

T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

YENİLİKÇİ ÖRGÜT İKLİMİ VE İŞE ADANMIŞLIK İLİŞKİSİ:
BALIKESİR OTEL İŞLETMELERİNDE BİR ARAŞTIRMA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DİLAY SAĞLAM KURT

BALIKESİR, 2023

T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ANABİLİM DALI

YENİLİKÇİ ÖRGÜT İKLİMİ VE İŞE ADANMIŞLIK İLİŞKİSİ:
BALIKESİR OTEL İŞLETMELERİNDE BİR ARAŞTIRMA

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DİLAY SAĞLAM KURT

TEZ DANIŞMANI

DR. ÖĞR. ÜYESİ YASEMİN TEKİN

BALIKESİR, 2023

T.C.
BALIKESİR ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

TEZ ONAYI

Enstitümüzün Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda 201912525004 numaralı Dilay SAĞLAM KURT'un hazırladığı “**Yenilikçi Örgüt İklimi ve İşe Adanmışlık İlişkisi: Balıkesir Otel İşletmelerinde Bir Araştırma**” konulu YÜKSEK LİSANS tezi ile ilgili TEZ SAVUNMA SINAVI, Lisansüstü Eğitim Öğretim ve Sınav Yönetmeliği uyarınca 18/04/2023 tarihinde yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda tezin onayına OY BİRLİĞİ ile karar verilmiştir.

Üye (Başkan): Dr. Öğr. Üyesi Fusun ESENKAL ÇÖZELİ

İmza

Üye (Danışman): Dr. Öğr. Üyesi Yasemin TEKİN

İmza

Üye: Doç. Dr. Gülay ÖZDEMİR YILMAZ

İmza

Yukarıdaki imzaların adı geçen öğretim üyelerine ait olduklarını onaylarım.

.../.../ 2023

Enstitü Onayı

Prof. Dr. Bayram ŞAHİN

ETİK BEYAN

Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Tez Yazım Kuralları'na uygun olarak hazırladığım bu tez çalışmada;

- Tez içinde sunduğum verileri, bilgileri ve dokümanları akademik ve etik kurallar çerçevesinde elde ettiğimi,
- Tüm bilgi, belge, değerlendirme ve sonuçları bilimsel etik ve ahlak kurallarına uygun olarak sunduğumu,
- Tez çalışmada yararlandığım eserlerin tümüne uygun atıfta bulunarak kaynak gösterdiğimi,
- Kullanılan verilerde ve ortaya çıkan sonuçlarda herhangi bir değişiklik yapmadığımı,
- Bu tezde sunduğum çalışmanın özgün olduğunu, bildirir, aksi bir durumda aleyhime doğabilecek tüm hak kayıplarını kabullendiğimi beyan ederim.

.../.../ 2023

İmza

Dilay SAĞLAM KURT

ÖNSÖZ

Yüksek lisans eğitimime adım attığım ilk günden itibaren ilgi ve alakasını üzerimden asla eksik etmeyen, hayat serüvenime ve akademik yolculuğuma dair günümü ve geleceğimi aydınlatan, değerli bilgi ve deneyimleriyle hayatım boyunca hep en büyük şansım olarak kalacak canım hocam, tez danışmanım **Dr. Öğr. Üyesi Yasemin TEKİN**'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Lisans ve lisansüstü eğitimimde başarılı olmam için beni destekleyen, bilgi ve tecrübeleri ile kişisel ve akademik gelişimime katkı sunan başta Prof. Dr. Cevdet AVCIKURT hocam olmak üzere tüm hocalarıma teşekkürlerimi sunarım.

Bana her daim inancı, desteği ve cesaretlendirmesi ile yoluma ışık olan sevgili annem **Hatice SAĞLAM**'a, maddi ve manevi desteğiyle her zaman yanımda olan sevgili babam **Adil SAĞLAM**'a, bana verdikleri değeri ve desteği bir an olsun eksik etmeyen canım kardeşlerim **Oğuzhan SAĞLAM** ve **Mustafa Enes SAĞLAM**'a, benimle her zaman gurur duyan kıymetli anneannem **Dudu CARTI**'ya, yüksek lisans eğitimimle hayatıma girip bu süreci benimle birlikte göğüslenen, beni her daim motive edip bana destek olan eşim **Yunus KURT**'a sonsuz teşekkür ederim.

Balıkesir, 2023

Dilay SAĞLAM KURT

ÖZET

YENİLİKÇİ ÖRGÜT İKLİMİ VE İŞE ADANMIŞLIK İLİŞKİSİ: BALIKESİR OTEL İŞLETMELERİNDE BİR ARAŞTIRMA

SAĞLAM KURT, Dilay

Yüksek Lisans, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Tez Danışmanı: Dr. Öğr. Üyesi Yasemin TEKİN

2023, 104 Sayfa

Dünyanın en önemli sektörleri arasında yer alan turizm sektörü, emek yoğun bir sektördür. Turizm işletmelerinin rekabet koşullarında fark yaratan en önemli kaynaklarından bir tanesi, insan kaynağıdır. Yenilikçi bir turizm işletmesi olmak, işletmedeki yenilikçi örgüt ikliminin işe adanmış çalışanlar ile birlikte sürdürülebilirliğini sağlamak, turizm işletmelerinin başarısı açısından oldukça önemlidir.

Bu araştırmanın amacı, otel işletmelerinde hizmet veren çalışanların yenilikçi örgüt iklimi algıları ve işe adanmışlık düzeylerini belirlemek ve bu iki kavram arasındaki ilişkiyi test etmektir. Bu amaçla, Balıkesir il merkezinde faaliyette bulunan 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinde hizmet veren 134 çalışana anket uygulanmıştır. Araştırma verileri, 07.12.2022 ve 19.12.2022 tarihleri arasında elde edilmiştir. Araştırmada Yenilikçi Örgüt İklimi Ölçeği ve İşe Adanmışlık Ölçeği kullanılmıştır. Ölçeklere uygulanan geçerlilik ve güvenilirlik analizi sonuçlarına göre Yenilikçi Örgüt İklimi Ölçeği Cronbach Alpha katsayısı 0,848 ve İşe Adanmışlık Ölçeği Cronbach Alpha katsayısı ise 0,929 olarak bulgulanmıştır. Araştırma verilerinin analizi için SPSS 25.0 İstatistik Paket Programı kullanılmış ve verilere Frekans ve Yüzde Analizleri, Faktör Analizi, t-Testi, Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) ve Korelasyon Analizi uygulanmıştır. Elde edilen sonuçlar tablolar ile sunulmuş ve yorumlanmıştır.

Araştırma sonuçlarına göre, otel işletmelerinde hizmet veren çalışanların yenilikçi örgüt iklimi algıları ve işe adanmışlık düzeyleri arasında istatistiksel açıdan anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Yenilikçi örgüt ikliminin oluşmasında üst yönetimin desteğinin ve işe adanmışlık koşullarının oluşmasında çalışanın kendini adanmasının oldukça kuvvetli bir etkiye sahip olduğu belirlenmiştir.

Tez çalışmasının birinci bölümünde araştırmanın problemi, amacı, önemi, varsayımları, sınırlılıkları ve tanımlara yer verilmiştir. Çalışmanın ikinci bölümünde yenilikçi örgüt iklimi ve işe adanmışlık kavramları, boyutları, yenilikçi örgüt iklimi ve işe adanmışlığa etki eden faktörler, bu iki kavramın otel işletmeleri için önemi ve bu alanlarda yapılmış olan ilgili araştırmalar yer almaktadır. Üçüncü bölümde çalışanların yenilikçi örgüt iklimi algıları ve işe adanmışlık düzeyleri arasındaki ilişkiyi test etmek amacıyla yapılan araştırmanın yöntemi açıklanmıştır. Dördüncü ve beşinci bölümde araştırma bulguları, sonuçları ve öneriler sunulmuştur.

Anahtar Kelimeler: Turizm, Yenilik, Yenilikçi Örgüt İklimi, İşe Adanmışlık, Balıkesir.

ABSTRACT

THE RELATIONSHIP BETWEEN INNOVATIVE ORGANIZATIONAL CLIMATE AND WORK ENGAGEMENT: A RESEARCH IN HOTEL BUSINESSES OF BALIKESİR

SAĞLAM KURT, Dilay

Master Thesis, Department of Tourism Management

Advisor: Asst. Prof. Yasemin TEKİN

2023, 104 Pages

The tourism sector, which is among the most important sectors of the world, is a labour intensive sector. One of the most important resources of tourism businesses is human resources that make a difference in the conditions of competition. Being an innovative tourism business, ensuring the sustainability of the innovative organizational climate in the business with dedicated employees is very important for the success of tourism businesses.

The aim of this research is to determine the innovative organizational climate perceptions and work engagement levels of the employees serving in hotel businesses and to test the relationship between these two concepts. For this purpose, a questionnaire was applied to 134 employees of 4 and 5 star hotels operating in Balikesir city center. The data of the research were obtained between 07.12.2022 and 19.12.2022. Innovative Organizational Climate Scale and Work Engagement Scale were used in the research. According to the results of the validity and reliability analysis applied to the Innovative Organizational Climate Scale and Work Engagement Scale, Cronbach Alpha coefficients were found out 0,848 and 0,929 respectively. SPSS 25.0 Statistical Package of Social Sciences was used for the analysis of the research data and Frequency and Percentage Analysis, Factor Analysis, t-Test, One-Way Analysis of Variance (ANOVA) and Correlation Analysis were applied to the data. Obtained results are presented via tables and interpreted.

According to the results of the research, a statistically significant and positive relationship was founded out between the innovative organizational climate perceptions and the levels of work engagement of the employees serving in the hotel businesses. It was determined that the support of the top management and the engagement of the employee have a quite strong impact in the creation of the innovative organizational climate and the conditions of work engagement, respectively.

In the first chapter of this thesis, the problem, purpose, importance, assumptions, limitations and definitions of the research are given. In the second chapter of the study, the concepts of innovative organizational climate and work engagement, dimensions of these concepts, the affecting factors of innovative organizational climate and work engagement, the importance of these two concepts for hotel businesses and the related researches of these areas are included. In the third chapter, the method of the research, conducted to test the relationship between the innovative organizational climate perceptions of the employees and their work engagement levels, is explained. In the fourth and the fifth chapters findings and results of the research and recommendations are presented.

Keywords: Tourism, Innovation, Innovative Organizational Climate, Work Engagement, Balıkesir.

Beni bu günlere getiren, hayatım boyunca maddi ve manevi hiçbir desteği eksik etmeyen, yüksek lisans sürecimin en başından itibaren her türlü desteğiyle yanımda olan;

Canım Ailem'e ...

İÇİNDEKİLER

	Sayfa
ÖNSÖZ	iii
ÖZET.....	iv
ABSTRACT.....	vi
İÇİNDEKİLER	ix
ÇİZELGELER LİSTESİ	xii
ŞEKİLLER LİSTESİ	xiv
1. GİRİŞ	1
1.1. Araştırmanın Problemi	1
1.2. Araştırmanın Amacı	2
1.3. Araştırmanın Önemi	2
1.4. Araştırmanın Varsayımları	3
1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları	3
1.6. Tanımlar	3
2. İLGİLİ ALANYAZIN	5
2.1. Kuramsal Çerçeve	5
2.1.1. Yenilikçi Örgüt İklimi Kavramı	5
2.1.1.1. Yenilik Kavramı ve Türleri	6
2.1.1.1.1. Radikal Yenilik.....	9
2.1.1.1.2. Aşamalı (Kademeli/Artımsal) Yenilik	10
2.1.1.1.3. Ürün Yeniliği.....	10
2.1.1.1.4. Hizmet Yeniliği	11
2.1.1.1.5. Süreç Yeniliği.....	11
2.1.1.1.6. Örgütsel Yenilik	12
2.1.1.2. Yenilikçi Örgüt İklimi Boyutları.....	13
2.1.1.2.1. Takım Uyumu.....	14
2.1.1.2.2. Üst Yönetimin Desteği	15
2.1.1.2.3. Kaynaklar	15
2.1.1.2.4. Özerklik	16
2.1.1.2.5. Yeniliğe Açıklık	16

2.1.1.3. Yenilikçi İş Davranışı	17
2.1.1.3.1. Yenilikçi İş Davranışını Etkileyen Faktörler.....	19
2.1.1.3.1.1. Bireysel Faktörler	19
2.1.1.3.1.2. Örgütsel Faktörler	20
2.1.2. İşe Adanmışlık Kavramı	21
2.1.2.1. İşe Adanmışlık Boyutları	22
2.1.2.1.1. Canlılık Boyutu	23
2.1.2.1.2. Adanmışlık Boyutu.....	24
2.1.2.1.3. Yoğunlaşma Boyutu	24
2.1.2.2. İşe Adanmışlık İle İlgili Kavramlar	25
2.1.2.2.1. İşe Adanmışlık ve Pozitif Psikoloji	25
2.1.2.2.2. İşe Adanmışlık ve Örgütsel Bağlılık	27
2.1.2.2.3. İşe Adanmışlık ve İş Tatmini	28
2.1.2.2.4. İşe Adanmışlık ve İşe Bağlılık	29
2.1.2.2.5. İşe Adanmışlık ve İş Kaynakları-Gereklilikleri	29
2.1.2.2.6. İşe Adanmışlık ve İşkoliklik.....	29
2.1.2.3. İşe Adanmışlığı Etkileyen Faktörler	30
2.1.2.3.1. Bireysel Faktörler	30
2.1.2.3.2. Örgütsel Faktörler.....	31
2.1.2.4. İşe Adanmışlığın Sonuçları	31
2.1.2.4.1. Bireysel Sonuçlar.....	32
2.1.2.4.2. Örgütsel Sonuçlar	32
2.2. Yenilikçi Örgüt İklimi ve İşe Adanmışlığın Turizm İşletmeleri için Önemi ..	33
2.3. İlgili Araştırmalar	34
2.3.1. Yenilikçi Örgüt İklimi ile İlgili Araştırmalar	34
2.3.2. İşe Adanmışlık İle İlgili Araştırmalar	35
3. YÖNTEM.....	37
3.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri.....	37
3.2. Evren ve Örneklem.....	39
3.3. Veri Toplama Araçları ve Teknikleri	39
3.4. Verileri Toplama Süreci	40
3.5. Verilerin Analizi.....	40

4. BULGULAR ve YORUMLAR	42
4.1. Katılımcılara İlişkin Bilgiler	42
4.2. Ölçüm Modellerine Yönelik Güvenilirlik ve Geçerlilik Sonuçları	43
4.3. Faktör Analizi Sonuçları	45
4. 4. Ölçek İfadelerine Verilen Cevaplara Yönelik Betimsel Sonuçlar	50
4. 5. Ölçeklerin Normal Dağılım Testlerine İlişkin Sonuçlar	52
4. 6. Yenilikçi Örgüt İklimi ve İşe Adanmışlık Arasındaki İlişkinin Ölçülmesine Yönelik Korelasyon Analizi	54
4.7. Yenilikçi Örgüt İklimi ve İşe Adanmışlığın Betimsel Sonuçlara Göre Karşılaştırma Sonuçları	57
4.8. Araştırma Hipotezlerinin Değerlendirilmesine İlişkin Sonuçlar	72
5. SONUÇ ve ÖNERİLER.....	74
5.1. Sonuç ve Tartışma	74
5.2. Öneriler.....	76
KAYNAKÇA	78
EKLER.....	99
Ek-1. Araştırmada Kullanılan Anket Formu Örneği.....	99
Ek-2. Ölçeklerin Kullanım İzinleri	103

ÇİZELGELER LİSTESİ

	Sayfa
Çizelge 1. Yenilikçi Örgüt İklimi İle İlgili Yapılan Araştırmalar	34
Çizelge 2. İşe Adanmışlık İle İlgili Yapılan Araştırmalar	36
Çizelge 3. Çalışanlara Yönelik Betimsel Sonuçlar	42
Çizelge 4. Yenilikçi Örgüt İklimi Ölçeğinin Güvenilirlik ve Geçerlilik Sonuçları... 44	44
Çizelge 5. İşe Adanmışlık Ölçeğinin Güvenilirlik ve Geçerlilik Sonuçları..... 45	45
Çizelge 6. Yenilikçi Örgüt İklimi Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları	47
Çizelge 7. İşe Adanmışlık Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları..... 48	48
Çizelge 8. Yenilikçi Örgüt İklimi Ölçeği İfadeleri	50
Çizelge 9. İşe Adanmışlık Ölçeği İfadeleri..... 51	51
Çizelge 10. Yenilikçi Örgüt İklimi Ölçeğinin Çarpıklık Basıklık Değerleri	53
Çizelge 11. İşe Adanmışlık Ölçeğinin Çarpıklık Basıklık Değerleri..... 53	53
Çizelge 12. Yenilikçi Örgüt İklimi ve İşe Adanmışlık Arasındaki İlişki Sonuçları .. 55	55
Çizelge 13. Çalışanların Cinsiyetlerine Göre Yenilikçi Örgüt İkliminin Karşılaştırılması	57
Çizelge 14. Çalışanların Yaşlarına Göre Yenilikçi Örgüt İkliminin Karşılaştırılması	58
Çizelge 15. Çalışanların Medeni Durumlarına Göre Yenilikçi Örgüt İkliminin Karşılaştırılması	59
Çizelge 16. Çalışanların Eğitim Durumuna Göre Yenilikçi Örgüt İkliminin Karşılaştırılması	60
Çizelge 17. Çalışanların Çalışılan Departmana Göre Yenilikçi Örgüt İkliminin Karşılaştırılması	61
Çizelge 18. Çalışanların Unvanına Göre Yenilikçi Örgüt İkliminin Karşılaştırılması	62
Çizelge 19. Çalışanların İşletmedeki Çalışma Süresine Göre Yenilikçi Örgüt İkliminin Karşılaştırılması	63
Çizelge 20. Çalışanların Sektördeki Çalışma Süresine Göre Yenilikçi Örgüt İkliminin Karşılaştırılması	64

Çizelge 21. Çalışanların Cinsiyetlerine Göre İşe Adanmışlıklarının Karşılaştırılması	65
Çizelge 22. Çalışanların Yaşlarına Göre İşe Adanmışlıklarının Karşılaştırılması	66
Çizelge 23. Çalışanların Medeni Durumlarına Göre İşe Adanmışlıklarının Karşılaştırılması	67
Çizelge 24. Çalışanların Eğitim Durumuna Göre İşe Adanmışlıklarının Karşılaştırılması	68
Çizelge 25. Çalışanların Çalışılan Departmana Göre İşe Adanmışlıklarının Karşılaştırılması	69
Çizelge 26. Çalışanların Unvanına Göre İşe Adanmışlıklarının Karşılaştırılması	70
Çizelge 27. Çalışanların İşletmedeki Çalışma Süresine Göre İşe Adanmışlıklarının Karşılaştırılması	70
Çizelge 28. Çalışanların Sektördeki Çalışma Süresine Göre İşe Adanmışlıklarının Karşılaştırılması	71
Çizelge 29. Araştırma Hipotezlerine Yönelik Sonuçlar	72

ŞEKİLLER LİSTESİ

	Sayfa
Şekil 1. Yenilikçilik Kültürü Kavramsal Modeli.....	6
Şekil 2. Yenilikçi Davranış Modeli	18
Şekil 3. Araştırma Modeli.....	38

1. GİRİŞ

Günümüzün yoğun rekabet ortamında yeniliği takip eden, yeni ürünler ve hizmetler üreten ve sunan işletmeler üstün avantajlar elde edebilmektedir. Özellikle teknolojiye gelişmeler ile birlikte yeni fikirlere sahip olan işletmeler, örgütsel anlamda bu yenilikleri satın alma ve mal/hizmet üretim süreçlerinde kullanma yeteneklerini geliştirerek ayrıcalıklar kazanabilmektedir.

İşletme çalışanlarının fikirlerine değer vererek, katılımcı liderlik anlayışı ile işletmeyi yenilikçi bir kültürde yaşatmak, çalışanların örgütsel bağlılıkları ve adanmışlıklarının oluşmasına imkân sunabilmektedir. Çalışanların özellikle duygusal bağlılıklarının sağlanması, işletmedeki huzur, başarı ve kültür açısından oldukça değerlidir. İşletmesine ve işine kendisini adayan, kendisini kalpten adanmış hisseden çalışanların işletmede var olması yenilikçi örgüt iklimini ve rekabet koşullarında örgütsel başarıyı destekleyecektir.

Rekabet koşullarında başarılı olmak ve bu başarının sürdürülebilirliğini sağlamak için yenilikçi örgüt iklimi ve işletme çalışanlarının işe adanmışlıklarının varlığının önemli olduğu düşüncesiyle tasarlanan bu araştırmada Balıkesir il merkezinde faaliyette bulunan 4 ve 5 yıldızlı otel işletmeleri çalışanlarının yenilikçi örgüt iklimi algıları, işe adanmışlık düzeyleri ve bu iki kavram arasındaki ilişki tespit edilmeye çalışılmıştır. Elde edilen araştırma sonuçları ile turizm bilimine ve turizm sektörü paydaşlarına katkı sağlanması amaçlanmıştır.

1.1. Araştırmanın Problemi

Günümüz iş dünyasında yenilik yapmak, yenilikçi bir işletme kültürüne sahip olmak ve işletme çalışanlarının adanmışlığını sağlamak, işletmeler için oldukça önemli stratejiler arasında yer almaktadır.

Literatür incelendiğinde dinamik ve hassas bir yapıya sahip olan turizm sektörü ve işletmelerini sağlam temeller üzerinde başarıyla yaşatabilmek için oldukça değerli olan yenilikçi örgüt iklimi ve işe adanmışlık kavramlarının ve bu kavramlar arasındaki ilişkinin turizm işletmelerinde sınırlı sayıda çalışma ile incelendiği tespit edilmiştir. Bu nedenle, hem turizm bilimine katkı sunmak hem de turizm işletmeleri yöneticilerinde bu iki kavramın farkındalığını oluşturabilmek, araştırmanın problemini oluşturmaktadır.

1.2. Araştırmanın Amacı

Araştırmanın genel amacı yenilikçi örgüt iklimi ve işe adanmışlık ilişkisini araştırmaktır. Emeğin sunulduğu bu sektörde çalışanların işe bağlılıkları ve örgütün yenilik iklimine etkisini araştırmak amacıyla analizler gerçekleştirilmiştir.

Yapılan araştırma sonucunda araştırmanın geçtiği bölgede işverenlerle paylaşılan analiz sonuçlarıyla çalışanların beklentilerine yönelik yenilikçi bir iklim oluşturmak ve işe adanmışlıklarının arttırılmasını sağlamak araştırmanın alt amacını oluşturmaktadır.

1.3. Araştırmanın Önemi

Turizm sektörünün yerine konamayan, yüksek iş gücü devir hızına sahip karmaşık bir yapıda olması onu diğer tüm sektörlerden ayıran özelliğidir. Sektördeki gelişim ve değişimlerin hızıyla değişiklik gösteren arz talep içerisinde çalışanların işlerine adanarak bağlı çalışmaları ve bu sürekli değişim döngüsü içerisinde kurumun amaçları için çaba göstererek örgüt içi yenilik iklimini yaymaları oldukça değerli bir olgudur. Bu anlamda yapılan çalışmanın, sektörde karar vericilerin çalışanların bağlılıklarını ve yenilikçi olmalarını, örgüt içerisinde yeniliği yayma motivasyonlarını saptayarak buna göre değişimler ve iyileştirmeler yapmaları konusunda fayda sağlayacağı düşünülmektedir.

1.4. Araştırmanın Varsayımları

- Araştırmanın amacına uygun olarak hazırlanan anketin, katılımcılar tarafından samimi ve gerçek düşünceleriyle dürüst bir şekilde yanıtlandığı varsayılmıştır.
- Anket formunda yer alan ifadelerin araştırmanın amacına, problemine ve alt problemlerine cevap bulma konusunda yeterli olacağı varsayılmıştır.
- Ulaşılan örneklem sayısının evreni temsil etme konusunda yeterli olacağı varsayılmıştır.

1.5. Araştırmanın Sınırlılıkları

Araştırmaya ait sınırlılıklar aşağıda maddeler halinde gösterilmektedir:

- Araştırma, Balıkesir il merkezinde faaliyette bulunan 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinin çalışanları ile sınırlandırılmıştır.
- Araştırma, 07.12.2022 - 19.12.2022 tarihleri arasında toplanan veriler ile elde edilmiştir.
- Mevcut araştırma kuramsal çerçeve açısından ulaşılabilen yazın ile sınırlandırılmıştır.
- Çalışma, yöntem olarak sadece 5'li Likert ölçek anket yöntemi ile sınırlandırılmıştır.
- Araştırmada işe bağlılık ve çalışan tutkunluğuna da yer verilmiş fakat daha çok işe adanmışlık üzerinde durulmuştur. Araştırmada işe adanmışlığın üzerinde durulması çalışmanın sınırlılığıdır.

1.6. Tanımlar

Araştırmanın temelini oluşturan ve araştırmada yer verilen terimlerin tanımları şu şekildedir;

İşe Bağlılık: Kendisiyle işi arasında ilişki kurarak işine sadık olmak (Turgut, 2010, s.64).

İşe Adanmışlık: Kendini işe verme, bireyin işine tamamıyla derinlemesine odaklanması ve mutlu bir şekilde işiyle bütünleşmesi olarak nitelendirilebilir (Yavan, 2016, s.280).

İşe Yoğunlaşma: Çalışanın işi esnasında kendisini tamamen işine kaptırması, duygusal, bilişsel, fiziksel tüm yönleriyle işine odaklanması, yoğunlaşma olarak kaşımıza çıkmaktadır (Aktaş ve Akdemir, 2019, s.313).

Yenilik: Yenilik sözcüğü genel anlamda, yeni hizmetler veya ürünler tasarlamak, yeni üretim ve sunum yöntemleri kullanmak anlamına gelmektedir (İraz ve Altınışık, 2016, s.117).

Yenilik İklimi: İklim, bireylerin davranışlara yönelik örgütsel beklentiler ve davranışların potansiyel sonuçlarıyla ilgili olarak aldıkları sinyalleri temsil eder (Scott and Bruce, 1994).

2. İLGİLİ ALANYAZIN

Bu bölümde araştırmaya dair kuramsal çerçeve ilgili alan yazın taramasıyla incelenmiştir.

2.1. Kuramsal Çerçeve

Çalışmanın kuramsal çerçevesinde yenilikçi örgüt iklimi ve işe adanmışlık kavramlarına yer verilmiştir. Yenilikçi örgüt iklimi kavramı, yenilik kavramı, yenilik türleri, yenilikçi örgüt iklimi boyutları, yenilikçi iş davranışı ve yenilikçi iş davranışını etkileyen faktörler ile yenilikçi örgüt ikliminin otel işletmeleri için önemi ile incelenirken işe adanmışlık kavramı ise işe adanmışlığın boyutları, işe adanmışlık ile ilgili kavramlar, işe adanmışlığı etkileyen faktörler, işe adanmışlığın sonuçları ve işe adanmışlığın otel işletmeleri için önemi ile incelenmiştir. Yenilikçi örgüt iklimi ve işe adanmışlık kavramları ile ilgili araştırmalar derlenerek tablolar halinde sunulmuştur.

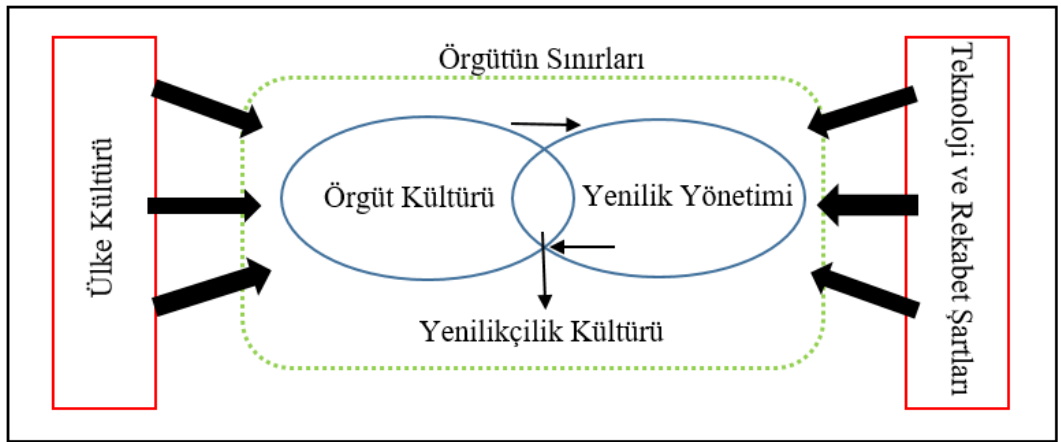
2.1.1. Yenilikçi Örgüt İklimi Kavramı

Örgüt iklimi, çalışanların yaşadığı politika, uygulama - prosedürler ve ödüllendirildiğini gözlemledikleri, desteklenen ve beklenen davranışlara ilişkin paylaşılan algılar ve bunlara eklenen anlam olarak tanımlanabilir (Schneider, Ehrhart ve Macey 2013, s. 362). Başka bir ifadeyle örgüt iklimi temel olarak, bireylerin içinde buldukları kuruluşlar hakkındaki algılarını yansıtmaktadır (Karalınç, 2020, s. 1315).

Örgüt iklimi, işletmeyi tanımlayan, diğer işletmelerden ayıran, örgüte egemen olan, işletmeye özgü ve değişmez özelliklerinden dolayı işletme çalışmalarının davranışlarını etkileyen ve bu davranışlardan etkilenen, somut olmayan, hissedilen bir

kavramdır (Karcioğlu, 2001, s.270). Örgüt, içinde barındırdığı çalışanlar için olumlu bir ortam yarattığı takdirde çalışanların duygularını, morallerini etkileyerek örgüte bağlanmalarını sağlayan bir kültür oluşturur (Yüceler, 2009, s. 446-447).

Örgütlerde yenilik herhangi bir alanda bilinmeyen yepyeni bir icadı ortaya koymaya yönelik olabileceği gibi hali hazırda var olan mevcut yapının düzeltilmesine yönelik de gerçekleştirilebilmektedir (Bayhan, 2018, s. 165). Baykal'a (2019, s. 267) göre iklim, bireylerin gösterdikleri davranışların şekillendirilmesinde, örgütsel beklentiler ve davranışların oluşturduğu sinyalleri ifade eder.



Şekil 1. Yenilikçilik Kültürü Kavramsal Modeli

Kaynak: Öğüt, A. ve Aksay, K. (2011). Yenilikçilik kültürünün örgütsel yenilikçilik üzerine etkisi: Konya ilinde faaliyet gösteren özel hastanelerde bir uygulama. *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi*, 1-24.

Şekil 1'e göre, ülke kültürü örgüt kültürünün şekil almasında önemli unsurlardandır, aynı şekilde rekabet şartları ve teknolojiye ki değişimlerde örgütün yenilik yönetimini etkileyen önemli unsurlar arasındadır. Bu iki faktörün kesişimi ile yenilikçilik kültürü oluşmaktadır (Öğüt ve Aksay, 2011, s. 45).

2.1.1.1. Yenilik Kavramı ve Türleri

Yenilik sözcüğü genel anlamda, yeni hizmetler veya ürünler tasarlamak, yeni üretim ve sunum yöntemleri kullanmak anlamına gelmektedir (İraz ve Altınışık,

2016, s. 117). Ancak yenilik kavramını farklı şekillerde ele alan ve değerlendiren birçok araştırmacı bulunmaktadır. Örneğin, yenilik kavramını bazı araştırmacılar ürün olarak bazı araştırmacılar ise süreç olarak ele almışlardır. Eraslan, Bulu ve Bakan (2008, s. 10)'a göre yenilik kavram olarak hem bir süreci (yenilemeyi, yenilenmeyi) hem de bir sonucu (yenilik) ifade eder ve aynı zamanda yeni ya da iyileştirilmiş ürün, hizmet, pazarlama metodu, üretim yöntemi ya da örgütsel anlayış geliştirerek tüm bunları ticari gelir elde edebilecek hale getirmek için yürütölen süreçleri kapsar. Rogers'e (1983, s. 11) göre yenilik, bir kişi ya da onu benimseyen başka bir birim tarafından yeni olarak algılanan bir fikir, uygulama veya nesnedir. Yenilik, bilginin veya düşüncenin kullanılarak ürün, hizmet ve sürecin oluşturulması veya var olan ürün, hizmet ve sürecin değiştirilmesi, pazara sunulması ve ticarileştirilmesidir (Tekin ve Durna, 2012, s. 94).

Temel anlamda yenilikler, yeni ürünlerin, yeni üretim süreçlerinin ve yeni organizasyon yapılarının araştırılması, keşfi, denenmesi, geliştirilmesi, taklit edilmesi ve benimsenmesi ile ilgilidir (Dosi, 1988, s. 222). Tushman ve Nadler'e (1986, s. 75) göre yenilik, bir iş biriminde yeni olan herhangi bir ürün, hizmet veya sürecin oluşturulmasıdır. Schumpeter, yeniliği yeni bir ürün, süreç veya üretim metodunun ticari veya endüstriyel olarak kullanılması, yeni bir pazar veya tedarik kaynağının ortaya çıkması ve ticaretin, işletmelerin veya finansal örgütlerin yeniden şekillendirilmesi olarak tanımlanmıştır (Sarıkaya, 2019, s. 41). Yenilikçilik, kurumu müşterilere ve paydaşlara hizmet vermek için hâlihazırda oluşturulmuş rutinlerin ötesine iten bir kavramdır (Mone, Mckinley ve Barker, 1998, s. 117).

Scott ve Bruce'e (1994, s. 582) göre çok aşamalı bir süreç olan bireysel yenilik; problem tanıma, yeni fikirlerin veya çözümlerin üretilmesi ile başlar. Bireyin yeni fikri için destek araması ve bulduğu destekçilerden oluşan bir koalisyon kurmaya çalışmasıyla devam eder ve dokunulabilen, deneyimlenebilen, üretken hale getirilebilen yeniliğin prototipini veya modelinin oluşturulması ile son bulur. Ayrıca yaratılan bu yenilikler kimi zaman zaten var olanı küçük adımlarla artımsal olarak iyileştirilmesi veya geliştirilmesi ile kimi zamanda köklü değişimlerle tamamen yeni bir ürün veya hizmet geliştirerek pazarlanabilir (Eraslan, Bulu ve Bakan 2008, s. 19). Schumpeter ise yeniliği buluş, yenilik ve yayılma olarak üç aşamaya ayırmıştır. Buluş uygulanma potansiyeli olan yeni bir düşüncenin oluşturulması, yenilik

fikirlerin pazarlanabilir ürün ve süreçler haline getirilmesi, yayılma ise yeni ürün ve süreçlerin potansiyel e-pazarlara yayılması olarak ifade edilir (Er, 2012, s. 88-89).

Örgüt içerisinde yeni fikirlerin mal, hizmet ya da süreçlere dönüştürülmesi için yaratıcı ve yenilikçi bireylere ihtiyaç duyulmaktadır (Duran ve Saraçoğlu, 2009, s. 61). Rutinden hoşlanmayan, işlerini nasıl yapacaklarına ilişkin fikirlere sahip olan yaratıcı bireyler destekleyici yönetim tarzına gereksinim duyarlar (Çekmecelioğlu, 2007, s. 81). Çünkü bir örgütün yenilik yapabilmesi için örgütsel faktörlerin yenilikçi düşünceyi desteklemesi gerekir (Naktiyok, 2007, s. 215).

Yaratıcılık, geliştirilebilen, herhangi bir alanda ve uygun ortamlarda ortaya çıkan bir beceridir (Karkın, 2008, s. 1). Yaratıcılık yeni yolların var olabileceğinden yola çıkarak deneyimlere açık olma, arayışa girme cesaretinde bulunabilme, yeniliği benimseme ve yaratıcı düşüncenin yeni boyutlarını keşfederek denemeye hazır olmaktır (Öztürk, 2001, s. 158).

Yaratıcılık yeni bir şey düşünmek, yenilik ise yeni bir şey yapmaktır (Naktiyok, 2007, s. 213). Yaratıcılığın aksine, yenilikçi davranışın bir tür fayda üretmesi amaçlanır (De Jong ve Den Hartog, 2007, s.43). Yaratıcılık yeni fikirleri oluşturma süreciyle ilgiliyen yenilik bu yeni fikirlerin mal ve hizmetlere dönüştürülmesi sürecini odak alır. Başka bir ifadeyle yaratıcılık yeni fikir üretme ya da mevcut olan fikirleri hayal gücü ise farklı açılardan görebilme yeteneğiyle ilgiliyen yenilik ise yeni ürünler, yöntemler ve süreçler oluşturmak ya da mevcut mal ve hizmetlere yeni kullanım ya da pazar alanları oluşturmak için planlanmış çabaların bütünüdür (Duran ve Saraçoğlu, 2009, s. 60-61).

Amabile ve arkadaşları (1996, s. 1155)'na göre yaratıcılık, tüm yeniliklerin kaynağıdır ve organizasyon içindeki kişilerin yeni fikirlerin uygulanması konusunda kuruma yönelik psikolojik algıları, onların yeni fikirler üretmesinde motivasyonu etkileyen bir unsurdur.

Yenilikçilik sürecinin fikir üretme (yaratıcılık) aşaması kişinin hayal gücüne bağlı olan bireysel bir süreç olmasına rağmen sürecin tamamı bireylerarası işbirliği, koordinasyon ve takım çalışması sonucunda oluşan bir süreçler bütünüdür (Ögüt ve Aksay, 2011, s. 42).

Yenilik türleri, alanına ve derecesine göre sınıflandırılmaktadır. Alanına göre yenilikler, ürün, örgütsel, süreç ve pazarlama yenilikleri olarak ifade edilirken, derecesine göre yenilikler ise artımsal ve radikal yenilikler olarak sınıflandırılmaktadır (Atakan, 2017, s. 32).

Etki derecesine göre yenilik türleri radikal yenilikler ve artımsal (kademeli) yenilikler olarak ikiye ayrılmaktadır. Bu yenilik türü Joseph Schumpeter tarafından ortaya atılmıştır. Schumpeter'in görüşüne göre, "radikal" yenilikler büyük yıkıcı değişiklikler yaratırken, "artımsal" yenilikler değişim sürecini sürekli olarak ilerletirler (OECD, 2005, s. 29).

2.1.1.1.1. Radikal Yenilik

Radikal yenilik alışlagelmiş düzen içerisinde ilk kez görülen, farklı ve sıra dışı bir ürün ya da hizmet yeniliğidir. Radikal yenilikler, pazar genişlemesi için yüksek bir potansiyele sahiptir (Aboulnasr, 2008, s. 95). İşletmede büyük değişiklikler oluşturan, yeni pazarlarda faaliyette bulunmayı sağlayan, tüketicilerin davranışlarını ve tercihlerini değiştiren yenilikler, radikal yeniliklerdir (Kılıç, 2013, s. 34).

Kademeli yenilikler küçük değişiklikleri içerirken, radikal yenilikler teknolojik değişiklikleri içerir (Mulaa vd., 2021, s. 116). Radikal teknolojik değişiklikler yeni bir ekonomik potansiyeli ortaya çıkarırken, düzenli artımsal değişiklikler ekonomik potansiyelin hayata geçmesini mümkün kılar (Erdil, 2016, s. 9). Radikal yenilikler, farklı teknolojileri bir araya getiren, işletmenin gidişatında değişiklikler yaratan ve sektörde daha önce halihazırda mevcut olandan daha fazla fayda sağlayan yeniliklerdir (Das vd., 2017, s.3). Örneğin; "internet" radikal bir yeniliktir fakat otel işletmelerinde işletmeler arası internet protokolüyle ticari ilişkileri gerçekleştirmek için kullanılan iletişim ağı olan "ekstranet" artımsal bir yeniliktir.

2.1.1.1.2. Aşamalı (Kademeli/Artımsal) Yenilik

Aşamalı yenilik kavramı, literatürde kademeli yenilik veya artımsal yenilik olarak da ifade edilmektedir.

Artımsal yenilik, kademe kademe yapılan bir dizi araştırma ve geliştirme faaliyetlerinin sürekli birikerek geliştirilmesi ve uygulanması olarak adlandırılmaktadır (Terzioğlu, Yücel ve Gençler, 2021, s.73).

Mevcut radikal yenilikler üzerinde de artımsal yenilikler gerçekleştirilerek radikal yeniliğin daha da gelişmesi ve olgunlaşması sağlanabilir (Kıyıcı, 2019, s. 55). Bu anlamda artımsal yenilikler sürekli devam eden yenilik ve gelişim zinciridir denilebilir. Artımsal yenilikler, maliyetleri düşürmeyi ve ürün veya hizmeti yeniden konumlandırmayı, mevcut ürünlerde iyileştirmeleri sağlamayı ve mevcut ürün gruplarına eklemeleri içermektedir (Zeilstra, 2009, s.11).

Kademeli yenilikler radikal yeniliklere göre işletmeler için daha az riskli ve daha az maliyetli olması sebebi ile daha tercih edilir bir yenilik türüdür ancak işletmeler rekabetin hızlı olduğu piyasa koşullarında fark yaratmak ve ön plana geçebilmek için radikal yeniliklere ihtiyaç duymaktadır (Kale, 2010, s. 22). Kullanılan teknolojik otomasyon sistemleri, oda anahtarı veya menü yerine QR kod ile teknolojik cihazlardan erişilebilirlik kademeli yeniliklere verilebilecek örnekler arasındadır. Turizm sektörü açısından değerlendirildiğinde de radikal bir yenilik olan “Herşey Dahil” hizmet sisteminin geliştirilip “Ultra Herşey Dahil” hizmet sistemi olarak çeşitlendirilmesi artımsal bir yeniliktir (Tekin, 2012, s. 65).

2.1.1.1.3. Ürün Yeniliği

Ürün yeniliği, mevcut özellikleri veya öngörülen kullanımlarına göre yeni ya da önemli derecede iyileştirilmiş bir mal veya hizmetin ortaya konulmasıdır (Oslo Kılavuzu, 2005, s. 52). Bir işletmenin imal edip sunduğu ürün veya hizmetlerdeki değişim ürün yeniliği olarak adlandırılmaktadır (Uğurlu, 2019, s. 442). Tanımlardan da anlaşılacağı üzere hali hazırda bulunan bir ürün veya hizmet üzerinde çeşitli değişiklikler yaparak veya yeni bir ürün veya hizmet meydana getirerek de ürün yeniliği yapılabilir. Ürün yeniliği, sahip olunan tüm ürün ve hizmetlerin malzemelerinde, bileşenlerinde, performanslarında, tanıtım ve pazarlanmasında

önemli değişiklikleri ve iyileştirmeleri içermektedir (Akgöz, Göral ve Gürsoy, 2014, s.3).

Ürün yeniliklerini gerçekleştirirken işletmeler, genelde mevcut ürünleri için tüketicilerden ve çevreden alınan geribildirimleri değerlendirerek, tüketici tercihlerine göre hareket edip tercih edilebilirlik düzeyinin artırılmasını sağlayarak ürünlerini yeniden pazara sunmaktadırlar (Aygen, 2006, s. 28). Bu durum tamamen ürünün hitap ettiği müşteri gruplarının dikkatini çekerek onların amaçlarını ve taleplerini karşılamayla ilgilidir (Kıyıcı, 2019, s. 49).

2.1.1.1.4. Hizmet Yeniliği

Hizmet elle tutulamayan, saklanamayan, stoklanamayan insanların ihtiyaçlarına yönelik olarak oluşturulan ve organize edilen turizm, danışmanlık haberleşme gibi faaliyetlerin genel adıdır (Demirkaya ve Zengin, 2014, s. 110).

Hizmet yeniliği, hizmet sunan işletmelerin ayrılmaz bir parçası olarak, müşteri ya da ürünün özellikleri, hizmet yenilik performansı, hizmetin kullanımına bağlı sonuçları ve çevresel değişimleri göz önünde bulundurarak müşteride bir değer yaratmak ile ilgilidir (Papatya, Papatya ve Hamşioğlu, 2020, s. 4053). Hizmet yeniliği ile işletmeler genel olarak uyguladıkları maddi olmayan hizmet faaliyetlerini müşteri talepleri doğrultusunda şekillendirerek işletmeler için üstün rekabet avantajı sağlamayı hedeflemektedir (Işık, 2018, s. 356). Bu nedenle işletmeler rekabet avantajı elde edebilmek için çalışanlarının yeniliğe yönelik bilgi ve fikirlerini açıkça paylaşabilmesi konusunda cesaretlendirip uyumlu bir takım kültürü oluşturarak yenilik geliştirme sürecini sağlamada önemli bir role sahiptir (Hussain, Konar ve Ali, 2016, s.37).

2.1.1.1.5. Süreç Yeniliği

Süreç, girdilerin dış çevreden alınıp işlendikten sonra aynı çevreye çıktı olarak aktarıldığı sistemdir (Akgöz, Göral ve Gürsoy, 2014, s. 4). Süreç yeniliği ise ürün ve hizmetin üretim öncesi, üretimi ve üretim sonrası süreçlerinde mevcut

sistemi tamamen değiştirerek veya mevcut sistemde dzenlemeler yaparak gerçekleştirilen bir yenilik tırüdür (Uzkurt, 2008, s.41).

Süreç yeniliği, yeni veya önemli derecede iyileştirilmiş bir üretim veya teslimat yönteminin gerçekleştirilmesidir (Oslo Kılavuzu, 2005, s. 53). Süreç yeniliğinde amaç, birim başı üretim/dağıtım maliyetlerini dūřürmek, kaliteyi arttırmak, yeni veya geliştirilmiş ürünler üretmektir (Dinler, 2014, s 188; Ventura ve Soyuer, 2016, s. 42).

2.1.1.1.6. Örgütsel Yenilik

Örgütsel yenilik, işletmenin ticari uygulamalarında, işyeri organizasyonunda veya dış ilişkilerinde yeni bir örgütsel yöntem uygulanmasıdır (Oslo Kılavuzu, 2005, s. 55). Bu örgütsel yöntem kimi zaman örgütün içinde bulunduğu bireylerle kimi zamanda örgütün kullandığı yöntemlerle veya örgütün işleyişiyle meydana gelebilir. Örgütün içinde bulunduğu bireylerle yapılan yeniliklerde kişilerin yaratıcılıkları geliştirilmeye, işlerine karşı motive olmaları sağlanmaya çalışılır. Kişilerin işi ve örgütü nasıl algıladıkları, beklentileri, iş hakkındaki bilgileri ve örgüt içi iletişim kişilerin yeniliklere açıklığını etkileyen unsurlar arasındadır. Çalışanların kendilerini örgütün bir üyesi olarak kabul etmeleri ve işlerine tam motive bir şekilde çalışmaları ile kurumsal rekabet ortamında örgütsel gelişim sağlanır. Bu gelişim ile birlikte yeni fikirlerin doğması, çalışanlarda işletmelerine bağlılık, devamlı gelişen ve büyüyen örgüt imajı gibi olumlu katkılar sağlanmaktadır. Birey kendisini çalıştığı örgütle özdeşleştirip iç içe olduğunda kendisini örgüte ait hissedip örgütün amaçlarını ve politikalarını destekleyen bir sadakat sergiler (Yüceler, 2009, s. 448).

Örgütsel yenilik; işletmede yenilik faaliyetlerine odaklanılarak, örgütün başarılı bir şekilde yönetilebilmesi için oldukça önemli bir yer tutmaktadır. (Timuroęlu ve Yılmaz, 2021, s. 323). Örgütsel yenilikler, işlerin yürütülmesi için rutinler ve usullerin organize edilip yeni yöntemlerin gerçekleştirilmesini, yönetim ve işlem maliyetlerini dūřürmeyi, işletmeye olan memnuniyet algılarının iyileştirilmesini, yenilikler için uygun örgütsel iklim oluşturarak, işletmenin performansını artırmayı kapsar (Acaray, 2007, s.50). Örgütün kullandığı yöntemlerle gerçekleşen yenilikler olarak örgütün kendi içinde oluşturduğu başarılı bir sistem, örgütsel işleyiş bazında günlük rutin kontrol ile aksaklıkların önüne geçilmesi, alınan

kararların uygulanma sürecindeki gözlemler sayılabilir. Örgütün kullandığı bir başka yeniliğe yönelimin sağlanma yöntemi de çalışanları risk almaya yöneltme, yapılan hatalara karşı tolerans gösterebilme, çalışanların takım çalışması oluşturabilmesine ve alınan kararlara katılmasına imkân vermeye, yönetimin destek sağlaması, yenilik faaliyetinde bulunanların teşvik ile desteklenmesi gibi yöntemlere bağlıdır (Naktiyok, 2007, s. 212).

Örgütsel yenilik; bir işletmenin rekabet avantajı yakalayıp bunu koruyabilmesi için, iş tekniklerini ve yöntemlerini geliştirmesi, farklılaştırması ve yenilemesi ile gerçekleştirilebilir (Yorgancılar, 2011, s. 399). İşletmenin yaptığı sürdürülebilirlik, rekabet avantajı, karlılık, müşteri bağlılığı ve büyüme faaliyetleri gibi yenilikler geniş çapta bir gelişim sağlayarak ülke ekonomisine de olumlu yönde katkılar sağlamaktadır (Atakan, 2017, s. 31).

2.1.1.2. Yenilikçi Örgüt İklimi Boyutları

Shanker ve arkadaşları (2017, s. 6)'na göre örgüt ikliminin örgütlerde yenilikçilik ve yaratıcılık üzerinde olumlu bir etkiye sahip olduğunu, yönetimin çalışanlar üzerinde yeniliği destekleyen ve gelişmesini sağlayan faaliyetlerde bulunduğu yenilik potansiyeline sahip çalışanların bu örgütsel destek sayesinde yenilik ve yaratıcılık fikirlerini uygulamaya başladığını ve bu sayede işletmenin de olumlu etkilenerek çalışanlar arasında yüksek motivasyon ve bağlılık sağlanacağını savunmuşlardır. Destekleyici bir örgüt iklimi, çalışanların potansiyellerini özgürce ortaya koymalarına yol açtığı için örgüt politikalarının önemli bir unsuru olarak kabul edilmiştir (Waheed vd., 2019, s.5).

West ve Altink (1996, s. 5) çalışmasında yeniliği “bireye, gruba, organizasyona veya daha geniş topluma önemli ölçüde fayda sağlamak için tasarlanmış, yeni olan fikirlerin, süreçlerin, ürünlerin veya prosedürlerin bir rol, grup veya organizasyon içinde kasıtlı olarak tanıtılması ve uygulanması” olarak tanımlamaktadır. Bu tanımlardan yola çıkarak yenilikçi örgüt iklimi, işletme içinde çalışanların tam motivasyonla gerek yöneticileri gerekse iş arkadaşları tarafından desteklenerek hep birlikte yeniliğe açık olarak örgüt içerisinde yenilik iklimi oluşturmaktır.

Yenilikçi örgüt iklimi boyutları, takım uyumu, üst yönetimin desteği, kaynaklar, özerklik ve yeniliğe açıklık olarak beş madde altında açıklanmaktadır (Nybakk, Crespell ve Hansen, 2011, s. 420).

2.1.1.2.1. Takım Uyumu

Takım uyumu, örgüt çatısı altında ortak amaçlar için bir araya gelmiş kişilerin bütünlük içerisinde çalışmasıdır. İşletme içindeki yetenekli insanların bir araya getirilip etkili bir şekilde yönetilebilmeleri, bu kişilerin ortak bir vizyon etrafında bir araya getirilmeleri aynı örgüte hizmet etmeleri, birlikte çalışabilme yeteneklerini açığa çıkarır (İnce, Bedük ve Aydoğan, 2004, s. 424) ve takım uyumuna imkân sunar.

İşletmelerinde takım üyeleri, sahip oldukları bilgi ve deneyimlerini birbirleriyle paylaşıp yeni ve yaratıcı hizmetler geliştirerek takım kültürünün oluşmasına katkı sağlarlar (Aydın, 2021, s.78). Bilgi, deneyim veya fikir bir kişiye ait olsa da bu veriyi geliştirmek, uygulamak ve devamlılığını sağlamak takım olmak ve takım uyumu ile mümkündür. Takım üyeleri, ortak vizyonu gerçekleştirmek için bilgiyi paylaşarak etkin ve verimli çalışırlar (Aydın, 2021, s. 81).

“Takım İklimi Envanteri” ölçeğini geliştiren, takım iklimini yenilikçilik kavramıyla ilişkilendirerek ele alan Anderson ve West, başarılı bir takım ikliminde katılımcılık, yenilik desteği, takımın vizyonu, göreve yönelim ve güven ortamı faktörlerinin etkili olduğunu belirtmişlerdir (Anderson ve West, 1996, s.56-59). Lencioni (2002, s.122) ise takım oluştururken başa çıkılması gereken ve her takımın üstesinden gelmesi gereken beş işlev bozukluğunu güven eksikliği, çatışma korkusu, bağlılık eksikliği, sorumluluktan kaçınma ve sonuçlara dikkat etmeme olarak nitelendirmektedir.

Bahsi geçen beş işlev bozukluğunda güven eksikliği ile başlayarak bireyin takım hedeflerini bir kenara bırakıp kendi bireysel hedeflerine odaklanması sonucu takım çalışması işlevini yitirmekte veya tam tersi bir durum gerçekleşip bu beş adımın doğru bir şekilde uygulanması sonucu etkili bir takım çalışması oluşmaktadır (Erbaş ve Perçin, 2016, s.81).

2.1.1.2.2. Üst Yönetimin Desteği

İşletmenin stratejik amaç ve hedeflerini gerçekleştirmesi için ihtiyaç duyduğu insan kaynağı performansı, üst yönetimin desteği ile sağlanabilir.

Eğitim, gelişim, iş sorumluluğu, iş güvenliği, ücret ve prim sistemleri gibi pek çok maddi ve manevi ödüller çalışanın motivasyonunun ve performansının artırılmasında etkili yöntemlerdendir (Atakan, 2017, s. 36; Chandra, Tripathi, Chaubey, 2018, s. 4; Yılmaz ve Sözcän, 2019, s.272). Örgüt içi destek, dayanışma, takdir edilme gibi unsurlar çalışarlarda daha fazla özveri, elinden gelenin daha iyisini yapma ve böylece işletmeyi başarıya doğru ilerletme imkânı sunar (Turgut, 2011b, s. 34).

Çalışanların örgüt içinde kendi bilgi ve becerilerini kullanabilmeleri ve bu becerilerin örgüt tarafından desteklenmesi ise çalışanın yenilikçi davranışlar sergilemesinde önemli etkenlerden biridir (Baykal, 2019, s. 269).

2.1.1.2.3. Kaynaklar

Örgüt içindeki en önemli kaynaklar bilgi kaynağı ve insan gücüdür. Her alanda her sektörde olduğu gibi hammaddesi insan olan hizmet sektöründe iletişim çok önemlidir. Bilgi ağı kuvvetli işletmelerde sorunlar çok daha kolay çözülür. Bu yüzden çalışarlarnın moral motivasyonları işletmeye teşvik ve kazanımları önemlidir. Çünkü işletme için en önemli yatırım insandır. Emek yoğun turizm sektöründe bilgiyi doğru işleyebilen, kurumu için liyakat gösteren, yaratıcı çalışarl işletmenin en önemli yatırımlarıdır. Rao ve Weintraub (2013, s. 30)'a göre de kaynaklar insanlar, sistemler ve projeler olmak üzere üç ana faktörden oluşur: bunlardan insanlar faktörü özellikle "inovasyon şampiyonları" en kritik olanlardır çünkü işletmenin değerleri ve iklimi üzerinde güçlü bir etkiye sahiptirler.

Bir örgütte oluşturulacak örgüt kültürü dokusu, kaynağını en başta örgütün vizyon ve misyonundan alacaktır (Alaca, 2021, s.83). Ne istediğini ve nereye doğru ilerleyeceğini bilmek, örgütün stratejileri ve amaçları doğrultusunda ilerlemek örgüt için önemli faktörlerdir. Örgüt için diğer önemli kaynaklar arasında Ar-Ge faaliyetleri, bilgi ve teknoloji donanımına sahip insan kaynağı, değişime uyum,

yenilikçi olmak ve rakipler ile mücadeledir (Bakan, Doğan ve Kılı, 2013, s. 2). Ekipman, tesis ve zaman gibi kaynakların yeterli temini yenilik için kritik öneme sahiptir ve bu tür kaynakların temini, inovasyon için örgütsel desteğin bir başka belirtisidir (Scott ve Bruce, 1994, s. 583).

İşletmelerin yenilik yapmak için yeterli kaynaklara sahip olduğu organizasyon, teknoloji, pazarlama, ürün, süreç gibi alanlarda yenilik yapmış olması ile açıklanabilir (Özçifçi ve Sarıçay, 2014, s. 393).

2.1.1.2.4. Özerklik

Örgütsel anlamda özerklik kişinin kendi başına sorumluluk alabilmesi, kendi kendisini yönetebilmesi olarak ifade edilebilir. Kendi kendini yönetme, iş davranışları ve süreçlerinin başlatılması ve sürdürülmesindeki çalışma yöntemi, hızı ve çabası hakkında kararlar vermek özerkliği yansıtır (Hu ve Leung, 2003, s. 368). Ancak kişinin bu noktaya ulaşabilmesi için işini sahiplenmesi ve işiyle ilgili her şeyi ailesi gibi görmesi gerekmektedir. Özerklik, çalışanların örgüt kaynaklarını kullanarak girişimleri gerçekleştirebilmeleri için cesaretlendirilmeleri olarak da ifade edilmektedir (Ekingen, 2019, s.27).

Thomas ve Velthouse (1990)'a göre, işleri nasıl yürüteceğiyle ilgili seçimlerini kendisi yapabilen yaptığı işte bağımsız davranabilen bir çalışan, güçlendirilmiş olmasının yanı sıra yaratıcı ve yenilikçi de olacaktır. (Tekin ve Akgemci, 2019 s. 1676-1677). Kişi, işi için sarf ettiği özveriyle kendisini yönetebilme, kendi kurallarını koyabilme ve kendi kendisini denetleyebilme yetisine sahip olur. İşin planlanması ve uygulanacak süreçlerin belirlenmesi gibi aşamalarda özerklik çalışana taktir yetkisi verme, özgürlük ve bağımsızlık gibi kazanımlar sağlar (Pekdemir, Koçoğlu ve Gürkan, 2014, s. 333).

2.1.1.2.5. Yeniliğe Açıklık

Sürekli gelişen ve değişen dünyada yeniliğe açıklık ve değişime istek bireylerin içinde barındırması gereken önemli unsurlardandır. Yeniliklere açıklık bireylerin yeniliklere sosyal sistemin diğer üyelerine göre çok daha çabuk uyum

sağlama derecesi olarak tanımlanabilir (Demir, 2006, s.372). Bireylerin değişime açıklık düzeyleri, standartlardan ayrışıp farklılıkları arama yolculukları, keşfettikleri yeniliklerle farklı deneyimler yaşamaları, yeni hobiler edinmeleri yeniliğe açık olduklarını göstermektedir. Yeniliğe açıklık genel anlamda entelektüel düzeyi yüksek, yaratıcı, sanatsal düşünme özelliklerine sahip ve kültür sahibi bireyleri tanımlayan bir terimdir (Pir, 2022, s. 156).

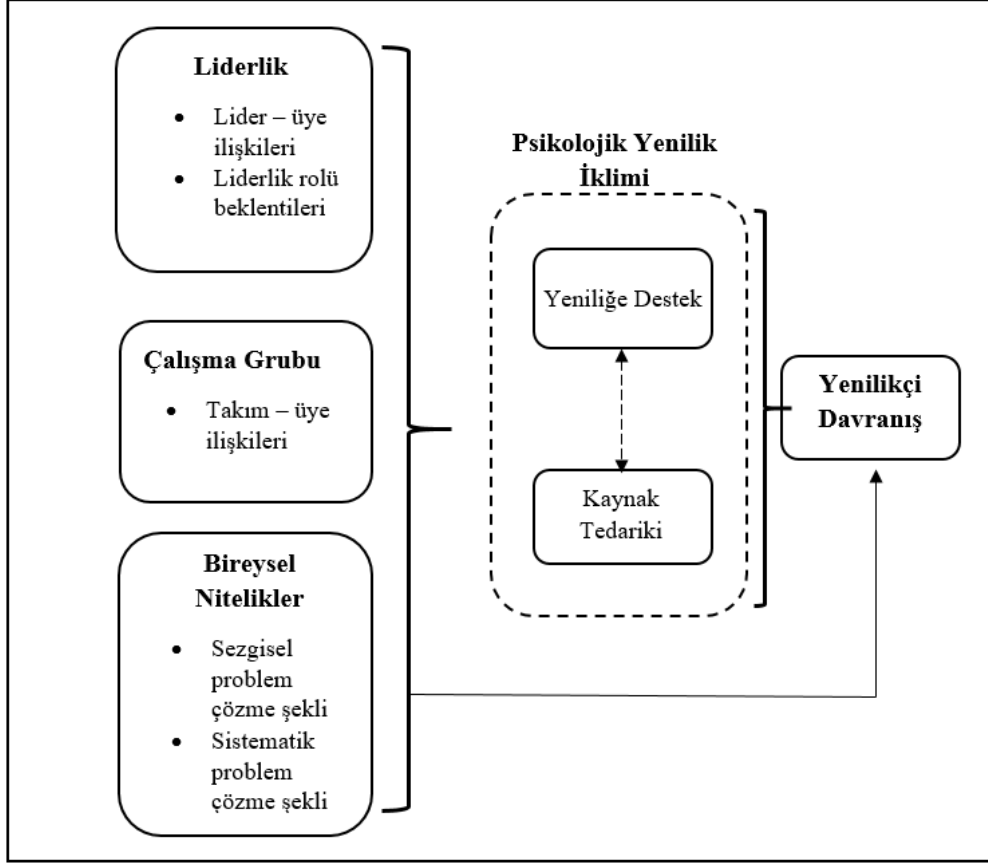
Bireylerde olduğu gibi işletmelerde de yeniliğe açıklık en önemli unsurlardır. İşletme için karar alma hızı, verimli süreç yönetimi gibi konularda baskın mantığa sahip yönetim anlayışı her ne kadar gerekli olsa da çalışanlar için dış bilgiye ulaşma ve bu bilgiyi kullanabilme aşamasında kısıtlılık yaratacağından dolayı yeni teknolojiler ve fikirler geliştirilebilmesi için yeni fikirlere daha fazla açık olunması gerekmektedir (Fey ve Birkinshaw, 2005, s.604).

2.1.1.3. Yenilikçi İş Davranışı

Çalışanların yenilikçi davranışları, yapılan işi basitleştirmek, yeni çözüm yollarından faydalanmak ve rutinlerden vazgeçmekten son kullanıcıya sunulan hizmeti iyileştirmeye ve ona yeni teklifler sunabilmeye kadar giden her şey olarak kabul edilir (Amo, 2006, s. 231). Yenilikçi iş davranışı çalışanların iş, grup veya örgütteki rolleri içerisinde başarı için yeni ve kullanışlı fikirler, ürünler, süreçler ve prosedürler ortaya koymasudur (Işık ve Aydın, 2016, s. 83). Yenilikçi iş davranışı, kişinin kendisini veya çalışma ortamını değiştirmek için fikirler üreterek, teşvik ederek ve gerçekleştirerek daha yüksek iş verimliliğine uyum sağlamasına yardımcı olabilir (Janssen, 2000, s. 289).

Örgütlerde bireysel yenilikçi davranışların belirleyicilerini incelemiş ve yenilikçi davranış modelini oluşturmuştur. Bu modele göre bireysel yenilikçi davranış birbiriyle etkileşim halinde olan dört ana unsurun sonucu olarak belirlenmiştir. Bu dört ana unsur; liderlik, çalışma grubu, bireysel nitelikler ve yenilik iklimi olarak belirlenmiş ve bir model yardımıyla açıklanmıştır. Scott ve Bruce'un modeline göre yenilikçi davranış algısı ile algılanan liderlik düzeyi ve sorunları çözme yeteneği arasında oldukça yüksek düzeyde bir ilişki olduğu, benzer şekilde sistematik problem çözme becerisi, yenilikçi iklimin desteklenmesi ve

kaynakların yenilikçilik için kullanılmasının da yenilikçilik iklimini anlamlı düzeyde etkilediği sonucuna ulaşılmıştır (Bayhan, 2018, s. 177; Scott ve Bruce 1994, s. 582).



Şekil 2. Yenilikçi Davranış Modeli

Kaynak: Scott, S. G. and Bruce, R. A. (1994). Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace. *The Academy of Management Journal*, 37(3), s. 553.

Scott ve Bruce bireysel yenilikçi davranışı liderlik, çalışma grubu, bireysel nitelikler ve yenilikçi davranış olarak ayırdığı dört temel unsurun sonucu olarak görmüştür. Buradan hareketle Şekil 2'de yenilikçi davranış sergilenmesinde liderin astlarıyla aralarındaki ilişki önemli bir etken olduğu liderlik rolü beklentileri, yöneticilerin astlarının yenilikçi olmalarını beklediklerinde bu beklentiyi kendi davranışları aracılığıyla iletilebileceği ileri sürülmüştür. Böylece çalışanlar yöneticilerinin bu çabalarını teşvik edici olarak algılayacaklarını iddia etmişlerdir. Yeni bir fikir üretmek tek başına yapılan bir faaliyet olsa da çalışma grubu yeniliğin

ortaya çıkmasına destek vererek bu faaliyetleri etkiler. Birey çalışma grubunda gördüğü bu destekleyici tavır ve iş birliği sayesinde kuruluşu yeniliği destekleyici olarak görmeye başlar. Sistematik problem çözme alışkanlık ve rutinleri takip ederek, kurallara, disiplinlere bağlı bir şekilde mantık kullanımınıdır. Bu nedenden dolayı sistematik problem çözücü problemlere geleneksel çözümler üretip yerleşik yöntemler kullanır. Sezgisel problem çözme ise kurallara ve sınırlara aldırmadan kendi sezgileri ve farklı düşünce tarzıyla problemlere yaklaşır. Bu nedenden dolayı sezgisel problem çözücüler yeni problem çözme tekniklerini üretmeye daha yatkın kişilerdir (Scott ve Bruce, 1994, s. 587).

2.1.1.3.1. Yenilikçi İş Davranışını Etkileyen Faktörler

Yenilikçi iş davranışını etkileyen faktörler, bireysel faktörler ve örgütsel faktörler olarak değerlendirilmiştir.

2.1.1.3.1.1. Bireysel Faktörler

Yeniliğin temeli olan fikir üretme ve ürettiği fikri kullanmaya karar verme aşamasında bireyin yaratıcılığı, kabiliyetleri, sorunlarla başa çıkma becerisi gibi birçok etken rol oynar. Yaratıcılığı yüksek, fikir üretme ve bu fikirleri iş yerinde uygulama konusunda bilgi ve beceriye sahip olan bireyler yenilikçi davranışlarda bulunmayı tercih edeceklerdir (Aydın ve Çilesiz, 2022, s. 270). Kişinin işinde mutlu olması, kendini orada huzurlu hissetmesi, işine hissettiği aidiyet ve güven duygusu onu işi için elinden gelenin daha fazlasını yapmaya yöneltir.

Yenilikçi davranışın bireysel faktörlerine örnek olarak bireyin yeni teknolojileri araştırması, hedeflerine ulaşabilmesi için yeni yollar denemesi, yeni çalışma yöntemleri ve yeni fikirleri uygulamak için gerekli kaynakları araştırması sayılabilir (Yuan ve Woodman, 2010, s. 324). Kişi bu bireysel değişimler ve yenilik için sarf ettiği çaba ile hem performansında verimlilik hem de diğerlerine karşı rekabet üstünlüğü sağlayabilir.

Kendilerini işletmenin bir parçası olarak hisseden çalışanların verimliliği ve yenilikçi performansları artar (Atakan, 2017, s. 37). Çalışanların verimlilik odaklı bakış açısına sahip davranışlarda bulunmanın, işlerine de fayda sağladığını görmeleri

onları yenilikçi davranışlarda bulunmaya yöneltir (Yuan ve Woodman, 2010, s. 325). Bu tip davranışlarda bulunan bireyler yeniliğe açık, inisiyatif alabilen kişilerdir. Yeni şeyler denemek, farklılıklardan başarı elde etmek ve bu başarılarla yeniliğe her seferinde daha hevesli yaklaşmak yeniliklere açık bireylerin karakteristik özelliklerindedir. Yenilikçilik düzeyi yüksek bireyler yeniliği deneyimlemeye açık olmaları yanı sıra yeniliği yararlı ve önemli bularak yola çıkmaktadırlar (Demiralay, Bayır ve Gelibolu, 2016, s. 162). Örgütlerde meydana gelen değişimlerin çalışanlara yansımaları, çalışanların örgüt içinde yerlerini sağlamlaştırmak için sergiledikleri yenilikçi davranışları, bağımsızlık elde etmek ve örgütsel ödüllere ulaşabilmek, çalışanı yenilikçi davranmaya yönelten etkenlerdendir (Basım, Korkmazzyürek ve Tokat, 2008, s. 123) ve yenilikçilik riskli olduğu için yaratıcı ve yenilikçi bireylerin risk almaya istekli olmaları gerekmektedir (Ulu, 2022, s. 157).

2.1.1.3.1.2. Örgütsel Faktörler

Bünyesinde yenilik ve yaratıcılık özelliklerini barındıran bireyler kendisini ve yaratıcılığını özgür bir şekilde ifade edebildiği ve desteklendiği bir çalışma ortamında bulunmak ister (İraz ve Altınışik, 2016, s. 119).

Yenilikçi iş davranışları, örgütlerin hayatta kalması, sürdürülebilirliği ve büyümesi için hayati öneme sahiptir (Yiğit ve Yiğit, 2019, s. 186). Yenilikçi çalışan davranışı, işletmenin ayakta kalması, sürdürülebilirliği ve büyümesi için oldukça büyük bir öneme sahip olmasından dolayı işletmeler çalışanların bu davranışlarını teşvik edebilecek faktörleri incelemekle ilgilenirler (Agarwal, 2014, s. 104). Kale, (2010, s. 55) çalışmasında yenilik ve yaratıcılığı etkileyen örgüt içi unsurları altı grupta sınıflandırmıştır. Bu sınıflandırma; örgüt kültürü ve örgüt iklimi, strateji, liderlik, örgüt yapısı, iletişim ve destek mekanizmaları şeklindedir. Araştırmacının örgüt iklimi ve kültürü maddesiyle sürekli öğrenme eğiliminde bilgi zengini, ileri görüşlü, risk alabilen, işletmenin kararlarına iş görenlerinde katıldığı, hataların tolere edildiği, karşılıklı güven ortamının oluşturulduğu, takım içi eğlence ve mizah anlayışı hatta takım içi çekişmeler ve yapılan işlerin iddialı olduğu bir örgüt kültürü kastedilmektedir. Strateji maddesiyle işletmenin iş stratejileri, misyonu vizyonu, hedefleri ve amaçları, liderlik maddesiyle örgüt içindeki liderlerin desteği, iletişim maddesiyle örgüt içi açık ve karşılıklı iletişim ağı, destek mekanizmaları maddesiyle,

ödüllendirme, insan kaynakları, kaynak tahsisi, bilgi ve teknoloji yönetimi, örgüt yapısıyla ise örgütün yeni yöntemler deneme esnekliği, örgüt içindeki takım bütünlüğü ve örgüte mensup bireyin özgür otonomik davranışları ifade edilmektedir (Kale, 2010, s. 57-104).

Parzefall, Seeck ve Leppanen (2008, s. 174-175), yeniliği etkileyen örgütsel stratejilerin üç yönüne vurgu yapmaktadır. Bunlar;

- İlk olarak yenilikçiliğe yapılan genel vurgu; eğer yenilikçilik bir şirketin öncelikler listesinde üst sıralarda yer alıyorsa bu yönetimin Ar-Ge ve fikir üretme faaliyetlerine ayırdığı kaynak miktarını etkileyecektir.
- İkinci olarak yeniliğe vurgu yapan bir strateji; inovasyon süreçlerine uzun vadeli bağlılığın önemini vurgulamaktadır.
- Son olarak şirketin kiminle rekabet edeceği ve işbirliği sağlayacağı kararı; müşteri veya tedarikçinin geliştirme sürecine dahil edilmesiyle mevcut bilgilerin kapsamı genişler ve öğrenme fırsatları sağlar.

2.1.2. İşe Adanmışlık Kavramı

Turgut (2013, s.2) tarafından yapılan çalışmada

“Çalışmaya Tutkunluk” İngilizce yazındaki “work engagement” kavramının karşılığı olarak kullanılmıştır. Kavram, çalışma faaliyeti sürecinde yüksek enerjiye ve çaba gösterme isteğine sahip olmak, çalışma faaliyetinde anlam bulmak, şevk, coşku, ilham, gurur duymak, çalışma faaliyetlerine kolayca ve uzun süre odaklanabilmek gibi olguları içerdiğinden bir tutku halini ifade eder niteliktedir. Diğer yandan, Türkçe yazında “work engagement” kavramının karşılığı üzerinde henüz hemfikirlik bulunmamakta, işe gönülden adanma, işle bütünleşme, işe cezbolma gibi kavramsallaştırmalar da kullanılmaktadır. ifadesi yer almaktadır.

Bu bilgi ışığında ilgili kavram, tez çalışmasının tamamında “işe adanmışlık” olarak ifade edilmiştir.

Turgut (2010, s.64), işe adanmışlık ve işe bağlılık kavramlarının birbirlerine benzemelerine rağmen iki kavramın birbiriyle tam olarak örtüşmediğini, birbirinden farklılaştığı bazı noktaların bulunduğunu belirterek işe bağlılığı bireyin işine ilgi

duyması ve kimliğini işi bağlamında tarif etmesiyle, çalışmaya tutkunluğun ise daha ziyade bireyin işini yaparken nasıl çalıştığı ve özünü nasıl ifade ettiği ile ilgilidir şeklinde açıklamıştır. Aynı şekilde işe adanmışlık ile iş gören adanmışlığı arasında da fark bulunmaktadır. İş gören adanmışlığı bireyin kendisi ile işi arasındaki ilişkiyi işe adanmışlık çalışanın kendisi ve işi arasındaki ilişkiye örgütü de dahil etmesidir (Çankır, 2016, s.9).

İşe adanmışlık ve işe adanmışlığın kesilmesini psikolojik koşullar teorisine dayandırarak açıklayan Kahn (1990, s.700) işe adanmışlığı bir kişinin işle ve başkalarıyla olan etkileşimleri, aktif olması ve çalışırken rol performansını bireyin fiziksel, bilişsel ve duygusal olarak varlığını tercih ettiği benliği ile eşzamanlı kullanması ve ifade etmesi şeklinde tanımlamıştır.

Çalışan bağlılığı, çalışanın kuruma ve onun değerine karşı sergilediği olumlu bir tutumdur dolayısıyla çalışanlar işleriyle meşgul olduklarında, kuruluşun verimli ve etkili işleyişini teşvik eden davranışların oluşumunu da artırır (Ariani, 2013, s.4 6). Bir başka ifadeyle işe adanmışlık, kişisel kaynakların işe adanması ve işe yönelik psikolojik bir bağlılığın geliştirilmesidir (Yemenici ve Bozkurt, 2020, s. 18). Lin'e (2010, s. 517) göre işe bağlılık, çalışanların kuruluşlarının çıkarlarını arttırmaya yönelik isteğe bağlı olarak çabalarını ve davranışlarını yönetmeleri olarak tanımlanmıştır.

Çalışanın iş tutkusu, bireyin tutarlı, yapıcı çalışma niyetleri ve davranışlarıyla sonuçlanan çeşitli iş ve organizasyonel durumların tekrarlayan bilişsel ve duygusal değerlendirmelerinden kaynaklanan ısrarcı, duygusal olarak olumlu, anlam temelli, refah durumudur (Zigarmi vd., 2009, s. 310). Dolayısıyla, bireylerin iş tutkusu olarak değerlendirilebilmesi için, işi yoğun bir şekilde sevmeleri ve işi kendileri için kişisel olarak önemli görmeleri gerekir (Ho, Wong ve Lee, 2011, s. 28).

2.1.2.1. İşe Adanmışlık Boyutları

İşle ilgili olumsuz bir zihinsel süreç olan tükenmişlik üzerine uzun yıllar boyunca çalışmalar yapan araştırmacılar giderek bu durumun zıddı olduğunu savundukları işe gönülden adanmaya ilgi duymaya başlamışlardır (Bal, 2009, s. 546). Tükenmişlik işe adanmış olan çalışanların, bu adanmışlıklarını yitirmesi anlamına

gelmektedir ve adanmışlık, tükenmişliğin şu üç boyutunun yorgunluk-enerji, sinizm-dahil olma, etkisizlik-etkililik bir karşılığı olarak görülmüştür (Bekmezci ve Yıldız, 2019, s. 58-59). Ancak Schaufeli vd. (2002, s. 74)'ne göre kavramsal olarak ele alındığında tutkunluğun tükenmişliğin pozitif antitezi olduğunu kabul etmelerine rağmen, her iki kavramın ölçümünün ve dolayısıyla yapısının farklı olduğunu savunmaktadır. İşe adanmışlık, Schaufeli vd. (2002, s. 74), tarafından canlılık, adanmışlık ve yoğunlaşma olarak üç boyuta ayrılmış ve olumlu, tatmin edici, işle ilgili bir zihin durumu olarak tanımlanmıştır.

2.1.2.1.1. Canlılık Boyutu

Bakker, Demerouti ve Brummelhuis' e (2012, s. 556) göre canlılık, çalışırken yüksek seviyede enerji ve dayanıklılığı ifade eder. Dinçlik, bireyin işi esnasında sahip olduğu enerji düzeyi, azmi ve zihinsel dayanıklılığını temsil etmektedir (Anafarta ve Yılmaz, 2019, s.2946). Çalışma faaliyetinin kendisi ile güdülenen birey zorluklar karşısında enerjisini, azmini ve kararlılığını yitirmeden çalışma faaliyetini sürdürür (Turgut, 2013, s. 2). Başka bir ifadeyle çalışması sırasında kendini dinç hisseden birey yaptığı işle güdülenmekte olup, karşılaşılabileceği zorluklara rağmen sabırla işini yapma gayretinde olacaktır (Boz, 2019, s. 305). Çalışan birey işini yaparken yılmadan usanmadan işini yerine getirme kararlılığını ve isteğini gösterir (Kıral, 2022, s. 92). İşe adanmışlığın dinçlik boyutunda çalışan birey işi için enerjisini harcama konusunda hevesli olmalıdır (Örücü ve Hasırcı, 2020, s. 1040). Ayrıca işe tutkunluğun çalışma ortamına getirdiği enerjik, istekli ve dayanıklı olma durumu, günümüzde yoğun çalışma ortamlarında arzulanan çalışma şeklini yansıtmaktadır (Yemenici ve Bozkurt, 2020, s. 19). Bireyin çalışma ortamına getirdiği enerjiden diğer çalışma arkadaşları da etkilenebilir. Buda örgütün çalışanlardan beklediği motivasyonu arttırıcı bir etki yaratabilir. Dinç bir birey zorluklara karşı mücadeleci, işinde fiziksel olarak enerjik, işiyle ilgili gereklilikleri tamamlamada istekli, çalışkan ve dolayısıyla başarılı olarak ifade edilmektedir (Aşçı ve Baysal, 2019, s. 40). Dinçlik, iş görenlerin birçoğunun örgüt içerisinde kendilerinde olmasını istedikleri bir unsurdur (Gençer ve Ayyıldız, 2018, s. 607).

2.1.2.1.2. Adanmışlık Boyutu

Adanmış çalışanlar, işlerinin ilgi çekici olduğunu, anlam taşıdığını, bir amaca hizmet ettiği için mücadele gerektirdiğini bilirler ve bu bilinçle, yaptıkları iş onlara ilham verir, işlerini hevesle yaparlar ve gurur duyarlar. İşe adanmış bireyler, enerjiktirler ve kendilerini işlerine kaptıracak kadar yoğun çalışırlar (Turgut, 2010, s. 69; Turgut, 2011a, s. 156).

Adanmışlık, çalışanların beceri ve motivasyonlarını ortaya çıkararak, en iyi performansı ortaya koymalarını sağlayan bir bilinç durumunu ifade etmektedir (Kanbur ve Ay, 2020, s.534). İşe adanmışlık; çalışanların işlerine karşı olumlu duygular besleyip, işlerini anlamlı buldukları, iş yüklerinin yönetilebilir olduğunu düşündükleri ve işlerinin geleceği hakkında umutları olduğu şeklinde tanımlanmaktadır (Attridge, 2009, s. 384). Kendini işe verme, bireyin işine tamamıyla derinlemesine odaklanması ve mutlu bir şekilde işiyle bütünleşmesi olarak nitelendirilebilir (Yavan, 2016, s. 280). İşlerine adanmış çalışanlar, psikolojik olarak örgütlerine bağlı, her gün örgüt içerisinde heyecan dolu, yeni ve farklı yol arayışına giren çalışanlar olarak tanımlanır (Bostancı ve Ekiyor, 2015, s. 40). Bir başka ifadeyle çalışan örgütüne karşı aidiyet duygusu besliyorsa, örgütün hedeflerini ve beklentilerini içselleştirerek enerjilerini bu beklentileri karşılamaya yoğunlaştırabilir (Özarallı, 2017, s. 1259). İşe bağlılık ile işin çalışanın hayatında ki yalnızca psikolojik önemi vurgulanırken adanmışlık ile daha geniş olarak ilham, heves, gurur ve gayret içerikli psikolojik bir durum ifade edilmektedir (Gençer, 2017, s. 48). Bağlı çalışanların bağlı olmayan çalışanlardan daha iyi performans göstermesinin dört nedeni; minnettarlık, neşe, coşku ve olumlu duygu deneyimi göstermeleridir (Bakker, 2011, s. 267).

2.1.2.1.3. Yoğunlaşma Boyutu

Turgut'a (2013, s. 2) göre, çalışma faaliyetine odaklanmış bir birey mutluluk duygusunu yaşar, kendisini yaptığı işe kaptırmıştır, zaman kavramını bu süreçte unutmuştur, dolayısıyla çalışma faaliyetini mola vermeksizin sürdürür.

Çalışanın işi esnasında kendisini tamamen işine kaptırması, duygusal, bilişsel, fiziksel tüm yönleriyle işine konsantre olması yoğunlaşma olarak kaşımıza

çıkılmaktadır. Sosyal çevremizde veya kendi hayat deneyimlerimizde de mutlaka bir işe, nesneye tamamen kendimizi kaptırdığımız zamanlar olmuştur. Örneğin bir kişinin çok sevdiği kitabı okurken tüm yönleriyle tamamen o ana ait olması ve etrafında olan biten hiçbir şeyin farkında olmaması yoğunlaşma durumudur. İşlerine tutkun bireylerde yaptığı işten zevk alması dolayısıyla işlerini icra ederken tamamen işlerine yoğunlaşabilir. Bu yoğunlaşma durumu “akış” (flow) deneyimi ile benzetilebilmektedir. Yoğunlaşma deneyimi için verilen tarif “akış” deneyimi için verilen tarife gerçekten de oldukça benzerdir (Turgut, 2010, s. 66). Akış, insanların bir faaliyete tamamen daldığı ve yoğun bir şekilde zevk aldığı bir bilinç halidir (Bakker, 2008, s. 400).

Csikzentmihalyi’e (1990, s. 4) göre akış deneyimi bireyin yapmış olduğu eyleme yoğun bir biçimde odaklanması, o işle ilgili olarak dikkatini toplaması ve o anda gerçekleştirdiği eylemin dışında hiç bir şeyin önem teşkil etmemesi olarak tanımlanmaktadır (Yaşın, 2016, s. 51). Bir çalışanın işine tam olarak yoğunlaşması akış deneyimi tanımına uygun bir durum oluşturmaktadır (Gençer, 2017, s. 51). Ancak yine de akış deneyimi ve yoğunlaşma deneyimi arasında fark vardır. Akış deneyimi ile yoğunlaşma arasındaki temel fark akış deneyiminin yoğunlaşmaya göre daha kısa süreli bir doruk deneyimi olmasıdır (Gençer ve Ayyıldız, 2018, s. 609). Turgut (2010, s. 67)’a göre yoğunlaşma genellikle iş yaşamında daha yaygın olarak yaşanan kalıcı bir zihinsel durum iken akış hayatın her alanında deneyimlenebilen kısa süreli, karmaşık ve en üst seviyede odaklanmak olarak betimlenebilir.

2.1.2.2. İşe Adanmışlık İle İlgili Kavramlar

İşe adanmışlığı etkileyen yakın ilişkili kavramlar incelendiğinde pozitif psikoloji, örgütsel bağlılık, iş tatmini, işe bağlılık, iş kaynakları, kendini işe kaptırma işkoliklik kavramları ön plana çıkmaktadır. Bu bölümde bu kavramlar ayrı ayrı ele alınarak açıklanmaya çalışılmıştır.

2.1.2.2.1. İşe Adanmışlık ve Pozitif Psikoloji

Pozitif psikoloji, kişilerin olumsuz durumlardan arınarak mutlu olmalarını, eksikliklerden çok güçlü yönlerine odaklanmayı tanımlayan bir yaklaşımdır. Luthans

(2002, s. 59) tarafından pozitif örgütsel davranış; performans gelişimi için ölçülebilen, geliştirilebilen ve etkin bir şekilde yönetilebilen pozitif yönelimli insan kaynağı güçleri ve psikolojik kapasitelerin incelenmesi ve uygulanması olarak tanımlanmaktadır. İnsanların anlaşılması güç, karmaşık yapısı örgütleri psikolojik nedenleri incelemeye itmiştir (Erhan, 2022, s. 1281). Örgütlerin başarıyı yakalayabilmesi için pozitif örgütsel davranışı savunan araştırmacılar, örgütsel davranışlara pozitif bir pencereden bakılması gerektiğini savunmaktadır (Mert, 2021, s.70).

Pozitif psikoloji yaklaşımının öncüllerinden olan Csikszentmihalyi (1990) “Optimal Deneyimin Psikolojisi” isimli kitabında Flow (akış) teorisinden bahsederek kişilerin akışta kalabilirlerse bir süre sonra yapılan işin iş gibi gelmemeye başladığını, bu durum yapılan işin kalitesi arttırarak kişide yapılan işe karşı zevk ve mutluluk duygusu uyandırdığını savunmuş ve insanların yaptıkları işte en olumlu hissettikleri anda yaşadıkları duygu durumlarını akışın sekiz ana bileşeni ile açıklamışlardır;

- Meydan okuma ve Yetenek Dengesi: İnsanlarının deneyimleriyle karşılaştıkları problemlerin zorluk derecesi örtüşüyorsa o zaman doğru akış içerisinde. Deneyimleri ve başarıları fazla olmasına rağmen iş hayatında karşılaştığı zorluk derecesi düşük kalıyorsa bu kişide zamanla sıkılma soğuma meydana getirecektir. Ya da tam tersi başarı ve deneyim düzeyi düşük olmasına rağmen karşılaştığı zorluk derecesi yüksekse yine aynı şekilde dengesizlik söz konusudur ve bu durumda bireyde gerginlik yaratır. Akış aslında bir denge durumudur. Deneyim ve başarıları ile karşılaştığı zorluk derecesi yakın olan bireyler çalışma yaşamında daha mutlu ve özgüvenlidir.

- Yapılan İşle Farkındalığının Kaybolması: Deneyimleri ile karşılaştığı zorluk derecesi arasında ki dengeyi kurabilen bireyler çalışırken akışta kalarak zamanda farkındalıkları kaybolur yani zamanın nasıl geçtiğini anlamadan çalışırlar.

- Net Hedefler: Karmaşa ve kafa karışıklığı olmadan kendine net hedefler koyabilen bireylerdir. Bir sonraki adımı hedefi bellidir.

- Geri Bildirim: Yapılan işin sonucuna göre anında alınabilen açık net geribildirimlerdir.

- Tam Odaklanma: Farklı işlere bölünmeden elinde ki işe tam odaklanmaktır.
- Tam Kontrol: Yönetilemeyen problemler akışta kalmayı engeller. Bu yüzden yönetilebilecek kontrol mekanizmasının dışına çıkılmayan konuları kontrol etme akışta kalmaktır.
- Günlük Yaşamın Etkilerini Uzaklaştıran Derin Kalıtım: Kişi yaptığı işe kendisini ruhuyla bedeniyle tamamen kaptırmasıdır. Yaptığı işte ruhuyla var olması onu dış dünyaya kapatır ve işi esnasında üzüntüler sıkıntılar hatta bedensel ihtiyaçlar zihnin dışında kalır.
- Zaman Süresi Duygusu: Zamanın çok hızlı geçmesi ya da çok yavaş geçmesidir.

Pozitif psikolojinin ilişkili olduğu kavramlardan olan psikolojik sermayeyi oluşturan dört psikolojik kaynak; etkinlik, umut, iyimserlik ve dayanıklılıktır. Bu dört kaynak, işe bağlılığın üç bileşeni olan canlılık, adanmışlık ve yoğunlaşmayla doğrudan ilişkilidir (Altıntaş, 2022, s. 2-3).

İyimser kişiler, çalışmaya motive olan, tatminkâr, yüksek moral sahibi, yüksek beklentiler ve olumlu amaçlarla güçlükler karşısında mücadele edebilen, yetersizlikleri az, fiziksel ve ruhsal açıdan canlı bireylerdir (Çalışkan, 2014, s. 366) ve bu özelliklerinin işe adanmaları üzerinde etkisi olacağı söylenebilir.

2.1.2.2.2. İşe Adanmışlık ve Örgütsel Bağlılık

Örgütsel bağlılıkla ilgili kavramlar 1960'lı yıllardan günümüze kadar uzanmış ve Meyer ve Allen tarafından kavramsallaştırılan çok boyutlu model ile popülerlik kazanmıştır (Wasti, 2005, s. 21). Bu modele göre örgütsel bağlılığın üç boyutu bulunmaktadır. Bu boyutlar; duygusal bağlılık, devam bağlılığı ve normatif (ahlaki) bağlılıktır. Duygusal bağlılık çalışanın örgütüyle özdeşleşmesini, devam bağlılığı çalışanın örgütten ayrılması ile başına gelebilecek olumsuzluklara ve katlanacağı maliyetlere odaklanması ile örgütte kalmasına dayalı bağlılığı, normatif bağlılık ise çalışanın örgütte kalma zorunluluğu duygusunu ifade eder. Duygusal bağlılık, çalışanın örgüte duygusal bağlılığını, örgütle özdeşleşmesini ve katılımını

ifade eder. Güçlü bir duygusal bağlılığa sahip çalışanlar, istedikleri için kuruluştaki çalışmaya devam ederler (Meyer ve Allen, 1991, s. 67).

İşe adanmışlık ve örgütsel bağlılık ile yakından ilişkili olmasına rağmen, işe adanmışlık farklı bir kavramdır (Meriç, Çiftçi Öztürk ve Yurtal, 2019, s. 67). İşe adanmışlık işin kendisine odaklanırken örgütsel bağlılık çalışanın istihdam sağlayan örgütüne bağlılığını ifade eder (Maslach, Schaufeli ve Leiter, 2001, s. 416).

Örgütsel özdeşme birey ve örgüt arasında, bireyin sosyal bir varlık olarak örgütle derin, kendini tanımlayan duygusal ve bilişsel bir bağ hissettiği psikolojik bir bağlantı olarak tanımlanmaktadır (Edwards ve Peccei, 2007, s. 30). Bu bakış açısına göre örgütsel özdeşleşme, bireyin kendisini belirli bir örgüte ait hissetmesi ile kendisini örgütle tanımladığı belirli bir sosyal kimlik biçimidir (Mael ve Ashforth, 1992, s. 105). Çalışanlar tarafından algılanan örgütsel destek, örgüt çalışanlarının kendilerini güvende hissedip arkasında örgütün var olduğunu hissetmeleridir (Özdevecioğlu, 2003, s. 116).

2.1.2.2.3. İşe Adanmışlık ve İş Tatmini

İş tatmini kişinin kendi iç dünyasında iş yaşamının beklentilerini karşılıyor olmasıyla birlikte örgütsel anlamda da yaptığı işin ve bulunduğu konumun beklentisini karşılması sonucu aldığı hazzı yansıtan duygusal durumdur. Kişiyi işe adanmışlığa iten temel itici güç iş tatminidir (Bekiroğlu ve Yıldırım, 2021, s. 174). İşinden tatmin olan birey işe adanmışlığın canlılık ve yoğunlaşma alt boyutlarını yansıtan tutumlarda bulunur. İş tatmini duygusal bir durumu ifade eden soyut bir kavramken işe adanmışlık bireyin bu soyut duygularının dışa vurmasıyla enerjik, işi için çaba sarf edip güçlü bir performans gösteren somut bir hal alır. Çalışanın işini yapması karşılığında aldığı sonuç ile beklediği sonuç arasındaki denge işinden elde ettiği tatmin düzeyini ifade etmekte ve çalışmasına olan istekliliğini de etkilemektedir (Ergeneli ve Eryiğit, 2001, s. 159).

İşlerine bağlı ve işlerinden tatmin çalışanlar gelişmiş hizmet kalitesi sağlayabileceğinden, otel işletmeleri işe bağlılık ve iş tatminine katkıda bulunan faaliyetleri anlamalıdır (Yeh, 2013, s. 231-232).

2.1.2.2.4. İŖe AdanmıŖlık ve İŖe Bağlılık

ÇalıŖan iŖ tutkusu, tutarlı, yapıcı çalıŖma niyetleri ve davranıŖlarıyla sonuçlanan çeŖitli iŖ ve örgütsel durumlara iliŖkin tekrar eden biliŖsel ve duygusal değerlendirmelerden kaynaklanan, bireyin kalıcı, duygusal olarak olumlu, anlama dayalı iyilik halidir (Permarupan, vd., 2013, s. 90). İŖe adanmıŖlık iŖlerine yoğun bağlılık yaŖayan bireylerin iŖleriyle bütünleŖmeye baŖlamaları sonucu oluŖmasından dolayı iŖe bağlılığın öncülü olarak kabul edilir (May, Gilson ve Harter, 2004, s. 12).

2.1.2.2.5. İŖe AdanmıŖlık ve İŖ Kaynakları-Gereklilikleri

Demerouti, Bakker, Nachreiner ve Schaufeli iŖ gereklilikleri-kaynakları modelini ortaya koyan araŖtırmacılar Karasek'in iŖ talepleri-kontrol modelini odak noktası olarak iŖ kaynakları-gereklilikleri modelini oluŖturmuŖtur (Çankır, 2016, s. 26). İŖ talepleri-kontrol modelinin temel öncülü, en stresli veya "yüksek gerilimli" iŖlerin, çalıŖanların yüksek düzeyde taleplere maruz kaldığı, ancak aynı zamanda iŖleri üzerinde çok az kontrole sahip oldukları iŖlerdir (Kain and Jex, 2015, s. 238). Demerouti, Bakker, Nachreiner ve Schaufeli'nin (2001, s. 501) araŖtırmasına göre iŖ talepleri iŖin sürekli fiziksel ve zihinsel çaba gerektiren ve bu sebeple belirli fizyolojik ve psikolojik sonuçlarla iliŖkilendirilen fiziksel, sosyal ve örgütsel yönlerine atıfta bulunur.

İŖe adanmıŖlıđı Demerouti, Bakker, Nachreiner ve Schaufeli (2001)'nin iŖ kaynakları modeliyle açıklayan Turgut (2013, s. 5), iŖ özellikleri kaynaklarını hedeflere ulaŖmayı kolaylaŖtıran, iŖin doğası gereği zorluklardan kaynaklanan fizyolojik, psikolojik etkileri azaltan, bireysel geliŖme ve öğrenmeyi teŖvik eden üç özellik ile tanımlamaktadır.

2.1.2.2.6. İŖe AdanmıŖlık ve İŖkoliklik

İŖe adanmıŖlık ve iŖkoliklik kavramlarının her ikisi de güçlü bir adanma, iŖ ile özdeŖleŖme (iŖe bağlılık) ve çok çalıŖmak için güçlü içsel dürtü (iŖkoliklik) içerdiğinden benzer kavramlardır (Makigangas, vd., 2013, s. 136). McMillan vd'ne

(2001, s. 70) göre işe sosyal olarak olağandışı bir odaklanmayı tanımlamak için işkoliklik kavramı ilk başta aşırı çalışmanın altta yatan bir bağımlılıktan kaynaklandığı düşünülmüştür.

İşlerine bağlı çalışanlar iş dışında farklı şeylerden de keyif alırlar. İşkoliklerin aksine işlerine bağlı çalışanlar karşı koyamadıkları güçlü iç dürtüleri sebebiyle değil işlerini eğlenceli buldukları için çok çalışırlar (Bakker, Albrecht ve Leiter, 2011, s. 5).

2.1.2.3. İşe Adanmışlığı Etkileyen Faktörler

İşe adanmışlığı etkileyen faktörler, bireysel faktörler ve örgütsel faktörler olarak değerlendirilmiştir.

2.1.2.3.1. Bireysel Faktörler

Bireyin yaptığı işle ilgili yeterli düzeyde bilgiye sahip olması, kendisini iyi tanıması, ihtiyaçlarını belirlemesi, kişisel gelişimine önem vermesi, zamanını iyi yönetebilmesi, kendi kapasitesini bilmesi işe adanmışlığa etki eden bireysel faktörlerdir (Öztürk, 2019, s. 25). Kişilerin işiyle bütünleşmesini sağlayan daha birçok bireysel özellikler ve bireyler arası değişen kişisel yeteneklerde bulunmaktadır (Yıldırım, 2020, s. 94). Bunlar arasında kişinin işiyle ilgili gerçekçi beklentiler içinde olması, işe başlamadan önce o iş ile ilgili bilgi edinip işin zorlukları ve risklerini bilerek işe başlaması, kendisini motive edecek şeylere yönelmesi, stresle başa çıkabilme kabiliyeti gibi faktörlerde kişilerin işe bağlılıklarında bireysel faktörler arasında sayılabilir. İşlerine adanmışlık derecesinde bağlı olan bireylerin daha fazla öğrenme, bilgi edinme, merak etme ve kendisini ifade etme amacıyla güdülendiği söylenebilir (Turgut, 2010, s. 66).

İşle bütünleşmeyi etkileyen olumsuz bireysel faktörler arasından da stres etkeni sayılabilir. Kişilerin iş ortamında stresle başa çıkmaları sosyal hayatlarında stresle başa çıkmalarından daha zordur (Ardıç ve Polatçı, 2009, s. 40).

2.1.2.3.2. Örgütsel Faktörler

Örgüt içerisinde sürekli iyileştirmeler yapılması ile iş görenlerin örgüte karşı adanmışlığı arttırılabilmektedir. İşletmeler, yönetim ve organizasyon yapılarını iş görenlerinin fiziksel, sosyal ve psikolojik refahını sağlamaya yönelik düzenlemeleri yaparak oluşturdukları takdirde, işletmede çalışanların işe olan tutkuları ve istekleri de artar (Yıldız, 2018, s. 61-62). Örgütler iş görenlerden iş yerini sevme, sadık olma ve örgüte bağlı olma gibi birtakım duyguların ötesine geçmelerini beklemekte; örgütü bireysel kimlikleri ile özdeşleştirecek şekilde benimsemelerini istemektedir (Aktaş ve Akdemir, 2019, s. 311). Ashforth ve Mael (1989, s. 34-35)'in çalışmasında özdeşleşme kişinin bir gruba ait olma algısı veya kendisini bir gruba bir hissetmesi aynı zamanda da grubun başarıları ve başarısızlıklarını kişinin doğrudan veya dolaylı olarak kendi bireysel deneyimi ile açıklaması olarak tanımlanmıştır. Yazarlara göre kurum ile özdeşleşme, bireyi kimliğe uygun faaliyetlerde bulunmaya ve bunlardan tatmin olmaya, kendisini grubun bir örneği olarak görmeye ve geleneksel olarak grup oluşumuyla ilişkili uyum, etkileşim gibi faktörleri pekiştirmeye teşvik eder.

Örgütlerde işe bağlılığı arttırmak için işbirliği ortamı kurulmalı, devam eden bir süreç oluşturulmalı, hedefler bilinmeli, yaratıcı olunmalı, değerlendirme yapılmalı ve ilerleme raporları paylaşılmalıdır (Bakker ve Leiter, 2010, s. 178).

Diğer bir örgütsel etki olarak sayılan faktörde özerkliliktir. Hackman ve Oldham'a (1976, s. 258) göre özerklik, kişilere işin planlanması ve yürütülmesi esnasında kullanılacak prosedürlerin uygulanmasında inisiyatif verilmesi olarak tanımlanmıştır.

İş benlik bilinci uyumu, zengin iş, performansla ilgili geri ileti, sosyal destek kurumsal destek, kurum temelli öz saygı, eğitim ve teknoloji olanakları da işe adanmışlığın yükselmesine etki eden bilimsel olarak gözlemlenen kaynaklar arasında sayılmaktadır (Turgut, 2010, s. 72).

2.1.2.4. İşe Adanmışlığın Sonuçları

Çalışanların işe adanmışlıkları, hem kendilerini hem de işletmeyi etkilemektedir. Bu sebeple, işe adanmışlığın sonuçları, bireysel ve örgütsel olarak değerlendirilmiştir.

2.1.2.4.1. Bireysel Sonuçlar

Yönetimin yaklaşımı, çalışma koşulları, takdir edilme ve arkadaşlık işe bağlılığı etkilemede önemli faktörler arasındadır (şendoğdu ve Altındağ, 2022, s.2).

Gününün büyük kısmını işinde geçiren bireylerin, çalışma ortamının fiziksel koşulları, kariyer olanakları, maaş gibi dışsal faktörlerin dışında işe tatmini, motivasyon, değerler sistemi gibi bireysel faktörler de işe yerindeki verimliliği ve kaliteyi etkilemektedir (Değerli ve Birol, 2020, s. 105). Çalışanların ücret, yöneticileriyle ve işe arkadaşları ile olan ilişkiler, çalışma ortamı koşulları, terfi olanakları ve kariyer fırsatları gibi faktörler sonucunda örgüte olan bağlılıklarında artış ya da azalış olabilmektedir (Uyanık, 2022, s. 106). Yüksek örgütsel bağlılık gösteren çalışanların aynı zamanda yüksek sadakat, verimlilik ve sorumluluk duygusu içinde olduklarına inanılmaktadır (Balay, 2000, s. 238).

2.1.2.4.2. Örgütsel Sonuçlar

işe bağlılık, örgüt içinde pek çok olumlu davranışın oluşmasına sebep olmaktadır (Alioğulları, 2020, s. 166). Örgütlerin, alışanları kurumun hedeflerine yönlendirmek ve bu hedefleri gerçekleştirmek için onları cesaretlendirmek, işe konusunda alınacak fikirlere onları da dahil etmek ve işlerinden memnun olmalarını sağlamak için çeşitli stratejiler geliştirmeleri ve uygulamaları gerekir (Gupta ve Sharma, 2016, s. 9). Çalışanların örgüte bağlılıklarının arttırılması neticesinde ürün ve hizmet kalitesi yükselir, müşteriiler ile ilişkiler gelişir, kurumsal imaj ve itibar artar, örgüt stratejik amaçlarına ulaşır, rekabet avantajı sağlanır ve örgütlerde etkinlik ve verimlilik artar (Meriç, 2018, s. 44). Bu da örgütün büyümesine, kurumun tanınmasına yardımcı olur. Kuruma sadık bir müşteri profili oluşur. Aynı zamanda örgüt çalışanlarının işleri ile bütünleşmelerini sağlayarak veya işe alım sürecinde bu faktörleri göz önünde bulundurarak kurum için olumlu sonuçlar elde edilmesini sağlayabilirler (Yıldırım, 2020, s. 95). Bir başka deyişe çalışanın işe ve örgütün karşılıklı etkileşiminin sonucuna göre verimliliği artabilir ya da azalabilir, karşılıklı etkileşimin olumsuz olmasıyla tükenmişlik, olumlu olmasıyla da işe bütünleşe gerçekleşir (Ardıç ve Polatçı, 2009, s. 37-38).

Örgütlerin rekabet ortamında diğer örgütlere göre rekabet avantajı elde edip verimli faaliyetler sürdürebilmeleri için çalışanlarının başarılı olması gerekmektedir (Erdem, 2020, s. 3846). Örgütlerin yüksek enerji, bağlılık ve yoğunlaşma ile çalışan bireylere sahip olması, rakipler tarafından taklit edilememektedir (Güler ve Taşlıyan, 2022, 1606).

2.2. Yenilikçi Örgüt İklimi ve İşe Adanmışlığın Turizm İşletmeleri için Önemi

Teknolojik değişim ve gelişimler, değişen misafir ihtiyaç ve beklentileri, buna bağlı olarak yenilik kavramı ve yenilikçi iş davranışı, günümüz iş dünyasında otel işletmeleri için oldukça önemlidir (Bayındır ve Demir, 2019, s. 1690). Rekabet koşullarında işletmenin sürdürülebilir başarısı, yeni teknikler ve yeni yöntemler kullanılarak, yenilik yaparak sağlanabilir (Ögüt ve Aksay, 2011, s. 39). Dolayısıyla yenilik, örgütlerin değişen dış çevreye uyum sağlamasına hizmet eden bir özelliğe sahiptir (Turgut ve Begenirbaş, 2014, s. 149).

İş dünyasının yenilikçi koşullarına uyum sağlamak için çalışan yöneticiler, yeni ürünler ve hizmetleri geliştirirken paydaşlarıyla açık iletişimde olmalı, yüksek düzeyde çalışan katılımını ve ilgisini önemsemelidir (Cravens, Piercy ve Low, 2002, s. 263).

İşletmedeki yenilik çalışmaları, rutinleri değiştirir, müşteriye sunulan hizmetin kalitesini artırır, yeni yöntemlerden yararlanmak ve işi kolaylaştırmak gibi pek çok faydalar sağlar (Amo, 2006, s. 231).

Yenilik çalışmaları, turizm sektöründe ve işletmelerinde kaliteyi iyileştirirken maliyetleri azaltmak, enerji tasarrufu yapmak, geri dönüştürülebilir ürünler kullanmak (Carvolha ve Costa, 2011, s. 27), kaynakların sürdürülebilirliğini sağlamak gibi katkılar da sunmaktadır.

Emek yoğun bir sektör olan turizmde işletme çalışanlarının duyguları, davranışları, işlerine duydukları sevgi, işletme yönetimi için oldukça önemlidir (Güler ve Cinnioğlu, 2020, s. 3810). Çeşitli stratejiler ile çalışanların işletmeye

bağlılıkları artırılarak işe adanmaları sağlanabilir (Çiftçi Öztürk ve Erkanlı, 2020, s. 337).

İşletmelerde yöneticiye duyulan güven, işe adanmışlığı arttırmaktadır (Tecimen, 2022, s. 13). Yöneticilerin çalışanların memnuniyetlerini önemsemeleri, başarıları ile gurur duymaları, kariyer planlamalarında yardımcı olmaları ve işlerini çekici hale getirmek için çaba göstermeleri, çalışanlarda örgütsel destek algısı yaratabilir (Akgündüz ve Çakıcı, 2015, s. 37) ve işe adanmışlığı güçlendirir.

Yoğun rekabetin, değişim ve gelişimin yaşandığı turizm sektöründe, turizm işletmelerinin amaçlarını gerçekleştirmesini sağlayacak olan en önemli stratejilerinden bir tanesi yenilikçiliktir (Tekeli ve Özkoç, 2021, s. 979). Benzer şekilde, rekabet ortamında başarının sürdürülebilirliğinin sağlanabilmesi için çalışanların işe adanmışlık düzeyleri de oldukça önemlidir (Cinnioğlu ve Ertoğrul, 2022, s. 2600).

2.3. İlgili Araştırmalar

Bu bölümde yenilikçi örgüt iklimi ve işe adanmışlık ile ilgili yapılan araştırmalar yer almaktadır.

2.3.1. Yenilikçi Örgüt İklimi ile İlgili Araştırmalar

Yenilikçi örgüt iklimi ile ilgili yapılan araştırmalar, Çizelge'de 1'de yer almaktadır.

Çizelge 1. Yenilikçi Örgüt İklimi İle İlgili Yapılan Araştırmalar

	Yazar(lar) ve Yıl	Araştırmanın Amacı	Yöntem	Sonuçlar
1	Scott ve Bruce (1994)	Bireylerin örgütsel iklimin boyutlarını yeniliği destekleyici olarak algılama derecesi, bireysel yenilikçi davranışlarını etkileyeceğini tahmin edilerek analizler yapılmıştır. Liderliğin, çalışma grubu ilişkilerinin ve bireysel özelliklerin, bireysel yenilikçi davranışların iklim koşulları yoluyla doğrudan ve dolaylı olarak etkilendiği bir model geliştirilmiştir.	Bir işletmenin 172 adet Ar-Ge çalışanına anket uygulanmıştır.	Liderlik, yenilik için destek, yönetsel beklentiler, kariyer aşaması ve sistematik problem çözme tarzının bireysel yenilikçi davranışla ilişkili olduğunu tespit edilmiştir.

Çizelge 1 - devamı

2	Ekvall (1996)	Organizasyon yapısını, yaratıcılık ve yenilik ortamını ölçmek için yaratıcı iklim ölçeği geliştirilmesi amaçlanmıştır.	Stockholm’de faaliyette bulunan 92 adet ağız ve düş sağlığı kliniğindeki 85 adet çalışana anket uygulanmıştır.	Geliştirilen yaratıcı iklim ölçeği, “mücadele, özgürlük, fikir desteği, güven/açıklık, dinamizm/canlılık, oyunculuk/mizah, tartışmalar, çatışma, risk alma, fikir zamanı” olarak 10 adet boyut ile oluşturulmuştur.
3	Aksoy ve Yıldız (2015)	Yenilikçi karaktere sahip bir işletmenin çalışanların örgütsel bağlılıkları üzerindeki etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır.	Erzurum’da bir hastanenin 120 adet çalışanına anket uygulanmıştır.	Yenilikçi iklim algısının çalışanların örgütsel bağlılıkları üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir.
4	Altındağ ve Köseadağı (2015)	İşletmede yenilikçi bir kültür oluşturmanın ve duygusal zekâ düzeyi yüksek yöneticilere sahip olmanın kurumlar için önemi vurgulanarak bu faktörlerin çalışanlar üzerindeki etkilerinin incelenmesi amaçlanmıştır.	305 adet çalışana anket uygulanmıştır.	Duygusal zekâ, yenilikçi kurum kültürü ve çalışan performansı arasında anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir.
5	Fidanboy ve Fidanboy (2018)	Örgütlerde yenilik ikliminin örgütsel özdeşlemeye etkisinin tespit edilmesi amaçlanmıştır.	Bilişim sektöründe 164 adet Ar-Ge çalışanına anket uygulanmıştır.	Yenilik iklimi ile örgütsel özdeşleşme arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişkinin mevcut olduğu tespit edilmiştir.
6	Baykal (2019)	Yenilikçi örgüt iklimi ve çalışanların işe adanmışlıkları arasındaki ilişkinin tespit edilmesi amaçlanmıştır.	Türkiye’de faaliyet gösteren kurumsal bir işletmenin beyaz yakalı 203 adet çalışanına anket uygulanmıştır.	Yenilikçi örgüt ikliminin çalışanların işe adanmışlıkları üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkiye sahip olduğu tespit edilmiştir.

2.3.2. İşe Adanmışlık İle İlgili Araştırmalar

İşe adanmışlığın kavramlaştırılmasına yönelik dört ana yaklaşım belirlenmiştir. Bu yaklaşımlar;

- öncüsü William Kahn olan “ihtiyaçları tatmin etme yaklaşımı”,
- öncüsü Christina Maslach ve arkadaşları olan “tükenmişliğin karşı savı yaklaşımı”,
- öncüsü Gallup şirketler grubu olan “tatmin bağlılık yaklaşımı”,
- öncüsü de Alan M. Saks olan “çok boyutlu yaklaşım”dır (Başoda, 2017, s. 77-84).

Bu dört ana yaklaşımın dışında kavrama yönelik birçok araştırma yapılmış, çeşitli tanımlar ve ölçme metodları geliştirilmiştir. Bunlardan bazıları Rothbard (2001)’in “rol tutkunluğu” üzerine yaptığı çalışması, Schaufeli (2002)’nin “işe tutkunluk” çalışması, Vallerand, vd.(2003)’nin “takıntılı ve uyumlu tutku” çalışması, Saks (2006)’in iş rolleri ve örgüt üyesi roller olarak ayırdığı çok boyutlu yaklaşımı,

Zigarmi (2009)'nin iş görenin iş tutkunluğu çalışması ve Rich ve arkadaşları (2010)'nın belirli bir işe tutkunluk üzerine yaptıkları çalışmalarıdır.

İş adanmışlık ile ilgili yapılan araştırmalar, Çizelge 2'de yer almaktadır.

Çizelge 2. İşe Adanmışlık İle İlgili Yapılan Araştırmalar

	Yazar(lar) ve Yıl	Araştırmanın Amacı	Yöntem	Sonuçlar
1	Schaufeli, Salanova, Gonzales-Roma ve Bakker (2002)	Bağlılık ve tükenmişlik arasındaki ilişkinin tespit edilmesi amaçlanmıştır.	İspanya'da 314 adet üniversite öğrencisi ve 619 adet çalışana anket uygulanmıştır.	17 maddeden oluşan Utrecht Work Engagement Scale (UWES) ölçeği geliştirilmiştir.
2	Saks (2006)	İş ve organizasyon taahhütlerinin öncüllerine ve sonuçlarına ilişkin bir modeli test etmek amaçlanmıştır.	102 adet çalışana anket uygulanmıştır.	İş ve örgüt bağlılıkları arasında anlamlı bir fark olduğu ve algılanan örgütsel desteğin işe bağlılık ve örgütsel bağlılığı içerdiği tespit edilmiştir.
3	Türksoy (2017)	Konaklama işletmelerinde işe adanmışlık, iş kontrol odağı, tutku ve iş arkadaşlarının asalaklığı arasındaki ilişkilerin ortaya konulması amaçlanmıştır.	İzmir Çeşme'de faaliyette bulunan 5 yıldızlı otel işletmesinin 241 adet çalışana anket uygulanmıştır.	Konaklama işletmelerinde algılanan çevreye dönük asalaklık ve işe adanmışlık arasındaki ilişkiye dış kontrol odağının aracılık ettiği tespit edilmiştir.
4	Asmadili (2020)	Turist rehberlerinin işlerine karşı tutumları ve işten beklentilerinin tespit edilmesi amaçlanmıştır.	311 adet turist rehberine anket uygulanmıştır.	Dikkat çeken ve takdir gören bir meslek olması sebebiyle turist rehberlerinin işlerinden memnun olarak ve ilham alarak kendilerini işlerine yönlendirdikleri tespit edilmiştir.
5	Öksüz (2022)	Turist rehberlerinin sahip oldukları iş değerleri ile işe adanmışlık düzeyleri arasındaki ilişkinin belirlenmesi amaçlanmıştır.	Trabzon'da faaliyette bulunan zincir otel işletmelerinin 343 adet çalışana anket uygulanmıştır.	İşe adanmışlığı en çok etkileyen iş değerleri faktörünün duygusal değerler olduğu tespit edilmiştir.

3. YÖNTEM

Araştırmanın yöntem bölümünde yenilikçi örgüt iklimi ve işe adanmışlık ilişkisine yönelik yapılan analizlerin hipotezleri, modeli, evren ve örnekleme, veri toplama araç ve teknikleri, veri toplama süreci ve verilerden çıkan sonuçlarla ilgili bilgiler verilmiştir.

3.1. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Balıkesir il merkezinde faaliyette bulunan 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinde hizmet veren çalışanların yenilikçi örgüt iklimi algısı ile işe adanmışlık düzeyleri arasındaki ilişkiyi test etmek amacıyla araştırma modeli ve hipotezler oluşturulmuştur.

Örgütün ve yöneticisinin desteğini alan çalışanlar daha özgüvenli bir şekilde çalışarak risk alabildiği gibi aynı zamanda daha yenilikçi davranabildikleri için işe adanma ihtimalleri yüksektir (Baykal, 2019, s. 271). Bu ifadeye dayanarak geliştirilen hipotezler şunlardır;

H₁. Yenilikçi örgüt iklimi ile işe adanmışlık arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H_{2a}. Yenilikçi örgüt ikliminin alt boyutu olan takım uyumu ile işe adanmışlık arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H_{2b}. Yenilikçi örgüt ikliminin alt boyutu olan üst yönetimin desteği ile işe adanmışlık arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H_{2c}. Yenilikçi örgüt ikliminin alt boyutu olan kaynaklar ile işe adanmışlık arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H_{2d}. Yenilikçi örgüt ikliminin alt boyutu olan özerklik ile işe adanmışlık arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.

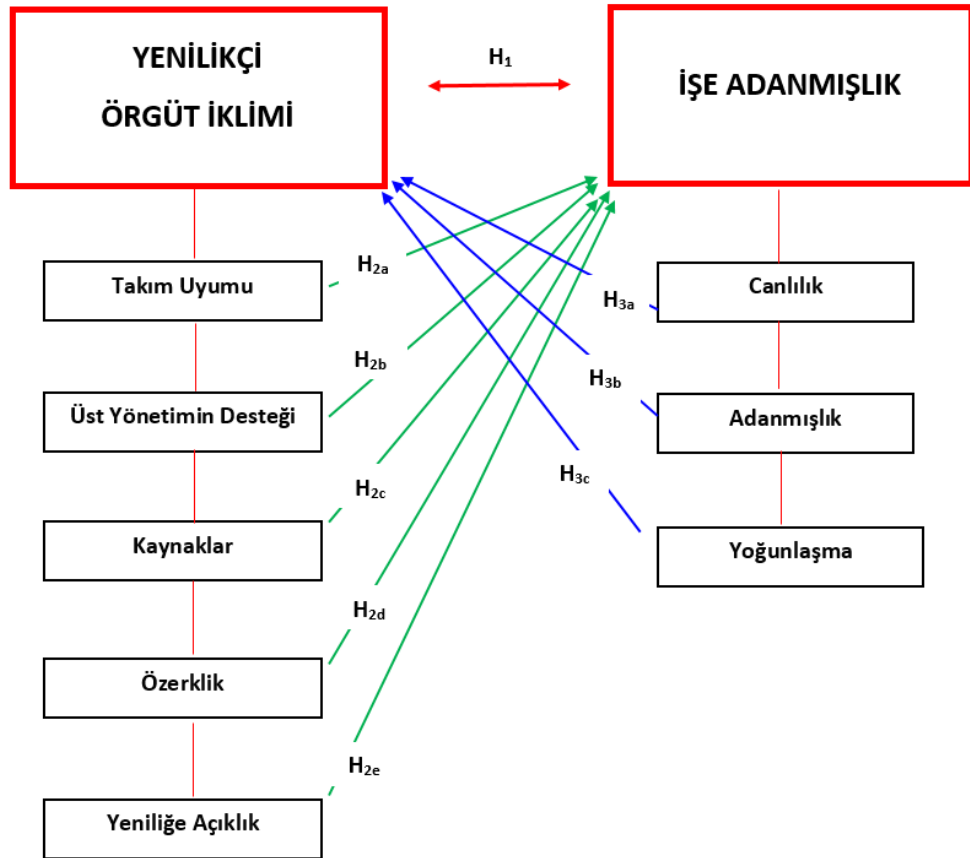
H_{2e}. Yenilikçi örgüt ikliminin alt boyutu olan yeniliğe açıklık ile işe adanmışlık arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H_{3a}. İşe adanmışlığın alt boyutu olan canlılık ile yenilikçi örgüt iklimi arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H_{3b}. İşe adanmışlığın alt boyutu olan adanmışlık ile yenilikçi örgüt iklimi arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H_{3c}. İşe adanmışlığın alt boyutu olan yoğunlaşma ile yenilikçi örgüt iklimi arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.

Araştırma hipotezlerine dayanarak geliştirilen model, Şekil 3'te verilmiştir.



Şekil 3. Araştırma Modeli

3.2. Evren ve Örneklem

Araştırma, 07.12.2022 ve 19.12.2022 tarihleri arasında yapılmıştır. Araştırmanın evrenini Balıkesir il merkezinde faaliyette bulunan 4 ve 5 yıldızlı 5 adet otel işletmesi ve çalışanları oluşturmaktadır. Söz konusu evrendeki işletmelerin ve çalışanların tamamının araştırmaya dahil edilmesi amaçlanmıştır ancak 4 adet otel işletmesi yönetimi araştırmaya katılmayı kabul etmiştir. Araştırmaya katılan 4 adet otel işletmesinin genel müdüründen alınan verilere göre ilgili tarih aralığında bu işletmelerde toplam 201 kişi çalışmaktadır. 201 adet anket formu otel işletmeleri genel müdürlerine teslim edilmiş, 134 adet çalışan araştırmaya katılmıştır ve bu katılımcılardan elde edilen verilerin tamamı araştırma kapsamında değerlendirilmiştir.

3.3. Veri Toplama Araçları ve Teknikleri

Araştırmada veri toplama aracı olarak anket kullanılmıştır. Kullanılan ankette kişisel bilgi formu, yenilikçi örgüt iklimi ölçeği ve işe adanmışlık ölçeği kullanılmıştır. Kullanılan anket formuna Ek-1’de yer verilmiştir. Yenilikçi örgüt iklimini ölçmek için Nybakk, Crespell ve Hansen (2001)’in 5 boyuttan ve 20 maddeden oluşan “Climate for Innovation” ölçeği, işe adanmışlığı ölçmek için ise Schaufeli ve Bakker (2002)’in 3 boyuttan ve 17 maddeden oluşan “Utrecht Work Engagement Scale (UWES)” ölçeği kullanılmıştır. Ölçekleri kullanabilmek için gerekli izinler yazarlar ile e-posta aracılığıyla iletişim kurularak alınmıştır.

Anket formunda, katılımcıların cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, departman, unvan, işletmedeki çalışma süresi ve turizm sektöründeki çalışma süresini öğrenmeyi amaçlayan 8 adet demografik soru yer almaktadır.

Katılımcıların çalışma ortamlarına ilişkin yenilikçi örgüt iklimi algılarını ölçmek üzere Yenilikçi Örgüt İklimi ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçek 5’li Likert tipinde (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Kararsızım, 4= Katılıyorum ve 5=Kesinlikle Katılıyorum) toplam 20 madde içermektedir. 2,4,5,6,11,13,16,18 ve 19. maddeler ters puanlanmıştır. Ölçekte hangi maddelerin hangi boyutta yer aldığı aşağıdadır:

1 – Takım Uyum: 1, 2, 3, 4 (4 madde)

2 – Üst Yönetimin Desteği: 5, 6, 7, 8 (4 madde)

3 – Kaynaklar: 9, 10, 11, 12 (4 madde)

4 – Özerklik: 13, 14, 15, 16 (4 madde)

5 – Yeniliğe Açıklık: 17, 18, 19, 20 (4 madde)

Bu çalışmada Yenilikçi Örgüt İklimi Ölçeği için Cronbach Alpha 0,848 olarak hesaplanmıştır.

Katılımcıların yaptıkları işe adanmışlık algılarını ölçmek üzere İşe Adanmışlık ölçeği kullanılmıştır. Bu ölçek 5’li Likert tipinde (1=Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Kararsızım, 4= Katılıyorum ve 5=Kesinlikle Katılıyorum) toplam 17 madde içermektedir. Ölçekte hangi maddelerin hangi boyutta yer aldığı aşağıdadır:

1 – Canlılık: 1, 2, 3, 4, 5, 6 (6 madde)

2 – Adanmışlık: 7, 8, 9, 10, 11 (5 madde)

3 – Özümseme: 12, 13, 14, 15, 16, 17 (6 madde)

Bu çalışmada İşe Adanmışlık Ölçeği için Cronbach Alpha 0,929 olarak hesaplanmıştır.

3.4. Verileri Toplama Süreci

Araştırma konusu, amacı ve süreci Balıkesir il merkezinde faaliyette bulunan 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinin genel müdürlerine önce telefon ile sonra yüz yüze iletişim ile yapılan görüşmelerde açıklanmıştır. Araştırmaya katılmayı kabul eden işletme genel müdürlerine araştırmada veri toplama aracı olarak kullanılan anket formları teslim edilmiştir. Otel genel müdürlerine araştırma sürecindeki etik değerlerimiz açıklanmış ve araştırma sonuçlarının kendileriyle de paylaşılacağı ifade edilmiştir ve böylece anket sorularına verilecek cevapların doğru ve içten olması sağlanmaya çalışılmıştır. Anket formları otel yöneticileri tarafından çalışanlara dağıtılmış ve cevaplanan formlar otel genel müdürlerinden teslim alınmıştır.

3.5. Verilerin Analizi

Araştırma verilerinin analizinde SPSS 25.0 İstatistik Paket Programı (Statistical Package of Social Sciences) kullanılmıştır. Araştırma verilerine frekans ve yüzde analizi uygulanmıştır. Normallik dağılımı, geçerlilik ve güvenilirlik

analizleri yapılmıştır. Normallik sonuçları için çarpıklık ve basıklık değerleri değerlendirilmeye alınmıştır. Geçerlilik sonuçları için AFA, Composite Reliability, AVE sonuçları incelenmiştir. Güvenilirlik sonuçları Cronbach Alpha ve Composite Reliability testi ile ortaya koyulmuştur. İkili grup ortalamalarının karşılaştırılmasında t-test, ikiden fazla grup ortalamalarının karşılaştırılmasında ANOVA testi ve değişkenler arasındaki ilişkinin tespit edilmesi amacıyla Korelasyon analizi uygulanmıştır. ANOVA testi sonucunda anlamlı çıkan sonuçların hangi gruplardan kaynaklandığı Post Hoc testlerinden Tukey ile ortaya çıkarılmıştır. İstatistiksel sonuçlar $p < 0,05$ ve $p < 0,01$ düzeyinde anlamlı bulunmuştur.

4. BULGULAR ve YORUMLAR

Araştırma verilerine uygulanan analizlerden elde edilen bulgulara bu bölümde yer verilmiştir. Analizler ile elde edilen sonuçlar, çizelgeler halinde sunulmuş ve yorumlanmıştır.

4.1. Katılımcılara İlişkin Bilgiler

Bu kısımda demografik sorulara verilen yanıtlara dayanarak elde edilen bilgiler Çizelge 3’de yer almaktadır.

Çizelge 3. Çalışanlara Yönelik Betimsel Sonuçlar

Değişkenler	Gruplar	n	%	Değişkenler	Gruplar	n	%
Cinsiyet	Kadın	83	61,9	Departman	Ön Büro	27	20,1
	Erkek	51	38,1		Satış Pazarlama	22	16,4
	Toplam	134	100		İnsan Kaynakları	14	10,4
					Diğer	32	23,9
Yaş	18-22 Yaş Arası	24	17,9	Toplam	134	100	
	23-27 Yaş Arası	27	20,1	Unvan	Yönetici	12	9,0
	28-32 Yaş Arası	25	18,7		Şef	11	8,2
	33 Yaş ve Üzeri	58	43,3		Ast	111	82,9
Toplam	134	100	Toplam		134	100	
Medeni Durum	Evli	73	54,5	İşletmedeki Çalışma Süresi	1 Yıldan Az	52	38,8
	Bekar	61	45,5		1-5 Yıl arası	66	49,3
	Toplam	134	100		6-10 Yıl Arası	12	9,0
					11 Yıl ve Üzeri	4	3,0
Eğitim Durumu	İlkokul/Ortaokul	31	23,1	Toplam	134	100	
	Lise	45	33,6	Sektördeki Çalışma Süresi	1 Yıldan Az	29	21,6
	Önlisans/Lisans	54	40,3		1-5 Yıl arası	56	41,8
	Lisansüstü	4	3,0		6-10 Yıl Arası	29	21,6
Toplam	134	100	11 Yıl ve Üzeri		20	14,9	
			Toplam	134	100		

Araştırma katılan çalışanların %61,9 (n=83)'u kadın; %38,1 (n=51)'i erkektir. Katılımcıların %17,9 (n=24)'u 18-22 yaş arası, %20,1 (n=27)'i 23-27 yaş arası, %18,7 (n=25)'si 28-32 yaş arası, %43,3 (n=58)'ü 33 yaş ve üzeridir. %54,5 (n=73)'i evli ve %45,5 (n=61)'i bekar olan katılımcılar, %23,1 (n=31) oranla ilkokul/ortaokul, %33,6 (n=45) oranla lise, %40,3 (n=54) oranla önlisans/lisans ve %3 (n=4) oranla lisansüstü mezunu olduklarını belirtmişlerdir. %20,1 (n=27) oranla ön büro, %29,1 (n=39) oranla kat hizmetleri, %16,4 (n=22) oranla satış/pazarlama, %10,4 oranla (n=14) insan kaynakları ve %23,9 (n=32) oranla diğer departmanlarda çalışan katılımcıların %9 (n=12)'u yönetici, %8,2 (n=11)'si şef ve %82,9 (n=111)'u ast statüsünde çalışmaktadır. Katılımcıların %38,8 (n=52)'i 1 yıldan az, %49,3 (n=66)'ü 1-5 yıl arası, %9 (n=12)'u 6-10 yıl arası ve %3 (n=4)'ü 11 yıl ve üzeri süredir buldukları işletmede ve %21,6 (n=29)'sı 1 yıldan az, %41,8 (n=56)'i 1-5 yıl arası, %21,6 (n=29)'sı 6-10 yıl arası ve %14,9 (n=20)'u 11 yıl ve üzeri süredir turizm sektöründe hizmet vermekte olduklarını ifade etmişlerdir.

4.2. Ölçüm Modellerine Yönelik Güvenilirlik ve Geçerlilik Sonuçları

Veri toplama ve analiz için kullanılan disiplin veya yöntemler ne olursa olsun, bilmenin tüm bilimsel yolları özgün sonuçlar için çabalar bu sebeple bilimsel araştırma yapılan tüm alanlarda bulguların güvenilirliği ve geçerliliği önemlidir (LeCompte ve Goetz, 1982, s.31). Geçerlilik, yaygın bilinen anlamıyla bir konuyla ilgili kullanılan ölçme ve/veya değerlendirme aracının araştırılan konuyu ölçme yeteneği olarak tanımlanabilir (Arslan, 2022, s. 398).

Güvenilirlik, geniş anlamda ölçümlerin hatasız olma derecesi ve dolayısıyla tutarlı sonuçlar vermesi olarak tanımlanabilir (Peter, 1979, s.6). Güvenilirlik, sadece ölçme aracına ait bir özellik değil ölçme aracının sonuçlarına ilişkin bir özelliktir bu nedenle “ölçme aracının güvenilirliği” yerine “ölçümlerin güvenilirliği” kavramının kullanılması daha doğru bir ifadedir (Kılıç, 2016, s. 47).

Ölçüm modeli iç tutarlık düzeyinin 0,70 üzerinde olması kullanılan ölçüm aracının güvenilir olduğunu göstermektedir (Demir, 2020). Bu sonucu CR değeri doğrular nitelikte olduğundan bu değerinde 0,70 üzerinde olması beklenir. Ayrıca bu değer uyum geçerliği açısından da önemlidir (Kartal ve Bardakçı, 2018). Diğer taraftan AVE değerinin 0,50 üzerinde olması gerektiğine işaret edilmektedir. Bunun

sonucunda ölçeğin uyum geçerliğinin olduğu ifade edilebilir (Hair, Hult, Ringle ve Sarstedt, 2017).

Araştırmada kullanılan ölçeklere ilişkin güvenilirlik ve geçerlilik sonuçlarına Çizelge 4 ve Çizelge 5’te yer verilmiştir.

Çizelge 4. Yenilikçi Örgüt İklimi Ölçeğinin Güvenilirlik ve Geçerlilik Sonuçları

Boyutlar	İfadeler	λ	α	CR	AVE
Takım Uyumlu	1	0,832	0,820	0,872	0,630
	2	0,794			
	3	0,771			
	4	0,776			
Üst Yönetimin Desteği	5	0,846	0,861	0,844	0,578
	6	0,820			
	7	0,670			
	8	0,689			
Kaynaklar	9	0,841	0,846	0,872	0,630
	10	0,819			
	11	0,732			
	12	0,778			
Özerklik	13	0,771	0,832	0,879	0,645
	14	0,859			
	15	0,825			
	16	0,753			
Yeniliğe Açıklık	17	0,824	0,771	0,825	0,543
	18	0,740			
	19	0,639			
	20	0,732			

Çizelge 5. İşe Adanmışlık Ölçeğinin Güvenilirlik ve Geçerlilik Sonuçları

Boyutlar	İfadeler	λ	α	CR	AVE
Canlılık	1	0,747	0,889	0,898	0,594
	2	0,809			
	3	0,734			
	4	0,707			
	5	0,815			
	6	0,807			
Adanmışlık	7	0,785	0,926	0,898	0,639
	8	0,832			
	9	0,795			
	10	0,806			
	11	0,777			
Yoğunlaşma	12	0,718	0,912	0,898	0,638
	13	0,822			
	14	0,774			
	15	0,830			
	16	0,844			
	17	0,725			

4.3. Faktör Analizi Sonuçları

Faktör Analizi (FA), birbiriyle ilişkili çok sayıda değişkeni bir araya getirerek az sayıda, kavramsal olarak anlamlı, yeni değişkenler (faktörler, boyutlar) bulmayı ve keşfetmeyi amaçlayan çok değişkenli bir istatistik olarak tanımlanabilir (Büyüköztürk, 2002, s. 472). Sosyal bilimlerde ölçümün kalitesini ve güvenilirliğini ortaya koymak adına faktör analizi en önemli ölçümlerdendir (Yaşlıoğlu, 2017, s.75). Araştırmada kullanılmak üzere oluşturulan ölçeğin kaç boyutlu bir yapıya sahip olduğunu görmek için en yaygın kullanılan analiz, Açıklayıcı Faktör Analizi (AFA)'dir ve oluşan boyutların anlamlılığı Barlett küresellik testiyle belirlenir. (Doğan ve Başoğlu, 2010, s. 65; Kalaycı, 2018). Doğrulayıcı Faktör Analizi (DFA) ise önceden oluşturulan bir model aracılığıyla gözlenen değişkenlerden yola çıkarak

gizil değişken (faktör) oluşturmaya yönelik bir işlemdir (Aytaç ve Öngen, 2012, s. 16). Bir başka tanıma göre ise, araştırmacının ölçeğin ölçtüğü faktörlerin sayısı hakkında bir bilgisinin olmadığı belli bir hipotezi sınamak yerine, faktörlerin doğası hakkında bilgi edinmeye çalıştığı inceleme türlerine Açıklayıcı Faktör Analizi (Exploratory Factor Analysis), araştırmacının kuramı doğrultusunda geliştirdiği bir hipotezi test etmeye yönelik incelemelerde kullanılan analiz türüne ise Doğrulamalı Faktör Analizi (Confirmatory Factor Analysis) denir (Saraçlı, 2011, s. 23).

Bir ölçek için oluşturulan maddelerin nasıl şekilleneceği tahmin edilse dahi var olan yapının tam olarak ne olduğu, kaç gizil değişken (faktör) olduğu ve hangi maddelerin hangi faktörlere yüklendiği istatistiksel bir teknikle belirlenir (Orçan, 2018, s. 413). Faktör analizi bağlamında; açıklanan varyans, anti-image korelasyonu, Bartlett küresellik testi, eşkökenlilik (Communalities), faktör, faktör yükleri, faktör skoru, faktör rotasyonu, korelasyon matrisi, Kaiser-Meyer Olkin (KMO) Örneklem Yeterlilik Testi (MSA), ortak (paylaşılan) varyans, özdeğer (Eigenvalue), Scree test kriteri gibi kavramlar kullanılmaktadır (Coşkun, Altunışık ve Yıldırım, 2017, 269).

Toplanan verilerin, kullanılan örneklemin faktör analizine uygunluğu KMO ile belirlenir. KMO değerinin 0,60 üzeri olması uygundur. KMO değerinin 0,80 ve üzeri olması ise oldukça güvenilir olarak görölmektedir (Demir, 2020; Kozak, 2018, 136).

Faktörlerin altında yer alan ifadelerin net olarak belirlenmesi, literatürde sıkça kullanılan Principal Component yöntemiyle gösterilebilir. Faktörlerin altında yer alacak ifade sayısının belirlenmesi amacıyla da Varimax yöntemi uygulanmaktadır. Bu aşamada faktör yükü değerinin 0,30 ve üzeri olması kabul edilmektedir. Ayrıca varyans değerinin 5,0'ın üzerinde, özdeğerinin ise 1,0'dan büyük olması faktörlerin kabul edilebilir olduğunu göstermektedir (Kartal ve Bardakçı, 2018). Faktör analizinde bir diğer sonuç ise Communalities değeridir. İfadelerin paylaştığı ortak varyans miktarını ifade eden bu değerin 0,30'üzerinde olması beklenmektedir (Karagöz, 2016).

Yenilikçi Örgüt İklimi Ölçeği'ne ilişkin faktör analizi sonuçları Çizelge 6'da ve İşe Adanmışlık Ölçeği'ne ilişkin faktör analizi sonuçları ise Çizelge 7'de sunulmuştur.

Çizelge 6. Yenilikçi Örgüt İklimi Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

Boyutlar	İfadeler	λ	C.	KMO	χ^2	df	p	A.T.V.
Takım Uyum	1. Bu işletmede takımlar işlerine bağlıdır.	0,832	0,733					
	2. Bu işletmede çalışanlar iş arkadaşlarına güvenemeyeceklerini düşünürler.	0,794	0,688					
	3. Bu işletmede takımlar arası iletişim özgür ve açıktır.	0,771	0,679					
	4. Bu işletmede çalışanlar nereye doğru ilerlediğimiz ve ne yapmaya çalıştığımız konusunda ortak bir vizyona sahip değildiler.	0,776	0,658					
Üst Yönetimin Desteği	5. Bu işletmede çalışanlar yöneticilerinin kendilerinden beklentilerini görmezden gelirler.	0,846	0,808					
	6. Bu işletmede çalışanlar yöneticileri tarafından yaratıcı işler yapmaları konusunda cesaretlendirildiklerini hissetmezler.	0,820	0,759					
	7. Bu işletmede çalışanlar yaptıkları işler hakkında üst yönetimin coşkulu ve inançlı olduklarını hissederler.	0,670	0,603					
	8. Bu işletmede yöneticiler işletme içindeki takımlarını desteklerler.	0,689	0,620	0,791	1370,03	190	0,000	69,001
Kaynaklar	9. Bu işletmede çalışanlar işlerini yapmak için bilgiye ihtiyaç duyarlarsa bu bilgiye işletme içiğinde kolaylıkla ulaşabilirler.	0,841	0,834					
	10. Bu işletmede çalışanlar işlerini yapmak için ihtiyaç duydukları kaynaklara genellikle ulaşırlar.	0,819	0,806					
	11. Bu işletmede çalışanların işlerini yapmak için ihtiyaç duydukları kaynaklara ulaşmaları zordur.	0,732	0,702					
	12. Bu işletmede çalışanlar, belirli bir zamanda tamamlamak üzere çok fazla işe sahiptirler.	0,778	0,661					
Özerklik	13. Bu işletmede çalışanlar işleri üzerinde kontrol sahibi olmadıklarını hissederler.	0,771	0,647					
	14. Bu işletmede çalışanlar işlerini nasıl yapacakları konusunda karar verme özgürlüğüne sahiptirler.	0,859	0,744					
	15. Bu işletmede çalışanlar kendi işlerini kendileri belirlerler.	0,825	0,709					
	16. Bu işletmede çalışanlar işlerini nasıl yapacakları konusunda söz hakkına sahip değildir.	0,753	0,675					

Çizelge 6 - devamı

Yeniliğe Açıklık	17. Bu işletmede çalışanlar başarısızlıkla sonuçlansa bile risk almaları konusunda cesaretlendirilirler.	0,824	0,705
	18. Bu işletmede yeni fikirlere genellikle karşı çıkılır.	0,740	0,650
	19. Bu işletmede örgütsel değişiklikleri gerçekleştirmek genellikle zordur.	0,639	0,578
	20. Bu işletmede yenilik ödüllendirilir.	0,732	0,544

AFA= Principal Components; Varimax; Varyans değeri 5,0 üstünde; Özdeğeri 1,0 üstünde; λ: Faktör Yüğü; C.: Paylaşılan; Varyans Değeri (Communalities); Öz Değer (Eigenvalues); A.T.V.: Açıklanan Toplam Varyans

Yenilikçi Örgüt İklimi Ölçeği'ne ilişkin faktör analizi sonucunda ölçekte yer alan 20 ifadenin 5 faktör altında yer aldığı ve her bir faktörün özdeğerinin (Eigenvalue) 1'den büyük olduğu tespit edilmiştir. 5 faktör, toplan varyansın %69,001'ini açıklamaktadır. Birinci faktörü oluşturan 4 ifadenin faktör yükleri 0,832 ile 0,771 arasında, ikinci faktörü oluşturan 4 ifadenin faktör yükleri 0,846 ile 0,670 arasında, üçüncü faktörü oluşturan 4 ifadenin faktör yükleri 0,841 ile 0,732 arasında, dördüncü faktörü oluşturan 4 ifadenin faktör yükleri 0,859 ile 0,753 arasında ve beşinci faktörü oluşturan 4 ifadenin faktör yükleri ise 0,824 ile 0,639 arasında yer almaktadır. Ölçeğe, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Yeterliliği Ölçütü ile Barlett Testi uygulanmış ve KMO değeri 0,791 olarak bulgulanmıştır. Elde edilen bu verilerin istatistiksel olarak kabul edilebilir düzeyde olduğu söylenebilir.

Çizelge 7. İşe Adanmışlık Ölçeği Faktör Analizi Sonuçları

Boyutlar	İfadeler	λ	C.	KMO	χ^2	df	p	A.T.V.
Canlılık	1. İşimde kendimi enerji dolu hissedirim.	0,747	0,625	0,898	1692,95	136	0,000	71,089
	2. İşimde kendimi güçlü ve canlı hissedirim.	0,809	0,741					
	3. Sabah kalktığımda işe gitmek için istekli olurum.	0,734	0,658					
	4. Bir seferde çok uzun saatler çalışabilirim.	0,707	0,536					

Çizelge 7 - devamı

	5. İşimde zihinsel olarak çok dayanıklıyım.	0,815	0,716
	6. İşler iyi gitmese bile işime her zaman azimle devam ederim.	0,807	0,684
	7. Yaptığım işi anlam ve amaç dolu bulurum.	0,785	0,767
	8. İşim konusunda hevesliyim.	0,832	0,852
Adanmışlık	9. İşim bana ilham verir.	0,795	0,777
	10. Yaptığım işle gurur duyarım.	0,806	0,780
	11. Bana göre işim ilgi çekicidir.	0,777	0,712
	12. Çalışırken zamanın nasıl geçtiğini alamam.	0,718	0,649
	13. Çalışırken etrafımdaki her şeyi unuturum.	0,822	0,732
Yoğunlaşma	14. Yoğun bir şekilde çalışırken mutlu hissederim.	0,774	0,690
	15. İşime dalmış durumdayım.	0,830	0,763
	16. Çalışırken yaptığım işe kendimi kaptırırım.	0,844	0,781
	17. Kendimi işimden ayırmam zordur.	0,725	0,624

AFA= Principal Components; Varimax; Varyans değeri 5,0 üstünde; Özdeğeri 1,0 üstünde; λ : Faktör Yüktü; C.: Paylaşılan; Varyans Değeri (Communalities); Öz Değer (Eigenvalues); A.T.V.: Açıklanan Toplam Varyans

İşe Adanmışlık Ölçeği'ne ilişkin faktör analizi sonucunda ölçekte yer alan 17 ifadenin 3 faktör altında yer aldığı ve her bir faktörün özdeğerinin (Eigenvalue) 1'den büyük olduğu tespit edilmiştir. 3 faktör, toplan varyansın %71,089'unu açıklamaktadır. Birinci faktörü oluşturan 6 ifadenin faktör yükleri 0,809 ile 0,707 arasında, ikinci faktörü oluşturan 5 ifadenin faktör yükleri 0,832 ile 0,777 arasında, üçüncü faktörü oluşturan 6 ifadenin faktör yükleri ise 0,844 ile 0,718 arasında yer almaktadır. Ölçeğe, Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) Örneklem Yeterliliği Ölçütü ile Barlett Testi uygulanmış ve KMO değeri 0,898 olarak bulgulanmıştır. Elde edilen bu verilerin istatistiksel olarak kabul edilebilir düzeyde olduğu söylenebilir.

4. 4. Ölçek İfadelerine Verilen Cevaplara Yönelik Betimsel Sonuçlar

Bu bölümde ölçek sorularına verilen yanıtlara dayanarak elde edilen frekans, ortalama ve standart sapmalar çizelgelerde gösterilmiştir.

Çizelge 8. Yenilikçi Örgüt İklimi Ölçeği İfadeleri

İfadeler	A (%)	B (%)	C (%)	D (%)	E (%)	\bar{X}	SS
1. Bu işletmede takımlar işlerine bağlıdır.	0,7	3,7	11,2	54,5	29,9	4,09	0,790
2. Bu işletmede çalışanlar iş arkadaşlarına güvenemeyeceklerini düşünürler. *	0,7	17,9	14,2	35,1	32,1	3,80	1,102
3. Bu işletmede takımlar arası iletişim özgür ve açıktır.	0,7	7,5	13,4	47,8	30,6	4,00	0,901
4. Bu işletmede çalışanlar nereye doğru ilerlediğimiz ve ne yapmaya çalıştığımız konusunda ortak bir vizyona sahip değildiler. *	0,7	10,4	20,9	37,3	30,6	3,87	0,995
5. Bu işletmede çalışanlar yöneticilerinin kendilerinden beklentilerini görmezden gelirler. *	5,2	6,0	11,9	43,3	33,6	3,94	1,081
6. Bu işletmede çalışanlar yöneticileri tarafından yaratıcı işler yapmaları konusunda cesaretlendirildiklerini hissetmezler. *	3,0	11,9	20,9	43,3	20,9	3,67	1,032
7. Bu işletmede çalışanlar yaptıkları işler hakkında üst yönetimin coşkulu ve inançlı olduklarını hissediler.	3,7	5,2	19,4	57,5	14,2	3,73	0,902
8. Bu işletmede yöneticiler işletme içindeki takımlarını desteklerler.	1,5	9,0	4,5	64,2	20,9	3,94	0,865
9. Bu işletmede çalışanlar işlerini yapmak için bilgiye ihtiyaç duyarlarsa bu bilgiye işletme içerisinde kolaylıkla ulaşabilirler.	3,0	4,5	10,4	56,7	25,4	3,97	0,901
10. Bu işletmede çalışanlar işlerini yapmak için ihtiyaç duydukları kaynaklara genellikle ulaşırlar.	5,2	4,5	9,0	56,7	24,6	3,91	0,992
11. Bu işletmede çalışanların işlerini yapmak için ihtiyaç duydukları kaynaklara ulaşmaları zordur. *	6,0	8,2	6,7	50,0	29,1	3,88	1,104
12. Bu işletmede çalışanlar, belirli bir zamanda tamamlamak üzere çok fazla işe sahiptirler.	5,2	12,7	29,1	29,9	23,1	3,53	1,135
13. Bu işletmede çalışanlar işleri üzerinde kontrol sahibi olmadıklarını hissediler. *	3,7	10,4	18,7	44,8	22,4	3,72	1,045
14. Bu işletmede çalışanlar işlerini nasıl yapacakları konusunda karar verme özgürlüğüne sahiptirler.	5,2	8,2	18,7	45,5	22,4	3,72	1,066
15. Bu işletmede çalışanlar kendi işlerini kendileri belirlerler.	5,2	31,3	27,6	17,9	17,9	3,12	1,189
16. Bu işletmede çalışanlar işlerini nasıl yapacakları konusunda söz hakkına sahip değildir. *	2,2	17,9	14,9	39,6	25,4	3,68	1,108

Çizelge 8 - devamı

17.Bu işletmede çalışanlar başarısızlıkla sonuçlansa bile risk almaları konusunda cesaretlendirilirler.	4,5	12,7	20,1	44,0	18,7	3,60	1,070
18.Bu işletmede yeni fikirlere genellikle karşı çıkılır. *	4,5	9,0	9,0	47,8	29,9	3,90	1,071
19.Bu işletmede örgütsel değişiklikleri gerçekleştirmek genellikle zordur. *	5,2	14,2	27,6	32,8	20,1	3,49	1,122
20.Bu işletmede yenilik ödüllendirilir.	6,0	17,9	15,7	38,1	22,4	3,53	1,193

A= Kesinlikle katılmıyorum; B= Katılmıyorum; C= Kararsızım; D= Katılıyorum; E= Kesinlikle Katılıyorum
* Ters Puanlanmış İfade

Yenilikçi Örgüt İklimi Ölçeği ifadelerine verilen cevapların frekans dağılımı çizelge 3’te gösterilmiştir. En yüksek ortalamaya sahip ifade ($\bar{x}=4,09$) “Bu işletmede takımlar işlerine bağlıdır” olurken; en düşük ortalamaya sahip ifade ($\bar{x}=3,12$) ile “Bu işletmede çalışanlar kendi işlerini kendileri belirlerler” olmuştur.

Çizelge 9. İşe Adanmışlık Ölçeği İfadeleri

İfadeler	A (%)	B (%)	C (%)	D (%)	E (%)	\bar{X}	SS
1. İşimde kendimi enerji dolu hissedirim.	2,2	3,7	8,2	49,3	36,6	4,14	0,886
2. İşimde kendimi güçlü ve canlı hissedirim.	1,5	2,2	7,5	53,0	35,8	4,19	0,790
3. Sabah kalktığımda işe gitmek için istekli olurum.	2,2	5,2	20,1	47,8	24,6	3,87	0,921
4. Bir seferde çok uzun saatler çalışabilirim.	3,0	9,7	12,7	34,3	40,3	3,99	1,093
5. İşimde zihinsel olarak çok dayanıklıyım.	2,2	3,7	9,7	44,8	39,6	4,16	0,908
6. İşler iyi gitmese bile işime her zaman azimle devam ederim.	2,2	3,0	12,7	43,3	38,8	4,13	0,908
7. Yaptığım işi anlam ve amaç dolu bulurum.	3,0	4,5	10,4	44,0	38,1	4,10	0,965
8. İşim konusunda hevesliyim.	3,0	0,7	9,7	42,5	44,0	4,24	0,886
9. İşim bana ilham verir.	2,2	3,7	14,2	46,3	33,6	4,05	0,912
10. Yaptığım işle gurur duyarım.	3,7	2,2	9,7	42,5	41,8	4,16	0,959
11. Bana göre işim ilgi çekicidir.	4,5	3,7	20,1	33,6	38,1	3,97	1,069
12. Çalışırken zamanın nasıl geçtiğini alamam.	3,7	6,0	5,2	41,0	44,0	4,16	1,025
13. Çalışırken etrafımdaki her şeyi unuturum.	3,7	14,2	15,7	35,1	31,3	3,76	1,152
14. Yoğun bir şekilde çalışırken mutlu hissedirim.	3,0	7,5	17,2	35,1	37,3	3,96	1,058

Çizelge 9 - devamı

15. İşime dalmış durumdayım.	3,0	9,7	17,2	42,5	27,6	3,82	1,039
16. Çalışırken yaptığım işe kendimi kaptırıyorum.	3,7	5,2	8,2	41,8	41,0	4,11	1,016
17. Kendimi işimden ayırmam zordur.	1,5	12,7	23,9	29,1	32,8	3,79	1,084

A= Kesinlikle katılmıyorum; B= Katılmıyorum; C= Kararsızım; D= Katılıyorum; E= Kesinlikle Katılıyorum

İşe Adanmışlık Ölçeği ifadelerine verilen cevapların frekans dağılımı çizelgede gösterilmiştir. En yüksek ortalamaya sahip ifade ($x=4,24$) “İşim konusunda hevesliyim” olurken; en düşük ortalamaya sahip ifade ($x=3,76$) ile “Çalışırken etrafımdaki her şeyi unuturum” olmuştur.

4. 5. Ölçeklerin Normal Dağılım Testlerine İlişkin Sonuçlar

Literatürde sıklıkla kullanılan korelasyon, t-testi, varyans analizi (ANOVA) ve kovaryans analizi (ANCOVA) gibi parametrik testlerin temel varsayımlardan birisi normal dağılımdır (Uysal ve Kılıç, 2022, s. 222). Normal dağılım testinin iki bileşeni çarpıklık ve basıklık değeridir.

Veri dağılımına bakıldığında literatürde farklı görüşler hâkim olsa da bu yönde Kline (2016) tarafından işaret edilen referans aralığı benimsenmiştir. Buna göre, Kline (2016) basıklık puanının $< 8,0$ ve çarpıklığın $< 3,0$ olmasının verilerin normal dağılımı açısından anlamlı bulmuştur. Bu araştırma kapsamında elde edilen sonucun bu anlamda yeterli olduğu söylenebilir.

Araştırmada kullanılan ölçeklerin çarpıklık ve basıklık değerleri Çizelge 10 ve Çizelge 11’de sunulmuştur.

Çizelge 10. Yenilikçi Örgüt İklimi Ölçeğinin Çarpıklık Basıklık Değerleri

	İfadeler	Çarpıklık	Basıklık
Takım Uyumu	1	-0,998	1,687
	2	-0,549	-0,884
	3	-0,876	0,510
	4	-0,564	-0,492
Üst Yönetimin Desteği	5	-1,184	0,991
	6	-0,638	-0,137
	7	-1,122	1,653
	8	-1,299	1,982
Kaynaklar	9	-1,320	2,339
	10	-1,412	2,101
	11	-1,224	0,930
	12	-0,404	-0,560
Özerklik	13	-0,772	0,112
	14	-0,883	0,369
	15	0,229	-1,017
	16	-0,547	-0,699
Yeniliğe Açıklık	17	-0,668	-0,155
	18	-1,131	0,782
	19	-0,400	-0,555
	20	-0,530	-0,728

Çizelge 11. İşe Adanmışlık Ölçeğinin Çarpıklık Basıklık Değerleri

	İfadeler	Çarpıklık	Basıklık
Canlılık	1	-1,404	2,594
	2	-1,383	3,368
	3	-0,857	0,860
	4	-1,001	0,222
	5	-1,356	2,205
	6	-1,250	1,912
Adanmışlık	7	-1,320	1,822
	8	-1,610	3,522
	9	-1,130	1,577
	10	-1,529	2,674
	11	-1,028	0,692
Yoğunlaşma	12	-1,511	2,006
	13	-0,689	-0,476
	14	-0,931	0,288
	15	-0,816	0,153
	16	-1,406	1,795
	17	-0,473	-0,770

4. 6. Yenilikçi Örgüt İklimi ve İşe Adanmışlık Arasındaki İlişkinin Ölçülmesine Yönelik Korelasyon Analizi

Korelasyon analizi, iki değişken arasındaki ilişkinin veya bağımlılığın şiddetini belirlemeye yönelik aralık ve rasyo seviyesinde ölçülmüş bir analiz tekniğidir (Coşkun, Altunışık ve Yıldırım, 2017, s. 235). Korelasyon analizi bir değişkenin diğer bir değişken ile ilişkisinin ölçülmesine aracılık etmekte ve iki değişken arasındaki ilişkinin yönünü göstermektedir (Kozak, 2018, s. 134).

Korelasyon analizi neticesinde hesaplanan korelasyon katsayısı “r” ile gösterilir ve -1 ile +1 arası değerler alabilir. Katsayının +1 olması iki değişken arasında mükemmel bir doğrusal ilişkinin olduğunu gösterirken, katsayının-1 olması ise değişkenler arasında mükemmel bir ilişkinin olduğu fakat ilişkinin yönünün ters olduğu anlamına gelmektedir. Katsayının sıfır olması ise iki değişken arasında herhangi bir ilişkinin olmadığını ifade etmektedir (Coşkun, Altunışık ve Yıldırım, 2017, 235-236).

Balıkesir il merkezinde faaliyette bulunan 4 ve 5 yıldızlı otel işletmeleri çalışanlarının yenilikçi örgüt iklimi algısı ve işe adanmışlık düzeyleri arasındaki ilişkiyi test etmek amacıyla araştırma verilerine korelasyon analizi uygulanmıştır. Yapılan korelasyon analizi ile genel itibariyle istatistiksel olarak anlamlı bulgular elde edilmiş ve sonuçlar Çizelge 12’de sunulmuştur.

Çizelge 12. Yenilikçi Örgüt İklimi ve İşe Adanmışlık Arasındaki İlişki Sonuçları

	Yenilikçi Örgüt İklimi	Takım Uyumu	Üst Yönetimin Desteği	Kaynaklar	Özerklik	Yeniliğe Açıklık	İşe Adanmışlık	Canlılık	Adanmışlık	Yoğunlaşma
Yenilikçi Örgüt İklimi	1									
Takım Uyumu	0,597**	1								
Üst Yönetimin Desteği	0,748**	0,257**	1							
Kaynaklar	0,654**	0,248**	0,440**	1						
Özerklik	0,533**	0,233**	0,240**	0,115	1					
Yeniliğe Açıklık	0,605**	0,196*	0,418**	0,243**	0,034	1				
İşe Adanmışlık	0,348**	0,218*	0,271**	0,227**	0,161	0,216*	1			
Canlılık	0,359**	0,250**	0,262**	0,259**	0,173*	0,188*	0,771**	1		
Adanmışlık	0,308**	0,197*	0,237**	0,215*	0,132	0,188*	0,851**	0,535**	1	
Yoğunlaşma	0,206*	0,106	0,178*	0,103	0,097	0,161	0,839**	0,404**	0,597**	1

*<0,05; **<0,01; *Pearson Korelasyon Testi*

Yenilikçi Örgüt İklimi ile İşe Adanmışlık arasında düşük düzeyde olsa da ($r= 0,348^{**}$) istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Elde edilen bu sonuca göre H_1 hipotezi desteklenmiştir.

Yenilikçi örgüt ikliminin alt boyutları ile işe adanmışlık arasındaki ilişkiler test edilmiştir. Yenilikçi örgüt ikliminin alt boyutları olan takım uyumu ($r=0,218^*$), üst yönetimin desteği ($r=0,271^{**}$), kaynaklar ($r=0,227^{**}$) ve yeniliğe açıklık ($r=0,216^*$) ile işe adanmışlık arasında anlamlı ve pozitif yönlü ilişkiler tespit edilmiştir. Yenilikçi örgüt ikliminin alt boyutu olan özerklik ($r=0,161$) ile işe adanmışlık arasında ise anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki olmadığı sonucu elde edilmiştir. Elde edilen bu veriler göre H_{2a} , H_{2b} , H_{2c} ve H_{2d} hipotezi desteklenmiş ancak H_{2e} hipotezi desteklenmemiştir.

İşe adanmışlık alt boyutları ile yenilikçi örgüt iklimi arasındaki ilişkiler test edilmiştir. İşe adanmışlığın alt boyutları olan canlılık ($r=0,359^{**}$), adanmışlık ($r=0,308^{**}$) ve yoğunlaşma ($r=0,206^*$) ile yenilikçi örgüt iklimi arasında anlamlı ve pozitif yönlü ilişkiler tespit edilmiştir.. Elde edilen bu verilere göre H_{3a} , H_{3b} , H_{3c} hipotezleri desteklenmiştir.

Hipotezlerin test edilmesi yanı sıra yenilikçi örgüt ikliminin ve işe adanmışlığın kendi alt boyutları ile aralarındaki ilişki de korelasyon analizi ile test edilmiştir.

Yenilikçi örgüt iklimi ve alt boyutları arasındaki ilişki analiz edildiğinde yönetimin desteği alt boyutu ($r=0,748^{**}$) ile yenilikçi örgüt iklimi arasında oldukça kuvvetli bir ilişkinin var olduğu ve bunu sırasıyla kaynaklar ($r=0,654^{**}$), yeniliğe açıklık ($0,605^{**}$), takım uyumu ($r=0,597^{**}$) ve özerklik ($r=0,533^{**}$) boyutlarının takip ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu verilere göre, üst yönetimin desteği arttıkça yenilikçi örgüt ikliminin sağlanacağı ve sürdürülebilir olacağı söylenebilir.

İşe adanmışlık ve alt boyutları arasındaki ilişki analiz edildiğinde ise adanmışlık alt boyutu ($r=0,851^{**}$) ile işe adanmışlık arasında oldukça kuvvetli bir ilişkinin var olduğu ve bunu sırasıyla yoğunlaşma ($r=0,839^{**}$) ve canlılık ($r=0,771^{**}$) boyutlarının takip ettiği sonucuna ulaşılmıştır. Bu verilere göre,

çalışanlar kendilerini adayarak çalıştıklarında işletme genelindeki işe adanmışlığın varlığının sağlanacağı söylenebilir.

4.7. Yenilikçi Örgüt İklimi ve İşe Adanmışlığın Betimsel Sonuçlara Göre Karşılaştırma Sonuçları

Ortalamalar arasındaki farkın anlamlılığını test etmek için t-testi ve çoklu gruplar için kullanılan ANOVA varyans analizinin başlıca tekniğidir (Köse ve Öztemur, 2014, s.404).

Araştırmanın bu bölümünde çalışanların işe adanmışlık ve yenilikçi örgüt iklimi eğilimlerinin cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, çalışılan departman, unvan, işletmedeki çalışma süresi ve sektördeki çalışma süresi değişkenlerine göre istatistiksel olarak karşılaştırılmıştır.

Çizelge 13. Çalışanların Cinsiyetlerine Göre Yenilikçi Örgüt İkliminin Karşılaştırılması

Boyutlar	Cinsiyet	n	\bar{X}	SS	t	p
Takım Uyumu	Kadın	83	3,91	0,724	-0,494	0,622
	Erkek	51	3,98	0,840		
Üst Yönetimin Desteği	Kadın	83	3,80	0,826	-0,300	0,765
	Erkek	51	3,84	0,812		
Kaynaklar	Kadın	83	3,90	0,714	1,344	0,181
	Erkek	51	3,69	1,045		
Özerklik	Kadın	83	3,55	0,826	-0,059	0,953
	Erkek	51	3,56	1,017		
Yeniliğe Açıklık	Kadın	83	3,59	0,867	-0,626	0,532
	Erkek	51	3,68	0,849		

Independent Samples t-Test: İki Grup Ortalamasının Karşılaştırılma Testi

Çalışanların cinsiyetlerine göre yenilikçi örgüt iklimine yönelik algı düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir bulguya rastlanılmamıştır ($p>0,05$). Buna göre, yenilikçi örgüt iklimi açısından cinsiyetin belirleyici bir rol üstlenmediği söylenebilir.

Çizelge 14. Çalışanların Yaşlarına Göre Yenilikçi Örgüt İkliminin Karşılaştırılması

Boyutlar	Yaş	n	\bar{X}	SS	F	p
Takım Uyumunu	18-22	24	3,91	0,645	0,010	0,999
	23-27	27	3,95	0,750		
	28-32	25	3,94	0,958		
	33 ve üzeri	58	3,93	0,752		
Üst Yönetimin Desteği	18-22	24	3,93	0,734	0,591	0,622
	23-27	27	3,64	0,809		
	28-32	25	3,87	0,866		
	33 ve üzeri	58	3,83	0,842		
Kaynaklar	18-22	24	3,84	0,743	1,760	0,158
	23-27	27	3,50	0,985		
	28-32	25	3,85	1,053		
	33 ve üzeri	58	3,95	0,718		
Özerklik	18-22	24	3,64	0,744	0,577	0,631
	23-27	27	3,47	0,770		
	28-32	25	3,73	0,904		
	33 ve üzeri	58	3,48	1,013		
Yeniliğe Açıklık	18-22	24	3,80	0,783	1,629	0,186
	23-27	27	3,32	0,942		
	28-32	25	3,74	0,977		
	33 ve üzeri	58	3,64	0,776		

One Way ANOVA: İki'den Fazla Grup Ortalaması Karşılaştırma Testi

Çalışanların yaşlarına göre yenilikçi örgüt iklimine yönelik algı düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir bulguya rastlanılmamıştır ($p>0,05$). Buna göre, yenilikçi örgüt iklimi açısından yaşın belirleyici bir rol üstlenmediği söylenebilir.

Çizelge 15. Çalışanların Medeni Durumlarına Göre Yenilikçi Örgüt İkliminin Karşılaştırılması

Boyutlar	Medeni Durum	n	\bar{X}	SS	t	p
Takım Uyumu	Evli	73	3,96	0,810	0,392	0,695
	Bekar	61	3,90	0,720		
Üst Yönetimin Desteği	Evli	73	3,86	0,843	0,703	0,483
	Bekar	61	3,76	0,790		
Kaynaklar	Evli	73	3,99	0,747	2,568	0,011
	Bekar	61	3,61	0,939		
Özerklik	Evli	73	3,58	0,953	0,438	0,662
	Bekar	61	3,52	0,838		
Yeniliğe Açıklık	Evli	73	3,68	0,800	0,805	0,422
	Bekar	61	3,56	0,926		

Independent Samples t-Test: İki Grup Ortalamasının Karşılaştırılma Testi

Çalışanların yenilikçi örgüt iklim düzeylerinin medeni duruma göre karşılaştırılması sonucu istatistiksel olarak anlamlı farkın olduğu anlaşılmıştır ($p<0,05$). Buna göre, evlilerin (\bar{X} : 3,99) bekarlara (\bar{X} : 3,61) oranla daha yüksek bir kaynaklar alt boyutu puan ortalamasına sahip oldukları tespit edilmiştir. Dolayısıyla yenilikçi örgüt ikliminin kaynaklar alt boyutuna göre medeni durumun belirleyici bir unsur olduğu söylenebilir. Öte yandan medeni duruma göre; takım uyumu, üst yönetimin desteği, özerklik-bağımsızlık ve yeniliğe açıklık düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir bulguya rastlanılmamıştır ($p>0,05$). Bu sonuç medeni durum

değişkeninin takım uyumu, üst yönetimin desteği, özerklik-bağımsızlık ve yeniliğe açıklık düzeyleri açısından belirleyici bir unsur olmadığına işaret ediyor olabilir.

Çizelge 16. Çalışanların Eğitim Durumuna Göre Yenilikçi Örgüt İkliminin Karşılaştırılması

Boyutlar	Eğitim Durumu	n	\bar{X}	SS	F	p
Takım Uyumu	İlkokul/Ortaokul	31	3,95	0,871	0,089	0,966
	Lise	45	3,93	0,681		
	Önlisans/Lisans	54	3,92	0,806		
	Lisansüstü	4	4,12	0,478		
Üst Yönetimin Desteği	İlkokul/Ortaokul	31	3,73	0,995	1,224	0,304
	Lise	45	3,71	0,848		
	Önlisans/Lisans	54	3,91	0,679		
	Lisansüstü	4	4,37	0,478		
Kaynaklar	İlkokul/Ortaokul	31	3,95	0,811	0,878	0,454
	Lise	45	3,87	0,739		
	Önlisans/Lisans	54	3,68	0,989		
	Lisansüstü	4	4,06	0,239		
Özerklik	İlkokul/Ortaokul	31	3,42	1,037	1,645	0,182
	Lise	45	3,40	0,946		
	Önlisans/Lisans	54	3,76	0,749		
	Lisansüstü	4	3,56	0,875		
Yeniliğe Açıklık	İlkokul/Ortaokul	31	3,65	0,802	0,775	0,510
	Lise	45	3,57	0,780		
	Önlisans/Lisans	54	3,61	0,967		
	Lisansüstü	4	4,25	0,456		

One Way ANOVA: İki den Fazla Grup Ortalaması Karşılaştırma Testi

Çalışanların eğitim durumuna göre yenilikçi örgüt iklimine yönelik algı düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir bulguya rastlanılmamıştır ($p>0,05$). Buradan hareketle yenilikçi örgüt ikliminin altında yer alan takım uyumu, üst yönetimin desteği, özerklik-bağımsızlık ve yeniliğe açıklık düzeyleri açısından eğitim durumunun belirleyici bir rol üstlenmediği söylenebilir.

Çizelge 17. Çalışanların Çalışılan Departmana Göre Yenilikçi Örgüt İkliminin Karşılaştırılması

Boyutlar	Departman	n	\bar{X}	SS	F	p
Takım Uyumu	Ön Büro	27	3,89	0,456	0,207	0,934
	Kat Hizmetleri	39	3,96	0,780		
	Satış Pazarlama	22	3,82	0,961		
	İnsan Kaynakları	14	4,03	0,775		
	Diğer	32	3,96	0,856		
Üst Yönetimin Desteği	Ön Büro	27	3,93	0,530	0,863	0,488
	Kat Hizmetleri	39	3,70	0,974		
	Satış Pazarlama	22	3,70	0,871		
	İnsan Kaynakları	14	4,10	0,640		
	Diğer	32	3,82	0,842		
Kaynaklar	Ön Büro	27	3,87	0,711	2,195	0,073
	Kat Hizmetleri	39	3,99	0,650		
	Satış Pazarlama	22	3,40	1,191		
	İnsan Kaynakları	14	4,08	0,422		
	Diğer	32	3,73	0,987		
Özerklik	Ön Büro	27	3,25	0,902	2,230	0,069
	Kat Hizmetleri	39	3,39	1,000		
	Satış Pazarlama	22	3,84	0,696		
	İnsan Kaynakları	14	3,83	0,662		
	Diğer	32	3,69	0,900		

Çizelge 17 - devamı

	Ön Büro	27	3,72	0,568		
	Kat Hizmetleri	39	3,42	0,865		
Yeniliğe Açıklık	Satış Pazarlama	22	3,69	0,889	0,770	0,547
	İnsan Kaynakları	14	3,62	1,059		
	Diğer	32	3,74	0,945		

One Way ANOVA: İkidem Fazla Grup Ortalaması Karşılaştırma Testi

Çalışanların buldukları departmanlara göre yenilikçi örgüt iklimine yönelik algı düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir bulguya rastlanılmamıştır ($p>0,05$). Buradan hareketle yenilikçi örgüt ikliminin altında yer alan takım uyumu, üst yönetimin desteği, özerklik-bağımsızlık ve yeniliğe açıklık düzeyleri açısından çalışılan departmanın belirleyici bir rol üstlenmediği söylenebilir.

Çizelge 18. Çalışanların Unvanına Göre Yenilikçi Örgüt İkliminin Karşılaştırılması

Boyutlar	Unvan	n	\bar{X}	SS	F	p
Takım Uyumu	Yönetici	12	4,16	0,417		
	Şef	11	4,11	1,185	0,969	0,440
	Ast	111	15,6	2,942		
Üst Yönetimin Desteği	Yönetici	12	4,16	0,525		
	Şef	11	3,93	1,118	0,743	0,593
	Ast	111	15,08	3,193		
Kaynaklar	Yönetici	12	3,70	0,922		
	Şef	11	3,59	1,338	0,309	0,907
	Ast	111	15,42	3,091		

Çizelge 18 - devamı

	Yönetici	12	3,83	0,651		
Özerklik	Şef	11	3,84	0,768	2,051	0,076
	Ast	111	14,03	3,613		
	Yönetici	12	4,18	0,683		
Yeniliğe Açıklık	Şef	11	3,68	0,902	2,069	0,073
	Ast	111	14,6	3,208		

One Way ANOVA: İki den Fazla Grup Ortalaması Karşılaştırma Testi

Çalışanların unvanlarına göre yenilikçi örgüt iklimine yönelik algı düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir bulguya rastlanılmamıştır ($p > 0,05$). Buradan hareketle yenilikçi örgüt ikliminin altında yer alan takım uyumu, üst yönetimin desteği, özerklik-bağımsızlık ve yeniliğe açıklık düzeyleri açısından unvanın belirleyici bir rol üstlenmediği söylenebilir.

Çizelge 19. Çalışanların İşletmedeki Çalışma Süresine Göre Yenilikçi Örgüt İkliminin Karşılaştırılması

Boyutlar	İşletmedeki Çalışma Süresi	n	\bar{X}	SS	F	p
Takım Uyumu	1 Yıdan Az	52	3,91	0,882		
	1-5 Yıl Arası	66	3,93	0,699	0,071	0,975
	6-10 Yıl Arası	12	4,00	0,682		
	11 Yıl ve Üzeri	4	4,06	0,773		
Üst Yönetimin Desteği	1 Yıdan Az	52	3,68	0,977		
	1-5 Yıl Arası	66	3,96	0,617	2,245	0,066
	6-10 Yıl Arası	12	3,85	0,869		
	11 Yıl ve Üzeri	4	3,06	0,898		

Çizelge 19 - devamı

Kaynaklar	1 Yıldan Az	52	3,71	0,985	0,498	0,685
	1-5 Yıl Arası	66	3,88	0,793		
	6-10 Yıl Arası	12	3,95	0,737		
	11 Yıl ve Üzeri	4	3,87	0,322		
Özerklik	1 Yıldan Az	52	3,52	0,942	0,670	0,572
	1-5 Yıl Arası	66	3,64	0,821		
	6-10 Yıl Arası	12	3,25	1,162		
	11 Yıl ve Üzeri	4	3,50	0,707		
Yeniliğe Açıklık	1 Yıldan Az	52	3,46	1,058	1,064	0,367
	1-5 Yıl Arası	66	3,72	0,702		
	6-10 Yıl Arası	12	3,72	0,661		
	11 Yıl ve Üzeri	4	3,81	0,746		

One Way ANOVA: İki den Fazla Grup Ortalaması Karşılaştırma Testi

Çalışanların buldukları işletmedeki çalışma sürelerine göre yenilikçi örgüt iklimine yönelik algı düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir bulguya rastlanılmamıştır ($p>0,05$). Buradan hareketle yenilikçi örgüt ikliminin altında yer alan takım uyumu, üst yönetimin desteği, özerklik-bağımsızlık ve yeniliğe açıklık düzeyleri açısından işletmedeki çalışma süresinin belirleyici bir rol üstlenmediği söylenebilir.

Çizelge 20. Çalışanların Sektördeki Çalışma Süresine Göre Yenilikçi Örgüt İkliminin Karşılaştırılması

Boyutlar	Sektördeki Çalışma Süresi	n	\bar{X}	SS	F	p
Takım Uyumu	1 Yıldan Az	29	3,87	0,751	0,177	0,912
	1-5 Yıl Arası	56	3,99	0,762		
	6-10 Yıl Arası	29	3,90	0,813		

Çizelge 20 - devamı

	11 Yıl ve Üzeri	20	4,93	0,790		
Üst Yönetimin Desteği	1 Yıllan Az	29	3,71	0,958		
	1-5 Yıl Arası	56	3,84	0,739	0,239	0,869
	6-10 Yıl Arası	29	3,81	0,918		
	11 Yıl ve Üzeri	20	3,90	0,694		
	1 Yıllan Az	29	3,70	0,908		
Kaynaklar	1-5 Yıl Arası	56	3,93	0,714	0,783	0,509
	6-10 Yıl Arası	29	3,68	1,105		
	11 Yıl ve Üzeri	20	3,88	0,749		
	1 Yıllan Az	29	3,43	0,888		
	1-5 Yıl Arası	56	3,65	0,791	0,910	0,438
Özerklik	6-10 Yıl Arası	29	3,38	1,127		
	11 Yıl ve Üzeri	20	3,71	0,804		
	1 Yıllan Az	29	3,35	1,096		
	1-5 Yıl Arası	56	3,66	0,737	2,118	0,101
	6-10 Yıl Arası	29	3,58	0,902		
Yeniliğe Açıklık	11 Yıl ve Üzeri	20	3,96	0,613		

One Way ANOVA: İkiiden Fazla Grup Ortalaması Karşılaştırma Testi

Çalışanların sektörde çalışma sürelerine göre yenilikçi örgüt iklimine yönelik algı düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir bulguya rastlanılmamıştır ($p>0,05$). Buradan hareketle yenilikçi örgüt ikliminin altında yer alan takım uyumu, üst yönetimin desteği, özerklik-bağımsızlık ve yeniliğe açıklık düzeyleri açısından sektördeki çalışma süresinin belirleyici bir rol üstlenmediği söylenebilir.

Çizelge 21. Çalışanların Cinsiyetlerine Göre İşe Adanmışlıklarının Karşılaştırılması

Boyutlar	Cinsiyet	n	\bar{X}	SS	t	p
Canlılık	Kadın	83	4,06	0,794	-0,355	0,723

Çizelge 21 - devamı

	Erkek	51	4,11	0,645		
Adanmışlık	Kadın	83	4,18	0,769		
	Erkek	51	3,97	0,944	1,425	0,156
Yoğunlaşma	Kadın	83	4,08	0,746		
	Erkek	51	3,68	1,036	2,368	0,020

Independent Samples t-Test: İki Grup Ortalamasının Karşılaştırılma Testi

Çalışanların işe adanmışlıklarının cinsiyete göre karşılaştırılması sonucu istatistiksel olarak anlamlı farkın olduğu anlaşılmıştır ($p < 0,05$). Buna göre, kadınların (\bar{X} : 4,08) erkeklere (\bar{X} : 3,68) oranla daha yüksek bir özümseme eğiliminde oldukları tespit edilmiştir. Dolayısıyla cinsiyetin işe adanmışlığın özümseme düzeyinde belirleyici bir rol üstlendiği söylenebilir. Ancak canlılık ve adanmışlık boyutlarına göre cinsiyetin belirleyici bir rol üstlenmediği düşünülebilir.

Çizelge 22. Çalışanların Yaşlarına Göre İşe Adanmışlıklarının Karşılaştırılması

Boyutlar	Yaş	n	\bar{X}	SS	F	p	Tukey
Canlılık	18-22 Yaş Arası	24	3,97	0,518			
	23-27 Yaş Arası	27	3,69	1,013			
	28-32 Yaş Arası	25	3,98	0,880	5,725	0,001	33 ve üzeri > 23-27 yaş
	33 Yaş ve Üzeri	58	4,34	0,471			
Adanmışlık	18-22 Yaş Arası	24	4,01	0,729			
	23-27 Yaş Arası	27	3,84	0,997	2,911	0,037	
	28-32 Yaş Arası	25	3,92	1,043			
	33 Yaş ve Üzeri	58	4,33	0,653			
Yoğunlaşma	18-22 Yaş Arası	24	3,83	0,780			
	23-27 Yaş Arası	27	3,91	0,809	0,569	0,637	
	28-32 Yaş Arası	25	3,80	1,060			
	33 Yaş ve Üzeri	58	4,04	0,888			

One Way ANOVA: İki'den Fazla Grup Ortalaması Karşılaştırma Testi

Çalışanların yaşlarına göre işe adanmışlığın canlılık ve adanmışlık düzeylerinde yapılan istatistiksel karşılaştırmada anlamlı bir fark tespit edilmiştir ($p<0,05$). Buna göre anlamlı çıkan boyutların hangi gruplara göre farklılaştığını bulmak amacı ile yapılan Tukey testi sonucunda, 33 yaş ve üzerinde olanların ($\bar{X}:4,34$) 23-27 yaş arasındaki ($\bar{X}:3,69$) çalışanlara oranla daha yüksek bir canlılık eğiliminde oldukları tespit edilmiştir. Dolayısıyla yaşın işe adanmışlığın canlılık düzeyinde belirleyici bir rol üstlendiği söylenebilir. Öte yandan işe adanmışlığın adanmışlık boyutunda istatistiksel açıdan anlamlı bir fark bulunmuş olsa da bu farkı meydana getiren grubun istatistiksel olarak anlamlı bulunmaması nedeniyle söz konusu adanmışlık düzeyinin hangi yaş grubunda farkı ortaya koyduğu gözlemlenememiştir ($p>0,05$). Ayrıca işe adanmışlığın özümseme boyutunda da istatistiksel olarak anlamlı bir bulguya rastlanılmamıştır ($p>0,05$). Çıkan sonuçtan hareketle yaş değişkeninin işe adanmışlığın özümseme düzeyinde belirleyici bir rol üstlenmediği düşünülebilir.

Çizelge 23. Çalışanların Medeni Durumlarına Göre İşe Adanmışlıklarının Karşılaştırılması

Boyutlar	Medeni Durum	n	\bar{X}	SS	t	p
Canlılık	Evli	73	4,22	0,698	2,557	0,012
	Bekar	61	3,90	0,753		
Adanmışlık	Evli	73	4,34	0,586	3,675	0,000
	Bekar	61	3,81	1,001		
Yoğunlaşma	Evli	73	4,04	0,872	1,604	0,111
	Bekar	61	3,80	0,890		

Independent Samples t-Test: İki Grup Ortalamasının Karşılaştırılma Testi

Çalışanların işe adanmışlıklarının medeni duruma göre karşılaştırılması sonucu istatistiksel olarak anlamlı bir farkın olduğu anlaşılmıştır ($p<0,05$). Buna göre, evli olanların (Canlılık \bar{X} : 4,22; Adanmışlık \bar{X} : 4,34) bekar olanlara (Canlılık \bar{X} : 3,90; Adanmışlık \bar{X} : 3,81) oranla daha yüksek bir canlılık ve adanmışlık eğiliminde oldukları tespit edilmiştir ($p<0,05$). Bu duruma bağlı olarak medeni

durumun işe adanmışlığın canlılık ve adanmışlık eğilimi açısından belirleyici bir unsur olduğu söylenebilir. Ancak özümseme düzeyinde medeni durumun belirleyici olmadığı söylenebilir.

Çizelge 24. Çalışanların Eğitim Durumuna Göre İşe Adanmışlıklarının Karşılaştırılması

Boyutlar	Eğitim Durumu	n	\bar{X}	SS	F	p	Tukey
Canlılık	İlkokul/Ortaokul	31	4,37	0,438	4,168	0,007	İlkokul/Ortaokul>Önlisans/Lisans
	Lise	45	4,07	0,679			
	Önlisans/Lisans	54	3,87	0,867			
	Lisansüstü	4	4,70	0,343			
Adanmışlık	İlkokul/Ortaokul	31	4,29	0,581	2,829	0,041	
	Lise	45	4,09	0,802			
	Önlisans/Lisans	54	3,93	2,973			
	Lisansüstü	4	5,00	2,000			
Yoğunlaşma	İlkokul/Ortaokul	31	4,24	0,753	3,271	0,023	
	Lise	45	3,87	0,839			
	Önlisans/Lisans	54	3,75	0,957			
	Lisansüstü	4	4,70	0,393			

One Way ANOVA: İkidem Fazla Grup Ortalaması Karşılaştırma Testi

Çalışanların eğitim durumlarına göre işe adanmışlık karşılaştırmasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark bulunmuştur ($p<0,05$). Buna göre, İlkokul/Ortaokul düzeyinde olanların (\bar{X} : 4,37) Önlisans/Lisans düzeyinde olanlara (\bar{X} : 3,87) oranla daha yüksek bir canlılık eğiliminde oldukları tespit edilmiştir ($p<0,05$). Adanmışlık ve özümseme alt boyutları incelendiğinde eğitim durumuna göre genel olarak bir fark oluşsa da farkı meydana getiren grubun hangisi olduğu yapılan Tukey testine göre bulunamamıştır ($p>0,05$). Dolayısıyla eğitim durumu işe

adanmışlığın canlılık düzeyi açısından belirleyici bir rol oynarken adanmışlık ve özümseme eğilimleri açısından belirleyici olmadığı düşünülebilir.

Çizelge 25. Çalışanların Çalışılan Departmana Göre İşe Adanmışlıklarının Karşılaştırılması

Boyutlar	Departman	n	\bar{X}	SS	F	p
Canlılık	Ön Büro	27	3,85	0,902	2,004	0,098
	Kat Hizmetleri	39	4,31	0,452		
	Satış Pazarlama	22	4,04	0,650		
	İnsan Kaynakları	14	4,20	0,539		
	Diğer	32	3,96	0,929		
Adanmışlık	Ön Büro	27	3,78	1,243	1,458	0,219
	Kat Hizmetleri	39	4,22	0,613		
	Satış Pazarlama	22	4,07	0,897		
	İnsan Kaynakları	14	4,32	0,541		
	Diğer	32	4,15	0,699		
Yoğunlaşma	Ön Büro	27	3,73	1,074	0,863	0,488
	Kat Hizmetleri	39	4,05	0,851		
	Satış Pazarlama	22	3,90	0,858		
	İnsan Kaynakları	14	4,17	0,464		
	Diğer	32	3,85	0,912		

One Way ANOVA: İki den Fazla Grup Ortalaması Karşılaştırma Testi

Çalışanların buldukları departmanlara göre işe adanmışlık düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir bulguya rastlanılmamıştır ($p>0,05$). Bu sonuçtan hareketle çalışanların işe adanmışlıkları açısından çalışılan departmanın belirleyici bir rol üstlenmediği söylenebilir.

Çizelge 26. Çalışanların Unvanına Göre İşe Adanmışlıklarının Karşılaştırılması

Boyutlar	Unvan	n	\bar{X}	SS	F	p
Canlılık	Yönetici	12	4,02	1,061	0,538	0,747
	Şef	11	4,19	0,924		
	Ast	111	16,29	2,633		
Adanmışlık	Yönetici	12	4,41	0,955	0,832	0,529
	Şef	11	4,14	1,200		
	Ast	111	16,3	2,993		
Yoğunlaşma	Yönetici	12	4,01	1,028	0,134	0,984
	Şef	11	3,78	1,185		
	Ast	111	15,76	3,339		

One Way ANOVA: İki den Fazla Grup Ortalaması Karşılaştırma Testi

Çalışanların unvanlarına göre işe adanmışlık düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir bulgu bulunamamıştır ($p>0,05$). Bu sonuçtan hareketle çalışanların işe adanmışlıkları açısından unvanların belirleyici bir rol üstlenmediği söylenebilir.

Çizelge 27. Çalışanların İşletmedeki Çalışma Süresine Göre İşe Adanmışlıklarının Karşılaştırılması

Boyutlar	İşletmedeki Çalışma Süresi	n	\bar{X}	SS	F	p
Canlılık	1 Yıdan Az	52	3,89	0,911	2,291	0,081
	1-5 Yıl Arası	66	4,16	0,588		
	6-10 Yıl Arası	12	4,38	0,499		
	11 Yıl ve Üzeri	4	4,29	0,671		
Adanmışlık	1 Yıdan Az	52	4,06	0,810	0,427	0,734
	1-5 Yıl Arası	66	4,11	0,875		
	6-10 Yıl Arası	12	4,30	0,646		
	11 Yıl ve Üzeri	4	3,80	1,375		

Çizelge 27 - devamı

Yoğunlaşma	1 Yıdan Az	52	3,87	0,955	0,305	0,822
	1-5 Yıl Arası	66	3,99	0,802		
	6-10 Yıl Arası	12	3,97	0,945		
	11 Yıl ve Üzeri	4	3,66	1,340		

One Way ANOVA: İki den Fazla Grup Ortalaması Karşılaştırma Testi

Çalışanların işletmedeki çalışma sürelerine göre işe adanmışlık düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir bulguya rastlanılmamıştır ($p>0,05$). Bu sonuçtan hareketle çalışanların işe adanmışlıkları açısından işletmedeki çalışma süresinin belirleyici bir rol üstlenmediği söylenebilir.

Çizelge 28. Çalışanların Sektördeki Çalışma Süresine Göre İşe Adanmışlıklarının Karşılaştırılması

Boyutlar	Sektördeki Çalışma Süresi	n	\bar{X}	SS	F	p
Canlılık	1 Yıdan Az	29	3,84	0,911	2,042	0,111
	1-5 Yıl Arası	56	4,06	0,753		
	6-10 Yıl Arası	29	4,17	0,584		
	11 Yıl ve Üzeri	20	4,34	0,528		
Adanmışlık	1 Yıdan Az	29	4,11	0,714	1,190	0,316
	1-5 Yıl Arası	56	3,97	0,931		
	6-10 Yıl Arası	29	4,15	0,820		
	11 Yıl ve Üzeri	20	4,38	0,767		
Yoğunlaşma	1 Yıdan Az	29	3,90	0,922	0,264	0,851
	1-5 Yıl Arası	56	3,92	0,869		
	6-10 Yıl Arası	29	4,05	0,892		
	11 Yıl ve Üzeri	20	3,83	0,919		

One Way ANOVA: İki den Fazla Grup Ortalaması Karşılaştırma Testi

Çalışanların sektördeki çalışma sürelerine göre işe adanmışlık düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir bulguya rastlanılmamıştır ($p>0,05$). Bu sonuçtan hareketle çalışanların işe adanmışlıkları açısından sektördeki çalışma süresinin belirleyici bir rol üstlenmediği söylenebilir.

4.8. Araştırma Hipotezlerinin Değerlendirilmesine İlişkin Sonuçlar

Çizelge 29. Araştırma Hipotezlerine Yönelik Sonuçlar

	Hipotez	Sonuç
H₁	Yenilikçi örgüt iklimi ile işe adanmışlık arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Desteklendi
H_{2a}	Yenilikçi örgüt ikliminin alt boyutu olan takım uyumu ile işe adanmışlık arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Desteklendi
H_{2b}	Yenilikçi örgüt ikliminin alt boyutu olan üst yönetimin desteği ile işe adanmışlık arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Desteklendi
H_{2c}	Yenilikçi örgüt ikliminin alt boyutu olan kaynaklar ile işe adanmışlık arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Desteklendi
H_{2d}	Yenilikçi örgüt ikliminin alt boyutu olan özerklik ile işe adanmışlık arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Desteklenmedi
H_{2e}	Yenilikçi örgüt ikliminin alt boyutu olan yeniliğe açıklık ile işe adanmışlık arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Desteklendi

Çizelge 29 - devamı

H_{3a}	İşe adanmışlığın alt boyutu olan canlılık ile yenilikçi örgüt iklimi arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Desteklendi
H_{3b}	İşe adanmışlığın alt boyutu olan adanmışlık ile yenilikçi örgüt iklimi arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Desteklendi
H_{3c}	İşe adanmışlığın alt boyutu olan yoğunlaşma ile yenilikçi örgüt iklimi arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki vardır.	Desteklendi

Araştırma verilerine uygulanan korelasyon analizi sonucunda H_1 , H_{2a} , H_{2b} , H_{2c} , H_{2e} , H_{3a} , H_{3b} ve H_{3c} hipotezlerinin desteklendiği ancak H_{2d} hipotezinin desteklenmediği tespit edilmiştir.

5. SONUÇ ve ÖNERİLER

Bu bölümde analizlere dayalı olarak elde edilen verilere ait sonuçlar tartışılmıştır. Ayrıca öneriler geliştirilerek sunulmuştur.

5.1. Sonuç ve Tartışma

Emek yoğun yapıya sahip turizm sektöründe yenilikçi örgüt kültürüne sahip turizm işletmelerinin ve adanmışlıklarının yüksek olduğu çalışanların varlığı, rekabette başarılı olmak için oldukça önemlidir. Çalışanların eğlenerek çalışması, işlerinde enerjik ve mutlu olmaları hem kendileri hem de örgüt için değerlidir. Bu özelliklere sahip çalışanlar meraklı, heyecanlı, üretken kişilikleri ile değişime açık olarak ve yenilikler yaparak işletmeye katkılar sunabilmektedirler.

Balıkesir il merkezinde faaliyette bulunan 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinde hizmet veren çalışanların yenilikçi örgüt iklimi algıları ve işe adanmışlık düzeyleri arasındaki ilişkiyi tespit etmek amacıyla yapılan araştırma sonuçlarına göre katılımcıların büyük çoğunluğunu kadın (n=83), 33 yaş ve üzeri (n=58), kat hizmetleri departmanı (n=39) çalışanlarından oluşturmaktadır. Katılımcıların işletmede (n=66) ve sektörde çalışma süreleri (n=56) çoğunlukla 1-5 yıl arasındadır. Araştırma ile elde edilen verilere göre, yenilikçi örgüt iklimi ölçeğinde yer alan “bu işletmede takımlar işlerine bağlıdır” (x=4,09) ifadesi ile işe adanmışlık ölçeğinde yer alan “işim konusunda hevesliyim” (x=4,24) ifadesi en yüksek frekansa sahip ifadeler olarak tespit edilmiştir. Bu verilere göre, özellikle kat hizmetleri çalışanlarının ortak bir çalışma alanında, kalabalık bir ekip olarak işbirliğinde çalışmalarının işlerine bağlı ve hevesli olmalarına ortam sağladığı söylenebilir.

Çalışanların yenilikçi örgüt iklimi algısının medeni duruma göre anlamlı bir farklılık gösterdiği, evli çalışanların bekar çalışanlara kıyasla işlerini yapmak için

ihtiyaç duydukları kaynaklara kolaylıkla ulaştıkları görüşünde oldukları tespit edilmiştir.

Çalışanların işe adanmışlık düzeyi cinsiyete göre canlılık ve adanmışlık alt boyutlarında anlamlı bir farklılık göstermezken yoğunlaşma alt boyutunda kadın çalışanların erkek çalışanlara göre işe kendilerini kaptırdıkları, çalışırken mutlu hissettikleri, zamanın nasıl geçtiğini anlamadıkları tespit edilmiştir. Dolayısıyla, kadınların erkeklere oranla daha yüksek bir yoğunlaşma eğiliminde oldukları söylenebilir.

İşe adanmışlığın alt boyutları olan canlılık ve adanmışlık, çalışanların yaşlarına göre farklılık göstermektedir. 33 yaş ve üzeri çalışanlar, yüksek düzeyde canlılık ve adanmışlık hissetmektedirler. Yoğunlaşma alt boyutu ise çalışanların yaşlarına göre anlamlı bir farklılık göstermemektedir.

Katılımcıların medeni durumlarına göre işe adanmışlık düzeyleri değerlendirilmiş ve işe adanmışlığın alt boyutları olan canlılık ve adanmışlık boyutlarında, evli çalışanların bekar çalışanlara göre kendilerini enerji dolu hissettikleri, işe gitmek için istekli oldukları, uzun saatler çalışabildikleri, işleriyle gurur duydukları, yaptıkları işi anlamlı buldukları tespit edilmiştir. Evli çalışanların canlılık ve adanmışlık düzeylerinin bekar çalışanlara oranla daha yüksek olduğu yönünde bir farklılık tespit edilmişken, yoğunlaşma boyutunda medeni duruma göre farklılık bulunmamıştır.

Katılımcıların eğitim durumlarına göre işe adanmışlık düzeylerinde istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu ancak yalnızca canlılık eğiliminde farklılığın kaynağı belirlenebilmiştir. Elde edilen sonuca göre, ilkokul/ortaokul mezunu çalışanların işe adanmışlık düzeylerinin diğer çalışanlara kıyasla daha yüksek olduğu saptanmıştır. 33 yaş ve üzeri çalışanlar ile ilkokul/ortaokul mezunu çalışanların diğer çalışanlara oranla yüksek düzeyde canlılık eğiliminde oldukları tespit edilmiştir. Önlisans ve lisans mezunu çalışanların ise daha düşük bir canlılık eğiliminde oldukları tespit edilmiştir.

Katılımcıların işe adanmışlık düzeyleri ile çalışılan departman, unvan, işletmedeki ve sektördeki çalışma süresi arasında ise anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir.

Yenilikçi örgüt iklimi ve işe adanmışlık ilişkisini tespit etmek için yapılan korelasyon analizi sonucuna göre yenilikçi örgüt iklimi ve işe adanmışlık arasında istatistiksel açıdan anlamlı ve pozitif yönde bir ilişkinin varlığı tespit edilmiştir.

5.2. Öneriler

Bu bölümde araştırma verilerine dayanarak geliştirilen öneriler sunulmuştur.

Yöneticiler İçin Öneriler

- İşletmenin amaçları, hedefleri, misyonu, değerleri ve vizyonu çalışanlarla paylaşılabilir.
- Çalışma koşulları (çalışma saatleri, haftalık izinler, maaş, sigorta ve prim sistemleri, ergonomi, vb.) iyileştirilebilir.
- Sosyal aktivitelere (çay saatleri, hafta sonu piknikleri, kutlamalar, vb.) yer verilebilir.
- İşletme kaynakları çeşitlendirilebilir, güçlendirilebilir ve çalışanlarla paylaşılabilir.
- Takım bağıını güçlendirmek amacıyla vardiya değişimlerinde günün değerlendirileceği toplantılar yapılabilir.
- Çalışanların kişisel ve mesleki gelişimlerine yatırım yapmak için başta yenilik ve yenilik yönetimi olmak üzere çeşitli konularda eğitimler düzenlenebilir.
- Çalışanların yenilikçi fikirlerini öğrenebilmek, yaratıcılıklarını açığa çıkarabilmek amacıyla fikir atölyeleri oluşturulabilir. Toplantılar ve proje çalışmaları düzenlenebilir. Yenilikçi düşünceler ödüllendirilebilir.
- Maddi-manevi ödül sistemi ve performans değerlendirme sistemi uygulanabilir.

- Kariyer planlama çalışmaları yapılabilir.
- Katılımcı yönetim anlayışı ile çalışanlar karar alma süreçlerine dâhil edilebilir.
- Çalışanlar için canlılıklarını ve adanmışlıkları artırıcı bilimsel, kültürel ve mesleki faaliyetler planlanabilir.

Araştırmacılara Yönelik Öneriler

- Yenilikçi Örgüt İklimi ve İşe Adanmışlık konuları turizm sektörünün diğer işletmelerinde de araştırılabilir.
- İlgili konular, sektörler arası, şehirler arası, ülkeler arası kıyaslamalı çalışmalarla ele alınabilir.
- İlgili konular, farklı konular ile ilişkilendirilerek araştırılabilir.

KAYNAKÇA

- Aboulnasr, K., Narasimhan, O., Blair, E. and Chandy, R. (2008). Competitive Response to Radical Product Innovations. *Journal of Marketing*, 94–110.
- Acaray, A. (2007). *Küçük ve orta boy işletmelerde yenilik yönetimi: Yenilik Yönetiminde etkili olan örgütsel yapı ve faktörlere ilişkin bir araştırma*, Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Agarwal, U. A. (2014). Examining the impact of social exchange relationships on innovative work behaviour. *Team Performance Management*, 20 (3/4), 102-120.
- Akgöz, E., Göral, R., ve Gürsoy, Y. (2014). Yenilik kapsamında turistik ürün çeşitlendirmesi ve kurban bayramı örneği. *Selçuk Üniversitesi. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 31, 1-12.
- Akgündüz, Y. ve Çakıcı, A. C. (2015). Algılanan örgütsel desteğin örgütsel vatandaşlık davranışlarına etkisinde örgütsel stresin aracılık rolü: Beş yıldızlı otel işletmelerinde bir araştırma. *International Journal of Alanya Faculty of Business*, 7(2), 29-41.
- Aksoy, A. ve Yıldız, İ. (2015). Örgütlerde yenilikçi iklim algısının örgütsel bağlılık üzerindeki etkisi: Bir uygulama. *Uluslararası Hakemli Beşeri ve Akademik Bilimler Dergisi*, 4(12), 188-219.
- Aktaş, K. ve Akdemir, B. (2019). İşe adanmışlık ve örgütsel özdeşleşme ilişkisinin performans algısına etkisi üzerine bir araştırma. *Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 77, 307-348.

- Alaca, E. (2021). *Türkiye 'deki halk kütüphanesi yönetim ve hizmet yapısının yenilikçi örgüt kültürü açısından değerlendirilmesi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Alioğulları, Z. D. (2020). İdeal çalışanın oluşmasında sosyal sermaye, hizmet inovasyonu ve bilgi paylaşımının önemi: “İşe bağlılık değişkeninin aracılık rolü. *Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 23(1), 163-186.
- Altındağ, E. ve Köseadağı, Y. (2015). The relationship between emotional intelligence of managers, innovative corporate culture and employee performance. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 210, 270-282.
- Altıntaş, B. (2022). *Pozitif psikolojik sermayenin işe adanmışlık üzerindeki etkisinde öz liderlik davranışının aracılık rolü*. Alanya: Alaaddin Keykubat Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü.
- Amabile, T. M., Conti, R., Coon, H., Lazenby, J., and Herron, M. (1996). Assessing the work environment for creativity. *The Academy of Management Journal*, 39(5), 1154-1184.
- Amo, B. W. (2006) Employee innovation behaviour in health care: the influence from management and colleagues. *International Nursing Review*, 53, 231–237.
- Anafarta, A. ve Yılmaz, Ö. (2019). Kariyer Tatmini ve İşten Ayrılma Niyeti Arasındaki İlişkide İşe Adanmışlığın Aracılık Rolü. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(4), 2944-2959.
- Anderson, N. and West, M. A.(1996). The team climate inventory: Development of the TCI and its applications in teambuilding for Innovativeness. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 5 (1). 53-66.
- Ardıç, K. ve Polatçı, S. (2009). Tükenmişlik sendromu ve madalyonun öbür yüzü: İşle bütünleşme. *Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 32, 21-46.

- Ariani, D.W. (2013). The relationship between employee engagement, organizational citizenship behavior, and counterproductive work behavior. *International Journal of Business Administration*, 4(2), 46-56.
- Arslan, E. (2022). Nitel Araştırmalarda Geçerlilik ve Güvenilirlik, *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (51), 395-407.
- Ashforth, B. E. and Mael, F. (1989). Social identity theory and the organization. *The Academy of Management Review*, 14(1), 20-39.
- Asmadili, İ. (2020). *Turist rehberlerinin iş değerlerini işe adanmışlık üzerine etkisinin belirlenmesi*. Balıkesir: Balıkesir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Aşçı, K. Baysal, H. T. (2019). Satış pazarlama çalışanlarının işe tutkunluk davranışlarının incelenmesi üzerine bir araştırma. *Bucak İşletme Fakültesi Dergisi*, 2(1), 35-53.
- Atakan, S. C. (2017). Yenilik stratejileri ile yenilik performansı arasındaki ilişki. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Girişimcilik Dergisi*, 2, 29-42.
- Attridge, M. (2009). Measuring and managing employee work engagement: A review of the research and business literature. *Journal of Workplace Behavioral Health*, 383-398.
- Aydın, E. ve ilesiz, E. (2022). Örgüt iklimi, yenilikçi davranış ve bireysel yaratıcılık ilişkisi: Türkiye’de otel işletmeleri çalışanları üzerine bir araştırma, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1), 266-280.
- Aydın, E. (2021). Takım kültürü, örgüt bilgi paylaşımı ve yenilikçi iş davranışı ilişkisi: Turizm işletmelerine üzerine teorik bir inceleme. *Journal of Tourism Intelligence and Smartness*, 4(2), 76-94.
- Aygen, S. (2006). *İşletmelerde yenilik yönetimi sürecinde örgüt yapılarında ve hizmet tasarımlarında yaşanan dönüşümler: Antalya ili beş yıldızlı konaklama işletmelerinde ampirik bir araştırma ve hizmet tasarımları nerisi*. Konya: Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.

- Aytaç, M. ve Öngen, B. (2012). Doğrulayıcı faktör analizi ile yeni çevresel paradigma ölçeğinin yapı geçerliliğinin incelenmesi. *İstatistikçiler Dergisi*, 5, 14-22.
- Bal, E. A. (2009). Bir pozitif psikoloji kavramı olarak işe gönülden adanma (work engagement) ve insan kaynakları açısından önemi. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İşletme Bölümü, 17. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, 546-552.
- Bakan, İ., Doğan, İ. F. ve Kılılı, M. (2013). Ar-ge faaliyetlerinde insan kaynaklarının önemi. *Akademik Bakış Dergisi*, 1-15.
- Bakker, A. B. (2008). The work-related flow inventory: Construction and initial validation of the WOLF. *Journal of Vocational Behavior*, 400-414.
- Bakker, A. B. (2011). An Evidence-Based Model of Work Engagement. *Current Directions in Psychological Science*, 20(4), 265-269.
- Bakker, A. B., Albrecht, S. M. and Leiter, M. P. (2011). Key questions regarding work engagement. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 20 (1), 4-28.
- Bakker, A. B., Demerouti, E. and Brummelhuis, L.L. (2012). Work engagement, performance, and active learning: The role of conscientiousness. *Journal of Vocational Behavior*, 555-564.
- Bakker, A. B. and Leiter, M. P. (2010). Work engagement: A handbook of essential theory and research. New York: *Psychology Press, Taylor & Francis Group*.
- Bal Atilla, E. (2009). Bir pozitif psikoloji kavramı olarak işe gönülden adanma (work engagement) ve insan kaynakları açısından önemi. *17. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, 546-552.
- Balay, R. (2000). İşgörenlerin örgütsel bağlılık etkenleri ve sonuçları. *Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 31(1), 237-246.

- Basım, H. N., Korkmazıyrek, H. ve Tokat, A. O. (2008). Çalışanların öz yeterlilik algılamasının yenilikçilik ve risk alma üzerine etkisi: *Kamu sektöründe bir araştırma. Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (19), 121-130.
- Başoda, A. (2017). İşe tutkunluk: Kavramsal açıdan bir inceleme. *Uluslararası Tarih ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 17, 71-98.
- Bayhan, İ. (2018). *Liderlik davranışının duygusal emek ve yenilikçi iklim üzerindeki etkisinde sosyal sermaye ile entelektüel sermayenin aracılık rolü: Otel işletmelerinde bir araştırma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Bayındır, M. S. ve Demir, M. (2019). Otel işletmelerinde mutfak şeflerinin yenilikçi davranışlarını etkileyen faktörlerin analizi: Antalya örneği. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 7(3), 1689-1710.
- Baykal, E. (2019). Yenilikçi örgüt iklimi: İşe adanma üzerine etkisi. *Ekonomi İşletme ve Maliye Araştırmaları Dergisi*, 1(3), 266-279.
- Bekiroğlu, Ç. ve Yıldırım, Ş. S. (2021). Çalışmaya tutkunluğun iş ve yaşam tatmini üzerindeki etkisini belirlemeye yönelik tekstil sektörü çalışanları üzerinde bir araştırma. *İş ve İnsan Dergisi*, 8(2), 169-184.
- Bekmezci, M. ve Yıldız, B. (2019). Babacan liderlik ile çalışmaya tutkunluk arasındaki ilişkide kolektif şükranın aracı etkisi. *Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1(1), 52-73.
- Bostancı, H. ve Ekiyor, A. (2015). Çalışanların işe adanmasının örgüt içi girişimciliğe etkisinin incelenmesi: Sağlık sektöründe bir uygulama. *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 1(1), 37-51.
- Boz, H. (2019). Algılanan insan kaynakları yönetimi uygulamalarının işten ayrılma niyetine etkisinde çalışmaya tutkunluğun aracılık rolü: Turizm iş görenleri üzerine bir araştırma. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 6(2), 300-315.

- Büyüköztürk, Ş. (2002). Faktör Analizi: Temel kavramlar ve ölçek geliştirmede kullanımı. *Kuram ve Uygulamada Eğitim Yönetimi Dergisi*, 32, 472- 483.
- Cinnioğlu, H. ve Ertogrul, R. (2022). Konaklama işletmelerinde çalışanların çevik liderlik algılarının örgütsel özdeşleşme üzerindeki etkisinde işe adanmışlığın aracılık rolü: Antalya Örneği. *Alanya Akademik Bakış Dergisi*, 6(3), 2599-2626.
- Carvalho, L. and Costa, T. (2011). Tourism innovation - A literature review complemented by case study research. *International Conference On Tourism & Management Studies*, 1, 23-33.
- Chandra, A., Tripathi, D. and Chaubey, D. S. (2018). Reward management practices and its impact on employees motivation: An evidence from some service organizations in lucknow. *International Journal of Research in Computer Application and Management*, 8(3), 1-6.
- Coşkun, R., Altunışık, R. ve Yıldırım, E. (2017). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri SPSS uygulamalı*. Sakarya: Sakarya Yayıncılık; 9. Baskı
- Cravens, D. W., Piercy, N. F. and Low, G. S. (2002). The innovation challenges of proactive cannibalisation and discontinuous technology. *European Business Review*, 14(4), 257-267.
- Csikszentmihalyi, M. (1990). Flow: The psychology of optimal experience. *Global Learning Communities*.
- Çankır, B.(2016). *Çalışmaya tutkunluk ve tükenmişliğin örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkisi ve bir uygulama*. İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Doktora Tezi, 1-204.
- Çalışkan, S. C. (2014). Pozitif örgütsel davranış değişkenleri ile yeni araştırma modelleri geliştirme arayışları: Pozitif örgütsel davranış değişkenlerinin işe adanmışlık, tükenmişlik ve sinizm üzerine etkileri ve bu etkileşimde örgütsel adalet algısının aracılık rolü üzerine bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 16(3), 363-382.

- Çekmecelioğlu Gündüz, H. (2007). Örgüt ikliminin iş tatmini ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisi: Bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 9(1), 79-97.
- Çiftçi Öztürk, D. ve Erkanlı, H. (2020). Dört ve beş yıldızlı otel işletmeleri çalışanlarının işe adanmışlık düzeylerinin demografik değişkenlere göre incelenmesi: Orta ve Doğu Karadeniz bölgesi örneği. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 11 (2), 336-347.
- Das, P., Verburg, R., Verbraeck, A., and Bonebakker, L. (2017). Barriers to innovation within large financial services firms An in-depth study into disruptive and radical innovation projects at a bank. *European Journal of Innovation Management*, 21(1), 96-112.
- De Jong, J. P. J. and Den Hartog, D. N. (2007). How leaders influence employees' innovative behaviour. *European Journal of Innovation Management*, 10(1), 41-64.
- Değerli, F. İ. ve Birol, Z. N. (2020). İşe bağlılık ve adil dünya inancı: kamu çalışanları üzerine bir araştırma. *Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi*, 11(Ek), 104-109.
- Demiralay, R., Bayır, E. A. ve Gelibolu M. F. (2016). Öğrencilerin bireysel yenilikçilik özellikleri ile çevrimiçi öğrenmeye hazır bulunuşlukları ilişkisinin incelenmesi. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 5 (1), 161-168.
- Demirkaya, H. ve Zengin, R. (2014). Hizmet inovasyonu ve bir uygulama örneği. *Elektronik Mesleki Gelişim ve Araştırmalar Dergisi*, 106-116.
- Demir, İ. (2020). *Spss ile istatistik rehberi*. İstanbul: Efe Akademi Yayınevi.
- Demir, K. (2006). Rogers'ın Yeniliğin Yayılması Teorisi ve İnternette Ders Kaydı. *Educational Administration: Theory and Practice*, (47), 367-392.
- Demerouti, E., Nachreiner, F., Bakker, A.B. and Schaufeli, W. B. (2001). The job demands-resources model of burnout. *Journal of Applied Psychology*, 86 (3), 499-512.

- Dinler, A. M. (2014). İnovasyon ve risk sermayesi. *Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi*, 9 (1), 183-210.
- Doğan, N. ve Başokçu, T. O. (2010). İstatistik tutum ölçeği için uygulanan faktör analizi ve aşamalı kümeleme analizi sonuçlarının karşılaştırılması. *Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Dergisi*, 1 (2), 65-71.
- Dosi, G. (1988). The nature of the innovative process. *Technical Change and Economic Theory*, 221-238.
- Duran, C. ve Saraçoğlu, M. (2009). Yeniliğin yaratıcılıkla olan ilişkisi ve yeniliği geliştirme süreci. *Celal Bayar Üniversitesi*, 16 (1), 57-71.
- Edwards, M. R. and Peccei, R. (2007). Organizational identification: Development and testing of a conceptually grounded measure, *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 16 (1), 25-57.
- Ekingen, E. (2019). *İç girişimcilik ve örgütsel faktörlerin hizmet inovasyon performansına etkisi: Kamu hastanesinde bir uygulama*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Van: Van Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Ekvall, G. (1996). Organizational climate for creativity and innovation. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 5 (1), 105-123.
- Er, P. H. (2012). *Girişimcilik ve yenilikçilik kavramlarının iktisadi düşüncedeki yeri: Joseph A. Schumpeter*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İktisat Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, 1-114.
- Eraslan, İ., Bulu, M. ve Bakan, İ. (2008), Kümelenmeler ve inovasyona etkisi: Türk Turizm Sektöründe Uygulamalar. *Seyehat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 5(3), 1-35.
- Erbaş, E. ve Perçin, N. Ş. (2016). Kişi çevre uyumu ve takım çalışması işlevsizliği ilişkisinde ahlaki çözülme'nin aracılık rolü. *Yönetim ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 14 (2), 77-91.

- Erdem, A. T. (2020). Sanal kaytarma davranışının iş performansına etkisinde işe bağlılığın aracı rolüne yönelik bilişim sektöründe bir araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12 (4), 3843-3858.
- Erdil, E., Pamukçu, M. T., Akçomak, İ. S. ve Tiryakioğlu, M. (2016). Bilgi, Bilim, Teknoloji ve Yenilik: Kavramsal Tartışma. *Science and Technology Policies Research Center*, 1-28.
- Ergeneli, A. ve Eryiğit, M. (2001). Öğretim elemanlarının iş tatmini: Ankara'da devlet ve özel üniversite karşılaştırması. *Hacettepe Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 19 (2), s. 159-178.
- Erhan, T. (2022). Örgütsel özdeşleşmenin iş performansına etkisinde işe adanmışlığın aracılık rolü. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 14 (2), 1278-1292.
- Fey, C. F. and Birkinshaw, J. (2005). External Sources of Knowledge, Governance Mode, and R&D Performance. *Journal of Management*, 31, 597-621.
- Fidanboy C.Ö. ve Fidanboy M. (2018), Yenilik ikliminin örgütsel özdeşleşmeye etkisi: Bilişim sektörü çalışanları üzerinde bir araştırma, *Business & Management Studies: An International Journal*, 6 (3), 362-378
- Gençer, K. (2017). *Hizmet hatası telafisi performansının psikolojik öncülleri: Otel işletmeleri örneği*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Aydın: Adnan Menderes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Gençer, K. ve Ayyıldız, T. (2018). Demografik özellikler ve psikolojik koşulların işe tutkunluğa etkisi: Otel işletmeleri örneği. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7 (2), 601-619.
- Gupta, N. and Sharma, V. (2016). Exploring employee engagement-A way to better business performance. *Global Business Review*, 17 (3) 1S–19S.
- Güler, B. ve Taşlıyan, M. (2022). Psikolojik iklimin çalışan performansı üzerine etkisinde işe adanmışlık boyutlarının aracılık rolü. *Alanya Akademik Bakış Dergisi*, 6 (1), 1605-1628.

- Güler, M. ve Cinnioğlu, H. (2020). Otel işletmeleri çalışanlarının algıladıkları otantik liderlik davranışının psikolojik sözleşme ve işten ayrılma niyeti üzerindeki etkisi: Antalya rneği, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 4 (4), 3808-3824.
- Hackman, J. R. and Oldham, G. R. (1976). Motivation through the design of work: Test of a theory. *Organizational Behavior and Human Performance*, 16, 250-279.
- Hair Jr, J. F., Hult, G. T. M., Ringle, C. M., and Sarstedt, M. (2017). A primer on partial least squares structural equation modeling (PLS-SEM), (*Second edition*). New York: Sage publications.
- Ho, V. T., Wong, S. S. and Lee, C. H. (2011). A tale of passion: Linking job passion and cognitive engagement to employee work performance. *Journal of Management Studies*, 48 (1), 26-47.
- Hu, S. L. Y. and Leung, L. (2003). Effects of expectancy-value, attitudes, and use of the Internet on psychological empowerment experienced by Chinese women at the workplace. *Telematics and Informatics*, 20 (4), 365-82.
- Hussain, K., Konar, R. and Ali, F. (2016). Measuring Service Innovation Performance through Team Culture and Knowledge Sharing Behaviour in Hotel Services: A PLS Approach. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 224, 35 – 43.
- Işık, C. ve Aydın, E. (2016). Bilgi paylaşımının yenilikçi iş davranışına etkisi: Ayder yaylası konaklama işletmeleri üzerine bir uygulama. *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 5 (2),75-103.
- Işık, M. (2018). İnovasyon kültürünün hizmet inovasyonu prformansına etkisi: Bitlis ili hizmet sektöründe bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 32 (2), 351- 366.
- İnce, M., Bedük, A. ve Aydoğan, E. (2004). Örgütlerde takım çalışmasına yönelik etkin liderlik nitelikleri. *Selçuk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, (11), 423-446.

- İraz, R. ve Altınışik, İ. (2016). Örgüt içi faktörlerin yenilik ve yaratıcılığa etkisi: Hizmet sektöründe bir uygulama. *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi*, 11, 114-132.
- Janssen, O. (2000). Job demands, perceptions of effort–reward fairness and innovative work behaviour. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 73, 287–302.
- Kain, J. and Jex, S. (2015). Karasek's (1979) job demands-control model: A summary of current issues and recommendations for future research. *New Developments in Theoretical and Conceptual Approaches to Job Stress Research in Occupational Stress and Well Being*, 8, 237–268.
- Kanbur, E. ve Ay, A. (2020). Psikolojik sözleşme algısının işe adanmışlık üzerindeki etkisi. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (2), 531-549.
- Kalaycı, Ş. (2018). *Spss uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri* (9. Baskı). Ankara: Dinamik Akademi.
- Kale, E. (2010). *Konaklama işletmelerinde örgüt içi faktörlerin yenilik ve yaratıcılık performansına etkileri*. Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Bilim Dalı Doktora Tezi, 1-230.
- Karalınç, T. (2020). Örgüt ikliminin çalışanların performansına etkileri. *Uluslararası Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırma Dergisi*, 7 (53), 1314-1327.
- Karagöz, Y. (2016). *Spss ve Amos23 uygulamalı istatistiksel analizler*. Ankara: Nobel Yayınevi.
- Karcıoğlu, F. (2001). Örgüt Kültürü ve Örgüt İklimi İlişkisi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 15(1-2), 265-283.
- Karkın, A. M. (2008). Yaratıcılık kavramı ve müzik eğitiminde yaratıcılığın rolü ve önemi. *Sanat Dergisi*, (14), 1-4.

- Kartal, M. ve Bardakçı, S. (2018). *SPSS ve AMOS uygulamalı örneklerle güvenilirlik ve geçerlilik analizleri*. Ankara: Akademisyen Yayınevi.
- Kahn, W. A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *Academy of Management Journal*, 33 (4), 692-724.
- Kılıç, S. (2013). *İnovasyon anlayışına dayalı ürün geliştirme performansının değerlendirilmesi*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Bursa: Uludağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kılıç, S. (2016). Cronbach'ın Alfa güvenilirlik katsayısı. *Journal of mood disorders*, 6 (1), 47-48.
- Kıral, E. (2022). İşe bağlılık ölçeğinin Türkiye öğretmen örnekleminde psikometrik özellikleri. *Eğitim ve Öğretim Araştırmaları Dergisi*, 11 (2), 2146-9199.
- Kıyıcı, Ş. (2019). *Turist yenilikçiliği ve algılanan riskin, yenilik algısı ve turistlerin yenilikçi otel tercihlerine etkisi üzerine bir uygulama*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Zonguldak: Bülent Ecevit Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Kline, R.B. (2016). Principles and practice of structural equation modeling, 5rd ed., *The Guilford Press, New York, NY*.
- Kozak, M. (2018). *Bilimsel araştırma: Tasarım, yazım ve yayım teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık; 4. Baskı.
- Köse İ. A. ve Öztemur B. (2014). Kayıp veri ele alma yöntemlerinin t-testi ve anova parametreleri üzerine etkisinin incelenmesi. *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 400-412.
- LeCompte, M.D. and Goetz, J. P. (1982). Problems of reliability and validity in ethnographic research. *Review of Educational Research*, 52 (1), 31-60.
- Lencioni, P. M. (2002). The five dysfunctions of a team: A leadership fable. *Academy of Management Perspectives*, 122-125.
- Lin, C. P. (2010). Modeling corporate citizenship, organizational trust, and work engagement based on attachment. *Journal of Business Ethics*, 94 (4), 517-531.

- Luthans, F. (2002). Positive organizational behavior: Developing and managing psychological strengths. *Academy of Management Executive*, 16 (1), 57-72.
- 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 Behavior*, 13, 103-123.
- Maslach, C., Schaufeli, W.B. and Leiter, M.P. (2001). Job burnout. *Annu. Rev. Psychol*, 52, 397-422.
- Makigangas, A., Schaufeli, W., Tolvanen, A. and Feldt, T. (2013). Engaged managers are not workaholics: Evidence from a longitudinal personcentered analysis. *Journal of Work and Organizational Psychology*, 29, 135-143.
- May, D.R., Gilson, R.L. ve Harter, L.M. (2004). The psychological conditions of meaningfulness, safety and availability and the engagement of the human spirit at work. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 77, 11-37.
- McMillan, L. H. W., O'Driscoll, M. P., Marsh, N. V. and Brady, E. C. (2001). Understanding workaholism: Data synthesis, theoretical critique, and future design strategies. *International Journal of Stress Management*, 8(2), 69-91.
- Meriç. O. (2018). *Endüstriyel işletmelerde kişilik özelliklerinin işe cezbolma üzerindeki etkileri ve bir otomotiv firmasında uygulama*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. İstanbul: Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Meriç, E., Çiftci Öztürk, D., ve Yurtal, F. (2019). Algılanan örgütsel destek ve işe adanmışlık arasındaki ilişkinin incelenmesi. *Kastamonu Education Journal*, 27 (1), 65-74.
- Mert, Z. (2021). Pozitif örgütsel davranışın örgütsel bağlılık üzerindeki etkisi. *Journal of Original Studies*, 2 (2), 69-77.
- Meyer, J.P and Allen, N. J. (1991). A three-component conceptualization of organizational commitment. *Human Resources Management Review*, 1 (1), 61-89.

- Mone, M. A., Mckinley, W., and Barker, V. I. (1998). Organizational decline and innovation: A contingency framework. *The Academy of Management Review*, 23 (1), 115-132.
- Mulaa, J. K., Kilika, J. M. and Namusonge, M. J. (2021). Conceptualizing strategic innovation in a firm context: A theoretical review and research agenda. *The Asian Institute of Research Journal of Economics and Business*, 4 (1), 113-136.
- Naktiyok, A. (2007). Yenilik yönelimi ve örgütsel faktörler. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 21 (2), 211-230.
- Nybakk, E. Crespell, P. and Hansen, E. (2011). Climate for innovation and innovation strategy as drivers for success in the wood industry: Moderation effects of firm size, industry sector, and country of operation. *Silva Fennica* 45(3): 415–430.
- OECD, (2005). Oslo Kılavuzu: Yenilik verilerinin toplanması ve yorumlanması için ilkeler. *Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü Avrupa Birliği İstatistik Ofisi*, 3. Baskı, Paris: OECD, 21. 1-165. (OECD/Statistical Office of the European Communities, Luxembourg 2005: 29).
- Orçan, F. (2018). Açımlayıcı ve doğrulayıcı faktör analizi: İlk hangisi kullanılmalı?, *Eğitimde ve Psikolojide Ölçme ve Değerlendirme Dergisi*, 9 (4);413-421.
- Öğüt, A. ve Aksay, K. (2011). Yenilikçilik kültürünün örgütsel yenilikçilik üzerine etkisi: Konya ilinde faaliyet gösteren özel hastanelerde bir uygulama. *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi*, 1-24.
- Öksüz, S. ve Erkılıç, E. (2022). İş yaşam kalitesi ve kurumsal sosyal sorumluluk algısının işe adanmışlık üzerindeki etkisinin incelenmesi: zincir otel işletmeleri üzerine bir araştırma. *Business and Management Studies: An International Journal*, 10(4), 1492-1511.
- Örücü, E. ve Hasırcı, I. (2020). Örgütsel vatandaşlık davranışı ile işe tutkunluk arasındaki ilişkinin ölçülmesi: Bankacılık sektörü ile ilgili bir araştırma. *Anemon Muş Alparslan Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8 (4), 1039-1045.

- Özarallı, N. (2017). İşe tutkunluğun, yapısal güçlendirme, örgütle özdeşleşme ve hedeflerin içselleştirilmesi yoluyla geliştirilmesi. *International Journal of Social Sciences and Education Research*, 3 (4), 1258-1273.
- Özçifçi, V. ve Sarıçay, H. (2014). İşletmelerde yenilikçilik faaliyetlerinin incelenmesi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 18 (1), 387-404.
- Özdevecioğlu, M. (2003). Algılanan örgütsel destek ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkilerin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18 (2), 113-130.
- Öztürk, E. (2014). Yaratıcılık ve eğitim. *Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 158-164.
- Öztürk, Z. (2019). *Öğretmenlerin örgütsel imaj algıları ile işe tutkunluk düzeyleri arasındaki ilişkisi*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Denizli: Pamukkale Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü.
- Papatya, N., Papatya, G. ve Hamşioğlu, B. (2020). İşletmelerde stratejik yönlülük boyutları ile hizmet yenilik yeteneği ve pazar performansı arasındaki ilişki: Bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12 (4), 4051-4064.
- Parzefall, M. R., Seeck, H. and Leppanen, A. (2008). Employee innovativeness in organizations: areview of the antecedents, *Finnish Journal of Business Economics*, 2 (08), 165-182.
- Pekdemir, I., Koçoğlu, M. ve Çetin Gürkan, G. (2014). Özerklik ve ödüllendirme algılarının çalışan performansı üzerindeki etkisinde çalışanın inovasyona yönelik davranışının aracılık rolüne yönelik bir araştırma. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 43 (2), 332-350.
- Permarupan, P. Y., Saufi, R. A, Kasim, R. S. R. and Balakrishnan, B. (2013). The impact of organizational climate on employee's work passion and organizational commitment. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 107 88-95.

- Peter, J. P. (1979). Reliability: A review of psychometric basics and recent marketing practices. *Journal of Marketing Research*, 16, 6-17.
- Pir, E. Ö. (2022). Z kuşağının alışveriş yöneliminde yeniliğe açıklığın rolü. *İşletme Ekonomi ve Yönetim Araştırmaları Dergisi*, (1), 152-178.
- Rao, J. and Weintraub, J. (2013). How innovative is your company's culture?. *MIT Sloan Management Review*, 54 (3), 29-37.
- Rich, B. L., Lepine, J. A. and Crawford, E. R. (2010). Job engagement: antecedents and effects on job performance. *The Academy of Management Journal*, 53 (3), 617-635.
- Rogers, E. M. (1983). Diffusion of innovations. *The Free Press, New York*,
- Rothbard, N. P. (2001). Enriching or depleting? the dynamics of engagement in work and family roles. *Administrative Science Quarterly*, 655-684.
- Saraçlı, S. (2011). Faktör analizinde yer alan döndürme metotlarının karşılaştırmalı incelenmesi üzerine bir uygulama. *Düzce Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü Dergisi*, 1 (3): 22-26.
- Sarıkaya, M. (2019). *Kurumsal itibar algısının çalışanın inovatif davranışı üzerindeki etkisinde teknoloji düzeyinin rolüne ilişkin bir araştırma*. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Denizli: Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Saks, A. M. (2006). Antecedents and consequences of employee engagement. *Journal of Managerial Psychology*, 21 (7), 600-619.
- Schaufeli, W. B., Salanova, M., Gonzales-Roma, V. and Bakker, B.A. (2002). The measurement of engagement and burnout: A two sample confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness Studies*, 3, 71-92.
- Schneider, B., Ehrhart, M. G. and Macey, W. H. (2013). Organizational climate and culture. *Review in Advance*, 64(9), 9-28.

- Scott, S. G. and Bruce, R. A. (1994). Determinants of innovative Behavior: A path model of individual innovation in the workplace. *The Academy of Management Journal*, 37(3), 580-607.
- Shanker, R., Bhanugopan, R., Heijden, V. D., and Farrell, M. (2017). Organizational climate for innovation and organizational performance: The mediating effect of innovative work behavior. *Journal of Vocational Behavior*, 1-36.
- Şendoğdu, A. A. ve Altındağ, İ. (2022). Banka alışanlarının işe bağlılığını etkileyen faktörlerin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi Yayınları Araştırma Makalesi*, 1-9.
- Tecimen, M. (2022). Yöneticiye duyulan güven ile işe adanmışlık arasındaki ilişki: Otel işletmeleri üzerine bir araştırma. *Karaar, E. ve Erol, E. (Editörler), Turizm ve Rekreasyon alışmaları Dergisi (s.1-15). izgi Kitapevi Yayınları. (s. 61).*
- Tekeli, M. ve Özkoç, A. G. (2021). İşe adanmanın yenilikçi iş davranışına etkisinde kontrol odağının düzenleyici rolü: Yiyecek-içecek departmanı çalışanlarına yönelik bir uygulama, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 5 (2), 969-984.
- Tekin, İ. . ve Akgemci, T. (2019). Psikolojik güçlendirmenin yenilikçi iş davranışına etkisi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11 (3), 1674-1692
- Tekin, Y. (2012). *Otel işletmelerinde yenilik yönetimi ile yenilikçi örgüt kültürü ilişkisi: Alanya'da bir araştırma*. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Antalya: Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Tekin, Y. ve Durna, U. (2012). Otel işletmelerinde yenilik yönetimi uygulamaları Alanya'da beş ve dört yıldızlı otel işletmelerinde bir araştırma. *Uluslararası Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 4 (3), 93-110.
- Terzioğlu, M. K., Yücel, M. A. ve Gençler, A. (2021). Sosyal İnovasyon ve Artımsal İnovasyon erevesinde İ-Göç Olgusunun Dinamik Mekânsal Etkileşimi. *Sosyal Güvenlik Dergisi (Journal of Social Security)*, 11 (1), 69-94.

- Thomas K. W. And Velthouse B. A. (1990). Cognitive Elements Of Empowerment: An İnterpretive Model Of İntrinsic Task Motivation. *Academy Of Management Review*, 15(4), 666-681.
- Timuroğlu, M. K. ve Yılmaz, B. (2021). Örgütsel iletişimin örgütsel yenilik üzerindeki etkisi. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari bilimler Dergisi*, 35 (1), 319-337.
- Tushman, M. and Nadler, D. (1986) Organizing for Innovation. *California Management Review, The Regents of the Universty of California*, 28 (3), 74-92.
- Turgut, T. (2010). Çalışmaya tutkunluk. İslamoğlu, G.(Editör), *Kurumlarda iyilik de var (s.57-84)*. İstanbul: Nobel Yayın Dağıtım. (s. 228).
- Turgut, T. (2011a). Çalışmaya tutkunluk: İş yükü, esnek çalışma saatleri, yönetici desteği ve iş - aile çatışması ile ilişkileri. *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 25 (3-4), 155-179.
- Turgut, S. (2011b). *Takım temelli ödül ve teşvik sistemleri algısının takım bağlılığı üzerindeki etkileri*. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: İstanbul Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Turgut, T. (2013). Başarı hedef yönelimleri ve iş özelliklerinin çalışmaya tutkunluk üzerindeki katkıları. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 42 (1), 1-25.
- Turgut, E. ve Begenirbaş, M. (2014). İlişkisel sosyal sermayenin yenilikçi davranışa etkisinde örtülü bilgi paylaşımı davranışının aracılık rolü. *Niğde Üniversitesi İİBF Dergisi*, 7 (1), 146-160.
- Türksoy, S. S. (2017). *Konaklama işletmelerinde işe adanmışlık, iş kontrol odağı, tutku ve asalaklık arasındaki ilişkinin analizi*. Yayınlanmamış Doktora Tezi: İzmir: Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Uğurlu, Ö. Y.(2019). Ürün Yeniliği Performansına Etki Eden Değişkenler Üzerine İSO 1000'de Bir Araştırma. *Gaziantep University Journal of Social Sciences*, 18 (1), 440-456.

- Ulu, Ö. (2022). Güncel kavramlarla örgütsel davranış. Üzüm, B. (Editör), *Yenilikçi iş davranışı (s.149-161)*. İstanbul: Eğitim Yayınevi. (s. 191).
- Uyanık, S. (2022). Stres ve örgütsel bağlılık ilişkisi: Gemiadamları üzerine bir araştırma. *Social Sciences Research Journal*, 11 (1), 105-120.
- Uysal, İ. ve Kılıç, A. F. (2021). Normal distribution dilemma. *Anadolu Journal of Educational Sciences International*, 12 (1), 220-248.
- Uzkurt, C. (2008). *Pazarlamada Değer Yaratma aracı Olarak Yenilik Yönetimi ve Yenilikçi Örgüt Kültürü*. İstanbul. Beta Basım Yayın Dağıtım
- Vallerand, R. J., Mageau, G. A., Ratelle, C., Leonard, M., Blanchard, C., Koestner, R. and Gagne, M. (2003). Les passions de l'ame: On obsessive and harmonious passion. *Journal of Personality and Social Psychology*, 85 (4), 756-767.
- Ventura, K. ve Soyuer, H. (2016). İşletmelerde yenilik yönetimi ve araştırma geliştirme- pazarlama-üretim entegrasyonunda bilgiye dayalı yenilik yaklaşımı. *Ege Akademik Bakış*, 55, 41-50.
- Yaşın, T. (2016). *Kişilik özellikleri ve psikolojik sermayenin psikolojik iyi oluş, akış deneyimi, iş tatmini ve çalışan performansına etkileri*. Yayımlanmamış Doktora Tezi. Ankara: Başkent Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yaşlıoğlu, M. M. (2017). Sosyal bilimlerde faktör analizi ve geçerlilik: Keşfedici ve doğrulayıcı faktör analizlerinin kullanılması. *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 46, 74-85.
- Yavan, Ö. (2016). Örgütsel davranış düzleminde adanmışlık. *Pamukkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25, 278 – 296.
- Yeh, C. M. (2013). Tourism involvement, work engagement and job satisfaction among frontline hotel employees. *Annals of Tourism Research*, 20 (20), 214-239.

- Yemenici, A. ve Bozkurt, Ö. (2020). Çalışanların işe tutkunluğu ile kendilik algısı arasındaki ilişkinin incelenmesi: Düzce ili imalat sanayi örneği. *Çalışma İlişkileri Dergisi*, 11 (1). 18-33.
- Yıldırım, M. (2020). İşle bütünleşmeyi etkileyen faktörler ve işle bütünleşmenin bireysel ve örgütsel çıktıları. *Business Economics and Management Research Journal*, 3 (2), 91-100.
- Yıldız, T. (2018). *Çalışmaya tutkunluk, iş özellikleri, kişilik tipleri, işkoliklik, stratejik çeviklik ve başarı hedef yöneliminin örgütsel bağlılığa etkisi üzerine bir araştırma*. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. İstanbul: Arel Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü.
- Yılmaz, T. ve Sözcan, Z. (2019). Ödül Yönetimi: İşletmeler Açısından Değeri ve Önemi. *Bilgi Sosyal Bilimler Dergisi*, 21 (2) , 271-295.
- Yiğit, S. ve Yiğit, A. M. (2019). Örgüt İklimi Algısı ve Yenilikçi İş Davranışı İlişkisinde Bilgi Paylaşımının Aracılık Rolü Üzerine Ampirik Bir Çalışma. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 14 (20), 182-206.
- Yorgancılar, F. N. (2011). Sürdürülebilir rekabet anlayışı olarak yenilik yeteneği. *Sosyal Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 11 (21) , 379-426.
- Yuan, F. and Woodman, R. W. (2010). Innovative behavior in the workplace: The role of performance and image outcome expectations. *Academy of Management Journal*, 53(2), 323-342.
- Yüceler, A. (2009). Örgütsel bağlılık ve örgüt iklimi ilişkisi: Teorik ve uygulamalı bir çalışma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 22, 445-458.
- Zeilstra, J. (2009). Do Different Product Strategies Require Different Innovative Capabilities?. *An Exploratory Case Study*, 1-99.
- Zigarmi, D., Nimon, K., Houson, D., Witt, D. and Diehl, J. (2009). Beyond engagement: Toward a framework and operational definition for employee work passion. *Human Resource Development Review*, 8 (3), 300-326.

- Waheed, A., Miao, X., Waheed, S., Ahmad, N., & Majeed, A. (2019). How new HRM practices, organizational innovation, and innovative climate affect the innovation performance in the IT industry: A moderated-mediation analysis. *Sustainability, 11* (3), 621.
- Wasti, S. A.(2005). Commitment profiles: combinations of organizational commitment forms and job outcomes. *Journal of Vocational Behavior, 67*, 290–308.
- West, M. A. and Altink, W. M. M. (1996). Innovation at work: individual, group, organizational, and socio-historical perspectives. *European Journal of Work and Organizational Psychology, 5* (1), 3-11.

EKLER

Ek-1. Araştırmada Kullanılan Anket Formu Örneği

Yenilikçi Örgüt İklimi ve İşe Adanmışlık İlişkisi: Balıkesir Otel İşletmelerinde Bir Araştırma

Anket Formu

Sayın Katılımcı,

Bu anket formu, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı'nda yürütülen "Yenilikçi Örgüt İklimi ve İşe Adanmışlık İlişkisi: Balıkesir Otel İşletmelerinde Bir Araştırma" başlıklı yüksek lisans tezi çalışmasına aittir. Soruların tamamına ve samimiyetle cevap vermeniz araştırmanın amacını gerçekleştirmek için önem arz etmektedir. Cevaplarınızın gizli tutulacağını belirtir, desteğiniz için teşekkür ederiz.

Dilay SAĞLAM KURT, Araştırmacı

Dr. Öğr. Üyesi Yasemin TEKİN, Danışman

Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı

Demografik Sorular

- Cinsiyetiniz** Kadın Erkek
- Yaşınız** 18 - 22 Yaş Arası 23 - 27 Yaş Arası
 28 - 32 Yaş Arası 33 Yaş ve Üzeri
- Medeni Durumunuz** Evli Bekar
- Eğitim Durumunuz** İlkokul ve Ortaokul Lise
 Önlisans/Lisans Yüksek Lisans/Doktora

5. **Çalışmakta Olduğunuz Departman** () Ön Büro
() Kat Hizmetleri
() Satış Pazarlama
() İnsan Kaynakları
() Diğer
(Lütfen Belirtiniz).....
6. **Unvanınız/Statünüz** () Genel Müdür/Yardımcısı
() Departman Müdürü/Yardımcısı
() Şef
() Diğer
(Lütfen Belirtiniz).....
7. **İşletmedeki Çalışma Süreniz** () 1 Yıldan Az () 1 - 5 Yıl Arası
() 6 - 10 Yıl Arası () 11 Yıl ve Üzeri
8. **Turizm Sektöründeki Çalışma Süreniz** () 1 Yıldan Az () 1 - 5 Yıl Arası
() 6 - 10 Yıl Arası () 11 Yıl ve Üzeri

Yenilikçi Örgüt İklimi Ölçeğine İlişkin Sorular

Aşağıda yer alan ifadeler “Yenilikçi Örgüt İklimi” düzeyini belirlemeye yöneliktir. Lütfen her soru için katılım düzeyinizi ifade eden kutucuğu “ X ” ile işaretleyiniz.		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	Bu işletmede takımlar işlerine bağlıdır.					
2	Bu işletmede çalışanlar iş arkadaşlarına güvenemeyeceklerini düşünürler.					
3	Bu işletmede takımlar arası iletişim özgür ve açıktır.					
4	Bu işletmede çalışanlar nereye doğru ilerlediğimiz ve ne yapmaya çalıştığımız konusunda ortak bir vizyona sahip değildiler.					
5	Bu işletmede çalışanlar yöneticilerinin kendilerinden beklentilerini görmezden gelirler.					
6	Bu işletmede çalışanlar yöneticileri tarafından yaratıcı işler yapmaları konusunda cesaretlendirildiklerini hissetmezler.					
7	Bu işletmede çalışanlar yaptıkları işler hakkında üst yönetimin coşkulu ve inançlı olduklarını hissederler.					
8	Bu işletmede yöneticiler işletme içindeki takımlarını desteklerler.					
9	Bu işletmede çalışanlar işlerini yapmak için bilgiye ihtiyaç duyarlarsa bu bilgiye işletme içirinde kolaylıkla ulaşabilirler.					
10	Bu işletmede çalışanlar işlerini yapmak için ihtiyaç duydukları kaynaklara genellikle ulaşırlar.					
11	Bu işletmede çalışanların işlerini yapmak için ihtiyaç duydukları kaynaklara ulaşmaları zordur.					
12	Bu işletmede çalışanlar, belirli bir zamanda tamamlamak üzere çok fazla işe sahiptirler.					
13	Bu işletmede çalışanlar işleri üzerinde kontrol sahibi olmadıklarını hissederler.					
14	Bu işletmede çalışanlar işlerini nasıl yapacakları konusunda karar verme özgürlüğüne sahiptirler.					
15	Bu işletmede çalışanlar kendi işlerini kendileri belirlerler.					
16	Bu işletmede çalışanlar işlerini nasıl yapacakları konusunda söz hakkına sahip değildir.					
17	Bu işletmede çalışanlar başarısızlıkla sonuçlansa bile risk almaları konusunda cesaretlendirilirler.					
18	Bu işletmede yeni fikirlere genellikle karşı çıkılır.					
19	Bu işletmede örgütsel değişiklikleri gerçekleştirmek genellikle zordur.					
20	Bu işletmede yenilik ödüllendirilir.					

İşe Adanmışlık Ölçeğine İlişkin Sorular

Aşağıda yer alan ifadeler “İşe Adanmışlık” düzeyini belirlemeye yöneliktir. Lütfen her soru için katılım düzeyinizi ifade eden kutucuğu “ X ” ile işaretleyiniz.		Kesinlikle Katılmıyorum	Katılmıyorum	Kararsızım	Katılıyorum	Kesinlikle Katılıyorum
1	İşimde kendimi enerji dolu hissederim.					
2	İşimde kendimi güçlü ve canlı hissederim.					
3	Sabah kalktığımda işe gitmek için istekli olurum.					
4	Bir seferde çok uzun saatler çalışabilirim.					
5	İşimde zihinsel olarak çok dayanıklıyım.					
6	İşler iyi gitmese bile işime her zaman azimle devam ederim.					
7	Yaptığım işi anlam ve amaç dolu bulurum.					
8	İşim konusunda hevesliyim.					
9	İşim bana ilham verir.					
10	Yaptığım işle gurur duyarım.					
11	Bana göre işim ilgi çekicidir.					
12	Çalışırken zamanın nasıl geçtiğini alamam.					
13	Çalışırken etrafımdaki her şeyi unuturum.					
14	Yoğun bir şekilde çalışırken mutlu hissederim.					
15	İşime dalmış durumdayım.					
16	Çalışırken yaptığım işe kendimi kaptırıyorum.					
17	Kendimi işimden ayırmam zordur.					

Ek-2. Ölçeklerin Kullanım İzinleri

← Re: Permission to use the UWES-9 scale

Utrecht, The Netherlands |

Op 4 mrt. 2022, om 22:42 heeft Dilay Sağlam het volgende geschreven:

U ontvangt niet vaak e-mail van

Dear Professor Schaufeli,


I am a graduate student at Balikesir University in Turkey. I am conducting a research on the effect of innovative organizational climate on employee engagement. I would like your permission to use the "Utrecht Work Engagement Scale (UWES-9)" for use in my research. I apologize if I made a mistake due to language difference.

Thank you.

Best Regards,
Dilay Kurt

[Yanıtla](#) | [İlet](#)

← Re: Permission to use the UWES-9 scale

 Schaufeli, W.B. (Wilmar) ·
8.03.2022 Sal 16:42
Kime: Siz

Dear Dilay,

Thank you very much for your interest in my work.

You may use the UWES free of charge, but only for non-commercial, academic research. In case of commercial use, we should draft a contract.

Please visit my website (address below) from which the UWES can be downloaded, as well as all my publications on the subject.


Good luck with your research.

With kind regards,

Wilmar Schaufeli

Wilmar B. Schaufeli, PhD | Professor emeritus of Work and Organizational Psychology | *Social, Health & Organizational Psychology* | Utrecht University | P.O. Box 80.140, 3508 TC Utrecht, The Netherlands | P Phone: | [citations](#) | [Clarivate highly cited](#)

← SV: Permission to use scale

 İletiyi şu dile çevir: Türkçe | Şu dilden hiçbir zaman çevirme: İngilizce

EN

Erlend Nybakk

8.03.2022 Sal 17:31

Kime: Siz

Dear Dilay,

Sure, I am happy if you use it. For your own benefit, make sure you cite the paper when doing so. Looks good in your thesis as well. Good luck!
Erlend

Fra: Dilay Sağlan

Send: tirsdag 8. mars 2022 10:38

Til: Erlend Nybakk

Emne: Permission to use scale

Dear Professor Nybakk,

I am a graduate student at Balıkesir University in Turkey. I am conducting a research on the effect of innovative organizational climate on employee engagement. I would like your permission to use the "Innovative Climate Scale" for use in my research. I apologize if I made a mistake due to language difference.

Thank you.

Best Regards,
Dilay Kurt

[Yanıtla](#) | [İlet](#)

