

Turizm Amaçlı Konaklama İşletmelerinde Duygusal Emek ile Bireysel Yenilikçilik İlişkisi: Palandöken Örneği¹

Cem IŞIK²
Zennube IŞIK³
Leyla TIRAK⁴

ÖZ: Çalışma ile sadece fiziksel ve bilişsel olarak değil aynı zamanda duygusal varlıklarıyla da hizmet sürecine katılan konaklama işletmeleri çalışanlarının, duygusal emek ve bireysel yenilikçilik boyutları arasındaki ilişkisinin belirlenmesi amaçlanmaktadır. Araştırmanın evrenini Palandöken Kış Turizm Merkezi konaklama işletmelerinde çalışan personel oluşturmaktadır. Analizlerde “Konaklama İşletmelerinde Duygusal Emek Ölçeği” ve “Bireysel Yenilikçilik Ölçeği” kullanılmış ve her iki ölçek için de Cronbach Alpha katsayısı sırasıyla $\alpha=0,97$ ve $\alpha=0,98$ olarak bulunmuştur. Korelasyon analizi sonucuna göre duygusal emek ile bireysel yenilikçiliğin alt boyutları arasında negatif yönlü bir ilişki tespit edilirken ANOVA test sonuçlarına göre de eğitim düzeyi, çalışılan departman ile işletmede çalışılan kademe ve bireysel yenilikçilik arasında anlamlı bir fark belirlenmemiştir.

Anahtar Kelimeler: Duygusal Emek, Bireysel Yenilikçilik, İnovasyon, Turizm, Konaklama İşletmeleri, Palandöken

JEL Sınıflandırması: O31, D23, M54.

The Relationship between Emotional Labor and Individual Innovativeness at Accommodation Business in Tourism: Palandöken Example

ABSTRACT: With this study, it is aimed to examine the relationship between emotional labor and retail innovation dimensions of employees involved in process of service in hospitality management not only physically and cognitively but also emotionally. The research population is comprised of staff working in hospitality management in winter tourism center, Palandöken. In analyses, "Emotional Labor Scale in Hospitality" and "Personal Innovation Scale" is used and for both scales Cronbach Alpha factor is respectively, $\alpha=0,97$ and $\alpha=0,98$. According to result of correlation analysis, it is detected a negative relationship between the dimensions of the individual innovation and emotional labor. Also, according to result of ANOVA test, there is no significant difference between individual innovation and educational level, department held and stage held in management.

Keywords: Emotional Labor, Retail Innovation, Innovation, Tourism, Hospitality Management, Palandöken

JEL Classification: O31, D23, M54.

¹ Bu çalışma, 7-9 Nisan 2016 tarihleri arasında Erzincan'da gerçekleşen “Ulusal Alternatif Turizm” kongresinde sunulmuştur.

² Yrd. Doç. Dr. Atatürk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, isick@atauni.edu.tr

³ Araş. Gör. Atatürk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, zennube.yalcin@atauni.edu.tr

⁴ Araş. Gör. Atatürk Üniversitesi, Turizm Fakültesi, leyla.tirak@atauni.edu.tr

1.Giriş

Bugün, yaşadığımız çağı öncekilerden farklı kılan özelliklerin başında bilgi, teknoloji ve yenilik ile şekillenen bilimsel ilerlemelerin yol açtığı değişim yer almaktadır. Yenilik özelliği ile bu süreç dünyayı daha küçük bir hale getirmiş, bilgi seviyesini yükseltmiş ve artı bir değer yaratmıştır.

Günümüzde inovasyon, bir organizasyonun hayatta kalmasının en önemli şartı olarak kabul edilmektedir. İnovasyon faktörünü iyi değerlendirebilen örgütler, varlıklarını devam ettirme şansı yakalayarak geleceğe yönelik güvenli bir şekilde ilerleme fırsatını yakalayabilmektedirler (Damanpour ve Wishnevsky, 2006: 269).

Hızla gelişen hizmetler sektörünün önemli bir noktasında duran turizm, alan ve müşteri iletişiminin en yoğun olarak gerçekleştiği hizmet sektörlerinden biridir. Turizmin gerçekleştiği tüm aşamalarda alanlar, müşterilerle birebir muhatap olmak durumundadır. Bundan dolayı alanların, müşterilerin duygularına yönelik hareket etmeleri işletmenin karlılığı için gereklidir. Turizm sektöründe faaliyet gösteren ve müşteriyle yoğun temasın yaşandığı otel işletmelerinde, turistik bir ürünün üretildiği yerde tüketilmesi zorunluluğu, turizm hizmetlerine “canlı yayın” özelliğini kazandırmakta, bu özellik de müşterilerle etkileşimde yaşanacak olumsuzlukların telafisini zorlaştırmaktadır. Bu nedenle, turizm işletmelerinin bir bakıma vitrini olan işgörenlerden beklenen “güler yüzlü” davranış kuralının gerçekleşmesinde, çalışanların duyguları ve duygusal emek davranışlarının araştırılması büyük bir önem kazanmaktadır. Duygunun üretim sürecine ilave edilmesi, duyguyu çalışanın istihdam edilirken bedensel ve zihinsel güçten sonra kullanabileceği bir başka kaynağı haline getirerek, çalışanları da artan rekabet ortamında, duygularını işletme politikalarının bir gereği olarak üretim sürecine ilave etmek durumunda bırakmıştır (Akgeyik ve Güngör, 2009: 41).

Morris ve Feldman’ın (1996) müşteri teması değişkenleri ve duygusal emek stratejileri arasındaki ilişkiyi inceleyen kavramsal çalışmada, çalışanların örgütün istediği duyguları gösterirken gerekli olan beceri, planlama ve kontrolün seviyesi incelenmiştir. Geddes (2000), çalışmasında duygusal emeğin öncellerini kişisel özellikler ve iş özellikleri olarak ikiye ayırmıştır. Buna göre hem kişisel özelliklerin hem de bireysel özelliklerin duygusal emeğin nasıl sergilenmesi gerektiği üzerinde anlamlı bir etkisi olduğunu tespit etmiştir. Beğenirbaş ve Meydan’ın (2012) çalışmasına göre öğretmenler üzerine yapılan araştırmada duygusal emeğin örgütsel vatandaşlık davranışları üzerinde etkisi olduğu belirlenmiştir. Öğretmenlerin görevleri esnasında yüzeysel rol sergileyenlerin örgütsel vatandaşlık davranışları düşük iken duygularını doğal olarak yaşayan öğretmenlerin ise bu davranışlarının yüksek olduğu saptanmıştır.

İş görenlerin müşteriye karşı duygularını yansıtmaları noktasında otokontrolünü sağlaması ile bireysel yenilikçiliklerine dair iş performanslarını artırabilecekleri, bu çalışmanın literatüre sunduğu bir katkıdır.

Bu çalışmanın birinci bölümünde duygusal emek ve bireysel yenilikçilik konuları hakkında ilgili literatür taraması yapılarak kavramsal çerçeve üzerinde durulmuştur. İkinci bölümde çalışmanın metodolojisine yer verilmiştir.

2. Kavramsal Çerçeve

2.1. Duygusal Emek

Duygu, bireyin iç dünyasında çevresel etkileşimle oluşan karmaşık psikofizyolojik bir değişimdir. Türk Dil Kurumu'na göre duygu, "belirli bir obje, durum ya da kişilerin insanın iç dünyasında harekete geçirdiği izlenimdir". Duygu, hayatın her alanında ve her aşamasında insanlarla güvenilir ilişkiler kurmayı sağlayan, önceden tahmin edilemeyen vaziyetlerde bireye yol gösteren içsel bir pusula görevindedir. Bu süreçte duygular sözlü olduğu gibi sözsüz de olabilmektedir. Beden duruşu, yüz ifadeleri, göz teması, el ve vücut hareketleri, ses tonu, duruş mesafesi, giyim tarzı, dokunuşlar, konuşma tarzındaki değişiklikler, duyguları sözsüz olarak ifade etmenin çeşitli yollarını oluşturmaktadırlar (Aysel, 2006: 78-82).

Hizmet sektörünün gelişimi duyguları örgüt yaşamının yapı taşı haline getirmiştir. Çünkü hizmet sunan bir birey, duygusal tepkisini müşteride memnuniyet yaratacak şekilde düzenlemek zorundadır. Duygusal emeğin çıkış noktası da bu temeldedir. Müşterilerle birebir iletişim halinde olan iş görenin, duygularını mensubu olduğu örgüt tarafından konulmuş ölçütlere uygun hale getirmesi ve bu süreçte harcadığı çabaları, duygusal emek ile ifade edilmektedir (Köksel, 2009: 3). Duygusal emek gösteriminde yumuşak ve sert duyguların gösterilmesi gerekebilir. Bu açıdan bakıldığında iletişim kurulan kişilerin içinde buldukları duruma göre kendilerini kötü ya da iyi hissetmelerini sağlamak duygusal emeğin amaçlarından biridir (Mastracci vd. 2006: 124).

Örgüt ortamında çalışanların hissettikleri ile dışa vurdukları duygular her zaman aynı olmayabilir. Bu noktada duygusal emek davranışlarını; yüzeysel davranış, derin davranış ve samimi davranış olarak açıklamak gerekmektedir.

Yüzeysel Davranış; İş ortamında bulunan çalışanlar normalde hissettikleri duyguları dışarıya yansıtırken olduğu gibi yansıtmayıp örgüt kuralları dâhilinde yansıtmak zorunda kalabilmektedir. İş görenlerin gerçekte hissettikleri duyguları sergileyememelerinden kaynaklı davranış türü yüzeysel davranış olarak ifade edilmektedir. Yüzeysel davranışta iş görenler, sergilemek zorunda olduğu davranışa kendini odaklanmaktadır. Dolayısıyla gerçek duygularını etrafa belli etmemektedir. Çalışanların yüzeysel davranış göstermeleri ekseriyetle hissettikleri negatif duyguları bastırıp davranışa dönüştürmemek veya pozitif hisler içindeymiş gibi bir tutum gösterme çalışmaları ile alakalıdır. Çünkü çalışanlardan her zaman beklenen şey müşterilere karşı olumlu davranışlar göstermeleridir (Diefendorff vd. 2005: 345).

Derin Davranış; Bu davranış şeklinde insanlar hissettikleri gerçek duygularını kendilerinden beklenen davranışlarla uyumlu hale getirmeye çalışmaktadır (Grandey, 2003: 87). Derin davranış türünde insanlar duygularını bizzat yaşamaktadır (Diefendorff vd., 2005: 352). Derin davranış, yüzeysel davranış türünden farklıdır. Çünkü yüzeysel davranışta davranışlar ön plandayken derin davranışta sergilenen davranış ile duyguların uyumlu hale getirilmesi söz konusudur.

Samimi Davranış; Bu davranış türünde iş görenler hissettikleri duyguları hiç değiştirmeden aynen olduğu biçimiyle davranışlarına yansıtmaktadır (Köksel, 2009: 35). Samimi davranışta duygular ve davranışlar içtendir. Bu nedenle davranışlar ortaya konulurken hiçbir şekilde maskeleye ya da rol yapılmamaktadır. Sergilenen duygular çoğunlukla doğal olmaktadır.

Duygusal emek; müşteriler, iş görenler ve örgüt üzerinde hem olumlu hem de olumsuz etkiler bırakmaktadır. Olumlu etkiler; sahip olunan mesleğe karşı duygusal olarak bağlı olması, yapılan işin kalitesinin artması, iş görene ve yöneticilere ekonomik fayda sağlaması, müşterilerle olan ilişkilere başarı kazandırması olarak sıralanabilir. Duygusal emeğin olumsuz sonuçları içinde; mesleği bırakma, rol çatışması, tükenmişlik, işe yabancılaşma ve iş-aile çatışması gibi hususlar sayılabilir.

2.2. Bireysel Yenilikçilik

Yenilik, örgütlerin hâlihazırda mevcut ve yeni amaçlara uygun bir şekilde ulaşmaya ilişkin planlı, bilerek ve hususi değişimleridir (Owens,1998, Akt: Helvacı, 2010: 16). Yenilik, inovasyonun vazgeçilmez bir parçası iken inovasyon ve yenilik farklı kavramlardır. İnovasyon neticesinde meydana gelen olgu “yeni” dir. Fakat yeni olan her şey inovasyondur demek doğru değildir. İnovasyon yeniliği kapsasa bile; yenilikten farklı olarak, fayda sağlamakta ve çıktı olarak değer yaratmaktadır (Vanberg, 1992: 105-125).

Bireysel yenilikçilik kavramı ise, bireylerin yeni olan şeylere karşı risk alma, uyum sağlama, kabullenme, tolerans gösterme ve yeni olan şeye karşı deneyime açık olma gibi durumlarını ifade etmektedir (Demiraslan ve Usluel, 2008). Kişisel yeniliğin belirmesi için ön şart olarak kişinin eğitim düzeyinin yeterli, alanında tecrübe, yaratıcı düşünme yeteneği, problemin sahiplenilmesi ve çözümü hususunda motive olması önem taşımaktadır (Uzkurt, 2008: 17-20; Işık vd., 2016).

İnovasyonun başarılı olabilmesi için kişilerin yaratıcı fikirleri kullanılabilir hale getirmesi gerekmektedir (Durna, 2002: 57-59; Işık ve Keskin, 2013). Kişilere göre ortaya çıkan bir yenilik inovasyon olarak benimsenmesi yeni bir fikrin bir icada ya da ekonomik bir varlığa dönüştürülmesi açısından önem taşımaktadır (Turanlı ve Sarıdoğan, 2010: 112). Ayrıca bir yeniliğin özümsemesi için kullanışlı, denenebilir olması, çıktılarının somut olması da gereklidir (Usluel ve Mazman, 2010, 39: 60-74). Kişiler bir yenilik sonucunda kendilerine fayda sağlamayan bir

noktada bu yeniliği kabul etmek için kolay kolay motive olamazlar (Usluel ve Mazman, 2010, 39: 60-74). İnsanlar toplumsal varlıklardır. Bir toplumun insanları sahip oldukları kişilik özelliklerine göre farklılaşmaktadır. Bu farklılıklar yeniliğe bakış açılarını da değiştirmektedir (Işık ve Serçeoğlu, 2015). Dolayısıyla kişiler olası bir yeniliği benimserken daha çabuk ya da daha geç kabul edebilmekte, daha çok ya da daha az değişime istekli olmaktadır (Kılıçer, 2008, 8: 209–222). İnsanlar, kişilik özelliklerine göre yenilikçilik açısından beş gruba ayrılır. Bunlar; yenilikçiler, öncüler, sorgulayıcılar, kuşkucular ve gelenekçiler olarak nitelendirilmektedir (Rogers, 2003: 12-23).

Yenilikçiler: Toplum içerisinde ilk olarak yeniliği özümseyen, kabul eden kişilerdir. Yeni fikirler karşısında risk almaktan çekinmezler. İlk defa ortaya çıkan bir fikri denemeyi severler ve vizyon sahibidirler. Yenilikçi kişiler, diğer kişileri yenilik konusunda etkileyebilirler. Dolayısıyla yeniliğin yayılmasında önemli rolleri vardır (Steele ve Murray, 2004, 11: 316-322).

Öncüler: Öncüler de yenilikçiler gibi yeniliği öncelikli olarak benimseyen kişilerdir. Bu bireyler de sosyal sistem içerisinde yer alan diğer bireylere yenilikler konusunda yol gösteren ve bilgi veren kişilerdir. Öncüler, kendilerine fayda sağlayan ve problemlerine çözüm olan yenilikleri kabul etmeye, hizmeti iyi olan organizasyonları benimsemeye isteklidir (Rogers, 2003: 12-23).

Sorgulayıcılar: Yenilikçiler ve öncülerin aksine, toplumda meydana gelen yeniliklerin hemen uygulanması noktasında temkinli davranır (Köse, 2012). Yeni fikirlerin ortaya çıkmasında fikir sahibidirler ancak bu yeni fikirlerin hayat bulması konusunda liderlik etmeleri çok nadir görülen bir durumdur. Sorgulayıcılar, yenilikleri kabul edip benimsemeden önce yenilik üzerinde uzun bir süre düşünür (Işık ve Meriç, 2015).

Kuşkucular: Meydana gelen yenilikleri benimseme noktasında çekingen ve şüpheli bir davranış sergilerler. Yenilik ve yeniliğin çıktıklarına karşı tavırları kuşkucu olmasına rağmen ekonomik olarak bir gereklilik ve içinde buldukları toplumun baskısı, kuşkucuları yeniliği kabul etmeye doğru sürükler (Kılıçer, 2008, 8: 209–222).

Gelenekçiler: Yeniliği benimseyen en son kişilerdir. Bu grupta yer alan kişiler, yeniliğe ve değişime karşı önyargılı bir tavır sergilerler. Üstelik gelenekçiler, yeniliğin öncelikli olarak diğer bireyler tarafından denenmesini ve sonuçlarını gözlemek ister (Rogers, 2003: 12-23).

Kişilerin daha iyi biçimde hayatlarını devam ettirmeleri ve sosyal yapılarını yeniden biçimlendirmelerinde bireysel yeniliklerin önemli katkıları vardır. Ayrıca bireysel yeniliklerle, kişiler bireysel niteliklerini geliştirerek yaşam standartlarını da zenginleştirebilir (Yeloğlu, 2007:133-152). Çevresel, bilimsel ve teknolojik gelişmeler öncelikli olarak kişileri yenileşmeye, daha sonra ise toplumu değiştirmeye zorlamaktadır (Kabakçı, 2011:397-408). Doğal olarak toplumsal hedefleri gerçekleştirebilmek için ilk olarak bireysel anlamda yenilikçi olmak

önem taşımaktadır. Nitekim kişiler gün be gün iş ve özel hayatlarında yeni yöntemler geliştirmek ve sürekli olarak farklı düşünmeye alışmak durumundadır (Özdaşlı, 2006: 1-10).

Bu çalışmanın literatüre katkısı konaklama işletmelerinde çalışanların duygusal emek ve yenilik üzerine araştırma yapacak olan akademisyenlere bir ışık tutması yönünde olacaktır. Ayrıca çalışmanın sarf ettikleri duygusal emek ve bireysel yenilikçilik ilişkisini irdeleyerek literatüre katkı sunacağı düşünülmektedir.

3. Metodoloji

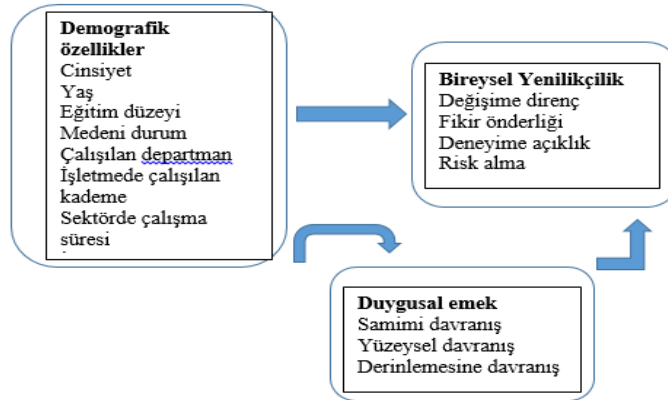
3.1. Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı Erzurum Palandöken Kış Turizm Merkezindeki (i) konaklama işletmelerinde çalışan personelin harcamış olduğu duygusal emek düzeylerini belirlemek, (ii) iş görenlerin duygusal emek ile bireysel yenilikçilik düzeyleri arasında herhangi bir ilişkinin söz konusu olup olmadığını tespit etmek ve (iii) iş görenlerin demografik özelliklerine göre bireysel yenilikçilikleri arasındaki ilişkide herhangi bir farklılığın olup olmadığını incelemektir. Bu doğrultuda elde edilen veriler SPSS 20 programında korelasyon analizi ve Anova testlerine tabi tutularak, personelin duygusal olarak ne kadar rahat olursa performans açısından da bireysel yenilikçilik düzeyini o kadar etkileyeceği öngörülmektedir. Aksi takdirde duygusal olarak yıpranan personelin bireysel yenilikçilik performansının zayıf olabileceği düşünülmektedir.

3.2. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırmada Erzurum Kış Turizm Merkezinde çalışan personellerin duygusal emek ve bireysel yenilikçilik düzeyleri arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik olarak kurulan modeli şekil 1’de gösterilmiştir. Araştırma modeli demografik özelliklere bağlı olarak duygusal emek ve bireysel yenilikçilik arasındaki ilişkinin incelenmesi olarak planlanmıştır.

Şekil 1: Araştırma Modeli



H₁: Duygusal emeğin alt boyutu olan yüzeysel davranış ile bireysel yenilikçiliğin alt boyutun olan değişime direnç arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₂: Duygusal emeğin alt boyutu olan yüzeysel davranış ile bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan fikir önderliği arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₃: Duygusal emeğin alt boyutu olan yüzeysel davranış ile bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan deneyime açıklık arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₄: Duygusal emeğin alt boyutu olan yüzeysel davranış ile bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan risk alma arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₅: Duygusal emeğin alt boyutu olan derin davranış ile bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan değişime direnç arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₆: Duygusal emeğin alt boyutu olan derin davranış ile bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan fikir önderliği arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₇: Duygusal emeğin alt boyutu olan derin davranış ile bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan deneyime açıklık arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₈: Duygusal emeğin alt boyutu olan derin davranış ile bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan risk alma arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₉: Duygusal emeğin alt boyutu olan samimi davranış ile bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan değişime direnç arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₁₀: Duygusal emeğin alt boyutu olan samimi davranış ile bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan fikir önderliği arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₁₁: Duygusal emeğin alt boyutu olan samimi davranış ile bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan deneyime açıklık arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₁₂: Duygusal emeğin alt boyutu olan samimi davranış ile bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan risk alma arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H₁₃: Personelin eğitim düzeyi ile bireysel yenilikçilik arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₁₄: Personelin çalıştığı departman ile bireysel yenilikçilik arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H₁₅: Personelin işletmede çalıştığı kademe ile bireysel yenilikçilik arasında anlamlı bir farklılık vardır.

3.3. Araştırmanın Evreni, Örnekleme ve Yöntemi

Konaklama işletmelerinde çalışan iş görenlerin duygusal emek ve bireysel yenilikçilik arasındaki ilişkinin analiz edilmesi amacıyla yapılan bu çalışma, Erzurum Palandöken Kış Turizm Merkezi'nde bulunan konaklama işletmeleri çalışanları üzerinde anket yöntemi ile gerçekleştirilmiştir. Analizlerde, Chu ve Murmann'nın (2006) "Konaklama İşletmelerinde Duygusal Emek Ölçeği" ve Hurt, Joseph ve Cook'un da (2013) "Bireysel Yenilikçilik Ölçeği" kullanılmıştır.

Her iki ölçekte 5'li likert formunda “kesinlikle katılıyorum-kesinlikle katılmıyorum” gibi cevaplar aranmıştır. Toplamda 610 personel Palandöken Kayak Merkezi'ndeki konaklama işletmelerinde çalışmaktadır. Araştırmanın örneklemini bu evren içerisindeki 610 personel arasından Anton (1996) tarafından belirtilen formülden $2500 \times 610 \times (1,96)^2 / (25 (610 - 1) + (2500 \times 1,96^2))$ yararlanılarak 236 bulunmuştur ve örneklem basit tesadüfi bir şekilde seçilmiştir. İhtiyat amaçlı ve kayıp verilere tedbir olarak toplamda 300 anket bastırılmıştır. Geri toplanan anketler dikkatle incelendikten sonra eksik verilere sahip olan anketler değerlendirmeye alınmamış, toplamda 210 anket üzerinden analizler yapılmıştır. Konaklama işletmelerinde çalışan iş görenlere uygulanan anketler belirli kriterler doğrultusunda değerlendirildikten sonra bunların içinden bilimsel açıdan kullanılabilir durumda olanlar “SPSS 20.0 for Windows” programına aktarılarak analizlere tabi tutulmuştur.

3.4. Araştırmanın Bulguları

Araştırmaya katılan cevaplayıcıların demografik özellik tablosu incelendiğinde katılımcıların % 68,1'inin erkek personel olduğu tespit edilmiştir. Yaş açısından % 44,3'lük bir oranla katılımcıların 25-31 yaş aralığında olduğu belirlenmiştir. Palandöken kış turizm merkezindeki konaklama işletmesi çalışanlarının % 50'sinin lise mezunu iken katılımcıların % 57,1'inin ise evli olduğu görülmüştür. Çalışılan departman açısından incelendiğinde araştırmaya katılanların % 31,4'ünün yiyecek-içecek departmanı, % 20,5'inin kat hizmetleri departmanında çalıştığı sonucuna ulaşılmıştır. Katılımcıların % 81'inin departman çalışanı iken sektörde çalışma süresi açısından anketi cevaplayanların % 51,9'unun sektörde 1-3 yıl aralığında çalıştığı tespit edilmiştir. Yine işletmede çalışılan süre incelendiğinde personellerin % 61'inin 1-3 yıldır mensubu oldukları işletmede çalıştıkları belirlenmiştir.

3.5. Güvenirlilik Analizi

Ölçekle elde edilen verilerin kararlı özellikler taşıması (hatalarının giderildiği) ve bu doğrultuda yapılacak analiz sonuçlarının güven arz etmesi önemlidir. Güvenirliliğini kaybetmiş bir ölçek doğru sonuçlar vermeyecektir (Gay, 1985: 96). Alpha katsayısına bağlı olarak ölçeğin güvenirliliği aşağıdaki gibi yorumlanmaktadır (Kalaycı, 2005: 405).

$0.00 \leq \alpha < 0.40$ ise ölçek güvenilir değildir,

$0.40 \leq \alpha < 0.60$ ise ölçeğin güvenirliliği düşük,

$0.60 \leq \alpha < 0.80$ ise ölçek oldukça güvenilir ve

$0.80 \leq \alpha < 1.00$ ise ölçek yüksek derecede güvenilir bir ölçektir.

Araştırma kapsamında kullanılan her iki ölçeğin güvenirliliklerini tespit etmek amacıyla Cronbach Alpha katsayıları Tablo 2'de sunulmuştur. Elde edilen sonuçlara göre her iki ölçekte oldukça güvenilir olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 1: Araştırmaya Katılan Cevaplayıcıların Demografik Özellikleri

	Frekans	Yüzde
Cinsiyet		
Erkek	143	68,1
Kadın	67	31,9
Yaş		
18-24	8	3,8
25-31	93	44,3
32-38	49	23,3
39-45	46	21,9
46 ve üzeri	14	6,7
Eğitim Düzeyi		
İlköğretim	69	32,9
Lise	105	50,0
Ön Lisans	22	10,5
Lisans	11	5,2
Yüksek Lisans	3	1,4
Doktora	-	-
Medeni Durum		
Evli	120	57,1
Bekâr	88	41,9
Çalışılan Departman		
Ön Büro	26	12,4
Yiyecek-İçecek	66	31,4
Güvenlik	31	14,8
Kat Hizmetleri	43	20,5
Teknik Servis	15	7,1
Mutfak	29	13,8
Diğer	-	-
İşletmede Çalışılan Kademe		
Departman Çalışanı	170	81,0
Departman Şefi	29	13,8
Departman Müdürü	11	5,2
Sektörde Çalışma Süresi		
1 yıldan az	28	13,3
1-3 yıl	109	51,9
4-6 yıl	51	24,3
7 yıl ve üzeri	22	10,5
İşletmede Çalışma Süresi		
1 yıldan az	48	22,9
1-3 yıl	128	61,0
4-6 yıl	25	11,9
7 yıl ve üzeri	9	4,3
Toplam	210	100

Tablo 2: Ölçeklerin Güvenirlik Analizleri

	Cronbach Alpha	Madde Sayısı
Duygusal Emek	,973	19
Bireysel Yenilikçilik	,987	20

3.6 Araştırma Hipotezlerinin Test Edilmesi

Araştırmanın temel amacı doğrultusunda Palandöken konaklama işletmeleri çalışanlarının duygusal emek düzeyleri ile bireysel yenilikçilik düzeyleri arasındaki ilişkiyi saptamak için korelasyon analizi yapılmış ve ulaşılan sonuçlar Tablo 3’de sunulmuştur.

Tablo 3: Duygusal Emek - Bireysel Yenilikçilik Korelasyon Analizi

	Değişime Direnç	Fikir Önderliği	Deneyime Açıklık	Risk Alma
Yüzeysel Davranış	-,524**	-,601**	-,593**	-,557**
Derin Davranış	-,552**	-,649**	-,643**	-,605**
Samimi Davranış	-,548**	-,655**	-,645**	-,612**

Not: **p<0,01 *p<0,05 önem seviyesinde p değerlerini ifade etmektedir.

Duygusal emek ile bireysel yenilikçilik arasındaki ilişkiyi test etmek üzere yapılan korelasyon analizine göre, her iki ölçeğin birbirleriyle 0,01 önem düzeyinde negatif ve anlamlı bir şekilde ilişkili olduğu saptanmıştır. Bu doğrultuda duygusal emek harcayan personellerin bireysel yenilikçilik performanslarında düşüş yaşayabileceği söylenebilir.

Duygusal emeğin alt boyutu olan yüzeysel davranış ile bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan değişime direnç arasında 0,01 önem seviyesinde negatif yönde anlamlı bir ilişki söz konusudur. Yani müşterilerle olan ilişkilerinde gerçekten hissetmese bile hoş görünmeye çalışan, çalışırken gerçek hislerini yansıtmayacak şekilde farklı davranan personellerin, genellikle yeni fikirleri kabullenmekte temkinli oldukları, yeniliği adapte etmeden evvel çevresindekilerin o yeniliği kullanmaya başladığını görmek istedikleri söylenebilir. Dolayısıyla “Duygusal emeğin alt boyutu olan yüzeysel davranış ile bireysel yenilikçiliğin alt boyutun olan değişime direnç arasında anlamlı bir ilişki vardır” şeklindeki H₁ hipotezi kabul edilmiştir.

Yüzeysel davranış ile fikir önderliği arasında da 0,01 önem düzeyinde negatif yönlü anlamlı bir ilişki belirlenmiştir. Bu doğrultuda işinin gerektirdiği duyguları yansıtmak yüz ifadelerini takınabilen, müşterilere yansıtmaması gereken olumlu duyguları sergileyebilmek için gerçekten hissettiklerini gizleyebilen çalışanların,

arkadaş grubu içinde etkileyici bir birey olarak görüldüğü, yaratıcı bir kişiliğe sahip olduğu söylenebilir. Bu noktada “Duygusal emeğin alt boyutu olan yüzeysel davranış ile bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan fikir önderliği arasında anlamlı bir ilişki vardır” şeklindeki H_2 hipotezi kabul edilmiştir.

Yapılan korelasyon analizi neticesinde yüzeysel davranış ve deneyime açıklık arasında 0,01 önem düzeyinde negatif yönlü anlamlı bir ilişki saptanmıştır. Yani çalışırken gerçek hislerini yansıtmayacak şekilde farklı davranabilen personellerin, yeni fikirleri denemekten hoşlandığı, bir sorunu çözerken yanıt açık olmadığı zaman çözüm için çoğu kez yeni yöntemler geliştiren bireyler olduğu söylenebilir. Bu doğrultuda “Duygusal emeğin alt boyutu olan yüzeysel davranış ile bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan deneyime açıklık arasında anlamlı bir ilişki vardır” şeklindeki H_3 hipotezi kabul edilmiştir.

Duygusal emeğin alt boyutu olan yüzeysel davranış ile bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan risk alma arasında 0,01 önem düzeyinde negatif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Bu noktada müşterilere yansıtması gereken olumlu duyguları sergileyebilmek için gerçekten hissettiklerini gizleyebilen personellerin, cevabı belirsiz sorularda heyecanlandıkları söylenebilir. Dolayısıyla “Duygusal emeğin alt boyutu olan yüzeysel davranış ile bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan risk alma arasında anlamlı bir ilişki vardır” şeklindeki H_4 hipotezi kabul edilmiştir.

Duygusal emeğin alt boyutu olan derin davranış ile bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan değişime direnç arasında 0,01 önem düzeyinde negatif yönlü bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Yani çalışmaya başlarken işinde karşılaşacağı güzellikleri düşünen personellerin, yeni fikirlere karşı çoğunlukla şüpheli yaklaştığı söylenebilir. Bu durumda “Duygusal emeğin alt boyutu olan derin davranış ile bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan değişime direnç arasında anlamlı bir ilişki vardır” şeklindeki H_5 hipotezi kabul edilmiştir.

Derin davranış ile fikir önderliği arasında 0,01 önem seviyesinde negatif yönlü anlamlı bir ilişki gözlemlenmiştir. Bu noktada müşterilerle ilişkilerinde göstermesi gereken olumlu duyguları her seferinde yaşamaya çalışan personellerin, yaratıcı bir kişiliğe sahip olduğunu söylemek mümkündür. Dolayısıyla “Duygusal emeğin alt boyutu olan derin davranış ile bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan fikir önderliği arasında anlamlı bir ilişki vardır” şeklindeki H_6 hipotezi kabul edilmiştir.

Derin davranış ile deneyime açıklık arasında da negatif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu gözlemlenmiştir. Yani gerçekten hissetmediği olumlu duyguları davranışlarında yansıtmaya çalışırken daha fazla çaba harcayan personellerin, düşüncelerinde ve davranışlarında özgün olmayı heyecan verici buldukları söylenebilir. Bu doğrultuda “Duygusal emeğin alt boyutu olan derin davranış ile bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan deneyime açıklık arasında anlamlı bir ilişki vardır” şeklindeki H_7 hipotezi kabul edilmiştir.

Duygusal emeğin alt boyutu olan derin davranış ile bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan risk alma arasında 0,01 önem düzeyinde negatif yönlü anlamlı bir ilişki görülmüştür. Yani çalışmaya başlarken işinde karşılaşacağı güzellikleri düşünen personellerin, belirsizlikler ve çözülmemiş problemlerin kendilerini güdülediği söylenebilir. Dolayısıyla “Duygusal emeğin alt boyutu olan derin davranış ile bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan risk alma arasında anlamlı bir ilişki vardır” şeklindeki H_8 hipotezi kabul edilmiştir.

Korelasyon analizine göre duygusal emeğin alt boyutu olan samimi davranış ile bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan değişime direnç arasında 0,01 önem düzeyinde negatif yönlü anlamlı bir ilişki belirlenmiştir. Yani müşterilere gösterdiği olumlu duyguların gerçekten hissettikleriyle örtüşen bireylerin, geleneksel yaşam stiline ve işleri geleneksel metotlar ile gerçekleştirmenin en ideal olduğunu düşündükleri sonucuna varılabilir. Dolayısıyla “Duygusal emeğin alt boyutu olan samimi davranış ile bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan değişime direnç arasında anlamlı bir ilişki vardır” şeklindeki H_9 hipotezi kabul edilmiştir.

Samimi davranış ile fikir önderliği arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki gözlemlenmiştir. Bu noktada müşterilere göstermesi gereken olumlu duyguları yansıtabilmek için elinden geleni yapan personellerin, ait oldukları grupta liderlikle ilgili sorumluluklar almaktan hoşlandıkları söylenebilir.

Dolayısıyla “Duygusal emeğin alt boyutu olan samimi davranış ile bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan fikir önderliği arasında anlamlı bir ilişki vardır” şeklindeki H_{10} hipotezi kabul edilmiştir.

Samimi davranış ile deneyime açıklık arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Yani işini iyi yapabilmek için göstermesi gereken duyguları gerçekten hisseden personellerin, bir şeyi yapmanın yeni yollarını aradıkları söylenebilir. Bu doğrultuda “Duygusal emeğin alt boyutu olan samimi davranış ile bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan deneyime açıklık arasında anlamlı bir ilişki vardır” şeklindeki H_{11} hipotezi kabul edilmiştir.

Duygusal emeğin alt boyutu olan samimi davranış ile bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan risk alma arasında da 0,01 önem düzeyinde negatif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu görülmüştür. Yani müşterilerle olan ilişkilerinde onlara iyi görünmeye çalışan personellerin, cevabı belirsiz sorularda heyecanlandıkları söylenebilir. Dolayısıyla “Duygusal emeğin alt boyutu olan samimi davranış ile bireysel yenilikçiliğin alt boyutu olan risk alma arasında anlamlı bir ilişki vardır” şeklindeki H_{12} hipotezi kabul edilmiştir.

3.7. Anova Testi

Bireysel Yenilikçilik ve Eğitim Düzeyi Arasındaki İlişki

Personelin eğitim düzeyi ile bireysel yenilikçilikleri arasındaki ilişkiyi tespit etmek için ANOVA sınaması tatbik edilmiştir. Yapılan analiz neticesinde konaklama işletmelerinde çalışan personellerin eğitim düzeyleri ile bireysel yenilikçilikleri arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($P > 0,05$).

Tablo incelendiğinde personellerin bireysel yenilikçilik performansları üzerinde eğitim düzeyinin etkili olmadığı sonucuna varılmıştır. Bu doğrultuda “Personelin eğitim düzeyi ile bireysel yenilikçilik arasında anlamlı bir farklılık vardır” şeklindeki H_{13} hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 4: Bireysel Yenilikçilik ve Eğitim Düzeyi Arasındaki İlişki (ANOVA Testi)

		Kareler toplamı	Sd.	Kareler ort.	F	P-değeri
Değişime Direnç	Gruplar arası	11,010	4	2,752	1,494	,205
	Gruplar içi	377,698	205	1,842		
	Toplam	388,708	209			
Fikir Önderliği	Gruplar arası	13,363	4	3,341	1,824	,126
	Gruplar içi	375,536	205	1,832		
	Toplam	388,899	209			
Deneyime Açıklık	Gruplar arası	11,472	4	2,868	1,520	,198
	Gruplar içi	386,836	205	1,887		
	Toplam	398,308	209			
Risk Alma	Gruplar arası	6,912	4	1,728	,859	,490
	Gruplar içi	412,512	205	2,012		
	Toplam	419,424	209			

Not: ** $p < 0,01$ * $p < 0,05$ önem seviyesinde p değerlerini ifade etmektedir.

Bireysel Yenilikçilik ve Çalışılan Departman Arasındaki İlişki

Personelin çalıştıkları departman ile bireysel yenilikçilikleri arasındaki ilişkiyi belirlemek için ANOVA testi tatbik edilmiştir. Yapılan analiz neticesinde konaklama işletmelerinde çalışan personellerin çalıştıkları departman ile bireysel yenilikçilikleri arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($P > 0,05$).

Tablo 5 incelendiğinde personellerin bireysel yenilikçilik performanslarının çalışılan departmandan etkilenmediği sonucuna ulaşılmıştır. Bu doğrultuda “Personelin çalıştığı departman ile bireysel yenilikçilik arasında anlamlı bir farklılık vardır” şeklindeki H_{14} hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 5: Bireysel Yenilikçilik ve Çalışılan Departman Arasındaki İlişki (ANOVA Testi)

		Kareler toplamı	Sd.	Kareler ort.	F	P-değeri
Değişime Direnç	Gruplar arası	5,417	5	1,083	,577	,718
	Gruplar içi	383,291	204	1,897		
	Toplam	388,708	209			
Fikir Önderliği	Gruplar arası	11,652	5	2,330	1,260	,283
	Gruplar içi	377,247	204	1,849		
	Toplam	388,899	209			
Deneyime Açıklık	Gruplar arası	10,109	5	2,022	1,062	,382
	Gruplar içi	388,199	204	1,903		
	Toplam	398,308	209			
Risk Alma	Gruplar arası	10,713	5	2,143	1,069	,378
	Gruplar içi	408,710	204	2,003		
	Toplam	419,424	209			

Not: ** $p < 0,01$ * $p < 0,05$ önem seviyesinde p değerlerini ifade etmektedir.

Bireysel Yenilikçilik ve Çalışılan Kademe Arasındaki İlişki

Personelin çalıştıkları kademe ile bireysel yenilikçilikleri arasındaki ilişkiyi belirlemek için ANOVA testi uygulanmıştır. Yapılan analiz neticesinde konaklama işletmelerinde çalışan personellerin çalıştıkları kademe ile bireysel yenilikçilikleri arasında anlamlı bir farklılık görülmemiştir ($P > 0,05$).

Tablo 6 incelendiğinde personellerin bireysel yenilikçilik performanslarının çalışılan kademeden etkilenmediği tespit edilmiştir. Bu doğrultuda “Personelin işletmede çalıştığı kademe ile bireysel yenilikçilik arasında anlamlı bir farklılık vardır” şeklindeki H_{15} hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 6: Bireysel Yenilikçilik ve Çalışılan Kademe Arasındaki İlişki (ANOVA Testi)

		Kareler toplamı	Sd.	Kareler ort.	F	P-değeri
Değişime Direnç	Gruplar arası	1,065	2	,533	,284	,753
	Gruplar içi	387,643	207	1,873		
	Toplam	388,708	209	1,814	,975	,379
Fikir Önderliği	Gruplar arası	3,629	2	1,861		
	Gruplar içi	385,270	207			
	Toplam	388,899	209			
Deneyime Açıklık	Gruplar arası	2,281	2	1,141	,596	,552
	Gruplar içi	396,027	207	1,913		
	Toplam	398,308	209			
Risk Alma	Gruplar arası	2,119	2	1,059	,525	,592
	Gruplar içi	417,305	207	2,016		
	Toplam	419,424	209			

Not: **p<0,01 *p<0,05 önem seviyesinde p değerlerini ifade etmektedir.

4. Sonuç ve Öneriler

Yapılan bu araştırmanın amacı Palandöken Kayak Merkezinde bulunan konaklama işletmelerinde çalışan personellerin harcamış oldukları duygusal emek ve bireysel yenilikçilik performansları arasındaki ilişki düzeyinin hangi düzeyde olduğunu belirlemektir. Bu amaçla uygulanan korelasyon analizlerine göre değişkenler arasında negatif yönlü anlamlı bir ilişki gözlemlenmiştir. Böylece personelin harcamış olduğu duygusal emek düzeyi arttıkça bireylerin yenilikçilik performansı azalmaktadır. Ayrıca çalışmada eğitim düzeyi, çalışılan departman ve işletmede çalışılan kademe ile bireysel yenilikçilik arasında herhangi bir ilişki yada etki olup olmadığını belirlemek üzere uygulanan ANOVA test sonuçlarına göre personellerin bireysel yenilikçilik performansının eğitim düzeyi, çalışılan departman ve kademedeki etkilenmediği belirlenmiştir.

Analizler neticesinde personelin duygusal olarak yıprandığı tespit edilmiştir. Dolayısıyla çalışanların yenilikçilik performansları bu durumdan etkilenmekte ve düşük bir performans ortaya çıkmaktadır. Bireylerin sergilemiş olduğu düşük yenilikçilik performans ise işletme açısından bir risk oluşturabilmektedir. Bu riski azaltmak için bazı öneriler şu şekilde sıralanabilir:

- Müşterilerle bire bir iletişimin zorunlu olduğu konaklama işletmelerinde çalışan iş görenlerin müşterilerle etkili bir iletişim kurması sağlanmalıdır. Bu durum işverenlerin personellerine güvenmesi ve gerektiği durumlarda personeline yetki vermesi ile mümkün olabilecektir. Böylece personel işletmenin koymuş olduğu kurallara göre kendi duygularını yönetmek zorunda kalmayacak ve duygusal olarak yıpranmayacaktır.
- Personelin çalışma ortamının fiziksel açıdan rahat hale getirilmesi iş gören ile müşteri ilişkilerinde olumlu sonuçlar doğurabilir. İş gören kendini rahat hissettiğinde bu rahatlığını müşteriye de yansıtabilir. Dolayısıyla iş yerinde mutlu olan ve kendini psikolojik olarak iyi hisseden bir personel işletme içinde yenilikçilik çabaları içine girmesi kaçınılmaz olacaktır.

Bu çalışma neticesinde farklı sektörlerde istihdam edilen iş görenler üzerinde analizler yapılarak, araştırmacı ve politika yapıcılara bir zemin oluşturulduğu düşünülmektedir. Öte yandan, bu çalışmanın bir kısıtı ise Erzurum Palandöken Kış Turizm Merkezinde sınırlı sayıda konaklama işletmesinin faaliyette bulunması ve dolayısıyla analizlerin daha az sayıda personel üzerinde gerçekleştirilmiş olmasıdır. Bu açıdan konuyla ilgili çalışmak isteyen araştırmacıların daha büyük bir örneklem ile analizler yapması teşvik edilebilir.

Kaynakça

Aysel, L. (2006), Liderlik ve Duygusal Zeka, (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Kocaeli: Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Programı.

Beğenirbaş, M. ve Meydan, C. (2012), “Duygusal Emeğin Örgütsel Vatandaşlık Davranışlarıyla İlişkisi: Öğretmenler Üzerinde Bir Araştırma”, *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 14/3, 159-181.

Diefendorff, J.M. Croyle, M.H. Gosserand, R.H. (2005), “The Dimensionality and Antecedents of Emotional Labor Strategies”, *Journal of Vocational Behavior*, 66, 339-357.

Durna U. (2002), Yenilik Yönetimi, Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Gay L.R. (1985), Educational Evaluation and Measurement, London: A Bell & Howell Company.

Grandey, A. A. (2000), “Emotion Regulation in the Workplace: A New Way to Conceptualize Emotional Labor”, *Journal of Occupational Health Psychology*, 5(1), 95-110.

Işık, C. ve Keskin, G. (2013), “Bilgi Ekonomilerinde Rekabet Üstünlüğü Oluşturulması Açısından İnovasyonun Önemi”, *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 27(1), 41-57.

Işık, C. ve Meriç, S. (2015), “Otel Yöneticilerinin Bireysel Yenilikçi Kapsamında Değerlendirilmesi: Van İli Örneği”, *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 4(1), 1-16.

Işık, C. ve Serçeoğlu, N., (2015), “İnovasyonel Turizm: Çin Örneği”, *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(9), 1-15.

Işık, C., Tırak, L., ve Işık, Z.. (2016), “Potansiyel Kadın Turizmcilerin Girişimcilik Ve İnovasyon Eğilimlerinin Belirlenmesi”, *Ekonomi, Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 1(1), 31-44.

Kabakçı, Y. I. (2011), “Öğretmen Adaylarının Tekno Pedagojik Eğitim Yeterliklerinin Bilgi ve İletişim Teknolojilerini Kullanımları Açısından İncelenmesi”, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 40, 397-408.

Kılıçer, K. (2008), “Teknolojik Yeniliklerin Yayılmasını ve Benimsenmesini Arttıran Etmenler”, *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 8, 209-222.

Köksel, L. (2009), İş Yaşamında Duygusal Emek ve Ampirik Bir Çalışma. (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Manisa: Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Programı.

Köse, B. (2012), Tüketici Yenilikçiliği ve Yeniliklerin Benimsenmesi: Bir Yenilik Olarak Mobil. (Yayımlanmamış Doktora Tezi) Afyon-Karahisar: Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı.

Mastracci, S.H., ve M.A. Newman, V. ve M. E. Guy (2006), “Appraising Emotional Work: Determining Whether Emotional Labor Is Valued In Government Jobs”, *American Review of Public Administration*, 36(2), 123-138.

Özdaşlı K. (2006), “Toplam Kalite Yönetimi ve Yenilik İlişkisi: Bir Örnek Olay, Akademik Bakış”, *Uluslararası Hakemli Sosyal Bilimler E-Dergisi*, 10, 1-10.

Rogers E.M. (2003), *Diffusion of Innovations*, New York: Simon & Schuster Press.

Steele J, Murray M. (2004), “Creating, Supporting and Sustaining A Culture Of Innovation”, *Engineering, Construction and Architectural Management*, 11, 316-322.

Turanlı, R. Sarıdoğan, E. (2010), *Bilim-Teknoloji-İnovasyon Temelli Ekonomi ve Toplum*, İstanbul: Akademik Yayınları.

Usluel, Y. K, Mazman, S. G. (2010), “Eğitimde Yeniliklerin Yayılımı, Kabulü ve Benimsenmesi Sürecinde Yer Alan Öğeler: Bir İçerik Analizi Çalışması”, *Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 39, 60-74.

Uzkurt C. (2008) *Pazarlamada Değer Yaratma Aracı Olarak Yenilik Yönetimi ve Yenilikçi Örgüt Kültürü*, İstanbul:Beta Yayınları.

Vanberg V. (1992) *Innovation, cultural evolution, and economic growth*, In: Witt U (ed). *Explaining Process and Change: Approaches to Evolutionary Economics*, USA: Michigan University Press.

Yeloğlu H. O. (2007), “Örgüt, Birey, Grup Bağlamında Yenilik ve Yaratıcılık Tartışmaları”, *Ege Akademik Bakış*, 7, 133-152.