

Duygusal Emek ve İşte Var Olamamanın Yenilik Yönetimine Etkisi: İstanbul İlindeki Otel İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma

Bekir EŐİTTİ¹ ve Cemile ÖZDEMİR²

Öz

Araştırma, otel işletmelerindeki işgörenlerin duygusal emek ve işte var olamama düzeylerinin yenilik yönetimine etkisini incelemektedir. Bu kapsamda öncelikle duygusal emek, işte var olamama ve yenilik yönetimi arasındaki ilişki ele alınmaktadır. İkinci olarak ise işte var olamamanın duygusal emek ve yenilik yönetiminin boyutları üzerindeki etkisi değerlendirilmektedir. Araştırmanın verileri anket tekniği ile elde edilmiştir. Çalışma sonuçlarına göre işte var olamama, duygusal emek ve yenilik yönetimini olumlu yönde etkilemektedir. Bu çalışmaya göre işletmeler işgörenlerinin duygusal emek ve işte var olamama düzeylerinin farkında olmalıdır. Söz konusu farkındalığı sağlayan işletmelerin işgörenlerinin duygularını anlama, yeniliği yönetme ve sektörde öncü olma bakımlarından başarılı olacakları söylenebilir. Böylece işletmeler olumlu bir kültürel yapı da oluşturacaklardır. Bununla beraber kendisinin duygularının farkında olan işgörenlerin işte var olamama sorununa karşı daha dayanıklı olacakları ifade edilebilir.

Anahtar Kelimeler: Duygusal emek, İşte var olamama, Yenilik yönetimi, Otel işletmesi

The Effect of Emotional Labor and Presenteeism on Innovation Management: a Research on Hotel Managements in Istanbul

Abstract

The research examines the effect of emotional labour and presenteeism levels of employees in hotel businesses on innovation management. In this context, the relationship between emotional labour, absenteeism, and innovation management are discussed first. Secondly, the effect of presenteeism on the dimensions of emotional labor and innovation management is evaluated. The data of the research were obtained by the questionnaire technique. According to the results of the study, presenteeism affects emotional labour and innovation management positively. According to this study, businesses should be aware of their employees' emotional labour and absenteeism levels. It can be said that businesses that provide this awareness will successfully understand their employees' emotions, manage innovation and be a pioneer in the sector. Thus, businesses will also create a positive cultural structure. However, it can be stated that employees who are aware of their feelings will be more resistant to the problem of not being present at work.

Key Words: Emotional labour, Hotel businesses, Innovation management, Presenteeism


Atıf İçin / Please Cite As:

Eğitti, B. ve Özdemir, C. (2023). Duygusal emek ve işte var olamamanın yenilik yönetimine etkisi: İstanbul İlindeki otel işletmeleri üzerine bir araştırma. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 12(4), 1536-1546. doi:10.33206/mjss.1233196

Geliş Tarihi / Received Date: 12.01.2023

Kabul Tarihi / Accepted Date: 01.06.2023

¹ Doç. Dr. - Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi, bekiresitti@comu.edu.tr,

 ORCID: 0000-0002-5240-9233

² Doktora Öğrencisi - Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, cemileozdemir10@gmail.com,

 ORCID: 0000-0002-6001-3159

Giriş

İş yaşamında faaliyet gösteren kişilerin, işletme içerisinde müşteriler ile etkileşimleri esnasında işletme tarafından belirli duygu davranışlarını sergilemeleri istenmektedir. Özellikle hizmet sektörünün hız kazanmasıyla ve müşteri odaklılığının gündeme gelmesiyle konu olan duygusal emek, çalışanların fiziksel ve zihinsel emeklerinin yanı sıra duygularını da işletmenin kuralları doğrultusunda sergilemeleri anlamına gelmektedir (Karaman, 2017, s. 30). Hizmet sektörünün önemli bir bileşeni olan turizm sektörü, çalışanlarından söz konusu duygusal emeği uzun çalışma saatleri boyunca işletme lehine göstermesini beklemektedir. Böylece turizm işletmelerinde çalışanlar müşterilerle etkileşim esnasında onları memnun etme amacı güderek duygularına yn vermektedirler. Dolayısıyla, turizm işletmelerinde duygusal emek oldukça önem taşıyan bir konudur. Bu durum iş hayatında çeşitli sorunları beraberinde getirebilmektedir.

İş görenin çalışma ortamında yaşanan kişisel ya da işyerine bağlı sorunlardan dolayı kendini işine karşı isteksiz hissetmesi, yorgun ve halsiz hissetmesi ve işine odaklanamaması nedeniyle işteki gereken performans gösterememesi durumu olarak adlandırılan işte var olamama sorunu (Bayar, 2016, s. 4) iş hayatındaki önemli problemlerden biridir. İşte var olamama olgusu, kişisel, biyolojik, çevresel, ailevi, finansal veya işlevsel nedenlere bağlı olduğu için çalışanların üretkenliğini azaltmaktadır (Laranjeira, Pereira, Querido, Bieri, & Verloo, 2022, s. 2). İşletmelerin hem çalışanlarının söz konusu sorunlarının yaratacağı muhtemel performans kaybı hem de rakiplerine göre sektörde daha iyi konuma gelmelerini sağlayacak yeniliklerin işletmede yaratılabilmesi açısından söz konusu sorunları gidermeleri gerekmektedir. Hızlı bir şekilde gelişen bilgi ve teknolojisinin rekabette avantaj sağlaması için yenilik yönetiminin başarılı bir biçimde uygulanarak liderler tarafından yönetilmesi önem taşımaktadır. Yenilikler gerçekleştirilmeden önce yeniliklerin yapılma amacı, sağlayacağı faydaların neler olacağı ve çalışanların yeniliklere karşı direncinin ölçülmesi gerekmektedir. Yenilik yönetiminin başarılı olması, sistemli bir örgüt yapısı ve yöneticinin çalışanlarla iş birliği halinde çalışmasını gerekli kılmaktadır. Yenilik yönetimi hem örgütsel hem de bireysel olarak bir öğrenme döngüsünü ermektedir. Bu bağlamda yenilik yönetimi pek çok alanda yeterliliği gerektirmektedir

Yenilik yönetiminin etkin bir şekilde gerçekleşebilmesi için liderlik, yaratıcılık, zaman ve yönetim faaliyetleri açısından ilişkinin doğru algılanması elzemdir (Aydoğar, 2018, s. 34). İşletmeler çalışanlarını yeniliğe yöneltmek için birtakım yönetim teknikleri geliştirmektedir. Yenilik yönetimi olarak değerlendirilen bu süreç, bir işletmede her türlü görevin yerine getirilmesi için gereken etkileşimleri kapsamaktadır. Bunlar; işletmenin kültürü, yapısı, stratejisi şeklinindedir (Tekin & Durna, 2012, s. 94). Bazı araştırmacılara göre yenilik yönetiminin başarısı iki ana konuya göre şekillenmektedir. Bunlardan ilki teknik unsurlar olan insan, ekipman, bilgi ve sermaye gibi konuları kapsamaktadır. İkincisi ise örgütün teknik unsurları bir araya getirebilme ve bu kaynakları etkin bir şekilde yönetebilme kabiliyetidir. Dolayısıyla yenilik yönetimi sadece sonuç ile ilgilenmemekte aynı zamanda yeniliğe götüren unsurların değerlendirilmesi, yenilik sürecini kontrol ve çalışanların yeniliğe yönlendirilmesini kapsayan dinamik faaliyetler bütünüdür (Turan, 2022, s. 101).

Otel işletmelerinin sürekli olarak yeniliği takip etmesi ve uygulaması müşteri taleplerine cevap vermek açısından oldukça önemlidir. Sadece otelcilik endüstrisindeki en son yenilik eğilimlerini takip etmek değil, zamana ayak uydurmak ve nc olmak oldukça rekabetçi olan bu sektörde geride kalmamak için işletmelerin sürekli dinamik olmalarını gerekli kılan unsurlardır. Sektörün uyguladığı yenilikleri uygulamayan işletmelerin ayakta uzun yıllar kalması pek mümkün olmamaktadır. Dolayısıyla, sektörde gerçekleşen yenilikler ve yenilik yönetimine etki eden unsurlar, yenilik akımlarına uyum sağlamayan işletmelere performans ve üretkenliğin azalması olarak yansiyacaktır. Bu bakımdan çalışmada duygusal emek ve işte var olamama kavramlarının yenilik yönetimine etkisi araştırılmıştır. Araştırma sahası olarak ise İstanbul ilinde yer alan üç, dört ve beş yıldıızlı otel işletmeleri çalışanları tercih edilmiştir. Araştırma kapsamında elde edilecek bulguların geneli yansıtıcı olacağı ve araştırmanın özgünlüğüne ciddi anlamda katkı sunacağı düşünülmektedir.

Kavramsal ereve

Duygusal Emek

Duygusal emek kavramı istenen bir sonuca ulaşmak için çalışanların kişisel duygularını kontrol etmelerini gerektiren işin yönünü ifade eder (Hochschild, 1983). Başka bir deyişle, duygusal emek, bir işte duygu ifadesini yönetme eylemidir (Kruml & Geddes, 2000). Kişiler gündelik yaşantılarında sürekli gerçek duygularını yansıtılmak yerine toplumun kurallarına uygun şekilde duygular sergilemektedirler. Bu nedenle

duyguları kontrol altındadır. Çalışanların duygusal ifadelerini işlerinin bir parçası olarak görmeleri ve kullanmaları durumunda duygu yönetimini belirli bir ücret karşılığında yapmaları anlamına gelmektedir. Aynı zamanda, işyerindeki başarı durumları da duygularını kullanma biçimiyle yakından ilgilidir. Hizmet sektörü alanında yapılan çalışmalara göre, duygusal emek doğrudan çalışanların işteki başarılarına etki etmektedir (T'sai, 2009, s. 1437; Chu, Baker & Murrmann, 2012).

İşletmelerde sağlanan hizmet esnasında çalışanlar müşteriler ile yakın iletişim halindedir. Buradaki yakın iletişim süresince çalışanlardan işletme gereklilikleri yönünde duygularını yönetmeleri beklenmektedir. Hizmet işletmelerinin çalışanları, olumsuz duygularını gizler veya bastırır ve müşterilerin hizmet kalitesi algısını etkilemek için olumlu duygular sergilemeye çalışırlar. Duygusal emek olarak adlandırılan bu durum (Diefendorff, Croyle, & Grosserand, 2005), çalışanların müşteri ile etkileşimleri sırasında uygun duyguları sergilemek için içsel duygularını ve davranışlarını değiştirme çabalarını ifade eder. Bu açıdan bakıldığında, çalışanların duygu gösterimleri işin belirlemiş olduğu kurallar çerçevesinde gerçekleştirilmesi olarak ifade edilen duygusal emek hizmet sektörünün vazgeçilmez bir parçası haline gelmiştir (Eroğlu, 2010: 19).

Ticari amaçla faaliyet gösteren işletmelerde kurallara uygun şekilde duyguların sergilenmesi, müşteriler açısından memnuniyet yaratmakta ve işletmeye bağlılığı da arttırmaktadır. Dolayısıyla duygusal emek, müşterilere verilen önemin gösterilmesinde en önemli araç konumundadır. Ticari açıdan bakıldığında, daha çok müşteri daha çok memnuniyet ve daha çok satışı ifade ettiğinden bu durumda çalışanlar rol yapma eğilimine yöneleceklerdir. Hizmetle ilgili görevleri yerine getirirken, hizmet çalışanları yüzeysel, derin ve gerçek eylem gibi çeşitli duygusal emek stratejilerini uygulayabilir ve sırasıyla duygusal uyumsuzluk, duygusal çaba ve doğal olarak hissedilen duyguların ifadesini sergileyebilir veya deneyimleyebilir (Kruml & Geddes, 2000). Çalışanların rol yapması, hissedilen duygular ile sergilenen duygular arasında uyumun olmaması ve bu sebeple duygusal uyumsuzluk, iş doyumunda düşüş, yıpranma ve duygusal tükenme olarak ifade edilmektedir (Özkan, 2011, s. 58).

Duygusal emek konusunda alan yazına bakıldığında üç faktörlü bir yapıdan oluştuğu görülmektedir. İlk boyut olan yüzeysel davranış, gerçekte hissedilmeyen duyguların taklit edilerek gösterilmesidir. Bu davranış biçimi için kişiler sözlü ve sözsüz iletişim araçlarından yararlanmaktadır (Van Dijk & Kirk, 2007, s. 159). İkinci boyut derinlemesine davranış, kişinin kendisi tarafından istenen davranışlarını hissederek yansıtmaması durumudur. Bu durumda, kişinin sergilemiş olduğu davranışlar, hissetmiş olduğu davranışlardan oluşmaktadır. Dolayısıyla, derin davranış boyutu yüzeysel davranış boyutuna göre daha az olumsuz etkiler barındırmaktadır (Yeni, 2015, s. 71). Üçüncü boyut ve son duygusal emek türü ise doğal (samimi) ya da içten davranıştır. Doğal davranışta, çalışanların kendiliğinden duygusal davranışlarını işletme kurallarına paralel şekilde gerçekleştirmeleri durumudur. Dolayısıyla, içten gelen duyguların müşteriye aktarılması herhangi bir uğraş olmadan gerçekleşmiş olsa da duyguların ifade edilmesi işletme tarafından işin gereği olarak görüldüğü için doğal davranış türü de duygusal emek süreci kapsamında yer almıştır (Özkan, 2013, s. 70). Samimi duygular, gösterim kurallarına uyumlu olan duyguların hissedilmesiyle meydana gelmektedir (Chu, 2002, s. 3).

İşte Var Olamama

Artan iş talepleri ve şiddetli rekabet, “İşte var olamama” olarak adlandırılan bir olguya yol açmıştır. İşte var olamama (Presenteeism) işgörenin çalışma ortamında yaşanan kişisel ya da işyerine bağlı sorunlardan dolayı kendini işine karşı isteksiz hissetmesi, yorgun ve halsiz hissetmesi ve işine odaklanamaması nedeniyle işteki gereken performansı gösterememesi dolayısıyla işini gerçekleştirememesi durumudur (Bayar, 2016: 4). İş gücü verimliliği bir işletmenin genel iş gücü performansı ve sürdürülebilirlik yönlerinden önemli bir unsur olmaktadır. Kolaylıkla ulaşılabilen verilerle tahmin edilen işe devamsızlık (absenteeism), işteki verimliliği olumsuz yönde etkilemektedir. Buna ek olarak, işgörenler işyerinde fiziksel olarak var olsalar da iş performanslarında düşme ve yaptıkları işin kalitesinde azalma yaşayabilmektedirler. Bu durum “işte var olamama” şeklinde tanımlanmaktadır (Koopman vd., 2002, s. 14). Çalışma performansı, verimlilik ve sağlıkla ilişkili olarak ortaya çıkan ve işletmelerin üzerine yoğunlaşması gereken problemlerin başında bu durum gelmektedir (Çiçeklioğlu ve Taşlıyan, 2019, s. 24).

İşletme içerisinde ve çalışma esnasında meydana gelen işte var olamama durumu, depresyon ve işe devamsızlığa göre daha çok maddi kayıplara neden olmaktadır. İşte var olamama, depresyon ile birlikte gittikçe daha ciddi sorunlar da yaratabilmektedir. Bir araştırmada, depresyon belirtisi gösteren çalışanların işe gelmemesinin vermiş olduğu kayıp işletmede bulunmanın yarattığı kayıptan daha az olduğu sonucuna varılmıştır (Yalın, 2005, s. 382). İşte var olamama durumu, çalışanın evdeki yaşamıyla işteki yaşamı

arasındaki uyumu sağlayamaması nedeniyle de oluşabilmektedir. Aile içi çatışmalar, kişinin sosyal yaşamına zaman ayıramaması ile ortaya çıkmakta ve bu durum stres, depresif düşünme ve benzeri durumlarda çalışanların işyerine devamlılığı iş-yaşam dengelerini olumsuz yönde etkilemektedir. İşte var olamama ölçeğinin alan yazında işi tamamlama ve dikkat dağınıklığından kaçınma boyutlarının bulunduğu görülmüştür. Ancak dikkat dağınıklığından kaçınma boyutu bu çalışmada işe odaklanamama şeklinde değerlendirilmiştir (Dalkılıç, 2017, s. 7).

Yenilik Yönetimi

Yenilik, fikirlerin oluşum aşamasından itibaren ticarileştirilmesine kadarki süreci içeren ve süreç içerisinde birbirini takip eden örgütsel ve bireysel davranışlar bütünüdür (Uzkurt, 2017, s. 10). İşletme alanında yenilik, yeni hizmetler ve ürünler tasarlamak, yeni üretim ve sunum teknikleri kullanmaktır. Bir şeyin ilk kez ortaya atılması durumunda yenilikten bahsedilebilir. Buna ek olarak, mevcut olan bir uygulama veya ürün ya da hizmetin ilk kez farklı bir alanda kullanılması da yenilik yönetimi konusu kapsamına girer. Yenilik, işletmelerin iç ve dış çevre analizleri neticesinde oluşan gereksinimler doğrultusunda yeni ürün ve hizmet geliştirmeyi kapsamaktadır. Ayrıca, gelişimin yanında örgüt yapısı, yönetim süreci, kültürü ve stratejilerinin iyileştirilmesi ve yeni hizmetlere uygun hale getirilmesi de bu kapsamda değerlendirilir (Acaray, 2007, s. 26-30).

Yenilik yönetimi, yeniliğe ilişkin hedeflerin belirlenmesiyle başlamakta ve etkili, uyumlu planların uygulanmasını kapsamaktadır. Hızlı bir şekilde gelişen bilgi ve teknolojinin rekabette avantaj sağlaması açısından yenilik yönetimi başarılı bir şekilde uygulanmalıdır. Yenilikler gerçekleştirilmeden önce yapılma amaçları, sağlayacağı faydaların neler olacağı ve çalışanların yeniliklere karşı direncinin ölçülmesi gerekmektedir. Yenilik yönetiminin başarılı olması, sistemli bir örgüt yapısı ve yöneticinin çalışanlarla iş birliği halinde çalışmasını gerekli kılmaktadır. Aynı zamanda yenilik yönetiminin etkin olması için liderlik, yaratıcılık, zaman ve yönetim faaliyetleri açısından ilişkinin doğru anlaşılması gerekir (Aydoğar, 2018, s. 34).

İşletmeler rekabet ortamında mücadele edebilmek için yeniliği bir çeşit araç olarak kullanmaktadır. Rekabetin yoğunluğu, teknolojik değişim, sosyo-kültürel gelişmeler ve çağdaş uluslararası ekonomik yönelimler işletmeleri yeniliğe iten nedenlerdir. Bu kapsamda yenilik, ekonomilerde rekabet ortamının oluşumunu, yeni pazarların ortaya çıkmasını, hızlı teknolojik ilerlemeyi ve tüketim seviyesi- yaşam standardının daha iyi hale getirilmesinde önemli bir etkidir. Dolayısıyla yenilik yönetimi süreci doğru ve etkin bir şekilde gerçekleştirilmelidir (Acaray, 2007, s. 62). Yenilik yönetimi ölçeğinin alan yazında dört boyutu bulunmaktadır. Bunların ilki girdi yönetimi boyutu örgütün bünyesinde yer alan insan, finansal ve fiziksel kaynaklar ile ilgilidir (Smith vd., 2008, s. 7). Yenilik stratejisi, genel olarak bir işletmenin yeni ürün ve pazar geliştirme planları bakımından rekabet ortamı ile ilgili yenilik duruşunu tanımlamaktadır (Adams vd., 2006, s. 30). Örgüt kültürü ise, kuruluşun değerleri ve inançları ve bunlar kuruluş içerisinde yeniliği yönetme yeteneğini nasıl etkilediği ile alakalıdır (Smith vd., 2008, s. 7). Son olarak proje yönetimi boyutu, projenin tercih süreci, değerlendirme ve belirli şartlarda kaynak dağıtımını gerekli kılan bir boyuttur (Adams vd., 2006, s. 36).

Yöntem

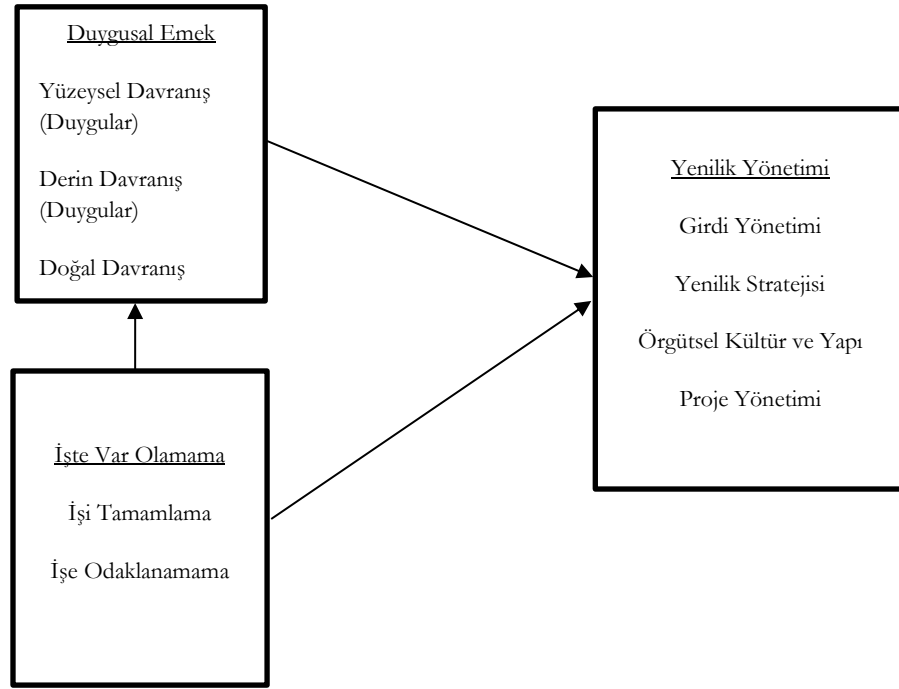
Çalışmanın amacına uygun olarak ihtiyaç duyulan nicel verileri toplamak için tarama araştırması yaklaşımı kullanılmıştır. Araştırma kapsamına dahil edilen evrenin geniş bir alanı kapsamaması, evrenin tamamına ulaşabilmek konusunda enerji, maliyet ve zaman problemlerini beraberinde getireceğinden dolayı, belirlenen evren dahilinde örneklem seçilmiştir (Karasar, 2005, s.110-127). Araştırmada veriler, İstanbul ilinde bulunan üç, dört ve beş yıldızlı otel işletmeleri işgörenlerine anket uygulanması ile elde edilmiştir. Araştırmanın hedef kitlesi, otel işletmelerinin her biriminden tam zamanlı çalışan 420 işgören ve 180 yöneticidir. Bir örnek, belirli bir evrenin gerçeک temsilidir. Bu çalışmanın örnekleminin belirlenmesinde kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Bu yöntem, belirli bir ölçüt konulmadan bir mekânda yer alan herkese saptanmış bir zaman zarfında erişilmeye çalışılmasıdır. Kişi yaklaşımında herhangi bir olasılık hesaplanması yer almamaktadır. Varılmak istenen hedefe ulaşıldığında ise veri toplama işlemine son verilmektedir. Devamında verilerin analizi gerçekleşmektedir. Örneklemin zayıf yanı ise seçilen örneklemin evrenin genelini hangi oranda temsil ettiğinin saptanamamasıdır (Kozak, 2018, s. 106- 107). Bu yöntemin amacı, ankete katılım gösteren herkesin dahil edilmesidir. Denek bulma işlemi ise istenilen sayıya ulaşıncaya kadar devam etmektedir. Aynı zamanda bu yöntem, zaman ve ekonomik bakımdan avantajlara sahiptir (Ural ve Kılıç, 2011, s. 42). Bu kapsamda 600 anket formu yüz yüze veya elektronik ortamda dağıtılmış ve toplam 450 adet anket formu toplanmıştır. Bu formlardan eksik veya hatalı bilgi girişi nedenleriyle 42 adedi analiz kapsamına dahil edilmemiş ve bu çalışmanın örneklemini 408 anket formu bu

çalışmanın örneklemini oluşturmuştur. Dolayısıyla anket formu geri dönüş oranı %75'tir. Anket tekniği ile verilerin toplanması süreci COVID-19 salgının yoğun olduğu 1 Haziran-30 Kasım 2021 tarihleri arasında gerçekleştirilmiştir. Nicel araştırmalar için örneklemin evreni temsil etme kuvveti oldukça önemli bir konudur. Sekaran & Bougie (2016, s. 263-264) göre 10 bin ve üzeri evrenin olduğu sahalarda 0,95 güven oranında katılımcıların 370 kişiden oluşması yeterli olmaktadır.

Araştırma Modeli ve Hipotezleri

Araştırmada, İstanbul ilinde bulunan üç, dört ve beş yıldızlı otel işletmeleri işgörenlerinin üzerinde etkisi olduğu düşünülen duygusal emek ve işte var olamama konularının yenilik yönetimine etkisi ve birbirleriyle ilişkileri Yapısal Eşitlik Modellemesi (YEM) ile incelenmiştir. Araştırmada, işte var olamama ve duygusal emek değişkenleri dışsal (açıklayıcı), yenilik yönetimi değişkeni ise içsel (açıklanan) değişken olarak yer almaktadır. Ayrıca araştırmada işte var olamamanın duygusal emeğe olan etkisi de incelenmiş ve bu incelemede duygusal emek açıklanan değişken konumunda yer almıştır.

YEM'lerin test edilmesi varyans temelli kısmi en küçük kareler modellemesine imkân veren bir bilgisayarlı istatistiksel yazılım programı ile gerçekleştirilmiştir. Şekil 1 araştırmanın kavramsal modelini göstermektedir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Bu çalışmada aşağıda verilmiş olan hipotezler çalışmanın kavramsal çerçevesi kapsamında değerlendirilerek meydana getirilmiştir. İlk hipotezde ölçekler arasında istatistiksel olarak anlamlı ilişkilerin olup olmadığına bakılmaktadır.

H1: Otel işletmeleri çalışanlarının duygusal emek, işte var olamama ve yenilik yönetimi algıları arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Duygusal emek ölçeğini oluşturan boyutların ilki olan yüzeysel davranış, işgörenlerin gerçekte hissetmedikleri duyguları iş esnasında taklit etmeleri durumunu ifade etmektedir. Aşağıdaki hipotezler, çalışmanın kavramsal çerçevesinde ele alınan, işgörenlerin işi tamamlamaya yönelik var olabilme algıları, yüzeysel davranışları ve yenilik yönetimi ölçeğinin boyutları bağlamında oluşturulmuştur.

H2: İş görenlerin işi tamamlamaya yönelik var olabilme algıları yüzeysel davranışlarını etkilemektedir.

Hde1: İş görenlerin işi tamamlamaya yönelik var olabilme algıları yüzeysel davranış üzerinden girdi yönetimini etkilemektedir.

H3: İş görenlerin işi tamamlamaya yönelik var olabilme algıları girdi yönetimi etkilemektedir.

Hde2: İş görenlerin işi tamamlamaya yönelik var olabilme algıları yüzeysel davranış üzerinden yenilik stratejisini etkilemektedir.

H4: İş görenlerin yüzeysel davranışları girdi yönetimini etkilemektedir.

Hde3: İş görenlerin işi tamamlamaya yönelik var olabilme algıları yüzeysel davranış üzerinden örgüt kültürünü etkilemektedir.

H5: İş görenlerin işi tamamlamaya yönelik var olabilme algıları yenilik stratejisi etkilemektedir.

H6: İş görenlerin yüzeysel davranışları yenilik stratejisi etkilemektedir.

H7: İş görenlerin işi tamamlamaya yönelik var olabilme algıları örgüt kültür ve yapısını etkilemektedir.

H8: İş görenlerin yüzeysel davranışları örgüt kültür ve yapısını etkilemektedir.

Veri Toplama Araçları

Duygusal Emek Ölçeği

Bu çalışmada ele alınan duygusal emek ölçeği, Diefendorff ve arkadaşları (2005) tarafından, Grandey (2003) ve Kruml & Geddes (2000b)'ın duygusal emek ölçeklerinin bazı maddeleri alınarak uyarlanmıştır. Ölçek üç faktörden oluşmaktadır. Ölçeğin ilk faktörü olan yüzeysel rol yapma yedi, derinden rol yapma dört ve doğal davranışlar üç ifadeden oluşmaktadır. Ölçeğin iç tutarlığı; yüzeysel rol yapma boyutu için $\alpha=0,92$, derinden rol yapma boyutu için $\alpha=0,85$ ve doğal duygular için ise $\alpha=0,83$ olarak bulunmuştur (Diefendorff vd., 2005, s. 345).

İşte Var Olamama Ölçeği

Araştırmadaki ikinci ölçek ise Koopman vd. (2002) tarafından geliştirilen ve Coşkun (2012) tarafından Türkçe'ye uyarlanan ölçek "Stanford Presenteeism Ölçeği"dir. İşte var olamama (presenteeism) ölçeği; işi tamamlama ve dikkat dağınıklığından kaçınma alt boyutları ile toplam iki boyut olacak şekilde incelenmiştir. Ankette işte var olamamayı (presenteeism) ölçebilmek amacıyla kullanılan bu ölçek, Koopman vd. (2008); işi tamamlamaya ilişkin 3, dikkat dağınıklığından kaçınmaya ilişkin 3 ifade olmak üzere toplam 6 ifadeden oluşmaktadır. Bu ölçeğin geçerlilik (%77,8) ve güvenilirliği Coşkun (2012) tarafından da gerçekleştirilmiştir. Aynı zamanda, 1,3,4 numaralı ifadeler düz puanlanırken 2,5,6 numaralı ifadeler ters kodlu şekilde belirtmiştir (Çiçeklioğlu, 2019; Taner 2020). Ancak işte var olamama ölçeği Anık Baysal (2012) ve Taner (2020); çalışmalarında tek boyut olarak ele alınmıştır.

Yenilik Yönetimi Ölçeği

Çalışmada kullanılan yenilik yönetimi ölçeği ise Bülbül (2012) tarafından "Okullarda Yenilik Yönetimi Ölçeği" geliştirilmiştir. Ölçek; "Girdi Yönetimi", "Yenilik Stratejisi" "Örgütsel Kültür ve Yapı" ve "Proje Yönetimi'ni" içeren dört alt boyuttan ve 32 maddeden meydana gelmektedir. Girdi yönetimi beş, yenilik stratejisi boyutu altı, örgütsel kültür ve yapı altı ve son olarak proje yönetimi 15 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin boyutlarının iç tutarlılık katsayıları ise 0.85 ve 0.94 arasında değişim göstermektedir. Ölçeğin tamamına yönelik iç tutarlılık katsayısı 0.96 olarak bulunmuştur. Söz konusu her üç ölçeği oluşturan tüm maddeler 5'li Likert olarak "1-Kesinlikle Katılmıyorum", "2-Katılmıyorum", "3-Kararsızım", "4-Katılıyorum", "5-Kesinlikle Katılıyorum" kodlanmıştır (Bülbül, 2012, s. 52).

Bulgular

Bu bölümde bulgulara ilişkin demografik özellikler, normallik testleri, fark testleri ve hipotezlere ilişkin bulgular yer almaktadır.

İş Görenlerin Demografik Özellikleri

Katılımcıların kategorik özellikleri ve elde edilen veriye göre dağılımları aşağıdaki tabloda yer almaktadır.

Tablo 1. İş görenlerin Demografik Özellikleri ve Dağılımları

<i>Değişken</i>	<i>Düzy</i>	<i>n</i>	<i>%</i>
Cinsiyet	Kadın	165	40,4
	Erkek	243	59,6
Medeni Durum	Evli	188	46,1
	Bekar	220	53,9
Kurumdaki Görev	Yönetici	144	35,3
	Çalışan	264	64,7
Yaş	18-25 yaş	94	23,0
	26-30 yaş	131	32,1
	31-35 yaş	78	19,1
	36-40 yaş	62	15,2
	41+ yaş	43	10,5
Mesleki Tecrübe	0-5 yıl	150	36,8
	6-10 yıl	108	26,5
	11-15 yıl	41	10,0
	16-20 yıl	72	17,6
	21-25 yıl	37	9,1
Eğitim	Lise	64	15,7
	Ön Lisans	91	22,3
	Lisans	187	45,8
	Yüksek Lisans	61	15,0
	Doktora	5	1,2
Çalışılan Departman	Yiyecek İçecek	105	25,7
	Ön Büro	197	48,3
	Kat Hizmetleri	43	10,5
	Muhasebe	34	8,3
	Teknik Servis	29	7,1
Kurumdaki Kıdem	0-5 yıl	209	51,2
	6-10 yıl	111	27,2
	11-15 yıl	33	8,1
	16-20 yıl	24	5,9
	21-25 yıl	31	7,6

Çalışmaya katılanların %59,6'sı erkek çalışanlardan meydana gelmektedir. Katılımcıların %46,1'i evli iken %53,9'u bekârdır. İş görenlerin mod yaş aralığının %32,1 ile 26-30 yaş aralığı olduğu belirlenirken, toplamın %23'ü 18-25 yaş aralığında olduğu belirlenmiştir. Katılımcıların yönetici pozisyonunda (otel müdürü, müdür yardımcısı ve departman yöneticileri) %35,3 ve çalışan %64,7 kurumlarında görev aldıkları görülmektedir. Yaş aralığı 31-35 arasında olanların oranı ise %19,1 olarak hesaplanmıştır. İş görenlerin meslekteki tecrübeleri de incelenmiş ve mod tecrübe yılının %36,8 ile 0-5 yıl arasında olduğu hesaplanmıştır. İş görenlerin %26,5'i 6-10 yıl arasında tecrübeye sahip iken, %10,0'inin ise 11-15 yıl tecrübeye sahip olduğu belirlenmiştir. İş görenlerin en çok lisans mezunu olduğu belirlenmiş ve oran olarak toplamda %45,8'lik bir ağırlığa sahip olduğu hesaplanmıştır. Lise mezunlarının oranı ise %15,7, ön lisans mezunlarının oranı ise %22,3 olduğu belirlenmiştir. Yüksek lisans veya doktora yapan İş görenlerin oranının ise %16,2 olduğu hesaplanmıştır. İş görenlerin daha çok ön büroda çalıştıkları ve toplamın %48,3'ünü oluşturdukları belirlenmiştir. Katılımcıların çoğunluğunun ön büro departmanında çalışıyor olması, işletmelerin özellikle bu departman çalışanlarına anket doldurma izni vermelerinden kaynaklanabilir. Yiyecek içecek departmanında işgörenlerin oranının ise %25,7 olduğu, kat hizmetlerindeki işgörenlerin oranının ise %10,5 olduğu belirlenmiştir. Muhasebe veya teknik serviste çalışan katılımcılar %15,4'lük oranı oluşturmaktadır. İş görenlerin kurum kıdemleri de incelenmiş ve %51,2'sinin 0-5 yıllık kurum kıdeme sahip olduğu belirlenmiştir. İş görenlerin %27,2'si 6-10 yıl arası kurum kıdeme sahip olduğu, %8,1'inin ise 11-15 yıl arası kurum kıdeme sahip olduğu hesaplanmıştır.

Normallik Testleri

İstatistiksel analizlerde yapılan çoğu testin uygulanabilmesi açısından verilerin dağılımı önem taşımaktadır. Verilerden geçerli sonuçlara ulaşabilmek için ilk olarak verilerin kalitesinin incelenmesi gerekmektedir. Normal dağılım, toplanan verilerin tanımlanmış bir evrenin normal olasılıkla dağılıp dağılmadığını test etmektedir. Normal dağılım, parametrik testlerin kullanılabilmesinde ilk varsayımdır. Dolayısıyla, bazı araştırmacılar basıklık-çarpıklık kat sayılarını $\pm 1,5$ aralığında olması verilerin normal dağıldığını belirtmektedir (Arslan, 2018, s. 309-312). Parametrik bir test yardımıyla analiz yapılabilmesi için öncelikli olarak verilerin normal dağılım göstermesi, popülasyon varyanslarının homojen olması vb. şartlar

aranmaktadır. Veriler genellikle parametrik testlerin uygulanma şartlarını yerine getirmediikleri durumlarda, içerisinde katı varsayımların yer almadığı durumlarda non-parametrik testler kullanılabilirlerdir.

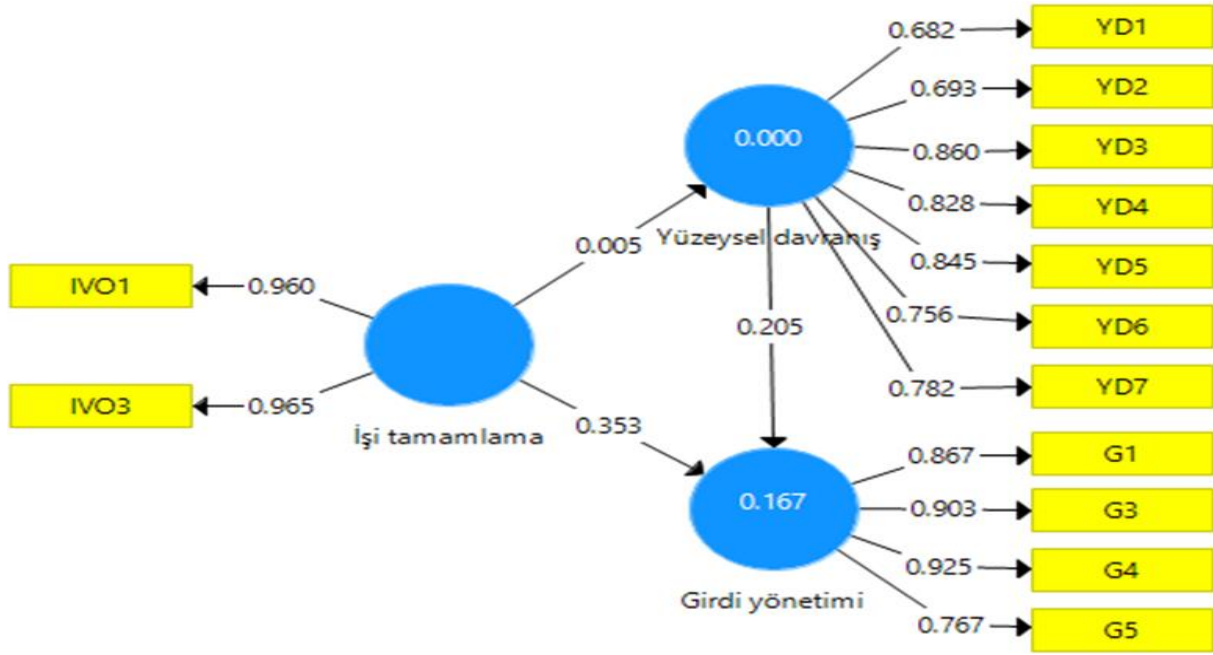
Non-parametrik testlerin avantajı ana kitle hakkında bilgiye sahip olunmadığı durumlarda güvenle kullanılabilir olmasıdır. Örneğin, örnek hacminin küçük olduğu durumlarda örnek dağılımı normal dağılıma yaklaşmadığından non-parametrik yöntem gereklidir. Aynı zamanda bu testler parametrik testlere göre daha kolay ve pratiktir (Karagöz, 2010, s. 19). Bu çalışmada, değişkenler normal dağılım göstermediğinden non-parametrik testler kullanılmıştır.

Tablo 2. Araştırma Değişkenleri Normallik Testi

	Ortalama	Std. Sap	Çarpıklık	Basıklık	Anderson-Darling	
					AD	P<
Yüzeysel davranış	3,1761	1,08323	-0,353	-0,862	5,750	0,005
Derin davranış	3,8903	1,03014	-1,049	0,567	13,764	0,005
Doğal davranış	3,7149	0,97505	-0,666	-0,181	8,766	0,005
İşi tamamlama	3,5980	1,36792	-0,777	-0,736	23,843	0,005
Odaklanamama	2,9722	1,11833	0,189	-0,902	7,965	0,005
Girdi yönetimi	3,6550	1,02578	-0,548	-0,577	9,810	0,005
Yenilik stratejisi	4,0776	0,79582	-1,067	1,350	8,934	0,005
Örgüt kültürü ve yapı	4,2439	0,74230	-1,541	4,021	16,388	0,005
Proje yönetimi	4,0879	0,63829	-1,565	4,300	10,506	0,005

İşi görülenlerin çeşitli özelliklerine göre ölçeklere verdikleri yanıtlar arasındaki farklılıkları araştırmadan önce ortalama skor değerlerinin normal dağılım gösterip göstermediği Anderson-Darling normallik testi ile incelenmiş ve Tablo 2'de verilmiştir. Tabloya göre işte var olamama 2 ve işe odaklanamama değişkeni sağa çarpık olduğu belirlenirken diğer araştırma değişkenlerinin normal dağılıma göre sola çarpık olduğu belirlenmiştir. Derin davranış, yenilik stratejisi, örgütsel kültür ve yapı ve proje yönetimi değişkenleri normal dağılıma göre daha sivri belirlenirken diğer değişkenlerin daha basık olduğu görülmüştür. Araştırmada işgörenlerin çeşitli özelliklerine göre faktörlere verdikleri yanıtlar (puanlar) arasında farklılıklar da araştırılmıştır. Farklılıkların araştırılabilmesi için her ölçeğe verilen yanıtlar birer puan gibi düşünölmüş ve toplanmıştır. Toplam puan/skor değerleri boyutta/faktördeki soru sayısına bölünmüştür. Bu yaklaşımla ortalama puanların 1 ile 5 arasında konumlanması sağlanmıştır. Ortalama puanların açıklanması ölçeklerdeki açıklama ile aynı olması sağlanmış olacaktır. Ortalama skor değerlerinin hesaplanmasında yapısal eşitlik modellerinde yer alan maddelerin olmasına dikkat edilmiştir. Bunun için ortalama skor değerlerinin hesabında IVO2, G2 ve PY9 maddeleri dahil edilmemiştir. Araştırma sonuçları her güç ölçeğinin ve boyutlarının arasında anlamlı istatistiksel olarak anlamlı ilişkilerin bulunduğunu ortaya koymaktadır. Dolayısıyla H1 hipotezi desteklenmiştir.

Ayrıca, ölçeklerin güvenilirlik, AVE gibi değerleri yapısal eşitlik analizinde elde edildiği gibi kalması da sağlanmıştır. Araştırmada ilk sınanan modelde dışsal değişken işte var olamama ölçeğinin işi tamamlama boyutu alınmıştır. İşi tamamlama değişkeninin duygusal emeğinin boyutu olan yüzeysel davranış ve yenilik yönetimi ölçeğinin boyutu olan girdi yönetimine etkisi incelenmiştir.



Şekil 2. İş Tamamlama ve Yüzeysel Davranış Boyutlarının Girdi Yönetimine Etkisine Yönelik Yol Grafiği

Araştırma modellerinde, yakınsak geçerlilik için istenen, faktör yüklerinin (Factor Loading) 0,70'ten daha az olmaması ve 0,90'dan büyük olmamasıdır (Chin, 1998, s. 295-336). Ayrıca çoklu doğrusallık için VIF değeri 5'ten büyük olmamasıdır. $VIF > 5$ durumunda ilgili ifadenin analizden çıkartılması gerekmektedir. Araştırmada işi tamamlamaya yönelik boyutta IVO2 ile IVO3 ifadesi arasında doğrusal çoklu bağıntı değeri 5'ten büyük olduğu belirlenmiştir. İfadelerden en yüksek VIF değerine sahip IVO2 ifadesi boyuttan çıkartılmıştır. Benzer şekilde Girdi yönetimi boyutunda G2 ifadesinde doğrusal çoklu bağıntı değeri 5'ten büyük olduğundan girdi yönetiminden çıkartılmıştır. Modelde maksimum VIF değeri 3,679 olduğu belirlenmiştir.

Yapısal model çalışmasında bir diğer kriter her yapı için Ortalama Açıklanan Varyans (Average Variance Extracted- AVE) değerinin 0,50'den daha yüksek olması gerekmektedir (Fornell & Larcker, 1981). Ayrıca $CR > AVE$ olması gerekmektedir (Gürbüz, 2019, s. 77-88; Özen, Grima & Hamarat, 2021, s. 1-16). Araştırmada faktör yükü 0,70'ten daha az olan maddelerin olduğu belirlenmiştir. Ancak analizden çıkartılmamıştır. Çünkü bu değişkenlerin AVE değerini yükseltmediği diğer ifadeyle birleşme geçerliliği kriteri değeri olan Ortalama Açıklanan Varyans değeri AVE eşik değer olan 0,50'den daha yüksek bulunduğu için analizden çıkartılmamıştır. Girdi yönetimi gizil değişkeninin açıklandığı ilk model için iç tutarlılık güvenilirlikleri incelenmiştir. İç tutarlılık güvenilirlikleri için Cronbach Alpha (CA), Henseler'in rho_A ve Composite Reliability (CR) katsayısına bakılmıştır. Elde edilen sonuçlar Tablo 3'te verilmiştir.

Tablo 3. İş Tamamlama ve Yüzeysel Davranış Değişkenlerinin Girdi Yönetimine Etkisine Yönelik Kritik Değerler

		GY	YD	İT
Fornell	Girdi yönetimi (GY)	0,868	-----	-----
Larcker	Yüzeysel davranış (YD)	0,207	0,781	-----
Kriteri	İşi tamamlama (İT)	0,354	-0,005	0,962
AVE		0,753	0,610	0,926
Cronbach's Alpha (CA)		0,889	0,913	0,920
rho_A		0,897	1,036	0,922
Composite Reliability (CR)		0,824	0,916	0,961
HTMT	Girdi yönetimi (GY)	-----	-----	-----
	Yüzeysel davranış (YD)	0,145	-----	-----
	İşi tamamlama (İT)	0,390	0,047	-----
SRMR		0,080		
En büyük VIF		3,679		
R kare		0,167	-0,002	

Modelde latent değişkenlerle gözlenen değişkenler arasındaki tüm yollar diğer bir ifadeyle faktör yükleri istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur. İş görenlerin işin tamamlanmasına yönelik işte var olması ile yüzeysel davranış arasında aynı yönde 0,005 birimlik etki belirlenmiştir. Belirlenen bu etki istatistiksel

açından anlamlı bulunmamıştır ($t=0,071$ $p=0,994$). Dolayısıyla H2 desteklenmemiştir. İşi tamamlamaya yönelik işte var olamamanın yüzeysel davranış üzerinden girdi yönetimini etkilemediği belirlenmiştir ($t=0,069$ $p=0,945$). Dolayısıyla Hde1 desteklenmemiştir. İş görenlerin işin tamamlanmasına yönelik işte var olması ile girdi yönetimi ile arasında aynı yönde 0,353 birimlik istatistiksel açıdan anlamlı bir etki belirlenmiştir ($t=7,850$ $p=0,000$). Belirlenen bu etkiye göre işgörenlerde işi tamamlamaya yönelik işte var olma artarken girdi yönetimi artmaktadır. Dolayısıyla H3 desteklenmiştir. İş görenlerde yüzeysel davranış ile girdi yönetimi arasında aynı yönde 0,205 birimlik istatistiksel açıdan anlamlı bir etki belirlenmiştir ($t=2,252$ $p=0,024$). Belirlenen bu etkiye göre işgörenlerde yüzeysel davranış artarken girdi yönetimi artmaktadır. Dolayısıyla H4 desteklenmiştir. Hipotezlerin desteklenmesine yönelik sonuçlar Tablo 4'te yer almaktadır.

Tablo 4. İş görenlerin İş Tamamlamaya Yönelik Var Olma ve Yüzeysel Davranışın Girdi Yönetimine Etkisine Yönelik Hipotezler ve Sonuçları

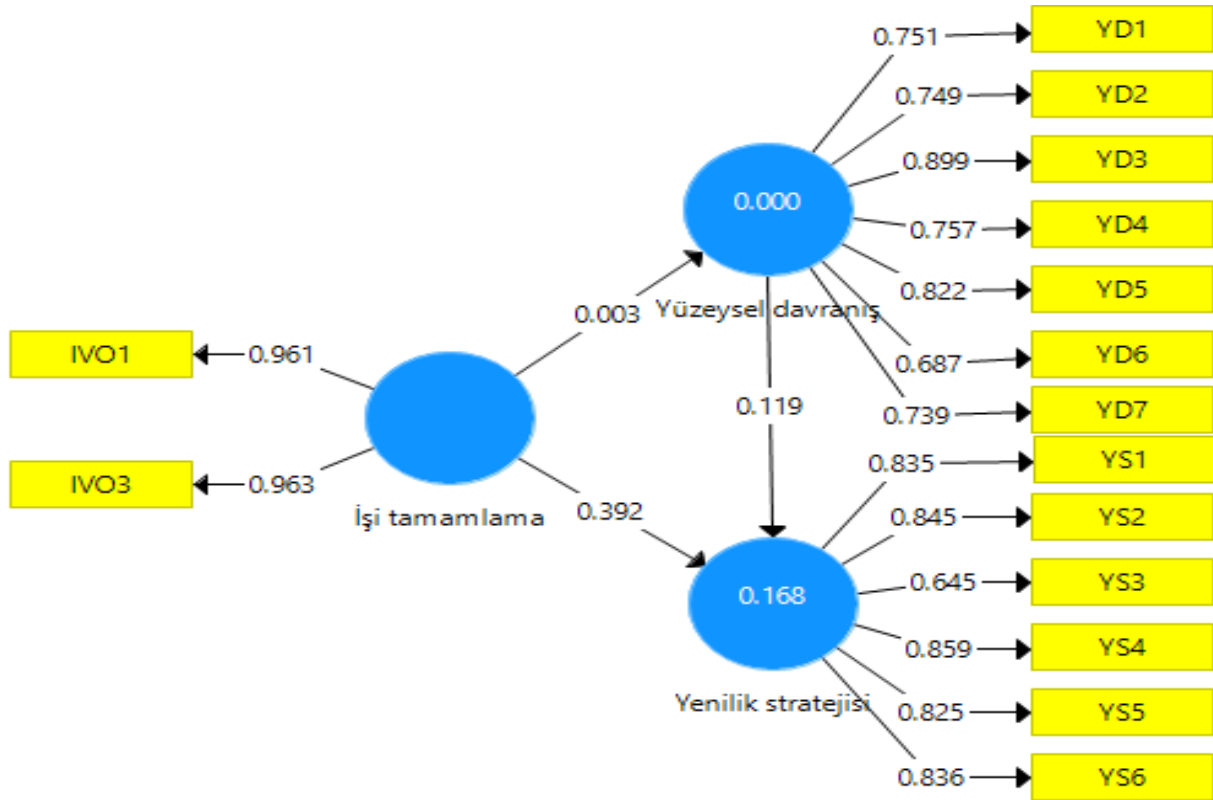
Hipotezin yönü	β	Std. Sapma	t	P	Hipotez
Yüzeysel davranış → Girdi yönetimi	0,205	0,091	2,252	0,024	Desteklendi
İşi tamamlama → Girdi yönetimi	0,353	0,045	7,850	0,000	Desteklendi
İşi tamamlama → Yüzeysel davranış	0,005	0,065	0,071	0,994	Desteklenmedi
İşi tamamlama → Yüzeysel davranış → Girdi yönetimi	0,001	0,014	0,069	0,945	Desteklenmedi

Araştırmada sınanan ikinci modelde işte var olamama ölçeğinin işi tamamlamaya yönelik işte var olabilme ve duygusal emek ölçeğinin boyutu olan yüzeysel davranışın yenilik yönetimi boyutlarından yenilik stratejisine etkisi araştırılmıştır. Araştırmada işi tamamlamaya yönelik boyutta IVO2 ifadesinin doğrusal çoklu bağıntı değeri 5'ten büyük olduğundan boyuttan çıkartılmıştır. Modelde maksimum VIF değeri 4,269 olduğu belirlenmiştir. Araştırmada faktör yükü 0,70'ten daha az olan maddelerin olduğu belirlenmiştir. Ancak değişkenlerin analizden çıkartıldığında AVE değerini yükseltmediği diğer ifadeyle birleşme geçerliliği kriteri olan Ortalama Açıklanan Varyans değeri AVE eşik değeri olan 0,50'den daha yüksek olduğundan analizden çıkartılmamıştır. Sonuçlar aşağıdaki Tablo 5'te verilmiştir.

Tablo 5. İş Tamamlama ve Yüzeysel Davranış Değişkenlerinin Yenilik Stratejisine Etkisine Yönelik Kritik Değerler

	YS	YD	İT
Fornell	0,811	-----	-----
Larcker	0,121	0,775	-----
Kriteri	0,392	0,003	0,962
AVE	0,658	0,600	0,926
Cronbach's Alpha (CA)	0,894	0,913	0,920
rho_A	0,899	1,231	0,920
Composite Reliability (CR)	0,920	0,912	0,961
HTMT	Yenilik Stratejisi (YS)	-----	-----
	Yüzeysel davranış (YD)	0,096	-----
	İşi tamamlama (İT)	0,430	0,047
SRMR	0,078		
En büyük VIF	4,269		
R kare	0,168	-0,002	

İşi görenlerde işi tamamlamaya yönelik işte var olabilme ve yüzeysel davranışın yenilik stratejisine etkisine yönelik yapısal model sınanmış ve yol grafiği Şekil 3'te verilmiştir. Şekil 3'te standart çözüm yer almaktadır. Modelde latent değişkenlerle gözlenen değişkenler arasındaki tüm yollar diğer bir ifadeyle faktör yükleri istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur.



Şekil 3. İş Tamamlama ve Yüzeysel Davranış Değişkenlerinin Yenilik Stratejisine Etkisine Yönelik Yol Grafiği

İş görenlerin işin tamamlanmasına yönelik işte var olması ile yüzeysel davranış arasında aynı yönde 0,003 birimlik bir etki belirlenmiştir. Belirlenen bu etki istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($t=0,038$ $p=0,970$). İş görenlerin işin tamamlanmasına yönelik işte var olması ile yenilik stratejisi arasında aynı yönde 0,392 birimlik istatistiksel açıdan anlamlı bir etki belirlenmiştir ($t=9,123$ $p=0,000$). Belirlenen bu etkiye göre işgörenlerde işi tamamlamaya yönelik işte var olma artarken yenilik stratejisi artmaktadır. Dolayısıyla H5 desteklenmiştir. İş görenlerin yüzeysel davranış sergilemesi ile yenilik stratejisi arasında aynı yönde 0,119 birimlik bir etki belirlenmiştir. Belirlenen bu etki istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($t=1,189$ $p=0,234$). Dolayısıyla H6 desteklenmemiştir. İş tamamlamaya yönelik işte var olabilme yüzeysel davranış üzerinden yenilik stratejisini etkilemediği belirlenmiştir ($t=0,040$ $p=0,968$). Dolayısıyla Hde2 desteklenmemiştir. Hipotezlerin desteklenmesine yönelik sonuçlar Tablo 6'da verilmiştir.

Tablo 6. İş görenlerin İş Tamamlamaya Yönelik Var Olma ve Yüzeysel Davranışın Yenilik Stratejisine Yönelik Hipotezler ve Sonuçları

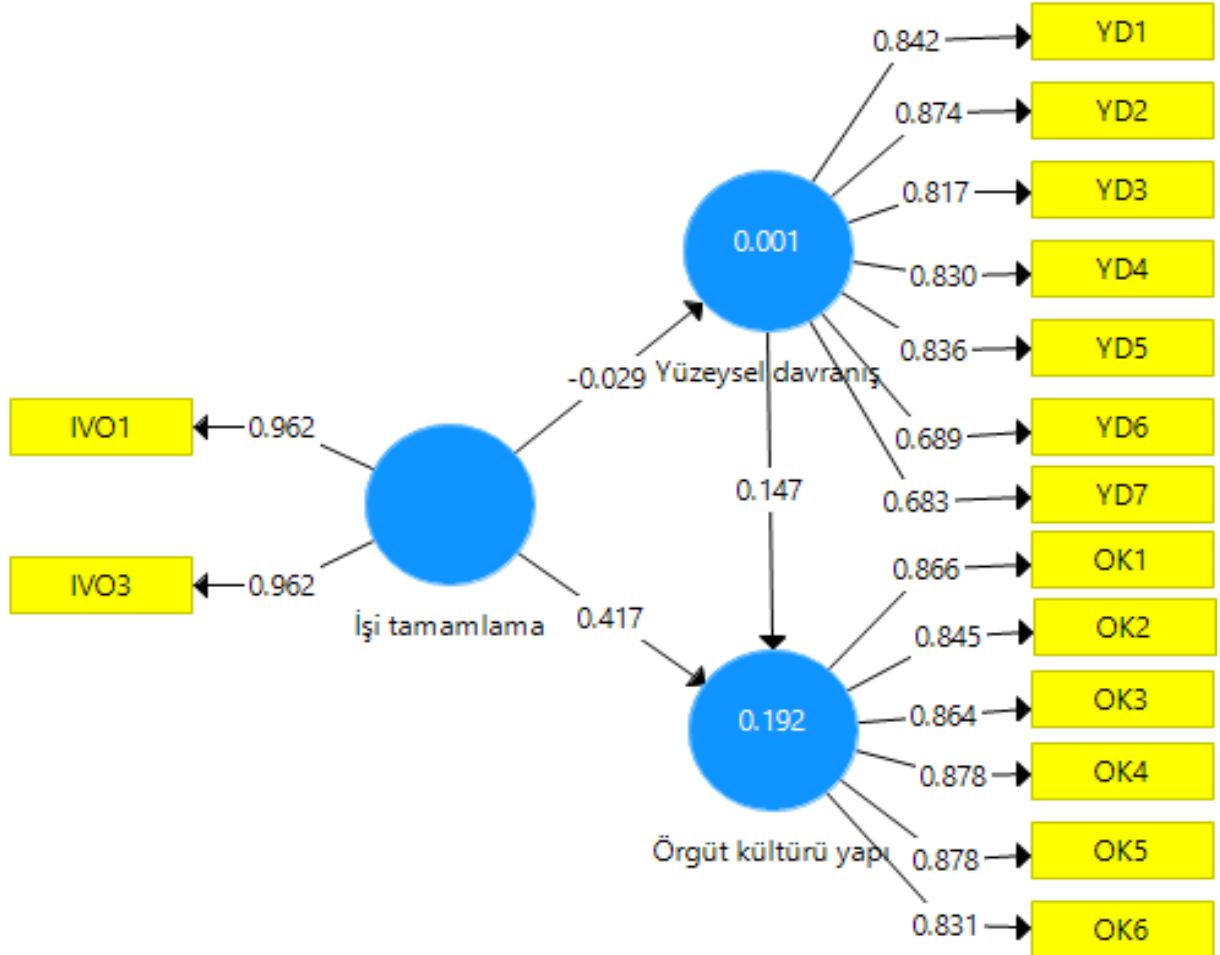
Hipotezin yönü	β	Std. Sapma	t	P	Hipotez
Yüzeysel davranış →Yenilik stratejisi	0,119	0,100	1,189	0,234	Desteklenmedi
İş tamamlama →Yenilik stratejisi	0,392	0,043	9,123	0,000	Desteklendi
İş tamamlama →Yüzeysel davranış	0,003	0,084	0,038	0,970	Desteklenmedi
İş tamamlama →Yüzeysel davranış → Yenilik stratejisi	0,000	0,009	0,040	0,968	Desteklenmedi

Araştırmada sınanan üçüncü modelde dışsal değişken işte var olamama ölçeğinin boyutu olan işi tamamlama alınmış. İş tamamlama değişkeninin duygusal emek boyutu olan yüzeysel davranış ve yenilik yönetimi boyutu olan örgütsel kültür ve yapıya etkisi incelenmiştir. Modele yönelik hipotezler aşağıda verildiği gibidir. Araştırmada sınanan üçüncü modelde işi tamamlamaya yönelik işte var olabilme ve yüzeysel davranışın yenilik yönetimi boyutlarından örgütsel kültür ve yapıya etkisi araştırılmıştır. Modelde maksimum VIF değeri 4,866 olduğu belirlenmiştir. Araştırmada faktör yükü 0,70'ten daha az olan maddelerin olduğu belirlenmiştir. Ancak değişkenlerin analizden çıkartıldığında AVE değerini yükseltmediği diğer ifadeyle birleşme geçerliliği kriteri değeri olan Ortalama Açıklanan Varyans değeri AVE eşik değeri olan 0,50'den daha yüksek bulunduğundan analizden çıkartılmamıştır. Sonuçlar aşağıdaki Tablo 7'de yer almaktadır.

Tablo 7. İşi Tamamlama ve Yüzeysel Davranış Değişkenlerinin Örgütsel Kültür ve Yapı Etkisine Yönelik Kritik Değerler

		YD	OKY	İT
Fornell	Yüzeysel davranış (YD)	0,799	-----	-----
Larcker	Örgüt kültürü yapı (OKY)	0,135	0,860	-----
Kriteri	İşi tamamlama (İT)	-0,029	0,413	0,962
AVE		0,638	0,740	0,926
Cronbach's Alpha (CA)		0,913	0,930	0,920
rho_A		0,966	0,931	0,920
Composite Reliability (CR)		0,925	0,945	0,961
HTMT	Yüzeysel davranış (YD)	-----	-----	-----
	Örgüt kültürü yapı (OKY)	0,125	-----	-----
	İşi tamamlama (İT)	0,047	0,445	-----
SRMR		0,070		
En büyük VIF		4,866		
R kare		0,001	0,192	

şekil 4'te ulaşılan standart çözüm görölmektedir. Modelde latent değişkenlerle gözlenen değişkenler arasındaki tüm yollar diğer bir ifadeyle faktör yükleri istatistiksel açıdan anlamlı bulunmuştur.

**şekil 4.** İşi Tamamlama ve Yüzeysel Davranış Değişkenlerinin Örgütsel Kültür ve Yapı Değişkenine Etkisine Yönelik Yol Grafiği

İş görenlerin işin tamamlanmasına yönelik işte var olması ile yüzeysel davranış arasında ters yönde 0,029 birimlik bir etki belirlenmiştir. Belirlenen bu etki istatistiksel açıdan anlamlı bulunmamıştır ($t=0,483$ $p=0,629$). İş görenlerin işin tamamlanmasına yönelik işte var olması ile örgütsel kültür ve yapı arasında aynı yönde 0,417 birimlik istatistiksel açıdan anlamlı bir etki belirlenmiştir ($t=9,719$ $p=0,000$). Belirlenen bu etkiye göre işgörenlerde işi tamamlamaya yönelik işte var olma artarken örgütsel kültür ve yapı da artmaktadır. Dolayısıyla H7 desteklenmiştir. İşgörenlerin yüzeysel davranış sergilemesi ile örgütsel kültür ve yapı arasında aynı yönde istatistiksel açıdan anlamlı 0,147 birimlik bir etki belirlenmiştir ($t=2,622$

p=0,009). Belirlenen bu etkiye göre işgörenlerde yüzeysel davranış sergileme artarken örgütsel kültür ve yapı da artmaktadır. Dolayısıyla H8 desteklenmiştir. İş tamamlamaya yönelik işte var olabilme yüzeysel davranış üzerinden yenilik stratejisini etkilemediği belirlenmiştir (t=0,488 p=0,625). Dolayısıyla Hde3 desteklenmemiştir. Hipotezlerin desteklenmesine yönelik sonuçlar Tablo 8’de verilmiştir.

Tablo 8. İş görenlerin İş Tamamlamaya Yönelik Var Olma ve Yüzeysel Davranışın Örgütsel Kültür ve Yapı Değişkenine Etkisine Yönelik Hipotezler ve Sonuçları

Hipotezin yönü	β	Std. Sapma	t	P	Hipotez
Yüzeysel davranış → Örgüt kültürü yapı	0,147	0,056	2,622	0,009	Desteklendi
İşi tamamlama → Yüzeysel davranış	-0,029	0,060	0,483	0,629	Desteklenmedi
İşi tamamlama → Örgüt kültürü yapı	0,417	0,043	9,719	0,000	Desteklendi
İşi tamamlama → Yüzeysel davranış → Örgüt kültürü yapı	-0,004	0,009	0,488	0,625	Desteklenmedi

Araştırmada neden durumunda olan değişkenlerden yenilik yönetimine yönelik iki farklı model bütünlüğü ele alınmıştır. İlk model bütünlüğünde işi tamamlamaya yönelik işte var olamama latent değişkeni dışsal değişken alınmıştır. Araştırmada geline nokta ikinci araştırma model bütünlüğü ele alınmıştır. İkinci model bütünlüğünde işte var olamama dışsal değişkeninde işe odaklanamamadan kaynaklı işte var olamama ele alınmıştır. Diğer bir ifadeyle işe odaklanamamadan kaynaklı işte var olamamanın duygusal emek ve yenilik yönetimine etkisi araştırılmıştır. Araştırma ilk bütünsel yaklaşımda olduğu gibi tüm boyutlar arasında tek tek sınanmıştır.

Sonuç

Bu çalışma kapsamında katılımcıların genel olarak orta yaş grubu içerisinde oldukları görülmüştür. Turizm sektörü emek yoğun bir sektör olması nedeniyle işgören başına iş yükü fazla olmakla birlikte işlerin niteliği de ağır olabilmektedir. Bu nedenle erkek işgören sayısı ön plana çıkmakta ve yaş ortalaması ağırlıklı olarak genç-orta kesimde yer almaktadır. Bu çalışmada lisans eğitim seviyesinde yer alan çalışanların önemli bir oranda buldukları görülmektedir. Eğitim algısının yıllar içerisinde değişim göstermesi nedeniyle lisans eğitimi görenlerin sayısında da artış meydana gelmektedir. Dolayısıyla, eğitim seviyesi genç- orta kesim yaş grubuyla da ilişkilendirilebilir. Duygusal emek açısından çalışanların yaş dağılımı önemlidir. Pala ve Tepeci (2014) yapmış oldukları çalışmada yaşın ilerledikçe duygusal emek gösterim süresinin azaldığı, Yıldız (2014) ise çalışmasında yaşın ilerledikçe duygusal emek düzeyinin arttığı sonucuna varmıştır. Dolayısıyla, yaş düzeyinin ileri yaş aralıklarında olması hem sektörde deneyimli olduğunun bir kanıtı, hem de duyguları yönetmede bir başarı göstergesi olabilir.

Katılımcıların büyük çoğunluğunu önbüro ve yiyecek-içecek departmanı çalışanları oluşturmaktadır. Önbüro ve yiyecek-içecek departmanları, müşterilerle bire bir etkileşimin fazla olduğu departmanlardır. Bu bakımdan bu çalışanların duygusal emek algıları işletmeler açısından diğer departmanlara göre daha anlamlı olabilmektedir. Araştırmanın çalışılan görev durumu sonuçlarına göre işgörenlerin çoğunluk olarak (%64,7) oranında mavi yaka çalışan pozisyonunda yer aldığı görülmektedir. Çalışmada yönetici olarak kabul edilen çalışanların ise otel müdürü, müdür yardımcısı ve departman yöneticilerinden oluştuğu ve bu grubunda katılımcıların % 35’ini oluşturduğu görülmektedir. Çalışan yönetici grupları ele alındığında turizm sektöründe çalışanların yöneticilere göre sayıca daha fazla olması ve yöneticilerin yoğunluklarından dolayı çalışanlara erişimin daha kolay olması verilerin bu şekilde dağılmasına neden olmakta denilebilir.

Bu çalışmaya bakıldığında çalışanların en fazla önem verdikleri konunun örgüt kültürü ve yapısı olduğu anlaşılmaktadır. Çalışanlarının duygusal emek ve işte var olamama düzeylerinin farkında olan bir işletmenin çalışanlarının duygularını anlamada, yeniliği yönetmede ve öncü olmada becerikli olduğu ve bu yönde bir kültürel yapı oluşturduğu söylenebilir. Bununla beraber kendisinin duygularının farkında olan ve yönetebilen çalışanların da işte var olamama sorununa karşı daha dayanıklı oldukları ifade edilebilir.

Çalışma sonuçlarına göre duygusal emek boyutlarından yüzeysel davranış, doğal davranış ve derin davranış, yenilik yönetiminin bir boyutu olan girdi yönetimini aynı yönde (olumlu yönde) etkilemektedir. Duygusal emek boyutları artarken girdi yönetimi de artmaktadır. Yine benzer şekilde işte var olamamanın boyutlarında olan işi tamamlama girdi yönetimini aynı yönde etkilemektedir. Dolayısıyla, işi tamamlama artarken girdi yönetimi de artmaktadır denilebilir. İşte var olamamanın işi tamamlama boyutu duygusal emeğin doğal davranış boyutu üzerinden girdi yönetimini aynı yönde etkilemektedir. Dolayısıyla, işte var olamamanın işi tamamlama boyutu duygusal emeğin yalnızca doğal davranış boyutu üzerinden girdi yönetimini aynı yönde etkilediği görülmektedir. Bu sonuçlara benzer bir sonuçlar Taner (2020)’in

çalışmasında görülmektedir. Taner (2020) duygusal emeğin yüzeysel davranış boyutunun işte var olamamanın işi tamamlama ve işe odaklanamama boyutlarını anlamlı düzeyde etkilediğini ifade etmektedir. İşte var olamamanın bir diğer boyutu olan işe odaklanamamanın, duygusal emeğin doğal davranış boyutu üzerinden (modellerde ayrı ayrı olmak üzere) girdi yönetimini aynı yönde etkilediği görülmektedir.

Duygusal emek ölçüğünün derin davranış ve doğal davranış boyutları yenilik yönetiminin yenilik stratejisi boyutunu aynı yönde etkilemektedir. İşte var olamamanın işi tamamlama boyutu yenilik yönetiminin yenilik stratejisi boyutunu aynı yönde etkilemektedir. İşte var olamamanın işi tamamlama boyutu duygusal emeğin doğal davranış boyutu üzerinden yenilik stratejisini aynı yönde etkilemektedir. İşte var olamamanın işe odaklanamama boyutunun duygusal emeğin doğal davranış boyutu üzerinden yenilik stratejisini aynı yönde etkilediği görülmektedir. Duygusal emeğin yüzeysel davranış, derin davranış ve doğal davranış boyutları yenilik yönetiminin örgütsel kültür ve yapı boyutunu aynı yönde etkilemektedir. İşte var olamamanın işi tamamlama boyutunun yenilik yönetiminin örgütsel kültür ve yapı boyutunu aynı yönde etkilediği görülmektedir. Çalışanların Yüzeysel davranış artarken girdi yönetimi ve örgütsel kültür ve yapısı da artmaktadır. İş tamamlamanın yüzeysel davranış üzerinden girdi yönetimi ve yenilik stratejisi, örgütsel kültür ve yapısı ve proje yönetimine etkisi anlamlıdır. Dolayısıyla çalışanların olumlu ve uygun yüzeysel davranış göstermeleri örgüt kültürü ve yenilik stratejisinin gelişimine de katkı sağlamaktadır denilebilir. Araştırma sonuçları işgörenler açısından işe yüklenen duygusal emeğin seviyesinin işte var olamama sorunu ve işgörenele örgüt arasında anlamlı bir yenilik yönetimi ilişkisinin kurulmasını etkilediğini göstermektedir. Bu nedenle İş görenler tarafından algılanan duygusal emeğin doğru anlamlandırılması işletme açısından oldukça önemli hale gelmektedir. Bu çalışmanın verileri ışığında alan yazın, sektör ve uygulamaya yönelik aşağıdaki öneriler değerlendirilebilir;

- İşgörenlerin duygularını yönetmelerine destek olacak motive edici uygulamalar sağlanmalıdır. Bu sayede işgörenlerin duygularını daha iyi yönetmeleri neticesinde işletmeye yenilikler gelebilecek bu da işletmenin rekabet avantajı kazanmasını sağlayacaktır. Bu kapsamda işgörenlerin duygularını yönetmelerine yardımcı olacak eğitim destek programları sağlanabilir.
- Çalışmada işgörenlerin işte var olamama sorunları kapsamında, iş-aile dengesinin kurulmasına yönelik profesyonel destek verilebilir. Bu sayede, işgörenlerin işte var olamamanın işe odaklanamama sorunlarına yardımcı olabilir.
- İşgörenleri işte var olamamaya iten örgüt içerisinde güven ortamının oluşmamasından kaynaklı olarak işgörenler işlerini kaybetme korkusu yaşamakta ve bu durum da duygularını yönetmelerini etkilemektedir. Dolayısıyla, örgütsel güvenin oluşması oldukça önem teşkil etmektedir.
- Tüm bunların yanında sektör emek yoğun bir sektör olduğundan otel yöneticileri iş yükünü azaltmak adına çözüm önerileri geliştirebilirler.
- Eğitim düzeyinin artması işgörenlerin doğal davranış sergilemeleri ile paralellik göstermesi doğrultusunda sektörde eğitimli bireyleri istihdam ederek müşteriye karşı samimi davranış sergilemeleri sağlanabilir.
- Bu çalışma, duygusal emek ve işte var olamamanın yenilik yönetimine etkisini nicel yöntemlerle açıklamaya çalışmıştır. Dolayısıyla, nitel yöntemlerle çalışma zenginleştirilebilir.
- Çalışmada kullanılan model değişkenlerine farklı değişkenler ilave edilerek çalışma genişletilebilir.
- Çalışma verileri COVID-19 pandemisinin yoğun olduğu dönemde toplandığından katılımcılara ulaşmada zorlanılmıştır. Bu nedenle pandemi sonrası bir dönemde benzer çalışmalar farklı örneklerle gerçekleştirilerek daha fazla katılımcıya ulaşılabilir.

Bu çalışmanın turizm işletmelerine olan katkılarının yanında duygusal emek, işte var olamama ve yenilik yönetimi konularını ilişkilendiren bir çalışmaya rastlanmamasından dolayı ilgili alanda öncü bir araştırma niteliğini taşıması ve ilgili alan yazına da katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Ayrıca araştırmanın saha çalışması İstanbul ili ile sınırlıdır. Bu bağlamda duygusal emek, işte var olamama ve yenilik yönetimi konuları ilerleyen dönemlerde Türkiye'nin farklı turizm destinasyonlarında gerçekleştirilecek araştırmalar ile tekrar test edilebilir ve ulaşılan neticeler bu araştırmanın sonuçlarıyla karşılaştırılabilir.

Etik Beyan

“Duygusal Emek ve İşte Var Olamamanın Yenilik Yönetimine Etkisi: İstanbul İlindeki Otel İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma” başlıklı çalışmanın yazım sürecinde bilimsel kurallara, etik ve alıntı kurallarına uyulmuş; toplanan veriler üzerinde herhangi bir tahrifat yapılmamış ve bu çalışma herhangi başka bir akademik yayın ortamına değerlendirme için gönderilmemiştir.

Araştırmacıların Katkı Oranı Beyanı

Yazarların çalışmadaki katkı oranları eşittir.

Çatışma Beyanı

Çalışmada herhangi bir potansiyel çıkar çatışması söz konusu değildir.

Not

Bu çalışma 'Duygusal emek ve işte var olamamanın yenilik yönetimine etkisi: İstanbul İlindeki otel işletmeleri üzerine bir araştırma' isimli Yüksek Lisans tezinden üretilmiştir.

Teşekkür

Bu çalışma Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koodinasyon Birimince Desteklenmiştir. Proje Numarası: SYL-2021-3503. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Bilimsel Araştırma Projeleri Koodinasyon Birimine katkılarından dolayı teşekkür ederiz.

Kaynakça

- Acaray, A. (2007). *Küçük ve orta boy işletmelerde yenilik yönetimi: yenilik yönetiminde etkili olan örgütsel yapı ve faktörlere ilişkin bir araştırma* (Yüksek Lisans Tezi). Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Adams, R., Bessant, J. ve Phelps, R. (2006). Innovation management measurement: A review. *International Journal of Management Reviews*, 8(1), 21–47. Doi.org/10.1111/j.1468-2370.2006.00119.x
- Arslan, D.A. (Edt). (2018). *Sosyal bilimlerde araştırma yöntem ve teknikleri*. Ankara: Paradigma Akademi.
- Aydoğar, N. (2018). *Okul yöneticilerinin yenilik yönetimi becerilerinin öğretmen görüşlerine göre incelenmesi (Kabramanmaraş il merkezi özel ve devlet okulları örneği)* (Yüksek Lisans Tezi). Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş.
- Bayar, A. (2016). *Eğitim kurumlarında presenteeizm'in azaltılmasında ödüllendirmenin rolü* (Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi). Bahçeşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Bülbül, T. (2012). Okul yöneticilerinin yenilik yönetimine ilişkin yeterlik inançları. *Trakya Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 14(1), 45-68.
- Chin, W. W. (1998). The partial least squares approach to structural equation modelling. *Modern Methods for Business Research*, 295(2), 295-336.
- Chu, K. H., Baker, M. A., & Murrmann, S. K. (2012). When we are onstage, we smile The effects of emotional labor on employee work outcomes. *International Journal of Hospitality Management*, 31(3), 906-915.
- Chu, K.H.L. (2002). *The effects of emotional labor on employee work outcomes*. Virginia: In Hospitality and Tourism Management.
- Çiçeklioğlu, H. (2019). *Presenteeism (işte var olamama), duygusal emek ve örgütsel vatandaşlık davranışının performans üzerine etkileri: eğitim çalışanları üzerine bir araştırma* (Doktora Tezi). Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş.
- Çiçeklioğlu, H. ve Taşhyan, M. (2019). Eğitim kurumu çalışanlarının presenteeism (işte var olamama) algılarının performansa olan etkisi ve sosyo-demografik özellikleri açısından incelenmesi. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 14(20). Doi:10.26466/opus.595134.
- Dalkılıç, E. (2017). *Standford işte var olamama ölçeğinin türkçe'de geçerlik ve güvenilirliği: bemsireler üzerinde bir araştırma* (Yüksek Lisans Tezi). İstanbul Üniversitesi, Sağlık Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- Diefendorff, J.M., Croyle, M.H. & Grosserand, R.H. (2005). The dimensionality and antecedents of emotional labor strategies. *Journal Of Vocational Behavior*, 66, 339-357. Doi.org/10.1016/j.jvb.2004.02.001
- Eroğlu, E. (2010). Örgütsel iletişimin işgörenlerin duygu gösterimlerinin yönetimine olan etkisi. *Selçuk Üniversitesi İletişim Fakültesi Akademik Dergisi*, 6(3), 18-33.
- Fornell, C. & Larcker, D. F. (1981). Evaluating structural equation models with unobservable variables and measurement error. *Journal of Marketing Research*, 18(1), 39-50. Doi.org/10.2307/3151312
- Gürbüz, S. (2019). *AMOS ile yapısal eşitlik modellemesi*. Ankara: Seçkin Kitabevi.
- Hochschild, A. R. (1983). *The managed heart: The commercialization of human feeling*. Berkeley: University of California Press [Database].
- Karagöz, Y. (2010). Nonparametrik tekniklerin güç ve etkinlikleri. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 9(33), 18-40.
- Karaman, N. (2017). Çalışma yaşamında duygusal emek. *İş ve Hayat Dergisi*, 3(5), 30-56.
- Karasar, N. (2005). *Bilimsel araştırma yöntemi (Kavramlar-ilkeler-teknikler)*, Ankara:Nobel Yayın Dağıtım
- Koopman, C., Pelletier, K. R., Murray, J. F., Sharda, C. E., Berger, M. L., Turpin, R. S. & Bendel, T. (2002). Stanford presenteeism scale: health status and employee productivity. *Journal of Occupational and Environmental Medicine*, 44(1), 14-20.
- Kozak, M. (2018). *Bilimsel araştırma: tasarım, yazım ve yayım teknikleri*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Kruml, S. M., & Geddes, D. (2000). *Exploring the dimensions of emotional labor: The heart of Hochschild's work*. Management Communication Quarterly, 14(1), 8-49.

- Laranjeira, C., Pereira, F., Querido, A., Bieri, M., & Verloo, H. (2022). Contributing factors of presenteeism among Portuguese and Swiss nurses: a qualitative study using focus groups. *International Journal of Environmental Research and Public Health*, 19(14), 8844.
- Özen E., Grima S. & Hamarat B. (2021). Teleworking and emotional experience and wellbeing: The case in the Turkish financial services industry during COVID-19. *Scientific Annals of Economics and Business*, 68(2), 1-16. Doi.org/10.47743/saeb-2021-0016
- Özkan, G. (2011). *Duygusal emek gerektiren mesleklerde örgütsel iletişim doyumuunun duygusal emeğe bağlı iş doyumuna etkisi: çağrı merkezlerinde bir uygulama örneği* (Yüksek lisans Tezi). Anadolu Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.
- Özkan, G. (2013). Çağrı merkezlerinde duygusal emek ve örgütsel iletişim. *Selçuk İletişim*, 7(4), 64-80.
- Pala, T. ve Tepeci, M. (2014). Otel işletmelerinde çalışanların duygusal emek boyutlarının belirlenmesi ve duygusal emek boyutlarının iş tatmini ve işte kalma niyeti üzerine etkisi. *Journal of Travel & Hospitality Management/Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 11(1), 21-37.
- Sekaran, U. & Bougie, R. (2016). *Research methods for business: a skill-building approach*. John Wiley & Sons: Chichester.
- Smith, M., Busi, M., Ball, P. & Van der Meer, R. (2008). Factors influencing an organisation's ability to manage innovation: A structured literature review and conceptual model. *International Journal of Innovation Management*, 12(4), 655-676. Doi.org/10.1142/9781786346520_0004
- Taner, P.E. (2020). *Duygusal emek ile presenteeism (işte var olamama) ve tükenmişlik arasındaki ilişkinin belirlenmesi üzerine bir araştırma* (Yüksek Lisans Tezi). Bahçeşehir Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İstanbul.
- Tekin, Y. ve Durna, U. (2012). Otel işletmelerinde yenilik yönetimi uygulamaları Alanya'da beş ve dört yıldızlı otel işletmelerinde bir araştırma. *Journal of Alanya Faculty of Business/Alanya İşletme Fakültesi Dergisi*, 4(3), 93-110.
- Tsai, C.W. (2009). The important effects of employee's emotional management ability on his/her service behaviour in the international tourist hotel. *The Service Industries Journal*, 29(10), 1437-1449. Doi.org/10.1080/02642060903026262
- Turan, H. (2022). Yenilik yönetimi. *Disiplinlerarası girişimcilik ve yenilikçilik çalışmaları*. Efe Akademi Yayınları, 85.
- Ural, A. ve Kılıç, İ. (2011). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi*. Ankara: Detay Yayıncılık.
- Uzkurt, C. (2017). *Yenilik (inovasyon) yönetimi ve yenilikçi örgüt kültürü (kültürel, yönetsel ve makro yaklaşım)*. İstanbul: Beta Basım Yayım.
- Van Dijk, P. A. & Kirk, A. (2007). Being somebody else: Emotional labour and emotional dissonance in the context of the service experience at a heritage tourism site. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 14(2), 157-169. Doi.org/10.1375/jhtm.14.2.157
- Yalım, D. (2005). *İnsan kaynaklarında yeni eğilimler*. İstanbul: Hayat Yayınları.
- Yeni, Z. (2015). *Beş faktör kişilik özellikleri ile duygusal emek arasındaki ilişkinin belirlenmesine yönelik bir araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi). Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Kütahya.
- Yıldız, S. (2014). *Duygusal Emek ve Tükenmişlik İlişkisi: Manavgat'taki Beş Yıldızlı Otel Çalışanları Üzerine Bir Araştırma*. (Yüksek Lisans Tezi). Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Anabilim Dalı, Erzurum.

EXTENDED ABSTRACT

The research examines the effects of emotional labour and presenteeism levels of employees in hotel businesses in Istanbul on innovation management levels. In this context; It is aimed to determine the relationship between emotional labour, presenteeism and innovation management levels of employees and the strength and direction of the effect of presenteeism on the dimensions of emotional labour and innovation management.

A survey research approach was used to collect the quantitative data needed for the study. The primary data in the research were obtained by applying a questionnaire to the employees of three, four and five-star hotels in Istanbul. The data of the thesis study was processed with the help of a statistical package program in which statistical data in social sciences were processed and analyzed. The target audience of the research is the full-time staff from each unit of the hotel business. In this context, 600 questionnaires were distributed face-to-face or electronically, and the sample of this study consisted of 408 questionnaires. In this thesis, the non-probabilistic convenience sampling method was used. The data collection process with the survey technique was carried out between 1 June and 30 November 2021, when the COVID-19 epidemic was intense. The aforementioned questionnaire form consists of four parts. In the first part, an eight-item questionnaire was prepared to obtain the demographic information of the participants. In other parts of the study, scales from previous studies were used to determine the effect of absenteeism and emotional labour on innovation management. The emotional labour scale discussed in this study was adapted by Diefendorff et al. (2005) by taking some items of the emotional labour scales of Grandey (2003) and Kruml and Geddes (2000b). It occurred with the development of some items in the scale. The scale consists of three dimensions: surface acting, deep acting and natural emotions. Participants evaluated the scale items using a five-point Likert scale (1=Strongly Disagree, 5=Strongly Agree). In the scale, surface acting is measured with 7 items, deep acting is measured with 4 items and

natural behaviours are measured with 3 items. Internal consistency of the scale; $\alpha=0.92$ for surface acting dimension, $\alpha=0.85$ for deep acting dimension and $\alpha=0.83$ for natural emotions (Diefendorff et al., 2005, s. 345). The second scale in the study was by Koopman et al. (2002) and adapted into Turkish by Coşkun (2012), the scale is the "Stanford Presenteeism Scale". Here is the presenteeism scale; The sub-dimensions of completing the work and avoiding distractions were analyzed as two dimensions in total. This scale, which was used in the survey to measure presenteeism, was used by Koopman et al. (2008); It consists of a total of 6 statements, 3 about completing the work and 3 about avoiding distractions. The validity (77.8%) and reliability of this scale were also verified by Coşkun (2012). At the same time, expressions numbered 1,3,4 were scored straight, while expressions numbered 2,5,6 were reverse coded (Çiçeklioğlu, 2019; Taner 2020). However, the scale of absenteeism at work is Anık Baysal (2012) and Taner (2020); studied as a single dimension. Since the first three factors with the scale are reverse coded and are considered as two dimensions in some studies, they are also examined as two dimensions in this study. In the study, the scale was evaluated as a 5-point Likert type (1- Strongly disagree, 5- Strongly Agree).

Finally, the innovation management scale used in the study was developed by Bülbül (2012) as the "Innovation Management Scale in Schools". The scale development study was carried out with the data obtained from 216 school administrators working in a total of 140 primary schools in Edirne city centre, districts and villages in the first semester of the 2010-2011 academic year. Scale; it consists of four sub-dimensions including "Input Management", "Innovation Strategy", "Organizational Culture and Structure" and "Project Management" and 32 five-point Likert-type items. The input management dimension consists of 5 items, the innovation strategy dimension consists of 6 items, the organizational culture and structure dimension consists of 6 items, and finally the project management dimension consists of 15 items. The factor load values of the items in the innovation management scale ranged from 0.51 to 0.77. The internal consistency coefficients of the dimensions of the scale vary between 0.85 and 0.94. The internal consistency coefficient for the entire scale was calculated as 0.96. All items in the scale are performed as "1-Strongly Disagree", "2-Disagree", "3-Undecided", "4-Agree", and "5-Strongly Agree" (Bülbül, 2012, s. 52).

According to the results of the study, the job completion dimension of presenteeism affects the superficial behaviour from emotional labour dimensions, and the input management, innovation strategy and organizational culture structure dimensions of innovation management are in the same direction (positively). As emotional labour increases, input management, innovative strategy and organizational culture structure also increase. In addition, it can be said that while employees' perceptions of job completion increase, their positive perceptions towards innovation management are also increasing.

It can be said that a business that is aware of the emotional labour and presenteeism levels of its employees is skilled in understanding the emotions of its employees, managing innovation being a pioneer, and creating a cultural structure in this direction. In addition, it can be stated that employees who are aware of and can manage their own emotions are more resistant to the problem of presenteeism at work.