

LİDER DESTEĞİNİN ÇALIŞANLARIN YARATICILIĞINA ETKİSİ: OTEL İŞLETMELERİ YİYECEK-İÇECEK ALANLARINDA BİR ARAŞTIRMA

THE EFFECT OF LEADER SUPPORT ON THE CREATIVITY OF EMPLOYEES: A RESEARCH FOOD AND BEVERAGE DEPARTMENT IN HOTEL BUSINESSES

Filiz ARSLAN*

* Öğr. Gör. Dr., Akdeniz Üniversitesi, Göynük Mutfak Sanatları M.Y.O., filizarслан@akdeniz.edu.tr,
https://orcid.org/0000-0003-3868-6637

ÖZ

Hizmet odaklı faaliyet gösteren otel işletmelerinin başarısında ve rekabet gücünde, yaratıcı çalışanların oldukça önemli olduğu vurgulanmaktadır. Çalışanların yaratıcı davranışlarını etkileyen birçok değişken olmakla birlikte, bu çalışmanın amacı, lider desteğinin, çalışanların yaratıcı davranışlarına etkisini belirlemektir. Bu amaç doğrultusunda gerçekleştirilen bu çalışma, Antalya-Kemer bölgesinde faaliyet gösteren 5 yıldızlı otel işletmelerinin yiyecek-içecek bölümü çalışanlarıyla gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamına alınan 211 cevaplayıcıdan elde edilen verilerin toplanmasında anket yöntemi kullanılmıştır. Gerçekleştirilen analizler sonucunda, çalışanların yaratıcılığı ile liderin yaratıcılığa desteği değişkenleri arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki bulunmuştur.

Anahtar Kelimeler: Yaratıcılık, Lider, Lider Desteği

Jel Kodları: L83, M1, O31

ABSTRACT

It is emphasized that creativity workers is very important in the success of service oriented hotel businesses and in increasing the competitiveness. Although there are many variables that affect the creative behaviors of the employees, the aim of this study is to determine the effect of leader support on the creative behaviors of the employees. For this purpose, this study was carried out with the employees of the food and beverage department of 5-star hotels operating in Antalya-Kemer region. The questionnaire method was used to collect the data obtained from 211 respondents. As a result of the analyzes performed, a positive and significant relationship was found between the creativity of the employees and the leader's support for creativity.

Keywords: Creativity, Leader, Leader Support

Jel Codes: L83, M1, O31

1. GİRİŞ

Gittikçe artan rekabet, çalkantılı iş yaşamı ve öngörülemez teknolojik değişim göz önüne alındığında her geçen gün daha fazla yönetici, çalışanlarını yaratıcı olmaya teşvik etmesinin gerekliliğini anlamaktadır (Zhang ve Bartol, 2010: 107). Bu olgu hizmet sektöründe yer alan otel işletmelerinde ve otel işletmelerinin başarısında önemli bir yer tutan yiyecek-içecek bölümlerinde daha da artmaktadır. Çünkü bir otel işletmesinin yiyecek-içecek bölümleri, misafir ile etkileşiminin en fazla olduğu bölümlerden biri olarak faaliyet göstermektedir. Bu doğrultuda misafir memnuniyetini sağlamada bu bölümün önemi artmaktadır. Literatürde vurgulandığı gibi turist istek ve tercihleri sürekli değişmekte ve farklılaşmaktadır. Değişen tüketici tercihleri ve artan rekabet olgusu karşısında otel işletmelerinin başarısının, müşteri ihtiyaçlarını en iyi şekilde karşılayan yaratıcı çalışanlarına bağlı olduğu söylenebilmektedir.

Yaratıcılığın işletmeler için giderek daha da önemli hale gelmesi, uygulayıcılar ve akademisyenleri gruplarda ve organizasyonlarda yaratıcı davranışları tetikleyebilecek faktörlerin belirlenmesi için motive etmiştir (Amabile, 1997: 43). Çünkü İşletmelerin hedeflerine etkin şekilde ulaşmasında, ürünlerini, hizmetlerini ve süreçlerini değiştirmesinde ve kalıcı avantaj elde etmesinde yaratıcılık anahtar rol üstlenmektedir (Amabile, vd., 2005: 367'den Akt. Arslan, 2017). Yaratıcılığı dışarıda aramamak gerekir. Her örgütün içinde örgütsel ortam ve koşullar uygun olduğu ölçüde değişime meraklı, açık fikirli, araştırmadan bıkmayan, ısrarcı, sorun çözmeye odaklanmış, yeni fikirlere açık kimseler yaratıcılığı gerçekleştirecektir (Eren ve Gündüz, 2002: 66). Amabile (1998), yaratıcılığın öğrenilebileceği ve bunu geliştiren uygulamalarla sağlanabileceğini savunmaktadır.

Çalışanların yaratıcı davranışlarını etkileyen faktörler arasında liderlik, pek çok araştırmacı tarafından (Jung, 2001; Amabile, 1998; Tierney vd, 1999; Mumford

ve Gustafson, 1988) en önemli değişkenlerden biri olarak belirlenmektedir. Bu araştırmacılar, liderlerin takipçilerin yaratıcılığını doğrudan ve/veya dolaylı yollarla etkileyebileceğini öne sürmektedir (Jung vd., 2003: 526). Bu doğrultuda bu çalışmada da lider desteğinin çalışanların yaratıcı davranışlarına etkisinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Araştırma sınırlılıkları doğrultusunda literatürde yiyecek-içecek ve otel işletmeciliği çalışanlarının yaratıcılığını (Wong ve Pang, 2003; Akdoğan ve Kale, 2011; vd.) inceleyen çalışmalara rastlanmış olup, yiyecek-içecek çalışanlarının yaratıcılığında lider desteğini doğrudan inceleyen kısıtlı çalışma olduğu gözlenmiştir. Bu doğrultuda çalışma, literatüre önemli katkı sağlamakla birlikte, bu yönde gerçekleştirilecek çalışmalara ve sektöre önemli ipuçları vereceğine inanılmaktadır. Bu çalışmada öncelikle yaratıcılık, liderlik ve liderin yaratıcılığa desteği olguları kavramsal çerçevede açıklanmaktadır. Çalışmanın araştırma başlığında ise, Antalya-Kemer bölgesi otel işletmeleri yiyecek-içecek bölümlerinde gerçekleştirilen alan araştırması bulguları özetlenmekte ve tartışılmaktadır.

2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE VE HİPOTEZLER

2.1. Literatür Taraması

Yaratıcılık, bir birey ya da birlikte çalışan bir grup insan tarafından “yeni ve yararlı fikirlerin üretilmesi” olarak (Amabile, 1988; Madjar, Oldham ve Pratt, 2002; Shalley, Gilson ve Blum, 2000; Zhou ve Shalley, 2003) tanımlanmaktadır. Bu uğraş daha önce var olanı geliştirmeye ya da tamamen yeni bir sonucu yaratmaya yönelik olabilir ve bunun en önemli nedeni değişim ve ihtiyaçtır (Zhang ve Bartol, 2010: 107). Bu tanım sonuç odaklı bir yaklaşımı ifade etmektedir. Ancak yaratıcılıkla ilgili yazın literatürü yön değiştirerek sonuç odaklı yaklaşım yerine, işyerinde çalışanların *yaratıcı süreç katılımını* araştırmaya odaklandığı

izlenmektedir (Gilson ve Shalley, 2004; Kazanjian, Drazin ve Glynn, 2000). Bu bakış açısıyla yaratıcılık ile ilgili tanımda farklılaşarak yeni bir şey yaratma, ortaya koyma süreci olarak tanımlanmaktadır.

Yaratıcılık sürecinde, yaratıcı bir tepkinin ortaya çıkması için birey, öncelikle bir problemi veya sorunu merak eder ve tanımlar. Bu noktada başlayan yaratıcı faaliyet birden fazla kaynaktan çeşitli bilgileri tarama, veri toplama, çözüm üretme, değerlendirme ve en sonunda elde ettiği bu çözümü uygulama aşaması ile son bulmaktadır (Zhang ve Bartol, 2010; Amabile, 1996). Bu faaliyet veya süreç sonucunda oluşan yaratıcı fikirlerin uygulanması sonucunda ise yeni hizmet, ürün, süreç, teknoloji elde edilir. Yaratıcılık bireyseldir; ancak işbirliği ve güvene dayanan bir takım ortamında daha çabuk gelişmektedir (Yıldırım, 1998: 123). Amabile vd. (1996) "Assessing The Work Environment For Creativity" adlı çalışmada yaratıcı yönde davranışların bireyin içinde bulunduğu bağlamdan ve öncüllerden etkilenmekte olduğunu belirtmektedir.

Wong ve Pang, (2003: 551), yönetici ve şeflerin bakış açısıyla otel işletmelerinde yaratıcılığı engelleyen ve destekleyen unsurları belirlemektedir. Otel endüstrisinde işle ilgili yaratıcılığı engelleyen 25 yaratıcılık engelini dört boyut altında toplamışlardır. Yaratıcılığı engelleyen bu boyutlar: Katı kurallar ve yönetim şekli; zaman ve iş baskısı; örgüt ve sisteme düşük bağlılık; değişim ve eleştiri korkusu olarak belirtilmektedir. Yaratıcılığı destekleyen 27 yaratıcılık unsurunu belirlenmiş ve 5 boyut altında toplanmıştır. Bu boyutlar: Üst yönetimin desteği ve motivasyonu; eğitim ve geliştirme; açık iletişim, personelin çabalarını tanıma ve motivasyon; özerklik ve esneklik şeklindedir (Akdoğan ve Kale, 2011: 168).

Kurumlar yaratıcı değildir, yaratıcı olan bireylerdir. Yaratıcı olmayan birey yoktur, engellenen ve gelişime ihtiyaç duyan birey vardır (Arslan, 2017: 826). Bu doğrultuda yaratıcılığı artıran bir çalışma ortamının

varlığının oldukça önemli olduğunu ve yaratıcı yönde davranışları artırabileceğini belirtebiliriz. Bu çalışmada yiyecek - içecek çalışanlarının yaratıcılığına önemli etkisi bulunduğu düşünülen liderin, yaratıcılığa desteğinin incelenmesi amaçlanmaktadır.

En basit anlamıyla *liderlik*, başkalarını belirli amaçlar doğrultusunda davranmaya yöneltmedir (Eren, 2014; Koçel, 1998). Liderliğin ne olduğunu anlayabilmek ve geleceğin liderlerini hazırlamak adına çeşitli teoriler geliştirilmiştir. Bütün teoriler liderliğin ne olduğunu anlamak amacıyla sürecin farklı değişkenlerini incelemiştir. Liderlik sürecinde yer alan değişkenler; lider, izleyiciler ve koşullardır. Fakat bütün bu teori ve yaklaşımlara rağmen şu ana kadar liderlik olayını tam olarak ifade eden kapsamlı bir teori ve yaklaşım bulunmadığı görülmektedir.

Liderin Yaratıcılığa Desteği: Organizasyonlarda yaratıcılığın ortaya çıkabilmesinde yaratıcılığın oluşabileceği bağlam üzerinde önemli etkileri olan liderler, çalışanları en fazla tanıyan ve çalışanların çalışma sonuçları konusunda en bilgili bireylerdir (Zhang ve Bartol, 2010: 107). Kavramsal olarak, liderler takipçilerinin yaratıcılığını ve organizasyonel yeniliği, doğrudan ve dolaylı yollarla çeşitli şekillerde etkileyebileceği öne sürülmektedir. İlk olarak, çalışanların hedefleri, sorunları ve çözümleri tanımlamak için etkileşim içinde olan çalışma bağlamlarını tanımlar ve şekillendirirler. Liderler, uzun vadeli ortak bir vizyonu dile getirerek, çalışanların bireysel ve ortak çabalarını yenilikçi iş süreçleri ve sonuçlarına yönlendirebilirler (Jung vd, 2003: 527).

Liderlik ile yaratıcılık arasındaki ilişki üzerine bir takım araştırmalar gerçekleştirilmiştir. Örneğin, Mumford vd. (2002) liderliği ve yaratıcılığı kapsamlı bir şekilde inceler, Hage ve Dewar (1973) ve Maier (1970), demokratik, düşünceli ve katılımcı lider davranışları ile astların yaratıcılığı arasında olumlu ilişkiler bulmuşlardır. Redmond vd. (1993), liderlerin yapıcı yönde problem çözüp,

takipçileri desteklediğinde, takipçilerin daha yüksek seviyede yaratıcılık göstermekte olduğunu belirtmektedir (Jung vd., 2003: 528). Oldham ve Cummings "Employee Creativity: Personal and Contextual Factors at Work" adlı çalışmasında, iki imalat tesisinin 171 personelinden elde ettikleri araştırma verileri doğrultusunda, yöneticilerin ancak çalışanları destekleyerek yaratıcılığını arttırabileceğini belirtmektedirler (Oldham ve Cummings, 1996: 607). Liderlerin yaratıcılığa olan etkisini araştıran bir dizi çalışma olmasına rağmen, bu araştırmalar (Amabile vd., 2004) büyük oranda lider desteği üzerinedir. Lider desteği bu anlamda yaratıcılıkta oldukça önemli bir olgudur. Bu ise iyi çalışma modelleri kuran, amaçları açıkça tanımlayan, iş grubu değerlerini güçlendiren ve gruba güven duyan lider desteğini ifade eder (Balay, 2010: 50-51).

Liderin örgüt kültürü üzerinde önemli bir etki kaynağı olduğunu belirtebiliriz. Bu anlamda liderler, yaratıcı çabaları besleyen ve öğrenimin yayılmasını kolaylaştıran bir örgüt iklimini ve kültürünü yaratıp sürdürerek, örgütsel yaratıcılığı önemli ölçüde artırabilir (Jung vd., 2003: 527). Liderler yeni fikirleri cesaretlendirerek, üyeler ile etkileşim düzeyini artırarak, hataları hoşgörü ile karşılayarak ve açık hedefler saptayıp bu hedeflere ulaşmada kişilere özgürlük tanıyarak yaratıcılık yönelimli bir iklimin oluşmasına katkıda bulunurlar (Akt. Çekmecelioğlu, 2006; Stonar ve Wankel, 1986). Son olarak liderler, yaratıcı performans değerleme gibi politikalar yoluyla ödüllendirme sistemi geliştirip sürdürebilir. Ayrıca işletmeler çalışanlarını, yeni beceriler kazanma, yaratıcı iş yaklaşımları ve denemeleri yönünde motive ettiğinde, çalışanların yaratıcı çabalarındaki arzusunun sürekli olarak güçlendiği belirtilmektedir (Jung vd., 2003: 527). Bu çalışmada lider desteğinin çalışanların yaratıcı davranışlarına etkisi bulgulanması amaçlanmaktadır. Bu amaç doğrultusunda bu çalışma kapsamında araştırılan hipotez;

H0: Liderin yaratıcılığa desteği ile çalışanların yaratıcılığı pozitif yönde ilişkilidir.

H1: Liderin yaratıcılığa desteği ile çalışanların yaratıcılığı pozitif yönde ilişkilidir.

3. YÖNTEM

Yiyecek-içecek çalışanlarının yaratıcılıkları ile lider desteğinin ilişkisini incelemeyi amaçlayan bu çalışma, Antalya Kemer bölgesinde sekiz adet beş yıldızlı otel işletmesinde gerçekleştirilmiştir. Verilerin toplanmasında anket yöntemi kullanılmıştır. Kemer Turizm ve Otelciler Birliği 2018 yılı verilerine göre, 17 adet 5 yıldızlı konaklama işletmesinin faaliyet göstermekte olduğu bilinmektedir. Bu kapsamda araştırma evrenini, Kemer bölgesinde bulunan 17 adet 5 yıldızlı otel işletmesi oluşturmaktadır. Dağıtılan anket sayısı 900 adet olup geri dönen anket sayısı 211 adettir. Değişken sayısı göze alındığında örneklem sayısının yeterli olduğu ifade edilebilir. Hair, vd. (1998: 604-605) örneklem büyüklüğünün gözlenen değişken sayısının 10 katı olması gerektiğini belirtmektedir. Araştırma kapsamına alınan cevaplayıcılar olasılık dışı örnekleme yöntemi olan rastgele örnekleme ile seçilmiştir. Örneklem, belli kurallara göre, belli bir evrenden seçilmiş ve seçildiği evreni temsil yeterliği kabul edilen küçük kümedir (Karasar, 2005).

Alan araştırması sonucunda elde edilen 211 anket SPSS programı ile analiz edilmiştir. Verilerin analizinde; Cronbach's Alpha ile Güvenilirlik Analizinden, Faktör Analizinden ve değişkenler arasındaki ilişkiyi tespit etmede Korelasyon ve Regresyon Analizlerinden yararlanılmıştır. Çalışmada kullanılan anket, literatürde önemli araştırmacıların kullanmış oldukları ölçekler model alınarak gerçekleştirilmiştir. İngilizceden uyarlanan ölçekler iki dile iyi derece hakim akademisyenler tarafından tercüme edilmiştir. Uygulama açısından sektörde görev alan yönetici ve yetkililerin görüşleri alınmıştır.

Liderin Yaratıcılığa Desteği Ölçeği: Scott ve Bruce (1994) tarafından geliştirilen ölçek Zhang ve Bartol (2010) çalışmasından Türkçeye çevrilmiş ve sektör çalışan özellikleri de dikkate alınarak anlaşılır bir dille ifade edilmeye çalışılmıştır. Ölçeğin Cronbach Alpha değeri 0,90 olarak bulgulanmıştır.

Yaratıcılık Ölçeği: Çalışanların yaratıcılığını ölçmeyi amaçlayan yedi soru Zhang ve Bartol (2010), Scott ve Bruce (1994), Amabile (1983;1988;1993) çalışmalarına dayanarak araştırmacı tarafından oluşturulmuştur. Bunun en

önemli nedeni yaratıcı davranışın bir süreci ve süreç sonucunda oluşan bir çıktı ile gözlemlenebileceğidir. Ölçekte yer alan tüm soruların uygulanabilirliği açısından uzman görüşlere ve dil bilimcilere başvurulmuştur.

BULGULAR

Katılımcıların demografik özelliklerini belirlemeye yönelik frekans dağılımları incelenmiştir. Gerçekleştirilen analiz bulguları Tablo 1’de yer almaktadır.

Tablo 1: Demografik Bulgular

DEĞİŞKENLER	Yüzde	Frekans
Cinsiyet		
Bayan	53,1	112
Bay	46,9	99
Yaş		
19 ve Altı	23,2	49
20- 30	39,8	84
31- 39	17,1	36
40 ve üstü	19,9	42
Eğitim Durumu		
İlk / Orta	18,5	39
Lise	47,9	101
Ön lisans	18,0	38
Lisans	10,4	22
Lisansüstü (Yüksek Lisans/Doktora)	4,7	10
İşletmedeki Pozisyonu		
Müdür	10,0	21
Müdür Yrd.	6,6	14
Bölüm Şefi	14,2	30
Departman Çalışanı	69,2	146

Araştırmaya katılan yiyecek-İçecek departmanı çalışanları %53,1 ile kadınlardan, %46,9 ile erkeklerden oluşmaktadır. Katılımcıların %39,8 ile 20-30 yaş aralığında yoğunlaştığı, eğitim durumlarının %47,9 ile lise mezunu olduğu ve %69,2 ile departman çalışanlarından oluştuğu bulunmuştur. Araştırma kapsamında kullanılan ölçeklere normallik testi uygulanmıştır. Basıklık (kurtosis) ve çarpıklık (skewness) değerlerinin literatürde ” (Tabanchink ve Fidell, 2007; Kalaycı, 2016) “-2 ile +2” veya “-1,5 ile +1,5 aralığında olması durumunda ilgili değişken dağılımın normal kabul edildiği

belirtilmektedir. Gerçekleştirilen tanımlayıcı istatistik analizi sonucunda çarpıklık ve basıklık değerlerinin 2 ile +2 değerleri arasında değiştiği gözlenmiştir. Bu ise verilerin normal ve normale yakın dağılım gösterdiğinin ve yapılacak analizler için uygun olduğu şeklinde yorumlanabilmektedir.

Araştırmada kullanılan anket formunun güvenilirliğini test etmek için güvenilirlik analizi gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen Güvenilirlik analizi sonucunda çalışanların yaratıcılığını ölçmeye yönelik oluşturulan 7 soruluk yaratıcılık ölçeğinin Cronbach

Alpha güvenilirlik katsayısı 0,888 olarak bulunmuştur. Liderin yaratıcılığa desteği ölçeğinin Cronbach Alpha değeri ise 0,78 olarak bulunmuştur. Ölçekte yer alan 13 sorunun Cronbach Alpha değeri ise 0,818 olarak bulunmuştur. Bu sonuçlar araştırmada kullanılan ölçeklerin oldukça güvenilir olduğunu ifade etmektedir.

Ölçekte yer alan soruların yapı geçerliliğini test etmek, teorik çerçevede önerilen birbiri ile ilişkili değişkenleri belirlemek adına açıklayıcı Varimax Rotasyon analizi kullanılarak keşfedici faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen analiz sonucunda rotasyon sonrası elde edilen veriler Tablo 2’de özetlenmiştir.

Tablo 2: Faktör Analizi

	SORULAR	Faktör 1	Faktör 2
Yaratıcılık	1. Birden çok açıdan problem/sorun hakkında düşünürüm.	,751	
	2. Bir problemin çözümünde birden fazla kaynaktan (İnternet, tecrübe, vb.) çeşitli bilgilere danışırım.	,839	
	3. Bir şeyleri yapmanın bilinen çözümlerinden farklı olarak yeni yollarımı üretmeye çalışırım.	,841	
	4. Yaratıcı fikirler üretim (yeni bir hizmet, farklı yiyecek veya içecek, vb. ile ilgili).	,773	
	5. Yeni fikirler için kaynak/lar araştırırım ve destek almaya çalışırım.	,744	
	6. Yeni fikirlerin uygulanması için planları ve faaliyet takvimleri geliştiririm.	,741	
	7. Diğer çalışanların fikirlerini destekler ve onları cesaretlendiririm.	,658	
Liderin Yaratıcılığa Desteği	1. Liderim yaratıcılığı vurgular ve çalışanlarını yaratıcı davranışa teşvik eder.		,858
	2. Liderim çalışanlarının yaratıcı çalışması için yeteneklerine saygı duyar.		,890
	3. Liderim çalışanların aynı sorunları farklı şekillerde çözmeleri için izin verir.		,878
	4. Liderim çalışanların bir problemle başa çıkmada farklı yollar üretmesini bekler.		,852
	5. Liderim, yaratıcı çalışanları ödüllendirir.		,839
	6. Liderim yaratıcı olan çalışanları tanıtır.		,506
KMO (Kaiser-Meyer-Olkin)		0,861	
Barlett's Test of Sphericity		1643,805	
P Değeri		0,000	
Toplam Varyansın Açıklama Oranı		62,412	

. Tablo 2’de izlendiği gibi 13 soruya ilişkin ölçeğin iki boyutlu olduğu bulunmuştur. Bu sonuç ölçeğin yapı geçerliliğini kanıtlamaktadır. Uygulanan Faktör analizi sonucunda KMO (Kaiser-Meyer-Olkin)= 0,861, Barlett Test değeri=1643,805 olarak bulunmuş ve 13 sorudan oluşan ölçeğin $p=0,000$ ($p<0,0001$) anlamlı değeri ile örneğin ölçümüne uygun olduğu tespit edilmiştir. Ölçekte yer alan sorular ise

toplam varyansın % 62,412 sini açıklamaktadır. Birinci boyut toplam varyansın % 32,226’sını, ikinci boyut toplam varyansın %30,186’sını açıklamaktadır.

3.1. Korelasyon ve Regresyon Analizi

Değişkenler arasındaki ilişkiyi ve etkileşimi belirlemeye yönelik korelasyon ve regresyon analizleri gerçekleştirilmiştir.

Gerçekleştirilen analiz sonuçları Tablo 3 ve Tablo 4’de yer almaktadır.

Tablo 3: Korelasyon Analizi

Değişkenler	Yaratıcılık	Liderin Yaratıcılığa Desteği	Ortalama	Standart Sapma
Yaratıcılık	1	,296** (a) ,000 (p) 211 (n)	3,50	0,783
Liderin Yaratıcılığa Desteği		1	3,21	1,000

(a)Korelasyon Katsayısı ; (p) Anlamlılık Düzeyi; (n)Kişi Sayısı
*p<0,01 düzeyinde anlamlı (çift taraflı)

Tablo 3’de yer alan veriler incelendiğinde, çalışanların yaratıcılıkları, liderin yaratıcılığa desteği değişkenleri arasında anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur (p<0,01; r=0,296). Farklı bir ifade ile liderin yaratıcılığa olan desteği artarsa çalışanların yaratıcılıklarının da artacağını belirtebiliriz. Elde edilen bu

bulgular doğrultusunda H1 hipotezleri kabul edilir.

Araştırma değişkenleri arasındaki ilişkiyi açıklamak için basit regresyon analizi gerçekleştirilmiştir. Gerçekleştirilen regresyon analizi sonuçları Tablo 4’de yer almaktadır.

Tablo 4: Regresyon Analizi

BAĞIMSIZ DEĞİŞKEN	BAĞIMLI DEĞİŞKEN		
	Yaratıcılık		
	B	T	P (Sig.)
Liderin Yaratıcılığa Desteği	0,296	15,809	0,000
F	20, 110		
R	0,296		
R ²	0,088		
Düzeltilmiş R ²	0,083		

Yukarıda yer alan Tablo 4 verilerine göre, çalışanların yaratıcılıkları ve liderin yaratıcılığa desteği değişkenleri arasında istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü ilişki incelenmiştir (p=0,000; p<0,05; β=0,296). Belirlilik katsayısı r² 0,088 hesaplanmıştır. Bu değer bağımlı değişken olan yaratıcılığın %8,8’inin çalışmanın bağımsız değişkeni olan liderin yaratıcılığa desteği ile açıklandığı ifade etmektedir.

4. SONUÇ VE ÖNERİLER

Hizmet sektöründe faaliyet gösteren işletmeler çalışanlarının yaratıcılıklarıyla müşteri beklentilerini karşılamakta ve bu doğrultuda önemli bir rekabet avantajı elde etmektedir. Yaratıcı çalışanlar, işletmelerin

sürdürülebilir rekabet gücünü artırdığı gibi bölgenin ulusal ve uluslararası rekabet gücüne de önemli katkı sağlamaktadır. Yaratıcı olan bireylerdir ve bireyde var olan yaratıcı özelliği ortaya çıkaran, onu sürece dahil eden uygulamalarla, istenilen sonuçlar elde edilebilmektedir. Çalışanların yaratıcılığını artıran birçok değişken olmakla birlikte çalışanların yaratıcılığını artıran liderin varlığı en önemli etkenlerden biri olarak görülmektedir. Çünkü, liderin örgüt kültürü üzerinde doğrudan etkisi olduğu ifade edilmektedir.

Yiyecek-İçecek çalışanlarının yaratıcılığında liderin yaratıcılığa desteğinin etkisini inceleyen bu çalışmada, değişkenler arasında pozitif yönlü ve anlamlı ilişki

gözlenmiştir. Farklı bir ifadeyle liderin yaratıcılığa olan desteğinin artması, çalışan yaratıcılığını artırmaktadır. Elde edilen bu bulgular literatürde aynı yönde gerçekleştirilen çalışmaları (Zhang ve Bartol, 2010; Amabile, 1997; Oldman ve Cummings, 1996) destekler niteliktedir. Diğer bir ifade ile liderler ancak çalışanlarını destekleyerek yaratıcılığı artırabilmektedirler. Sonuç olarak, liderin yaratıcılığa desteği ve çalışanların yaratıcılık potansiyelinin ölçülmesi önemli bir çalışma alanıdır.

Yiyecek-içecek alanında ve turizm sektöründe görev alan liderler, çalışanlarına özgürlük tanıyarak, yaratıcı fikirleri cesaretlendirerek, yaratıcı iş yaklaşımları ve çabaları için motivasyonu artırarak, izleyicileri ile daha fazla etkileşim kurarak, hataları hoşgörü ile karşılayarak, ortak bir vizyon yaratarak yaratıcılık yönelimli bir iklimin oluşmasını sağlayabilirler.

Liderler yaratıcı davranışlarıyla örnek olmalı ve üretilen fikirlerin sonuca dönüşmesi yönünde izleyenlerine destek

vermelidir. Yaratıcılığı körelten değil onu artıran bir yaklaşım benimsemelidir. Çünkü yaratıcı fikirler yeniliklere dönüştüğü ölçüde müşteri istek ve ihtiyaçlarına cevap verebilirler. Bu doğrultuda turizm sektöründe faaliyet gösteren işletmeler, rakiplerinden farklı ürün üreterek önemli bir rekabet avantajı elde edebilmektedir.

Elde edilen bu sonuçların turizm alanında gerçekleştirilecek çalışmalara, yiyecek-içecek yönetimine ve literatüre önemli katkı sağlayacağı düşünülmektedir. İstenilen yaratıcı yeteneklerin geliştirilmesi yönünde işletmeler, yöneticilerinin ve çalışanlarının eğitimini sürekli kılmalıdır.

Yaratıcılığı geliştiren bir işletme kültürü ve örgüt ortamı teşvik edilmelidir. Çalışmanın bu yönde diğer turizm bölgelerinde yer alan işletmelerde ve daha fazla katılımcı ile gerçekleştirilmesi çalışmanın genellebilirliği yönünde oldukça önem taşımaktadır. Ayrıca bu yönde gerçekleştirilecek çalışmalarda çalışanların yaratıcılıklarına etki edecek diğer örgüt faktörlerini incelemeleri önerilmektedir.

KAYNAKÇA

1. AMABILE, Teresa M. (1988). A Model of Creativity and Innovation in Organizations, *Research in Organizational Behavior*, 10, 123-167.
2. AMABILE, Teresa M., Regina Conti, Heather Coon, Jeffrey Lazenby, Michael Herron (1996). Assessing the Work Environment for Creativity, *The Academy of Management Journal*, 39 (5), 1154-1184.
3. AMABILE, Teresa M. (1997). Motivating Creativity In Organizations: On Doing What You Love and Loving What You Do, *California Management Review*, 40(1), 39-58.
4. AMABILE, Teresa M. (1998). How to Kill Creativity: Keep Doing What You're Doing Or, If You Want To Spark Innovation, Rethink How You Motivate, Reward, And Assign Work To People", *Harvard Business Review* (September-October), 77-87.
5. AMABILE TM, Schatzel EA, Moneta GB, Kramer SJ. Leader behaviors and the work environment for creativity: perceived leader support, *Leadership Quarterly* 2004;15(1):5-32.
6. AMABILE, Teresa M., Sigal G. Barsade, Jennifer S. Mueller, Barry M. Staw (2005). Affect and Creativity at Work, *Administrative Science Quarterly*, 50, 367-403.
7. AKDOĞAN, A. ve Kale, E. (2011). Konaklama İşletmelerinde Örgüt İçi Faktörlerin Yenilik ve Yaratıcılık Performansına Etkisi, *Nevşehir Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 1,165-186.
8. ARSLAN, Filiz (2017), *Otel İşletmeleri Çalışanlarının Yaratıcılık*

- Sürecine Katılımı: Antalya İli Örneği. Futourism Congress, The First International Congress on Future of Tourism: Innovation, Entrepreneurship and Sustainability, 28-30 September, Mersin, 824-835.
9. BALAY, R. (2010). Öğretim Elemanlarının Örgütsel Yaratıcılık Algıları, Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 43(1), 41-78.
 10. ÇEKMECELİOĞLU, Hülya G. (2006). Örgüt İklimi, Duygusal Bağlılık ve Yaratıcılık Arasındaki İlişkilerin Değerlendirilmesi: Bir Araştırma, İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 20 (2),295-310.
 11. EREN, Erol (2014). Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi, Beta Yayım Basım, İstanbul.
 12. EREN, Erol ve Gündüz, Hülya (2002). İş Çevresinin Yaratıcılık Üzerindeki Etkileri ve Bir Araştırma, Doğuş Üniversitesi Dergisi, 5, 65-84.
 13. HAIR, J., Anderson, R.E., Tahtam, R.L., Black, W.C. (1998). Multivariate Data Analysis, Prentice Hall Inc, New Jersey, USA.
 14. JUNG DI. (2001). Transformational and transactional leadership and their effects on creativity in groups, Creativity Research Journal, 13(2), 185-95.
 15. JUNG, Dong I., Chee Chow, Anne Wu (2003). The Role Of Transformational Leadership In Enhancing Organizational Innovation: Hypotheses and Some Preliminary Findings, The Leadership Quarterly, 14, 525-544.
 16. KARASAR, N (2000).Bilimsel Araştırma Yöntemi, Nobel Yayıncılık, Ankara.
 17. KOÇEL, Tamer (1998). İşletme Yöneticiliği: Yönetim ve Organizasyonlarda Davranış Klasik-Modern-Çağdaş Yaklaşımlar, Beta Yayım Basım, İstanbul.
 18. MUMFORD MD, Gustafson SB. Creativity syndrome (1988). Integration, application, and innovation, Psychological Bulletin, 103 (1), 27-43.
 19. MUMFORD MD, Scott GM, Gaddis B, Strange JM. Leading creative people(2002). Orchestrating expertise and relationships, Leadership Quarterly, 13(6), 705-50.
 20. OLDHAM, Greg R, Anne Cummings (1996). Employee Creativity: Personal and Contextual Factors at Work, Academy of Management Journal, 39 (3), 607-634.
 21. REDMOND MR, Mumford MD, Teach R. Putting creativity to work: effects of leader behavior on subordinate creativity (1993). Organizational Behavior and Human Decision Processes, 55:120-51.
 22. SCOTT SG, Bruce RA. Determinants of innovative behavior: a path model of individual innovation in the workplace (1994). Academy of Management Journal, 37(3), 580-607.
 23. ZHOU, Jing ve Christina E. Shalley (2003). Research on employee creativity: A Critical Review and Directions for Future Research, Research in Personal and Human Resources Management, 22, 165-217.
 24. TIERNEY P, Farmer SM, Graen GB. An examination of leadership and employee creativity(1999). The relevance of traits and relationships, Personnel Psychology, 52, 591-620.
 25. YILDIRIM, Ramazan (1998). Yaratıcılık ve Yenilik, 2.Basım, İstanbul: Sistem Yayıncılık.
 26. ZHANG, X., Bartol K. M. (2010). Linking Empowering Leadership and Employee Creativity: The Influence Of Psychological Empowerment, Intrinsic Motivation, And Creative Process Engagemen, Academy of Management Journal,53(1), 107-128.