
Doç. Dr. Mustafa BAŞARAN	Yıldız Teknik Üniversitesi
Doç. Dr. Nilüfer ŞAHİN PERÇİN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Nuray KURTDEDE FİDAN	Afyon Kocatepe Üniversitesi
Doç. Dr. Serap ÇOBAN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Şefika Dilek GÜVEN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Tekin ÇELİKKAYA	Ahi Evran Üniversitesi
Doç. Dr. Yunus ARSLAN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Abdullah ÖZDAĞ	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Aysun ERGİNER	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Didem KOBAN	Hacettepe Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Durdağı AKAN	Atatürk Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Erkan HİRİK	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Hüseyin KALEMLİ	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Lokman Tanrıkulu	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mevlüt GÜNDÜZ	Süleyman Demirel Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa ARSLAN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa TAHİROĞLU	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Recep KÜREKLİ	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Seçil HİRİK	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Sevim GÜVEN	Gaziosmanpaşa Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Sevtap GÜNAY KÖPRÜLÜ	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Soner METE	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

Bu Sayının Hakem Listesi (List of Reviewers for Volume 8 Number 1)

Prof. Dr. Şevki ÖZGENER	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Ali Ender ALTUNOĞLU	Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi
Doç. Dr. Demet KOCATEPE	Sinop Üniversitesi
Doç. Dr. Emrah ÖZKUL	Kocaeli Üniversitesi
Doç. Dr. Ersan ERSOY	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doç. Dr. İbrahim YILMAZ	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Lütfi BUYRUK	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Mesut GÜN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Muhammet KOÇAK	Gazi Üniversitesi
Doç. Dr. Nilüfer Şahin PERÇİN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Doç. Dr. Yasin BİLİM	Necmettin Erbakan Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ali KAYA	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ali ÖZTÜRK	Bartın Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Aylin Yonca GENÇOĞLU	Erciyes Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Birkan GÜLDENOĞLU	Ankara Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Eda Özgül KATLAV	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ergin ERGİNER	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Erkan HİRİK	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Fatih PEKTAŞ	Aksaray Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ferda ÜSTÜN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Görkem BİRİNCİ	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa ARSLAN	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Cem OĞUZ	Niğde Ömer Halisdemir Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Mustafa Tahir DEMİRSEL	Selçuk Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Murat ŞENGÜL	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Ömer TEKİN	Selçuk Üniversitesi
Dr. Öğr. Üyesi Sevtap Günay KÖPRÜLÜ	Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi

İÇİNDEKİLER	Sayfa
<i>Araştırma Makalesi</i>	
Restoran Müşterilerinin Sağlık Bilincinin Sağlıklı Yeme Davranışına Etkisi <i>Celil ÇAKICI, Erşan YILDIZ</i>	1-22
<i>Araştırma Makalesi</i>	
Üniversite Öğrencilerinin Yaşam Boyu Öğrenme Eğilimleri <i>Davut KARAMAN, Ufuk AYDOĞMUŞ</i>	23-44
<i>Araştırma Makalesi</i>	
Örgütsel Özdeşlemenin Bireysel Yaratıcılık Üzerindeki Etkisi: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma <i>Metin KAPLAN, Buket CANAL</i>	45-57
<i>Araştırma Makalesi</i>	
İçsel Pazarlama Faaliyetlerinin İşgören Yetkinliği Üzerine Etkisi: Nevşehir'deki Otel İşletmelerinde Bir Uygulama <i>Duygu EREN, Gökhan ONAT</i>	58-76
<i>Araştırma Makalesi</i>	
Almancada Öneki Fiiller: "Ein" Öneki Örneğinde Bir İnceleme <i>Zeki USLU, Huriye HABACI</i>	77-91
<i>Araştırma Makalesi</i>	
Kaynaştırma Uygulamalarının Tarihsel Süreci ve Türkiye'de Uygulanan Kaynaştırma Modelleri <i>Tansel YAZICIOĞLU</i>	92-110
<i>Araştırma Makalesi</i>	
Polisin "Dışa Dönüklüğü" Üzerine Bir Araştırma: BM Haiti Misyonu Örneği <i>Savaş ŞİMŞEK</i>	111-134
<i>Araştırma Makalesi</i>	
Turizm Eğitimi Alan Öğrencilerin Dışadönüklüklerinin Otel Departman Tercihine Etkisinde Hizmet Yönelimlerinin Aracılık Rolü <i>A.Celil ÇAKICI, Murat ÖZDAMAR</i>	135-159
<i>Araştırma Makalesi</i>	
Konaklama İşletmelerinde Kuşaklar Bağlamında İşveren Marka Algısı İle Çalışma Yaşam Kalitesi İlişkisi <i>Mehmet Tahir DURSUN, Engin Deniz ERİŞ</i>	160-179
<i>Araştırma Makalesi</i>	
İyi Yönetişim İlklerinden Katılımın Uygulanması Hususunda Teorik Bir Değerlendirme <i>Emrah FİRİDİN, Abdullah UZUN</i>	180-197

CONTENT	Page
<i>Research Article</i> The Impact Of Restaurant Customers' Health Consciousness On Healthy Eating Habits <i>Celil ÇAKICI, Erşan YILDIZ</i>	1-22
<i>Research Article</i> Living Length Learning Trends Of University Students <i>Davut KARAMAN, Ufuk AYDOĞMUŞ</i>	23-44
<i>Research Article</i> The Effect Of Organizational Identification On Individual Creativity: A Survey In The Banking Sector <i>Metin KAPLAN, Buket CANAL</i>	45-57
<i>Research Article</i> The Impact Of Internal Marketing On Employee Competency: A Case Of In The Hotel Businesses In Nevşehir <i>Duygu EREN, Gökhan ONAT</i>	58-76
<i>Research Article</i> Prefix And Particle Verbs In German: A Study On The Example Of The Particle "Ein" <i>Zeki USLU, Huriye HABACI</i>	77-91
<i>Research Article</i> The History Of Inclusive Education And Exclusive Models Which Practiced In Turkey <i>Tansel YAZICIOĞLU</i>	92-110
<i>Research Article</i> A Study On "Extroversionism" In Police Organization: An Example Of UN Haiti Mission <i>Savaş ŞİMŞEK</i>	111-134
<i>Research Article</i> The Mediating Role Of Tourism Students' Service Orientation At The Impact Of Their Extraversion On Hotel Department Preferences <i>A. Celil ÇAKICI, Murat ÖZDAMAR</i>	135-159
<i>Research Article</i> Relationship Between Employer Brand Perception And Quality Of Worklife In The Context Of Generations In Hospitality Enterprises <i>Mehmet Tahir DURSUN, Engin Deniz ERİŞ</i>	160-179
<i>Research Article</i> A Theoretical Assessment On The Implementation Of Participation In Good Governance Principles <i>Emrah FİRİDİN, Abdullah UZUN</i>	180-197

ÖRGÜTSEL ÖZDEŞLEMENİN BİREYSEL YARATICILIK ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: BANKACILIK SEKTÖRÜNDE BİR ARAŞTIRMA*

Geliş Tarihi: 08.01.2018

Kabul Tarihi: 24.05.2018

E-ISSN: 2149-3871 Sayfa: 45-57

Doç. Dr. Metin KAPLAN

Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi

mkaplan@nevsehir.edu.tr

ORCID No: 0000-0001-8321-0262

Buket CANAL

Kastamonu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Doktora Programı

Buket.dsn3@gmail.com

ORCID No:0000-0001-7810-3374

Araştırma Makalesi

ÖZ

Örgütsel özdeşleşme, günümüzde örgütsel davranış kapsamında giderek yaygın konuma gelmektedir. Örgütsel özdeşleşme yönetimin olduğu bilimlerde öne çıkmaktadır. Örgütsel özdeşleşme kavramının üyeler ile örgütteki bağın kuvvetli olmasından dolayı önemli bir algı olması ilerde pek çok çalışanların davranışlarını tanımlayabilecek olgu olduğu için önemi giderek artmaktadır. Bilgi çağında bilgi sahibi olmak artık tek başına yeterli gelmemektedir. Özellikle ihtiyaç duyulan tek şey yaratıcılıktır. Teknolojik çağdan bilgiler yoğun olduğu yaşantıya geçişlerde örgütün başarısı, sahip olduğu insan gücünün nicelik ve niteliğini doğrudan etkilemektedir.

Bu çalışmanın amacı, örgütsel özdeşleşmesinin bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisini analiz etmektir. Bu araştırmanın örneklemini, Nevşehir ilinde faaliyet gösteren bankalarda çalışan iş görenler oluşturmaktadır (n=237). Örgütsel özdeşleşmenin bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisini analiz etmek için bahsedilen örneklemden elde edilen veriler basit doğrusal regresyon analizi yardımıyla test edilmiştir.

Araştırma bulgularına göre örgütsel özdeşleşmesinin bireysel yaratıcılık üzerinde pozitif bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir.

Son olarak bu çalışmanın bazı kısıtlarına yer verilmiş ve gelecekte yapılacak çalışmalara yol gösterici öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Örgütsel Özdeşleşme, Bireysel Yaratıcılık, Banka İşletmeleri.

*Bu çalışma Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nde Doç. Dr. Metin KAPLAN danışmanlığındaki "Örgütsel Özdeşleşmenin Bireysel Yaratıcılık Üzerindeki Etkisi" başlıklı yüksek lisans tezinden türetilmiştir.

THE EFFECT OF ORGANIZATIONAL IDENTIFICATION ON INDIVIDUAL CREATIVITY: A SURVEY IN THE BANKING SECTOR

ABSTRACT

Organizational identification today is becoming increasingly widespread in the context of organizational behavior. Organizational identification has come to the forefront in the science of management. Since the concept of organizational identification is a strong sense of association with members and organization, it is increasingly important that it is a phenomenon that can define the behavior of many employees in the future. Having knowledge in the age of information is not sufficient by itself anymore. Especially the only thing needed is creativity. In the transition to life where technological contemporary information is intense, the success of the organization directly affects the quantity and quality of the human power it possesses.

The purpose of this study is to analyze the effect of organizational identification on individual creativity. The research sampling consists of employees in banks in Nevşehir Province (n=237). Data acquired from mentioned research sampling has been analyzed by means of the Linear Regression Analysis to show the effect of organizational identification on individual creativity.

According to the research findings, it is determined that organizational identification had a positive effect on individual creativity.

Finally, it was presented that the study has some limitations and suggestions about the research to be done in similar topics in the future.

Keywords: Organizational Identification, Individual Creativity, Banking Management.

1. GİRİŞ

Günümüzde örgütlerin varlıklarını devam ettirebilmeleri için kaynaklarını en üst düzeyde kullanmaları gerekmektedir. Küreselleşen dünyada örgütlerin rekabet edebilmesi için mevcut olan maddi kaynakların önemi büyük olsa da insan kaynağının rolü daha fazladır. İnsan kaynağı, örgütlerin üretim faktörlerinin başında gelmektedir ve örgüt için değişmez bir unsurdur. Bundan dolayı örgütlerin hedeflerine ulaşması için nitelikli ve yaratıcı çalışanlara sahip olması zorunluluk arz etmektedir. Örgütün başarıya ulaşmasında çalışanların göstermiş olduğu performans, doğrudan etkilidir.

Bu çalışmada değinilen örgütsel özdeşleşme, örgütler için önemli değişken haline gelmiştir. Örgütsel özdeşleşme, üyelerin örgütteki değerleri tanımlama şekli ve inanmış olduğu tutum ve davranışları ifade etme derecesidir (Dutton vd., 1994:239-263). Bireyler, aidiyet ihtiyacını karşılamak için örgütlerle özdeşleşirler. Örgütler ise kalıcılığı ve verimliliği artırmak için çalışanların örgüt ile özdeşleşmesini isterler. Çünkü özdeşleşmenin çalışanlar üzerinde olumlu bir etkisi vardır. Örgüt ile özdeşleşen çalışanlar kendilerini

örgütün bir parçası olarak görmektedir. Örgütleriyle özdeşleşen çalışanlar performanslarını sürekli artıracak ve örgütte kalıcılık sağlayacaktır. Özdeşleşme düzeyi yüksek olan çalışanların işten kaytarma ve devamsızlık düzeyi, personel devir hızı, tükenmişlik, işe gelmeme oranı azalacak, örgüte duyulan bağlılık ve işe karşı tatmin duygusu artacaktır. Özdeşleşen örgüt üyeleri örgütün değerleriyle bir bütün oluşturacaklardır. Bu da örgütsel kimliği olumlu yönde etkileyecektir.

Hızla değişen ve gelişen küresel dünyada örgütler değer yaratmak için yeni uygulamalara yönelmek durumundadır. Bu değeri yaratacak faktörlerin başında yaratıcılık gelmektedir. Yaratıcılık; birey ve örgütlerin, faydalı ve yeni bir ürün, süreç veya fikir hayal ederek bunları yaşamda uygulama kabiliyetidir (Naktiyok, 2004: 162). Yaratıcılık sayesinde yeni farklar ortaya çıkarılarak mal ve hizmete dönüştürülecektir. Yeni olanı topluma sunmak ve örgütte faaliyete geçirmek için önemli olan kaynak yine insandır. Buradan hareketle örgütsel özdeşleşmeyi etkileyen birçok unsur bulunmaktadır. Bunlardan birisi olan bireysel yaratıcılık, kişilerin hayallerinde olanları gerçekleştirmesi, zihindeki hareketlere geçirmesi, olasılıkları öne sürme gibi yöntemlerle problemin kesin olarak farkına varma ve bunla alakalı olarak farklı bir görüşü veya kavramı ortaya atmasıdır. Ayrıca yaratıcı yönetime sahip örgütler gelişen olaylara daha kısa sürede uyum sağlayabilmektedir.

Sürekli değişimin yaşandığı, rekabetin hızlandığı iş dünyasında, çalışanların yaratıcılığı sayesinde örgütler rekabet üstünlüğü elde edecektir. Rekabet üstünlüğü ise rakiplerine göre geleceği daha iyi görmek, müşterilerinin beklentilerine cevap vermek, çalışanlarını örgüte bağlılığını artırmak, değişime ve gelişime adapte olmak, bilgiyi sürekli yenilemek gibi koşulları sağlayacaktır. Rekabetçi koşullarda ve bunların yönetiminde gerçekleşen değişiklikler çalışan kişilerin sadık olması ve örgüte olan bağlılığın kuvvetli biçimde yapılmasını sağlamaktadır. Bundan dolayı örgütlerde çalışanları memnun etmek, hizmet üretmek kadar önemlidir. Çalışmada yer verilen banka çalışanlarının hizmete katkıları ele alınmıştır. Son yıllarda bankacılık sektöründe hizmet anlayışında müşteri ve kalite yönetimi üzerinde çok fazla durulan alanlardır. Bankacılık sektöründe çalışanlarının tutum ve davranışları hem müşteri odaklı bir yönetimi hem de toplam kalite anlayışının temel öğelerinden biri olarak değerlendirilmektedir.

Bu amaç doğrultusunda Nevşehir ilindeki bankaların çalışanlarına örgütsel özdeşleşmenin bireysel yaratıcılığa etkisi ile ilgili bir saha araştırması yapılmıştır. Bu çalışmanın araştırma sorusu; örgütsel özdeşleşme bireysel yaratıcılığı nasıl etkilemektedir? Bu bağlamda bu çalışmanın amacı, örgütsel özdeşleşmenin bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisini ortaya koymaktır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

Örgütsel özdeşleşme konusunda birçok araştırmacılar değişik tanımlar yapmıştır. İlk defa Freud “psikanalizde özdeşim kavramını, başka bir insanla kurulan duygusal bağın ilk dışavurumu” şeklinde ifade etmiştir. Freud’un ifadesinden yola çıkan Lasswell (1965) özdeşleşme kavramını genişleterek kullanmıştır (Gautam vd., 2004: 302). Ashford ve Mael örgütsel özdeşleşme kavramını; örgütteki amaçlarla bireylerin amaçlarının artarak birbirleriyle uyum içerisinde olma şeklinde tanımlar (İşcan, 2006: 162). Dukerich vd. (1994:239) göre ise örgütsel özdeşleşme; bireyin, kendisini ifade ederken yer verdiği kelimelerle, örgütü ifade ederken yer verdiği kelimelerin birbirlerine benzemesidir. Yani çalışanın örgütüyle özdeşleşmesi, bireyin benliğiyle örgüt üyeliğine bağlılık derecesini gösterir. Mesela bir şirkette çalışan bir üye, şirket gibi kendini başarılı ve rekabetçi şeklinde ifade ediyorsa, örgütüyle özdeşleşmiş olduğu belirtilebilir Buradan yola çıkarak örgütsel özdeşleşme ile alakalı ifadelerin ortak tarafı, örgüt üyelerinin örgüt üyeliğini kendisiyle bilişsel olarak (kendisini örgüt ile bütün olan bir parça hissetmek ya da örgüt değerleriyle kendi değerlerini içlerinde içselleştirmek gibi), duygusal olarak (örgüte üye olmaktan duyulan gurur) ya da her iki durumla birlikte kendisini örgüte bağlı hissetmesidir (Riketta, 2005: 361).

Örgütsel özdeşleşmesi kuvvetli üyeler, örgüte karşı inanmış olduğu özellikleri kendisi ile ilgili inanmış olduğu özellikleri bütünleştirir. Üyelerin örgütsel özdeşleşmesi güçlü olduğunda bireylerin örgütsel amaçlı benlikleri merkez hal alır bundan dolayı birey benlikteki başka kimliklerden kaçır, neticede bireyin kendisini tanımlamasında örgütsel üyeliğe çok fazla yer verilir. Buradan hareketle örgütte üyenin kimliği, başka kimliklere oranla fazla dikkat çekiyorsa eğer üye de örgütü ifade ederken seçtiği kelimeleri kendini ifade ederken kullanırsa örgütle özdeşleşiyor demektir (Edward, 2005: 212).

Bu çalışmada örgütsel özdeşleşme üzerinde etkisi olan bireysel yaratıcılık algılarına odaklanılmıştır.

Anlamı bakımından yaratıcılık, mevcut olan bilgileri, düşünceleri ya da herhangi bir şeyi tekrar düzenleyip değişikliklere yol açma ya da daha önce var olmayan olayı, bilgiyi, maddeyi, düşünceyi vb. durumları ortaya çıkarma sürecidir. Bireysel yaratıcılık kavramı, farklılıkları ve üreten düşünceleri harekete geçirerek olağan ve alışılmış fikirden değişik fikirlere yönelerek, sonucunda çalışanlara ve örgütlere memnuniyet sağlayan orijinallik, verimlilik ve duyarlılığın olmasıdır. Bireylerin zihnindeki bilgilerin içinde başka bireylerce yararlı olabilecek farklı ve yeni fikirleri ortaya koymak için ilişkilerin kurulması ve yeniden düzenlenmesidir. Bilgi çağında bilgi sahibi olmak artık tek başına yeterli gelmemektedir. Özellikle ihtiyaç duyulan tek şey yaratıcılıktır. Teknolojik çağdan bilgiler yoğun olduğu yaşantıya geçişlerde örgütün başarısı, sahip olduğu insan gücünün nicelik ve niteliğini

doğrudan etkilemektedir. Rekabetin söz konusu olduğu durumlarda, rekabetin üstünlüğünün sağlanmasında esas prensip tüketicilere tatminlik sunmaktır. Tüketicilerin taleplerini karşılamak için işgücünden istenen özelliklerse; yaratıcılığa, özgünlüğe, sorun çözme becerisine ve teknolojinin sağladığı bilgi ve becerilere sahip olmaktır. Bundan dolayı, her örgüt yalnızca tek bir ana rekabet gücüne ihtiyaç duymaktadır: o da yaratıcılık ve yenilikçiliktir (Aksüzek, 2008: 28).

Örgütsel özdeşleşme ile bireysel yaratıcılık birbirini tamamlayan iki kavram olarak karşımıza çıkmaktadır. Yapılan araştırmalar örgütsel özdeşleşme ile bireysel yaratıcılık arasında pozitif yönlü ilişkiler olduğunu göstermektedir.

Örgütsel özdeşleşme ile bireysel yaratıcılık birbirini destekleyen kavramlardır ve bu bulgu literatürdeki Rotondi (1974) tarafından yapılan çalışmanın bulguları ile benzerlik göstermektedir. Carmeli vd. (2007) göre örgütsel özdeşleşme bireysel yaratıcılığın önemli öncüllerinden biridir ve iş ortamında yaratıcı davranışları artırmaktadır, yani bu bulgu çalışmanın sonuçlarını desteklemektedir. Cohen-Meitar, Carmeli ve Waldman'a (2009) göre belirli bir sosyal grupta özdeşleşme, bireyleri o grup için daha fazla iş ortaya koymaya yöneltebilir ve böyle bir özdeşleşme, çalışanlarda yaratıcı düşünmeyi, yeni ve yararlı çözümler üretmeyi sağlayabilir (Akt. Akyüz, 2015: 210).

Söz konusu araştırma bulgularından hareketle aşağıdaki hipotez kurulmuştur:

Hipotez 1: Örgütsel özdeşleşme, bireysel yaratıcılık üzerinde pozitif bir etkiye sahiptir.

3. YÖNTEM

Araştırmada anket tekniği kullanılmıştır. Öncelikle örneklemin nasıl belirlendiği açıklanmış olup, kullanılan ölçekler ve güvenilirlik katsayıları hakkında bilgi verildikten sonra, analiz yöntemleri ve araştırma bulgularına yer verilmiştir.

3.1. Örneklem

Araştırmanın evrenini Türkiye' deki banka çalışanları oluşturmaktadır. Ancak zaman ve maliyet kısıtlı olması sebebiyle örneklem seçimi yoluna gidilmiştir. Araştırmanın örneklemini Nevşehir il ve ilçelerinde çalışan banka çalışanları olarak belirlenmiştir. Örneklemde, Nevşehir il ve ilçelerinde toplam 42 adet banka şubesi bulunmaktadır. Bu banka şubelerinden 4 tanesi anket uygulamasını kabul etmemiştir. Anket uygulamasını kabul eden 38 banka şubesinin yöneticileriyle yapılan

görüşmeler neticesinde toplam çalışan personel sayısının 280 olduğu tespit edilmiştir. Bu noktadan hareketle anketin uygulanmasında tam sayı tespiti sağlanamamıştır. Örneklem çerçevesindeki tüm personele anket formu dağıtılmıştır. Geri dönen anket sayısı 237'dir. Değerlendirmeye dâhil edilmeyen anket bulunmamaktadır. Anketlerin geri dönüş oranı % 85 tir. Bu oran bu tür araştırmalar için bilimsel olarak kabul edilebilir bir orandır (Ogbanna ve Harris, 2000: 773).

3.2. Veri Toplama Tekniği ve Ölçekler

Araştırmada anket tekniğine yer verilmiştir. Bankacılık sektöründe çalışanların, örgütsel özdeşleşmenin bireysel yaratıcılık üzerinde etkisini belirlemek amacıyla kullanılan anket üç kısımdan oluşmakta olup; örgütsel özdeşleşme, bireysel yaratıcılık ve demografik özellikler ile ilgili sorular yer almaktadır.

Örgütsel özdeşleşme düzeyini ölçmek amacıyla Mael ve Ashforth' un (1992) geliştirdiği tek boyutlu ölçek yer almaktadır. Örgütsel özdeşleşme ölçeği 5' li likert tipi 6 ifadeden oluşmaktadır. (1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3=Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum). Cronbach's Alpha katsayısı ise 0,86 olarak hesaplanmıştır. Güvenilirlik katsayıları 0,70'ın üzerinde olduğundan yeterli olduğu ifade edilebilir.

Bireysel yaratıcılık algılamalarını ölçmek amacıyla Tierney vd. (1999) tarafından geliştirilen, Zhou ve George's (2001) tarafından biçimlendirilen ölçek kullanılmıştır. Bu ölçek 5' li likert tipi 13 maddelik ifadeden oluşmaktadır. (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2=Katılmıyorum, 3=Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4=Katılıyorum, 5=Kesinlikle Katılıyorum). Cronbach's Alpha katsayısı ise 0,95 olarak hesaplanmıştır. Güvenilirlik katsayıları 0,70'ın üzerinde olduğundan yeterli olduğu ifade edilebilir.

Ankette katılımcıların cinsiyeti, medeni durumu, yaşı, eğitim durumu, iş deneyimi ve çalışmakta oldukları departmanı belirlemeye yönelik sorular bulunmaktadır.

4. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Uygulanan anketler sonucunda elde edilen verilere, araştırma amacına uygun olarak çeşitli istatistik analizler uygulanmıştır.

Araştırma kapsamında değerlendirilen çalışanların demografik özellikleri Tablo 1' de verilmiştir.

Tablo 1. Anketi Cevaplayan Çalışanların Demografik Özellikleri

Özellikler	F	%	Özellikler	F	%
Cinsiyet			Medeni Durum		
Erkek	168	70,9	Evli	174	73,4
Kadın	69	29,1	Bekâr	63	26,6
Yaş			Eğitim Düzeyi		
25 yaş ve aşağısı	6	2,5	Lise	12	5,1
26-35 yaş arası	152	64,1	Meslek Yüksekokulu	61	25,7
36-45 yaş arası	67	28,3	Fakülte ve Dengi Okul	151	63,7
46-55 yaş arası	8	3,4	Master ve Doktora	13	5,5
56 yaş ve üzeri	4	1,7			
İş Deneyimi			Çalışmakta Olduğunuz Departman		
1 yıldan az	7	3,0	Gişe Görevlisi	49	20,6
1-5 yıl	92	38,8	Satış ve Müşteri Temsilcisi	101	42,6
6-10 yıl	92	38,8	Servis Yetkilisi	22	9,3
11 yıldan fazla	46	19,4	Operasyon Yetkilisi	21	8,9
			Uzman ve Uzman Yardımcıları	17	7,2
			Müdür	8	3,4
			Diğer	19	8,0

n = 237

Tablo 1’ deki çalışanların demografik özellikleri ile ilgili araştırma sonuçları incelendiğinde; katılımcıların %70,9’unun erkek, %29,1’in kadın olduğu görülmüştür. Medeni durum açısından bakıldığında %73,4 ünün evli, %26,6 sının bekâr olduğu anlaşılmıştır. Anketin uygulandığı banka çalışanlarının yaş aralığı dağılımı açısından dağılımı incelendiğinde ise; %2,5’ inin 25 yaş ve aşağısı, %64,1’ inin 26-35 yaş arası, %28,3’ ünün 36-45 yaş arası, % 3,4’ ün 46-55 yaş arası, % 1,7’ sinin ise 56 yaş ve üzeri olduğu görülmüştür. Anketi cevaplayan çalışanların % 5,1’ in lise, % 25,7’ sinin meslek yüksekokulu, % 63,7’ sinin fakülte ve dengi okul, %5,5’ nin ise master ve doktora eğitimine sahip olduğu tespit edilmiştir. Çalışanların söz konusu bankalardaki çalışma süreleri açısından değerlendirildiğinde % 3,0’ ün 1 yıldan az, % 38,8 ‘ inin 1-5 yıl arası, % 38,8 ‘ inin 6-10 yıl arası, % 19,4 ‘ ünün ise 11 yıldan fazla süre ile çalışıldığı görülmüştür. Araştırmaya katılan çalışanların görev yaptıkları departmanlar açısından değerlendirme yapıldığında % 20,6’ sının gişe görevlisi, % 42,6’ sının satış ve müşteri temsilcisi, %9,3’ ünün servis yetkilisi, % 8,9’ unun operasyon yetkilisi, %7,2’ sinin uzman ve uzman yardımcıları, % 3,4’ ünün müdür, % 8,0 ‘in diğer departmanda çalıştığı görülmüştür.

Örgütsel özdeşleşme ve bireysel yaratıcılığın ortalamaları, standart sapmaları, değişkenler arasındaki korelasyon katsayıları ve Cronbach Alpha değerleri Tablo 2’ de verilmiştir.

Tablo 2. Tanımlayıcı İstatistikler, Değişkenler Arasındaki Korelasyonlar ve Cronbach Alpha Değerleri

	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma	1	2
1. Örgütsel Özdeşleşme	3.78	0.87	(0.86)	
2. Bireysel Yaratıcılık	3.85	0.67	,498**	(0.95)

** Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır. (İki yönlü)

Tablo 2. incelendiğinde örgütsel özdeşleşme ve bireysel yaratıcılık ($r=0.498$; $p<0.01$) arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Yani örgütsel özdeşleşme düzeyi arttıkça bireysel yaratıcılığın artacağı ifade edilebilir.

Örgütsel özdeşleşmenin bireysel yaratıcılığa ilişkin yapılan basit regresyon analiz sonuçları aşağıdaki Tablo 3. ‘te gösterilmiştir.

Tablo 3. Örgütsel Özdeşleşme Açısından Bireysel Yaratıcılığa İlişkin Basit Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişkenler	β	Standardize Edilmiş β	Standart Hata	t Değeri	Sig.
Sabit		2,395			
Değişken		0,386	0,170	14,053	0,000
Örgütsel Özdeşleşme	0,498		0,44	8,800**	0,000
F					77,448
Düzeltilmiş R ²					0,245
Std. Error of the Estimate					0,588
Anlamlılık Düzeyi					0,000

Bağımlı Değişken: **Bireysel Yaratıcılık**

** $p<0,01$

Örgütsel özdeşleşme algılamalarının bireysel yaratıcılık üzerindeki etkisini tespit etmek amacıyla basit regresyon analizi uygulanmıştır.

Tablo 3.’e göre regresyon analizi sonucu incelendiğinde modelin anlamlı olduğu ifade edilebilir. (Düzeltilmiş R² =0,245; $F_{(1,235)}=77,448$; $p<0,01$). Bu sonuçlara göre bireysel yaratıcılıktaki varyansın % 24,5’ inin

örgütsel özdeşleşme tarafından açıklandığı söylenebilir. Analiz sonucuna göre, örgütsel özdeşleşmenin ($\beta = 0,498$; $p < 0,01$) bireysel yaratıcılığı pozitif yönde etkilediği tespit edilmiştir. Bu bulguya göre Hipotez 1 desteklenmiştir.

5. SONUÇ

Küresel ölçekte sürdürülebilir rekabet avantajı elde etmek, nitelikli ve yaratıcı insan kaynakları kadar bu insan kaynağının, örgüt amaç, değer ve kültürünü benimsemesini, içselleştirmesini ve örgütün bir parçası olabilmesi de gerekmektedir. Bu nedenle çalışanların örgütle özdeşleşmesinin öncülleri ve sonuçlarının irdelenmesi işletmeler açısından önemli araştırma konusudur. Özellikle hizmet işletmelerinde çalışanlar müşteri ile doğrudan bağlantı kurmak zorunda olduklarından onların örgütlerini özümsemeleri, yapıcı davranışları müşterilere yansımaları sonucu doğuracaktır. Bu amaç doğrultusunda, bu çalışmada Nevşehir il ve ilçelerinde bulunan banka şubelerinde çalışan personelin, örgütsel özdeşleşmenin bireysel yaratıcılık üzerindeki etkileri incelenmektedir.

Bağımsız değişkenin (örgütsel özdeşleşmenin) bağımlı değişken (bireysel yaratıcılık) üzerindeki etkisini belirlemek için basit regresyon analizi kullanılmıştır. Basit regresyon analizi sonucuna göre; banka çalışanlarının örgütsel özdeşleşmelerinin bireysel yaratıcılık üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu görülmektedir. Bu sonuca göre çalışanların bankalarına yönelik örgütsel özdeşleşmelerinin artmasının, bireysel yaratıcılığı arttıracak ifade edilebilir. Banka işletmesi yöneticilerinin örgütsel özdeşleşmeyi destekleyici tedbirler alarak bireysel yaratıcılığı arttırmanın mümkün olacağı söylenebilir.

Çalışmada örgütsel özdeşleşmenin bireysel yaratıcılık üzerinde pozitif etkiye sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Örgütsel özdeşleşme ile bireysel yaratıcılık birbirini destekleyen kavramlardır ve bu bulgu literatürdeki Rotondi (1974) tarafından yapılan çalışmanın bulguları ile benzerlik göstermektedir. Carmeli vd. (2007)'e göre örgütsel özdeşleşme bireysel yaratıcılığın önemli öncüllerinden biridir ve iş ortamında yaratıcı davranışları arttırmaktadır, yani bu bulgu çalışmanın sonuçlarını desteklemektedir. Cohen-Meitar vd. (2009) göre belirli bir sosyal grupla özdeşleşme, bireyleri o grup için daha fazla iş ortaya koymaya yöneltebilir ve böyle bir özdeşleşme, çalışanlarda yaratıcı düşünmeyi, yeni ve yararlı çözümler üretmeyi sağlayabilir (Akt. Akyüz, 2015: 210). Bu bulgular çalışmanın sonuçlarını destekleyici niteliktedir.

Araştırma sonuçları çerçevesinde banka işletmeleri çalışanlarının örgütsel özdeşleşme düzeylerini arttırmak için bireysel yaratıcılık ile ilgili bazı öneriler ortaya konabilir. Bunlar:

-Personele işletmenin bir parçası olduğunu hissettirmeleri için işini planlama, işinde inisiyatif kullanma ve karar verme olanağı verilmelidir.

-Bireysel yaratıcılığın gelişimi için uygun ortamlar yaratılarak çalışanların motivasyonları sağlanarak örgütle özdeşleşmeleri artırılmalıdır.

-Çalışanların beklentileri ve ihtiyaçları dikkate alınarak, kendilerini geliştirme fırsatı sağlanmalıdır.

Bahsi geçen hususlar dikkate alınmadığı takdirde bankalarda hizmet kalitesi düşecek, müşteri tatmini azalacak, çalışan devir hızı artacak ve örgütsel etkinlik ve verimlilik azalacağından rekabetçi üstünlük sağlanamayacaktır.

Bu araştırmanın belli kısıtları mevcuttur. Temel kısıtlayıcısı araştırmanın sadece Nevşehir’de faaliyet gösteren bankalar örneklemini ile sınırlı tutulmuş olmasıdır. Dolayısıyla araştırma sonuçları sadece Nevşehir ölçeğinde geçerlidir. Bu çalışmanın sonuçları ileride yapılacak olan ölçeklere yol gösterici olabilir. Genelleme yapılabilmesi için araştırma konusu ile ilgili farklı sektörlerde yapılacak araştırmaları gerekli kılmaktadır. İkinci kısıt, bu çalışmada araştırmaya katılanların anketi cevaplamaya yeterince zaman ayıramamalarıdır.

Bu çalışma örgütsel özdeşleşmenin bireysel yaratıcılık üzerindeki etkileri incelemektedir. Gelecekteki çalışmalarda özdeşleşmenin alt boyutları ile birlikte örgüte ilişkin sosyal davranışların bireysel yaratıcılık üzerindeki etkileri irdelenebilir.

KAYNAKÇA

Aksüzek, S. (2008). *İşletmelerde Rekabet Avantajı Olarak Yaratıcı Düşünceden Yararlanılması Üzerine Bir Araştırma*, Gazi Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, Ankara.

Akyüz, B. (2015). Örgütsel Sessizlik ve Bireysel Yaratıcılık Performansı İlişkisi: Örgütsel Özdeşleşmenin Aracılık Rolü. *Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 44.

Dutton, J. E., Dukerich, J. M. and Harquail, C. V. (1994). Organizational Images and Member Identification. *Administrative Science Quarterly*, 39(2), 239-263.

Edward, M. (2005). Organizational Identification: A Conceptual and Operational Review. *International Journal Of Management Reviews*, 7(4), 207-230.

Guatam, T., Van, D. R. and Wagner, U. (2004). Organizational Identification and Organizational Commitment: Distinct Aspects Of Two Related Concepts. *Asian Journal Of Social Psychology*, 7(3), 301-315.

İşcan, Ö. F. (2006). Dönüştürücü/Etkileşimci Liderlik Algısı Ve Örgütsel Özdeşleşme İlişkisinde Bireysel Farklılıkların Rolü. *Akdeniz İİBF Dergisi*, 11(6), 160-177.

Mael, F. and Ashforth, B. E. (1992). Alumni And Their Alma Mater: A Partial Test Of The Reformulated Model Of Organizational Identification. *Journal Of Organizational Behaviour*, 13, 103-123.

Naktiyok, A. (2004). *İç Girişimcilik*. İstanbul: Beta Yayınları.

Ogbanna, E. and Harris, L. C. (2000). Leadership Style, Organizational Culture And Performance: Empirical Evidence from UK Companies. *International Journal Of Human Resource Management*, 11(4), 766-788.

Riketta, M. (2005). Organizational Identification: A Meta-Analysis. *Journal Of Vocational Behavior*, 66(2), 358-384.

Tierney, P., Farmer, S. M. and Graen, G. B. (1999). An Examination Of Leadership and Employee Creativity: The Relevance Of Traits and Relationships. *Personnel Psychology*, 52, 591-620.

Zhou, J. and George, J. M. (2001). When Job Dissatisfaction Leads To Creativity: Encouraging The Expression Of Voice. *Academy Of Management Journal*, 44, 682-696.

EXTENDED SUMMARY

Purpose

Individuals identify with the organisations in order to satisfy their belongingness and decrease uncertainty. The organisation wants to strengthen the identification of the member, because it believes that the identification has a positive effect on the employees' performances. So, the organisational identification became an important variable for the studies of the organisational behaviours. The relationship between the organisation and the employee affects the individual's behaviours and manners.

Today the businesses is researching the ways of being benefited from the capacity of the employees' creativity and is being engaged in the detections of the factors that increase and decrease the individual's creativity performance. At ever-developing and growing sectors, it became one of important subjects that how individual creativity has contributed to the organisations. The purpose of the study is to show the relationship between the organisational identification and the performance perception of the employees' individual creativity. The sub purpose of this study is to show whether there are significant differences between the levels of the identification or not, in terms of the demographic features of the employees. In accordance with the purpose of the research, the employees, who work at banking sectors in Nevşehir, will be collected data via questionnaire. With gathered data, it will be shown that how the organisational identification has an effect on the individual creativity.

Methodology

Preparing a questionnaire under the title of methodology is dealt with the method of sample and data analysis.

The questionnaire used for the purpose of detecting that banking employees' organisational identification has an effect on the individual creativity, consists of three parts.

In the first part of the questionnaire, so as to measure the organisational identification, there is a scale developed by Mael and Ashford (1992). The organisational identification scale has five point likert scale and six statements. (1=strongly disagree, 2=disagree, 3=neither agree nor disagree, 4=agree, 5=strongly agree)

In the second part of the questionnaire, so as to measure the perception of individual creativity, the scale developed by Tierner, Farmer and Graen (1999) and formed by Zhou and George (2001) has been used. The type of the scale has five point likert scale and thirteen statements. (1=strongly disagree, 2=disagree, 3=neither agree nor disagree, 4=agree, 5=strongly agree)

In the third part of the questionnaire, there are questions about the gender, the marital status, the age, the education status, the experience and the employees' department of the participants.

In relation to the results of the research, there are below hypotheses.

Hypothesis 1: The organisational identification has a positive effect on the individual creativity.

Findings

With gathered data based on the result of the research, various statistical analyses, that are suitable for the purpose of the research, have been applied.

While the results of the research related with the demographic features of employees have been analysed, it is seen that there are 70,9 percent male participant and 29, 1 percent female participants.

It has been determined that the arithmetic mean of the organisational identification between banking employees is 3.78. It has been determined that the arithmetic mean of individual creativity between banking employees is 3.85.

According to the results of analysis it has been determined that there is a positive and significant relationship between the organizational identification it can be expressed that and the individual creativity. That is, it can be expressed that the more the level of the identification increases, the more individual creativity increases. It is seen that the organizational identification has affected the individual creativity in a positive way.

Conclusion and Discussion

Acquiring the advantage of sustainable rivalry at global scale needs being a part of the organization and indigenizing the purpose, value and culture of the organization human resource as qualified and creative as human resources. So the premises of the organisational identification of the employees and analysis of the results are important research subject as businesses. Especially at service business, because the employees must directly contact with the clients what they internalize their organisation and their constructive behaviours will lead to reflecting on the clients. With this purpose, in this study, it has been searched that the employees of the bank branches in the counties of Nevşehir and the organisational identification have effects on the individual creativity.

The simple regression analysis has been used to detect that the independent variable (organisational identification) has an effect on the dependent variable (the individual creativity). According to the result of the simple regression analysis, it is seen that the organisational identification of banking employees has a positive effect on the individual creativity. According to this result, it can be expressed that the increase of the organisational identification for the banks of the employees will increase the individual creativity. It can be said that it is possible to increase the individual creativity if the managers of the banking business take some preventions that support the organisational identification.

This research has definite constraints. Basic restraint of the research is only being restrained with the banking samples to be active in Nevşehir. The results of the research may be a guide for the scales of the future. So as to be generalised, the research subject necessitates the research that can be made at different sectors. The second constraint is the fact that someone, who join in the survey, have no time to fill in the questionnaire.

This study is searching the fact that the organisational identification has effects on the individual creativity. In the studies of the future, it can be analysed that social behaviours based on the organisation with the sub dimensions of the identification have effects on the individual creativity.