



Received / Makale Geliş Tarihi 04.09.2024
Published / Yayınlanma Tarihi 31.10.2024
Volume (Issue) Cilt (Sayı) 8 (47)
pp / ss 1278-1287

Research Article / Araştırma Makalesi
10.5281/zenodo.13910584
Mail: editor@pejoss.com

Dr. Engin Karafakoğlu
<https://orcid.org/0000-0002-8308-4347>
Jandarma ve Sahil Güvenlik Akademisi, Ankara / TÜRKİYE
ROR Id: <https://ror.org/04tbgt398>

İşletmelerde E-Liderlik ve Bireysel Yaratıcılık Kavramları Üzerine Bibliyometrik Bir Analiz

A Bibliometric Analysis On The Concepts Of E-Leadership And Individual Creativity In Organizations

ÖZET

1989 yılında internetin icadından günümüze dek fiziksel dünyadan sanal kanallara doğru bir akış başlamıştır. Bu değişim bir devrim olarak küresel bir fenomeni başlatmıştır. İnternetin yanı sıra zaman zaman büyük etkiye sahip olaylar da toplumların ve iş dünyasının dinamiklerini kökten değiştirmiştir. Örneğin Covid-19 ile Endüstri 4.0'ın insanlık ve iş dünyasına olan teknolojik eğilimli etkileri iletişim, kültür, nesiller ve iş modellerinde yenilikçi ve yaratıcı bir anlayışın gelişmesinde etkili olmuştur. İşletmeler açısından ele alındığında iş yapış biçimlerinin değişmesi ile ortaya çıkan yenilikçi iş modelleri liderlik tarzlarının değişmesine ve yaratıcı süreçlerde bireyselliğin ön plana çıkartılmasında etkili olmuştur. E-liderlik dijital çağda ortaya çıkan yenilikçi bir yaklaşım olarak bilgi teknolojileri ve dijital araçlarla organizasyonda yer alan birey ve grupları etkilemesini ifade etmektedir. Bireysel yaratıcılık ise örgüt hedeflerinin gerçekleştirilmesi amacıyla yeni fikirler, süreçler geliştirmektir. Ele alınan bu çalışmanın amacı işletmelerde "E-Liderlik" ve "Bireysel Yaratıcılık" kavramları üzerine yazılmış olan araştırmalara yönelik bibliyometrik bir değerlendirme yapmaktır. Analiz için VOSviewer programından faydalanılmıştır. 2008-2024 yıllarını kapsayan SSCI (Social Sciences Citation Index) ve SCI (Science Citation Index)-Expanded ve diğer indekslerde yayınlanmış olan toplam 29 eser Web of Science veri tabanından export edilmek sureti ile bibliyometrik analiz ile değerlendirilmiştir. Yapılan analiz ile e-liderlik ve bireysel yaratıcılık kavramlarını ele alan ülkeler boyutunda en fazla araştırma 9 adet ile Amerika Birleşik Devletleri, 4 adet ile Çin Halk Cumhuriyeti, 2 adet ile İngiltere tarafından yapılmıştır. İki kavram ile ilgili yayın yapan araştırmacılar incelendiğinde Gilson Lucy, Hakonen Marko, Maynard Travis, Karam Elizabeth, Mulder Regina ön plana çıkmaktadır. Önde gelen anahtar kelimeler sıralamasında 5 adet ile "leadership", 4 adet ile "creativity", 2 adet ile "innovation", 2 adet ile "virtual teams" olarak belirlenmiştir. Yapılan araştırma sonucunda görsel veriler doğrultusunda literatürün niceliği ve kalitesi hakkında nesnel bilgiler oluşturulması sağlanmıştır.

Anahtar Kelimeler: Bibliyometrik Analiz, Bireysel Yaratıcılık, E-Liderlik, İşletme

ABSTRACT

Since 1989, with the invention of the Internet, there has been a flow from the physical world to virtual channels. This change has started a global phenomenon as a revolution. In addition to the internet, events with great impact from time to time have radically changed the dynamics of societies and the business world. For example, the technologically oriented effects of Covid-19 and Industry 4.0 on humanity and the business world have been instrumental in the development of an innovative and creative understanding of communication, culture, generations and business models. In terms of businesses, innovative business models emerging with the change in the way of doing business have been effective in changing leadership styles and emphasizing individuality in creative processes. E-leadership, as an innovative approach emerging in the digital age, refers to influencing individuals and groups in the organization with information technologies and digital tools. Individual creativity is to develop new ideas and processes in order to achieve organizational goals. The aim of this study is to make a bibliometric evaluation of the researches written on the concepts of "E-Leadership" and "Individual Creativity" in organizations. VOSviewer program was used for the analysis. A total of 29 works published in SSCI (Social Sciences Citation Index) and SCI (Science Citation Index)-Expanded indexes covering the years 2008-2024 were evaluated by bibliometric analysis by exporting from Web of Science database. According to the analysis, the highest number of studies on the concepts of e-leadership and individual creativity in terms of countries were conducted by the United States of America with 9 studies, the People's Republic of China with 4 studies, and the United Kingdom with 2 studies. When the researchers who published on the two concepts are analyzed, Gilson Lucy, Hakonen Marko, Maynard Travis, Karam Elizabeth, Mulder Regina come to the fore. The leading keywords are "leadership" with 5, "creativity" with 4, "innovation" with 2, and "virtual teams" with 2. As a result of the research, objective information about the quantity and quality of the literature has been provided in line with the visual data.

Keywords: Bibliometric Analysis, Individual Creativity, E-Leadership, Business

1. GİRİŞ

Küresel etkiye sahip değişimler geçmişten günümüze hızla devam etmektedir. Manuel süreçlerden elektrifikasyona oradan ise akıllı ve bağlantılı cihazlara doğru yaşanan devrim sosyal yaşamı ve iş dünyasını yıkıcı olarak sarsmaktadır (Zreik, 2024). Yeni oluşumlar esneklik, adaptasyon, çeviklik gibi kavramları ön plana çıkarırken belirsizliğe karşı koymanın da stratejileri olmuştur (Wulandari & Raharjo, 2023). Dijital dönüşümle yaşanan iş mutasyonu iki stratejiyi ön plana çıkarmıştır. Bunlardan birincisi iş süreçlerini, stratejileri ve organizasyonel kültürü kökten değiştirerek yenilikçi bir iş modeli ile pazarda rekabet etmek, ikincisi ise çekirdek iş modeli sabit kalarak iş yapış süreçlerinde dijitalleşme ile uyum sağlamaktır (Hendrawan vd., 2024). Değişen müşteri ihtiyaçları, pazar yapısı ve rakipler dijitalleşmenin etkisi ile yeni organizasyonları ortaya çıkarmıştır. Dijital çağda ortaya çıkan bu işletmeler geleneksel stratejiler olan sektör analizi ve iç kaynak değerlendirmesini bir kenara bırakarak dijital stratejilere odaklanmıştır (Leong vd., 2024). Modern organizasyonlar kapsamına giren dijital işletmelerde teknolojik süreçlerin yönetilmesi ve iletişim, rekabet edebilmenin temelleri olmuştur (Holopainen vd., 2024). Bu durum organizasyonda dijital liderlik, teknolojik liderlik, bilişsel liderlik ve e-liderlik gibi yeni liderlik türlerinin doğmasına neden olmuştur (Caldwell & Dixon, 2010). Teknoloji odaklı liderlik yaklaşımlarının ortak özelliği organizasyonda bireysel olarak yaratıcı olabilmeleridir (Ghavifekr & Wong, 2022). İnovasyonun arka planında yatan en önemli kriter bireysel yaratıcılığın kollektife olan olumlu etkisidir (Scuotto vd., 2023). Yeni tip liderliklerden olan e-liderlik, teknolojik süreç yönetimi ile çalışanlara olan etkisi en temel özelliğidir. Aynı zamanda bireysel yaratıcılık yönü ile de organizasyonda sosyal grupları etkileyebilmektedir (Alkhayyal & Bajaba, 2023).

Elektronik lider, dijital araçları kullanarak iş süreçlerinin gerçekleşmesinde sanal, uzaktan ve dijital platformlardan çalışabilmektedir (Wiyono vd., 2023). 2019 yılında küresel olarak yaşanan Covid-19 salgını ile popüler hale gelen e-liderlik çoğu işletmelerin tercih ettiği liderlik tarzı olmuştur (Escamilla vd., 2023). Bugün ise etkisi büyüyerek devam etmektedir. E-liderliğin organizasyondaki görev ve rolleri teknoloji odaklıdır. İletişim tercihlerinde dijital aygıtları kullanmaktadır. İşletme değerlemelerinde dijital analizler yaparak veri odaklı kararlar alabilmektedir. Dijital takımları yönetirken onları ortak akıl kümesinde toplayabilmektedir. Dijital vizyonla hareket ederken takipçilerini de bu vizyon etrafında toplamaktadır (Azizian Jahromi, 2024). Elektronik liderin önemli bir yönü de bireysel yaratıcılıktır. Örgütte yaratıcı düşünceleri doğrultusunda inovasyonlar yapabilmektedir (Hassan vd., 2024). Burada dikkat edilmesi gereken en önemli husus bireysel yaratıcılığın ortaya koyarken teknolojik süreçlerden ve dijital araçlardan yararlanmasıdır (Lewaherilla vd., 2024). Bireysel yaratıcılık kişinin bireysel olarak gelişimine katkıda bulunurken aynı zamanda örgütsel performansı da artırabilmektedir (Lua vd., 2024). Bu perspektiften ele alındığında bireysel yaratıcılık yeni fikirler üreterek kişisel ve örgütsel sorunlara çözümler üretebilen beceri ve kabiliyetlerdir (Kayani vd., 2023). Gerek e-liderler gerekse çalışanlar bireysel yaratıcı kabiliyetleri sayesinde örgütsel hedefleri gerçekleştirebilmektedir (Ayub vd., 2023). Bireysel yaratıcılık demokratik ve esnek örgütlerde çok daha fazla görülürken merkezi ve hiyerarşik örgütlerde söz konusu değildir (Lin vd., 2023). Katı organizasyon yapıları normlarla yönetilirken, yaratıcı ve özgür düşünceler esnek ve yatay organizasyon yapılarında görülmektedir (Buerkle vd., 2023).

Bu bilgiler ışığında çalışmanın amacı işletmelerde “E-Liderlik” ve “Bireysel Yaratıcılık” kavramları üzerine yazılmış olan araştırmalara yönelik bibliyometrik bir değerlendirme yapmaktır. Analiz için VOSviewer programından faydalanılmıştır. 2008-2024 yıllarını kapsayan SSCI (Social Sciences Citation Index) ve SCI (Science Citation Index)-Expanded ve diğer indekslerde yayınlanmış olan toplam 29 eser Web of Science veri tabanından export edilmek sureti ile bibliyometrik analiz ile değerlendirilmiştir. Yapılan analiz ile e-liderlik ve bireysel yaratıcılık kavramlarını ele alan ülkeler boyutunda en fazla araştırma 9 adet ile Amerika Birleşik Devletleri, 4 adet ile Çin Halk Cumhuriyeti, 2 adet ile İngiltere tarafından yapılmıştır. İki kavramı ile ilgili yayın yapan araştırmacılar incelendiğinde Gilson Lucy, Hakonen Marko, Maynard Travis, Karam Elizabeth, Mulder Regina ön plana çıkmaktadır. Önde gelen anahtar kelimeler sıralamasında 5 adet ile “leadership”, 4 adet ile “creativity”, 2 adet ile “innovation”, 2 adet ile “virtual teams” olarak belirlenmiştir. Çalışma dört bölüme ayrılmıştır. Birinci bölüm giriş kısmıdır. İkinci bölümde “E-Liderlik” ve “Bireysel Yaratıcılık” olarak kavramsal çerçeve ele alınmıştır. Üçüncü bölümde araştırmanın yöntemi ve bulgular yer alırken dördüncü bölümde sonuç kısmı yer almaktadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. Elektronik Liderlik (E-Liderlik)

Liderlik yaklaşımları tarihsel yaşam boyunca sürekli değişim içerisinde olmuştur (Triantari, 2024). 1900 yıllarda liderliğin doğuşta geldiğine inanılırken zamanla liderliğin ortam ve koşullara göre değişebileceği kanısına varılmıştır (Tabassum vd., 2023). Son 20 yılda bilgi teknolojileri ve dijitalleşme ile yaşanan köklü değişimler modern liderlik yaklaşımlarını beraberinde getirmiştir (Ikromov, 2024). E-liderlik bu yaklaşımlardan bir tanesidir. E-liderlik üzerine en çok yapılan tanımlardan bir tanesi elektronik liderin örgüt içerisinde dijital teknolojileri kullanarak örgüt hedeflerini gerçekleştirmesidir (Hassan vd., 2024). Yapılan bir başka tanımda ise sanal takımları yöneten, uzaktan çalışabilen, davranışları ile bireysel ve sosyal grupları teknolojik olarak etkileyebilen bir liderlik türüdür (Adeniyi, 2024). Yaşanan dijital dönüşümde yapıları teknolojik olarak evrilen bir çok işletme günümüzde e-liderlere ihtiyaç duymaktadır (Trischler & Li-Ying, 2023). Küresel çapta yaşanan bir başka büyük etkiye sahip Covid 19 salgını ise e-liderlerin önemini ortaya koymuştur. Bu dönemde bir çok lider evlerden ve kapalı mekanlardan iş süreçlerini elektronik kanallardan yürütmüştür. Bu yeni dönem işletmelerin departmanlarında uzaktan çalışabilmeyi mümkün kılarak yönetim süreçlerinde e-lider kritik bir roledir (Mancuso vd., 2023).

Elektronik liderin örgüt içerisinde bir çok görevleri bulunmaktadır. İşletmenin dijital dönüşümüne rehberlik ederken dijital stratejilerin oluşturulmasına katkı sağlamaktadır. Dijital vizyon oluşturmak e-liderin görevleri arasındadır. Dijital iş süreçleri ile vizyonun uyumlu olması, vizyon etrafında çalışanları toplaması diğer görevleridir (Ashvini vd., 2023). Teknolojik terendleri takip etmek, inovasyonu teşvik etmek, veri odaklı kararlar almak ve örgütte dijital becerilerin geliştirilmesini sağlamak e-liderlerin görevleri arasındadır (Bans-Akutey & Ebem, 2022). E-lider e-programlarla çalışanları eğitir. Teknolojik aygıtların nasıl kullanılacağından, veri yönetimi ve veri analizine kadar bir çok başlıkta bu eğitimler görülebilmektedir. Müşterilerin dijital kanallardan edineceği müşteri deneyimi, müşteri memnuniyeti ve bağlılığını dijital teknolojilerle sağlamak e-liderlerin sorumluluklarındandır (Kempner, 2024). E-liderlik, bir organizasyon içinde liderliği paylaşan üyelerden oluşan sanal gruplar içerisinde gerçekleşebilmektedir (Chamakiotis vd., 2021). E-liderler organizasyonları, endüstrileri ve hatta ulusları aşan daha geniş çevrimiçi toplulukları temsil edebilirler. Sanal kanallar üzerinden diğer gruplarla karşılıklı etkileşim halindedir. Bu etkileşimde iş birliği görüşmeleri yaparak ekip performansını olumlu olarak etkileyebilmektedir. Örgütsel amaçlar için çevrimiçi topluluklarla etkileşimde bulunan grup üyeleri e-liderlik aracılığıyla motive olabilmektedir (Contreras vd., 2020). Dijital bir örgütte sanal çalışma ortamları e-lider tarafından hazırlanmaktadır. Bunun için teknolojik altyapıların kurulması gerekmektedir. E-liderler sosyal etkileşime girdiği çalışanlarına yazılım araçlarının nasıl kullanılacağına dair eğitimler vermelidir (Elyousfi vd., 2021).

2.2. Bireysel Yaratıcılık

Yenilikçi organizasyonlar için yaratıcı fikirler ve çalışanlarının içgöruları büyük önem taşımaktadır (Yusof vd., 2023). İnovatif işletmelerde yaratıcılık örgütlerin rekabet avantajında bir potansiyel olarak görülmektedir. Pazar payında avantaj elde etmek ve rakiplerin önüne geçmek örgütlerde inovasyon yapmayı gerektirmektedir (Lestari vd., 2020). İnovasyon yenilikçi ürün ve hizmetlerin ortaya konulmasını ifade ederken işletmeler bu süreci gerek grup gerekse bireysel yaratıcılıkla gerçekleştirebilmektedir (Yi vd., 2022). Bireysel yaratıcılık örgüt sorunlarına yenilikçi fikirler ile çözüm sunmak olarak tanımlanmıştır (Du vd., 2021). Bir başka tanıma göre ortaya konulan fikirler doğrultusunda süreçleri iyileştirme ve geliştirmedir (Monteiro vd., 2023). Bir örgütte ürün tasarımı, fikir üretimi, araştırma ve geliştirme faaliyetleri bireysel yaratıcılığa katkı sağlamaktadır. Bu kültürü oluşturan işletmelerde inovatif fikirler daha çok görülmektedir (Ribeiro vd., 2020). Örneğin BMW firması Garage açık sistem uygulaması ile birçok grup ya da bireysel yaratıcı fikirleri değerlendirerek başarılı olanları uygulamaktadır (Blasberg, 2021). Benzer yaratıcılık destek sistemleri birçok firmalar tarafından bugün halen devam etmektedir. Amazon, Netflix, Uber gibi dijital işletmeler bireysel yaratıcılığı destekleyen birçok programları yürütmektedir (Trabucchi vd., 2021). Bireysel yaratıcı süreçler birçok aşamadan geçerek gerçekleşmektedir. İlk aşama örgütte meydana gelen sorun bulma aşamasıdır. Sorun iyi bir şekilde tanımlanmaktadır. İkinci aşama bilgi toplama aşamasıdır. Potansiyel bilgiler bu aşamada toplanır ve en önemlileri seçilir. Üçüncü aşamada fikir bulma aşaması olarak birçok fikir üretilir daha sonra en iyi fikirleri seçilir. Son aşama çözüm bulma aşamasıdır. Seçilen fikirler iyileştirilir ve iyileştirilen fikirler çözüme entegre edilmektedir (He vd., 2020). Bireysel yaratıcılık öğrenme, farklı düşünme ve profesyonel gelişim için destekleyici bir örgüt iklimi gerektirir (Doshi & Hauser, 2024). İşletmelerde bu sorumluluk üst yönetime düşmektedir. Üst yönetim bireysel gelişimi teşvik etmeli, terfi ve eğitimler ile öğrenen, fikir geliştiren ve bireysel yaratıcılığı olan

çalışanlarına değer vermelidir (Al-Husseini, 2024). Çok ve çeşitli kültürlere sahip işletmelerde esnek ve demokratik yönetim tarzı bireysel yaratıcılığı beraberinde getirmektedir (Yun vd., 2020). Çalışanlara bilişsel bir bakış açısı kazandırabilmek bireysel yaratıcılık çalışmalarına bağlıdır (Lee vd., 2020). Yeni ve başarılı fikirleri harekete geçirmek bireysel yaratıcılık süreçlerini teşvik etmektedir. Bu ve benzeri inovatif uygulamalar örgütlerin performansını artırabilmektedir (Ferreira vd., 2020).

3. YÖNTEM

Bugün günümüze yön veren ve dijital devler diye tabir edilen Google, Microsoft, Apple, Amazon ve Facebook gibi şirketler veri dünyasını ve teknolojik süreçleri başarılı bir şekilde yöneterek dijital dünyanın kural yapıcıları olmuştur (Rikap, 2023). Modern liderlik tarzları ile yönetsel süreçleri çağın gerekliliklerine göre planlayarak demokratik ve esnek kültür ortamlarının rekabet için ne kadar önemli olduğunu göstermişlerdir. İnovatif ve yaratıcı fikirlerle yapılan dijital yenilikler fiziksel ve geleneksel iş yapış biçimlerinden uzaklaşmaya devam etmektedir (Tsou & Chen, 2023). Sanal takımlara ve dijital iş yapış biçimlerine uzaktan yönetim e-liderlerle mümkün olabilmektedir (Bouisse-Bloigu & Chamakiotis, 2023). İnovasyon ve başarı için ise bireysel yaratıcılık dijital çağda işletmeler tarafından aranan çalışan gerekliliklerindedir. E-liderlik ve bireysel yaratıcılık çağdaş işletmelerin önem verdiği iki önemli kavram haline gelmiştir. Bu doğrultuda e-liderlik ve bireysel yaratıcılık kavramlarını konu alan Web of Science veri tabanında bulunan eserler bibliyometrik yöntem ile analiz edilmiştir. Araştırma bibliyometrik bibtex formatında 2008–2024 yılları arasında Social Sciences Citation Index, Science Citation Index Expanded, Emerging Sources Citation Index, Conference Proceedings Citation Index – Science, Conference Proceedings Citation Index – Social Science & Humanities, Book Citation Index – Science indekslerinde yer alan 29 İngilizce makale ile görsel ağ ve harita yapıları oluşturularak literatüre katkı sağlanması amaçlanmıştır.

3.1. Evren Örneklem

Web of Science veri tabanı içerisinde yer alan 29 araştırmaya erişim sağlanmıştır. 2008-2024 yılları arasında filtre uygulanarak Social Sciences Citation Index, Science Citation Index Expanded, Emerging Sources Citation Index, Conference Proceedings Citation Index – Science, Conference Proceedings Citation Index – Social Science & Humanities, Book Citation Index – Science indekslerinde yer alan 29 İngilizce makale seçilmiştir. Araştırma evreninde makalelere ilişkin index bilgileri Tablo 1’de gösterilmiştir.

Tablo 1. Index Bilgisi

Web of Science Index	Eser Sayısı
Social Science Citation Index (SSCI)	7
Science Citation Index Expanded (SCI-EXPANDED)	4
Emerging Sources Citation Index (ESCI)	10
Conference Proceedings Citation Index – (CPCI)	8

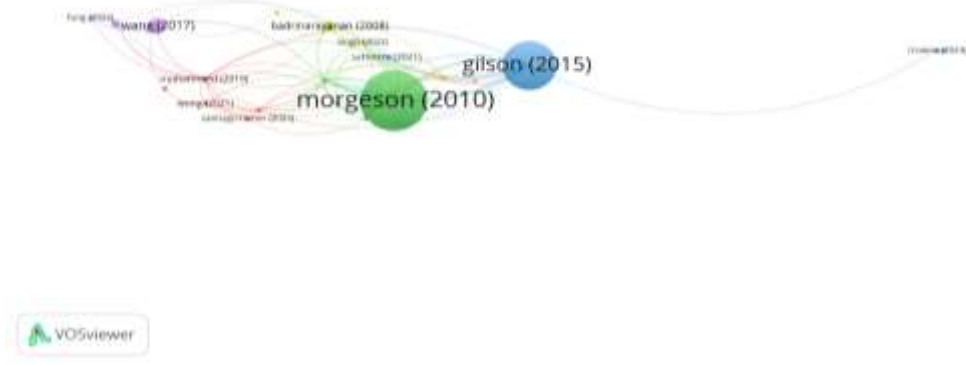
Tablo 1 incelendiğinde Web Of Science veri tabanı içerisinde araştırmaların 10 eserle en fazla Emerging Sources Citation Index (ESCI)’ de yapıldığı görülmektedir. Sırasıyla 8 eserle Conference Proceedings Citation Index – (CPCI), 7 eserle Social Science Citation Index (SSCI) ve 4 eserle Science Citation Index Expanded (SCI-EXPANDED) yer almaktadır. Kavramlara ilişkin yapılan yayınların son yıllarda arttığı gözlemlenmektedir Tablo 2’de eserlerin yılı ve sayısı verilmiştir.

Tablo 2. Yayın Yılı ve Sayısı

Eserin Üretildiği Yıl	Eser Sayısı
2024	1
2023	3
2022	6
2021	4
2019	3
2017	3
2016	2
2015	2
2014	1
2012	1
2011	1
2010	1
2008	1

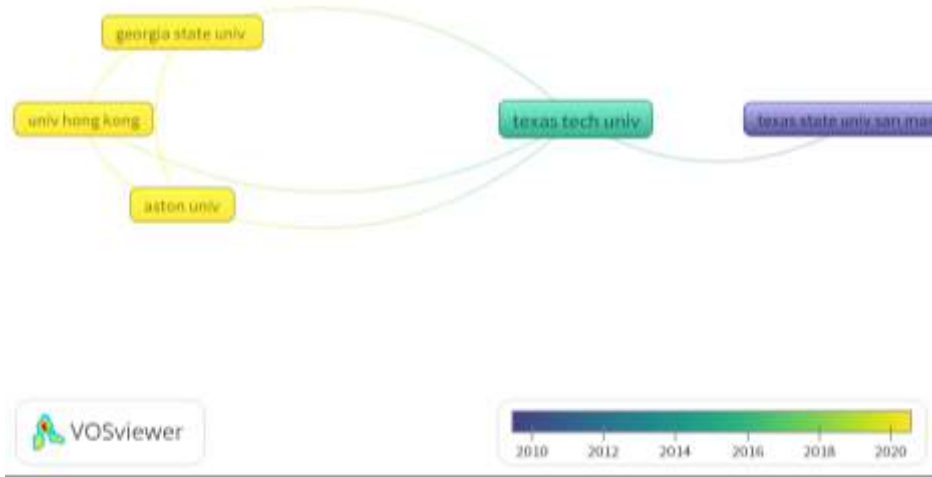
Tablo 2. de kavramları konu alan eserlerin üretildiği yıl ve eser sayıları gösterilmiştir. Eser ve yıl bazında en çok araştırmanın 6 eserle 2022 yılında olduğu, 4 eserle 2021 yılında olduğu, 3 eserle 2023 yılında

olduğu anlaşılmaktadır. Yıl bazında en etkili yazarlar ilgili kavramlarla çalışmış olup bu durum görsel ağ haritası üzerinden Şekil 1’de gösterilmiştir.



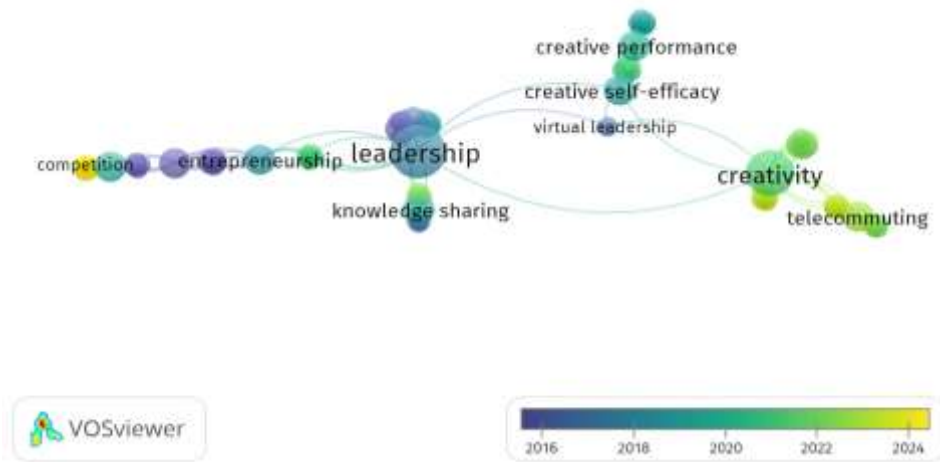
Şekil 1. Yazarlara Ait Yayın Dönemi

Şekil 1 incelendiğinde en etkili yazarlardan Morgeson 2010 yılında, Gilson 2015 yılında, Wang ise 2017 yılında eserler üretmiştir. Ortak yazarlı çalışmalar en fazla Amerika ve Çin’de bulunan üniversitelerde gerçekleşmiş olup bu durum Şekil 2’de sunulmuştur.



Şekil 2. Ortak Yazarlı Üniversiteler

Şekil 2 incelendiğinde (2) araştırma ile Texas Tech Univ, (1) araştırma ile Aston Univ, (1) araştırma ile Univ Hong Kong üniversitesi yer almıştır. Kavramlara ilişkin yapılan aramalarda en fazla kullanılan anahtar kelimeler Şekil 3’te sunulmuştur.



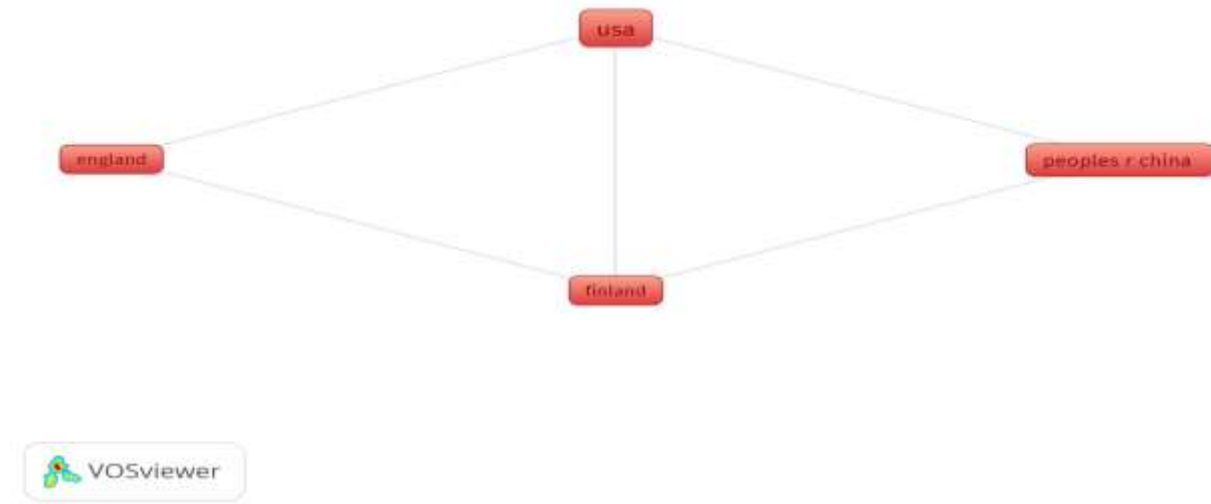
Şekil 3. En Sık Kullanılan Anahtar Kelimeler

Şekil 3'te kavramlara ilişkin en fazla kullanılan anahtarlar kelimeler verilmektedir. Yapılan analizde (5) kez tekrarlanan leadership, (4) kez tekrarlanan creativity, (2) kez tekrarlanan creativity performance, (2) kez tekrarlanan virtual leadership kelimeleri olmuştur. Yapılan esere alınan atıf o eserin niteliği hakkında pozitif bir etkiye sahiptir. Yazarlar alandaki etkilerini eser başına almış oldukları atıf ile literatüre katkı sağlamaktadır. Yazar ve atıf ilişkisini gösteren görsel ağ haritası Şekil 4'te sunulmuştur.



Şekil 4. Yazar Başına Alınan Atıf Sayısı

Şekil 4'te yazarların almış oldukları atıflar ve etki büyüklüğü gösterilmiştir. Buna göre Morgeson (680), Gilson (472), Wang (477), Badrinarayanan (35) atıfla ilk toplam yazarlar içerisinde ilk sıralarda yer almaktadır. Araştırmada ele alınan kavramlara ilişkin yayınların en çok yapıldığı ülkeler Şekil 5'te sunulmuştur.



Şekil 5. En Sık Eser Üreten Ülkeler

Şekil 5'te en çok eser üreten ülkeler gösterilmiştir. Buna göre Amerika'da (9), Çin'de (4), Finlandiya'da (2), İngiltere'de (2) eser üretilmiştir.

4. SONUÇ

Yaşanan dijital dönüşüm sonucu evrilen işletmeler stratejilerini oluştururken teknolojinin sunduğu avantajları dikkate almaktadır. Elektronik süreçlerin işletmelerde artması ile ortaya çıkan e-liderlik ve örgüt hedeflerine ulaşmak için bireysel yaratıcılığın önemi her geçen gün daha da artmaktadır. İşletmeler gerek yönetimsel süreçlere gerekse yaratıcılık ile gelen inovasyon uygulamalarına ciddi yatırımlar

yapmaktadır. Bu çalışmada “E-Liderlik” ve “Bireysel Yaratıcılık” kavramları üzerine yazılmış olan araştırmalara yönelik bibliyometrik bir değerlendirme yapılmıştır. Öncelikle kavramsal bilgilere yer verilmiş daha sonra veriler VOSviewer programında analiz edilmiştir. 2008-2024 yıllarını kapsayan Web Of Science veri tabanında yayınlanmış olan toplam 29 eser bibliyometrik analiz ile değerlendirilmiştir. Yapılan analiz ile e-liderlik ve bireysel yaratıcılık kavramlarını ele alan ülkeler boyutunda en fazla araştırma 9 adet ile Amerika Birleşik Devletleri, 4 adet ile Çin Halk Cumhuriyeti, 2 adet ile İngiltere ve 2 adet Finlandiya ülkeleri tarafından yapılmıştır. İki kavramı ile ilgili yayın yapan araştırmacılar incelendiğinde Gilson Lucy, Morgeson, Wang, Hakonen Marko, Maynard Travis, Karam Elizabeth, Mulder Regina ön plana çıkmaktadır. Önde gelen anahtar kelimeler sıralamasında 5 adet ile “leadership”, 4 adet ile “creativity”, 2 adet ile “innovation”, 2 adet ile “virtual teams”, 2 adet ile “virtual leadership” kelimeleri olmuştur. En fazla yayın yapan ülkeler sıralamasında ise 2 araştırma ile Texas Tech Univ, 1 araştırma ile Aston Univ, 1 araştırma ile Univ Hong Kong üniversitesi yer almıştır. “E-Liderlik” ve “Bireysel Yaratıcılık” kavramları örgütlerin başarısı için kritik kavramlar olup 2008 yılından günümüze dek iki kavramı konu alan çalışmaların az olduğu görülmüştür. İki kavram üzerine çalışmaların yapılmasının dijital işletmelere yol haritası olması ve literatüre katkı sağlaması açısından faydalı olacağı değerlendirilmektedir.

KAYNAKÇA

- Adeniyi, J. I. (2024). A Conceptual Examination of the Relationship between E-Leadership and Disengagement from Knowledge Sharing: A Moderated Mediated Theoretical Model. *Human Resource and Leadership Journal*, 9(1), 1-23.
- Al-Husseini, S. (2024). Examining the impact of top management support on employee creativity through the mediating role of knowledge management and absorptive capacity. *International Journal of Innovation Science*, 16(4), 658-682. <https://doi.org/10.1108/IJIS-01-2023-0017>
- Alkhayyal, S., & Bajaba, S. (2023). The Impact of E-Leadership Competencies on Workplace Well-Being and Job Performance: The Mediating Role of E-Work Self-Efficacy. *Sustainability*, 15(6), Article 6. <https://doi.org/10.3390/su15064724>
- Ashvini, G., Salamzadeh, Y., & Abdul Rahim, N. F. (2023). Which E-Leadership Skills Are Needed to Deploy Digital Strategies? A Study on Multinational Companies in Northern Malaysia. İçinde P. Vardarlier (Ed.), *Multidimensional and Strategic Outlook in Digital Business Transformation: Human Resource and Management Recommendations for Performance Improvement* (ss. 217-230). Springer International Publishing. https://doi.org/10.1007/978-3-031-23432-3_18
- Ayub, D., Putra, M. J. A., & Muryanti, M. (2023). Contribution of E-Leadership to 21st-Century Competencies of Principals in Riau Province. *SHS Web of Conferences*, 173, 01006. <https://doi.org/10.1051/shsconf/202317301006>
- Azizian Jahromi, F. (2024). *E-leadership and management of remote teams* [fi=AMK-opinnäytetyö|sv=YH-examensarbete|en=Bachelor's thesis]. <http://www.theseus.fi/handle/10024/860348>
- Bans-Akutey, A., & Ebem, D. (2022). E-leadership and adaptation to technological development of telecommunication businesses in Ghana. *Annals of Management and Organization Research*, 3(4), Article 4. <https://doi.org/10.35912/amor.v3i4.1464>
- Blasberg, L. A. (2021). *Smart Business Model Innovation: Driving Demand and Relevancy in the Building Industry with Smart Technology Value Propositions*. <https://research.cbs.dk/en/publications/smart-business-model-innovation-driving-demand-and-relevancy-in-t>
- Bouisse-Bloigu, I., & Chamakiotis, P. (2023). Cultural Intelligence and E-leadership in the Hybrid Virtual Team Context. *MCIS 2023 Proceedings*. <https://aisel.aisnet.org/mcis2023/30>
- Buerkle, A., Eaton, W., Al-Yacoub, A., Zimmer, M., Kinnell, P., Henshaw, M., Coombes, M., Chen, W.-H., & Lohse, N. (2023). Towards industrial robots as a service (IRaaS): Flexibility, usability, safety and business models. *Robotics and Computer-Integrated Manufacturing*, 81, 102484. <https://doi.org/10.1016/j.rcim.2022.102484>
- Caldwell, C., & Dixon, R. D. (2010). Love, Forgiveness, and Trust: Critical Values of the Modern Leader. *Journal of Business Ethics*, 93(1), 91-101. <https://doi.org/10.1007/s10551-009-0184-z>

- Chamakiotis, P., Panteli, N., & Davison, R. M. (2021). Reimagining e-leadership for reconfigured virtual teams due to Covid-19. *International Journal of Information Management*, 60, 102381. <https://doi.org/10.1016/j.ijinfomgt.2021.102381>
- Contreras, F., Baykal, E., & Abid, G. (2020). E-Leadership and Teleworking in Times of COVID-19 and Beyond: What We Know and Where Do We Go. *Frontiers in Psychology*, 11. <https://doi.org/10.3389/fpsyg.2020.590271>
- Doshi, A. R., & Hauser, O. P. (2024). Generative artificial intelligence enhances creativity but reduces the diversity of novel content. *Papers*, Article 2312.00506. <https://ideas.repec.org/p/arx/papers/2312.00506.html>
- Du, J., Ma, E., Cabrera, V., & Jiao, M. (2021). Keep your mood up: A multilevel investigation of hospitality employees' positive affect and individual creativity. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 48, 451-459. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2021.07.004>
- Elyousfi, F., Anand, A., & Dalmasso, A. (2021). Impact of e-leadership and team dynamics on virtual team performance in a public organization. *International Journal of Public Sector Management*, 34(5), 508-528. <https://doi.org/10.1108/IJPSM-08-2020-0218>
- Escamilla-Solano, S., Diez-Martin, F., Blanco-González, A., & Fernández de las Peñas, C. (2023). What Have We Learned From COVID-19 in Business and Management and What Are the Future Challenges? *American Behavioral Scientist*, 00027642231191752. <https://doi.org/10.1177/00027642231191752>
- Ferreira, J., Coelho, A., & Moutinho, L. (2020). Dynamic capabilities, creativity and innovation capability and their impact on competitive advantage and firm performance: The moderating role of entrepreneurial orientation. *Technovation*, 92-93, 102061. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2018.11.004>
- Ghavifekr, S., & Wong, S. Y. (2022). Technology Leadership in Malaysian Schools: The Way Forward to Education 4.0 – ICT Utilization and Digital Transformation. *International Journal of Asian Business and Information Management (IJABIM)*, 13(2), 1-18. <https://doi.org/10.4018/IJABIM.20220701.oa3>
- Hassan, Y., Pandey, J., Majumdarr, S., Pereira, V., Behl, A., & Bazal-Shoham, O. (2024). Examining the impact of e-leadership on strategic innovation at work: A moderated-mediation model. *The Journal of Technology Transfer*. <https://doi.org/10.1007/s10961-024-10108-3>
- He, W., Hao, P., Huang, X., Long, L.-R., Hiller, N. J., & Li, S.-L. (2020). Different roles of shared and vertical leadership in promoting team creativity: Cultivating and synthesizing team members' individual creativity. *Personnel Psychology*, 73(1), 199-225. <https://doi.org/10.1111/peps.12321>
- Hendrawan, S. A., Chatra, A., Iman, N., Hidayatullah, S., & Suprayitno, D. (2024). Digital Transformation in MSMEs: Challenges and Opportunities in Technology Management. *Jurnal Informasi Dan Teknologi*, 141-149. <https://doi.org/10.60083/jidt.v6i2.551>
- Holopainen, M., Saunila, M., & Ukko, J. (2024). The effects of digital business strategy on the collaboration performance of companies: The moderating effect of digitally enabled performance measurement. *International Journal of Industrial Engineering and Operations Management*, 6(1), 64-81. <https://doi.org/10.1108/IJIEOM-04-2023-0040>
- Ikromov, E. (2024). CLASSIFICATION OF LEADERSHIP STYLES IN THE MODERN MANAGEMENT SYSTEM. *Modern Science and Research*, 3(2), Article 2.
- Kayani, M. B., Shafique, K., & Ali, M. (2023). How does leadership bring individual creativity? A mediation and moderation analysis. *International Journal of Work Innovation*, 3(4), 382-402. <https://doi.org/10.1504/IJWI.2023.128861>
- Kempner, F. (2024). Digital media and organisational environment as main influence factors for e-leadership. *International Journal of Learning and Change*, 16(2-3), 191-205. <https://doi.org/10.1504/IJLC.2024.137492>
- Lee, A., Legood, A., Hughes, D., Tian, A. W., Newman, A., & Knight, C. (2020). Leadership, creativity and innovation: A meta-analytic review. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 29(1), 1-35. <https://doi.org/10.1080/1359432X.2019.1661837>

- Leong, C., Lin, S., Tan, F., & Yu, J. (2024). Coordination in a Digital Platform Organization. *Information Systems Research*, 35(1), 363-393. <https://doi.org/10.1287/isre.2023.1226>
- Lestari, S. D., Leon, F. M., Widyastuti, S., Brabo, N. A., & Putra, A. H. P. K. (2020). Antecedents and Consequences of Innovation and Business Strategy on Performance and Competitive Advantage of SMEs. *The Journal of Asian Finance, Economics and Business*, 7(6), 365-378. <https://doi.org/10.13106/jafeb.2020.vol7.no6.365>
- Lewaherilla, N. C., Rahayu, M., & Limpo, L. (2024). Exploration of Transformational Leadership Style in Improving Employee Performance in the Creative Industries. *Journal of Management*, 3(1), Article 1.
- Lin, S.-Y. (Sonya), Park, G., Zhou, Q., & Hirst, G. (2023). Two birds, one stone: How altruism can facilitate both individual creativity and prosocial behavior in two different team contexts. *Group Dynamics: Theory, Research, and Practice*, 27(1), 65-79. <https://doi.org/10.1037/gdn0000188>
- Lua, E., Liu, D., & Shalley, C. E. (2024). Multilevel outcomes of creativity in organizations: An integrative review and agenda for future research. *Journal of Organizational Behavior*, 45(2), 209-233. <https://doi.org/10.1002/job.2690>
- Mancuso, I., Messeni Petruzzelli, A., & Panniello, U. (2023). Innovating agri-food business models after the Covid-19 pandemic: The impact of digital technologies on the value creation and value capture mechanisms. *Technological Forecasting and Social Change*, 190, 122404. <https://doi.org/10.1016/j.techfore.2023.122404>
- Monteiro, J. J., Lunkes, R. J., & Rosa, F. (2023). Influence of formal and informal controls on trust and individual creativity. *Journal of Accounting & Organizational Change*, 19(5), 689-705. <https://doi.org/10.1108/JAOC-08-2021-0122>
- Ribeiro, N., Duarte, A. P., Filipe, R., & Torres de Oliveira, R. (2020). How Authentic Leadership Promotes Individual Creativity: The Mediating Role of Affective Commitment. *Journal of Leadership & Organizational Studies*, 27(2), 189-202. <https://doi.org/10.1177/1548051819842796>
- Rikap, C. (2023). *Same end by different means: Google, Amazon, Microsoft and Meta's strategies to organize their frontier AI innovation systems* (Working Paper Nos. 2023-03). CITYPERC Working Paper. <https://www.econstor.eu/handle/10419/280829>
- Scuotto, V., Tzanidis, T., Usai, A., & Quaglia, R. (2023). The digital humanism era triggered by individual creativity. *Journal of Business Research*, 158, 113709. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2023.113709>
- Tabassum, M., Raziq, M. M., & Sarwar, N. (2023). Toward an overarching multi-level conceptualization of emergent leadership: Perspectives from social identity, and implicit leadership theories. *Human Resource Management Review*, 33(2), 100951. <https://doi.org/10.1016/j.hrmr.2022.100951>
- Trabucchi, D., Buganza, T., Muzellec, L., & Ronteau, S. (2021). Platform-driven innovation: Unveiling research and business opportunities. *Creativity and Innovation Management*, 30(1), 6-11. <https://doi.org/10.1111/caim.12428>
- Triantari, S. (2024). From coaching to Mentor Leader: : Profile and skills of the mentor leader in human resources management. *Dianoesis*, 15, 103-122. <https://doi.org/10.12681/dia.38176>
- Trischler, M. F. G., & Li-Ying, J. (2023). Digital business model innovation: Toward construct clarity and future research directions. *Review of Managerial Science*, 17(1), 3-32. <https://doi.org/10.1007/s11846-021-00508-2>
- Tsou, H.-T., & Chen, J.-S. (2023). How does digital technology usage benefit firm performance? Digital transformation strategy and organisational innovation as mediators. *Technology Analysis & Strategic Management*, 35(9), 1114-1127. <https://doi.org/10.1080/09537325.2021.1991575>
- Wiyono, B. B., Komariah, A., Alghamdi, A. A., Sultoni, & Fahlevi, M. (2023). The Influence of Principals' e-Leadership on the Effectiveness of Schools' Public Relations and Organizational Improvement. *Sustainability*, 15(2), Article 2. <https://doi.org/10.3390/su15021296>
- Wulandari, H., & Raharjo, T. (2023, Ekim 1). *Systematic Literature and Expert Review of Agile Methodology Usage in Business Intelligence Projects.* / EBSCOhost. <https://doi.org/10.20473/jjisebi.9.2.214-227>

- Yi, Y., Chen, Y., & Li, D. (2022). Stakeholder ties, organizational learning, and business model innovation: A business ecosystem perspective. *Technovation*, *114*, 102445. <https://doi.org/10.1016/j.technovation.2021.102445>
- Yun, J. J., Zhao, X., Jung, K., & Yigitcanlar, T. (2020). The Culture for Open Innovation Dynamics. *Sustainability*, *12*(12), Article 12. <https://doi.org/10.3390/su12125076>
- Yusof, N., Kamal, E. M., Lou, E. C. W., & Kamaruddeen, A. M. (2023). Effects of innovation capability on radical and incremental innovations and business performance relationships. *Journal of Engineering and Technology Management*, *67*, 101726. <https://doi.org/10.1016/j.jengtecman.2022.101726>
- Zreik, M. (2024). Digital Transformation and Business Evolution in China: Opportunities and Challenges. İçinde *Digital Business and Optimizing Operating Strategies* (ss. 132-159). IGI Global. <https://doi.org/10.4018/979-8-3693-0428-0.ch005>