



**TURİZM AMAÇLI KONA KLAMA İŞLE TMELERİNDE  
BİREYSEL YENİLİKÇİLİK ve ALGILANAN  
ÖRGÜTSEL DESTEK DÜZEYİ İLİŞKİSİ:  
İSTANBUL İLİ ÖRNEĞİ**

**Tahmına HAJIYEVA**

**Yüksek Lisans Tezi**

**Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı**

**Doç. Dr. Cem İŞİK**

**2018**

**Her Hakkı Saklıdır**

**T.C.  
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
TURİZM İŞLETMECİLİĞİ ve OTELCİLİK ANABİLİM DALI**

**Tahmina HAJIYEVA**

**TURİZM AMAÇLI KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE BİREYSEL  
YENİLİKÇİLİK VE ALGILANAN ÖRGÜTSEL DESTEK DÜZEYİ  
İLİŞKİSİ: İSTANBUL İLİ ÖRNEĞİ**

**YÜKSEK LİSANS TEZİ**

**TEZ YÖNETİCİSİ  
Doç. Dr. Cem IŞIK**

**ERZURUM - 2018**



T.C.  
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ  
TEZ BEYAN FORMU



07/06/2018

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

BİLDİRİM

*Atatürk Üniversitesi Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Uygulama Esaslarının ilgili maddelerine* göre hazırlamış olduğum **Turizm Amaçlı Konaklama İşletmelerinde Bireysel Yenilikçilik ve Algılanan Örgütsel Destek Düzeyi İlişkisi: İstanbul İli Örneği**" adlı tezin/raporun tamamen kendi çalışmam olduğunu ve her alıntıya kaynak gösterdiğimi taahhüt eder, tezimin/raporumun kâğıt ve elektronik kopyalarının Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü arşivlerinde aşağıda belirttiğim koşullarda saklanmasına izin verdiğimi onaylarım:

*Lisansüstü Eğitim ve Öğretim Uygulama Esaslarının* ilgili maddeleri uyarınca gereğinin yapılmasını arz ederim \*.

- Tezimin/Raporumun tamamı her yerden erişime açılabilir.
- Tezimin/Raporumun makale için **altı ay**, patent için **iki yıl** süreyle erişiminin ertelenmesini istiyorum.

07.06.2018

Tahmina HAMİYEVA

\* LİSANSÜSTÜ TEZLERİN ELEKTRONİK ORTAMDA TOPLANMASI, DÜZENLENMESİ VE ERİŞİME AÇILMASINA İLİŞKİN YÖNERGE

.....

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

Çeşitli ve Son Hükümler

**Lisansüstü tezlerin erişime açılmasının ertelenmesi MADDE 6– (1)** Lisansüstü teze ilgili patent başvurusu yapılması veya patent alma sürecinin devam etmesi durumunda, tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulu iki yıl süre ile tezin erişime açılmasının ertelenmesine karar verebilir.

**(2)** Yeni teknik, materyal ve metotların kullanıldığı, henüz makaleye dönüşmemiş veya patent gibi yöntemlerle korunmamış ve internetten paylaşılması durumunda 3. şahıslara veya kurumlara haksız kazanç imkanı oluşturabilecek bilgi ve bulguları içeren tezler hakkında tez danışmanının önerisi ve enstitü anabilim dalının uygun görüşü üzerine enstitü veya fakülte yönetim kurulunun gerekçeli kararı ile altı ayı aşmamak üzere tezin erişime açılması engellenebilir.

**Gizlilik dereceli tezler MADDE 7– (1)** Ulusal çıkarları veya güvenliği ilgilendiren, emniyet, istihbarat, savunma ve güvenlik, sağlık vb. konulara ilişkin lisansüstü tezlerle ilgili gizlilik kararı, tezin yapıldığı kurum tarafından verilir. Kurum ve kuruluşlarla yapılan işbirliği protokolü çerçevesinde hazırlanan lisansüstü tezlere ilişkin gizlilik kararı ise, ilgili kurum ve kuruluşun önerisi ile enstitü veya fakültenin uygun görüşü üzerine üniversite yönetim kurulu tarafından verilir. Gizlilik kararı verilen tezler Yükseköğretim Kuruluna bildirilir.

**(2)** Gizlilik kararı verilen tezler gizlilik süresince enstitü veya fakülte tarafından gizlilik kuralları çerçevesinde muhafaza edilir, gizlilik kararının kaldırılması halinde Tez Otomasyon Sistemine yüklenir.



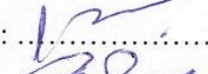
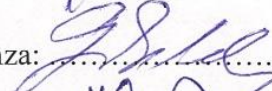
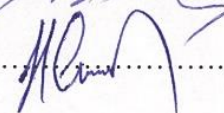
T.C.  
ATATÜRK ÜNİVERSİTESİ  
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ



TEZ KABUL TUTANAĞI

SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ MÜDÜRLÜĞÜNE

Doç. Dr. Cevat BAK danışmanlığında, Fatma Hayri tarafından hazırlanan bu çalışma 07/06/2018 tarihinde aşağıdaki jüri tarafından Sakir B. İnceoğlu Anabilim Dalı'nda Yüksek Lisans Tezi olarak kabul edilmiştir.

Başkan Doç. Dr. Cevat BAK İmza:   
Jüri Üyesi Doç. Dr. Gönder N. Sade İmza:   
Jüri Üyesi Dr. Öğr. Üyesi Ali Kemal Çelikkaya İmza: 

Yukarıdaki imzalar adı geçen öğretim üyelerine aittir. 07 / 06 / 2018

Prof. Dr. Mehmet TÖRENEK  
Enstitü Müdürü

## İÇİNDEKİLER

ÖZET.....	IV
ABSTRACT .....	V
ŞEKİLLER DİZİNİ .....	VI
TABLolar DİZİNİ .....	VII
ÖNSÖZ.....	VIII
GİRİŞ .....	1

## BİRİNCİ BÖLÜM

### TURİZMDE YENİLEŞİM VE BİREYSEL YENİLİKÇİLİK

#### 1.1. TURİZMDE YENİLEŞİM VE BİREYSEL YENİLİKÇİLİĞE İLİŞKİN

TEMEL KAVRAMLAR .....	3
1.1.1. Yenileşim Kavramı.....	3
1.1.2. Yenilikçilik Kavramı .....	5
1.1.3. Bireysel Yenilikçilik Kavramı.....	7
1.2. BİREYSEL YENİLİKÇİLİK MODELLERİ .....	10
1.3. YENİLEŞİM YÖNTEMİNİN SAĞLADIĞI KATKILAR .....	12
1.3.1. Verimliliğin Artması .....	13
1.3.2. Rekabet Üstünlüğü .....	13
1.3.3. Ödemeler Dengesizliğinin Giderilmesi .....	14
1.3.4. Sosyal Sorumluluk Bilincinin Gelişimi.....	15
1.3.5. Sadık Müşteri Bilinci.....	15
1.3.6. Kurumsallaşma .....	16
1.3.7. Markalaşma .....	17
1.3.8. Araştırma-Geliştirme .....	18
1.4. LİTERATÜRDE YENİLİKÇİLİĞE İLİŞKİN YAPILMIŞ ÇALIŞMALAR..	19

## İKİNCİ BÖLÜM

### ALGILANAN ÖRGÜTSEL DESTEK

2.1. ALGILANAN ÖRGÜTSEL DESTEĞE İLİŞKİN TEMEL KAVRAMLAR ..	26
2.1.1. Algılanan Örgütsel Destek Kavramı .....	26
2.2. ÖRGÜTSEL DESTEK ALGISINI OLUŞTURAN FAKTÖRLER .....	29

2.2.1. Örgütsel Adalet.....	30
2.2.2. Yönetici Desteği .....	31
2.2.3. İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamaları .....	32
2.2.4. Kişisel Özellikler.....	33
<b>2.3. ALGILANAN ÖRGÜTSEL DESTEĞİN SONUÇLARI .....</b>	<b>33</b>
2.3.1. Zorunluluk Hissetme .....	34
2.3.2. Örgütsel Vatandaşlık .....	34
2.3.3. Örgütsel Bağlılık .....	35
2.3.4. İş Tatmini .....	35
2.3.5. Performans-Ödül Beklentisi ve İş Performansı.....	36
2.3.6. İş Gücü Devri .....	37
2.3.7. İş Stresi .....	38
<b>2.4. TURİZMDE ÖRGÜTSEL DESTEĞE İLİŞKİN YAPILMIŞ ÇALIŞMALAR .....</b>	<b>39</b>

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### TURİZM AMAÇLI KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE BİREYSEL YENİLİKÇİLİK VE ALGILANAN ÖRGÜTSEL DESTEK DÜZEYİ İLİŞKİSİ: İSTANBUL İLİ ÖRNEĞİ

<b>3.1. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ .....</b>	<b>49</b>
3.1.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi.....	49
3.1.2. Araştırmanın Varsayımları .....	50
3.1.4. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri.....	50
3.1.5. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi .....	52
3.1.6. Veri Toplama Aracı ve Yöntemi .....	53
3.1.7. Değerlendirme .....	54
3.1.7.1. Ölçeklerin Güvenilirlik Analizi .....	54
<b>3.2. BULGULAR.....</b>	<b>55</b>
3.2.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular .....	55
3.2.3. Araştırma Hipotezlerinin Test Edilmesi.....	59

<b>SONUÇ ve ÖNERİLER.....</b>	<b>67</b>
<b>KAYNAKÇA .....</b>	<b>75</b>
EK 1. ANKET FORMU .....	97
<b>ÖZGEÇMİŞ.....</b>	<b>99</b>



## ÖZET

## YÜSEK LİSANS TEZİ

**TURİZM AMAÇLI KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE BİREYSEL  
YENİLİKÇİLİK VE ALGILANAN ÖRGÜTSEL DESTEK DÜZEYİ İLİŞKİSİ:  
İSTANBUL İLİ ÖRNEĞİ****Tahmina HAJIYEVA****Danışman: Doç. Dr. Cem IŞIK****2018, 99 sayfa****Jüri: Doç. Dr. Cem IŞIK****Doç. Dr. Gökalp Nuri SELÇUK****Dr. Öğr. Üyesi Hürriyet ÇİMEN**

Bu araştırmada önemli bir kavram olarak düşünülen bireysel yenilikçiliğin anlaşılması ve işletmelerde yapılması gerekenlerin ön plana çıkarılması il birlikte işletmelerdeki çalışanların algılanan örgütsel destek düzeyleri çeşitli yönleriyle incelenmiştir. İstanbul'un Avrupa yakasındaki Beyoğlu, Şişli ve Fatih ilçelerinde faaliyet gösteren 3-4 ve 5 yıldızlı turizm amaçlı konaklama işletmeleri çalışanlarının yenilikçilik eğilimlerini belirlemek ve bireysel yenilikçilik ile algılanan örgütsel destek düzeyleri arasında bir ilişki olup olmadığını tespit etmeye yönelik olan araştırma üç ana bölümden oluşmaktadır.

Araştırmanın ilk bölümünde bireysel yenilikçilik kavramına ilişkin, ikinci bölümünde ise algılanan örgütsel destek kavramına ilişkin açıklamalar üzerinde durularak ayrıntılı incelemeler yapılmıştır. Araştırmanın son bölümünde ise bireysel yenilikçilik ile algılanan örgütsel destek arasındaki ilişkinin incelenmesi amacıyla örnekleme oluşturan 403 çalışan bireye, araştırmacı tarafından geçerliği ve güvenilirliği test edilen "Bireysel Yenilikçilik Ölçeği" ve "Algılanan Örgütsel Destek Ölçeği" nin uygulanmasıyla elde edilen araştırmanın bulguları yer almaktadır.

Araştırma sonucunda turizm amaçlı konaklama işletmelerinde çalışan bireylerin yenilikçiliğe istekli oldukları ve ya olabilecekleri görülmüş, bireysel yenilikçilik ile algılanan örgütsel destek arasında da pozitif yönde anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Ancak işletmelerdeki örgüt yapısının geleneksel tarzda sürdürülmesi çalışanların yenilikçilik algılarını sarsacaktır. Bu nedenle konaklama işletmelerindeki örgütlerde bunun önüne geçilmesi için çalışanları bireysel yenilikçiliğe teşvik edecek faaliyetler sağlanmalıdır.

**Anahtar Kelimeler:** Bireysel Yenilikçilik, Algılanan Örgütsel Destek, Konaklama İşletmeleri



**ABSTRACT****MASTER THESIS****THE RELATIONSHIP BETWEEN INDIVIDUAL INNOVATION AND  
PERCEIVED LEVEL OF ORGANIZATIONAL SUPPORT: ISTANBUL  
EXAMPLE****Tahmina HAJIYEVA****Advisor: Assoc. Prof. Dr. Cem IŞIK****2018, 99 pages****Jury: Assoc. Prof. Dr. Cem IŞIK****Assoc. Prof. Dr. Gökalg Nuri SELÇUK****Assist. Prof. Dr. Hürriyet ÇİMEN**

The current research focuses on the understanding of the individual innovation that is considered as an essential concept of this study; however, the prioritisation of the things to be done in the enterprises have been examined in various aspects of perceived organisational support levels of the employees in the enterprises. The study consists of three main parts to determine the innovative trends of tourism operators in the 3-4 and five stars, operating in areas Beyoglu, Sisli and Fatih on the European side of Istanbul. The primary goal of the study is to determine whether there is a statistically significant relationship between the individual levels of innovation and organisational support.

The first part of the study explains the concept of individual innovation. In the second part, explanations of the concept of perceived organisational support were described in detail. The last part of the study examined the results of studies obtained using the "Individual Innovation Scale" and "Perceived Organizational Support Scale", which were tested and validated using a sample of 403 working individuals in order to determine the possible statistically significant relationship between individual innovations and the anticipated organisational support.

The results of the current study demonstrate that the individuals working in the hospitality enterprises for tourism are willing or able to innovate. In addition, the study found a statistically significant positive correlation between individual innovation and perceived organisational support. However, maintaining the organisational structure in business in the traditional way will undermine the innovation perceptions of employees. For this reason, activities should be provided to encourage individual innovation in order to prevent such organisations in accommodation enterprises.

**Keywords:** Individual Innovativeness, Perceived Organizational Support, Accommodation Companies

**ŞEKİLLER DİZİNİ**

**Şekil 2.1.** İŞletmelerde Rekabetçi Üstünlüğü Sağlama ve Sürdürebilme Gücü..... 14  
**Şekil 3.1.** Araştırma Modeli..... 51



## TABLOLAR DİZİNİ

<b>Tablo 3.1.</b> Güvenilirlik Analizi Sonuçları .....	55
<b>Tablo 3.2.</b> Katılımcılara İlişkin Sosyo-Demografik Özelliklerin Dağılımı.....	55
<b>Tablo 3.3.</b> Bireysel Yenilikçilik Ölçeğine İlişkin İfadelerin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapmaları .....	58
<b>Tablo 3.4.</b> Algılanan Örgütsel Destek Ölçeğine İlişkin İfadelerin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapmaları .....	59
<b>Tablo 3.5.</b> Fikir Önderliği ve Algılanan Örgütsel Destek Arasındaki İlişki .....	60
<b>Tablo 3.6.</b> Değişime Direnç ve Algılanan Örgütsel Destek Arasındaki İlişki .....	60
<b>Tablo 3.7.</b> Risk Alma ve Algılanan Örgütsel Destek Arasındaki İlişki .....	61
<b>Tablo 3.8.</b> Bireysel Yenilikçilik ile Demografik Özellikler Arasındaki İlişkiler .....	61
<b>Tablo 3.9.</b> Bireysel Yenilikçilik ile Cinsiyet Arasındaki İlişki (T testi sonuçları).....	62
<b>Tablo 3.10.</b> Bireysel Yenilikçilik ile Yaş Arasındaki İlişkinin Ortalama, Standart Sapma ve Tek Faktörlü ANOVA Sonuçları.....	63
<b>Tablo 3.11.</b> Algılanan Örgütsel Destek ile Demografik Özellikler Arasındaki İlişkiler .....	64
<b>Tablo 3.12.</b> Algılanan Örgütsel Destek ile Cinsiyet Arasındaki İlişki (T testi sonuçları).....	65
<b>Tablo 3.13.</b> Algılanan Örgütsel Destek ile Yaş Arasındaki İlişkinin Ortalama, Standart Sapma ve Tek Faktörlü ANOVA Sonuçları .....	65
<b>Tablo 3.14.</b> Algılanan Örgütsel Desteğin Yordanmasına İlişkin Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları.....	66

## ÖNSÖZ

Bu çalışma, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı'nda Doç. Dr. Cem IŞIK yönetiminde yüksek lisans tezi olarak hazırlanmıştır.

Araştırma kapsamında geçirilmiş uzun ve yorucu çalışma süreci boyunca, bilgi ve desteğini esirgemeyen değerli danışmanım sayın Doç. Dr. Cem IŞIK'a, destekleriyle yardımcı olan sayın hocalarım Arş. Gör. Özgür ÇALKIN, Arş. Gör. Osman ÇAPAN, Dr. Öğr. Üyesi Emre ÇİLESİZ ve Arş. Gör. Tuba TÜRKMENDAĞ'a teşekkürü borç bilirim. Ayrıca, yüksek lisans tezimin her aşamasında beni destekleyen ve yardımını esirgemeyen canım arkadaşım, gelecekteki meslektaşım Nesrin SAVAŞ'a çok teşekkür ederim.

Tez jürimde yer alan bölüm başkanım sayın Doç. Dr. Gökalp Nuri SELÇUK ve Dr. Öğr. Üyesi Hürriyet ÇİMEN'e sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

Lisansüstü öğrenimim boyunca beni motive eden ve her daim varlıklarını hissettiren değerli arkadaşlarım Yağmur HACISALİHOĞLU, Şura KABAKTEPE ve ismini anamadığım bütün arkadaşlarıma desteklerinden dolayı teşekkür ederim.

Anlayışı, sevgisi ve varlığıyla beni her zaman yüreklendiren sevgili kardeşim Fidan NOVRUZOVA'ya ve bana her zaman inanan, güvenen, başarılarımla hep gurur duyan, her koşulda yanımda olan sevgisini, desteğini ve şefkatini her zaman hissettiren, eğitim hayatım boyunca tüm sıkıntılara ortak olan, âdeta benimle birlikte okuyan varlık sebebim biricik anneciğim Nazile HACIZADE'ye sonsuz teşekkürlerimi sunarım.

**Erzurum – 2018**

**Tahmina HAJIYEVA**

## GİRİŞ

Son birkaç yıldaki literatür çalışmaları göz önünde bulundurulduğunda çoğu araştırmaların yenileşim üzerine olduğunu söyleyebiliriz. Araştırmacılar yenileşimi farklı açılarda ele almakta ve farklı sonuçlar elde etmektedirler. Yenileşim, işletmeler için rekabetçi iş ortamında başarının anahtarı olarak kabul edilmekte ve aynı zamanda işletmelerin sürdürülebilirliğinin artması açısından önem arz etmektedir. Yenileşim, bir işletmenin diğer işletmelerden farklı olduğunu da ortaya koymaktadır. Alışlagelmiş tatil olanaklarının dışında yenileşim yapmış ve yapmakta olan işletmeler diğer işletmelere nazaran sürükleyici bir turizm deneyimi sunmaktadır.

Yenileşimin işletmelerde açık ara fark yaratması çalışanların yenilikçilik anlayışları ile pozitif ilişkilidir. Çalışanların yenilikçi fikirlerini öne sürmeleri, işletmenin bu yenilikleri benimseyip kabul görmeleri ve hayata geçirmeleri hem çalışanların bireysel yenilikçilik algılarının gelişmesine hem de işletme açısından üstünlüğün sürdürülebilirliğine yardımcı olmaktadır. Bireysel yenilikçilik, turizm sektörünün ve işletmelerin ihtiyaç duyduğu en önemli özelliklerinden biri olarak görülmektedir. Bireyler işletme için dış kaynak araştırması yapan ve yenileşim stratejisine katkıda bulunan güçlü bir araç olarak kabul edilmektedir. Bireylerin araştırma yapıp işletmeye katkı sağlamaları, işletmelerin sürekli yeni bilgileri keşfedip uygulayabilmeleri açısından önem arz etmektedir.

İşletmelerin hataları önlemeleri adına iç ve dış çevrelerinin sürekli denetim altında olması onların yenileşim yapılarını da etkilemektedir. Günümüz işletmeleri yüksek rekabet içerisinde bulunmaktadır. Bu durumlarda hızlı ürün ve ya hizmet yüksek kaliteyle beraber önem arz etmektedir. Müşteri beklentileri, hızla ilerleyen teknolojik çağla beraber işletmelerin rekabet stratejilerini zamana karşı yarıştırmaktadır (Rodriguez ve Carbonell, 2006: 1-12). Gatingon (1991) yeniliğin işletmelere sadece pazar odaklı kazanç sağlamadığını aynı zamanda markalaşmanın da önemini vurgulamaktadır (Gatingon, 1991). Zira yeniliğin çevresel değişkenler altında işletmelere sağlayabileceği sayısız katkı yer almaktadır. İşletmelerin yenileşim yöntemini doğru kullanabilmesi, ürün, süreç ve hizmet yeniliklerini sağlayabilmesi hem iç hem de dış müşteri tatminini sürdürebilmesi anlamına gelmektedir (O'Cass vd., 2006: 37).

Algılanan örgütsel destek (AÖD), çalışanların kurumun katkılarına ne ölçüde değer verdikleri ve refahlarına önem verdikleri yönündeki algısı olarak tanımlanmaktadır. Örgütsel destek teorisi, işverenlerin, çalışanların kuruluşun kendilerine bağlılığı konusunda genel bir algı oluşturduğunu fark etmesine ve çalışanlarla kurum arasındaki ilişkiyi anlamak için araştırmacılara yeni bir bakış açısı getirdiğini ortaya koymaktadır (Eisenberger vd., 1986: 500-506). Örgütsel destek kavramı, çalışan bireylerin nasıl algı oluşturduklarını, örgütün katkılarını ne ölçüde takdir ettiklerini ve refahları ile ne derece ilgilendiklerini göz önüne koymaktadır (Eisenberger vd., 1986: 504). Örgütsel desteğin bu algıları, çalışanların işletmelerin kendi adına artan çabalarını ödüllendirmeye ve sosyo-duygusal gereksinimlerini karşılamaya hazır olup olmadıklarını belirlemesine olanak sağlamaktadır (Eisenberger vd., 1986: 501). Örgütsel destek teorisine göre, çalışanların işlerini etkin bir şekilde yürütmeleri için, çalıştıkları kuruluş tarafından değerlendirilmesi, onay, saygı, ücret, bilgiye erişim ve diğer yardım biçimlerini almaları ileride sağlayacakları faydalar yönelik bir güvence teşkil etmektedir (Rhoades ve Eisenberger, 2002: 699-712). Örgütsel destek konusunda yüksek algıya sahip çalışanlar, örgütleri hakkında daha olumlu duygulara sahip olmak, örgütlerine daha fazla katkıda bulunmak ve performans algısını arttırmak için daha fazla çalışmaktadırlar (Eder ve Eisenberger, 2008: 55-68).

Çalışanların örgüt kültürünü benimsemesi onların yenilikçilik düşüncelerini açığa çıkarmakta, sürdürülebilirlik adına işletmede yapılabilecek değişimlere öncü olmakta ve radikal yenilikçilik faaliyetleri için risk almayı göze almaktadır. Araştırmada anket yöntemi kullanılarak turizm amaçlı konaklama işletmelerindeki çalışanların bireysel yenilikçilik ve algılanan örgütsel destek ile ilgili düşünceleri ele alınmış ve aralarındaki ilişki incelenmiştir.

## BİRİNCİ BÖLÜM

### TURİZMDE YENİLEŞİM VE BİREYSEL YENİLİKÇİLİK

#### 1.1. TURİZMDE YENİLEŞİM VE BİREYSEL YENİLİKÇİLİĞE İLİŞKİN TEMEL KAVRAMLAR

##### 1.1.1. Yenileşim Kavramı

Yenileşim (inovasyon), Latince bir sözcük olan ‘innovatus’tan türemiş olup “Toplumsal, kültürel ve idari ortamda yeni yöntemlerin kullanılmaya başlanması” anlamına gelmektedir (Uzkurt, 2007: 241-260). Yenileşim kavramı olarak “bir düşünceyi pazarlanabilir bir ürün ya da hizmete, yeni geliştirilmiş bir üretim ya da dağıtım yöntemine ve ya yeni bir toplumsal hizmet yöntemine dönüştürmeyi” ifade etmektedir (Işık ve Keskin, 2013: 41-57). Bu gereksinim turizm amaçlı konaklama işletmelerini sürekli yenilenme ve hizmet kalitesini artırma yönünde etkilemektedir (De Jong, 2007: 90-371). Turizmi değerli kılan zincir bütünü göz önüne alındığında yeni pazarlama stratejilerinin uygulanması, farklı ürün, süreç ve hizmetlerin geliştirilmesi yenileşimi turizmin önemli bir parçası olarak nitelendirmektedir (Işık ve Meriç, 2015: 1-16).

Yenileşim, işletmelerin aradıkları ve geliştirdikleri başarılı strateji ve yatırımlarla pazarda aktif olmak için ortaya çıkmaktadır. Bu nedenle işletmelerde yenileşim iş, politika ve akademik çevrelerin ilgi odağı konumundadır (Lopez ve Merono, 2011). Bu ilgi gayet doğal, zira yenileşim günümüz rekabet avantajının en önemli faktörü olarak değerlendirilmektedir (Volberda vd., 2013: 1-15).

Yenileşim, ilk defa ekonomist ve politika bilimcisi Joseph Schumpeter tarafından “*kalkınmanın itici gücü*” olarak yorumlanmıştır. Schumpeter 1911’de yazdığı ve 1934’de İngilizce’ye çevrilen “*The Theory of Economic Development*” kitabında yenileşimi, müşterilerin bilmedikleri bir ürünün ve ya var olan bir ürünün farklı bir özelliği ile pazara sürülmesi, üretim esnasında yeni tekniklerin kullanılması ve hammaddenin tedarik süresi boyunca yeni kaynakların bulunması şeklinde tanımlamaktadır (Karataylı ve Karaata, 2008: 1-208). Schumpeter tarafından önerilen “yaratıcı yıkım” yenileşimi, modern endüstri analizinin temel taşı olmakla beraber

çeşitli sanayi sektörlerinde hem gelişmiş hem de gelişmekte olan ülkelerin yaşadığı ekonomik sorunlara da çözüm olarak görülmektedir. Yenilikçi olma ihtiyacı neredeyse hayatta kalma, sürdürülebilirlik ve son derece rekabetçi bir küresel pazarda faaliyet gösteren modern endüstrilerin büyümesi için bir ön koşul haline gelmektedir (Diviskera ve Nguyen, 2018: 157-158).

Günümüz modern toplumunda yenileşim, hem üreticilerinin hem de kullanıcılarının yararları için pratik uygulamalarla teknolojik gelişmeleri üretmesi istenen multidisipliner bir etkinlik olarak kabul edilmektedir. Son yıllarda bilimin kazanımları, geçmişten daha hızlı olan evrimle birçok alanda yeni mühendislik gelişmelerini mümkün kılmaktadır. Bu sürekli talep / beklenti, yenilikler için belirli bir saplantı yaratmakta ve iyi yapılandırılmış çerçeveler içinde bile daha ileri gelişmeler için temel olduğuna inandığımız karakterlerle çözümler geliştirmede rekabet yaratmaktadır. Yenileşimin multidisipliner faaliyetlerinin yönleri, eğilimleri ve içeriği birçok bakış açısından tartışılmaktadır (Ceccarelli, 2017: 1-2).

Yenileşim, uzun vadeli büyüme ve refahın kritik belirleyicisi olarak da ifade edilmektedir. Bu nedenle rekabet politikası, birleşme kontrolünün uygun kullanım yolu ile yenileşimi azaltan ve yenilikleri olumlu yönde etkilemesine izin veren birleşmelerin önlenmesini amaçlamaktadır (Federico vd., 2017: 136-140). Yenileşim, yeni ürün geliştirmek, pazar alanlarını büyütmek ve genişletmekte olan işletmeler için bir rekabet avantajı olarak değerlendirilmektedir (Erdil, 2005). Dolayısıyla yenilikçilik, örgüt öğrenme sürecindeyken müşteri tatmini sağlamak adına rekabet gücünü arttıracak yeni ürün, süreç, pazar ve stratejik anlamda doğru yönetimin benimsenmesi anlamına gelmektedir (Kamarudden vd., 2009: 100-130).

Yenileşim ile ilgili giderek artan literatür, ideal yönetim süreçlerine farklı tipolojiler sunmaktadır (Holenstein, 2003: 845-858). Yenileşim'in artan popüleritesi ve kavram alanının genişlemesi göz önüne alındığında (Fagerberg ve Verspagen, 2009: 18-233), yenileşim, Hirsch ve Levin'in (1999) yazdığı "Şemsiye Savunucularına Karşı Geçerlilik Polisi: Bir Yaşam Döngüsü modeli" makalesinde bir şemsiye olarak anılmaktadır. Bu nedenle Damanpour (2009) yenileşimi, geniş bir ampirik fenomen yelpazesi olarak tanımlamaktadır (Damanpour ve Scheinder, 2009). Bununla birlikte yenileşim kavramının temel özelliklerinden biri olan fikir birliği ortaya çıkmaktadır.



Bilhassa, yenileşim'in bir süreci olduğu kadar bir süreci de tanımlayabileceği, odak organizasyonun içinden kaynaklanabildiği gibi dışından da kaynaklanabilmektedir. Böylece bu durumun bir ürün, hizmet, süreç, iş modeli ile ilgili olabileceği kabul edilmektedir (Crossan ve Apaydın, 2010: 47-48).

Salge'ye (2012) göre bilim-temelli yenileşim, önemli bilimsel ve teknolojik gelişmelerle körüklenen yeni ürün, hizmet ve süreçlerin geliştirilmesiyle ilgilidir. Bunun aksine, uygulamalı yenileşim, günlük iş faaliyetlerinin ayrılmaz bir parçası olarak ortaya çıkan ürün, hizmet ve ya süreç gelişmelerini ifade etmektedir. Aynı zamanda yenileşim, düzenli çalışma aktivitelerinde sıklıkla karşılaşılan sıradan zorluklarla da tetiklenmektedir. Yenilikçilik sahipliği, hiyerarşik düzeye veya işlevsel uzmanlaşmaya bakılmaksızın tüm kuruluş çapında dağıtılma eğilimi olarak belirlenmektedir (Salge, 2012). Kuhlmann'a (2014) göre ise yenileşim, önceden var olan politika ve uygulamaların yetersizliği olarak görülmektedir (Kuhlmann ve Rip, 2014).

### **1.1.2. Yenilikçilik Kavramı**

Son yıllarda, akademisyenler yenileşimi, bir mikro/ürün düzeyinde değil, makro/işletme düzeyinde bir perspektif olarak görmeye başlamışlardır (Siguaw vd., 2006: 557-579). Bu yeni trendin altında yatan temel dayanağın ise yenileşim olduğunu belirtmektedirler. Yenileşim yoluyla uzun vadeli hayatta kalmanın belirleyici ve spesifik faktörlerinden biri de “yenilikçilik” olarak adlandırılmaktadır. Yenilikçiliğin kapsayıcı organizasyon çapında bir yenileşim kabiliyet yapısına sahip olduğu görülmektedir (Trott, 1998). Bu gerekçenin altını çizen mantık, bir işletmenin uzun vadede sağ kalımının, yeniliklerin gelişimi için dinamik yetenekler üreten ve daha az gerçek yenileşimlere dayanan işletme düzeyinde yenilikçiliğe daha fazla yer vermesidir (Abernathy ve Utterback, 1978: 1-49). Yenileşim tipik olarak “yeni ürün başarısı” gibi bir sonuç odaklı önlem olarak tanımlanmaktadır (Ayers vd., 1997: 107-116). Yenilikçilik ise işletme düzeyinde yönelimi veya yenileşime yönelik eğilimini temsil eden bağımlı bir değişken olarak kabul edilmektedir. Bu nedenle yenileşim, somut ve açık bir kavram iken, yenilikçilik ise somuttur ve bireysel organizasyon durumundadır (Menguc ve Auh, 2006: 1552-7724).

Günümüzde, yenilikçilik literatürü, farklı araştırma disiplinlerden gelen çeşitli araştırmacılar tarafından sunulan tanım ve kavramsallaştırmaya sahip çok parçalı bir yapıyı temsil etmektedir. Genel olarak, şu anda kabul görmüş veya birleştirici bir tanım ve işletme düzeyinde yenilikçilik teorisi yoktur ve sadece bireysel araştırmacının yorum ve araştırma gündemine bağlanmaktadır. Bazı araştırmacılar için, yenilikçilik bir işletmenin statüsünden ayrılan fikirleri benimseme eğilimi ve kabulü anlamına da gelmektedir (Zlatman vd., 1973; Hurley ve Hult, 1998: 42-58).

Hurley ve diğerleri (1998) yenilikçiliği, “organizasyonun yeni fikirleri, süreçleri veya ürünleri başarılı bir şekilde benimseme veya uygulama yeteneği” olarak görmektedir (Hurley ve Hult, 1998). Aynı zamanda yenilikçilik, sürdürülebilirliği sağlamak için “sosyal sermaye” sağlayan bir “kültürel öncü” olarak da kabul görmektedir (Hurley vd., 2005). Yenilikçilik bir işletmenin organizasyondaki yeni süreçleri, ürünleri veya fikirleri sunma kapasitesi olarak rasyonelleşmesini sağlamaktadır (Hult vd., 2004: 278-283). Bununla birlikte, var olan kapsamlı ve disiplinler arası bir gözden geçirmeyi takiben kavramsallaştırmalar, yenilikçiliğin kesin bir tanımının bulunmamasına rağmen, çoğu araştırmacı genel olarak aşağıdaki boyutları ele almaktadır. Bunlar:

- Yaratıcılık,
- Yeni fikirlere açıklık,
- Yenilik yapma isteği,
- Risk alma isteği,
- Fikir ve bilgi paylaşımı için isteklilik ve kapasitedir.

Walsh, (2009) işletme düzeyinde yenilikçiliği şöyle tanımlamaktadır:

Yenileşimi kolaylaştıran yeni fikirlerin yaratılması ve benimsenmesiyle, sürdürülebilirliği korumaktır. Yeni iş uygulamalarında değişimi hızlı bir şekilde dahil etmek için güçlü bir bireysel isteklilik, eğilim, alıcılık, pazar duyarlılığı, bağlılık, niyet ve teknolojik kapasite gerekmektedir. Yenilikçiliği bu şekilde kabul gören işletmeler üstün bir rekabet üstünlüğü sunmaktadır (Walsh vd., 2009).

Lado’ya (1994) göre yenilikçilik, bir işletmenin sosyal ve kültürel yapısının yerleşik bir yönüdür (Lado ve Wilsom, 1994: 688-717). Yenilikçilik, bir yenileşim derecesinin ölçüsü olarak kullanılmaktadır. Yeni ürün ve ya hizmetler bir işletme için

yüksek dereceye sahip olabilmenin göstergesi olarak görülmektedir (Garcia ve Calantone, 2002: 110-129). Öte yandan, düşük yenilikçi ürünler ve ya hizmetler düşük düzeyli bir işletme göstergesi olarak görülmektedir (Skervlavaj vd., 2007: 347-366). Yenilikçilik, değişime daha fazla erişim gösterip, zorluklarla yüzleşmek için daha fazla isteklilik anlamına da gelmektedir. Bu tür yenilikçilik, müşterilerini sürdürülebilir kılmak adına daha geniş bir yelpazeden istifade etmektedir (Banbury ve Mitchell, 1995: 161-182).

### 1.1.3. Bireysel Yenilikçilik Kavramı

Değişen dünyanın, sektörlerin ve organizasyonların ihtiyaç duydukları en önemli birey özelliklerinden biri de yenilikçiliktir. Bireyler, bir işletmenin dış öğrenmesini sağlayan ve yenileşim stratejisine katkıda bulunan kaynak olarak görülmektedir. Dış kaynaklar sayesinde, bireyler bir işletmenin mevcut bilgi tabanını genişletmektedir. Böyle yaparak, bir işletme sürekli olarak yeni bilgiyi keşfedebilir ve kullanabilmektedir. Bu da bilginin Schumpeteryen tarzında bir kombinasyonunu ifade etmektedir (Barirani vd., 2015:39-52).

Avrupa Birliği'nin hazırladığı Green Paper (1995) belgesinde yenilikçiliğin; tüketilen ürünlerin yenilenmesi ve çoğaltılması, üretim, tedarik ve dağıtımda sürdürülebilirlik adına yeni yöntemlerin kurulması, çalışma yöntemlerinin ve işgücü becerilerinin değiştirilmesi gerektiğini ifade etmektedir (Işık ve Türkmendağ, 2016: 7-9). Bireylerin açık yenileşimde anahtar rolü oynadıklarına dair kanıtlar olsa da, literatürün çoğu bireysel düzeyden ziyade organizasyona odaklanmaktadır (Salter vd., 2014).

Yenilikçilik kapasitesinin tanımına uygun olarak, bireysel düzeydeki yenilikçilik kapasitesi üç boyuttan oluşmaktadır;

- Bireylerin mevcut işletme ortamına dışsal bilgiyi tanımlama becerisi,
- Bireylerin mevcut bilgiyi kurumsal kimliğe özümseme kabiliyeti,
- Bireylerin bir kuruluş içindeki dış bilginin kullanılmasını savunabilme yeteneğidir (Cohen ve Levinthal, 1990: 128-152).

Freeman (2007) yenileşim üzerine yaptığı çalışmasında “yenilik yapmayan yok olur” diyerek bireysel yenilikçiliğin önemini vurgulamaktadır (Freeman ve Engel, 2007:

54-119). Mothen (1999) “Aklın Tarih Öncesi (The Prehistory of the Mind)” kitabında, insan farkını üç ayrı özelliğe bağlamaktadır. Bunlar; öğrenebilme, yaratıcı düşünebilme ve beyin fırtınasıdır (Mothen, 1999). Hirschman (1980) “Yenilikçilik, yenilik arayışı ve tüketici yaratıcılığı” çalışması ile bireysel yenilikçiliği “bireysel olarak yenilikleri arayıp bulma arzusu” olarak ifade etmektedir. Hirschman, bütün bireylerin belirli ölçülerde yenilikçi olduklarını ve hayatları süresince yeni olarak algıladıkları fikirleri benimsediklerini ileri sürmektedir (Hirschman, 1980: 283-295).

Bireysel yenilikçilik “herhangi bir ürünün, hizmetin ve ya fikrin bir kişi tarafından yeni olarak algılanması” olarak tanımlanmaktadır. Bireysel yenileşim, disiplin, öğrenme ve ya uygulama kabiliyeti olarak da değerlendirilebilmektedir. Bireyin herhangi bir düşünce ve ya fikri bir yenileşim olarak algılaması bireyin yeniliğe olan tepkisini ölçmektedir (Rogers E. M., 2003: 12-23). Bireyin ilgili alanda deneyi sahibi olması, eğitim seviyesinin yeterli olması, yaratıcılık kabiliyetinin olması, problemi benimsemesi, bir sorunu çözüme kavuşturması ve çözüm sonucunda motive olması bireysel yenilikçiliğin gerçekleşebilmesi adına önem arz etmektedir (Uzkurt, 2008: 17-20).

Başarılı bir yenileşim için bireyin fikir ve düşüncelerini kullanılabilir vaziyete getirmesi gerekmektedir. Bireyin yenileşimi yeni bir icat ve ekonomik değer olarak kabul görmesi önem arz etmektedir (Turnalı ve Sarıdoğan, 2010: 210). Yenileşimde öncü olmak bireyi, yeniliğe ilgi meraklısı olan diğer insanlar için çekim merkezi haline getirmektedir (Uzkurt, 2008: 8-20). Başarılı yenileşim uygulamaları yapan işletme içerisindeki inovatif bireylere gereken değer sağlanması önem arz etmektedir. Zira bireyler kurumsal yenileşime kaynak oluşturmaktadırlar (Redmond vd., 1993: 115-120).

Bireysel yenilikçilik kavramı, bireylerin inovatif eylemlere uyum sağlama, kabullenme, risk alma, tolerans gösterme ve nihayetinde deneyime açık olma gibi durumları ifade etmektedir (Usluel ve Mazman, 2010: 60-74). Allen (1977) bireylerin dış kaynaklardan öğrenme rolünün temelini atmıştır. Bir organizasyon içindeki bazı bireyler, dış kaynaklardan iç kaynaklara bilgi taşıyıcısı olarak hareket etmektedirler (Allen, 1977). Bununla birlikte, uygulamada, bireysel Ar-Ge yöneticileri, sadece teknolojik temelli değil, aynı zamanda işletme içindeki ve dışındaki yeni fikirlerin

habercisi olarak da hareket etmeye zorlanmaktadırlar (Albers ve Colombo, 2015: 97-120).

Yenilikçilik, kobilerin değişen çevreye hızla adapte olmasını ve yanıt vermesini sağladığından, son derece önemli bir organizasyonel yetenek olarak kabul edilmektedir. Değişiklikleri düzenlemek, yeni yetenekler inşa etmek, varlık tabanını dönüştürmek ve süreçleri yeniden yapılandırmak, değişen ortamlardaki rekabet gücü için önem arz etmektedir (Teece vd., 1997: 500-525). Çevik olmak, hızla değişmek, çevrede meydana gelen değişikliklere karşı uyanık olmak ve böylece dinamik yeteneklerini rakiplerinden daha stratejik bir şekilde uygulayabilme yeteneğine sahip bir işletmenin, değişen pazar koşullarına daha hızlı ve kolay adapte olabilmeleri üstün bir rekabet avantajı sağlamaktadır (Eisenhardt ve Martin, 2000: 1105-1115).

Yenilikçiliğin merkezi bireyler olarak kabul edilmektedir. Zira bireylerin yenileşim karşısında etkisiz gözlemci olmaktan öte yapılabilecek değişikliklerin ve toplumsal yenilenmenin anahtarı olarak görüldüğü öne sürülmektedir (Tabak vd., 2010: 159-176). Bireylerin yenilikçi olma isteği kişiden kişiye değişmekte olup, bazı bireyler yenilikçi olmak için gerekli özelliklerle sahipken, diğerleri yenilikçiliği engelleyen özellikler taşımaktadır. Her bireyin olaylara ve durumlara karşı farklı bakış açısına sahip olması onların yenilikleri kabul görmelerini etkilemektedir (Surry vd., 1998: 4-7).

Sosyal bilimlerde yayılan insan davranışının sezgisel ikna modeli, bireylerin yerel, ekonomik ve ekolojik çevrelerinde eylem ve ya etkileşim yoluyla alternatif davranışsal seçenekler hakkında kazanımlarıyla ilgili bilgi edinmelerini ve değerlendirmelerini açıklamaktadır. "Getiri ile alakalı" sıfatı, bireyler tarafından analiz edilen bilgilerin, bazı öngörülen hedeflere göre davranışsal alternatiflerin değerlendirilmesi için doğrudan uygulanabilir olduğunu vurgulamaktadır (Joseph, 1999: 2-4).

Literatür yenilikçilik için bir dizi eşanlamlı kelime sunmaktadır: Açık yenilikçilik (Joseph ve Vyas, 1984: 80-145), küresel yenilikçilik (Goldsmith & Clark, 2006: 15-65) ve tutumsal yenilikçilik (Steenkamo ve Gielens, 2003: 95-133). Küreselleşme çağı, iş yerindeki yüksek performansı bireysel yeniliklere bağlamaktadır (Carmeli vd., 2006: 75-90). Bireysel yenilikçilik bir işletmenin rekabet gücünün artırabilecek ve uzun vadeli başarıyı sağlayabilecek önemli bir yenileşim kaynağı olarak görülmektedir (Janssen vd.,

2004: 129-145). Bununla birlikte yenileşim özel bir kaynaktan ortaya çıkan bir süreç olmadığı için hem işletme hem de bireysel seviyelerde çoklu kaynaklar arası bir bağlantıyı içermektedir (Schiling, 2008). McLean ve diğerleri (2005) risk almanın desteklendiği yapıcı kültürde bireysel yenilikçiliğin geliştirilebileceğini öne sürmektedir (McLean, 2005: 230-246).

İş dünyasında yenileşim, bir işletmenin rekabet avantajı kazanmasına yardımcı olan; yeni ürün, hizmet ve iş süreci olarak tanımlanmaktadır. Araştırmacılar yenileşimi bir organizasyonda bireyler tarafından başarılı bir şekilde uygulanan yaratıcı fikirlere de bağlamaktadırlar (Schiling, 2008). Bu tanıma dayanarak, çalışan bireylerin yeni ve kullanışlı prosedürler ürettiklerinde, bir işletmenin geniş bir ürün yelpazesinden istifade etmek gibi bir seçeneği sağlanmaktadır. Bu çeşitlilik işletmeye dış talep ve fırsatlara cevap verebileceği bir esneklik katmaktadır. Böylece, çalışan yenilikleri, bir işletmenin yenileşim yapması için gerekli girdiler olabilmektedir (Cummings ve Oldham, 1997: 22-38).

Yenilikçilik aracı, işletmelerin uzun vadeli hayatta kalabilmeleri için gerekli olan rekabetçi bir avantaja sahip olmaktadır (Dephande ve Farley, 2004: 3-21). Daha fazla yenileşim potansiyeline sahip işletmeler, daha iyi geri dönütler almakta, organizasyonel performans anlamında artım sağlamakta ve sürdürülebilir bir rekabet avantajı elde etmektedir. Bu nedenle, işletmelerin çalışan bireyelerine bireysel yenilikçilik kültürlerini geliştirmesi gerekmektedir (Calantone vd., 2002: 515-522). Yenilikçilik, bir işletmenin önüne sürülen fırsatları gerçeğe dönüştürmesi için hem müşteri hem de tedarikçilerle etkileşime girdiği önemli bir süreç olarak bilinmektedir (Tidd vd., 1997). Yenilikçi ürünler, işletmelere büyüme ve ya genişleme avantajı sunarken, öten yandan sürdürülebilirlik adına rekabet avantajı sağlamalarını da kolaylaştırmaktadır (Cavalcante vd., 2001: 1327-1342).

## 1.2. BİREYSEL YENİLİKÇİLİK MODELLERİ

Bireysel yenilikçilik modelleri birçok araştırmacı tarafından farklı şekillerde ele alınmaktadır. Bunlar;

**Tarde:** yeniliklerin yayılması üzerine yaptığı araştırma sonucunda bir yeniliğin belirli zaman içerisinde benimseyiciler tarafından kabul görme düzeyini gösteren S-

eğrisini ortaya çıkarmıştır. S-eğrisinde yatay eksen zamanı, dikey eksen ise benimseyici sayısını göstermektedir. Genellikle S-eğrisi, sosyal ortamlarda bir yeniliğin belirli zaman dilimi içerisinde benimseyiciler tarafından benimsenme düzeylerini göstermektedir. Tarde'nin bilime sunduğu S-eğrisi, önem arz etmektedir. Zira birçok yenileşim Tarde'nin bize sunduğu S-eğrisi şeklinde benimsenmektedir. S-eğrisine göre bir yenilik toplumda zaman içerisinde çok az sayıda insan tarafından kabul görülürken, zaman ilerledikçe artan oranla birlikte çok sayıda insan tarafından benimsenmektedir. Buna göre toplumdaki bir yenileşim hızlı bir şekilde benimseniyor ise eğri dik, yavaş ve aşamalı bir şekilde benimseniyor ise daha eğik bir şekilde oluşmaktadır (Kılıçer ve Odabaşı, 2010: 150-152).

**Pemberton:** H. Earl Pemberton (1930) kültürel özelliklerin toplum içerisindeki yayılımını matematiksel olarak çan eğrisine benzetmiştir. Pemberton'a (1930) göre her normal frekans dağılımının toplamı S-eğrisi ile simetrik bir eğri oluşturmaktadır. Eğriye göre zaman içerisinde toplumdaki kültürel özellikleri kabul gören bireyler normal dağılım eğrisinin orta noktasında dağılırken, uç noktalarda azalma göstermektedir (Kılıçer ve Odabaşı, 2010: 151-152).

**Bryce Ryan ve Neal Gross:** 1940'lı yıllarda Iowa çiftçileri üzerine yaptıkları araştırmalarda hibrit tohumlarının çiftçiler tarafından kabul görmesi gerektiğini yayınlamışlardır. Bu çalışma da, Tarde'nin S-eğrisini desteklemektedir. Yaptıkları çalışma yeniliklerin, sadece kavramsal yapı ile alakalı olmadığını aynı zamanda araştırmacılara yayılmanın bir iletişim süreci olduğunu da anlatmaktadır. Ayrıca Ryan ve Gross, Iowa çiftçileri üzerine yaptıkları çalışma ile hem yenileşime karşı vermiş oldukları tepkileri hem de benimseyicileri sınıflandırmayı amaçlamışlardır. Iowa State Üniversitesinde yapılan birçok çalışma doğrultusunda 1957 yılında Teknoloji Adaptasyon Yaşam Döngüsü (Technology Adoption Lifecycle) modeli geliştirilmiştir. Bu model, yeni bir yenileşimin kabul görmesi, toplumun psikolojik ve demografik özelliklerine göre sınıflandırmasını hedeflemiştir. Bu modelde, H. Earl Pemberton'nun ortaya koyduğu görüş temel alınarak yenileşimin zamana göre benimsenmesi sürecinde normal dağılım eğrisi gerçekleştirilmiş ve buna göre benimseyiciler beş kategori altında toplanmıştır (Kılıçer ve Odabaşı, 2010: 150-152).

**Yeniliklerin Yayılması:** Bu modeli 1962 yılında **Rogers M. Everett**, yenileşimin toplum tarafından kabul görme sürecini açığa kavuşturmak için ortaya koymuştur. Rogers, bilimsel araştırmalarda yenileşim kategorilerinin verimli dağılımını sağlamak ve araştırma bulgularını karşılaştırmak adına 1965 yılında S-eğrisi olarak bahsettiğimiz eğriyle yenileşim benimseme kategorileri belirlemiştir. Normal frekans dağılımının gösterildiği S-eğrisine göre yenileşim benimseme kategorileri beşe ayrılmaktadır (Kılıçer ve Odabaşı, 2010: 150-152). Bunlar:

- %2,5 ile Yenilikçiler (Innovators),
- %13,5 ile Öncüler ve ya Erken Benimseyenler (Early Adopters),
- %34 ile Sorgulayıcılar (Early Majority),
- %34 ile Şüpheliler (Late Majority),
- %16 ile Gelenekçiler ve ya Geri Kalanlar (Laggards)'dır (Rogers M. E., 1995).

Oslo kılavuzuna göre ise: “yayıma; yeniliklerin, piyasa ve ya piyasa dışı kanallar yolu ile, ilk uygulanan halinden, çeşitli tüketicilere, ülkelere, bölgelere, sektörlere, pazarlara ve işletmelere dağılıma şeklidir” (Oslo Kılavuzu, 2005: 20-22).

### 1.3. YENİLEŞİM YÖNTEMİNİN SAĞLADIĞI KATKILAR

İşletmeler pazarda daha iyi değer yaratmak ve müşteri elde etmek adına rekabet üstünlüğü kazanmak için çeşitli yöntemler kullanmaktadırlar. Teknolojinin ve bilginin hızlı bir şekilde büyüdüğü bu süreçte işletmelerin yenileşim yöntemlerini doğru kullanmaları gerekmektedir. İşletmeler kullandıkları araçları rekabet avantajı olarak sürdürebilmek için ekonomik ve teknolojik gelişmeler doğrultusunda ilerlemeleri gerekmekte fakat bu durum zaman içerisinde farklılıklar göstermektedir. Bu farklılıklarda yenileşimin önemli bir rolü bulunmaktadır. Hamel ve Prahalad bu anlamda işletmelerin rekabet avantajı kazanması için yaratıcı düşüncelerini geliştirmeleri gerektiğini vurgulamaktadır (Güleş ve Bülbül, 2003: 159).

İşletmelerin hataları önlemeleri adına iç ve dış çevrelerinin sürekli denetim altında olması onların yenileşim yapılarını da etkilemektedir. Günümüz işletmeleri yüksek rekabet içerisinde bulunmaktadır. Bu durumlarda hızlı ürün ve ya hizmet yüksek kaliteyle beraber önem arz etmektedir. Müşteri beklentileri, hızla ilerleyen teknolojik çağla beraber işletmelerin rekabet stratejilerini zamana karşı yarıştırmaktadır



(Rodriguez ve Carbonell, 2006: 1-12). Gatingon (1991) yeniliğin işletmelere sadece pazar odaklı kazanç sağlamadığını aynı zamanda markalaşmanın da önemini vurgulamaktadır (Gatingon, 1991). Zira yeniliğin çevresel değişkenler altında işletmelere sağlayabileceği sayısız katkı yer almaktadır. İşletmelerin yenileşim yöntemini doğru kullanabilmesi, ürün, süreç ve hizmet yeniliklerini sağlayabilmesi hem iç hem de dış müşteri tatminini sürdürebilmesi anlamına gelmektedir (O'Cass vd., 2006: 37).

### **1.3.1. Verimliliğin Artması**

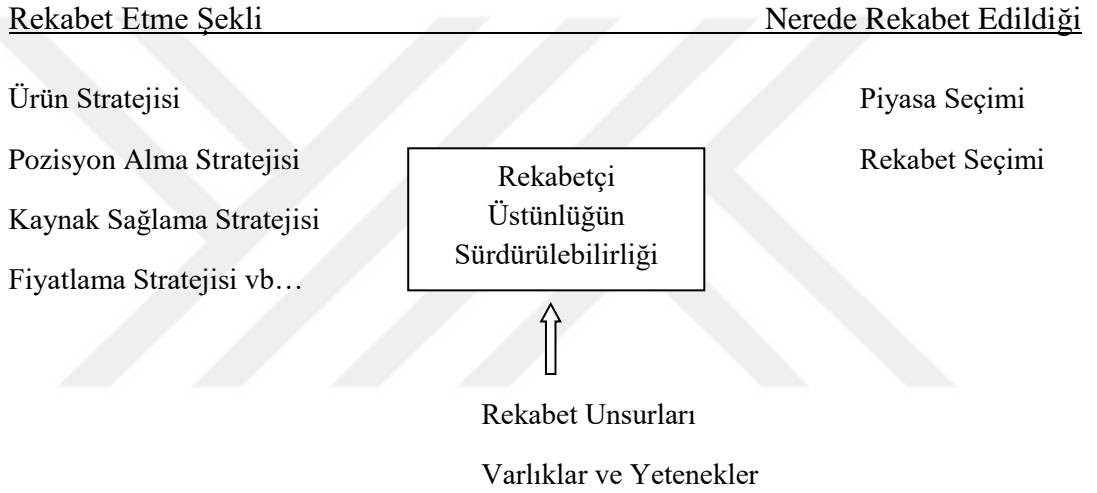
İşletmelerin yenileşim yöntemlerini sürdürülebilmeleri için iş süreçlerini iyileştirmeleri ve maliyetleri azaltmaları gerekmektedir. Sürdürülebilir bir rekabet ortamında işletme, yenilikçi yapıları arttırmakla verimli bir avantaj sağlamaktadır. Çalışanların bilgi teknolojilerini doğru kullanmasıyla birlikte bireysel kalitelerini iş süreçlerinde öne sürmeleri işletmelerin verimliliğini arttırmaktadır (Dorf, 1998: 227). Verimlilik, üretim ve ya hizmet esnasında talep edilen bir hizmetten oluşan katma değer olarak da tanımlanabilmektedir. Bir işletmenin verimlilik artışı teknoloji ve ya kaynakların etkin kullanılabilmesiyle elde edilmektedir. Yeni iş yöntemleri, örgüt kültürünün düzenlenmesi, maliyetlerin azaltılması ve teknolojinin gelişimi örgüt kültürü verimliliğinin artırılabilmesi adına önem arz etmektedir (Gürak, 2003: 1-22).

### **1.3.2. Rekabet Üstünlüğü**

İşletmelerin sürdürülebilir rekabet üstünlüğü sağlaması için, piyasanın temel bileşenlerine ilişkin genel verimlilik ve maliyet üstünlüğünü değiştirecek stratejiler üretmesi ile sağlanabilmektedir. Piyasa yapısını değiştirmek isteyen işletme önemli ve doğru stratejik kararlarla bu eylemi gerçekleştirebilmektedir. Bunun için işletmenin iç ve dış kaynaklarının ölçülmesi gerekmektedir (Ülgen ve Mirze, 2004: 47). Günümüz ekonomisi bölgesel rekabetten daha çok uluslararası rekabette yer almaktadır. İşletmelerin uluslararası pazarda rekabet gücünü arttırabilmesi için zayıf yönlerini bulup onarması elzemdir (İSO, 2002: 33-40) . Bir işletme sürdürülebilir bir rekabet avantajı elde etmek istiyor ise, mevcut ve gelecekteki rakiplerinin sürekliliğine karşıt farklı

olmayı başarabilmesi ile ilintilidir. Düşük süreç maliyetleri ve pazara sürülen ürün farklılığı rekabet gücünü artırmaktadır (Kurnaz ve Kestane, 2016: 280-285).

İşletmelerin rekabet üstünlüklerini ve sürdürülebilirliklerini sağlamak adına teknolojiye önem vermeli, uluslar arası gelişmeler ve yenileşim yöntemleri ile yakinen ilgilenmeleri önem taşımaktadır (Aktan, 2004: 173). Aaker (1992) yaptığı çalışma ile sürdürülebilir rekabetçi üstünlüğün nasıl elde edilebileceğine dair ipuçları vermektedir. Şekil 1’de Aaker’ın işletmelerin rekabetçi üstünlüklerini sağlayabilme ve sürdürebilme gücü verilmektedir.



**Kaynak:** David A. Aaker., (1989). “Managing Assets and Skills”, The Key to a Sustainable Competitive Advantage, California Management, 92.

### Şekil 2.1. İşletmelerde Rekabetçi Üstünlüğü Sağlama ve Sürdürebilme Gücü

#### 1.3.3. Ödemeler Dengesizliğinin Giderilmesi

Ödemeler dengesi, belirli zaman içerisinde bir ülkenin diğer ülkelerle olan ekonomik ilişkilerini gösteren tablodur. Teknolojinin hızla gelişmesi, ekonomik büyümeye ve ödemeler dengesine etki etmektedir. Ülkelerin teknolojik profilleri onların ekonomik performanslarını da yansıtmaktadır. İşletmelerin talep eden yapıya sahip olmaları onları pazarda belirleyici özelliğe taşımaktadır (Meliciani, 2002: 102-103).

Schumpeter çalışmalarında bahsettiği gibi teknik değişmelerin ekonomik büyümeye olan etkisini en önemli unsurlardan biri olarak görmektedir. Genel ekonomik sistem büyüme süresince, farklı sektör ve gelişmiş farklı teknolojilerin farklı dalgalar

boyunca büyümesinden etkilenmektedir. Ödemeler dengesinin büyüme modelini ise, talep zorlamaktadır. Buradaki en önemli unsur, gelir, ithalat ve ihracatın talebin esnekliğine göre değişmesi olarak görülmektedir (Meliciani, 2002: 104-107). Türkiye’de özellikle 1983 yılından sonra turizm politikasında, dış turizm gelirlerinin arttırılması ve bu arttırılma ile ödemeler dengesinin açıklarının kapatıldığı göze çarpmaktadır (Unur, 2000: 1-17).

#### **1.3.4. Sosyal Sorumluluk Bilincinin Gelişimi**

Sosyal sorumluluk kavramı, bir işletmenin çalıştığı ortamı korumak ve geliştirmek konusundaki yapılması gerekenleri içermektedir.

Bir işletmenin ürün ve ya hizmet sektöründeki verimliliği arttırabilmek adına, sürdürülebilir rekabet ortamı yaratması, paylaşılan bilginin akıcı olması, müşteri memnuniyetinin arttırılması için yapılan çalışmaları içermektedir. Ayrıca, ekoyenileşim anlayışı ile tüketici sağlığına zararsız ve ürün yeniliklerini çevreye tanıtmada duyarlı olma yolunda çalışmaları da içermektedir (Perrini, 2005: 615-616).

Küreselleşme süresi boyunca işletmeler, iç ve dış çevrenin uluslararası kanun yönetmeliklerini yeniden gözden geçirmektedirler. Bu zaman diliminde yenileşimin işletmelerin iş süreçlerindeki etkiler ve hızlı gelişen teknolojinin iş süreçlerindeki sorumluluklara olan etkileri belirlenebilmektedir (Warshurst, 2005: 157). Sosyal sorumluluk anlayışının işletmelere, imaj koruma, üstün rekabet avantajı sağlama, müşteri memnuniyetini arttırma, bilgi akışını düzenleme ve ürün kalitesini iyileştirme adına önem arz etmektedir (Schalhoub ve Zeinab, 1999: 21-22). İşletmelerin, özellikle küreselleşme süresince sosyal sorumluluk anlayışı ve işletmenin amaçlarına yönelik ekonomik faaliyetleri ayrı ayrılıkta değerlendirilmemesi gerektiğini söylemektedir. Paketleme ve dağıtım, üretim dürüstlüğü, pazarlama ve satış, reklam ve fiyat sosyal sorumluluğun ayrılmaz bir parçası olmaya devam etmektedir (McAdam ve Leonard, 2003: 30).

#### **1.3.5. Sadık Müşteri Bilinci**

İşletmeler her yeni müşteri için var olan müşteriyi koruma amaçlı en az 2-3 katı harcama yapmaktadırlar. Bu nedenle, mali durumlardan uzak duran işletmeler,

pazardaki paylarını arttırabilmek adına mevcut müşterilerini çoğaltmak ve onlarında çevrelerini olumlu etkileyebilmeyi hedeflemektedirler. Bazı işletmeler bu yöntemi pazar stratejisi olarak da benimsemektedir. Bu durum aynı zamanda pazarın büyümesini olumsuz yönde etkilemektedir (Kovancı, 2001: 91-93).

Ürün tesliminin zamanında yapılması, etkili servisin sağlanması ve müşteri iletişim sisteminin düzgün oluşturulması müşteri sayısını olumlu yönde etkileyebilmektedir. Literatürdeki bazı çalışmalar, hizmet ve ürün kalitesinin müşterileri olumlu yönde etkilediğini ortaya koymaktadır (Kovancı, 2001: 93-94). Sadık müşteri dediğimiz olayın aslında kimleri kapsadığını bilmek zor olsa da Blackwell (2006) müşterilerin göstermiş oldukları sadakati dört grupta açıklamaktadır. Bunlar;

- Bölünmemiş/tam(undivided) müşteri,
- Bölünmüş(divided) müşteri,
- Değişken(unstable) müşteri
- Bağımsız(no loyalty) müşterilerdir.

Blackwell (2006) işletmelerin sadık müşteri ararken aslında yapılması zor olan bölünmemiş müşteriyi aramak olduğunu da söylemektedir (McCain vd., 2005: 466-467). İşletmeler 1980'lerden bu zamana kadar sadece müşteri memnuniyetinin sağlanması ile müşteri etkileme ve işletme hakkında olumlu yönde düşünceler sağlanabilmesini yeterli bulamamaktadırlar. Bu düşünce işletmeleri, var olan müşterileri kaybetmemek ve yeni müşteri kazanmak için maliyet harcamaları yapmalarına yol açmaktadır (Szwarc, 2005: 12-13).

### **1.3.6. Kurumsallaşma**

Kurumsallaşma, işletmelerin faaliyet sergiledikleri çevreye uyumları ve bu kuruluşlarla oluşan zaman kaydını açıklamaktadır (Hung, 2005: 1543). Bir işletmenin kurumsallaşması ve sürdürülebilir başarı elde etmesi için yönetim ve kontrol sistemlerinin uygulanması önem arz etmektedir. Bu süre boyunca işletme-çevre uyumu ön plana çıkarılmaktadır. Çevresi tarafından kabul görmüş ve süreklilik kazanmış işletme, kurumsallaşmış olarak ifade edilmektedir (Hung, 2005: 1543-1544). Kurumsallaşma sonucu, işletmelerin süreklilik, verimlilik ve hayatta kalmalarını sağlamaktadır. Kurumsallaşma; stratejik unsurların uzun vadeli olması, etkili bir örgüt

kültürünün oluşturulması, yenileşime açık bir vizyonun olması, çevredeki değişime duyarlı ve güçlü olmayı gerektirmektedir. Bu süre boyunca bireylerin ve iyileştirme anlayışının ön plana çıkarılması önem arz etmektedir (Kuhn, 2005: 620).

Kurumsallaşma teorisi, hızla değişen bilgi teknolojilerinin yanı sıra bilgi sistemlerinin de doğru algılanabilmesi ve uygulanmasına bağlı kalmaktadır. Teknolojik stratejiler, örgüt kültürünün iş stratejilerini önemli ölçüde geliştirmesinde ve hedeflerini belirlemesinde önem taşıyan unsur haline gelmektedir. Bir işletmenin kurumsallaşmış olması, çevresi tarafından kabul görüldüğü zaman tamamlanmaktadır (Kjaer ve Langer, 2005: 211). Kurumsallaşma, aynı zamanda sistemleşme ve kurallaşma sistemi olarak da ifade edilebilmektedir. İşletme yöneticilerinin işletme içerisinde uyumlu bir sistem kurmaları, örgüt kültürünün belirlemeleri, görev ve sorumlulukların gerektiği gibi yerine getirmeleri kurumsallaşmanın başarısı için önem arz etmektedir. Bilgiye dayalı bir yönetim sisteminin ve yenileşim yapmaktan çekinmeyen bir yapının oluşturulması gerekmektedir. İyi bir yönetim kurumunun önemli unsurları; değişen çevreye karşı duyarlılık, yenileşimlere açık olmak, iletişim kanallarını doğru kullanmak ve bilgi sisteminin düzgün kurulması olarak adlandırılmaktadır (Kişioğlu ve diğerleri, 2005: 46).

### **1.3.7. Markalaşma**

Bir işletmenin ürün ve ya hizmeti diğer işletmelere nazaran daha farklı ve özgü ise bu bir markalaşma örneği olarak adlandırılmaktadır. Bir ürünün rakiplerinden farklılaşmasını sağlamak fonksiyonel ve duygusal değerleri oluşturabilmekle başlamaktadır. Marka, bir ürünün taklit edilebilme seviyesinin düşüren bir farklılık olarak da adlandırılmaktadır (Akdeniz, 2004: 4-5). Markalaşma, yenilikçi örgütlerin vazgeçilmez başarısı olarak tanımlanmaktadır. Küreselleşme, markalaşmayı pazarın en önemli paydayı olarak görmektedir. Teknolojinin gelişmesiyle birlikte işletmeler bir birine yakın benzerliklerde üretimlerde bulunmaktadırlar. Bu nedenle üretimlerde teknolojinin ilerleyen hızı ön plana çıkarılsa da, işletmelerin sadık müşterileriyle ararındaki bağı daha duygusal bağlamda birleştirmeleri gerekmektedir. Müşteri duygularına değer vererek oluşturulan yenileşim yöntemleri markalaşma sürecini sürdürülebilir kılmaktadır (Ahmed ve Zairi, 1999: 40).

Bir işletmenin başarılı markası, pazarda yenilikçi yöntemleri ile dikkat çekmektedir. İşletmelerin yenilikçi örgüt kültürü, kaliteli marka performansını, markalaşma sürecini ve müşteri memnuniyetini karşılayabilme özelliğine de ortaya koymaktadır (O'Cass vd., 2006: 41). Markalaşma, bir işletmenin ürününün kötü olsa bile tutundurma çabası olarak öne sürmesi gerektiği anlamına gelmemektedir. Markalaşma, kurumsallaşma sonucunda işletmenin ürettiği ürüne odaklanması ve marka kültürünü sürdürebilmesi adına kendilerine bir ilke olarak bütünleştirmeye çalışmaktır. İşletmelerin yenileşim yönetimini göz önünde bulundurarak yenilikleri markalaştırabilmeleri ve marka kültürü yaratmaları işletmenin yaratıcılığına ve yenileşime ivme kazandırmaktadır (Jolly, 2005: 126).

### **1.3.8. Araştırma-Geliştirme**

Ar-Ge ve yenileşim işletmelerin katma değer sağlamasına odaklanmaktadır. Öncelikle tüketicilerin sorun ve ihtiyaçlarını tanımlamaktadır. Bu doğrultuda gerekli araştırmalar yapıp yeni ürün ve ya hizmet elde ederek piyasaya sürmektedir. Sonuç itibariyle daha önce eşi benzeri olmayan bir ve ya hizmet ortaya çıkmaktadır (Erkek, 2011: 1-33). Yenileşim sürecini anlamada en önemli rol Ar-Ge olarak tanımlanmaktadır. Ar-Ge harcamaları yenileşim ölçümünde kullanılmaktadır. İşletmelerin pazardaki statülerini yükseltmek, yenilikçi olmak, yeni ürün ve ya hizmet oluşturmak konusunda Ar-Ge yatırımları yapmaları gerekmektedir (Tang ve Wulong, 2004: 671-686). Ar-Ge harcaması, teknolojinin etkin kullanılması, yeni ürün ve ya pazar yöntemi geliştirme, adaptasyon ve modifikasyon süreçleri gibi birçok teknolojik faaliyetlerde önem arz etmektedir (Kavak, 2008: 1-15).

Bir işletmenin Ar-Ge yatırımını yapıp yapmamasını; satış rakamları, toplam Ar-Ge harcamaları ve ya teknoloji odaklı çalışanların sayısı belirlemektedir (Özdemir, 2011). İşletmelerin rekabet stratejilerinin geliştirilmesine etki eden en önemli çalışma Ar-Ge olarak tanımlanmaktadır. Rekabetin sürdürülebilirliği açısından Ar-Ge ve yenileşim kaynaklı verlilik artışı önem arz etmektedir (Henard vd., 2006: 41-47). Hizmet sektörü üretim sektörünün gölgesinde kalmaktadır. Buna etki eden en önemli unsur Ar-Ge çalışmaları olarak nitelendirilmektedir. Özetle, hizmet sektörünün yenileşim konusunda düzenlediği Ar-Ge çalışmaları üretim sektöründen daha hızlı

ilerlemesine rağmen dışa vurumlar konusunda tam olarak ifade edilememektedir (Henard vd., 2006: 42).

Işık ve diğerleri (2010) yapmış oldukları “Türkiye’de Ar&Ge Yatırım Harcamaları Ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Eş-Bütünleşme Ve Nedensellik İlişkisi: 1990–2009” çalışma ile Ar-Ge harcamalarının ekonomik büyümeye olan etkilerini incelemişlerdir. Çalışma sahası Türkiye’de 1990-2009 yılları olarak baz alınmıştır. Çalışmada eş-bütünleşme, nedensellik ve ADF yöntemleri kullanılmıştır. Çalışmanın sonucu, Ar-Ge ve ekonomik büyüme arasındaki ilişkinin pozitif yönlü olduğunu ortaya koymuştur. Bu ilişli, nedensellik ilişkisi olarak saptanmıştır (Işık vd., 2010: 13-26).

#### **1.4. LİTERATÜRDE YENİLİKÇİLİĞE İLİŞKİN YAPILMIŞ ÇALIŞMALAR**

Turizm alanında yenilikçilik çalışmalarına ilişkin literatür fazla yaygın olmamakla birlikte araştırmacıların ilgi odağı konumundadır. Örneğin;

Baldrige ve Burnham (1975) yaptıkları araştırma ile bireysel özelliklerin örgüt liderlerinin belirlenmesinde önemli olmadığını vurgulamıştır. San Francisco’nun Bay eyaletinde yürütülen çalışmada fikir liderleri, toplum bireyleri ve öğretim üyeleri ele alınmıştır. Yapılan araştırmada varılan sonuca göre bireysel özelliklerin değişken davranış biçimlerinin belirlenmesi söz konusu olsa idi fikir liderleri ile öğretim üyeleri arasında uçuk farklılıkların olması beklenmiştir. Farklı olan sadece fikir liderleri grubundaki bireylerin çoğunluğunun erkek oluşu ve daha eğitilmiş olmalarıdır lakin bu farkların istatistiksel olarak bir emsal teşkil etmediği de ortaya konulmuştur. San Francisco’nun Bay eyaleti ve Illinois’deki okullarda da bir çok çalışmalar yapılmıştır. Bu çalışmalarda ise bireylerin yaş, cinsiyet ve eğitim misali bireysel özelliklerinin hiçbirinin tek başına bir yenilikçilik meydana getiremeyeceği saptanmıştır (Baldrige ve Burnham, 1975: 169-175).

Scott ve Bruce (1994) Amerika’nın merkezi bir araştırma işletmesinin bilim adamlarını, mühendis ve tekniker işçilerini kapsayan bireysel yenilikçiliğe ilişkin geniş boyutlu inceleme süreci sürdürmüşlerdir. Bireysel yenilikçilik davranışını liderlik, grup ilişkileri ve çözüme dayalı problem stiline yenilikçi davranışı doğrudan ve ya dolaylı yollarla yenileşim iklimi algılarının aracılığı ile etkilemekte olduğu ortaya çıkmıştır. Araştırmanın sonucuna göre bireylerin yenilikçi davranış sergilemelerindeki en önemli

etken lider-üye ilişkisinin olumlu etkisi olmuştur. Özetle, bir yöneticinin astının yenilikçi davranış sergilemesini beklemesi, astın yenilikçi davranışı cesaretli ve kolay bir şekilde icra etmesi gerektiğini vurgulamışlardır. Çalışmada Algılanan örgütsel destek düzeyinin yenilikçi davranış üzerinde önemli derecede etkisi olduğu ortaya konulmuştur (Scott ve Bruce, 1994: 585-604).

Choi (2004) bir elektronik işletmenin 91 çalışanın katılımı ile örgüt kültürünün yenilikçi yanlarını, bireylerin yenilikçi değerlerini, yenileşime karşı pozitif düşünceleri, teknik desteğin ve yenileşimi kullanmadaki teknik yeteneklerin hem bireysel hem de örgütsel özelliklerini yenileşim üzerindeki etkisini incelemiştir. Araştırma sonucunda, iş değerleri ile yenilikçi değerleri eşit tutan birçok bireyin yeni ürün ve ya uygulamalara, yenileşimi hiç desteklemeyen ama iş değerlerine sahip olan bireylerden daha olumlu yanıt verdikleri saptanmıştır. Bir başka sonuçta ise, sosyal ortamdaki çalışanların örgüt kültürlerinin ve kişisel değerlerinin olumlu olarak ilişkili olduğu sonucuna varılmıştır (Choi, 2004: 399-412).

Wardford (2005) 11 güneydoğu ülkesinin ve yabancı dil öğretmenlerinin kapsadığı çalışması ile yenilikçiliğin eğitim alanındaki önemini incelemiştir. Wardford Amerika Yabancı Dil Öğretimi Konseyi Yeterlilik Kılavuzu ile ilgili veri toplayarak, yenileşimin yayılım teorisinin eğitim alanında ne derece benimseneceğini araştırmıştır. Yapılan araştırma sonuçlarına göre, devlet çalışanlarının benimsemeyi engelledikleri, yenileşim eylemlerinin devlet tarafından engellendiği durumda benimsenmenin çok düşük olduğu görülmüş ve yenileşim ile ilgili bilgilerin benimsenme ile doğru orantılı olduğu bulunmuştur (Wardford, 2005: 2-39).

Liao (2005) Rogers'in yenileşimin yayılımı modeli çerçevesinde web tabanlı ders yönetim sisteminin herhangi bir üniversite kampüsünde benimsenmesini incelemiştir. Sonuçlara göre Rogers'in modeli başarılı bir şekilde yenileşimin benimsenmesini açıklığa kavuşturmuştur. Uygunluk, basitlik, görelî fayda, denenebilirlik gibi çoklu regresyon analizleri yapılmış ve benimsenmenin en güçlü belirleyicisinin basitlik özelliği olduğu saptanmıştır. Aynı zamanda Rogers'in modeli öğretim üyeleri, öğrenci ve ders materyalleri arasındaki etkileşimin teknoloji etkisini de ölçmüştür. Sonuçlara göre ise, teknoloji bu üçlü arasındaki en güçlü bağ olarak belirlenmiştir. Çalışmada



ayrıca teknoloji benimsenme düzeyinin geçen her yıl arttığı da ortaya konulmuştur (Liao, 2005: 2-17).

McQuiggan (2006) öğretim üyelerinin ANGEL isimli bir kurs yönetim sistemine olan endişe, sitem özellikleri ile ilgili düşünce ve algılarını, iletişim kanallarını ve bütün bunların yanında sistemin benimsenmesini nasıl etkilediğini amaçlayan bir araştırma gerçekleştirmiştir. Saha araştırması olarak çalışmanın yürütüldüğü üniversite kampüslerinde %53,8'lik benimsenme oranının bahsedilen sistemin benimsenişi geç çoğunluk olarak saptanmıştır. Araştırma sonucuna göre, sistemi benimseyenlerin sistem hakkında yeterli bilgiye sahip oldukları ve benimsemeyenlere göre daha az kişisel kaygıları bulunduğu ortaya konulmuştur (McQuiggan, 2006: 55-2).

Rogers (2007) Teksas'ta bulunan özel bir üniversiteye 2005 bahar döneminde devam eden 200 aday öğretim üyesinin oluşturduğu bir çalışma ile aday öğretmenlerin bilgisayara olan kaygıları, yenilikçi olup olmadıkları ve teknoloji düzeylerinin ne derecede olduklarını incelemiştir. Bu çalışmada üç ayrı ölçme aracı kullanılmıştır. Bunlar; yenilikçilik ölçeği, bilgisayara olan kaygı göstergesi ve teknolojinin öğretim aracı olup olmamasıydı. Sonuçlara göre, yenilikçilik, bilgisayara kaygısı ve teknolojinin eğitim aracı olup olmaması arasında az da olsa önemli ölçüde ilişki bulunmuştur. Analiz sonuçlarına gerçekleşen dağılıma göre ise, Rogers'in tahminleri yine doğru çıkmıştır. Katılımcılardan %2,5'i yenilikçi, %13,5'i öncü, %33,5'i erken çoğunluk, %34'ü geç çoğunluk, %16,5'i ise gelenekçi olarak ortaya konulmuştur (Rogers, 2007).

Littrell ve Carlson (2009) Rogers'in yenileşim yayılımı modelini ele alarak, bir psikolojik danışma veren okul alanında yenileşim yapmış ve kısa süreli psikolojik danışma programının okuldaki psikolojik danışmanlar tarafından benimsenmesini incelemiştir. Araştırma sonucu danışmanların genelinde erken çoğunluk kategorisinde yer aldıklarını göstermiştir. Danışmanların kısa süreli danışmanlık programları ve benimseme düzeylerinin doğru orantılı olduğu ortaya konulmuştur. Psikolojik danışmanların kısa süreli psikolojik danışma kullanan, bu alanda bir uzmanın tanınması ve kısa süreli psikolojik danışmayı okul bölgesi içerisinde destekleyen bir meslektaşına sahip olmaları onları kısa süreli psikolojik danışmayı daha fazla kullandıkları sonucuna götürmüştür (Littrell ve Carlson, 2009: 1-7).

Işık ve Keskin'in (2013) yapmış oldukları "*Bilgi Ekonomilerinde Rekabet Üstünlüğü Oluşturması Açısından İnovasyonun Önemi*" çalışmada ise, bilgi ekonomilerinde rekabet gücü oluşturulması açısından Türkiye'nin yenileşim yapısını analiz etmiş ve yenileşim yapan ülkeler içerisinde Türkiye'nin konumunu incelemiştir. Çalışmanın sonuçlarına göre;

- Türkiye AB ülkeleri içerisinde orta düzey büyüyen bir ülkedir.
- Türkiye yenilikçilik kategorisinde AB'nin ortalama yenileşim seviyesinin üzerinde yer alırken diğer gruplarda (Finans, İnsan Kaynakları, Girişimci, İş Yaratama ve.s ) ortalamanın çok altında yer almaktadır.
- Türkiye AR-GE destekli yenileşim alanında yüksek seviyelerde yer alırken diğer kategorilerde (Patent, Araştırmacı, Bilimsel Makale ve Mezun sayısı) ortalamaların altında kalmıştır.
- Türkiye'nin yenileşime bakış açısı %25 ile yenilikçi, %34 ile yenileşim yapmakta istekli, %33 ile isteksiz ve %8 oranla ise yenileşime karşıt bir görünüm sergilemiştir (Işık ve Keskin, 2013: 1-17).

Trueman ve Tajeddini (2014) yaptıkları çalışma ile İran'da bulunan 11 yüksek kaliteli otel işletmelerinde çalışan üst düzey yöneticilerinin bireysel yenilikçiliğe bakış açılarını incelenmiştir. Çalışmanın sonuçlarına göre ise, çalışanların yenilikçiliği algılamalarındaki en güçlü unsurun teknoloji ile ilgili olduğu, aynı zamanda üst düzey yöneticilerinin ulusal kültür rolünün de etkisi ile yenilikçiliğin sürdürülebilmesi adına diğer otel işletmeleri ile rekabete girmeleri gerektiğinin bilincinde oldukları saptanmıştır (Tajeddini ve Trueman, 2014: 64-75).

Işık ve Meriç (2015) yapmış oldukları "*Otel Yöneticilerinin Bireysel Yenilikçi Kapsamında Değerlendirilmesi: Van İli Örneği*" çalışmada Van ilinde bulunan 4 ve 5 yıldızlı otellerin işletmeciliğini yapan yöneticilerin yenileşim düzeyleri ve kategorilerini incelemiştir. Sonuçlara göre, Van ilinde çalışan otel yöneticilerinin bireysel yenilik ortalamalarının orta düzeyde olduğu ortaya konulmuştur. Aynı zamanda yöneticilerin genelinin sorgulayıcı, öncü, kuşkucu, yenilikçi ve gelenekçi kategori sıralamasında oldukları tespit edilmiştir. Öte yandan çalışmada yapılan çoklu karşılaştırma testleri sonucuna göre, lisans ve lisansüstü eğitim görmüş çalışan bireylerinin, lise ve lise

seviyesinin altında eğitim görmüş çalışan bireylerinden daha yenilikçi ve fikir önderi oldukları ortaya konulmuştur (Işık ve Meriç, 2015: 1-16).

Işık ve diğerleri (2016) yaptıkları çalışma ile Palandöken Kış Turizm Merkezi'deki konaklama işletmeleri çalışanlarının duygusal emek ve bireysel yenilikçilik arasındaki ilişkilerini ölçmüşlerdir. Yapılan korelasyon analizi sonucunda personelin duygusal emek ve bireysel yenilikçilik arasında negatif bir ilişki olduğu saptanmıştır. ANOVA analizi sonuçlarına göre ise çalışan bireylerin eğitim düzeyleri ile bireysel yenilikçilik arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir. İnceleme esnasında çalışanların bireysel yenilikçilik performanslarının eğitim düzeyi ile alakalı olmadığı ortaya konulmuştur (Işık vd., 2016: 117-133).

Işık ve Türkmendağ (2016) yaptıkları çalışma ile Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde eğitim alan 500 öğrencinin bireysel yenilikçilik algıları ile demografik özellikleri açısından ilişkilerini incelemişlerdir. Bireysel yenilikçilik ölçeği risk alma, değişime direnç ve fikir önderliği olmak üzere üç boyutta ele alınmıştır. Çalışmadan elde edilen sonuçlara göre, Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencilerinin değişime direnç göstermedikleri lakin yapılan fark analizinde kız öğrencilerinin erkek öğrencilerine nazaran değişime dirençli oldukları ortaya konulmuştur. Diğer bir boyut olan fikir önderliği boyutunun sonuçları ise, öğrencilerin bu yönde istekli olduklarını saptamıştır. Risk alma boyutunun sonuçları ise öğrenciler tarafından pozitif yönde cevaplandırılmıştır (Işık ve Türkmendağ, 2016: 70-99).

Rantala ve diğerlerinin (2016) yaptığı "*Teknolojik, hizmet ve iş modeli yeniliklerinin benimsenmesinde sürdürülebilirliğin etkisi*" çalışmanın odak noktasını sürdürülebilirlik ve çeşitli yenilik türlerinin benimsenmesi arasındaki karşılıklı ilişki oluşturmuştur. Küçük deneysel araştırmalarla sürdürülebilirliğin değerlendirilmesinin farklı türdeki yeniliklerin benimsenmesini nasıl etkilediğini ele almışlardır. Çalışma, at sanayi işletmelerinin teknolojik, hizmet ve iş modeli yeniliklerini benimseme isteklerinin ardındaki açıklayıcı sürdürülebilirlik faktörlerini sunarak bu araştırma açığına katkıda bulunmuştur. Çalışmanın örnekleme şu anda at gübresi potansiyelinin sadece bir kısmının kullanıldığı ve at endüstrisinin yeni iş modelleri, yenilikler ve sürdürülebilir kalkınma talep ettiği Finlandiya'da gerçekleştirilmiştir. 139 Fin at endüstri operatörü tarafından yapılan anketle elde edilen ampirik sonuçlar, bir operatörün ekonomik

sürdürülebilirliğe ne kadar değer verdiğini, teknolojik yenilikleri, hizmet yenilikleri ve iş modeli yenilikleri benimsemenin daha olası olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca, çevresel sürdürülebilirliğin yüksek değerlemesi, teknolojik yenilikleri benimsemek için ihtiyaç duyulan girdiyi azaltmakta ve kurumsal sürdürülebilirlik değerlerinin ne kadar fazla olursa, iş modeli yeniliklerini benimsemesi daha muhtemel olduğu saptanmıştır (Rantala vd., 2018: 47-55).

Eröz (2016) yaptığı çalışmada Kırklareli Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği bölümünün 183 öğrencisinin bireysel yenilikçilik ile kontrol odağı arasındaki ilişkiyi incelemiştir. Çalışma sonuçlarına göre, öne sürülen hipotezler reddedilmiş ve bireysel yenilikçilik ile kontrol odağı arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır (Eröz, 2016: 40-55).

Federico ve arkadaşlarının (2017) yaptığı “*Basit Bir Birleşme ve Yenilik Modeli*” çalışması ile yenileşim ve rekabet arasındaki “U” ilişkisinin birleşme ayarına uygulanabilirliğini sorgulamışlardır. Öte yandan yenileşimin dışsallıkları ve ürün pazarında rekabet etkilerini tartışmışlardır. Çalışma sonuçlarına göre ise, birleşmenin yenileşimi azaltma eğiliminde olduğu, yenileşim ve rekabet arasındaki ters-U ilişkisinin birleşme ortamında uygulanabilirliğinin olmaması ve bütün bunların tüketici kaybetmeye neden olabileceği ortaya konulmuştur (Federico vd., 2017).

Binz ve Truffer (2017) yaptıkları bir çalışma ile uluslararası bağlamlarda teknolojik yenileşim süreçlerinin analizi için bir çerçeve önermişlerdir. Mevcut yenileşim sistemi kavramlarını ve yenileşimin küreselleşmesi ile ilgili son gelişmeleri çizerek, yenileşim sistemlerinin kavramsallaştırılmasını geliştirmişlerdir. Bu çalışmada iki temel mekanizma: çokuluslu alt sistemlerdeki kaynakların oluşturulması ve küresel yenileşim sisteminde yapısal kavramların kurulması detaylandırılmıştır. Bu kavramsallaştırmaya dayanarak, farklı endüstri türlerinde yenileşim modu ve değerlendirme sistemi üzerine inşa edilen dört jenerik yapılandırma tipolojisi sunmuşlardır. Analitik çerçeve, ortaya çıkan dört kusursuz teknoloji endüstrisinden elde edilen bilgilerle gösterilmiştir. Bu çalışma ile kapsamlı bir CBS (Küresel İnovasyon Sistemi) perspektifinin, yenileşim sistemi literatüründe daha açıklayıcı bir duruş geliştirmek ve yenileşim sürecinde artan mekansal karmaşıklığı yansıtan politika müdahaleleri geliştirmenin etkili olduğunu belirtmişlerdir (Binz ve Truffer, 2017: 1284-1298).

Azar ve Ciabuschi'in (2017) "*Organizasyonel İnovasyon, Teknolojik İnovasyon ve İhracat Performansı: İnovasyon Radikalliğinin ve Genişlemesinin Etkileri*" isimli çalışması, işletmelerin ihracat performansı için farklı yenileşim türlerinin alaka düzeyine odaklanmıştır. İnovasyon-performans ilişkisinin temelini teknolojik yenilik ve örgütsel yeniliklerin etkileri olarak ortaya çıkarmışlardır. Örgütsel ve teknolojik yenilikler ile işletme ihracat performansı arasındaki ilişkiye dair hipotezler, 218 İsveç ihracat girişiminden elde edilen veriler kullanılarak yapısal eşitlik modellemesi ile test edilmiştir. Sonuçlara göre, organizasyonel yenileşim, teknolojik yeniliği sürdürerek hem doğrudan hem de dolaylı olarak ihracat performansını artırmıştır. Akademisyenlere göre, bu çalışma ihracat performansı ile yenileşim türleri, örgütsel ve teknolojik yeniliklerin ihracat performansını artırabilecek mekanizmalara ilişkin yeni kanıtlar üreterek uluslararası iş ve pazarlama literatürüne katkıda bulunmaktadır (Azar ve Ciabuschi, 2017: 324-336).

Kijek ve kardeşinin (2018) yapmış oldukları "*Yenilik, üretkenlik paradoksunu çözenin anahtarı mı?*" çalışması, teknolojik yeniliklerin BİT ile verimlilik üzerindeki ılımlı etkisini analiz etmek ve verimlilik paradoksunu çözmeyi amaçlamak olmuştur. Örneklem 2960 Polonyalı yenilikçi üretim işletmelerini kapsamıştır. Araştırmada Genelleştirilmiş Yapısal Eşitlik Modeli (GSEM) kullanılmıştır. Sonuçlar, üretkenlik paradoksuna açıklık getirmekle birlikte süreç yeniliklerinin, örnek işletmelerde BİT (Bilgi ve İletişim Teknolojisi) ve işgücü verimliliği arasındaki bağlantı üzerinde ılımlı bir etki yarattığını göstermiştir (Kijek ve Kijek, 2018: 1-8).

## İKİNCİ BÖLÜM

### ALGILANAN ÖRGÜTSEL DESTEK

#### 2.1. ALGILANAN ÖRGÜTSEL DESTEĞE İLİŞKİN TEMEL KAVRAMLAR

##### 2.1.1. Algılanan Örgütsel Destek Kavramı

Örgütsel destek başlığının önüne getirilen “Algılanan” kavramının en mühim özelliklerinden biri, bu kavramın işgörenler tarafından farklı özelliklere sahip olabileceğini vurgulamaktır. Bir bireyin algılama süreci, olayı kendi bakış açısı içerisinde değerlendirmesi, düzenlemesi ve nihayet kendi doğrularına göre yorumlaması anlamına gelmektedir. Bu zaman dilimindeki en etkili etmenler bireyin kişisel ve kültürel özellikleri olarak bilinmektedir. Bireyin işgörenler tarafından gözlemlenip nasıl görüldüğü, algılanan örgütsel destek süreci boyunca önem arz etmektedir (Özdevecioğlu, 2003: 113-128).

Eisenberger ve diğerleri (1986) çalışanların davranışlarında belirlenen değişikliklerin asıl nedenini örgütlerin bireylere karşı olan tutumu ve motive ediciler olduğunu ileri sürmektedirler (Eisenberger vd., 1986: 500-507). Bireyler çalışma sürecindeki beklentilerinin örgüt tarafından karşılandığını gördükleri takdirde yüksek seviyede performans göstermektedirler (Organ, 1977: 46-53). Bu yaklaşımın ana temelini örgüt-çalışan beklentileri içermektedir. İlaveten bu ilişki örgüt ve çalışanlar arasındaki alışveriş ilişkisi olarak da kabul edilmektedir (Blau, 1964: 65-76). Çalışan ve örgüt arasındaki bu karşılıklı değiş tokuş olayının ana temellerinden en önemlisini algılanan örgütsel destek kavramı oluşturmaktadır (Eisenberger vd., 1986: 502-507).

Algılanan örgütsel destek (AÖD), çalışanların kurumun katkılarına ne ölçüde değer verdikleri ve refahlarına önem verdikleri yönündeki algısı olarak tanımlanmaktadır. Örgütsel destek teorisi, işverenlerin, çalışanların kuruluşun kendilerine bağlılığı konusunda genel bir algı oluşturduğunu fark etmesine ve çalışanlarla kurum arasındaki ilişkiyi anlamak için araştırmacılara yeni bir bakış açısı getirdiğini ortaya koymaktadır (Eisenberger vd., 1986: 500-506). Örgütsel destek kavramı, çalışan bireylerin nasıl algı oluşturduklarını, örgütün katkılarını ne ölçüde takdir ettiklerini ve refahları ile ne derece ilgilendiklerini göz önüne koymaktadır

(Eisenberger vd., 1986: 504). Örgütsel desteğin bu algıları, çalışanların işletmelerin kendi adına artan çabalarını ödüllendirmeye ve sosyo-duygusal gereksinimlerini karşılamaya hazır olup olmadıklarını belirlemesine olanak sağlamaktadır (Eisenberger vd., 1986: 501). Örgütsel destek teorisine göre, çalışanların işlerini etkin bir şekilde yürütmeleri için, çalıştıkları kuruluş tarafından değerlendirilmesi, onay, saygı, ücret, bilgiye erişim ve diğer yardım biçimlerini almaları ileride sağlayacakları faydalar yönelik bir güvence teşkil etmektedir (Rhoades ve Eisenberger, 2002: 699-712). Örgütsel destek konusunda yüksek algıya sahip çalışanlar, örgütleri hakkında daha olumlu duygulara sahip olmak, örgütlerine daha fazla katkıda bulunmak ve performans algısını arttırmak için daha fazla çalışmaktadırlar (Eder ve Eisenberger, 2008: 55-68).

Çalışanların performanslarının ve örgütsel başarılarının artmasında etki eden faktörlerin teşvik edilerek örgüt kültürü içerisinde yer almasını sağlamak iş görenler tarafından yapılması gerekenler olarak nitelendirilmektedir. Çalışanların performanslarının artırılması için birkaç faktörün vurgulandığı görülmektedir. Bunlar; algılanan örgütsel destek, iş tatmini, gelişim kültürü ve güven faktörü olarak ortaya konulmaktadır. Gelişim kültüründe yer alan en önemli unsurlar; büyüme, teşvik etme, yenileşim ve çeşitlilik olarak bilinmektedir (Deshpande ve Webster, 1989: 3-15). Algılanan örgütsel destek ile kurumun geri ödeme yükümlülüğü arasındaki ilişkinin gücü, çalışanların değişim ideolojisinin gücüne dayanmaktadır. Çalışan değişimi ideolojisi, kurumun hedeflerine ulaşmak için organizasyona yardım etme çabalarını harekete geçirmenin ve örgüt tarafından ne kadar iyi tedavi gördüklerinin değerlendirilmesine dayanan kurumun refahı konusundaki endişelerini ortaya çıkarmanın uygun olduğuna dair çalışanların inancı olarak tanımlanmaktadır (Eisenberger vd., 2001). Çalışan değişimi ideolojisi, çalışanların mütakabiliyet normlarını kuruluşla olan ilişkilerine bağlamaktadır. Yani, çalışanların kuruluşun kendilerine olan bağlılığı, mütakabiliyet normuna dayanan genel bir yükümlülüğe, örgütlerine önem vermeye ve örgütsel amaçlara katkıda bulunmaktadır (Eisenberger vd., 2001: 42).

Çalışanın çalıştığı örgütle psikolojik bir anlaşma içerisinde olması da algılanan örgütsel destek kavramını açıklamaktadır. Bu bağlamda örgütün çalışanına gerekli desteği ve hizmeti sağlaması, aynı zamanda çalışanın da bu destekten yararlanıp olumlu tutum sergilemesi ve işine odaklanması karşılıklı işbirliğine dayanmaktadır (Yüksel,

2006: 7-33). Yönetimin destekleyici bir yapıya sahip olması, çalışanın konuşma isteğinin artmasına, yenilikçi fikirler sunup onları uygulamasına sebep olmaktadır (Edmandson, 2003: 1419-1453). Çalışanlar fikirlerinin ciddi olarak düşünülmemeyeceği ve ya kötü düşünülmüş bir fikrin kariyerlerinin ilerlemesi için bir engel olabileceğinden endişe duymakta ve fikirlerini yöneticilerine duyurmakta zorluk çekmektedirler. Çalışanların fikirlerini rahat bir şekilde ifade etmeleri için işletmelerin örgüt yapısının değiştirilmesi gerekmektedir. Örgütsel desteğin, çalışanların yaratıcılığını, işletmenin performans ve üretkenliğini yükseltmek için motive olacakları şekilde geliştirilmesi önem arz etmektedir (İbrahim vd., 2016: 509-510).

Algılanan örgütsel destek motivasyonun inşası olarak kabul edilmektedir (Liao, 2009: 371-391). Motive edilen çalışanlar fiziksel olarak görevlere dahil olur ve işlerinin gerektirdiği gibi insanlara olması gereken hizmetin daha iyisini vermeye çaba göstermektedirler (Kahn, 1992: 321-349). Sosyal değişim teorisine göre, çalışanlar olumlu iş davranışları ile ele aldıkları faydalı tedaviyi, sürecine göre cevap verme eğiliminde bulunmaktadırlar. Örneğin, bazı araştırma bulguları, işletme tarafından çalışanlara yönelik olumlu ve ya yararlı eylemlerin, çalışanlarında işverenlerine olumlu ve yararlı bir şekilde karşılık vermeleri için yükümlülükler yaratan yüksek kaliteli değişim ilişkilerinin kurulmasına katkıda bulunduğunu göstermektedir (Konovsky ve Pugh, 1994: 656-699). Araştırmacılar çalışanların yüksek düzeyde örgüt desteği aldıklarında, işletmenin yararına olan muameleyi örgütlemek için örgütlerin değer verdiği davranışları kullanmaktadırlar. Müşteriye dönük mesleklerde, duygusal emeğin yüksek seviyelerine eğilimli olan bu örgütsel olarak değerlendirilmiş davranışlar, çalışanların işletmenin sürdürülebilirliğine yardım etmek için iyi niyetlerin depolandığı duyguların içselleştirilmesiyle kendini gösterebilmektedir (Lambert, 2000, s. 801-815).

Örgütsel desteğin sağlanması çalışanların sosyal duygusallıklarını ve gönüllü yurttaşlık davranışlarını tatmin etmektedir. Örgütsel destek bir çalışanın gelişimsel deneyimle kıyaslandığında, iş yerinde yaratıcı fikirler üretenleri cesaretlendirdiğini, saygı duyduğunu, ödüllendirdiğini ve tanıdığını algıladığı derecede birleşmektedir. Örgüt yenilikçi olmaya ve ya çalışanların fikirlerini arzu ettiklerinde öne sürmelerine destek sağlıyorsa, bu durum, çalışanların dikkatini belirsizlikle başa çıkmayı ve yeni fikirlerin üretilmesinde proaktif olmayı hedef almaktadır. Sonuç itibarıyla bu durum çalışanların kaderlerini kontrol etme duygularına yeniden kavuşmasına yardımcı olmakta



ve daha yüksek yaratıcılık düzeyleri ile sonuçlanması gereken içsel motivasyonlarını onarmaya yardımcı olmaktadır (McLean, 2005: 226-246).

Örgütsel destek teorisi aynı zamanda çalışanların kötü niyetli gözetim için organizasyonlarına karşı sorumlu oldukları ölçüde farklılık gösterebileceğini de öne sürmektedir. Çalışanlar, denetim otoritelerinin, kısmen kendilerine özgü dürtü, değer ve ayrıca kuruluşla ortak çıkarları temelinde onlara karşı hareket ettiklerini kabul etmektedirler. Bu nedenle, çalışanlar denetleyicilerini kuruluşla ne ölçüde belirlediklerine göre değişmektedir (Eisenberger vd., 2010: 1085-1103). Örgütsel destek teorisi, Levinson'un (1965) çalışanların örgütü şahsiyetlendirdiği görüşünü benimseyerek, kendilerine yönelik hayırsever ya da kötü niyetli niyetler de dahil olmak üzere tutumsal özelliklere sahip olarak görmektedir. Her ne kadar algılanan örgütsel destek üzerine yapılan birçok araştırma, bir bütün olarak kuruluşla atfedilen uygun tedaviyi içeriyor olsa da, örgütsel destek algıları, çalışanların örgütle özdeşleştiği denetçiler ve çalışma grupları gibi daha proksimal (yakınsal) örgütsel temsilcilere de bağlanmaktadır (Eisenberger vd., 2002: 565-573).

Örgütler hiyerarşilerini düzleştirdikçe, bilgi ve kaynaklar örgüt içinde daha da dağınık hale gelmekte, gayri resmi ağlar otorite hatalarının yerini almakta ve giderek birbirine bağımlı olan iş arkadaşlarının ilişkileri değiştirilmektedir (Burt, 2005). Bu nedenle, çalışanların kuruluşun değer ve hedeflerini göz önünde bulundurarak uygulamaya geçmesi, araçsal ve sosyo-duygusal kaynakları sağlaması algılanan örgütsel destek üzerinde önemli bir etki yaratabilmektedir (Ng ve Sorensen, 2008: 243-268).

## **2.2. ÖRGÜTSEL DESTEK ALGISINI OLUŞTURAN FAKTÖRLER**

Örgütsel destek algısının oluşturulması için birçok faktörlerin bir arada bulunması gerekmektedir. Eisenberger ve Rhoades (2002) yaptıkları çalışma ile örgütsel destek algısını oluşturan faktörleri bu şekilde sıralamışlardır;

- Örgütsel adalet
- Çalışma koşulları
- Amir desteği
- Örgütün çalışanların gelişimi için sunduğu fırsatlar (Eisenberger, 2002).

Yüksel (2006) ise yaptığı çalışma ile insan kaynaklarının belirlediği yönetim uygulamaları ve kişilik özellikleri gibi faktörlerinde yararlı olabileceğini vurgulamaktadır (Yüksel, 2006: 7-32).

### 2.2.1. Örgütsel Adalet

Örgütsel adalet, örgüt içerisindeki çalışanların uyguladıkları süreç ve politika algılarının eşit ve adil bir şekilde dağıtılması olarak tanımlanmaktadır (Öztüğ ve Baştaç, 2012: 125-133). Başka bir deyişle örgütsel adalet, işletmelerdeki işlem, süreç, norm, ceza, ödül, iletişim ve etkileşimlerin adil bir şekilde yapılandırılmasına ilişkin çalışanların algıları olarak da tanımlanmaktadır. Örgütsel adalet genel olarak üç boyut üzerinden ele alınmaktadır (Cooper ve Rousseau, 1995: 55-67).

**Dağıtımsal adalet:** Çalışanların gösterdikleri çaba karşılığında almaları gereken ödül ve ya maddi kazancın eşit dağıtılması anlamına gelmektedir. Bu kapsamı; görev, rol, mal, ceza, ödül ve ya terfi gibi hususlar içermektedir.

**İşlemsel adalet:** Örgüt içerisindeki yapılan uygulamalara çalışanların dahil olmasını ifade etmektedir. Bu uygulama süreci, çalışanların fikirlerinin önemsenmesi, aynı zamanda alınan kararların çalışanların nezdinde doğru olup olmaması gibi hususlar açısından önem arz etmektedir.

**Etkileşimsel adalet:** Örgüt içerisindeki uygulamaların kişilik özelliklerine göre oluşturulması anlamına gelmektedir. Örgüt içerisindeki çalışan bireylerin olaylara verdikleri tepki, karşılaştıkları davranış ve tutumlar, bireyler arasındaki duyarlılık ve etik sorumluluk gibi hususları değerlendirilmektedir. Örgütsel adalet, örgüt kültürünün sağlıklı bir şekilde yönetilebilmesi için gereken önemli faktörlerden biri olarak görülmektedir (Moorman vd., 1998: 351-357). Örneğin:

ABD'nin askeri hastanelerinde deneye dayalı bir araştırma üzerine yapılmış çalışmada, algılanan örgütsel desteğin en önemli öncüsü **örgütsel adalet** olarak bilinmektedir (Moorman vd., 1998). Noruzy ve diğerleri (2011) eğitim uzmanları üzerinde yaptıkları bir araştırma ile örgütsel adaletin, algılanan örgütsel desteği önemli derecede etkilediği ortaya koyulmuştur (Noruzy vd., 2011). Safari (2012) İran'da akademisyenler üzerinde yaptığı araştırma ile örgütsel adaletin, algılanan örgütsel

desteğin en önemli öncüsü olarak belirlendiğini ifade etmiştir (Safari vd., 2012: 133-136).

### 2.2.2. Yönetici Desteği

Çalışan bireylerde örgütsel destek algısının benimsenmesi yöneticiler tarafından oluşturulmaktadır. Zira yöneticiler örgütün “insani” tarafını temsil etmekte ve çalışanlarla özel bağlar kurabilmektedirler (Ray ve Miller, 1994: 357-373). Çalışan bireyler yönetici desteğini algıladıkları vakit yaptıkları işlerin onlar için ne derecede önem taşıdığını anlamaktadırlar (Kottke ve Sharafinski, 1988: 1075-1079). Bu bağlamda algılanan yönetici desteği ile algılanan örgütsel destek birbirinden ayrı iki unsur olarak karşımıza çıkmaktadır (Wayne vd., 1997: 82-111). Algılanan örgütsel desteğin oluşmasında algılanan yönetici desteği büyük katkı sunmaktadır.

Örgütsel desteğin oluşmasında yönetici payı kadar iş arkadaşlarının tutumu da önem arz etmektedir (Louis vd., 1983: 857-866). Çalışanların bireysel performansları da yönetici desteğine ihtiyaç duymaktadır. Zira çalışanların yaptıkları iş karşılığında bekledikleri emeğe değer verilme konusu yöneticiler tarafından gerçekleştirilmektedir (Ruiller, 2010, s. 70). Eisenberger ve diğerleri (2002) ABD’de yaptıkları deneye dayalı bir araştırma ile çalışanların örgüt içerisindeki yöneticiler hakkında övgüyle bahsettikleri bir ortam söz konusu ise, bu tip birimlerde işten ayrılma eyleminin çok az olduğunu ortaya koymaktadırlar (Eisenberger vd., 2002: 565-573). Rhoades ve Eisenberger (2006) ABD’de beyaz eşya sektöründeki çalışanlar üzerine yaptıkları araştırma ile, örgüt kültürüne sahip yöneticilerin çalışanlar üzerinde olumlu algılara sebep olduğu ve bunun çalışan performansına yansıdığını ortaya koymaktadırlar (Rhoades ve Eisenberger 2006: 689-695).

Waseem (2010) Pakistan’da bankacılar üzerine yaptığı çalışma ile, iş tatmini ve kariyer olanaklarının gelişimi açısından yönetici desteğinin önemini vurgulamaktadır (Waseem, 2010: 3264-3277). ABD’de yapılan bir diğer çalışmada ise, çalışanların aile ve işiyle ilgili yöneticilerin sağladığı olumlu destek çalışanların örgütsel destek algilerini önemli düzeyde arttırmakta ve iş-aile çatışmalarını önlemekte olduğu ortaya koyulmaktadır (Kossek vd., 2011: 289-313).

### 2.2.3. İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamaları

Günümüz örgütleri insan unsurunu en değerli sermaye olarak görmektedirler. Bu bağlamda işletmeler yaptıkları yatırımlar ile rekabet avantajı elde etmektedirler. Yapılan araştırmalar neticesinde insan kaynakları yönetiminin örgüt kültürünü düzenlemesi çalışanların örgütsel destek düzeylerinin artmasına sebep olduğu ortaya konulmaktadır (Kaplan, 2010: 15-217).

ABD’de perakende sektöründe yapılan bir çalışma ile kapsamlı bir araştırmada, insan kaynakları yönetiminin örgüt içerisinde uyguladığı adil performans değerlendirme sistemi, çalışanlara sunulan promosyon fırsatları, alınan kararlarda çalışanların fikir ve düşüncelerinin önemsenmesi algılanan örgütsel desteğe ilişkin katkıları arttırdığı ortaya konulmuştur (Gavino vd., 2012: 665-686). Çalışan bireyler örgüt içerisinde güvenli, huzurlu ve sağlıklı bir ortamda çalışmak istemektedirler. Yaptıkları küçük hatalar neticesinde işten atılma gibi endişesi olan çalışanlar, örgütsel bağlılığı olmamasının yanı sıra performans düzeylerinin de azaldığı ortaya konulmaktadır. Lee ve Peccei (2007) Güney Kore’de bankacılar üzerine yaptıkları çalışmada algılanan örgütsel destek ile algılanan iş güvenliği arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadırlar (Lee ve Peccei, 2007: 661-685).

İnsan kaynakları yönetiminin en önemli işlevlerinden biri de performans değerlendirilmesi olarak ele alınmaktadır. Bu hususun çalışanlara yansıtılması ve örgütsel değerlerin gerçekleştirilmesi önem arz etmektedir. ABD’de satış temsilcileri ele alınarak yapılan bir araştırmanın sonuçlarına göre, çalışanların yaptıkları işleri işlem sürecinde denetleyen yöneticiler onların örgütsel destek algılarının artmasına sebep olurken, işlem tamamlanması sonrası yapılan denetlerin ise çalışanlar tarafından örgütsel algıların azalmasına yol açmaktadır (Hunt, 2008: 278-279). Örgüt içerisinde öne çıkan bazı olumsuz olaylar (kendini ön plana çıkarmak için başkalarına iftira atmak, yöneticilere daha yakın olmak için bazı iş arkadaşlarını harcamak) çalışanlarda örgütsel destek algısını azaltmaktadır. Bu bağlamda baş veren tüm olaylar iş tatminin azalmasına ve örgütsel strese neden olabilmektedir (Harris vd., 2007: 631-655).

#### 2.2.4. Kişisel Özellikler

İşletme içerisindeki yöneticilerin çalışan bireylerin refahı için geliştirdikleri örgüt kültürü uygulamaları, işgörende örgüt algısını geliştirmektedir. Bu algı neticesinde çalışanların kendilerini zorunlu hissetmekte ve sosyal değişim kuramına göre karşılık verebilecekleri bir ortam doğmaktadır (Levinson, 1965: 370-390).

Algılanan örgütsel destek düzeyinin öncü faktörlerinden biri de kişisel özellikler olarak ele alınmaktadır. Çalışan bireylerin kişisel özellikleri onların algılama sürecindeki değerlendirmelerini farklı kılmaya sebep olabilmektedir. Hindistan'da çalışanlar üzerine yapılan bir araştırmada, uyumlu ve dürüst özelliklere sahip olan bireylerin örgütsel destek algısının daha fazla olduğu ortaya konulmaktadır (Singh ve Singh, 2013: 117-125). Bu konu üzerine ABD'de beyaz yakalılar ele alınarak yapılan bir diğer çalışmada ise, pozitif bakış açısına sahip çalışanların örgüt kültürü algılarının yüksek olduğu ortaya konulmaktadır (Suazo ve Turnley, 2010: 620-648).

Çalışanlar ve yöneticiler arasındaki güven faktörü de algılanan örgütsel desteğin sürdürülebilirliğini öne çıkarmaktadır. Eser (2011) yaptığı çalışma ile güven eğilimi ve algılanan örgütsel destek düzeyi arasında pozitif yönlü ilişkinin olduğunu söylemektedir (Gül, 2011: 365-376).

### 2.3. ALGILANAN ÖRGÜTSEL DESTEĞİN SONUÇLARI

Çalışanların iş ortamında örgüt ve yöneticiler tarafından sağlanmış refahları onların örgütsel davranış düzeylerinin artmasına yol açmaktadır. Bu davranış düzeylerinin artması çalışanların örgüt içerisindeki performanslarını arttırmakta ve işten ayrılma eylemlerini azaltmakta önemli ölçüde etkilemektedir (Eisenberger vd., 1990: 51-59) . Eisenberger ve diğerleri (2010) yaptıkları bir çalışma ile algılanan örgütsel desteğin psikolojik sonuçları olarak kabul edilen zorunluluk hissetmek ve performans ödülü beklemek olarak ortaya koyulmaktadır. Bu faktörler stresin azalmasına yol açmakta ve örgütsel vatandaşlık duygusunu arttırmaktadır (Eisenberger vd., 2010: 1085-1103).

### 2.3.1. Zorunluluk Hissetme

Bireyler çalıştıkları ortamda örgütün onların bilgilerine başvurduklarını, eğitim ve kariyer olanaklarına değer verildiğini algıladığı andan itibaren kendisinde bir zorunluluk hissetmektedir (Eisenberge vd., 2001: 42-51). Bu zorunluluk hissi bireyi işinde ve örgüt içerisindeki amacında daha gayretli olmaya teşvik etmekte ve örgüte olan bağlılığının artmasıyla performans düzeyini de etkilemektedir (Aselage ve Eisenberger, 2003: 491-509).

Eisenberger ve diğerleri (2001) ABD’de yaptıkları çalışma ile posta çalışanları üzerine bir araştırma yapmışlardır. Araştırma sonuçlarına göre ise, algılanan örgütsel destek düzeyi ile çalışan bireylerin örgütsel amaçları arasında pozitif yönlü ilişki oldu ortaya konulmuştur (Eisenberge vd., 2001; Eisenberger vd., 2010).

### 2.3.2. Örgütsel Vatandaşlık

Örgütsel vatandaşlık ilk olarak Dennis ve Organ tarafından kullanılmıştır. Dennis ve Organa göre “biçimsel ödül sistemini dikkate almaksızın, bir bütün olarak organizasyonun işlevlerini verimli ve etkili bir biçimde yerine getirmesine yardımcı olan, gönüllük esasına dayalı birey davranışı” şeklinde tanımlanmıştır (Tokmak vd., 2013). Farklı sebeplerden dolayı işe gelemeyen çalışma arkadaşlarına yardım etmek, kendi işi olmasa bele örgüt refahının sağlanması sebebiyle başkalarının işini üstlenmek, işe yeni başlayan bireylerin sosyalleşmesine yardımcı olmak, yöneticilerin işlerini kolaylaştırmak ve katma değer oluşturulması adına yenilikçi öneriler geliştirmek örgütsel vatandaşlık davranışına örnek verilebilecek davranışlar olarak ele alınmaktadır (Kelloway vd., 2002: 143-151).

Eisenberger ve diğerleri (2010) yaptıkları çalışma ile örgüt içerisinde çalışan ihtiyaçlarının karşılanması onlarda örgütsel destek düzeyini arttırmakta ve bu durum örgüt kimliği konusunda çalışanları yöneticilere daha yakın hissettirmektedir. Bu bağlamda örgütsel destek düzeyi ve örgütsel vatandaşlık arasındaki ilişkiyi çözüme amaçlı birçok deneye dayalı araştırmalar yapılmaktadır. Yapılan araştırmalar sonucuna göre ise, örgütsel vatandaşlık ve algılanan örgütsel destek düzeyi arasında pozitif yönlü ilişkilerin olduğu ortaya koyulmaktadır (Eisenberger vd., 2010).

### 2.3.3. Örgütsel Bağlılık

Örgüt içerisindeki çalışanlarla örgüt uyumunun sağlanması, çalışanların işlerine devam etmeleri açısından yoğun duyu içerisinde olmaları, örgütün amaçlarına yönelik eylemlerde bulunmaları örgütsel bağlılığın önemli göstergeleri olarak ifade edilmektedir (Akar ve Yıldırım, 2008: 97-113). Çalışan bireylerin çalıştıkları örgüte bağlı olmaları yaptıkları işlere yansımakta ve iş ile ilgili davranışlarına da olumlu yönde etki etmektedir. Eisenberger ve diğerleri (1990) yaptıkları araştırma ile vardıkları sonuca göre, örgütsel bağlılığın güçlenmesi algılanan örgüt desteğine göre belirlenmektedir (Eisenberger vd., 1990: 51-59).

Kaplan (2012) Nevşehir'deki dört ve beş yıldızlı otel çalışanları üzerine yaptığı çalışmada çalışan bireylerin algılanan örgütsel destek ve örgütsel bağlılık arasındaki ilişkiyi ele almıştır. Çalışma sonuçlarına göre, örgütsel bağlılık ve algılanan örgütsel destek arasında duygusal ve normatif açıdan ilişkiler pozitif yönlü, algılanan örgütsel destek ve devam bağlılığı arasında ise negatif yönlü ilişki ortaya çıkarılmıştır (Kaplan ve Öğüt, 2012: 387-401). Nayir (2012) öğretmenleri ele aldığı bir çalışma ile örgütsel bağlılık ve algılanan örgütsel destek düzeyi arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğunu ortaya koymaktadır (Nayir, 2012: 97-116).

Abdollahi ve diğerleri (2013) İran'da öğretim üyeleri üzerine yaptıkları bir araştırma sonucunda, algılanan örgütsel destek düzeyi ile algılanan örgütsel bağlılık arasında pozitif yönlü ilişki olduğunu söylemektedirler (Abdollahi vd., 2013: 475-479). Nitesh ve diğerleri (2013) ise Hindistan'da beş yıldızlı otellerde çalışanlar üzerine yaptıkları araştırma sonucunda, örgütsel bağlılık ve algılanan örgütsel destek arasındaki ilişkinin pozitif yönlü olduğunu ortaya koymaktadırlar (Nietsh vd., 2013).

### 2.3.4. İş Tatmini

Çalışanların işine, çalıştıkları ortama ve iş arkadaşlarına karşı öne sürdükleri olumlu tutum ve düşünceler iş tatmini olarak ele alınmaktadır. İşletme içerisindeki örgütsel süreçlerde öncül faktör davranışı olan iş tatmini algılanan örgütsel destek düzeyinin belirlenmesinde önemli rol oynamaktadır. Yoon ve Thye (2002) Güney Kore'de yaptıkları bir araştırma ile iş tatmininin algılanan örgütsel destek ile beraber örgütsel bağlılığa pozitif yönde etki ettikleri öne çıkarılmaktadır (Yoon ve Thye, 2002:

97-28). Huang (2004) ABD’de inşaat sektöründeki 1438 çalışana yaptığı çalışma sonucunda, iş yerindeki olumlu geri bildirimler ve algılanan örgütsel desteğin iş tatminini pozitif yönde etkilediği ortaya koyulmaktadır (Huang vd., 2004: 225-232).

Saekoo (2011) Tayland’da polisler üzerine yaptığı bir araştırma sonucuna göre, iş tatmini ve örgütsel bağlılığın algılanan örgütsel destek ve örgütsel adaleti pozitif yönde etkilediğini ortaya çıkarmaktadır (Saekoo, 2011). Akkoç (2012) Ankara’da yazılım sektörü çalışanları üzerinde yaptığı bir çalışma sonucuna göre, iş tatmini ve algılanan örgütsel destek düzeyi arasında pozitif yönde ilişki olduğunu ortaya çıkarmaktadır (Akkoç vd., 2012).

Gutierrez (2012) ABD’de hemşireler üzerine yaptığı bir araştırma sonucunda örgütsel destek algılarının artması iş tatmini algılarını pozitif yönde etkilediğini ortaya koymaktadır (Gutierrez vd., 2012). Çalışanların iş ortamındaki alınan kararlara katılması, performansa dayalı ödüllerin adil bir şekilde paylaşılması ve gelecekteki fırsatlar için olanakların sağlanması iş tatmini ve örgütsel bağlılığı arttırmaktadır. Örgütsel desteğin aracı rolünü ifade etmesi bu süreç açısından önem arz etmektedir (Akkoç vd., 2012).

### **2.3.5. Performans-Ödül Beklentisi ve İş Performansı**

Örgütsel destek kavramı; performans ödül beklentisi ve algılanan örgütsel destek arasında pozitif yönlü ilişki olduğunu öngörmektedir. Çalışanların motivasyonlarının artırılması adına örgütler işgörelere birçok fırsatlar sunmaktadırlar. Çalışanlar ise performanslar karşılığında bu fırsatları değerlendirmektedirler (Eisenberger vd., 2010). Çalıştıkları ortamda örgütsel destek algısına sahip işgörelenler yaptıkları iş karşılığında örgüt tarafından gelebilecek ödülleri beklemektedirler. Elde edebilecekleri ödüller iş karşılığında aldıkları maddi ücret ve ya terfi olabildiği gibi, aynı zamanda onaylanma, saygı ve tanınma gibi sosyal ödülleri de kapsamaktadır (Kaplan, 2010: 56).

Performans-ödül beklentisi çalışanların iş performanslarına önemli derecede etki göstermektedir. Rhoades ve Eisenberger (2006) yaptıkları çalışmada, çalışan bireylerde ortaya çıkan algılanan örgütsel desteğin iş performansına etki ettiği ortaya konulmaktadır (Rhoades ve Eisenberger, 2006: 689-695). Eisenberger ve Neves (2012) yaptıkları çalışma ile, çalışanların iletişim ve performans düzeylerinin artışı örgütsel



desteğe bağlamaktadır. Çalışanların performans düzeylerinin yükselmesi örgüt yöneticileri tarafından hayati bir mesele olarak ele alınmaktadır (Eisenberger ve Neves, 2012: 452-464).

Randall (1999) yaptığı araştırma sonucunda, ABD’de üretim sektöründeki çalışan bireylerin iş performanslarının algılanan örgüt desteğine dayalı olduğu ortaya koyulmuştur (Randall vd., 1999: 159-174). Miao (2011) Çin’de iki devlet kuruluşundaki çalışanlar üzerine yaptığı araştırma sonucunda, çalışanların performanslarını iş tatmini ve algılanan örgütsel desteğin etkilediği ortaya çıkmıştır (Miao, 2011: 105-127).

Turunç ve Çelik (2010) yaptıkları araştırma ile algılanan örgütsel desteğin iş performansını pozitif yönde etkilediğini ortaya koymaktadırlar (Turunç ve Çelik, 2010: 209-232). Conway (2012) İngiltere’de bankada çalışan bireyler üzerine yaptığı araştırma ile, psikolojik kontratın imzalanması iş performansını arttırdığını ortaya koymaktadır. Ayrıca bu zaman diliminde algılanan örgütsel desteğin kuvvetli bir şekilde aracılık rolü üstlendiğini de ortaya çıkarmaktadır (Conway vd., 2012: 277-299).

Saleem ve Amin (2013) Pakistan’da kariyer gelişimin desteklenmesi üzerine yaptıkları araştırma ile, çalışanların performansları algılanan örgütsel desteğe ilişkin arttırıldığı sonucuna varmışlardır (Saleem ve Amin, 2013). Karadeniz bölgesinde 186 yönetici üzerine yapılmış çalışma sonuçlarına göre ise, iş performansını insan kaynakları yönetiminin arttırdığı ortaya konulmuştur. Aynı zamanda bu süreç boyunca örgütsel desteğin aracı rolü üstlendiğini ortaya koymuştur (Tokma vd., 2012: 253-262).

### **2.3.6. İş Gücü Devri**

Örgütler sağlam rekabet avantajı elde etmeleri için yetenekli çalışanlara ihtiyaç duymaktadır. Örgüt içerisinde çalışan her birey gerek uyumluluk ve eğitim, gerekse de çalıştıkları süre zarfında üretimin azalması sebebiyle örgüt için belirli bir bedele tabi tutulmaktadır. Bu bağlamda örgütün rekabet avantajı için katma değer sağlayabilecek çalışanlar keşfedilmektedir. ABD’de yürütülen tahminler neticesinde 2020 yılında takribi 20 milyona yakın işçi kıtlığı yaşanacağı öngörülmektedir. Bu tahminin en büyük sebebi olarak çalışanların işten ayrılma niyeti ve algılanan örgütsel destek arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu öne sürülmektedir. (Dawley vd., 2010: 238-257).

ABD’de üretim sektöründeki çalışanlar üzerinde yapılan bir çalışmada, algılanan örgütsel desteğin çalışanların işten ayrılma niyetleri üzerinde negatif yönlü bir ilişki olduğu ortaya koyulmuştur (Randall vd., 1999). Aynı örneklem ele alınarak bu sefer sosyal hizmet işletmelerindeki çalışan bireyler üzerine yapılan araştırmada, benzer durum ortaya çıkarak çalışanların işten ayrılma niyetinin algılanan örgütsel destek arasında negatif yönlü ilişkinin olduğu tespit edilmiştir (Maertz vd., 2007: 1059-1075).

Chuebang ve Baotham (2011) Taylan’da üniversitedeki çalışanlar üzerine yaptıkları bir çalışma sonucuna göre, çalışan bireylerin örgütsel destek algıları artarsa örgütsel bağlılığın da artacağı ve bu bağlamda işten ayrılma niyetinin azalacağı öne sürülmektedir (Chuebang ve Boatham, 2011). Bu konu üzerine ülkemizde de birçok araştırma yapılmaktadır. Tüzün ve Kalemci (2012) gün boyu çalışan bireyler üzerine yaptıkları araştırma sonucuna göre, çalışan bireylerin yönetici desteğinin olması lakin örgüt desteğinin olmaması onları işten ayrılma niyetine itmektir. Örgütsel desteğin yönetici desteğinden daha mühim olmasının ispatı bu çalışmanın önemini vurgulamaktadır (Tüzün ve Kalmeci, 2012: 518-534). Gillet (2013) tarafından Fransa’da çalışanlar üzerine yapılan bir araştırmada da örgütsel desteğin çalışanların işten ayrılma niyetine negatif etki ettiği ortaya koyulmaktadır (Gillet vd., 2013: 450-460).

### 2.3.7. İş Stresi

Günümüz çalışanlarının büyük çoğunluğu sürekli çalıştıkları ve bakmaları gereken aileleri olduğu için stres içinde yaşamaktadırlar. Çalışan bireylerinin yaşadığı bu streslerin en önemli sebeplerinden biri de iş yerindeki gerginlik olarak gösterilmiştir. Bireylerin çalıştıkları ortamda motive olmaları, ister iş arkadaşları isterse de örgüt tarafından aldıkları destek onları stresten az da olsa uzak tutmaktadır. Hong-Kong’ çalışan mühendis bireyleri üzerine yapılan bir çalışmada, çalışanların iş arkadaşları ve yöneticilerden aldığı desteğin yaptığı işe pozitif yönde yansımaları ve stres seviyesinin düştüğü yönünde sonuçlar alınmıştır (Leung vd., 2008: 134-2).

Richardson ve diğerleri (2008) tarafından ABD’de toptan satış sektöründe çalışan bireyler üzerine yapılan çalışmada, çalışanlarda stres faktörlerinin uyanmasına sebep olan olayların onların duygusal ve bilişsel zorlanmalara sebep olduğunu ortaya

koymaktadır (Richardson vd., 2008: 789-810). Sawang (2010) tarafından Avustralya’da işgörenler üzerine yapılan bir araştırmada, çalışanların yönetici desteği alması iş streslerinin azaltılması yönünde olumlu etki ettiği öne sürülmektedir (Sawang, 2010: 247-256). Ayman ve arkadaşlarının (2011) Ürdün’de hemşireler üzerine yaptıkları araştırma sonucuna göre ise, yönetici ve örgüt desteği zayıf olan çalışanların iş yerinde daha stresli olduğu ortaya koyulmaktadır (Ayman vd., 2011: 86-94).

Pathak (2012) Hindistan’da özel sektör çalışanları olan 200 yöneticiyi ele alarak yaptığı araştırma sonucuna göre, yöneticilerin algıladığı örgüt desteği ile stres düzeyleri arasında negatif yönlü ilişkinin olduğu ortaya koyulmaktadır (Pathak, 2012). Ülkemizde bu konu üzerine yapılan araştırma sonuçlarına göre, çalışanların örgütsel destek seviyelerinin artımı iş stresinin azalmasına yol açmaktadır (Akın, 2008; Yılmaz ve Görmüş, 2012).

#### **2.4. TURİZMDE ÖRGÜTSEL DESTEĞE İLİŞKİN YAPILMIŞ ÇALIŞMALAR**

Namasivayam ve Zhao (2007) “*An Investigation of The Moderating Effects of Organizational Commitment on The Relationships Between Work–Family Conflict and Job Satisfaction Among Hospitality Employees In India*” Hindistan’da bağımsız işletilen büyük bir otelin çalışanları üzerine yaptıkları çalışma ile, otel ortamında iş-aile çatışması, örgütsel bağlılık ve iş tatmini arasındaki ilişkileri incelemişlerdir. Hiyerarşik Lineer regresyon analizleri, iş-aile çatışmasının iki alt boyutundan birinin, aile ile bağlantılı rollere karışan iş tatmini ile negatif ilişkisi olduğunu göstermiştir. Örgütsel bağlılığın iş tatmini üzerinde daha güçlü etki ettiği saptanmıştır. Özetle araştırma, çalışanların duygusal bağlılıklarının iş tatmini üzerindeki etkilerini hafiflettiğini ortaya koymuştur (Namasivayam ve Zhao, 2007: 1212-1223).

Karatepe ve Kılıç’ın (2007) Kuzey Kıbrıs’ta ön cephe çalışanları üzerine yaptıkları “*Relationships of Supervisor Support and Conflicts in The Work–Family Interface With The Selected Job Outcomes of Frontline Employees*” yönetici desteği ve iş-aile çatışması ile iş tatmini arasındaki ilişkiyi araştıran çalışma sonucu, yönetici desteğinin ön cephe çalışanlarının iş-aile ara yüzündeki çatışmalarını hafiflettiğini ve iş tatmini oranlarının artırdığını göstermektedir. Sonuçlar, iş-aile çatışmasının iş

performansını etkilediği ve iş-aile çatışmasının iş tatmini açısından önemli olduğunu vurgulamaktadır (Karatepe ve Kılıç, 2007: 238-252).

Wong ve Lin (2007) yaptıkları “*The Role of Job Control and Job Support in Adjusting service Employee’s Work-to-leisure Conflict*” çalışması ile, hizmet çalışanlarının işten-eğlenceye çatışmalarını ayarlama iş kontrolü ve iş desteğinin rolünü araştırmışlardır. Araştırma 380 hizmet çalışanın yapısal eşitlik modelleme verileriyle iş stres değişkenleri ve işten-eğlenceye çatışmaları arasındaki ilişkileri incelenmiştir. Varılan sonuçlar, iş talepleri, iş kontrolleri ve yönetici desteğinin işten-eğlenceye çatışma üzerinde anlamlı ve doğrudan etkileri olduğunu göstermiştir (Wong ve Lin, 2007: 726-735).

Buonocore’nin (2010) yaptığı “*Contingent Work in The Hospitality Industry: A Mediating Model of Organizational Attitudes*” çalışma, çalışma durumunun duyuşsal bağlılık üzerindeki etkisini ve bu ilişkinin kimlik süreçleriyle nasıl etkilendiğini araştırmayı hedeflemiştir. Anket verileri, 14 yüksek rütbeli İtalyan otelindeki şarta bağlı ve düzenli çalışanlardan elde edilmiştir. Çoklu regresyon analizine dayanan arabuluculuk testi yapılmıştır. Bu çalışma, örgütsel özdeşleşmenin iş durumu ve duygusal bağlılık arasındaki ilişkiyi tam olarak aracılık ettiğini göstermiş, algılanan dış örgütsel görüntünün, iş durumu ve örgütsel kimlik arasındaki ilişkiyi yönlendirdiğini öne sürmüştür (Buonocore, 2010: 378-385).

Turunç ve Çelik (2010) yaptıkları “*Çalışanların Algıladıkları Örgütsel Destek ve İş Stresinin Örgütsel Özdeşleşme ve İş Performansına Etkisi*” çalışma ile, küçük ölçekli işletmelerde çalışan 172 bireyin algılanan örgütsel desteğin iş performansı ve iş stresinin özdeşleşme üzerindeki etkisini ölçmüşlerdir. Araştırma sonucuna göre ise, iş stresinin ve algılanan örgütsel desteğin örgütsel özdeşleşmeyi etkilediği, örgütsel özdeşleşmenin iş performansına ve iş stresine iş performansı arasındaki aracılığa pozitif etki ettiği ortaya konulmuştur (Turunç ve Çelik, 2010: 2-24).

Benson ve Blackman (2011) “*To Distribute Leadership or Not? A Lesson from The Islands*” çalışması ile, ortak sorumluluk ve esneklik içeren dağıtılmış liderliğin teorik yönlerini tartışmakla birlikte turizm işletmelerinin nasıl avantaj sağlayabileceklerini araştırmışlardır. Dağıtılmış liderliğin farklı boyutlarını ve bunların örgütsel çıktılar üzerindeki etkilerinin değerlendirmek için uzun süreli bir nitel durum

çalışması kullanmışlardır. Analizler, örgüt içinde dağıtılmış liderliğin varlığı ve ya yokluğu açısından ortaya koyulmuştur. Çalışma sonucunda, turist işletmelerinin, dağıtılmış liderliğin potansiyel olarak artan kurumsal performans sunma olasılığını aktif olarak değerlendirilmesinin avantajlı olabileceği savunulmuştur (Benson ve Blackman, 2011: 1141-1149).

Dudensing ve diğerlerinin (2011) *“Perceptions of tourism promotion and business challenges: A survey-based comparison of tourism businesses and promotion organizations”* çeşitli katılımcıların baskı yapan turizm tanıtım çabalarını ve iş zorluklarını nasıl algıladıklarını karşılaştırmak için Batı Avustralya ve Batı Virginia’daki turizm tabanlı işletmeler, turizm tanıtım ve ekonomik kalkınma örgütlerinden anket verileri kullanılarak yaptığı çalışma sonucuna göre, destek kuruluşları turizm bazlı işletmelerin tanıtım ihtiyaçları üzerine hemfikir aynı zamanda endüstri sorunları hakkında benzer algılara sahip oldukları ortaya koyulmaktadır. Ancak, turizm tanıtım ajansları internetin tanıtımlardaki rolünü hafife almakta ve işgücü sorunlarını işletmelerden farklı algılamaktadır. Çalışma sonu önerilerinden bir ise, turizm ortaklıktaki önceliklerin daha iyi uyumlaştırılması, tanıtım ve eğitim çalışmalarının yanı sıra turizmin genel ekonomik kalkınma çabalarına entegrasyonunu da arttırırsa birçok sorun ortadan kalkacak diye belirtilmektedir (Dudensing vd., 2011: 1453-1462).

Yen ve Teng (2013) yaptıkları *“The Effect of Centralization on Organizational Citizenship Behavior and Deviant Workplace Behavior in The Hospitality Industry”* çalışmada, merkezileşmenin örgütsel vatandaşlık davranışları ve saldırgan işyeri davranışları üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Araştırmada, Tayvan otelcilik sektöründeki 318 çalışan bireyin anket verileri ele alınmıştır. Çalışma sonuçlarına göre, merkezileştirmenin örgütsel vatandaşlık davranışları ile pozitif, saldırgan işyeri davranışları ile negatif ilişki içerisinde olduğu ortaya koyulmuştur (Yen ve Teng, 2013: 401-410).

Garg ve Dhar (2014) yaptıkları *“Effects of Stress LMX and Perceived Organizational Support on Service Quality: Mediating Effects of Organizational Commitment”* çalışma ile, otel çalışanlarının bağlılık düzeylerini etkileyen faktörleri ve bunların sağladığı hizmetlerin kalitesine olan etkilerini incelemişlerdir. Bu çalışma için

veriler Delhi-NCR (Ulusal Başkent Bölgesi), Hindistan’da faaliyet gösteren 36 küçük ve orta ölçekli otelden toplanmıştır. Veriler SPSS programı vasıtasıyla analiz edilmiştir. Sonuçlar şu şekildedir: örgütsel bağlılık, öncüller (iş stresi, algılanan örgütsel destek, lider değişimi) ve sonuç (hizmet kalitesi) arasında tam bir arabulucu rolünü üstlenmiştir. Önde gelen lider değişimi ve örgütsel destek, örgütsel bağlılığı pozitif yönde, iş stresi ise örgütsel bağlılığı negatif yönde etkilemiştir (Garg ve Dhar, 2014: 64-75).

Liu ve Tsaur (2014) yaptıkları “*We Are In The Same Boat: Tourist Citizenship Behaviors*” ( *Aynı teknedeyiz: Turist Vatandaşlığı Davranışları*) çalışma ile, turist vatandaşlık davranışlarını keşfetmeyi amaçlamışlardır. Çalışma niteliksel bir yaklaşım ve içerik analizi ile sonuçlanmıştır. Araştırma üç tür turist vatandaşlık davranışları olan: 1) Turistlerin katıldıkları tura uyum ve rahatlık getirmeleri için iletişim ve yönetimi kolaylaştırmak, 2 ) Yardımcı tur üyelerine karşı hayırsever hareketler göstermek, 3) Hizmet sağlayıcı bireyleri motive edip desteklemek türleriyle sonuçlanmıştır (Liu ve Tsaur, 2014: 88-100).

Zopiatis ve diğerlerinin (2014) “*Job Involvement, Commitment, Satisfaction and Turnover: Evidence from Hotel Employees in Cyprus*” Kıbrıs’ta otel çalışanlarına yaptıkları araştırmada, işe dahil olan çalışan bireylerin niyeti ile iş ilişkisinin nedensel ilişkilerini, örgütsel bağlılığı ve iş tatminini incelemişlerdir. Yapısal eşitlik modellemesi kullanılarak iş katılımı, duygusal bağlılık, normatif bağlılık ve içsel iş doyumunu arasında pozitif ilişki bulunmuştur. Ayrıca, duygusal örgütsel bağlılık, dışsal iş tatmini ve işten ayrılma niyeti arasında negatif ilişki olduğu ortaya koyulmuştur (Zopiatis vd., 2014: 129-140).

Altunoğlu ve Gürel’in (2015) yaptığı “*Effects of Leader–Member Exchange and Perceived Organizational Support on Organizational Innovation: The Case of Denizli Technopark*” çalışması ile, lider-üye değişiminin ve örgütsel yenileşim üzerine algılanan örgütsel desteğin bir sonuç modelini incelemişlerdir. Denizli ilinde tekno park işletmelerinde çalışan 77 asttan elde edilen veriler SPSS 20 statiksel paket programı ile regresyon analizi yapılmıştır. Sonuçlar, lider-üye değişimi arttığında, işletmedeki yenileşim seviyesinin de arttığını göstermiştir. Aynı şekilde, algılanan örgütsel destek arttıkça işletmeler yenileşim açısından iyi performans göstermişlerdir (Altunoğlu ve Gürel, 2015: 175-181).

Chow ve diğeri (2015) yaptıkları “*Motivation of Travel Agents’ Customer Service Behavior and Organizational Citizenship Behavior: The Role of Leader: Member Exchange and Internal Marketing Orientation*” çalışma ile, lider-üye değişimi ve iç pazarlama yöneliminin rolünü araştırmışlardır. Hong Kong’da çalışan 288 seyahat acentesinin iki aşamalı anketinden elde edilen veriler, hiyerarşik lineer modelleme yoluyla analiz edilmiştir. Bulgular, lider-üye değişiminin seyahat acentelerinin örgütsel vatandaşlık davranışı ile pozitif ilişkisi olduğunu, oysa iç pazar yöneliminin seyahat acentelerinin müşteri hizmetleri davranışları ile ancak lider-üye değişimi düşük olduğunda olumlu şekilde ilişkili olduğunu göstermiştir. Ayrıca, bir değişim ilişkisinin niteliği, diğer ilişkinin önemini etkilemiştir (Chow vd., 2015: 362-369).

Fraj ve diğeri (2015) yaptıkları “*Environmental Strategies and Organizational Competitiveness in The hotel Industry: The Role of Learning and Innovation as Determinants of Environmental Success*” çalışma ile, proaktif stratejiler, örgütsel yetenekler ve rekabetçilik arasındaki bağlantıları incelemişlerdir. Örneklem, 232 İspanyol otelinin bir örneği kullanılarak önerilmiş ve test edilmiştir. Fraj ve diğeri öğrenme ve yeniliği, yalnızca çevre yanlısı politikaların benimsenmesi için değil, aynı zamanda rekabet gücünün belirleyicileri olarak ifade etmişlerdir. Bulgular, proaktif bir çevre stratejisinin ve yenileşimin örgütsel rekabetçiliği desteklediğinin doğrulamıştır. Makale, başarılı otel işletmeciliği ve yönetimi için hem kavramsal hem de pratik sonuçlar olarak tartışmıştır (Fraj vd., 2015: 30-42).

Altunöz ve diğeri (2016) yaptıkları “*The Influence of Organization Support Perceived in Enterprises on Burnout Feeling: A Field Research*” çalışmanın amacı, otel işletmelerinde çalışan bireylere örgüt desteğini tanımlamak ve bu desteğin tükenmişlik duygusuna etkisini incelemek olmuştur. Akademisyenler çalışmada, İstanbul’da faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı otel çalışanlarına yönelik hazırlanan anket formunu uygulayarak, otel işletmelerinde çalışan destekçilere örgütsel desteğin etkisini ortaya çıkarmayı amaçlamışlardır. Araştırmanın sonucunda elde edilen bulguların özellikle tükenmişlik hissini ortadan kaldırılmasına ilişkin veriler temel alınarak, otel işletmelerinde örgütsel destek ile ilgili ne yapılması gerektiği konusunda önerilerde bulunulmaya çalışılmıştır. Özetle, yöneticiler tarafından otel çalışanlarına

uygulanan örgütsel desteğin tükenmişlik hissini azaltacağı ileri sürülmüştür (Altınöz vd., 2016: 427-434).

Buil ve diğerlerinin (2016) yaptıkları *“From Internal brand Management to Organizational Citizenship Behaviours: Evidence from Frontline Employees in The Hotel Industry”* çalışma ile, konaklama endüstrisinde iç marka yönetimi, örgütsel kimlik, iş sözleşmesi ve örgütsel vatandaşlık davranışlarını arasındaki bağlantıları incelemiştir. Örneğin, İspanya’da faaliyet gösteren ana otel zincirlerinden 323 ön çalışan bireyleri üzerinden test edilmiştir. Bulgular, dönüşümcü liderliğin örgütsel kimlik ve iş ilişkisinden yararlandığını doğrulamıştır. Bununla birlikte, marka eğitimi ve marka iletişimi işyerinde doğrudan olumlu duygular yaratmamıştır (Buil vd., 2016: 256-271).

Cheng ve diğerleri (2016) yaptığı *“Tour Leaders’ Job Crafting and Job Outcomes: The Moderating Role of Perceived Organizational Support”* çalışmada, seyahat endüstrisi ile iş yapımı ve iş sonuçları arasındaki bağlantıyı araştırmışlardır. 32 seyahat acentesinden 355 tur liderinden elde edilen veriler, hem bireysel hem de işbirlikçi işçiliğin, çalışanların işleriyle ilgili memnuniyeti, örgüte bağlılığı ve iş performansı üzerinde olumlu etkiye sahip olduğunu göstermiştir (Cheng vd., 2016: 19-29).

Elbanna’nın (2016) yaptığı *“Managers’ Autonomy, Strategic Control, Organizational Politics and Strategic Planning Effectiveness: An Empirical Investigation Into Missing Links in The Hotel Sector”* çalışma, yönetimsel özerklik ve stratejik kontrolün örgütsel politika üzerindeki etkisine dair raporları sunmuştur. Aynı zamanda bütün bunların stratejik planlamanın etkinliğini nasıl etkilediğini göstermiştir. Bu çalışma turizm sektörü incelemesi için yetersiz kalmıştır. Çalışma, çok az araştırılan bir bölgede bulunan Körfez İşbirliği Konseyi ülkelerindeki 175 dört ve beş yıldızlı otellerin verilerini analiz ederek bu boşluğu doldurmaya katkıda bulunmuştur. Bulgular, düşük kontrol düzeyleriyle birlikte yüksek düzeyde özerkliğin, örgütsel gerilimleri artırarak stratejik planlamanın etkinliğini ortadan kaldırdığını göstermiştir. Araştırma sonu politik ve örgütsel perspektifler üzerinde çizim yapılmış, politik sonuçlar yorumlanmıştır (Elbanna, 2016: 210-220).



Mittal ve Dhar'ın (2016) yaptığı “*Effect of Green transformational Leadership on Green Creativity: A Study of Tourist Hotels*” çalışma, yeşil dönüşümcü liderliğin yeşil örgütsel kimlik ile yeşil yaratıcılığın teşvik edilmesindeki rolünü incelemiştir. Örneklem olarak, Hindistan Uttarakhand'daki turizm otellerinde çalışan 250 yönetici ve 250 acil denetçi ele alınmıştır. Bulgular, yeşil dönüşümcü liderliğin, örgüt içinde yeşil yaratıcılığın teşvik edilmesine yol açan yeşil örgütsel kimlik üzerinde olumlu etkiye sahip olduğunu ortaya koymuştur. Ayrıca, kaynak bağlılığın yeşil örgütsel kimlik ve yeşil yaratıcılık arasındaki ilişkide bir arabulucu olarak davrandığı öne çıkarılmıştır (Mittal ve Dhar, 2016: 118-127).

Akgündüz ve Şanlı'nın (2017) yaptığı “*The Effect of Employee Advocacy and Perceived Organizational Support on Job Embeddedness and Turnover Intention in Hotels*” araştırma, çalışanların çıkarlarının korunduğunu gördükleri ve onlar için bir iyilik yaptıklarını görünce, karşılığında olumlu davranışlar sergiledikleri gerçeğine odaklanmıştır. Bu nedenle, bu çalışma Sosyal Değişim Kuramı ve Karşılıklılık Kuramı Normuna dayanmış, çalışanların savunuculuğunun yanında algılanan örgütsel desteğin, işe yerleştirme ve işten ayrılma niyetine olan etkisini araştırmaya çalışmıştır. Veriler, Antalya, İstanbul ve Mersin şehirlerindeki otellerden toplanmıştır. Hipotezler çoklu regresyon analizleri ile test edilmiştir. 400 geçerli anketten veri toplayan bu çalışma, algılanan örgütsel desteğin, otel çalışanlarının işe gömülü olmaları üzerinde pozitif etkiye sahip olduğunu ve işten ayrılma niyetini olumsuz yönde etkilediğini öne sürmüştür. Bu bulgular temelinde, bu çalışma, otel yöneticileri için çalışan savunuculuğu ve algılanan örgütsel destek ile ilgili pratik çıkarımlar sunmuştur (Akgündüz ve Şanlı, 2017: 118-125).

Boz ve diğerlerinin (2017) yaptığı “*Algılanan Örgütsel Desteğin Örgütsel Bağlılığa Etkisi: Otelcilik Sektöründe Bir Araştırma*” çalışma, otel işletmeleri temelinde algılanan örgütsel desteğin algılanan örgütsel bağlılık üzerindeki etkisini ortaya çıkarmıştır. Bu bağlamda, ele aldıkları alanla ilgili literatür taraması yapılmış ve gereken hipotezler oluşturulmuştur. Yapısal eşitlik modellemesi, yol analizi, ANOVA testi ve doğrulayıcı faktör analizi kullanılmıştır. Bulgular, otelde çalışan bireylerin örgütsel destek algileri arttıkça işe olan devamlılıkları ve bağlılıkları artmakta, ancak genel bağlılık düzeyleri azalmaktadır (Boz vd., 2017: 72-86).

Chen ve diğeri (2017) yaptıkları “*The Organizational Evolution, Systematic Construction and Empowerment of Langde Miao's Community Tourism*” çalışma ile, Çin’deki Langde Miao halkının turizme katılımını değerlendirmişlerdir. Öğretim üyeleri, Langde Miao topluluğunun turizmi geliştirmeye yönelik örgütsel ve sistematik becerilerinin evriminin yerel toplumun ekonomik, sosyal ve politik başarısını güçlendirdiğini öne sürmüşlerdir (Chen vd., 2017: 276-285).

Zhang ve diğeri (2017) yaptıkları “*Identity Judgements, Work Engagement and Organizational Citizenship Behavior: The Mediating Effects Based on Group Engagement*” Model” çalışma ile, örgütsel özdeşleşmenin hem bireyin dışsal gruplar tarafından statüsünü hem de grubun içindeki statüleri hakkındaki görüşünü değerlendirmişlerdir. Hem hizmet çalışanlarından hem de denetime dayalı gelen verileri kullanarak analizler yapılmıştır. Bulgular, hem gururun hem de saygının örgütsel özdeşleşme ile pozitif olarak ilişkili olduğunu göstermiştir. Özetle çalışma, hizmet çalışanları arasındaki temel iş tutumlarını ve davranışlarını öngörmede grup katılımı modeli için zorlayıcı bir destek sağlamıştır (Zhang vd., 2017: 190-197).

Li ve diğeri (2017) yaptıkları “*Multilevel Model of Management Support and Casino Employee Turnover Intention*” çalışma, kumarhane çalışanlarını örnek alarak departman desteğinin yönetici desteğini etkilemek için üçüncül bir örneklemin nasıl sonuçlanacağını belirlemek üzere incelenmiştir. Çapraz aracılık analizinden üç arabulucu, yani yönetici desteği, grup güveni ve örgütsel vatandaşlık davranışı belirlenmiş, 17 kumarhanede bulunan 39 bölümden 112 çalışma grubunu temsil eden 336 seviyeli kumarhane çalışanından geçerli yanıtlar toplanmıştır. Hiyerarşik lineer model sonuçları, yönetici desteğinin departman desteği ile lider-üye değişimi arasındaki ilişkiye aracılık ettiğini, grup güveninin yönetici desteği ile işten ayrılma niyetini pozitif yönde etkilediğini, aynı zamanda yönetici desteğinin lider-üye değişimi ve çalışanların cirosu arasındaki ilişkiye de aracılık ettiği ortaya koyulmuştur (Li vd., 2017: 193-204).

Yılmaz ve Tanrıverdi’nin (2017) yaptıkları “*Turizmde İş Stresinin Meslek Algısı Üzerine Etkisi ve Algılanan Örgütsel Desteğin Aracılık Rolünün Sınanması*” çalışma ile, 2014’de Alanya’da düzenlenen Uluslar arası Yemek Yarışması’na katılan 163 aşçıya anket tekniği uygulatmışlardır. Sonuçlara göre, aşçıların, örgütsel destek düzeyi

“yüksek”; iş stresi düzeyi “orta” ve genel mesleki algı düzeyi ise “yüksek” olarak saptanmıştır (Yılmaz ve Tanrıverdi, 2017: 218-249).

Vatankhah ve diğerleri (2017) yaptığı “*Perceived Organizational Support as The Mediator of The Relationships Between High-Performance Work Practices and Counter-Productive Work Behavior: Evidence from Airline Industry*” çalışmada, algılanan örgütsel desteğin, yüksek performanslı iş uygulamaları ve ters iş davranışları arasındaki ilişkideki aracı rolünü araştırmışlardır. İran’daki uçuş görevlileri bu ilişkiyi değerlendirmek için örneklem olarak seçilmiştir. Çoklu regresyon analizinin sonuçları, yüksek performanslı iş uygulamalarının göstergeleri olarak güçlendirme, ödül ve promosyonun ters iş davranışları ile, negatif ilişkili olduğunu ortaya çıkarmıştır. Ayrıca, sonuçlar bu ilişkide algılanan örgütsel desteğin aracı rolünü desteklemiştir (Vatankhah vd., 2017: 107-115).

Akgündüz ve diğerlerinin (2018) yaptığı “*Perceived Organizational Support, Employee Creativity and Proactive Personality: The Mediating Effect of Meaning of Work*” çalışmada, algılanan örgütsel desteğin ve proaktif kişiliğin, otel işletmelerinde işin anlamı ve çalışan yaratıcılığı üzerindeki etkileri araştırılmıştır. Veriler, 274 otel çalışanından oluşan bir anket ile toplanmış ve araştırma hipotezlerini test etmek için yapısal eşitlik modeli kullanılmıştır. Sonuçlar, hem algılanan örgütsel destek hem de proaktif kişiliğin, işin ve çalışan yaratıcılığının anlamı üzerinde olumlu etkileri olduğunu göstermiştir. Çalışmanın anlamının proaktif kişilik ve çalışan yaratıcılığı arasındaki ilişki üzerindeki aracılık etkisi tam olarak desteklenirken, iş anlamının AÖD (Algılanan Örgütsel Destek) ve çalışan yaratıcılığı arasındaki ilişki üzerinde aracılık etkisi sadece kısmen desteklenmiştir (Akgündüz vd., 2018: 105-114).

Cheng ve Yang (2018) yaptıkları “*Hotel Employee Job Crafting, Burnout, and Satisfaction: The Moderating Role of Perceived Organizational Support*” çalışma ile, iş emeğinin iş tatmini ile iş tükenmişliğinin aracılık etkisinin algılanan örgütsel desteğin ılımlı etkisi ile ilişkisini araştırmışlardır. Tayvan’daki 355 otel çalışanından yapılan anket verileri, işçiliğin iş tatmini ile pozitif ilişkili olduğunu gösterirken, işten ayrılma ve iş memnuniyeti arasındaki ilişkide iş tükenmesi olumsuz bir şekilde etki etmiştir. Ayrıca, algılanan örgütsel destek, iş yaratma, tükenmişlik ve tatmin arasındaki ilişkileri yönettiği saptanmıştır. Çalışma, insan kaynakları yöneticilerinin yanı sıra gelecekteki

araştırma çalışmalarının doğru yapılması için kurslara yazılımları gerektiğini önermiştir (Cheng ve Yang, 2018: 78-85).

Lee ve diğerleri (2018) yaptıkları *“Impact of A Gaming Company's CSR on Residents' Perceived Benefits, Quality of Life, and Support”* çalışma ile, bir kumar işletmesinin sosyal sorumluluk kurumunun, müşterilerin yaşam kalitesi, algılanan faydaları ve sosyal değişim teorisine dayanan işletmenin kazino gelişimine olan desteği üzerindeki etkisini incelemişlerdir. Bir oyun topluluğunda 459 müşteriye anket tekniği uygulanmıştır. Çalışma, oyun işletmesinin soysak sorumluluk kurumunun dört boyuttan (ekonomik, yasal, etik ve hayırsever) oluştuğunu, müşterilerin yaşam kalitesinin ve algılarının olumlu yönde etkilendiğini ortaya koymuştur (Lee vd., 2018: 281-290).

Sam Liu'nun (2018) yaptığı *“Examining Social Capital, Organizational Learning and Knowledge Transfer in Cultural and Creative Industries of Practice”* çalışmada, sosyal sermaye, örgütsel öğrenme ve bilgi aktarımı arasındaki ilişkiyi araştırmıştır. Veriler 432 Tayvanlı kültür ve yaratıcı işletmenin arşiv verisinden elde edilmiştir. Bulgular, kültürel ve yaratıcı işletmelerin daha yüksek düzeyde örgütsel öğrenim niyetine sahip olduklarında etkili bilgi transferine yol açabileceğine dair kanıtlar sunmuştur (Liu, 2018: 258-270).

Xiong ve King'in (2018) yaptıkları *“Too Much of A Good Thing? Examining How Proactive Personality Affects Employee Brand Performance Under Formal and Informal Organizational Support”* çalışmada, sadece kendi kendine rapor anketleri kullanılmıştır. Ön veri analizinde, ortak yöntem yanlılığının bu çalışma için önemli bir tehdit olmadığını gösteren birkaç istatistiksel test gerçekleştirilmiştir. Bununla birlikte, rapor edilen proaktif kişilik ve marka performansının gerçek gözlemlerden farklı olabilme olasılığı da ifade edilmiştir. Bu nedenle, gelecekteki çalışmaların, araştırmanın sonuçlarını doğrulamak için birden fazla veri kaynağı içermesi gerektiğini vurgulamışlardır. Örneğin, çalışanların proaktif davranışları ve çalışanların marka performansına ilişkin müşteri raporlarının yönetici raporları, gelecekteki çalışmalara dahil edilebilir diye ifade edilmiştir (Xiong ve King, 2018: 12-22).

## ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

### TURİZM AMAÇLI KONAKLAMA İŞLETMELERİNDE BİREYSEL YENİLİKÇİLİK VE ALGILANAN ÖRGÜTSEL DESTEK DÜZEYİ İLİŞKİSİ: İSTANBUL İLİ ÖRNEĞİ

#### 3.1. ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

##### 3.1.1. Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bireysel yenilikçilik, turizm sektörünün ve işletmelerin ihtiyaç duyduğu en önemli özelliklerinden biri olarak görülmektedir. Bireyler işletme için dış kaynak araştırması yapan ve yenileşim stratejisine katkıda bulunan güçlü bir araç olarak kabul edilmektedir. Bireylerin araştırma yapıp işletmeye katkı sağlamaları, işletmelerin sürekli yeni bilgileri keşfedip uygulayabilmeleri açısından önem arz etmektedir. Yenileşim, işletmeler için rekabetçi iş ortamında başarının anahtarı olarak kabul edilmekte ve aynı zamanda işletmelerin sürdürülebilirliğinin artması açısından önem arz etmektedir. Yenileşim, bir işletmenin diğer işletmelerden farklı olduğunu da ortaya koymaktadır. Alışlagelmiş tatil olanaklarının dışında yenileşim yapmış ve yapmakta olan işletmeler diğer işletmelere nazaran sürükleyici bir turizm deneyimi sunmaktadır. Bireysel yenilikçiliğin gelişmesi ve sürdürülebilmesi için önemli unsurlardan biri de işletme içerisindeki örgüt kültürünün doğru yapılandırılmasıdır. Araştırmanın amacı turizm amaçlı konaklama işletmelerindeki çalışanların bireysel yenilikçilik algılarının incelenmesidir.

Araştırmanın bir diğer amacı ise, çalışan bireylerin işletme içerisindeki örgüt kültürü ile olan ilişkilerini saptamaktır. Çalışan bireylerin yönetici ve örgüt tarafından sağlanmış refahlardan yararlanabilmesi, çalışanın örgütsel davranış düzeylerinin artmasına sebep olmaktadır. Bu davranış eğilimlerinin artışı çalışanların örgüt içerisindeki performanslarını da arttırmaktadır. Çalışmanın amacı, otelde çalışan bireylerin ve yöneticilerin bireysel yenilikçilik algıları ve algılanan örgütsel destek düzeyleri ilişkilerinin incelenmesidir.

### **3.1.2. Araştırmanın Varsayımları**

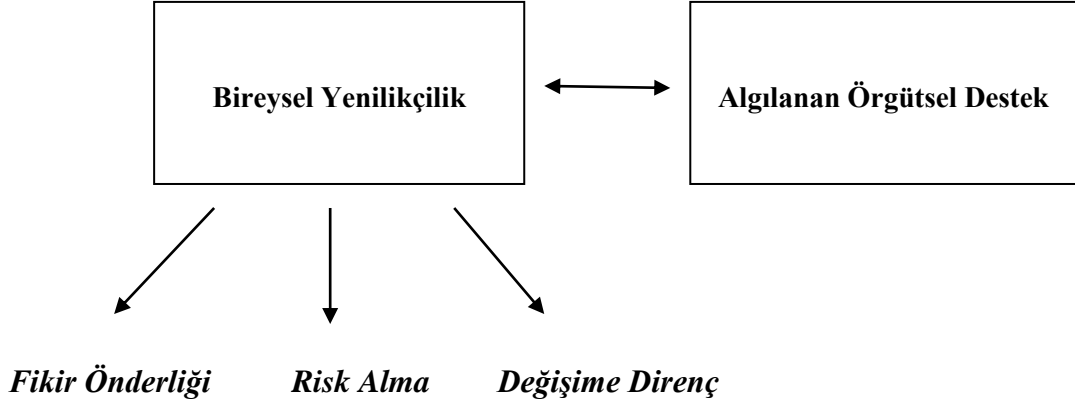
Bu araştırmanın gerçekleştirildiği örneklemin İstanbul ilindeki Fatih, Şişli ve Beyoğlu bölgelerindeki turizm amaçlı konaklama işletmelerinde çalışan birey ve yöneticileri temsil ettiği, araştırmaya katılan bireylerin kendilerine yöneltilen sorulara içtenlikle ve doğru cevaplar verdikleri varsayılmaktadır.

### **3.1.3. Araştırmanın Sınırlılıkları**

Bu araştırma İstanbul ili içerisinde faaliyet gösteren turizm amaçlı konaklama işletmelerinde çalışan birey ve yöneticilerin 15 Kasım, 15 Şubat tarihleri arasında araştırmaya katılmayı kabul eden bireylere uygulanan anket sonuçları ile sınırlandırılmıştır. Araştırma İstanbul ilinde yer alan konaklama işletmelerinde çalışan birey ve yöneticilerin bireysel yenilikçilik ve algılanan örgütsel destek düzeyleri arasındaki ilişkinin belirlenmesini hedeflemiştir. Ayrıca araştırma anketlerin uygulandığı tarihlerin 15 Kasım 2017, 15 Şubat 2018 arasına denk gelmesiyle İstanbul ilinin yılbaşı ve diğer turizm faaliyetleri dolayısıyla yoğunluk yaşamaması ve evreni oluşturan Fatih, Şişli ve Beyoğlu'nda yer alan konaklama işletmelerindeki çalışan ve yöneticilerin ifadelerine cevap vermekte isteksiz davranmalarından ötürü araştırma verileri 403 sayısıyla sınırlı kalmıştır.

### **3.1.4. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri**

Araştırma, turizm amaçlı konaklama işletmelerinde çalışanların ve yöneticilerin bireysel yenilikçilik düzeyleri ile algılanan örgütsel destek düzeyi arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik olarak kurulan araştırma modeli Şekil 3.1'de gösterilmektedir. Model, demografik değişkenlere bağlı olarak bireysel yenilikçilik ve algılanan örgütsel destek arasındaki ilişkinin incelenmesi şeklinde planlanmıştır.



**Şekil 3.1.** Araştırma Modeli

Araştırma modeli çerçevesinde geliştirilen hipotezler aşağıdaki gibidir:

**Hipotez 0 ( $H_0$ )** : Bireysel yenilikçilik ile algılanan örgütsel destek arasında anlamlı bir ilişki yoktur.

**Hipotez 1 ( $H_1$ )**: Bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan fikir önderliği ile algılanan örgütsel destek arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**Hipotez 2 ( $H_2$ )**: Bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan değişime direnç ile algılanan örgütsel destek arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**Hipotez 3 ( $H_3$ )**: Bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan risk alma ile algılanan örgütsel destek arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**Hipotez 4 ( $H_4$ )**: Bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan fikir önderliği ile demografik özellikler (eğitim durumu ve gelir düzeyi) arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**Hipotez 5 ( $H_5$ )**: Bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan değişime direnç ile demografik özellikler ile turizmle ilgili eğitim arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**Hipotez 6 ( $H_6$ )**: Bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan risk alma ile demografik özellikler (eğitim durumu ve gelir düzeyi) arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**Hipotez 7 ( $H_7$ )**: Bireysel yenilikçilik ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık vardır.

**Hipotez 8 ( $H_8$ )**: Bireysel yenilikçilik ile yaş arasında anlamlı bir farklılık vardır.

**Hipotez 9 (H<sub>9</sub>):** Algılanan örgütsel destek ile demografik (gelir düzeyi ve turizmle ilgili eğitim) özellikler arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**Hipotez 10 (H<sub>10</sub>):** Algılanan örgütsel destek ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık vardır.

**Hipotez 11 (H<sub>11</sub>):** Algılanan örgütsel destek ile yaş arasında anlamlı bir farklılık vardır.

**Hipotez 12 (H<sub>12</sub>) :** Bireysel yenilikçilik ve algılanan örgütsel destek arasında anlamlı bir etki vardır.

### 3.1.5. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

Araştırmanın ana kütesini, İstanbul'un Avrupa yakasındaki Beyoğlu, Şişli ve Fatih ilçelerinde faaliyet gösteren 3-4 ve 5 yıldızlı turizm amaçlı konaklama işletmelerinde çalışan bireyler ve yöneticiler oluşturmaktadır. Evren olarak bu ilçelerdeki otellerin seçilme nedeni 3-4 ve 5 yıldızlı otellerdeki örgüt yapıları ve yenileşim politikalarının diğer otellere oranla daha güçlü olmasıdır. Çalışmada örneklem olarak İstanbul ilinin seçilmesinin en önemli nedenlerinden biri de burada yer alan turizm amaçlı işletmelerin bütün yıl boyunca faaliyet göstermeleridir. Ayrıca, çalışmanın Avrupa yakasında yapılmasının sebebi konaklama işletmelerinin büyük çoğunluğunun bu alanda yer almasıdır.

Evren araştırmacının çalışma alanını oluşturan, örneğini seçtiği ve elde ettiği sonuçları genelleştireceği gruptur. Belli sınırlamalar getirerek her türlü grubu evrene dönüştürmek mümkündür. Tanımlanmış bir evren kendisini diğer gruplardan ayıran en az bir özelliğe sahiptir. Araştırma kapsamında iki tür evrenden bahsetmek mümkündür. Bunlardan birincisi ideal evren olup araştırmacı için herhangi bir kısıt olmaması durumunda benimsenecek evrendir. İkincisi ise araştırmacının belli kısıtları dikkate alarak oluşturduğu evren olarak ifade edilen gerçekçi evrendir. Buna göre İstanbul'da yer alan konaklama işletmelerinde çalışan yöneticiler ve işgörenlerin sayısı kesin olarak belirlenememekle birlikte n=384 örnek sayısına 100.000 ve üzeri evrenler için yeterli olacağı belirtilmektedir (Altunışık vd., 2012: 132-133). Anket formu uygulanmadan önce 30 kişilik personel grubuna ön test yapılmış ve ankette yer alan ifadeler veri kalitesinin artırılmasına yönelik düzeltilmiştir. Standart hata payının düşürülmesi adına



alt örneklem sayısı dikkate alınmış ve 450 adet anket formu bastırılmıştır. Konaklama işletmelerine bizzat gidilerek 430 adet soru formu doldurulmuştur. Analiz aşaması sürecinde 27 anketin hatalı ve eksik olduğu saptanmış, geriye kalan 403 anket analize dahil edilmiştir.

### 3.1.6. Veri Toplama Aracı ve Yöntemi

Tez çalışması, İstanbul’da Kasım 2017 - Şubat 2018 tarihleri arasında 3-4 ve 5 yıldızlı turizm amaçlı konaklama işletmelerindeki çalışanlar ve yöneticiler üzerinde nicel araştırma yöntemlerinden olan anket tekniği uygulanmıştır. Çalışmanın kavramsal çerçevesi incelenmiş ve çalışma konusunu oluşturan bireysel yenilikçilik ve algılanan örgütsel destekle ilgili ölçekler bulunmuştur. Hazırlanan anket formu 2 bölümden oluşmaktadır. Anket formunun birinci bölümü turizm amaçlı konaklama işletmelerinde çalışan personel ve yöneticilere yönelik ifadelerden oluşmaktadır. Bu ifadeler H. Thomas Hurt, Katherine Joseph ve Chester. D. Cook tarafından geliştirilmiş Bireysel Yenilikçilik Ölçeği (BYÖ) (Innovativeness Scale (IS)) ile belirlenmiştir. Çalışmada, turizm amaçlı konaklama işletmelerinde çalışan personel ve yöneticilerin bireysel yenilikçilik algılarının belirlenmesine yönelik 20 ifadeden oluşan üç boyutlu ( Fikir Önderliği, Değişime Direnç, Risk Alma) anket formu Sarioğlu’nun (2014) “Bireysel Yenilikçilik Ölçeği’nin Hemşirelikte Geçerlilik ve Güvenirliği” adlı yüksek lisans tezinden uyarlanmıştır. Fikir önderliği boyutunda 8 ifade, değişime direnç boyutunda 7 ifade, risk alma boyutunda ise 5 ifade yer almaktadır. Bu ölçeklerdeki ifadelerin cevaplanması için 5’li Likert Ölçeği kullanılmıştır.

Anket formunun ikinci bölümünde bulunan, turizm amaçlı konaklama işletmelerinde çalışan personel ve yöneticilere uygulanan Algılanan Örgütsel Destek (AÖD) (Perceived Organizational Support (POS)) ölçeği Eisenberger ve diğerleri (1968) tarafından geliştirilmiştir. Ölçek toplam 36 maddeden oluşturulmuş, Cronbach Alpha güvenirlik katsayısı 0.97 olarak hesaplanmış ve ölçek tek boyutlu olup 8 ifadelik kısa versiyonu kullanılmıştır. Bu ölçeklerdeki ifadelerin cevaplanması için 5’li Likert Ölçeği kullanılmıştır.

Çalışmanın üçüncü bölümünde ise araştırmaya katılan personel ve yöneticilerin demografik özelliklerinin tespitine yönelik sorular yer almaktadır. Bunlar çalışan

bireylerin uyrukları, cinsiyetleri, yaşları, eğitim düzeyleri, turizm üzerine eğitim alıp almadıkları, çalıştıkları departman, sektörde ve işletmede çalıştıkları süre zarfı, çalıştıkları kademe ve gelir düzeyleridir.

### 3.1.7. Değerlendirme

Çalışma, konaklama işletmelerinde çalışan bireyler ve yöneticilere uygulanan anket formundan elde edilen bulgular doğrultusunda değerlendirildikten sonra istatistiksel analizler için SPSS 22.0 for Windows programına aktarılmış ve analizlere tabi tutulmuştur. Çalışma verilerinin değerlendirilmesi öncelikle güvenilirlik ve geçerlilik analiziyle başlamıştır. Bu uygulamaların ardından katılımcıların demografik değişkenlerine ilişkin yüzde, frekans, ortalama ve standart sapma değerleri hesaplanmış, demografik özellikler tablosu oluşturulmuştur. Hipotezleri test etmek amacıyla verilere iki değişken arasındaki ilişkiyi ölçmeye yönelik korelasyon analizi, iki ve ya daha fazla değişken arasındaki etkiyi ölçmeye yönelik regresyon analizi, t testi ve tek yönlü varyans analizi (ANOVA) uygulanmıştır. Analiz sonuçlarına göre hipotezlere yönelik elde edilen sonuçlar aşağıdaki gibidir.

#### 3.1.7.1. Ölçeklerin Güvenilirlik Analizi

Güvenilirlik analizi, ölçeği oluşturan ifadelerin yapılan çalışmanın doğruluğunu ortaya çıkarabilmek adına yapılan bir analiz türüdür. Diğer bir ifadeyle güvenilirlik analizi çalışmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik ve özelliklerini değerlendirmeğe yönelik geliştirilmiş bir analiz yöntemidir. Bu yöntem, ölçekte bulunan k sorunun homojen bir yapıya sahip olup olmamasını ifa eder. Bu katsayı 0 ile 1 arasında yer almakta ve Cronbach Alpha katsayısı olarak adlandırılmaktadır (Kalaycı, 2017: 403-405):

Alfa ( $\alpha$ ) katsayına bağlı olarak ölçeğin güvenilirliği aşağıdaki gibi yorumlanmaktadır:

- $0.00 \leq \alpha < 0.40$  ise ölçek güvenilir değildir,
- $0.40 \leq \alpha < 0.60$  ise ölçeğin güvenilirliği düşük,
- $0.60 \leq \alpha < 0.80$  ise ölçek oldukça güvenilir,
- $0.80 \leq \alpha < 1.00$  ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

**Tablo 3.1.** Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Boyutlar	Cronbach's Alpha	Test Edilen İfade Sayısı
<b>Bireysel Yenilikçilik (a+b+c)</b>	<b>0,866</b>	20
a) Fikir Önderliği	0,810	8
b) Değişime Direnç	0,781	7
c) Risk Alma	0,823	5
<b>Algılanan Örgütsel Destek</b>	<b>0,642</b>	8

Tablo 3.1'den görüleceği üzere ölçülen Cronbach Alfa ( $\alpha$ ) değerleri bireysel yenilikçilikde 0,866 (fikir önderliğinde 0,810, değişime dirençte 0,781, risk almada 0,823, algılanan örgütsel destekte 0,642'dir. Bu rakamlar doğrultusunda ölçme aracının güvenilir olduğu tespit edilmiştir.

## 3.2. BULGULAR

### 3.2.1. Katılımcıların Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırmaya katılan bireylerin demografik özelliklerine ilişkin bulgulara araştırmanın bu kısmında yer verilmiştir. Elde edilen bilgiler şöyledir:

**Tablo 3.2.** Katılımcılara İlişkin Sosyo-Demografik Özelliklerin Dağılımı

Değişkenler	Sıklık (n)	Yüzde Değeri (%)
<b>Uyruk</b>		
T.C.	375	93,1
Türkmenistan	11	2,7
Diğer	17	4,2
<b>Cinsiyet</b>		
Erkek	230	57,1
Kadın	173	42,9
<b>Yaş</b>		
18-25	70	17,4
26-33	165	40,9
34- 41	99	24,6
42-49	48	11,9
50-57	20	5,0
58 ve üzeri	1	0,2
<b>Eğitim Durumunuz</b>		
İlköğretim	21	5,2
Ortaöğretim	154	38,2
Ön Lisans	80	19,9
Lisans	109	27
Lisansüstü	39	9,7

**Tablo 3.2.** (Devamı)

<b>Turizmle İlgili Eğitim Durumu</b>		
Turizm Meslek Lisesi Mezunu	9	5,9
Turizm Ön Lisans Mezunu	49	32,2
Turizm Lisans Mezunu	64	42,1
Turizm Lisansüstü Mezunu	30	19,7
<b>Çalışılan Departman</b>		
İnsan Kaynakları	39	9,7
Yiyecek-İçecek	72	17,9
Ön Büro	169	41,9
Kat Hizmetleri	68	16,9
Finans	28	6,9
Diğer(belirtiniz)	27	6,7
<b>Yönetici Konumu</b>		
Alt düzey yönetici	80	19,9
Orta düzey	104	25,8
Üst düzey yönetici	27	6,7
Yönetici Değilim	192	47,6
<b>Sektörde Çalışma Süresi</b>		
5 yıldan az	93	23,1
6-10 yıl	167	41,4
11-15 yıl	78	19,4
16-20 yıl	42	10,4
21 yıl ve üzeri	23	5,7
<b>Bulduğunuz Otelde Çalışma Süreniz</b>		
5 yıldan az	245	60,8
6-10 yıl	98	24,3
11-15 yıl	29	7,2
16-20 yıl	22	5,5
21 yıl ve üzeri	9	2,2
<b>Otelde Çalışma Dönemi</b>		
Kadrolu	320	79,4
Sözleşmeli	73	18,1
Yarı Zamanlı	8	2
Diğer (Belirtiniz)	2	0,5
<b>Gelir Düzeyi</b>		
0-1404	47	11,7
1405-3000	231	57,3
3001-6000	99	24,6
6001-9000	10	2,5
9001-12000	7	1,7
12001-15000	5	1,2
15001 ve üzeri	4	1
<b>Toplam</b>	<b>403</b>	<b>100</b>

Katılımcılara ilişkin sosyo-demografik özelliklere bakıldığında araştırmaya katılanların %93,1 (375 kişi) kısmını T.C. vatandaşları, %2,7 (11 kişi) Türkmenistan vatandaşları, %4,2 (17 kişi) ise diğer ülke vatandaşları oluşturmaktadır. Bu durumda katılımcıların büyük bir kısmını Türkiye vatandaşlarının oluşturduğunu söyleyebiliriz.

Yapılan değerlendirmeler sonucunda toplam katılımcı sayısı 403'dür. Bu katılımcıların 230'nu erkekler oluştururken 173'nü kadınlar oluşturmaktadır. Toplam yüzdenin %57,1'ni erkekler temsil etmekteyken %42,9'nu kadınlar temsil etmektedir.

Katılımcıların %17,4 (70 kişi) kısmı 18-25 yaş arası ve sırasıyla %40,9 (165 kişi) 26-33 yaş arası, %24,6 (99 kişi) 34-41 yaş arası, %11,9 (48 kişi) 42-49 yaş arası, %5,0 (20 kişi) 50-57 yaş arası, %2'lik (1 kişi) kısmı ise 58 ve üzeri yaş arası grupların oluşturduğu tespit edilmiştir. Bu durumda katılımcıların büyük çoğunluğu 26-33 yaş grubunda bulunan katılımcılardan oluşmaktadır.

Katılımcıların %5,2'lik (21 kişi) kısmının ilköğretim, %38,2 (154 kişi) ortaöğretim, %19,9 (80 kişi) ön lisans, %27,0 (109 kişi) lisans, %9,7'lik (39 kişi) kısmı ise lisansüstü eğitim almış katılımcılardan oluşmuştur. Bu durum eğitim seviyesi ortalamasının yüksek olmadığını ve katılımcıların büyük çoğunluğunu ortaöğretim eğitimi almış kişilerin oluşturduğunu göstermektedir.

Katılımcıların %5,9'luk (9 kişi) kısmının turizm meslek lisesi mezunu, %32,2 (49 kişi) turizm ön lisans mezunu, %42,1 (64 kişi) turizm lisans mezunu, %19,7'si (30 kişi) ise turizm lisansüstü mezunu olan katılımcılardan oluşmuştur. Bu durum eğitim seviyesi ortalamasının yüksek olduğunu ve katılımcıların büyük çoğunluğunu turizm lisans mezunu olan katılımcılardan oluşturduğunu göstermektedir.

Katılımcıların %9,7'si (39 kişi) insan kaynakları departmanı, %17,9 (72 kişi) yiyecek-içecek departmanı, %41,9 (169 kişi) ön büro departmanı, %16,9 (68 kişi) kat hizmetleri departmanı, %6,9 (28 kişi) finans departmanı, %6,7'si (27 kişi) ise diğer departmanlarda çalışan katılımcılardan oluşmaktadır. Bu durum katılımcıların en fazla ön büro departmanında çalıştığını ortaya çıkarmaktadır.

Katılımcıların %19,9'luk (80 kişi) kısmını alt düzey yöneticileri, %25,8 (104 kişi) orta düzey yöneticileri, %6,7 (27 kişi) üst düzey yöneticileri ve %47,6'lık (192 kişi) kısmının ise yönetici olmayan katılımcılardan oluştuğu saptanmıştır. Bu durumda katılımcıların verdiği cevaplara yönelik elde edilen sonuçlar, yönetici olmayan bireylerin daha fazla olduğunu ortaya çıkarmıştır.

Katılımcıların %23,1'lik (93 kişi) kısmı 5 yıldan az, %41,4 (167 kişi) 6-10 yıl, %19,4 (78 kişi) 11-15 yıl, %10,4 (42 kişi) 16-20 yıl ve %5,7'lik (23 kişi) kısmı ise sektörde 21 yıl ve üzeri çalışmış katılımcılardan oluşmaktadır. Bu durumda katılımcıların çoğunluğunu sektörde 6-10 yıl arası çalışan bireyler oluşturduğu ortaya konulmuştur.

Katılımcıların %260,8'lik (245 kişi) kısmı 5 yıldan az, %24,3 (98 kişi) 6-10 yıl,

%7,2 (29 kişi) 11-15 yıl, %5,5 (22 kişi) 16-20 yıl ve %2,2'lik (9 kişi) kısmı ise buldukları oteldeki çalışma süresi 21 yıl ve üzeri çalışmış katılımcılardan oluşmaktadır. Bu durumda buldukları otelde çalışan katılımcıların çoğunluğunu 5 yıldan az çalışan bireylerin oluşturduğu tespit edilmiştir.

Katılımcıların %79,4'lük (320 kişi) kısmı kadrolu, %18,1 (73 kişi) sözleşmeli, %2,0 (8 kişi) yarı zamanlı, %0,5'lik (2 kişi) kısmı ise diğer dönemlerde çalışan bireyler oluşturmaktadır. Bu durumda katılımcıların çoğunluğunu kadrolu çalışan bireyler oluşturduğu tespit edilmiştir. Katılımcıların %11,7'lik (47 kişi) kısmının 0-1404, %57,3 (231 kişi) 1405-3000, %24,6 (99 kişi) 3001-6000, %2,5 (10 kişi) 6001-9000, %1,7 (7 kişi) 9001-12000, %1,2 (5 kişi) 12001-15000 ve %1,0'luk (4 kişi) kısmın ise aylık 15000 ve üzeri aylık gelir düzeyine sahip olduğu görülmektedir. Bu durumda katılımcıların büyük çoğunluğunu aylık 1405-3000 arası gelir düzeyine sahip olan bireylerden oluştuğu tespit edilmiştir.

### 3.2.2. Ölçeklere İlişkin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapmalar

**Tablo 3.3.** Bireysel Yenilikçilik Ölçeğine İlişkin İfadelerin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapmaları

İFADELER	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
Yenilikleri takip ettiğim için arkadaşlarım sık-sık benden bilgi ve öneri alırlar.	3,49	1,26839
Yeni şeyleri denemekten hoşlanırım.	3,76	1,23901
Bir şey yaparken, yeni yollar olup olmadığını araştırırım.	3,79	1,20810
Problemleri çözmek için genellikle yeni yöntemler bulurum.	3,65	1,18316
Yeni bakış açıları ve yeni buluşlara şüphe ile bakarım.	2,84	1,34556
Çevremdeki insanların kabul ettiğini görene kadar yeni fikirleri benimsemem.	2,93	1,33009
Yenilikçilik konusunda insanları kolay etkileyen bir kişi olduğumu düşünürüm.	3,54	1,20313
Düşünce ve davranışlarımın yaratıcı ve özgün olduğunu düşünürüm	3,61	1,15188
Çevremdeki insanların arasında yeniliği kabul eden en son kişi olduğumu düşünürüm.	<b>2,76</b>	1,40191
Yaratıcı bir kişi olduğumu düşünüyorum.	3,69	1,14461
Yenilikler konusunda gruba liderlik etmekten hoşlanırım.	3,48	1,29738
Çevremdeki insanların işine yaradığımı görünceye kadar yenilikleri kabul etmede isteksiz davranırım.	2,97	1,32874
Eski yaşam tarzımın ve işleri eski yöntemlerle yapmanın en iyi yol olduğunu düşünürüm.	2,97	1,29268
İşimle ilgili problemlere ve belirsizliklere karşı mücadele ederim.	<b>3,86</b>	1,12799
Yenilikleri dikkate almadan önce diğer insanların o yeniliği kullandığını görmek isterim.	3,37	1,29500
Yeni fikirlere açık biriyim.	<b>3,98</b>	1,12732
Cevaplanmamış sorular beni çözüm bulmaya yönlendirir.	<b>3,81</b>	1,07483
Yeni fikirlere karşı şüpheli davranırım.	3,00	1,38575
Çözümü olmayan problemler için yöntemler geliştiririm.	3,71	1,13535
Kendimi düşüncem ve davranışlarımınla özgün olmaya teşvik edici bulurum.	3,71	1,13535
<b>Genel Ortalama</b>	<b>3,45</b>	

Bireysel yenikçiliğe ilişkin ölçekte yer alan ifadeler içerisinde en yüksek ortalamalar risk alma boyutuna ait olan “Yeni fikirlere açık biriyim” (3,98), “İşimle ilgili problemlere ve belirsizliklere karşı mücadele ederim” (3,86) ve “Cevaplanmamış sorular beni çözüm bulmaya yöneltir” (3,81) ifadelerine aittir. Buna göre katılımcıların bireysel yenilikçilik ile ilgili olumlu düşüncelere sahip oldukları söylenebilir. Ölçeğe ilişkin en düşük ortalamanın ise değişime direnç boyutuna ait olan “Çevremdeki insanların arasında yeniliği kabul eden en son kişi olduğumu düşünürüm” (2,76) olduğu görülmektedir. Bireysel yenilikçilik ölçeğine ilişkin genel ortalama ise  $\bar{X}=3,45$  olarak gerçekleşmiştir.

**Tablo 3.4.** Algılanan Örgütsel Destek Ölçeğine İlişkin İfadelerin Aritmetik Ortalama ve Standart Sapmaları

İFADELER	Aritmetik Ortalama	Standart Sapma
Çalıştığım kurum, refahı için katkıya değer verir.	<b>3,64</b>	1,31605
Çalıştığım kurum, gösterdiğim fazla çabayı takdir etmez.	2,90	1,43726
Çalıştığım kurum, şikayetlerimi görmezden gelir.	2,85	1,41855
Çalıştığım kurum, iyiliğimi gerçekten düşünür.	3,47	1,40753
İşimi mümkün olan en iyi şekilde yapsam bile çalıştığım kurum bunu fark etmez.	2,91	1,46600
Çalıştığım kurum, genel olarak işteki memnuniyetimi önemser.	3,43	1,36487
Çalıştığım kurum, bana çok az yakınlık gösterir.	2,76	1,45929
Çalıştığım kurum işteki başarılarımla gurur duyar.	<b>3,53</b>	1,34049
<b>Genel Ortalama</b>	<b>3,19</b>	

Algılanan örgütsel desteğe ilişkin ölçekte yer alan ifadeler içerisinde en yüksek ortalamalar “Çalıştığım kurum, refahı için katkıya değer verir” (3,64) ve “Çalıştığım kurum işteki başarılarımla gurur duyar” (3,53) ifadelerine aittir. Buna göre katılımcıların çalıştıkları kurum ile ilgili olumlu düşüncülere sahip olduklarını söyleyebiliriz. Ölçeğe ilişkin en düşük ortalama ise “Çalıştığım kurum, bana çok az yakınlık gösterir” (2,76) ifadesine aittir. Algılanan örgütsel destek ölçeğine ilişkin genel ortalama ise  $\bar{X}=3,19$  olarak gerçekleşmiştir.

### 3.2.3. Araştırma Hipotezlerinin Test Edilmesi

Araştırmanın temel amacı doğrultusunda bireysel yenilikçiliğin algılanan örgütsel destek arasındaki ilişkiyi saptamak için çalışmanın bu aşamasında korelasyon analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda elde edilen değerler Tablo 3.5’de gösterilmektedir.

**Tablo 3.5.** Fikir Önderliği ve Algılanan Örgütsel Destek Arasındaki İlişki

	Fikir Önderliği	Algılanan Örgütsel Destek
Fikir Önderliği	1	,264**
Algılanan Örgütsel Destek	,264**	1

\*\*p<0,01 \*p<0,05

Bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan fikir önderliği ile algılanan örgütsel desteğe yönelik yapılan korelasyon analizi sonuçlarına göre, fikir önderliği ile algılanan örgütsel destek arasında  $p<0,01$  önem düzeyinde pozitif ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Buna göre “Bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan fikir önderliği ile algılanan örgütsel destek arasında anlamlı bir ilişki vardır” olan **H<sub>1</sub>** hipotezi desteklenmiştir.

“Bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan değişime direnç ile algılanan örgütsel destek arasında anlamlı bir ilişki vardır” şeklindeki **H<sub>2</sub>** hipotezini sınamak üzere yapılan korelasyon analizine ilişkin sonuçlar Tablo 3.6’da verilmiştir.

**Tablo 3.6.** Değişime Direnç ve Algılanan Örgütsel Destek Arasındaki İlişki

	Değişime Direnç	Algılanan Örgütsel Destek
Değişime Direnç	1	,527 **
Algılanan Örgütsel Destek	,527**	1

\*\*p<0,01 \*p<0,05

Bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan değişime direnç ile algılanan örgütsel desteğe yönelik yapılan korelasyon analizi sonuçlarına göre, değişime direnç ile algılanan örgütsel destek arasında  $p<0,01$  önem düzeyinde pozitif ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Buna göre “Bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan değişime direnç ile algılanan örgütsel destek arasında anlamlı bir ilişki vardır” olan **H<sub>2</sub>** hipotezi desteklenmiştir.

“Bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan risk alma ile algılanan örgütsel destek arasında anlamlı bir ilişki vardır” şeklindeki **H<sub>3</sub>** hipotezini sınamak üzere yapılan korelasyon analizine ilişkin sonuçlar Tablo 3.7’de verilmiştir.



**Tablo 3.7.** Risk Alma ve Algılanan Örgütsel Destek Arasındaki İlişki

	Risk Alma	Algılanan Örgütsel Destek
Risk Alma	1	,289**
Algılanan Örgütsel Destek	,289**	1

\*\*p<0,01 \*p<0,05

Bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan risk alma ile algılanan örgütsel desteğe yönelik yapılan korelasyon analizi sonuçlarına göre, risk alma ile algılanan örgütsel destek arasında pozitif yönde ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Buna göre “Bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan risk alma ile algılanan örgütsel destek arasında anlamlı bir ilişki vardır” olan **H<sub>3</sub>** hipotezi desteklenmiştir.

“Bireysel yenilikçilik ile demografik özellikler arasında anlamlı bir ilişki vardır” şeklindeki (**H<sub>4</sub>, H<sub>5</sub>, H<sub>6</sub>**) hipotezlerini sınamak üzere yapılan korelasyon analizine ilişkin sonuçlar Tablo 3.8’de verilmiştir.

**Tablo 3.8.** Bireysel Yenilikçilik ile Demografik Özellikler Arasındaki İlişkiler

	<i>Yaş</i>	<i>Eğitim Durumu</i>	<i>Çalışılan Departman</i>	<i>Sektörde Çalışma Süresi</i>	<i>Yönetici Konumu</i>	<i>Gelir Düzeyi</i>	<i>Turizmle İlgili Eğitim</i>
<i>Fikir Önderliği</i>	-,002	,116*	,061	,013	,056	,212**	-,043
<i>Değişime Direnç</i>	,060	-,088	-,020	,049	-	,079	,105*
<i>Risk Alma</i>	,060	,109*	,092	,070	,065	,162**	-,048

Tablo 3.8’de göre fikir önderliği boyutu ile eğitim durumu ve gelir düzeyi arasında p<0,05 önem düzeyinde zayıf, pozitif ve anlamlı bir ilişki mevcuttur. Yani çalışan bireylerin eğitim ve gelir düzeylerinin artışı, onların yenileşim konusundaki düşünce ve davranışlarının da artımına sebep olacaktır. Bu doğrultuda, “Bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan fikir önderliği ile demografik özellikler (eğitim durumu ve

gelir düzeyi) arasında anlamlı bir ilişki vardır” şeklindeki **H<sub>4</sub>**, **H<sub>5</sub>** ve **H<sub>6</sub>** hipotezleri desteklenmiştir.

Değişime direnç boyutu ile turizmle ilgili eğitim arasında  $p < 0,05$  önem düzeyinde zayıf, pozitif ve anlamlı bir ilişki mevcuttur. Bu doğrultuda, çalışan bireylerin turizmle ilgili eğitim düzeylerinin artışı, onların yenileşim konusundaki düşünce ve davranışlarının değişim göstermesinin artımına sebep olacaktır. Bu bağlamda, “Bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan değişime direnç ile demografik özellikler (turizmle ilgili eğitim arasında anlamlı bir ilişki vardır” şeklindeki **H<sub>5</sub>** hipotezi desteklenmiştir.

Tablo 3.8 incelendiğinde risk alma boyutu ile eğitim durumu arasında  $p < 0,05$  önem düzeyinde çok zayıf, pozitif ve anlamlı bir ilişki mevcuttur. Ayrıca risk alma boyutu ile gelir düzeyi arasında  $p < 0,01$  önem düzeyinde pozitif ve anlamlı bir ilişkinin olduğu saptanmıştır. Bu doğrultuda çalışan bireylerin eğitim ve gelir düzeylerinin artışı, onların yenilikçiliğe yönelik alabilecekleri risk ve düşüncelerini karşı tarafa rahatlıkla aktarma ve benimsetme konusunda artış gösterecektir. Bu doğrultuda, “Bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan risk alma ile demografik özellikler (eğitim durumu ve gelir düzeyi) arasında anlamlı bir ilişki vardır” şeklindeki **H<sub>6</sub>** hipotezi desteklenmiştir.

“Bireysel yenilikçilik ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık vardır” hipotezine yönelik t testi yapılmış ve sonuçlar Tablo 3.9’da gösterilmiştir.

**Tablo 3.9.** Bireysel Yenilikçilik ile Cinsiyet Arasındaki İlişki (T testi sonuçları)

	<i>Cinsiyet</i>	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>S.s</i>	<i>T</i>	<i>p</i>
<b><i>Fikir Önderliği</i></b>	Erkek	230	3,70	0,79	2,219	0,27
	Kadın	173	3,51	0,95		
<b><i>Değişime Direnç</i></b>	Erkek	230	3,04	0,85	1,756	0,80
	Kadın	173	2,89	0,90		
<b><i>Risk Alma</i></b>	Erkek	230	3,90	0,78	2,116	0,35
	Kadın	173	3,72	0,96		

Tablo 3.9’da görüldüğü üzere analiz sonuçlarına göre erkek ve kadın katılımcıların bireysel yenilikçilik ile ilgili ifadeler katılım ortalamaları birbirine oldukça yakındır. Ancak sig (2 tailed) sonucuna bakıldığında  $p > 0,05$ ’den büyük olan fikir önderliği, değişime direnç ve risk alma boyutları ile cinsiyet arasında anlamlı

farklılık yoktur. Buna göre cinsiyetin katılımcıların bireysel yenilikçilik düzeylerini etkileyen bir faktör olmadığı saptanmıştır. Bu doğrultuda “Bireysel yenilikçilik ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık vardır” şeklindeki  $H_7$  hipotezi desteklenmemiştir.

“Bireysel yenilikçilik ile yaş arasında anlamlı bir farklılık vardır” hipotezini test edebilmek için tek faktörlü ANOVA analizi yapılmış ve sonuçlar Tablo 3.10’da gösterilmiştir.

**Tablo 3.10.** Bireysel Yenilikçilik ile Yaş Arasındaki İlişkinin Ortalama, Standart Sapma ve Tek Faktörlü ANOVA Sonuçları

	Yaş	n	$\bar{X}$	S.s	Sd	F	p	Anlamlı Fark
<b>Fikir Önderliği</b>	18-25	70	3,58	0,82				
	26-33	165	3,65	0,92				
	34-41	99	3,58	0,87				
	42-49	48	3,73	0,73	4/397	1,763	,119	-----
	50-57	20	3,61	0,77				
	57 ve üzeri	1	1,25	,				
	Toplam	403	3,62	0,87				
<b>Değişime Direnç</b>	18-25	70	3,00	0,86				
	26-33	165	2,93	0,85				
	34-41	99	2,87	0,98				
	42-49	48	3,19	0,72	4/397	1,668	,141	-----
	50-57	20	3,27	0,87				
	57 ve üzeri	1	2,0	,				
	Toplam	403	2,98	0,87				
<b>Risk Alma</b>	18-25	70	3,72	0,92				
	26-33	165	3,80	0,91				
	34-41	99	3,87	0,84				
	42-49	48	3,92	0,66	4/397	1,627	,152	-----
	50-57	20	3,97	0,70				
	57 ve üzeri	1	1,80	,				
	Toplam	403	3,82	0,86				

Tablo 3.10’nu incelediğimizde bireylerde, bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan fikir önderliğinin yaş’a göre anlamlı olarak farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla Tek Faktörlü ANOVA analizi sonucunda aradaki farkın anlamlı olmadığı

görülmektedir ( $F_{397=,119}$ ,  $p>0,05$ ). Bu doğrultuda çalışan bireylerin fikir önderliğinin yaşlarıyla anlamlı bir etkiye sahip olmadıkları görülmektedir.

Bireylerin, bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan değişime dirençlerinin yaş aralığına göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla Tek Faktörlü ANOVA analizi sonucunda aradaki farkın anlamlı olmadığı görülmektedir ( $F_{397=1,668}$ ,  $p>0,05$ ). Bu doğrultuda çalışan bireylerin değişime dirençleriyle yaş arasındaki etkinin anlamlı olmadığı tespit edilmiştir.

Bireylerin, bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan risk almanın yaş aralığına göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla Tek Faktörlü ANOVA analizi sonucunda aradaki farkın anlamlı olmadığı görülmektedir ( $F_{397=1,627}$   $p>0,05$ ). Bu doğrultuda çalışan bireylerin risk almalarıyla yaş arasındaki etkinin anlamlı olmadığını söyleyebiliriz. Elde ettiğimiz bulgular neticesinde “Bireysel yenilikçilik ile yaş arasında anlamlı bir farklılık vardır” şeklindeki  $H_8$  hipotezi desteklenmemiştir.

“Algılanan örgütsel destek ile demografik (gelir düzeyi ve turizmle ilgili eğitim) özellikler arasında anlamlı bir ilişki vardır” şeklindeki ( $H_9$ ) hipotezimizi sınamak üzere yapılan korelasyon analizine ilişkin sonuçlar Tablo 3.11’de verilmiştir.

**Tablo 3.11.** Algılanan Örgütsel Destek ile Demografik Özellikler Arasındaki İlişkiler

	<i>Yaş</i>	<i>Eğitim Durumu</i>	<i>Çalışılan Departman</i>	<i>Sektörde Çalışma Süresi</i>	<i>Yönetici Konumu</i>	<i>Gelir Düzeyi</i>	<i>Turizmle İlgili Eğitim</i>
<i>Algılanan Örgütsel Destek</i>	,015	-,034	,051	,025	,033	,126*	,115*

Tablo 3.11’de göre algılanan örgütsel destek boyutu ile gelir düzeyi ve turizmle ilgili eğitim arasında 0,05 önem düzeyinde zayıf, pozitif ve anlamlı bir ilişki mevcuttur. Yani çalışan bireylerin turizmle ilgili eğitim ve gelir düzeylerinin artışı, onların örgüt kültüründen gelen destekle beraber düşünce ve davranışlarının da artımına sebep olacaktır. Bu doğrultuda, “Algılanan örgütsel destek ile demografik özellikler (turizmle

ilgili eğitim ve gelir düzeyi) arasında anlamlı bir ilişki vardır.” şeklindeki  $H_9$  hipotezi desteklenmiştir.

“Algılanan örgütsel destek ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık vardır” hipotezini test edebilmek için t testi analizi yapılmış ve sonuçlar Tablo 3.12’de gösterilmiştir.

**Tablo 3.12.** Algılanan Örgütsel Destek ile Cinsiyet Arasındaki İlişki (T testi sonuçları)

	<i>Cinsiyet</i>	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>S.s</i>	<i>T</i>	<i>p</i>
<i>Algılanan Örgütsel Destek</i>	Erkek	230	3,24	0,75	1,552	,124
	Kadın	173	3,12	0,72		

Tablo 3.12’de görüldüğü üzere analiz sonuçlarına göre erkek ve kadın katılımcıların algılanan örgütsel destek ile ilgili ifadelerle katılım ortalamaları birbirine oldukça yakındır. Ancak sig (2 tailed) sonucuna bakıldığında  $p>0,05$ ’den büyük olan algılanan örgütsel destek boyutu ile cinsiyet arasında anlamlı farklılık yoktur. Buna göre cinsiyetin katılımcıların algılanan örgütsel destek düzeylerini etkileyen bir faktör olmadığı saptanmıştır. Bu doğrultuda, “Algılanan örgütsel destek boyutu ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık vardır” şeklindeki  $H_{10}$  hipotezi desteklenmemiştir.

“Algılanan örgütsel destek ile yaş arasında anlamlı bir farklılık vardır” hipotezini test edebilmek için tek faktörlü ANOVA analizi yapılmış ve sonuçlar Tablo 3.13’de gösterilmiştir.

**Tablo 3.13.** Algılanan Örgütsel Destek ile Yaş Arasındaki İlişkinin Ortalama, Standart Sapma ve Tek Faktörlü ANOVA Sonuçları

	<i>Yaş</i>	<i>n</i>	$\bar{X}$	<i>S.s</i>	<i>Sd</i>	<i>F</i>	<i>p</i>	<i>Anlamlı Fark</i>
<i>Algılanan Örgütsel Destek</i>	18-25	70	3,23	0,76	4/397	1,430	,212	-----
	26-33	165	3,15	0,72				
	34-41	99	3,18	0,80				
	42-49	48	3,19	0,70				
	50-57	20	3,43	0,67				
	57 ve üzeri	1	1,6	,				
	Toplam	403	3,1	0,74				

Tablo 3.13'ü incelediğimizde bireylerin örgüt kültürünü benimseme ve örgüt kültürünün iş görenlere sağladıkları imkanların yaşa göre anlamlı olarak farklılaşmış farklılaşmadığını belirlemek amacıyla Tek Faktörlü ANOVA analizi sonucu aradaki farkın anlamlı olmadığı görülmektedir ( $F_{397=,212}$ ,  $p>0,05$ ). Bu doğrultuda algılanan örgüt yapısının yaşla anlamlı bir etkiye sahip olmadığı “Algılanan örgütsel destek ile yaş arasında anlamlı bir farklılık vardır” şeklindeki  $H_{11}$  hipotezi desteklenmemiştir.

“Bireysel yenilikçilik ve algılanan örgütsel destek arasında anlamlı bir etki vardır“ hipotezini test edebilmek için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmış ve sonuçlar Tablo 3.14’de gösterilmiştir.

**Tablo 3.14.** Algılanan Örgütsel Desteğin Yordanmasına İlişkin Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

<i>Değişken</i>	<i>R<sup>2</sup></i>	<i>B</i>	<i>Standart Hata</i>	<i>β</i>	<i>p</i>	<i>Durbin-Watson</i>
<i>Sabit</i>	,334	1,905	166	,159	,000	
<i>Fikir Önderliği</i>		,136	,058	,480	,020	
<i>Değişime Direnç</i>		,408	,035	,117	,000	<b>1,508</b>
<i>Risk Alma</i>		,100	,058		,082	

Çoklu doğrusal regresyon analizinin sonuçlarını incelediğimizde, algılanan örgütsel desteğin fikir önderliği ve değişime direnç dediğimiz alt boyutlar ile orta düzeyde anlamlı bir ilişkiye sahip olduğu bulunmuştur ( $R^2=,33$ ,  $p<0,01$ ). Buna göre bireysel yenilikçilik algılanan örgütsel destekteki toplam varyansının %33’ünü açıklamaktadır. Risk alma dediğimiz alt boyut ise,  $p<0,01$  değerini karşılamadığını ve bizim örneklemimiz içerisinde algılanan örgütsel desteğin yordayıcısı olmadığını göstermektedir. Standardize edilmiş  $\beta$  katsayısı ve t değerlerine göre bireysel yenilikçiliğin alt boyutları olan fikir önderliği ve değişime direncin algılanan örgütsel destek ile anlamlı bir etkileşim içerisinde oldukları saptanmıştır. Durbin-Watson testinde 1,5-2,5 arasındaki değerler otokorelasyon olduğunu göstermektedir. Durbin-Watson değeri 1,508 olarak gerçekleşmiştir. Bu doğrultuda “Bireysel yenilikçilik ve algılanan örgütsel destek arasında anlamlı bir etki vardır“ şeklindeki  $H_{12}$  hipotezi desteklenmiştir.

## SONUÇ ve ÖNERİLER

İşletmeler pazarda değerini artırmak ve rekabet üstünlüğü kazanmak için yenilikçi yöntemler kullanmaktadırlar. Teknolojinin ve bilginin hızlı bir şekilde geliştiği bu süreçte işletmelerin yenileşim yöntemlerini doğru kullanmaları önem arz etmektedir. İşletmeler kullandıkları araçları rekabet avantajı olarak sürdürebilmek için ekonomik ve teknolojik gelişmeler doğrultusunda ilerlemeleri gerekirken bu durumun zaman içerisinde farklılıklar gösterdiği ortaya çıkmıştır. Bu farklılıklarda yenileşimin önemli bir rolü bulunmaktadır. İşletmelerdeki örgüt yapısının doğru ve güvenilir bir şekilde oluşturulması çalışanların bireysel yenilikçilik faaliyetlerini de arttırmaktadır. Çalışanların örgüt kültürünü benimsemesi onların yenilikçilik düşüncelerini açığa çıkarmakta, sürdürülebilirlik adına işletmede yapılabilecek değişimlere öncü olmakta ve radikal yenilikçilik faaliyetleri için risk almayı göze almaktadır. Araştırmanın odak noktasını oluşturan bireysel yenilikçilik ve algılanan örgütsel destek düzeyi üzerine literatür araştırması yapılmıştır. Yerli literatür taraması sonucunda bireysel yenilikçilik ve algılanan örgütsel destek kavramları arasında doğrudan bir ilişki içeren çalışmaya rastlanamaması çalışmayı özgün kılmakta ve gelecekte bu kavramlar üzerine yapılacak olan araştırmalara ışık tutmaktadır. Turizm amaçlı konaklama işletmelerinin sürdürülebilmesi ve rakiplerinden daha avantajlı hale gelmesi için konaklama işletmelerinde çalışan bireylerin ve yöneticilerin bireysel yenilikçilik algıları ve algılanan örgütsel destek düzeyleri ilişkilerinin belirlenmesi araştırmamızın amacını oluşturmaktadır. Bu doğrultuda; çalışma İstanbul'un Avrupa yakasındaki Beyoğlu, Şişli ve Fatih ilçelerinde faaliyet gösteren 3-4 ve 5 yıldızlı turizm amaçlı konaklama işletmelerinde çalışan bireyler ve yöneticilere nicel araştırma tekniklerinden olan anket tekniği uygulanmıştır.

Çalışmada iki ölçek kullanılmış, her iki ölçeğe de güvenilirlik ve geçerlik analizi uygulanmıştır. Cronbach Alpha sonuçlarına göre bireysel yenilikçilik ölçeğinin değişime direnç boyutunun oldukça güvenilir, fikir önderliği ve risk alma boyutlarının ise yüksek derecede güvenilir olduğu tespit edilmiştir. Aynı işlem bir diğer ölçeğe (Algılanan Örgütsel Destek) uygulanmış ve Cronbach Alpha sonuçları ölçeğin güvenilir olduğunu ortaya çıkarmıştır. Ölçeklerin ülkemizde çok sık kullanılması sebebiyle faktör analizi yapılmamış fakat Kaiser Meyer- Olkin testi ve Barlett Küresellik testi yani

geçerlilik analizi yapılmıştır. Yapılan analizler sonucunda, KMO değerinin 0,847 ve ortalama ki kare değerinin 5559,875 olduğu görülmektedir. Bu sonuçlar verilere faktör analizinin yapılabileceğini göstermektedir çünkü sosyal bilimler alanındaki araştırmalarda genellikle KMO değerinin 0,60'dan büyük olması örneklem büyüklüğünün yeterli olduğunu göstermektedir. Ölçeğin son haline istinaden yapılan cronbach alpha sonucu 0,84 olarak saptanmış ve yüksek derecede güvenilir olduğu kanaatine varılmıştır. Sonuç itibariyle her iki ölçeğin güvenilirliği yüksek çıktığından araştırmalarda kullanılabilecekleri kanısına bir kez daha varılmıştır.

Ölçeğin güvenilirlik ve geçerlik analizleri akabinde demografik bilgileri inceleme açısından tanımlayıcı istatistiksel analizler yapılmıştır. Yapılan değerlendirmeler sonucunda toplam katılımcı sayısı 403 kişi olarak saptanmıştır. Toplam yüzdenin %57,1'ni erkekler temsil etmekteyken %42,9'nu kadınların temsil ettiği ortaya çıkmıştır. Uyrukları itibariyle katılımcıların %93,1 (375 kişi) kısmını T.C. vatandaşları, %2,7 (11 kişi) Türkmenistan vatandaşları, %4,2'lik (17 kişi) kısmını ise diğer ülke vatandaşları oluşturmaktadır. Bu durumda katılımcıların büyük bir kısmını Türkiye vatandaşlarının oluşturduğunu söyleyebiliriz. Yaşları itibariyle katılımcıların %17,4 (70 kişi) kısmı 18-25 yaş arası ve sırasıyla %40,9 (165 kişi) 26-33 yaş arası, %24,6 (99 kişi) 34-41 yaş arası, %11,9 (48 kişi) 42-49 yaş arası, %5,0 (20 kişi) 50-57 yaş arası, %2'lik (1 kişi) kısmı ise 58 ve üzeri yaş arası grupların oluşturduğu tespit edilmiştir. Bu bağlamda işletme bireylerin çoğunlukla %40,9'luk oranla 26-33 yaş arasındaki gençlerden oluştuğu görülmektedir. Eğitim durumu itibariyle katılımcıların %38,2'lik (154 kişi) oranla ortaöğretim eğitimi almış bireylerden oluştuğu gösterilmektedir. Bu durum eğitim seviyesi ortalamasının yüksek olmadığını ve katılımcıların büyük çoğunluğunu ortaöğretim eğitimi almış kişilerin oluşturduğunu göstermektedir. Turizmle ilgili eğitim durumu sonuçları ise, katılımcıların %42,1'lik (64 kişi) oranla turizm lisans mezunu olan bireylerden oluştuğunu saptamıştır. Bu durum eğitim seviyesi ortalamasının yüksek olduğunu ve katılımcıların büyük çoğunluğunu turizm lisans mezunu olan katılımcılardan oluşturduğunu ortaya koymaktadır. Ankete katılanların hangi departmanda çalıştıklarına yönelik verdikleri cevaplar bireylerin %41,9'luk (169 kişi) oranla ön büro departmanında çalışan katılımcılardan oluşmaktadır. Çalışanların yönetici konumunda çalışıp çalışmadıklarına yönelik cevapları sonucunda elde edilen bulgular, katılımcıların %19,9'luk (80 kişi) kısmını alt



düzyey yöneticileri, %25,8 (104 kişi) orta düzyey yöneticileri, %6,7 (27 kişi) üst düzyey yöneticileri ve %47,6'lık (192 kişi) kısmının ise yönetici olmayan bireylerin oluşturduğu saptanmıştır. Bu durumda katılımcıların verdiği cevaplara yönelik elde edilen sonuçlar, yönetici olmayan bireylerin daha fazla olduğunu ortaya çıkarmıştır. Sektörde alışma süresi olarak belirlenen cevaplar sonucu, katılımcıların %41,4'lük (167 kişi) oranla üstünlük teşkil ettiği ortaya koyulmuştur. Bu durumda katılımcıların çoğunluğunu sektörde 6-10 yıl arası çalışan bireylerin oluşturduğunu söyleyebilir. Çalışanların buldukları otelde çalışma dönemine ilişkin analiz sonuçları katılımcıların %79,4'lük (320 kişi) oranla kadrolu çalışanlar olduğu belirlenmiştir. Ankete katılan bireylerin, %57,3'lük (231 kişi) kısmı 1405-3000 TL gelir düzeyine sahipken, katılımcıların yalnızca %1,0'lık (4 kişi) kısmının aylık 15000 TL gelir düzeyine sahip olduğu görölmektedir.

Anketi cevaplayan çalışanların demografik özelliklerini belirledikten sonra her iki ölçekte yer alan ifadelere ilişkin bireyler tarafından verilen cevaplar da ayrı ayrı incelenmiştir. Bireysel yenilikçilik ölçeğinin ifadelerine ve fikir önderliği alt boyutuna verilen cevaplar incelendiğinde; çalışan bireylerin yenilikçi eğilimlere açık olduğu, yenileşim ile ilgili düşüncelerini paylaştığı ve arkadaşlarını da bu konuda teşvik ettiği, aynı zamanda ortaya çıkabilecek problemler için sürekli yeni yöntemler aradığı ortaya çıkmıştır. Değişime direnç boyutuna baktığımızda; bireylerin yeni buluş ve faaliyetlere hazır oldukları lakin bu konuda şüpheli davrandıkları ortaya çıkmıştır. alışan birey ve yöneticilerin başkalarının yenilişimi benimsemesini görene kadar yenilikçiliğe açılmadıkları da görölmektedir. Risk alma boyutuna baktığımızda; çalışan bireylerin yeni şeyleri denemekten hoşlandıkları, yenileşime açık oldukları ama belirsizliklere karşı mücadele edemedikleri belirlenmiştir.

Çalışanların algılanan örgütsel destek ölçeğine ilişkin analiz sonuçlarına baktığımızda; çalışan bireylerin iki gruba ayrıldığını, bazı çalışanlar işteki başarılarının gölgelenmesinden ve çalıştığı kurumundan şikâyetçi iken, diğerleri kurumuna bağlı ve önemsenmenin tadını çıkardığı ortaya çıkmıştır. Demografik değişkenler ve ifadelere yönelik eğilimlerin analiz sonuçlarını incelediğimizde, turizm amaçlı konaklama işletmelerindeki çalışan bireylerin yenilikçi ruhlu olduklarına ancak fazla sorgulayıcı ve şüpheli davrandıklarına kanat getirebiliriz.

Araştırma kapsamında on iki genel hipotez oluşturulmuştur. Hipotez testlerinin analizi sonucunda bireysel yenilikçilik ve algılanan örgütsel destek arasında anlamlı bir ilişki olduğu saptanmıştır. Bu doğrultuda  $H_1$ ,  $H_2$  ve  $H_3$  hipotezleri kabul edilmiştir. Bu durumda yenilikçiliğe tekamül etmek için bireylerin örgüt desteğine ihtiyaç duydukları söylenebilir. Yani çalışan bir bireyin yeni buluşlarla işletmeye katkı sağlayacağı bir durum söz konusu ise bu yalnızca işletme içerisindeki örgütün bireyi onaylaması ile hayata geçebilir. Aksi takdirde birey örgüt tarafından düşüncelerinin önemsenmediğini ve ya desteklenmediğini görürse yenilikçilik ruhu zedelenmiş olur ki, bu durum onun çalışma performansına da yansır.

Bireysel yenilikçilik ile demografik özellikler arasında anlamlı bir ilişkinin olup olmadığına yönelik kurduğumuz hipotezlerin analiz sonuçlarına göre; fikir önderliği boyutu ile eğitim durumu ve gelir düzeyi arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Yani çalışan bireylerin eğitim ve gelir düzeylerinin artışı, onların yenileşim konusundaki düşünce ve davranışlarının da artımına sebep olacaktır. Değişime direnç boyutu ile turizmle ilgili eğitim arasında anlamlı bir ilişki mevcuttur. Yani çalışan bireylerin turizmle ilgili eğitim düzeylerinin artışı, onların yenileşim konusundaki düşünce ve davranışlarının benimseme ve değişim göstermesinin artımına sebep olacaktır. Risk alma boyutu ile eğitim durumu ve gelir düzeyi arasında anlamlı bir ilişki mevcuttur. Yani çalışan bireylerin eğitim ve gelir düzeylerinin artışı, onların yenileşim konusunda alabilecekleri risk ve düşüncelerini karşı tarafa rahatlıkla aktarma ve benimsetme konusunda artış gösterecektir. Bireysel yenilikçilik ile cinsiyet arasındaki ilişkinin incelenmesine yönelik yapılan t testi sonuçları; fikir önderliği, değişime direnç ve risk alma boyutları ile cinsiyet arasında anlamlı farklılığın olmadığı ortaya koyulmuştur. Bu doğrultuda çalışan bireylerin yenileşim faaliyetlerinde bulduklarını, düşüncelerini ifade edebildiklerini ve gerekli süreçler içerisinde yeni buluşlar üzerine risk alabildiklerini fakat bunlara rağmen sorgulayıcı davrandıklarını söylemek mümkündür.

Bireysel yenilikçilik ile yaş arasında anlamlı bir farklılık vardır hipotezini test edebilmek için tek faktörlü ANOVA testi yapılmış ve çalışan bireylerin fikir önderliği boyutu ile yaş arasındaki farklılığın anlamlı olmadığı tespit edilmiştir. Bu doğrultuda bireyleri önde kılan özelliklerinin yaş kategorisine göre farklılık göstermediğini söyleyebiliriz. Bireylerin, bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan değişime dirençlerinin

yaş aralığına göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla ANOVA testi sonucunda aradaki farkın anlamlı olmadığı görülmüştür. Bu doğrultuda değişime ve yeniliğe kaygı duyan çalışan bireylerinin yaş kategorisine göre farklılaşmadığını söyleyebiliriz. Bireylerin, bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan risk almanın yaş aralığına göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek amacıyla yapmış olduğumuz ANOVA testi sonucunda aradaki farkın anlamlı olmadığı saptanmıştır. Bu doğrultuda bireylerin belirsizliklere karşı yılmadan verdikleri mücadelenin yaş kategorisine göre farklılık göstermediğini söylemek mümkündür.

İşletmede yaş, eğitim düzeyi ve turizmle ilgili eğitimin bireysel yenilikçilikle ilişkili olduğu sonucu doğrultusunda önceden yapılmış birkaç araştırmanın literatürleri ve sonuçları incelenmiş; eğitim durumu ve turizmle ilgili eğitimin bireysel yenilikçiliği pozitif etkileyebileceği ve eğitim seviyesi artışının bireysel yenilikçiliği tetikleyebileceği tespit edilmiştir. Yapılan literatür taraması sonucunda; işletmelerde çalışan genç bireylerin yenilikçiliğe daha yatkın oldukları tespit edilmiştir. Bunun sebebini, orta yaş grubu çalışanlarının işletmede çıkabilecek sorunları eski yaşam tarzının ve işleri eski yöntemlerle sürdürmenin daha doğru yöntem olarak gördükleri tahmin edilmektedir.

Algılanan örgütsel destek ile demografik özellikler arasında anlamlı bir ilişki vardır şeklindeki ( $H_9$ ) hipotezini sınamak üzere yapılan korelasyon analizine ilişkin sonuçlar; algılanan örgütsel destek boyutu ile gelir düzeyi ve turizmle ilgili eğitim arasında anlamlı bir ilişkinin mevcudiyetini saptamıştır. Bu doğrultuda, çalışan bireylerin turizmle ilgili eğitim ve gelir düzeylerinin artışı, onların örgüt kültüründen gelen destekle beraber düşünce ve davranışlarının da artımına sebep olacağını söylemek mümkündür. Algılanan örgütsel destek ile cinsiyet arasındaki ilişkiye yönelik t testi sonuçları; erkek ve kadın katılımcılarının algılanan örgütsel destek ile ilgili ifadelerle katılım ortalamalarının birbirine oldukça yakın olduğunu saptamış, ancak sig (2 tailed) sonucuna bakıldığında algılanan örgütsel destek boyutu ile cinsiyet arasında anlamlı bir farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Bu bağlamda, bireylerin cinsiyetlerinin, örgütsel desteğin algılanması açısından farklılaşmadığını söylemek mümkündür. Algılanan örgütsel destek ile yaş arasındaki ilişkiye yönelik yapmış olduğumuz tek faktörlü ANOVA sonuçları incelendiğinde; bireylerin örgüt kültürünü benimseme ve örgüt

kültürünün iş görenlere sağladıkları imkanların yaşa göre anlamlılık göstermediği saptanmıştır.

İşletmede cinsiyet, yaş, eğitim düzeyi ve turizmle ilgili eğitimin algılanan örgütsel destekle ilişkili olduğu sonucu doğrultusunda önceden yapılmış birkaç araştırmanın literatürleri ve sonuçları incelenmiş; eğitim durumu ve turizmle ilgili eğitimin algılanan örgütsel desteği pozitif etkileyebileceği, eğitim seviyesinin artışının ve bireylerin örgüt desteği tarafından desteklenmesini tetikleyebileceği tespit edilmiştir. Yapılan literatür çalışmaları incelendiğinde; işletmelerdeki yöneticilerin, bireyleri örgüt kültürünü sürdürülebilirlik adına teşvik etmesi ve örgüt tarafından desteklenmeyi bekleyen bireylerin yaş kategorisi ile ilişkili olmadığı kanaatine varılmıştır.

Bireysel yenilikçilik algılanan örgütsel desteğin yordayıcısıdır hipotezini test edebilmek için çoklu doğrusal regresyon analizi yapılmış ve sonuçlar; algılanan örgütsel desteğin fikir önderliği ve değişime direnç dediğimiz alt boyutlar ile anlamlı bir etki içerisinde olduğu saptanmıştır. Buna göre bireysel yenilikçilik algılanan örgütsel destekteki toplam varyansının %33'ünü açıklamaktadır. Risk alma dediğimiz alt boyut ise,  $p < 0,01$  değerini karşılamadığı için bizim örnekleminiz içerisinde algılanan örgütsel desteğin yordayıcısı olmadığını göstermektedir. Standardize edilmiş  $\beta$  katsayısı ve t değerlerini incelediğimizde bireysel yenilikçiliğin alt boyutları olan fikir önderliği ve değişime direncin, algılanan örgütsel desteği anlamlı bir şekilde etkiledikleri söylenebilmektedir. Durbin-Watson testinde 1,5-2,5 arasındaki değerler otokorelasyon (değişkenler arasındaki anlamlı ilişki) olduğunu göstermektedir. Durbin-Watson değerimiz 1,508 olarak gerçekleşmiştir. Bu doğrultuda geliştirdiğimiz hipotezimiz desteklenmiştir.

Yapılan araştırma ve yazın taraması sonucunda elde edilen bulgulara yönelik bazı önerilerde bulunmak mümkündür:

- Bireylerin çalıştıkları işletmelerde örgüt tarafından terfi edilmemeleri ve yenileşim yaklaşımlarının önemsenmemesi, bireylerde özgüven eksikliği ve kendi düşüncelerini karşı tarafa aktarmakta zorluk çıkardığını göstermektedir. Örgütteki işverenlerin çalışanların düşünce ve fikirlerini dinlemeleri ve mantık çerçeveleri içerisindeki yeni buluşları hayata geçirmeleri bireyleri yenilikçi olmaya teşvik edecektir.

- Araştırmaya katılan bireylerin eğitim düzeyleri ile yenilikçilik algılarının doğru orantılı olduğu saptanmıştır. Bu doğrultuda yenilikçilik konusunda sorgulayıcı konumunda olan çalışanların örgüt kültürü tarafından eğitim alması için teşvik edilmesi önerilmektedir.
- İşletmede çalışan bireylerin daha iyi hizmet verebilmesi ve müşterilerle daha sağlam iletişim kurmalarına yönelik bilinçli eğitim verilmesi önerilmektedir.
- İşletmelerin uzun vadeli sürdürülebilirliği, karlılığı ve büyümeyi güvence altına almak için saha araştırması ve literatür taraması yapan akademisyenlerin ortaya çıkardıkları çalışmalardan haberdar olmaları gerekmektedir.

Çalışma için yaptığımız saha araştırması sürecinde turizm amaçlı konaklama işletmelerindeki yöneticilerin akademik alanda çalışan araştırmacıları bilgisiz bulmaları ve anket tekniği yönteminin yanlış olduğunu vurgulamalarına ve ifadelere cevap vermekte isteksiz davranmalarına yönelik öne sürülecek bir diğer öneri; işletmelerdeki yönetici konumunda çalışan bireylerin bilinçlendirilmeleri için turizm fakültelerine davet edilmeleri ve seminerlerde iştirak etmeleri gerektiğidir.

- Bireysel yenilikçiliğin artış göstermesi için, toplam kalite yönetimi, sürekli iyileştirme planları ve kurumsal girişimler de dahil olmak üzere günümüzde popüleritesini koruyan birçok yönetim prensibine uyulması gerektiği önerilmektedir.
- İşletmelerdeki örgüt yapısının geleneksel tarzda değil geleceğe yönelik yenilikçi tarzda biçimlendirilmesi önerilmektedir.
- Yenileşim yöntemleri karşısında belirsizlik yaşayan bireylerin örgüt kültürü tarafından farklı program ve teşvik edici faaliyetlerle risk almalarına yardımcı olmaları gerekmektedir.
- Araştırma yazını incelendiğinde; bireylerin yeni buluş ve faaliyetlere hazır oldukları lakin bu konuda şüpheli davrandıkları ortaya çıkmıştır. Örgüt yapısının değiştirilip çalışan bireylere yönelik yapılandırılması, işgörenlerin işletme içerisindeki verimliliğinin artırılmasına sebep olacaktır.
- Rekabetçi bir pozisyonu desteklemek için bir işletmenin bilmesi gerekenler ile bildikleri arasındaki fark, stratejik bir bilgi açığını temsil etmektedir. Bireylerin yenilikçilik düzeylerinin artırılması ve algılarına yönelik yapılan faaliyetler,

bir işletmenin farklı bir işletme ile daha geniş kulvarlarda rekabet edebileceğini gösterecektir.

- İşletmeler yenileşim politikalarını, ticaret sistemi, teknoloji sistemini ve altyapı sistemini düzenlemeyi hedef almalı ya da özel olarak içermelidir.
- Çoğu yönetici bugün, bilgi kavramını stratejik bir varlık olarak benimsemektedir. İşletmelerdeki örgütlerin entelektüel kaynaklarını açıkça kullanmak ve geliştirmek için bilgi yönetimi programlarından yararlanmaları gerekmektedir.
- Örgüt ve yenileşim yöntemlerinin geliştirilmesine yönelik turizm işletmeleri diğer sektörlerle birlikte inovatif düşünme ve fikir üretimi teknikleri şeklindeki seminer programlarına katılmaları önerilmektedir.

Bu çalışmanın sonuçları, işletmelerin ortak öğrenme kabiliyeti, yenileşim ve örgüt yapılarının gelişimini ilerletmek için farklı stratejik yönelimler geliştirebileceğini göstermektedir. Sonuçlar uzun vadeli geliştirilebilecek örgüt yapısının bireysel yenilikçilik üzerindeki etkisinin ciddi derecede önemini vurgulamaktadır. Bireyler tarafından artan yeni buluşlar, üretmede, karşılıklı ilişkilerde ve bağlılık odaklı örgütsel stratejik yönelimin geliştirilmesinin önemini göstermektedir.

## KAYNAKÇA

- Abdollahi, F., Piri, M., and Azimi, M. (2013). "The Relationship Between Perceived Organizational Support and Organizational Commitment Among Faculty Members". *Australian Journal of Basic and Applied Sciences*, 7(4), 475-479.
- Abernathy, W. J., and Utterback, J. M. (1978). "Patterns of Innovation in Technology". *Technology Review*, 80 (7), 1-49.
- Ahmed, P. K., and Zairi, M. (1999). "Benchmarking for Brand Innovation". *European Journal of Innovation Management*, 39, 40.
- Akar, C., ve Yıldırım, Y. (2008). "Yöneticilerin Örgütsel Bağlılık, İş Tatmini ve Rol Stres Kaynakları Arasındaki İlişkiler: Yapısal Denklem Modeliyle Beyaz Et Sektöründe Bir Alan Uygulaması". *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 10(2) 97-113.
- Akdeniz, A. A. (2004). *Marka ve Marka Stratejileri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Akgündüz, Y., ve Şanlı, S. C. (2017). "The Effect of Employee Advocacy and Perceived Organizational Support on Job Embeddedness and Turnover Intention in Hotels". *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 31, 118-125.
- Akgündüz, Y., Alkan, C., ve Gök, Ö. A. (2018). "Perceived Organizational Support, Employee Creativity and Proactive Personality: The Mediating Effect of Meaning of Work". *Journal of Hospitality and Tourism Management* , 34, 105-114.
- Akın, M. (2008). "Örgütsel Destek, Sosyal Destek ve Aile Çatışmalarının Yaşam Tatmini Üzerindeki Etkisi". *Erciyes Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 25, 141-170.
- Akkoç, İ., Çalışkan, A., ve Turunç, Ö. (2012). "Örgütlerde Gelişim Kültürü ve Algılanan Örgütsel Desteğin İş Tatmini ve İş Performansına Etkisi: Güvenin Aracılık Rolü, Yönetim ve Ekonomi". *Celal Bayar Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi* , 11(6),160-177.
- Aktan, C. C. (2004). *Yeni Ekonomi ve Yeni Rekabet*. Ankara: TİSK Yayınları, 253, 152.

- Albers, H. D., and Colombo, M. L. (2015). "Bridging Firm-Internal Boundaries for Innovation: Directed Communication Orientation and Brokering Roles", *Journal of Engineering and Technology Management*, 36, 97-115.
- Allen, T. J. (1977). "Managing The Flow of Technology: Technology Transfer and The Dissemination of Technological Information With The R&D Organization". *The MIT Press, Cambridge, MA*, 1-302.
- Altınöz, M., Cöp, S., Çakıroğlu, D., ve Altınöz, O. T. (2016). "The Influence of Organization Support Perceived in Enterprises on Burnout Feeling: A Field Research". *Procedia-Social and Behavioral Sciences*, 235, 427-434.
- Altunoğlu, A. İ., ve Gürel, E. B. (2015). "Effects of Leader-Member Exchange and Perceived Organizational Support on Organizational Innovation: The Case of Denizli Technopark". *Procedia- Social and Behavioral Sciences* 207, 175-181.
- Aselage, J., and Eisenberger, R. (2003). "Perceived Organizational Support and Psychological Contracts: A Theoretical Integration". *Journal of Organizational Behavior* , 24, 491-509.
- Ayers, D., Dahlstrom, R., and Skinner, S. J. (1997). "An Exploratory Investigation of Organizational Antecedents to New Product Success?", *Journal of Marketing Research*, 34 (1) , 107-116.
- Ayman, H. M., Ekhlas, G., Kathryn, P., and Mohammed, J. (2011). "Mental Health in Jordan: An Investigation Into Experience, Work Stress and Organizational Support". *International Journal of Mental Health Nursing* , 20(2) 86-94.
- Azar, G., and Ciabuschi, F. (2017). "Organizational Innovation, Technological Innovation, and Export Performance: The Effects of Innovation Radicalness and Extensiveness". *International Business Review* 26(2) ,324-336.
- Baldrige, J. V., and Burnham, R. A. (1975). "Organizational Innovation: Individual, Organizational, and Environmental Impacts". *Administrative Science Quarterly* , 20(2), 165-126.
- Banbury, C. M., and Mitchell, W. (1995). "The Effect of Introducing Important Incremental Innovations on Market Share and Business Survival". *Strategic Management Journal*, 16(1), 161-182.



- Barirani, A., Beaudry, C., and Agard, B. (2015). "Distans Recombination and The Creation of Basic Inventions: An Analysis of The Diffusion of Public And Private Sector Nanotechnology Patents in Canada". *Technovation* 36, 39-52.
- Benson, A. M., and Blackman, D. (2011). "To Distribute Leadership or Not ? A Lesson form The Islands". *Tourism Managment* , 32(5), 1141-1149.
- Binz, C., and Truffer, B. (2017). "Global Innovation Systems- A Conceptual Framework for Innovation Dynamics In Transnational Contexts". *Research Policy* 46 , 1284-1298.
- Blau, P. M. (1964). *Exchange and Power in Social Life*. New York: Wiley: SSCI, 352.
- Boz, M., Özkan, Ç., ve Aydın, Ş. (2017). "Algılanan Örgütsel Desteğin Örgütsel Bağlılığa Etkisi: Otelcilik Sektöründe Bir Araştırma. 16. *UIK Özel Sayısı* , 71, 72-84.
- Buil, I., Martinez, E., and Matute, J. (2016). "From Internal brand Management to Organizational Citizenship Behaviours: Evidence from Frontline Employees in The Hotel Industry". *Tourism Managment* ,57, 256-271.
- Bunocore, F. (2010). "Contingent Work in The Hospitality Industry: A Mediating Model of Or"ganizational Attitudes". *Tourism Managment* , 31(3), 378-385.
- Burt, R. S. (2005). *Brokerage and Closure: An Introduction to Social Capital*". *Oxford University Press*, 1-293.
- Calantone, R. J., Çavuşgil, S. T., and Zhao, Y. (2002). "Learning Orientation, Firm Innovation Capability and Firm Performance". *Industrial Marketing Managment*, 31(6) , 515-522.
- Carmeli, A., Meitar, R., and Weisberg, J. (2006). "Self-Leadership Skills and Innovative Behssavior at Work". *International Journal of Manpower*, 27(1), 75-90.
- Cavalcante, S. A., Kesting, P., and Ulhoi, J. P. (2001). "Business Modeş Dynamics and Innovation: (Re)Establishing The Missing Linkages". *Managment Decision*, 49(8), 1327-1342.
- Ceccarelli, M. (2017). *Innovation Challenges for Mechanizm Design*. Elsevier LTD.

- Chen, Z., Li, L., and Li, T. (2017). "The Organizational Evolution, Systematic Construction and Empowerment of Langde Miao's Community Tourism". *Tourism Management*, 58, 276-285.
- Cheng, J. C., and Yang, Y. O. (2018). "Hotel Employee Job Crafting, Burnout, and Satisfaction: The Moderating Role of Perceived Organizational Support". *International Journal of Hospitality Management*, 72, 78-85.
- Cheng, J. C., Chen, C. Y., Teng, H. T., and Yen, C. H. (2016). "Tour Leaders' Job Crafting and Job Outcomes: The Moderating Role of Perceived Organizational Support". *Tourism Management*, 20, 19-29.
- Choi, J. N. (2004). "Individual and Contextual Dynamics of Innovation-Use Behavior in Organizations". *Human Performance*, 17, 399-412.
- Chow, C. W., Lai, J. Y., and Loi, R. (2015). "Motivation of Travel Agents' Customer Service Behavior and Organizational Citizenship Behavior: The role of Leader-Member Exchange and Internal Marketing Orientation". *Tourism Management*, 48, 362-369.
- Chuebang, P., and Boatham, S. (2011). "Voluntary Turnover Intentions: Effects on Perceived Organizational Support and Organizational Commitment of Thai Employees in Rajabhat Universities". *Review of Business Research*, 11(3), 1546-2609.
- Cohen, W. M., and Levinthal, D. A. (1990). "Absorptive Capacity: A New Perspective On Learning and Innovation". *Adm. Sci. Q.* 35, 39-67.
- Conway, N., Jacqueline, A., and Coyle, S. (2012). "The Reciprocal Relationship Between Psychological Contract Fulfilment and Employee Performance and The Moderating Role of Perceived Organizational Support and Tenure". *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 85(2), 277-299.
- Cooper, C., and Rousseau, D. (1995). *Trends in Organizational Behavior*. England/Chichester: John Wiley & Sons, 2, 11-136.
- Crossan, M. M., and Apaydın, M. (2010). "A Multi-Dimensional Framework of Organizational Innovation: A Systematic Review of The Literature". *J. Manag. Stud.*, 47(6), 1154-1191.

- Cummings, A., and Oldham, G. R. (1997). "Enhancing Creativity: Managing Work Contexts for the High Potential Employee". *California Management Review*, 40 (1), 22-38.
- Damanpour, F., and Scheinder, M. (2009). "Characteristics of Innovation and Innovation Adoption in Public Organizations: Assessing The Role of Managers". *J. Public Adm. Res. Theory* ,19(3), 495-522.
- Dawley, D., Houghton, J., and Bucklew, N. (2010). "Perceived Organizational Support and Turnover Intention: The Mediating Effects of Personal Sacrifice and Job Fit". *The Journal of Social Psychology*,150(3), 238-257.
- De Jong, J. P. (2007). "Individual Innovation: The Connection Between Leadership and Employees Innovative Work Behavior". *Academisch Proefschrift* , 13, 57-65.
- Dephante, R., and Farley, J. U. (2004). "Organizational Culture, Market Orientation, Innovativeness and Firm Performance: An International Research Odyssey". *International Journal of Research in Marketin*, 21(1), 3-21.
- Deshpande, R., and Webster, J. F. (1989). "Organizational Culture and Marketing: Defining the Research Agenda". *Journal of Marketing*, 53(1), 3-15.
- Diviskera, S., and Nguyen, V. K. (2018). "Determinants of Innovation In Tourism Evidence from Australia". *Tourism Management*, 67, 157-167.
- Dorf, C. R. (1998). "The Technology Management Handbook". *London: IEEE PRESS*, 1, 1184.
- Dudensing, R. M., Hughes, D. W., & Shields, M. (2011). "Perceptions for Tourism Promotion and Business Challenges: A Survey-based Comparison of Tourism Businesses and Promotion Organizations". *Tourism Managment*, 32(6), 1453-1462.
- Eder, P., and Eisenberger, R. (2008). "Perceived Organizational Support: Reducing The Negative Influence of Coworker Withdrawal Behavior". *Journal of Management*, 34(1), 55-68.

- Edmondson, A. C. (2003). "Speaking Up In The Operating Room: How Team Leaders Promote Learning In Interdisciplinary Action Teams". *Journal of Management Studies*,40(6), 1419-1452.
- Eisenberger, R., and Neves, P. (2012). "Management Communication and Employee Performance: The Contribution of Perceived Organizational Support, Human Performance". *Journal of Human Performance*, 25(5), 452-464.
- Eisenberger, R., Armeli, S., Rexwinkel, B., Lynch, P. D., and Rhoades, L. (2001). "Reciprocation of Perceived Organizational Support". *Journal of Applied Psychology*, 86(1), 42-51.
- Eisenberger, R., Fasalo, P., and Davis, L. V. (1990). "Perceived Organizational Support and Employee Diligence, Commitment and Innovation". *Journal of Applied Psychology*,75(1), 51-59.
- Eisenberger, R., Hungtingon, R., Hutchison, S., and Sowa, D. (1986). "Perceived Organizational Support". *Journal of Applied Psychology*,71(3), 500-507.
- Eisenberger, R., Karagonlar, G., Stinglhamber, F., Neves, P., Becker, T. E., Gonzalez, M., et al. (2010). "Leader-Member Exchange and Affective Organizational Commitment: The Contribution of Supervisor's Organizational Embodiment". *Journal of Applied Psychology*, 95(6), 1085-1103.
- Eisenberger, R., Stinglhamber, F., Vandenberghe, C., Sucharski, I., and Rhoades, L. (2002). Perceived Supervisor Support: Contributions to Perceived Organizational Support and Employee Retention. *The Journal of Applied Psychology*,87(3), 565-573.
- Eisenhardt, K. M., & Martin, J. A. (2000). "Dynamic Capabilities: What Are They". *Strategic Managment Journal*, 21(10), 1105-1121.
- Elbanna, S. (2016). "Managers' Autonomy, Strategic Control, Organizational Politics and Strategic Planning Effectiveness: An Empirical Investigation Into Missing Links in The Hotel Sector". *Tourism Management*,52, 210-220.
- Erdil, S. E. (2005). "The Realitionsips Between Market Orientation, Firm Innovativeness and Innovation Performance". *Journal of Global Business and Technology* , 1-11.

- Erkek, D. (2011). Ar-Ge, İnovasyon ve Türkiye. ", <http://geka.org.tr/yukleme/dosya/16f80581dc639ad5f68c7f3b891eccd0.pdf> (Erişim Tarihi: 15.01.2018).
- Eröz, S. S. (2016). "The Relationship Between Individual Innovativeness and Locus of Control: A Research On Tourism Faculty Students". *Multidisciplinary Academic Conference*, 5(1), 46-52.
- Fagerberg, J., and Verspagen, B. (2009). "Innovation Studies- The Emerging Structure of a New Scientific Field". *Research Policy*, 38(2), 218-233.
- Federico, G., Langus, G., and Valletti, T. (2017). "A Simple Model of Mergers and Innovation". *Economics Letters*, 157, 136-140.
- Fraj, E., Matute, J., and Melero, I. (2015). "Environmental Strategies and Organizational Competitiveness in The hotel Industry: The Role of Learning and Innovation as Determinants of Environmental Success". *Tourism Management*, 46, 30-42.
- Freeman, J., and Engel, J. S. (2007). "Models of Innovation: Startups and Mature Corporations". *California Management Review*, 50(1), 94-119.
- Garcia, R., and Calantone, R. (2002). "A Critical Look at Technological Innovation Typology and Innovativeness Terminology: A Literature Review". *Journal of Product Innovation Management*, 19(2), 110-132.
- Garg, S., and Dhar, R. L. (2014). "Effects of Stress LMX and Perceived Organizational Support on Service Quality: Mediating Effects of Organizational Commitment". *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 21, 64-75.
- Gatingon, H. (1991). Innovative Decision Process. *Handbook of Consumer Behavior*, 48(4), 307-312.
- Gavino, M., Wayne, S., and Erdoğan, B. (2012). "Discretionary and Transactional Human Resource Practices and Employee Outcomes: The Role of Perceived Organizational Support". *Human Resource Management*, 51(5), 665-686.
- Gillet, N., Gagne, M., Sauvagere, S., and Fouquereau, E. (2013). "The Role of Supervisor Autonomy Support, Organizational Support, Autonomous, and Controlled Motivation in Predicting Employees satisfaction and Turnover

- Intentions". *Europeana Journal of Work and Organizational Psychology*, 22(4), 450-460.
- Goldsmith, R. E., and Clark, R. A. (2006). "Extending The Psychological Profile of Market Mavenism". *Journal of Consumer Behavior*, 5(5), 411-419.
- Gutierrez, A., Candela, L., and Carver, L. (2012). "The Structural Relationships Between Organizational Commitment, Global Job Satisfaction, Development Experiences, Work Values, Organizational Support and Person-Organization Fit Among Nursing Faculty". *Journal of Advanced Nursing*, 68(7) 1601-1614.
- Gül, E. (2011). "Güven Eğiliminin Algılanan Örgütsel Destek Üzerindeki Etkisi". *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 30(1), 365-376.
- Güleş, H. K., ve Bülbül, H. (2003). İşletmelerde Proaktif Bir Strateji Olarak Yenilikçilik:500 Büyük Sanayi İşletmesi Üzerinde Bir Uygulama. *Dokuz Eylül Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 4(1), 159.
- Gürak, H. (2003). Küreselleşme Nereye Götürüyor ? Doğrudan Yabancı Yatırımlar, Verimlilik ve Gelir Dağılımı. *Verimlilik Dergisi*, 1-22.
- Hair, J. F., Bush, R. P., and Ortinau, D. J. (2003). "Marketing Research-Within Changing Information Environment". *McGraw-Hill Higher Education* .
- Harris, B., Harris, J., & Harvey, P. (2007). "A Test of Competing Models of the Relationships Among Perceptions of Organizational Politics, Perceived Organizational Support and Individual Outcomes". *The Journal of Social Psychology*, 147(6),631-656.
- Henard, M., McFadyen, & Ann, M. (2006). "R&D Knowledge is Power". *Research Technology Management*, 49(3), 41-47.
- Hirschman, E. C. (1980). "Innovativeness, Novelty Seeking and Consumer Creativity". *Journal of Consumer Research*, 7(3),283-295.
- Holenstein, H. (2003). "Innovation Modes In The Swiss Service Sector: A Cluster Analysis Basewd on Firm-Level Data". *Research Policy*, 32(5), 845-863.

- Huang, Y. H., Shawaand, W., and Chen, P. (2004). "Worker Perceptions of Oreganizational Support and Return-To-Work Policy: Associations With Post-Injury Job Satisfaction". *Work Published*, 23(3), 225-235.
- Hult, G. T., Hurley, R. F., and Knight, G. A. (2004)." Innovativeness: Its Antecedents and Impact on Business Performance". *Industrial Marketing Management*, 33(5), 429-438.
- Hung, S. C. (2005). "The Plurality of Institutional Embeddedness as a Source of Organizational Attention Differences". *Journal of Business Research*, 58(11) 1543-1553.
- Hunt, S. (2008). "The Impact of Perceived Organizational Support on Formal Sales Management Controls and Salesperson Performance". *Society for Marketing Advances Proceedings*.
- Hurley, R. F., and Hult, G. T. (1998). "Innovation, Market Orientation and Organizational Learning:An Integration and Empirical Examination". *Journal of Marketing*, 62(3), 42-53.
- Hurley, R. H. (2005). "Innovativeness and Capacity to Innovate in a Complexity of Firm-Level Relationships: A Response to Woodside (2004)". *Industrial Marketing Management*, 34 (3), 281-283.
- İbrahim, H. I., Shahbudin, M. D., and Aerni, I. (2016). "Organizational Support and Creativity: The Role of Developmental Experiences as a Moderator". *Procedia Economics and Finance* (35), 509-514.
- Işık, C., ve Keskin, G. (2013). "Bilgi Ekonomilerinde Rekabet Üstünlüğü Oluşturması Açısından İnovasyonun Önemi". *The TQM Magazine*, 5(8), 5-10.
- Işık, C., ve Meriç, S. (2015). "Otel Yöneticilerinin Bireysel Yenilikçi Kapsamında Değerlendirilmesi: Van İli Örneği". *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 4(1), 1-16.
- Işık, C., ve Türkmenadağ, T. (2016). "Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesi Öğrencilerinin Bireysel Yenilikçilik Algılarının Belirlenmesi". *Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi*, 1, 70-99.

- Işık, C., Işık, Z., ve Tırak, L. (2016). "Turizm Amaçlı Konaklama İşletmelerinde Duygusal Zeka ile Bireysel Yenilikçilik İlişkisi: Palandöken Örneği". *Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi*, 2 (2), 117-133.
- Işık, C., Yaylalı, M., ve Alkan, Y. (2010). "Türkiye'de Ar&Ge Yatırım Harcamaları Ve Ekonomik Büyüme Arasındaki Eş-Bütünleşme ve Nedensellik İlişkisi: 1999-2009". *Bilgi Ekonomisi ve Yönetim Dergisi*, 5(2), 13-26.
- Janssen, O., Van de Vilert, E., and West, M. (2004). "The Bright and Dark Sides of Individual and group Innovation:A Special Issue Introduction". *Journal of Organizational Behavior*, 25(2), 129-145.
- Jolly, A. (2005). "From Idea to Profit: How to Market Innovative Prudcts and Services". *Kogan Page, London*.
- Jong, D. (2006). Individual Innovation: The Connection Between Leadership and Employees Innovative Work Behaviour. *EIM*, 13, 57-65.
- Joseph, B., & Vyas, S. J. (1984). "Concurrent Validity of A Measure of Innovative Cognitive Style". *J Academy Marketing Science*, 12(1-2), 159-175.
- Joseph, H. (1999). Cultural Transmission and the Diffysion of Innovations: Adoption dynamics indicate that biased cultural transmission is the predominate force in behavioral change. *American Anthropologist*, 103 (4), 992-1013.
- Kahn, W. A. (1992). "To Be Fully There: Psychological Presence At Work". *Human Realations* 45(4), 321-349.
- Kalaycı, Ş. (2017, 8. baskı). SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri. *Ankara/ İskitler: Kalkan Matbaacılık San. Tic ve Ltd. Şti*.
- Kamarudden, A. M., Yusof, N. A., and Said, I. (2009). "A Proposed Framework For Measuring Firm Innovativeness In The Housing Industry". *International Journal of Organizational Innovation*, 2(2), 101-132.
- Kaplan, M. (2010). "Otel İşletmelerinde Etkisel İletişim ve Örgütsel Destek Algılamalarının Örgütsel Bağlılık Üzerindeki Etkisi: Kapadokya Örneği". *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 45-61.



- Kaplan, M., ve Öğüt, A. (2012). "Algılanan Örgütsel Destek İle Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkinin Analizi: Otel İşletmelerinde Bir Uygulama". *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Birimler Fakültesi Dergisi*, 17(1), 387-401.
- Karataylı, İ., ve Karaata, S. (2008). "Bölgesel İnovasyon Merkezleri: Türkiye İçin Bir Model Önerisi". *TÜİSAD-T/2008*, 12, 477.
- Karatepe, O., ve Kılıç, H. (2007). "Relationships of Supervisor Support and Conflicts in The Work–Family Interface With The Selected Job Outcomes of Frontline Employees". *Tuorism Managment*, 28(1), 238-252.
- Kavak, Ç. (2008). "Bilgi Ekonomisinde İnovasyon Kavramı ve Temel Göstergeleri". *Akademik Bilişim Konferansı, 11-13 Şubat, Harran Üniversitesi, Şanlıurfa*.
- Kelloway, E. K., Loughlin, C., Barling, J., and Nault, A. (2002). "Self-Reported Counterproductive Behaviors and Organizational Citizenship Behaviors: Seperate but Related Constructs". *International Journal of Selection and Assessment*, 10(1-2), 143-151.
- Kijek, T., and Kijek, A. (2018). "Is Innovation The Key To Solving The Productivity Paradox?", *Journal of Innovation and Knowledge*, 1-8.
- Kilavuzu, O. (2005). "Yenilik Verilerinin Toplanması ve Yorumlanması İçin İlkeler". *Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü*, 3.
- Kılıçer, K., ve Odabaşı, H. F. (2010). "Bireysel Yenilikçilik Ölçeği (BYÖ): Türkçeye Uyarlama, Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması". *Hacattepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 38, 150-164.
- Kişioğlu, S., Çakar, G. E., ve Bayraktar, F. (2005). "Kobi'lerde Marka-Kurumlaşma: Tekstil Sektörü Örneği". *TMMOB Marka Yönetimi Sempozyumu*. Gaziantep: Tmmob Yayıncılık.
- Kjaer, P., and Langer, R. (2005). "Infused with News Value: Management, Managerial Knowledge and the Institutionalization of Business News". *Scandinavian Journal of Managment*, 21(2), 209-233.

- Konovsky, M., and Pugh, D. S. (1994). Citizenship Behavior and Social Exchange. *Academy of Management Journal* 37(3), 656-699.
- Kossek, E., Pichler, S., Bodner, T., and Hammer, L. (2011). "Workplace Social Support and Work-Family Conflict: A Meta Analysis Clarifying The Influence of General and Work-Family Specific Supervisor and Organizational Support". *Personnel Psychology*, 64(2), 289-313.
- Kottke, J. L., and Sharafinski, C. E. (1988). "Measuring Perceived Supervisor Support and Organizational Support". *Education and Psychological Measurement*, 48(4), 1075-1079.
- Kovancı, A. (2001). Toplam Kalite Yönetimi Fakat Nasıl ?. *İstanbul: Sistem Yayıncılık*.
- Kuhlmann, S., and Rip, A. (2014). "The Challenge of Addressing Grand Challenges". *European Commission* .
- Kuhn, T. (2005). "The Institutionalization of Alta in Organizational Communication Studies". *Managment Comumunication Quarterly*, 18(4), 618-627.
- Kurnaz, N., ve Kestane, A. (2016). "Investigation of Corporate Sustainability in Economic". *Sosyal Bilimler Dergisi* .
- Lado, A. A., and Wilson, M. C. (1994). "Human Resource Systems and Sustained Competitive Advantage: A Competency-Based Perspective". *Academy of Management Review*, 19(4), 688-717.
- Lambert, S. (2000). "Added Benefits: The Link Between Work-Life Benefits and Organizational Citizenship Behavior". *Academy of Management Journal* 43(5), 801-815.
- Lee, C.-K., Kim, J., and Kim., J. S. (2018). "Impact of A Gaming Company's CSR on Residents' Perceived Benefits, Quality of Life, and Support". *Tourism Management*, 64, 281-290.
- Lee, J., and Peccei, R. (2007). "Perceived Organizational Support and Affective Commitment: The Mediating Role of Organization-Based Self-Esteem in The Context of Job Insecurity". *Journal of Organizational Behavior*, 28(6), 661-685.

- Leung, M., Zhang, H., and Skitmore, M. (2008). "Effects of Organizational Supports on the Stress of Construction Estimation Participants". *Journal of Construction Engineering and Management*, 134(2), 84.
- Levinson, H. (1965). "Reciprocation: The Relationship Between Man and Organization". *Administrative Science Quarterly* 9(4), 370-390.
- Li, J. L., Kim, W. G., and Zhao, X. R. (2017). "Multilevel Model of Management Support and Casino Employee Turnover Intention". *Tourism Management*, 59, 193-204.
- Li, Q. M. (2013). "Top Management Attention to Innovation: The Role of Search Selection and Intensity in New Product Introductions". *Academy of Management Journal*, 56, 893-916.
- Liao, H. A. (2005). "Communication Technology, Student Learning and Diffusion of Innovation". *College Quarterly*, 8(2), 1-18.
- Liao, H., Toya, K., Lepak, D. P., and Hong, Y. (2009). "Do They See Eye To Eye ? Management and Employee Perspectives of High-Performance Work Systems and Influence Processes On Service Quality". *Journal of Applied Psychology* 94(2), 371-391.
- Littrell, J. M., and Carlson, L. (2009). "School Counselors' Adoption of Brief Counseling.: The Diffusion of an Innovative Practice". *Journal of School Counseling*, 7(20), 1-23.
- Liu, Chin-Shing S. (2018). "Examining Social Capital, Organizational Learning and Knowledge Transfer in Cultural and Creative Industries of Practice". *Tourism Management*, 64, 258-270.
- Liu, J. S., and Tsaur, S. H. (2014). "We Are In The Same Boat: Tourist Citizenship Behavior". *Tourism Management*, 42, 88-100.
- Lopez, C. N., and Merono, A. C. (2011). "Strategic Knowledge Management, Innovation and Performance". *International Journal of Information Management*, 31, 502-509.

- Louis, M. R., Posner, B. Z., and Powell, G. N. (1983). "The Availability and Helpfulness of Socialization Practices". *Personnel Psychology* 36(4), 857-866.
- Maertz, C., Griffeth, R., and Campbell, N. (2007). "The Effects of Perceived Organizational Support and Perceived Supervisor Support on Employee Turnover". *Journal of Organizational Behavior*, 28(8), 1075-1095.
- McAdam, R., and Leonard, D. (2003). "Corporate Social Responsibility". *Quality Progress*, 36 (10), 30.
- McCain, S. C., Jang, S., and Hu, C. (2005, 24). "Service Quality Gap Analysis Toward Customer Loyalty: Practical Guidelines for Casino Hotels. *Hospitality Management*, 24(3), 465-472.
- McLean, L. D. (2005). "Organizational Culture's Influence on Creativity and Innovation: A Review of the Literature and Implications for Human Resource Development". *Advances in Developing Human Resources*, 7(2), 226-246.
- McQuiggan, C. A. (2006). "A Survey of University Faculty Innovation Concerns and Perceptions that Influence the Adoption and Diffusion of a Course Management System". *The Pennsylvania State University, The Capital College*, 1160-1167.
- Meliciani, V. (2002). "The Impact of Technological Specialisation on National Performance in a Balance-of-Payments-Constrained-Growth Model. *Structural Change and Economic Dynamics*, 13(1), 101-118.
- Menguc, B., and Auh, S. (2006). "Creating a firm-level dynamic capability through capitalizing on market orientation and innovativeness". *Journal of the Academy of Marketing Science*, 34(1), 63-73.
- Miao, R. T. (2011). "Perceived Organizational Support, Job Satisfaction, Task Performance and Organizational Citizenship Behavior in China". *Institute of Behavioral and Applied Management*, 12(2), 105-127.
- Mittal, S., and Dhar, R. L. (2016). "Effect of Green transformational Leadership on Green Creativity: A Study of Tourist Hotels". *Tourism Management*, 57, 118-127.

- Moorman, R., Blakely, G., and Niehoff, B. (1998). "Does Perceived Organizational Support Mediate The Relationship Between Procedural Justice and Organizational Citizenship Behavior?" *Academy of Management Journal*, 41(3), 351-357.
- Mothen, S. (1999). *The Prehistory of the Mind*. London, Thames and Hudson Limited .
- Namasivayam, K., and Zhao, X. (2007). "An Investigation of The Moderating Effects of Organizational Commitment on The Relationships Between Work-Family Conflict and Job Satisfaction Among Hospitality Employess In India". *Tourism Managment*, 28(5), 1212-1223.
- Nayir, F. (2012). "The Relationship Between Perceived Organizational Support and Teachers Organizational Commitment". *Eurasian Journal of Educational Research*, 48, 97-116.
- Ng, T. W., and Sorensen, K. L. (2008). "Toward a Further Understanding of the Relationships Between Perceptions os Support and Work Attitudes : A Meta Analysis". *Group and Organization Management* 33(3), 243-268.
- Nietsch, S., Nandakumar, V. M., and Asok, K. S. (2013). "Role of Pay as Perceived Organizational Support Contributes to Employee's Orghizational Commitment". *Advances in Management*, 6(8), 52-54.
- Noruzy, A., Shatery, K., Rezazadeh, A., and Hatami, L. (2011). "Investigation the Relationship Between Organizational Justice and Organizational Citizenship Behavior: The Mediating Role of Perceived Organizational Support". *Indian Journal of Science and Technology* 4 .
- O'Cass, A., Weerawardena, J., and Julian, C. (2006). "Does Industry Matter? Examining the Role of Industry Structure and Organizaional Learning in Innovation and Brand Performance". *Journal of Business Research*, 59(1), 37-45.
- Odası, İ. S. (2002.). *İmalat Sanayinin Uluslararası Rekabet Gücü: AB ve Diğer Rakip Ülkelerle Karşılaştırma*. İstanbul: İstanbul Sanayi Odası Yayınları.
- Organ, D. W. (1977). "A Reappraisal and Reinterpretation of the Satisfaction Causes Performance Hypothesis". *Academy of Managment Review*, 43(2), 46-53

- Özdemir, E. (2011). *Teknolojik Ürün ve Hizmet Pazarlaması*. Bursa: Ekin Yayınları.
- Özdevecioğlu, M. (2003). "Algılanan Örgütsel Destek ile Örgütsel Bağlılık Arasındaki İlişkilerin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma". *İktisadi İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(2), 113-130.
- Öztüğ, Ö., ve Baştaş, M. (2012). "Öğretmenlerin Örgütsel Adalet Konusundaki Algılarının Örgütsel Bağlılıkları Üzerindeki Etkisi". *Haccetepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*.
- Pathak, D. (2012). "Role of Perceived Organizational Support on Stress-Satisfaction Relationship: An Empirical Study". *Asian Journal of Management Research*, 3(1), 153-168.
- Perrini, F. (2005). "Building a European Portrait of Corporate Social Responsibility Reporting". *European Management Journal*, 23 (6), 611-627.
- Randall, M., Cropanzano, R., Bormann, C., and Birjulin, A. (1999). "Organizational Politics and Organizational Support as Predictors of Work Attitudes, Job Performance and Organizational Citizenship Behavior". *Journal of Organizational Behavior*, 20(2), 159-174.
- Rantala, T., Ukko, J., Saunile, M., and Havukainen, J. (2018). "The Effect of Sustainability In The Adoption of Technological, Service and Business Model Innovations". *Journal of Cleaner Production*, 172, 46-55.
- Ray, E. B., and Miller, K. I. (1994). "Social Support, Home/Work Stress and Burnout: Who Can Help". *Journal of Applied Behavioral Science*, 30(3), 257-373.
- Redmond, M. R., Mumford, M. D., and Teach, R. (1993). "Putting Creativity To Work: Effects of Leader Behavior on Subordinate Creativity". *Organizational Behavior and Human Decision Processes*, 55(1), 120-151.
- Rhoades, L., and Eisenberger, R. (2002). "Perceived Organizational Support: A Review of The Literature". *Journal of Applied Psychology*, 87(4), 698-714.
- Rhoades, L., and Eisenberger, R. (2006). "When Supervisors Feel Supported: Relationships With Subordinates' Perceived Supervisor Support, Perceived

- Organizational Support and Performance". *Journal of Applied Psychology* 91(3), 689-695.
- Richardson, H., Jixia, Y., Vandenberg, Y., Dejoy, D., and Wilson, M. (2008). "Perceived Organizational Support's Role in Stressor-Strain Relationships". *Journal of Managerial Psychology*, 23(7), 789-810.
- Rodriguez, A. I., and Carbonell, P. (2006). "The Impact of Market Characteristics and Innovation Speed on Perceptions of Positional Advantage and New Product Performance". *International Journal of Research in Marketing*, 23(1), 1-12.
- Rogers, E. M. (2003). *Diffusion of Innovations*. New York: Simon and Schuster Press.
- Rogers, M. E. (1995). *Diffusion of Innovations* (Fifth Edition). New York: Free Press.
- Rogers, R. K. (2007). *Computer Anxiety and Innovativeness as Predictors of Technology Integration*. Texas Tech University.
- Ruiller, C. (2010). "Le Soutien Social Au Travail: Conceptualisation Mesure Et Influence Sur L'epuisement Professionel Et L'impication Organisationelle L'etude D'un Cas Hospitalierecole". *Doctorale De Sciences Economiques Et De Gestion*.
- Saekoo, A. (2011). "Examining The Effect of Trust, Procedural Justice, Perceived Organizational Support, Commitment and Job Satisfaction in Royal Thai Police: The Empirical Investigation In Social Exchange Perspective". *Journal of Academy of Business and Economics* .
- Safari, A., Tamizifar, M., and Jannati, A. (2012). "The Effect of Organizational Justice Perceived Organizational Support on University Job Burnout (Case of University Staff of Isfahan)". *Australian Journal of Basic and Applied Sciences* 6(7), 131-136.
- Saleem, S., and Amin, S. (2013). "The Impact of Organizational Support for Career Development and Supervisory on Employee Performance: An Empirical Study from Pakistani Academic Sector". *New Media and Mass Communication*, 5(5), 194-204.

- Salge, T. O. (2012). "The Temporal Trajectories of Innovative Search: Insights from Public Hospital Services". *Research. Policy*, 41(4), 720-733.
- Salter, A., Wal, A. L., Crisculo, P., and Alexy, O. (2014). "Open for Ideation: Individual-Level Openness and Idea Generation In R&D.J.", *Product Innovation Management*, 32(4), 488-504.
- Sarioğlu, A. (2014). *Bireysel Yenilikçilik Ölçeği'nin Hemşirelikte Geçerlilik ve Güvenirliği*. (Yayınlanmış Yüksek Lisans Tezi). Erzurum: Atatürk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, 1-101.
- Sawang, S. (2010). "Perceived Managerial Support Has on Job Satisfaction and Psychological Strain". *Journal of Managerial Psychology* .
- Schalhoub, K., and Zeinab, A. (1999). *Organizational Downsizing, Discrimination, and Corporate Social Responsibility*. London: Quorum Books.
- Schiling, M. A. (2008). *Strategic Management of Technological Innovation*. Boston: McGraw-Hill.
- Scott, S. G., and Bruce, R. A. (1994). "Determinants of Innovative Behavior: A Path Model of Individual Innovation in the Workplace". *Academy of Management Journal*, 37(3), 585-604.
- Siguaw, J. A., Simson, P. M., and Enz, C. A. (2006). "Conceptualizing Innovation Orientation: A Framework for Study and Integration of Innovation Research". *Journal of Product Innovation Management*, 23(6), 556-574.
- Singh, A., and Singh, S. (2013). "Perceived Organizational Support and Organizational Citizenship Behaviour: The Mediating Role of Personality". *Journal of Indian Academy of Applied Psychology*.
- Skerlavaj, M., Stemberger, M. I., Skrinijar, R., and Dimovski, V. (2007). "Organizational Learning Culture- The Missing Link Between Business Process and Organizational Performance". *International Journal of Economics*, 106(2),346-367.



- Steenkamo, J., and Gielens, K. (2003). "Consumer and Market Drivers of The Trial Probability of New Consumer Packaged Goods". *Journal of Consumer Research*, 30(3), 368-384.
- Suazo, M., and Turnley, W. (2010). "Perceived Organizational Support As A Mediator of The Relations Between Individual Differences and Psychological Contract Breach". *Journal of Managerial Psychology*, 25(6), 268-394.
- Surry, D. W., Brennan, J., and Patrick, I. I. (1998). "Diffusion of Instructional Innovations: Five Important, Unexplored Questions". *The University of Southern Mississippi/ERIC*, 1-13.
- Szwarc, P. (2005). *Researching Customer Satisfaction and Loyalty: How To Find out what People Really Think*. London: Kogan Page Press.
- Tabak, A., Erkuş, A., & Meydan, C. H. (2010). "Denetim Odağı ve Yenilikçi Birey Davranışları Arasındaki İlişkiler: Belirsizliğe Tolerans ve Risk Almanın Aracılık Etkisi". *Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 159-176.
- Tajeddini, K., & Trueman, M. (2014). "Perceptions of Innovativeness Among Iranian Hotels Managers". *Hospitality and Tourism Technology*, 5(1), 62-77.
- Tang, J., and Wulong, G. (2004). "Link Between Innovation and Productivity in Canadian Manufacturing Industries". *Economical Innovation New Technology*, 13(7), 671-686.
- Teece, D., Pisano, G., and Shuen, A. (1997). "Dynamic Capabilities and Strategic Management". *Strategic Management Journal*, 18(7), 509-533.
- Tidd, J., Bessant, J., and Pavitt, K. (1997). "Managing Innovation: Integrating Technological, Organizational and Market Change". *Chichester: John Wiley and Sons LTD*.
- Tokmak, İ., Türen, U., ve Gökmen, Y. (2012). "Exploring the Effect of Human Resource Management Practices on Organizational Performance and the Mediating Role of Perceived Organization Support: An Empirical Research on Turkish Smes". *European Journal of Social Sciences*, 36(2), 1450-2267.

- Tokmak, İ., Yıldız, E., ve Turgut, H. (2013). "Duygusal Zekanın Örgütsel Vatandaşlık Davranışına Etkisi: İş Tatmininin Aracılık Rolü". *Çağ Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 10(1), 114.
- Trott, P. (1998). *Innovation Management and New Product Development*. Financial Times and Prentice-Hall: London.
- Turnalı, R., ve Saridoğan, E. (2010). *Bilim-Teknoloji-İnovasyon Temelli Ekonomi ve Toplum*. Akademik Yayınları.
- Turunç, Ö., ve Çelik, M. (2010). "Algılanan Örgütsel Desteğin Çalışanların İş-Aile , Aile-İş Çatışması, Örgütsel Özdeşleşme ve İşten Ayrılma Niyetine Etkisi: Savunma Sektöründe Bir Araştırma". *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14(1), 209-232.
- Tüzün, İ., ve Kalmeci, R. (2012). "Organizational and Supervisory Support in Relation to Employee Turnover Intentions". *Journal of Managerial Psychology*, 27(5), 518-534.
- Unur, K. (2000). "Turizmin Türkiye'nin Ödemeler Dengesine Etkisinin Analizi". *Dokuz Eylül Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2 (3), 1-17.
- Usluel, Y., ve Mazman, K. (2010). "Eğitimde Yeniliklerin Yayılımı, Kabulü ve Benimsenmesi Sürecinde Yer Alan Öğeler: Bir İçerik Analizi Çalışması". *Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi* 39(3), 60-74.
- Uzkurt, C. (2008). *Pazarlamada Değer Yaratma Aracı Olarak Yenilik Yönetimi ve Yeniikçi Örgüt Kültürü*. Beta Yayınları , 17-20.
- Uzkurt, C. (2007). "Tüketicilerin Yenilikleri Benimseme Eğilimleri Üzerinde Kişisel Değerlerin Etkisi". *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi* 7(2), 241-260.
- Ülgen, H., ve Mirze, S. K. (2004). *İşletmelerde Stratejik Yönetim*. H. Ülgen içinde, *İşletmelerde Stratejik Yönetim*. İstanbul: Literatür Yayınları.
- Vatankhah, S., Javid, E., and Raoofi, A. (2017). "Perceived Organizational Support as The Mediator of The Relationships Between High-Performance Work Practices and Counter-Productive Work Behavior: Evidence from Airline Industry". *Journal of Air Transport Management*, 59, 107-115.

- Volberda, H. W., Van Den Bosch, F. A., and Heij, C. V. (2013). "Management Innovation: Management as Fertile Ground for Innovation". *European Management Review*, 10(1), 1-15.
- Walsh, M., Lynch, P., and Harrington, D. (2009). "Towards a Conceptualisation of The Innovativeness Construct". *Proceedings of the 12th Annual Irish Academy of Management Conference*.
- Wardford, M. K. (2005). "Testing a Diffusion of Innovations in Education Model (DIEM)". *The Innovation Journal: The Public Sector Innovation Journal*, 10(3), 2-36.
- Warshurst, A. (2005). "Future Roles of Business in Society: the Expanding Boundaries of Corporate Responsibility and a Compelling Case for Partnership". *Futures*, 37(2), 151-168.
- Waseem, M. (2010). "Relative Importance of Pay Level Satisfaction, Career Development Opportunities and Supervisor Support in Perceived Organizational Support". *Journal of Yasar University*, 3264-3277.
- Wayne, S. J., Shore, L. M., and Liden, R. C. (1997). "Perceived Organizational Support and Leader-member Exchange: A Social Exchange Perspective". *Academy of Management Journal*, 40(1), 82-111.
- Wong, J. Y., and Lin, J. H. (2007). "The Role of Job Control and Job Support In Adjusting Service Employees Work-To-Leisure Conflict". *Tourism Management*, 28(3), 726-735.
- Xiong, L., and King, C. (2018). "Too Much of A Good Thing? Examining How Proactive Personality Affects Employee Brand Performance Under Formal and Informal Organizational Support". *International Journal of Hospitality Management*, 68, 12-22.
- Yen, C. H., and Teng, H. Y. (2013). "The Effect of Centralization on Organizational Citizenship Behavior and Deviant Workplace Behavior in The Hospitality Industry". *Tourism Management*, 36, 401-410.

- Yeşil, S. v. (2013). "An Empirical Investigation Into The Impact of Personality on Individual Innovation Behaviour In The Workplace". *Sciverse Science Direct*, 81(28), 540-551.
- Yılmaz, A., ve Tanrıverdi, H. (2017). "Turizmde İş Stresinin Meslek Algısı Üzerine Etkisi ve Algılanan Örgütsel Desteğin Aracılık Rolünün Sınanması". *The Journal of Kesit Academy*, 8, 218-249.
- Yılmaz, H., ve Görmüş, A. (2012). "Stratejik Girişimciliğin, Algılanan Örgütsel Destek ve Örgütsel Öğrenme Üzerine Etkilerinin Araştırılması: Tekstil Sektöründe Ampirik Bir Çalışma". *Journal of Yasar University*, 26(7), 4483-4504.
- Yoon, J., and Thye, S. (2002). "A Dual Process Model of Organizational Commitment Job Satisfaction and Organizational Support". *Work and Occupations*, 29(1), 97-124.
- Yüksel, İ. (2006). "Örgütsel Destek Algısı ve Belirleyicilerinin İşten Ayrılma Eğilimi İle İlişkisi". *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, 35(1), 7-32.
- Zhang, Y., Guo, Y., and Newman, A. (2017). "Identity Judgements, Work Engagement and Organizational Citizenship Behavior: The Mediating Effects Based on Group Engagement". *Tourism Management*, 61, 190-197.
- Zlatman, G., Duncan, R., and Holbeck, J. (1973). *Innovativeness and Organizations*, Wiley: New York. Wiley: New York.
- Zopiatis, A., Constanti, P., and Theocharous, A. L. (2014). "Job Involvement, Commitment, Satisfaction and Turnover: Evidence from Hotel Employees in Cyprus". *Tourism Management*, 41, 129-140.

## EKLER

## EK 1. ANKET FORMU

Sayın Katılımcı, Bu anket formu “*Turizm Amaçlı Konaklama İşletmelerinde Bireysel Yenilikçilik ve Algılanan Örgütsel Destek Düzeyi İlişkisi*” isimli yüksek lisans tez çalışması için hazırlanmıştır. Vereceğiniz cevapların yaptığımız bilimsel çalışmaya ışık tutacağını ve çalışmamızda gizlilik ilkesine uyulacağını bilmenizi isteriz. Katılımlarınız için şimdiden teşekkür eder, iyi bir çalışma hayatı dileriz. Saygılarımızla.

Tahmina HAJIYEVA- Atatürk Üniversitesi

Tez Danışmanı: Doç.Dr. Cem IŞIK

**Uyruğunuz** : ( ) T.C. ( ) Diğer (belirtiniz): .....

**Cinsiyetiniz** : ( ) Erkek ( ) Kadın

**Yaşınız** : ( ) 18-25 ( ) 26-33 ( ) 34- 41 ( ) 42-49 ( ) 50-57  
( ) 58 ve üzeri

**Eğitim Durumunuz** : ( ) İlköğretim ( ) Ortaöğretim ( ) Ön Lisans ( ) Lisans  
( ) Lisansüstü

**Bu soruyu turizmle ilgili eğitim aldıysanız yanıtlayınız** (Birden fazla seçenek işaretleyebilirsiniz):

( ) Turizm Meslek Lisesi Mezunu ( ) Turizm Ön Lisans Mezunu ( ) Turizm Lisans Mezunu  
( ) Turizm Lisansüstü Mezunu

**Çalıştığınız Departman** : ( ) İnsan Kaynakları ( ) Yiyecek-İçecek  
( ) Ön Büro ( ) Finans  
( ) Kat Hizmetleri Diğer(belirtiniz):.....

**Bu soruyu herhangi bir otelde yönetici konumdaysanız yanıtlayınız:**

( ) Alt düzey yönetici (Şef) ( ) Orta düzey yönetici (Departman Müdürü)

( ) Üst düzey yönetici (Genel Müdür ve Genel Müdür Yardımcısı)

**Sektörde Çalışma Süreniz:** ( ) 5 yıldan az ( ) 6-10 yıl ( ) 11-15 yıl ( ) 16-20 yıl  
( ) 21 yıl ve üzeri

**Bulduğunuz Otelde Çalışma Süreniz:**( ) 5 yıldan az ( ) 6-10 yıl ( ) 11-15 yıl ( ) 16-20 yıl  
( ) 21 yıl ve üzeri

**Otelde Çalışma Döneminiz:**( ) Kadrolu ( ) Sözleşmeli ( ) Yarı Zamanlı Diğer (Belirtiniz)  
.....

**Aylık Gelir Düzeyiniz:** ( ) 0-1404 ( ) 1405-3000 ( ) 3001-6000 ( ) 6001-9000

( ) 9001-12000 ( ) 12001-15000 ( ) 15001 ve üzeri

	Lütfen her bir ifade için görüşünüzü en doğru temsil eden seçeneği işaretleyiniz. 1= Kesinlikle Katılmıyorum, 2= Katılmıyorum, 3= Ne Katılıyorum Ne Katılmıyorum, 4= Katılıyorum, 5= Kesinlikle Katılıyorum	1	2	3	4	5
1	Yenilikleri takip ettiğim için arkadaşlarım sık sık benden bilgi ve öneri alırlar.					
2	Yeni şeyleri denemekten hoşlanırım.					
3	Bir şey yaparken, yeni yollar olup olmadığını araştırırım.					
4	Problemleri çözmek için genellikle yeni yöntemler bulurum.					
5	Yeni bakış açıları ve yeni buluşlara şüphe ile bakarım.					
6	Çevremdeki insanların kabul ettiğini görene kadar yeni fikirleri benimsemem.					
7	Yenilikçilik konusunda insanları kolay etkileyen bir kişi olduğumu düşünürüm.					
8	Düşünce ve davranışlarımın yaratıcı ve özgün olduğunu düşünürüm.					
9	Çevremdeki insanların arasında yeniliği kabul eden en son kişi olduğumu düşünürüm.					
10	Yaratıcı bir kişi olduğumu düşünüyorum.					
11	Yenilikler konusunda gruba liderlik etmekten hoşlanırım.					
12	Çevremdeki insanların işine yaradığını görünceye kadar yenilikleri kabul etmede isteksiz davranırım.					
13	Eski yaşam tarzının ve işleri eski yöntemlerle yapmanın en iyi yol olduğunu düşünürüm.					
14	Problemlere ve belirsizliklere karşı mücadele ederim.					
15	Yenilikleri dikkate almadan önce diğer insanların o yeniliği kullandığını görmek isterim.					
16	Yeni fikirlere açık biriyim.					
17	Cevaplanmamış sorular beni çözüm bulmaya yöneltir.					
18	Yeni fikirlere karşı şüpheci davranırım.					
19	Çözümü olmayan problemler için yöntemler geliştiririm.					
20	Kendimi düşüncem ve davranışlarımla özgün olmaya teşvik edici bulurum.					
21	Çalıştığım kurum, refahı için yaptığım katkıya değer verir.					
22	Çalıştığım kurum, gösterdiğim fazla çabayı takdir etmez.					
23	Çalıştığım kurum, şikayetlerimi görmezden gelir.					
24	Çalıştığım kurum, gerçekten iyiliğimi düşünür.					
25	İşimi mümkün olan en iyi şekilde yapsam bile çalıştığım kurum bunu fark etmez.					
26	Çalıştığım kurum, genel olarak işteki memnuniyetimi önemser.					
27	Çalıştığım kurum, bana çok az yakınlık gösterir.					
28	Çalıştığım kurum işteki başarılarımla gurur duyar.					

**ÖZGEÇMİŞ**

<b>Kişisel Bilgiler</b>	
<b>Adı Soyadı</b>	Tehmine HACIZADE
<b>Doğum Yeri ve Tarihi</b>	Azerbaycan, Bakü
<b>Eğitim Durumu</b>	Tezli Yüksek Lisans
<b>Lisans Öğrenimi</b>	Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesi Turizm İşletmeciliği Bölümü
<b>Yüksek Lisans Öğrenimi</b>	Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü
<b>Bildiği Yabancı Diller</b>	Rusça, İngilizce
<b>E- posta adresi</b>	taxminagadjieva@gmail.com