

	MAKALE ADI	SAYFA
	Önsöz	1-4
	Prof. Dr. Umut AVCI	
1	Turizmde Havayolu Şirketlerinin Fiyat Belirleme Politikaları Ve Oyun Teorisi Uygulaması	5-19
	H. Avni ÇUBUKÇU, Yrd. Doç. Dr. Fahriye UYSAL, Prof. Dr. Mustafa GÜLMEZ	
2	Konaklama İşletmelerinde Siber Aylaklık: Çalışanların Demografik Özellikleri İle Siber Aylaklıkları Üzerine Bir Araştırma	20-34
	Oğuzhan SERTTAŞ, Yrd. Doç. Dr. Güntekin ŞİMŞEK	
3	Sosyal Medya Kullanma Motivasyonlarının Turistik Deneyim Üzerindeki Etkisinin Belirlenmesi	35-49
	Doç. Dr. M. Oğuzhan İLBAN, Emin GÜLEÇ	
4	Örgütsel Destek Algısı, İş Stresi, İşin Anlamlılığı Ve Proaktif Kişilik Özelliklerinin Çalışanların Yaratıcılığına Etkisi: Beş Yıldızlı Bir Otel Çalışanlarında Uygulama	50-68
	Doç. Dr. Yılmaz AKGÜNDÜZ, Yrd. Doç. Dr. Özge ADAN GÖK, Yrd.Doç.Dr. Ceylan ALKAN	
5	Türkiye’de Enflasyon Ve Turizm Gelirleri İlişkisi: Ekonometrik Bir Analiz	69-81
	Yrd. Doç. Dr. Burcu ILGAZ YILDIRIM, Furkan YILDIRIM, Prof. Dr. Mustafa GÜLMEZ	
6	Helal Turizm Kavramı Ve Gelişimi Üzerine Genel Bir Değerlendirme	82-98
	Hüseyin PAMUKÇU, Prof. Dr. Mehmet SARIİŞİK	
7	Sağlık Turizminde Türkiye’nin Dünyadaki Yeri Ve Potansiyeli	99-113
	Doç. Dr. Seher Nur SÜLKÜ	
8	İş-Aile Ve Aile-İş Yaşamı Çatışması İle İşgören Performansı Arasındaki İlişki: Otel İşletmelerinde Bir Uygulama	114-130
	Yrd. Doç. Dr. Hakan KOÇ, Dr. Murat KIZANLIKLI	
9	Uluslararası Kruvaziyer Ziyaretçilerine Ait Özelliklerin Birliktelik Kuralı Modeli İle Analizi	131-148
	Gözde ÖZTÜRK, Doç. Dr. Abdullah TANRISEVDİ	
10	Yeni Bir Turistik Ürün Olarak Düşün Turizmi: Alanyazın İncelemesi	149-163
	Doç. Dr. Kamil UNUR, Bayram KANCA, Çağdaş ERTAŞ	

Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi




IDEAS

ISSN: 2149-5023





Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi yılda 2 kez yayımlanan hakemli bir dergidir. Türkçe ve İngilizce dillerinde iktisat, işletme, uluslararası ilişkiler, siyaset bilimi ve kamu yönetimi, davranış bilimleri, maliye, ekonometri, çalışma ekonomisi ve endüstriyel ilişkiler, bankacılık ve finans, insan kaynakları yönetimi, yönetim bilişim sistemleri, sosyal hizmet, uluslararası ticaret ve lojistik, sağlık bilimleri yönetimi ve ilişkili alanlarda makaleler yayımlar. Dergide yayımlanan makalelerin dil, bilim, yasal ve etik sorumluluğu yazara aittir. Makaleler kaynak gösterilmeden kullanılamaz.

International Journal of Economics and Administrative Sciences is peer reviewed journal published twice a year. It publishes articles both in Turkish and English languages in the fields of economics, business administration, international relations, political science and public administration, behavioral sciences, finance, econometrics, labor economics and industrial relations, banking and finance, human resources management, management information systems, social services, international trade and logistics, health sciences management and related fields. The language, science, legal and ethical responsibility of the articles published in the journal belongs to the author. The published contents in the articles cannot be used without being cited.







Editörler / Editors inChief

-  Doç. Dr. Abdullah ÇALIŞKAN (Toros Üniversitesi)
-  Doç. Dr. Ömer TURUNÇ (Süleyman Demirel Üniversitesi)
-  Prof. Dr. Umut AVCI (Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi)(Özelsayiteditörü)

Yayın Kurulu / EditorialBoard

-  Prof. Dr. Abdülkadir VAROĞLU (Başkent Üniversitesi)
-  Doç. Dr. Ömer TURUNÇ (Süleyman Demirel Üniversitesi)
-  Doç. Dr. Abdullah ÇALIŞKAN (Toros Üniversitesi)
-  Yrd. Doç. Dr. İrfan AKKOÇ (THK Üniversitesi)

Danışma Kurulu / AdvisoryBoard

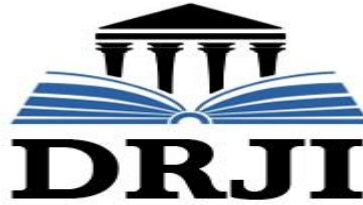
-  Prof. Dr. Ali ÖZDEMİR (Dokuz Eylül Üniversitesi)
-  Prof. Dr. Dilek ZAMANTILI NAYIR (Marmara Üniversitesi)
-  Prof. Dr. Ebru GÜNLÜ (Dokuz Eylül Üniversitesi)
-  Prof. Dr. Haluk KORKMAZYÜREK (Toros Üniversitesi)
-  Prof. Dr. İbrahim EROL (Celal Bayar Üniversitesi)
-  Prof. Dr. Levent KÖSEKAHYAOĞLU (Süleyman Demirel Üniversitesi)

- Prof. Dr. Mustafa Kemal DEMİRCİ (Dumlupınar Üniversitesi)
- Prof. Dr. Mahmut PAKSOY (İstanbul Kültür Üniversitesi)
- Prof. Dr. Nejat BASIM (Başkent Üniversitesi)
- Prof. Dr. Pınar SÜRAL ÖZER (Dokuz Eylül Üniversitesi)
- Prof. Dr. Selim Adem HATIRLI (Süleyman Demirel Üniversitesi)
- Prof. Dr. Süleyman TÜRKEL (Toros Üniversitesi)
- Prof. Dr. Uğur YOZGAT (Marmara Üniversitesi)
- Prof. Dr. Umut AVCI (Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi)
- Prof. Dr. Ünsal SİĞRİ (Başkent Üniversitesi)
- Doç. Dr. Ahmet ERKUŞ (Bahçeşehir Üniversitesi)
- Doç. Dr. Bekir GÖVDERE (Süleyman Demirel Üniversitesi)
- Doç. Dr. Cengiz DURAN (Dumlupınar Üniversitesi)
- Doç. Dr. Gülüzar KURT GÜMÜŞ (Dokuz Eylül Üniversitesi)
- Doç. Dr. Hakan TURGUT (Başkent Üniversitesi)
- Doç. Dr. Haldun YALÇINKAYA (TOBB Ekonomi ve Teknoloji Üniversitesi)
- Doç. Dr. Harun ŞEŞEN (Lefke Aorupa Üniversitesi)
- Doç. Dr. Mazlum ÇELİK (Hasan Kalyoncu Üniversitesi)
- Doç. Dr. Murat ÇUHADAR (Süleyman Demirel Üniversitesi)
- Doç. Dr. Sait GÜRBÜZ (Kara Harp Okulu)
- Doç. Dr. Yusuf GÜMÜŞ (Dokuz Eylül Üniversitesi)

Not: İsimler, akademik ünvan ve alfabetik sıra gözetilerek sıralanmıştır.

Bu özel sayıda yayımlanan makalelerin hakem süreçleri 17. Ulusal Turizm Kongresi tarafından yürütülmüştür. Makaleler kongrede sunulan bildirilerden türetilmiştir.

2016 yılı 2. sayıdan itibaren dergimiz uluslararası endekste
(Directory of Research Journals Indexing) taranmaktadır



Dergide yayımlanan yazılardaki görüşler ve bu konudaki sorumluluk yazarlarına aittir.
Yayımlanan eserlerde yer alan içerikler kaynak gösterilmeden kullanılamaz.

All the opinions written in articles are under responsibilities of the authors.
The published contents in the articles cannot be used without being cited.

Makalenin on-line kopyasına erişmek için / To reach the on-line copy of article:
<http://dergipark.gov.tr/uiibd>

ÖNSÖZ

Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi'nin değerli okuyucuları,

2016 yılında 17'ncisi gerçekleştirilen Ulusal Turizm Kongresi 20-23 Ekim tarihleri arasında Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Turizm Fakültesi ev sahipliğinde Bodrum'da düzenlenmiştir. Kongrenin yürütme kurulu başkanlığını Turizm Fakültesi Dekanı Prof. Dr. Ozan BAHAR, dönem başkanlığını ise Yaşar Üniversitesi öğretim üyesi Prof. Dr. Orhan İÇÖZ yapmıştır. Ulusal Turizm Kongreleri, ülkemiz turizmde yaşanan gelişmeleri ve ortaya çıkan sorunları tartışabilmek ve farklı görüşlerin temsili ile çözüm önerileri geliştirebilmek açısından ulusal boyuttaki en kapsamlı bilimsel organizasyondur. 17. Ulusal Turizm Kongresi, farklı fikir ve önerilerin sadece akademik çevreden gelmesi yerine sektördeki aktörlerin de görüşlerini alabilmek amacıyla **akademi-sektör buluşması** başlıklı tema ile düzenlenmiştir. Bu kapsamda, sektör temsilcilerinin konuşmacı olduğu dört panel ile hem sektör hem de akademinin turizme ilişkin sorunları bir arada tartışması ve çözüm önerilerini paydaşların tamamının görüşlerini alarak geliştirmesi sağlanmıştır. Kongreye, 61 farklı üniversiteden 300 civarında öğretim elemanı ile 60'ın üzerinde sektör temsilcisi katılmıştır. Kongreye değerlendirilmek üzere toplam 189 bildiri gönderilmiş ve bunların 160'ı bilim kurulu üyelerince kabul edilmiştir. 148 bildiri sahibi ise 35 paralel oturumda bildirilerini sunmuşlardır. 17. Ulusal Turizm Kongresi hem gönderilen hem kabul edilen hem de sunulan bildiri sayısı açısından geçmiş kongrelerin üzerinde yer almıştır. Bu bağlamda, kongremize katılarak farklı fikir ve görüşlerin ortaya çıkmasına ve tartışılmasına imkân sunan tüm katılımcılara organizasyonun paydaşları adına teşekkürlerimizi sunarız.

Kongremizde, bildirimlerini makale olarak yayınlamak isteyen katılımcılara üç bilimsel-hakemli dergide yayın yapma fırsatı tanınmıştır. Bu dergilerden birisi, kongrede sunulan 10 bildiriye yayın imkânı tanıyan Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi'dir. Bu süreç için bizlere destek olan ve Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi'nde özel sayı çıkarılmasına imkân hazırlayan derginin editörleri Doç. Dr. Ömer TURUNÇ'a ve Doç. Dr. Abdullah ÇALIŞKAN'a teşekkür ederiz.

Derginin 2017 yılı özel sayısında yer alan ilk çalışmada, yazarlar H. Avni ÇUBUKÇU, Fahriye UYSAL, Mustafa GÜLMEZ havayolu şirketlerinin fiyat belirleme politikalarını oyun teorisi uygulaması ekseninde analiz etmektedirler. İkinci çalışmada, Oğuzhan SERTTAŞ ve Güntekin ŞİMŞEK siber aylıklığın otel çalışanlarının demografik özelliklerine göre farklılık gösterip göstermediği incelemiştir. M. Oğuzhan İLBAN ve Emin GÜLEÇ tarafından hazırlanan üçüncü çalışma, sosyal medya kullanma motivasyonunun turistik deneyim üzerindeki etkilerinin incelemeni esas almaktadır. Dördüncü çalışma, örgütsel davranış alanında fazlaca kullanılan değişkenler arasındaki ilişkileri inceleyen "Örgütsel Destek Algısı, İş Stresi, İşin Anlamlılığı ve Proaktif Kişilik Özelliklerinin Çalışanların Yaratıcılığına Etkisi: Beş Yıldızlı Bir Otel Çalışanlarında Uygulama" başlığı ile Yılmaz AKGÜNDÜZ, Özge ADAN GÖK ile Ceylan ALKAN tarafından hazırlanan çalışmadır. Burcu ILGAZ YILDIRIM, Furkan YILDIRIM ve Mustafa GÜLMEZ tarafından hazırlanan beşinci makalede, Türkiye'de enflasyon ve turizm gelirleri arasındaki ilişki ekonometrik bir analiz yapılarak incelenmiştir. Altıncı çalışma, Hüseyin PAMUKÇU ve Mehmet SARIŞIK son yıllarda Türkiye'deki akademisyenlerce dikkat çekilen bir konu olan helal turizm olgusunun gelişimi üzerine kronolojik bir değerlendirmeyi içermektedir. Yedinci çalışmada, Türkiye'de sağlık turizmi konusuna makro bir bakış sergilenmiş ve Seher Nur SÜLKÜ ikincil veriler üzerinden sağlık turizmde Türkiye'nin dünyadaki yerinin ve potansiyelinin hangi durumda olduğunu irdelemiştir. Sekizinci çalışmada, yazarlar Hakan KOÇ ve Murat KIZANLIKLI, iş-aile ile aile-iş yaşamı çatışmasının işgören performansı ile ilişkisini otel çalışanlarından toplanan veriler üzerinden analiz etmiştir. Gözde ÖZTÜRK ve Abdullah TANRISEVDİ tarafından hazırlanan dokuzuncu çalışmada, uluslararası kruvaziyer ziyaretçilerine ait özellikler birliktelik kuralı modeliyle analiz edilmiş ve ortaya çıkan sonuçlar okuyucularla paylaşılmıştır. Özel sayının son çalışmasını, Kamil UNUR, Bayram KANCA ve Çağdaş ERTAŞ hazırlamıştır. Bu çalışmada, yeni bir turistik ürün türü olarak düğün turizmi üzerine alanyazın taraması yapılmıştır.

Prof. Dr. Umut AVCI

Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi
Özel Sayı Editörü

ÖRGÜTSEL DESTEK ALGISI, İŞ STRESİ, İŞİN ANLAMLILIĞI VE PROAKTİF KİŞİLİK ÖZELLİKLERİNİN ÇALIŞANLARIN YARATICILIĞINA ETKİSİ: BEŞ YILDIZLI BİR OTEL ÇALIŞANLARINDA UYGULAMA

Yılmaz AKGÜNDÜZ*, Özge ADAN GÖK**, Ceylan ALKAN***

ÖZET: Müşteri tatmininin artırılmasında çalışanların görevlerini başarı ile yapmalarının dışında yaratıcı davranışlar göstermeleri de belirleyici olabilmektedir. Bu araştırmanın amacı, çalışanlarının yaratıcılığına örgütsel destek algısının, iş stresinin, işin anlamlılığının ve proaktif kişilik özelliklerinin etkisini belirlemektir. Bu kapsamda İzmir’de faaliyetini sürdüren beş yıldızlı bir otelde alan araştırması yapılmıştır. Araştırmada veriler söz konusu değişkenleri kapsayan bir anket formu ile 1-15 Temmuz 2016 tarihlerinde basit tesadüfi örnekleme yöntemi tercih edilerek yapılmış olup, araştırma sonunda 184 geçerli anket toplanmıştır. Ölçeklerin geçerliliği ve güvenilirliği tespit edildikten sonra önerilen hipotezleri test etmek için çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda örgütsel desteğin, iş anlamlılığının ve proaktif kişilik özelliklerinin çalışanların yaratıcılığını artırdığı belirlenmiştir. Buna bağlı olarak otel yöneticilerine çalışanlarının yaratıcılıklarını artırmak için örgüt içindeki karar ve uygulamalarını desteklemeleri, önem ve değer verdikleri görevleri yapmalarına fırsat vermeleri ve proaktif kişilik özelliklerine sahip çalışanları örgütte konumlandırmaları önerilebilir.

Anahtar Kelimeler: İşgören yaratıcılığı, örgütsel destek, işin anlamlılığı, iş stresi, otel işletmeleri.

Jel Sınıflandırması:

THE IMPACT OF PERCEIVED ORGANIZATIONAL SUPPORT, JOB STRESS, AND MEANING OF WORK ON EMPLOYEE CREATIVITY: AN APPLICATION IN A FIVE STAR HOTEL STAFF

ABSTRACT: Besides performing the tasks of the employees successfully, creative behaviours of the employees are the determinants of the increase in customer satisfaction. The purpose of this study is to determine the impact of perceived organizational support, job stress, meaning of work and proactive personality characteristics on creativity of employees. In this context, field research was made at a five star hotel which is continuing its operations in İzmir. The questionnaire was made by using a simple random sampling method between 1-15 July 2016 with a questionnaire regarding the variables, and 184 valid questionnaires were collected at the end of the research. Multiple regression analysis was performed to test the hypotheses suggested after the validity and reliability of the scales were established. As a result of the analysis, it was determined that perceived organizational support, meaning of work and proactive personality characteristics increased the creativity of employees. Accordingly it may be suggested to hotel managers that, in order to increase the creativity of the employees, they have to support employee’s creativity, give opportunity to perform the tasks which employees perceive as important and valuable and to position the employees who have proactive personality characteristics.

Key Words: Employee creativity, perceived organizational support, meaning of work, job stress, hotel businesses

Jel Classification:

*Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, yilmaz.akgundu@deu.edu.tr

**Yrd. Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, ozge.adan@deu.edu.tr

***Yrd. Doç. Dr., Dokuz Eylül Üniversitesi, ceylan.alkan@deu.edu.tr

GİRİŞ

Otel işletmeleri insan odaklı ürün üreten işletmeler olarak değerlendirildiğinde, çalışanların yaratıcılıklarının önemi anlaşılmaktadır. Çalışanlar genellikle kurulmuş olan düzeni korumaya çalışmakta, belirsizliğin ve yaratıcı davranışların başarısızlık ile sonuçlanma ihtimalini göz önünde bulundurarak iş kaynaklı stresi arttırma olasılığına karşı kararlara katılma konusunda hassas olmaktadır (Hon, 2013: 167). Ancak, çalışanların yaratıcı rol kimlikleri, yaratıcı öz etkinlikleri (Wang vd., 2014:86), kişisel ve içeriksel unsurları, yaratıcılıklarını arttırmaktadır (Joo vd., 2014: 307). Başka bir ifade ile çalışanların inisiyatif alabilmeleri ve becerilerinin çeşitliliği ile kişisel özelliklerinin bireysel yaratıcılık açısından önemli olduğu bulunmuştur (Chena, 2011:3457).

Otel işletmelerinin istedikleri finansal ve finansal olmayan amaçlarına ulaşılabilmesi için müşterileri tatmin etmeleri gerekmektedir. Bunun başarılması için ise çalışanların müşteri ihtiyaç ve isteklerine hızla cevaplar verebilmeleri (Bowen ve Lawler, 1992), yenilikçi ve yaratıcı olmaları gerekmektedir (Secchi vd., 2016). Bu kapsamda yapılan bu çalışmanın amacı, işin anlamlılığı, proaktif kişilik özellikleri, iş stresi ve örgütsel destek algısının otel çalışanlarının yaratıcılığı üzerindeki etkisini tespit etmek olarak belirlenmiştir. Çalışmada öncelikle söz konusu değişkenlere ait kısa bir kuramsal çerçeve sunulduktan sonra araştırmanın hipotezleri gerekçelendirilmiştir. Devamında araştırmanın yöntemine ilişkin açıklamalarda bulunulduktan sonra bulgulara yer verilmiştir. Çalışmanın sonundayer alan sonuç ve öneriler bölümünde ise, araştırma bulgularına bağlı olarak, hem otel yöneticilerine yönelik önerilerde bulunulmuş hem de araştırma bulguları alanyazında var olan diğer çalışmaların sonuçları ile karşılaştırılmıştır.

1. Literatür Taraması

Algılan örgütsel destek, çalışanların örgütlerinde kendilerini güvende hissetmeleri ve örgütleri tarafından desteklenmelerine yönelik algılarını ifade etmektedir (Özdevcioğlu, 2003: 116). Algılanan Örgütsel Destek Teorisine göre çalışanlar örgütlere kişisel özellikler atfetmekte ve örgüte yaptıkları katkının hangi ölçüde gerçekleştiğini ve örgütün refah düzeyini önemsemektedirler. Bu teoriye göre, örgütler çalışanlarındaki artan çabayı fark edip ödüllendirdikleri, onların sosyal ve duygusal ihtiyaçlarını karşıladıkları taktirde çalışanlarda örgütleri tarafından önemsendikleri algısı yaratmaktadır (Eser, 2011:368).

Proaktif olma, insanların geleceği kafasında canlandırabilmesi ve istenilen hedeflere veya amaçlara ulaşmak için somut eylem adımları belirlemede inisiyatif alabilmesi olarak ifade edilmektedir (Presbitero, 2015: 527). Proaktif kişilikte olanlar, durumsal zorlamalar karşısında sınırlandırılmamış olan ve çevresel değişimi etkileyen, fırsatları kollayan, inisiyatif alan, harekete geçebilen ve değişimi gerçekleştirene kadar sabır gösteren kişilerdir (Bateman ve Crant, 1993:105). Proaktif kişilik güçlü içsel motivasyon üreten sabit bir kişilik özelliğidir. Proaktif kişilik özelliklerine sahip olan çalışanlar, iç veya dışsal kısıtlamalar ile sınırlı kalmadan hedeflerine ulaşana kadar azimle çaba göstermektedirler (Presbitero, 2015: 534).

İş stresi, aşırı iş yükü ve performans üzerine geri bildirim eksikliği şeklinde tanımlanmıştır (Tongchaiprasit ve Ariyabuddhipongs, 2016: 33). İş ile ilgili stres büyük ölçüde psikolojik etkilerden, çevresel faktörler ve örgüt ikliminden etkilenebilmektedir (Jung ve Yoon, 2013 :494). Stresin ana kaynağı işletmelerin özgün kuralları ve çalışma ortamı olarak tanımlanmaktadır (Jung ve Yoon, 2013 :497). İş stresi çalışanların bir görevden bıkkınlıkları ile ortaya çıkmakta ve duygusal tükenmişlik yaşamalarına neden olmaktadır (Hon, 2013: 163). Buna karşılık stres, problemleri çözmek üzere çalışanları özgün fikirler ve yöntemler üretme

konusunda zorlayıcı olabilmekte ve rekabet avantajı da yaratabilmektedir(Hon vd., 2013: 416). Çalışanlar stres karşısında işten ayrılabilir, işinde çalışmayı sürdürerek mevcut stresli koşullarını iyileştirmek amacı ile yeni fikirler oluşturulmaya çalışabilir (voice); işinde kalarak herhangi bir yenilik yapmadan statükoyu kabul ederek pasif tepki gösterebilir (sadakat) veya işletmede kalabilir ve pasif çekilme davranışları sergileyebilirler.Ayrıca iş ile ilgili çabalarını da en aza da indirebilirler (Hon vd., 2013: 417).

Yaratıcılık yeni ve yararlı fikirleri üretmek konusuna vurgu yapmaktadır (Joo vd., 2014: 301). Çalışanlar olumlu bir ruh hali deneyimlediklerinde daha efektif ve yaratıcı davranışlar göstermektedirler. Bu durum çalışma verimliliğini ve etkinliğini yükseltmektedir (Liu, 2016: 877). Çalışanların yaratıcılıklarını arttırmak kültür değişimi, liderlik gelişimi ve işlerin yeniden tasarımı unsurlarını birleştiren, bütüncül bir strateji gerektirmektedir (Joo vd., 2014: 311).

Günümüzde insanlar pek çok kaynağa başvurup işin anlamlılığını araştırmak için zaman harcamaktadırlar. Öyle ki harcadıkları bu zamanın neredeyse çalışma zamanlarından daha fazla olduğu tahmin edilmektedir (Steger vd., 2012:1). Anlamlılık alanyazında pozitif değer olarak ifade edilmektedir. Anlamlı iş ise “meaningful work” pozitif olarak deneyimlenmekte ve bireyler için pozitif anlam olarak ifade edilmektedir (Rosso vd., 2010: 95). Oldham ve Hackman’a (1976:256) göre,işin anlamlılığı bireyin işi deneyimlemesi esnasında işi anlamlı, değerli ve zaman harcamaya değer bulması ile ilgilidir. Nicolas vd. (2016:4) işin anlamlılığını tanımlanırken üç bileşenden bahsetmişlerdir. Bunlardan ilki önceki hayatınızın sizin için anlamı ve iş deneyimi, ikincisi hayatınızın yönü, gelecek planlarınız, üçüncüsü ise çevrenizi ve kendinizi nasıl algıladığınızla ilgilidir. Rosso vd. (2010: 95-108)’ne göre ise işin anlamlılığı dört kaynaktan oluşmaktadır. Bunlar özbenlik (değerler, motivasyon, inançlar), diğerleri (çalışma arkadaşları, liderler, gruplar, toplum ve aile), iş ortamı (görev tanımı, örgüt misyonu, finansal durumlar, kültür) ve manevi hayattır (Rosso vd., 2010: 95-108). Bütün bu kaynakların işin anlamlılığı üzerinde etkisi bulunmaktadır.

2. Hipotezler

Örgütsel destek algısının çalışanların yaratıcılığına olan etkisini Sosyal Değişim Teorisine ve Karşılıklılık Norm Teorisine bağlı olarak açıklamak mümkündür. Sosyal Değişim Teorisi ve Karşılıklılık Norm Teorisi hem işverenlerin hem de işgörenlerin duygusal olarak birbirlerine bağlanabilmeleri üzerine kurulmuştur (Burke, 2003). Sosyal Değişim Teorisi insanların kendilerine zorunda olmadığı halde yardım etmesi karşılığında gelecekte ondan yardım beklemesine dayanmaktadır (Blau, 1964). Buna göre örgütsel destek algısı yüksek olan çalışanların örgütlerine olumlu davranışlarla karşılık vermeleri beklenmektedir (Cropanzano ve Mitchell, 2005). Karşılıklılık Norm Teorisine göre ise insanlar kendilerine yardım edenlere karşı yükümlülük hissedip onlara karşılık vereceklerdir (Gouldner, 1960). Yapılan araştırmalar (Eisenberger vd. 2001; Rhoades ve Eisenberger, 2002:711; Yu ve Frenkel, 2013: 1165; Akın, 2008; Eser, 2011: 367) ve ilgili teorilere bağlı olarak örgütleri tarafından desteklendikleri algısına sahip çalışanların müşteri tatminini artırmak ve dolayısıyla örgütsel verimliliğe daha fazla katkıda bulunmak için sahip oldukları yetenekleri kullandıklarını söylemek mümkündür. Bu nedenle çalışanların örgütsel destek algısının yaratıcı davranışlar göstermesi beklendiği için H1 hipotezi geliştirilmiştir.

H1. Örgütsel destek algısı çalışanların yaratıcılığını pozitif olarak etkiler.

Otel işletmeleri müşteriler ile doğrudan ilişkinin fazla olduğu ve insan odaklı hizmet sunan işletmeler arasında yer almaktadır. Bu işletmelerde hizmet kalitesinin en önemli unsuru çalışanın hizmet performansıdır (Hon, 2013: 163). Mevcut durumdan memnun olmayan çalışanlar, çalışma koşullarını iyileştirmek için yeni yollar ve yaratıcı yaklaşımlar ararken, stres değişim için tetikleyici olabilmektedir (Hon vd., 2013: 417). Meydan okuma yönlü stres, ağır bir iş yükü ile ilgili görevler, zaman baskısı ve yüksek sorumluluk düzeyi gibi başarı için meydan okuma ile ilgili strestir. Bu stres çalışanın yaratıcılığı ile olumlu yönde ilişkilidir. Buna karşılık, engelleyici stres ile çalışan yaratıcılığı negatif yönde ilişkili olduğu bulunmuştur (Hon vd., 2013: 417). İş stresi yaşayan çalışanların gerek fiziksel gerekse psikolojik sağlıklarının bu stresten olumsuz etkilenebilmektedirler. Bu durumda stres düzeyi düşük iken başarılı oldukları görevlerde stresin artması ile birlikte başarıları buna bağlı olarak azalabilmektedir. Ayrıca iş stresi yaşayan çalışanların örgüte yönelik tutum ve davranışlarında istenilmeyen yönde değişimler görülebilmektedir. Yapılan açıklamalar ve araştırmalara (Hon vd. 2013) bağlı olarak iş stresi yaşayan çalışanların yaratıcılığının bu stresten olumsuz olarak etkilenmesi beklenmektedir.

H2. İş stresi çalışanların yaratıcılığını negatif olarak etkiler.

Turizm ve ağırlama endüstrisi tutkulu ve proaktif kişiliğe sahip olan çalışanları talep etmektedir. Bir işletme proaktif kişiliğe sahip olan çalışanlarında yaratıcılığı destekleyen çevresel faktörleri sağlayabilirse, söz konusu çalışanların içsel motivasyonları güçlendirilebilmekte ve yaratıcılığa dönüştürülebilmektedir (Horng vd., 2016: 34). Yüksek proaktif kişiliğe sahip olan çalışanlar, yöneticileri ile iletişime geçme veya geri bildirim alma gibi kendi yaptıkları çabalar ile iş performanslarını iyileştirmeleri konusunda daha istekli olmaktadır (Li vd., 2014: 11-13). Proaktif kişilik özelliklerinin içsel motivasyon başta olmak üzere (Horng vd., 2016) kariyer uyumu (Hou vd. 2014; Tolentino vd., 2014), sesli düşünme (Xie vd., 2014) tutum ve davranışlarını artırmasına bağlı olarak proaktif kişilik özelliklerine sahip çalışanların yeni yöntemleri araştırma ve uygulamaya daha fazla istekli olacakları varsayılarak H3 hipotezi geliştirilmiştir.

H3:Çalışanların proaktif kişilik özellikleri yaratıcılıklarını pozitif olarak etkiler.

Çalışanlar için işin anlamlılığı arttıkça işten ayrılma ve işe olan devamsızlık azalmaktadır. Yaptıkları işleri anlamlı bulan çalışanların işlerine bağlılığı artmakta ve işyerinde olumlu tavır sergilemekte oldukları belirlenmiştir. Psikolojik olarak yaptıkları işlerin kendilerine katkı sağladığını düşünen çalışanların üretkenliği ile birlikte motivasyonları da yükselmektedir (Yung ve Yoon, 2016: 65). Özellikle işlerini anlamlı bulan çalışanlar gerek örgüt çıkarlarını gerek ise kendi kişisel gelişimlerini önemsemekte, kendilerini örgütlerine daha kolay adapte ederek olumlu davranışlar sergilemektedirler (Steger vd., 2012: 2). Yapılan açıklamalara bağlı olarak işin anlamlılık düzeyinin çalışanların yaratıcılığını artması beklendiği için H4 hipotezi önerilmiştir.

H4. İşin anlamlılığı çalışanların yaratıcılığını pozitif olarak etkiler

3. Yöntem

3.1. Ölçme Aracı

Araştırmada ölçme aracı olarak anket formundan yararlanılmıştır. Bu forma söz konusu değişkenlere ilişkin ölçekler ve katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek amacıyla belirlenen ifadeler yer almaktadır. Çalışanların örgütsel destek algılarını ölçmek için Eisenberger vd. (1986) tarafından 36 madde olarak geliştirilen, Stassen ve Ursel (2009)

tarafından 10 madde ve tek boyut olarak kısaltılan, Turunç ve Çelik (2010) tarafından Türkçeye uyarlaması yapılan Algılanan Örgütsel Destek Ölçeğinden yararlanılmıştır. Çalışanların yaptıkları işin anlamlılığına yönelik algılarını belirlemek için ise Sprietzer tarafından geliştirilen Psikolojik Güçlendirme Ölçeğinin Anlamlılık Boyutundan yararlanılmıştır. Söz konusu ölçek toplamda 12 maddeden oluşmakta olup, anlamlılık boyutu 3 maddeden ibarettir. Çalışanların iş streslerini belirlemek amacıyla ise House ve Rizzo (1972) tarafından geliştirilen 7 maddelik İş Stresi Ölçeğinden Efeoğlu'nun (2006) çalışmasında kullandığı hali ile yararlanılmıştır.

Çalışanların kişilik özelliklerini proaktif kişilik kapsamında değerlendirmeleri için 10 maddeden ve tek boyuttan oluşan Bateman ve Crant (1993) tarafından geliştirilen Proactive Personality Scale'den –Proaktif Kişilik Ölçeği- yararlanılmıştır. Otel çalışanlarının yaratıcılığını ölçmek için Jaiswal ve Dhar (2015) tarafından geliştirilen 4 maddeden oluşan Employee Creativity Scale'dan –İşgören Yaratıcılığı Ölçeği- yararlanılmıştır. Söz konusu iki ölçek araştırmacılar tarafından Türkçeye çevrilmiştir. Çeviri yapılırken öncelikle araştırmacılar birbirlerinden bağımsız olarak maddeleri İngilizceden Türkçeye çevirmişlerdir. Daha sonra yapılan çeviriler karşılaştırılarak araştırmacıların hem fikir oldukları Türkçe maddeler belirlenmiştir. Belirlenen Türkçe maddeler alan uzmanı olan farklı iki araştırmacı tarafından İngilizceye çevrilmiştir. Alan uzmanları tarafından Türkçeden İngilizceye çevrilen maddeler ile ölçeğin orjinal maddeleri arasında önemli oranda benzerlik olması nedeniyle araştırmacıların çevirisini yaptığı Türkçe maddelerin alan araştırmasında kullanılmasına karar verilmiştir. Yararlanılan tüm ölçeklerin yanıt kategorileri Kesinlikle Katılmıyorum (1)'den Kesinlikle Katılıyorum (5) olacak şekilde sıralanmıştır.

3.2. Evren ve Örneklem

Bu araştırma İzmir'de faaliyetlerini sürdüren 5 yıldızlı uluslararası zincir bir otelin çalışanlarına yönelik olarak yapılmıştır. Söz konusu otel İzmir'in Konak İlçesinde faaliyet göstermekte olup, iş turizmine hizmet etmektedir. Otelde toplam 402 oda bulunmakta olup, çalışan sayısı toplam 380 kişidir.

Otel yönetiminden gerekli izin alındıktan sonra 1-15 Temmuz 2016 tarihlerinde alan araştırması anketlerin araştırmacılar tarafından bizzat doldurtmaları ile gerçekleştirilmiştir. Toplam 196 ankete ulaşılmış olup, eksik ve özensiz doldurulduğu anlaşılan anketler çıkartıldıktan sonra 184 geçerli ankete ulaşılmıştır. Araştırmayı otel yönetimi desteklediği için tüm çalışan sayısı ve bağlı buldukları departmanlar bilinmektedir. Araştırmada evrene dâhil edilen her çalışanın eşit ve bağımsız seçilme olması araştırmacılar tarafından tercih edildiği için Olasılığa Dayalı Örneklem yöntemlerinden Basit Tesadüfi Örneklem yöntemi ile veriler toplanmıştır. Otel yöneticileri araştırmacıların işletmede bulunduğu saatlerde çalışan otel çalışanların tamamının anket uygulamasına katılımını sağlamak için özen göstermişlerdir. Yöneticileri tarafından yönlendirilen çalışanlar, araştırmacılara işletme tarafından tahsis edilen odada anketleri doldurmuşlardır. Araştırmacılar yönlendirilen her çalışana araştırmaya dahil etmişlerdir. Araştırmacılar hem sabah hem de akşam vardiyasında otelde bulunarak her iki vardiyada çalışan personelin araştırmaya katılımını sağlamışlardır.

4. BULGULAR

Araştırmaya katılan otel çalışanlarının çoğunluğu kadın (%63 111 kişi) ve bekâr (%62 102 kişi), önemli bir bölümü ise lise ve üzerinde eğitilmiş (%79 139 kişi), 36 yaş ve üzerinde (%70 117

kişi) kişilerden oluşmaktadır. Ayrıca katılımcıların yarısından fazlası yiyecek içecek (%33 53 kişi) ve kat hizmetleri departmanında (%23 36 kişi) çalıştıklarını beyan etmişlerdir.

Araştırma kapsamında yararlanılan ölçeklerin yapısal geçerliliğini belirlemek için açıklayıcı – keşfedici- faktör analizi uygulanmıştır. Analizlerde faktör yüklerinin en az 0,40 olması, her bir faktörün en az 3 maddeden oluşması, binişik durumdaki maddeler arasındaki yük farkının en az 0,10 olması ve Varimax döndürme yönteminin kullanılması varsayım olarak kabul edilmiştir.

Tablo 1: İşgören Yaratıcılığı Ölçeğinin Faktör Analizi Sonuçları

	Faktör Yükü	Özdeğeri	Açıklanan Varyans	Ort.	Alfa
İşgören Yaratıcılığı		2,962	74,045	4,1145	,882
Problemleri çözerken yeni fikir ve yöntemler ararım.	,878				
Alışılmamış ancak uygulanabilir fikirler geliştiririm.	,862				
İşimi yapabilmek için fırsatlar belirlerim.	,862				
İşimi yaparken yaratıcı davranırım.	,840				
KMO=0,834 Barlett's Test of Sphericity=384,194 Sig.=,000					

İşgören Yaratıcılığı Ölçeğine ilişkin faktör ve güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 1'de yer almaktadır. Ölçeğin orijinalinde olduğu gibi 4 maddeden oluştuğu, KMO değerinin %83 olduğu, toplam varyansın yaklaşık %74'ünü açıkladığı, ölçmek maddelerine verilen puan ortalamalarının 4,11 olduğu belirlenmiştir. Ayrıca ölçeğin güvenilirlik değeri $\alpha=0,88$ olarak bulunmuştur.

Örgütsel Destek Algısı Ölçeğinin geçerliliğini ve güvenilirliğini belirlemek için yapılan analizlere ilişkin bilgiler Tablo 2'de özetlenmiştir. Yapılan faktör analizinde 3 madde belirlenen varsayımlara uygun olmadığı için analiz kapsamından çıkartılmıştır. Daha sonra kalan 7 madde ile faktör analiz tekrarlanmış ve KMO değeri %90 olarak bulunmuştur. Ayrıca madde faktör yüklerinin 0,861 ile 0,640 arasında değiştiği, maddelerin toplam varyansın yaklaşık %60'ını açıkladığı tespit edilmiştir. Tek boyuttan oluşan ölçeğin güvenilirlik değeri $\alpha=0,89$ olarak tespit edilmiştir.

Tablo 2. Örgütsel Destek Algısı Ölçeğinin Faktör Analizi Sonuçları

	Faktör Yüğü	Özdeğeri	Açıklanan Varyans	Ort.	Alfa
Örgütsel Destek Algısı		4,268	60,972	3,5815	,890
Çalıştığım otel işimi en üst düzeyinde gerçekleştirebilmem için elinden geleni yapar.	,861				
Çalıştığım otelde benim hedeflerime ve değerlerime güçlü bir şekilde saygı gösterilir.	,846				
Çalıştığım otelde, işteki başarılarımla gurur duyulur.	,834				
Çalıştığım otel, işimi olabildiğince ilgi çekici hale getirmeye çalışır.	,794				
Çalıştığım otelde, işteki genel tatminim dikkate alınır.	,787				
Çalıştığım otelde, otelin yararına olan katkılara değer verilir.	,675				
Eğer işten çıkmaya karar verirsem, çalıştığım otel kalmam için beni ikna etmeye çalışır.	,640				
KMO= 0,903 Barlett's Test of Sphericity=661,506 Sig.=,000					

İş Stresi Ölçeğinin geçerliliğini belirlemek için yapılan faktör analizinde 1 madde belirlenen varsayımları karşılamadığı için analizden çıkartılmıştır. Kalan 6 madde ile tekrarlanan faktör analiz sonucunda KMO değeri %89 ve toplam açıklanan varyans yaklaşık %51 olarak belirlenmiştir. Ölçek maddelerinin faktör yükleri 0,818 ile 0,459 arasında, ölçeğin ortalaması 2,88 olarak bulgulanmıştır. Ayrıca ölçeğin güvenilirlik değeri $\alpha=0,802$ olarak belirlenmiştir.

Tablo 3. İş Stresi Ölçeğinin faktör Analizi Sonuçları

	Faktör Yüğü	Özdeğeri	Açıklanan Varyans	Ort.	Alfa
İş Stresi		3,086	51,432	2,8775	,802
İşimden dolayı kendimi sınırlı hissediyorum.	,818				
Oldukça büyük bir gerilim altında çalışıyorum.	,791				
İşimle ilgili sorunlar uyku sorunu yaşamama neden oluyor.	,777				
Farklı bir işte çalışıyor olsam sağlığım muhtemelen daha iyi olur.	,765				
Otelde düzenlenen toplantılar öncesi kendimi gergin hissediyorum.	,625				
İşim sağlımı doğrudan etkilemeye yatkındır.	,459				
KMO=0,819 Barlett's Test of Sphericity=338,147 Sig.=,000					

Proaktif Kişilik Ölçeğine ilişkin faktör ve güvenilirlik analizi sonuçları Tablo 4'de özetlenmiştir. Tabloya göre ölçeğin KMO değeri %91 ve toplam açıklanan varyans yaklaşık %59'dur. Ölçekte yer alan 7 maddenin faktör yükleri 0,820 ile 0,660 arasında değişmektedir. Ölçeğin ortalama 4,14 ve güvenilirlik değeri ise $\alpha=0,91$ 'dir.

Tablo 4. Proaktif Kişilik Özellikleri Ölçeğinin Faktör Analizi Sonuçları

	Faktör Yüğü	Özdeğeri	Açıklanan Varyans	Ort.	Alfa
Proaktif Kişilik Özellikleri		5,313	59,032	4,1439	,912
Fırsatları belirlemek konusunda başarılıyım.	,820				
Bulduğum her yerde, olumlu bir değişim için yeterli gücüm vardır.	,801				
İşimi yaparken sürekli yeni yöntemler ararım.	,795				
Sonucu ne olursa olsun, bir şeye inanırsam onu gerçekleştiririm.	,791				
Hiçbir engel, inandığımı gerçekleştirmemi engelleyemez.	,787				
Hoşlanmadığım bir şey görürsem, onu düzeltirim.	,785				
Başkaları itiraz etse bile, düşündüklerimi savunurum.	,767				
Hayatımı iyileştirmek için sürekli yeni yollar ararım.	,693				
Düşündüklerimin gerçekleştiğini görmek kadar hiçbir şey beni heyecanlandırmaz.	,660				
KMO=0,914 Barlett's Test of Sphericity=932,471 Sig.=,000					

Çalışmada yararlanılan bir diğer ölçek olan İşin Anlamlılık Ölçeğine ait KMO değeri yapılan faktör analizi sonucunda %75 olarak belirlenmiştir (Tablo 5). Ölçek maddelerinin toplam varyansı açıklama oranı %84'dür. Madde faktör yükleri 0,927 ile 0,906 arasında, ölçeğin ortalaması 4,14 ve güvenilirlik değeri $\alpha=0,904$ 'tür.

Tablo 5. İşin Anlamlılık Ölçeğinin Faktör Analizi Sonuçları

	Faktör Yüğü	Özdeğeri	Açıklanan Varyans	Ort.	Alfa
Anlamlılık Ölçeği		2,524	84,148	4,1419	,904

İşimi yerine getirirken, yaptığım faaliyetler bana anlamlı gelir.	,927				
Yaptığım iş benim için anlamlıdır.	,918				
Yaptığım iş benim için çok önemlidir.	,906				
KMO= 0,752 Barlett's Test of Sphericity=355,640 Sig.=,000					

Değişkenler arasındaki ilişkiyi belirlemek amacıyla yapılan korelasyon analizine ilişkin bulgular Tablo 6'da yer almaktadır. Tabloya göre çalışanların yaratıcılığının örgütsel destek algısı ($r=0,488$ $p<0,01$), proaktif kişilik özellikleri ($r=0,633$ $p<0,01$) ve işin anlamlılığı ($r=0,655$ $p<0,01$) ile arasında anlamlı ve pozitif yönde bir ilişki olmasına rağmen; iş stresi ile arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki yoktur

Tablo 6. Korelasyon Analizi Sonuçları

	1	2	3	4	5
1.Çalışanların Yaratıcılığı	1				
2.Örgütsel Destek Algısı	,488**	1			
3.İş Stresi	-,014	-,167*	1		
4.Proaktif Kişilik	,663**	,384**	,001	1	
5.İşin Anlamlılığı	,655**	,544**	-,145*	,762**	1

** $p<0,01$ * $p<0,05$

Örgütsel destek algısının proaktif kişilik özellikleri ($r=0,384$ $p<0,01$) ve işin anlamlılığı ($r=0,544$ $p<0,01$) ile pozitif yönde ilişkili olduğu, iş stresi ($r=-0,167$ $p<0,05$) ile negatif yönde ilişkili olduğu belirlenmiştir. İş stresinin ise söz konusu değişkenlerden işin anlamlılığı ($r=-0,145$ $p<0,05$) ile negatif yönde; proaktif kişilik özelliklerinin işin anlamlılığı ile ($r=0,762$ $p<0,01$) pozitif yönde ilişkili olduğu belirlenmiştir.

Araştırma kapsamında önerilen hipotezleri test etmek için çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda çalışmanın bağımlı değişkeni olan işgören yaratıcılığına örgütsel destek algısı işin anlamlılığı ve proaktif kişilik özelliklerinin anlamlı bir etkisinin olduğu; iş stresinin ise anlamlı bir etkisinin olmadığı belirlenmiştir. Bu nedenle araştırmada geliştirilen H1, H3 ve H4 hipotezleri kabul edilirken H4 hipotezi reddedilmiştir.

Tablo 7 regresyon denkleminin anlamlılığının yanı sıra hangi değişkenlerin istatistiksel olarak anlamlı olduğunu ve bu değişkenlerin katsayılarını vermektedir. Belirlilik katsayısı 0,515 olarak hesaplanmış, F istatistiği anlamlı bulunmuştur. Tablo 7'den Yaratıcılık üzerinde İş Stresi değişkeninin 0,05 anlamlılık düzeyinde anlamlı bir etkisi olmadığı söylenebilir. Modelde örgütsel destek algısı değişkenindeki 1 birimlik artışın çalışanların yaratıcılığı üzerinde 0,21 birim, proaktif kişilik özelliği değişkenindeki 1 birimlik artışın çalışanların yaratıcılığı üzerinde 0,39 birim, işin anlamlılığı değişkenindeki 1 birimlik artışın ise çalışanların yaratıcılığı üzerinde 0,25 birim artışa sebep olduğu görülmektedir.

Tablo 7.Çoklu Regresyon Analiz

Model	Standartlaştırılmamış Katsayılar		Standartlaştırılmış Katsayılar		Anlamlılık
	B	Standart Hata	B	t	
(Sabit)	,438	,303		1,446	,150
Örgütsel Destek Algısı	,194	,057	,211	3,418	,001
İş Stresi	,052	,048	,057	1,082	,281
Proaktif Kişilik	,447	,092	,392	4,849	,000
İşin Anlamlılığı	,244	,087	,250	2,810	,006

a. Bağımlı Değişken: Çalışanların Yaratıcılığı

R=,725 R²=,526 Düzeltilmiş R²=0,515 F= 49,593 Sig.=0,001

SONUÇ VE ÖNERİLER

Kuramsal Çıktılar

İzmir’de faaliyetlerini sürdüren beş yıldızlı bir otelin çalışanları üzerinde yapılan bu çalışmada, işgörenlerin yaratıcılığına iş stresi, işin anlamlılığı, proaktif kişilik özellikleri ve örgütsel destek algılarının etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Yapılan alan araştırması sonucunda çalışanların işi anlamlı olarak kabul etmeleri ve örgütleri tarafından desteklendiklerini algıladıklarında yaratıcılıklarının arttığı, ayrıca çalışanların proaktif kişilik özelliklerine sahip olmalarının da yaratıcılıklarını pozitif olarak etkilediği tespit edilmiştir.

Yapılan alan araştırmalarında proaktif kişilik özellerinin çalışanların öz-yeterliliğini (Chai vd., 2015), içsel motivasyonlarını (Horng vd. 2016), sesli davranışlarını (Kanten ve Ulker, 2012) arttırdığı belirlenmiştir. Yapılan bu çalışmada da proaktif kişilik özelliklerinin çalışanların yaratıcılığını arttırdığı belirlenmiştir. Bu bulgunun, yukarıda belirtilen proaktif kişilik ile ilgili yapılan araştırma sonuçları ile doğrudan benzerlik göstermemesine rağmen sonuçları itibarıyla çalışanların örgüte yönelik istenilen tutum ve davranışlarına yol açtığını söylemek mümkündür. Ayrıca yapılan bu çalışmada işini anlamlı olarak kabul etmenin çalışanların yaratıcılığını artırdığı belirlenmiştir. Araştırmanın bu bulgusu benzer konuda daha önce

yapılan diğer araştırma (Zhang ve Bartol, 2012; Çekmecelioğlu ve Özbağ, 2014) bulguları ile de örtüşmektedir.

Otelde desteklendiklerini algılayan çalışanların yaratıcılıkların da arttığı belirlenmiştir. Bu durum çalışanların bireysel ve mesleki olarak desteklendiklerine inanmaları halinde örgütsel başarıya ve müşteri tatminine daha fazla katkıda bulunmak için yaratıcı davranışlar sergileyeceklerini göstermektedir. Bu bulgu yapılan araştırma (Yu ve Frenkel, 2013; Ibrahim vd., 2015) bulguları ile de benzerlik göstermektedir.

Bu araştırma kapsamında iş stresinin çalışanların yaratıcılığını negatif olarak etkileneceği yönünde de hipotez geliştirilmiştir. Fakat yapılan alan araştırmasında iş stresinin çalışanların yaratıcılığı üzerinde anlamlı bir etkisinin olmadığı belirlenmiştir. Bu çalışmada stres ve yaratıcılık arasında anlamlı bir ilişkinin olmaması istatistiksel olarak mümkün olmakla birlikte çeşitli nedenlerle iş stresi yaşayan çalışanların bu stresi örgüte karşı tutum ve davranışlarında olumlu veya olumsuz olarak yansıtıkları araştırmacılar tarafından tespit edilmiştir.

Uygulamaya Yönelik Çıktılar

Beş yıldızlı bir otel çalışanları üzerinde yapılan bu alan araştırmasında çalışanların proaktif kişilik özelliklerine sahip olmalarının yaratıcılıklarını olumlu olarak etkilediği belirlenmiştir. Bu bağlamda otel yöneticilerine, müşteri memnuniyeti ve işletme performansı için çalışanların yaratıcılıklarından yararlanmak istiyorlarsa bölümlere personel tedarik ederken proaktif kişilik özelliklerine sahip bireylere öncelik vermeleri önerilebilir.

Bu çalışmada çalışanların işlerini anlamlı bulmalarının yaratıcılıklarını arttırdığı belirlenmiştir. Yaptığı işi önemli bulan ve yaptığı işe değer veren çalışanların anlamlılık düzeyi yüksek olmaktadır. Bu nedenle görevlendirmeler yapılırken mümkün olduğu kadar çalışanların değerli olarak kabul ettiği işlerde görevlendirilmeleri tercih edilmelidir. Bunu başarabilen departman yöneticileri, çalışanların iş tatminlerine katkıda bulunmak suretiyle yaratıcılıklarını göstermelerini sağlayabilirler.

Otel çalışanlarının örgütleri tarafından desteklendiklerini algılamaları durumunda yaratıcılıklarının arttığı belirlenmiştir. Bu bağlamda yöneticiler çalışanların yaratıcı davranışlar göstermelerini sağlamak için çalışanlara desteklendiklerini hissettirmeleri yararlı olacaktır. Bunu çalışanların önerilerine değer vererek veplanlama sürecine dahil ederek yapmaları mümkündür.

Sınırlılıklar

Araştırma bir örnek olay incelemesi olarak tasarlandığı için yapılan tüm öneriler İzmir’de faaliyet gösteren beş yıldızlı otelleri kapsamaktadır. Bu nedenle araştırma sonuçları benzer türdeki tüm işletme ve işgörenele genellenememiştir. Ancak incelenen otel işletmesinin iç ve dış çevre şartlarına benzer koşullarda faaliyet gösteren otel işletmeleri için bu araştırmanın sonuçlarına bağlı olarak çıkarımlarda bulunmak mümkündür. Alan araştırmasında kullanılan anket yönteminden kaynaklanan temel sınırlılıkları da bu çalışmada görmek mümkündür. Gelecekte zincirin tek bir işletmesinde değil farklı ülke/şehir/bölgelerde faaliyet gösteren birden fazla işletmesinde bu araştırma tekrarlanarak karşılaştırma yapılabilir. Böylelikle dış çevre koşullarına göre farklılıklar olup olmadığını belirlemek mümkün olabilecektir.

KAYNAKÇA

- Bateman, T. S., ve Crant, J. M. (1993). The proactive component of organizational behavior: A measure and correlates. *Journal of Organizational Behavior*, 14, 103-118.
- Blau, P. M. (1964). *Exchange and power in social life*. New York: Wiley.
- Bowen, D. ve Lawler, E.E. (1992). The empowerment of service workers: What, why, how, and when. *Sloan Management Review*, 33(3): 31-40.
- Burke, R. J. (2003). Nursing staff attitudes following restructuring: the role of perceived organizational support, restructuring processes and stressors. *International Journal of Sociology and Social Policy*, 23(8/9), 129-157.
- Cai, Z., Guan, Y., Li, H., Shi, W., Guo, K., Liu, Y. Li, Q., Han, X., Jiang, P., Fang, Z., ve Hua, H. (2015). Self-esteem and proactive personality as predictors of future work self and career adaptability: An examination of mediating and moderating processes. *Journal of Vocational Behavior*, 86, 86-94.
- Chena, C. J., Shih, H. A. ve Yeh, Y.C. (2011). Individual initiative, skill variety, and creativity: the moderating role of knowledge specificity and creative resources”, *The International Journal of Human Resource Management*, 22(17), 3447–3461.
- Cropanzano, R. ve Mitchell, M. S. (2005). Social Exchange Theory: An Interdisciplinary Review. *Journal of Management*, 31(6), 874-900.
- Çakar, N.D. ve Yıldız, S. (2009). Örgütsel adaletin iş tatmini üzerindeki etkisi: “Algılanan örgütsel destek” bir ara değişken mi?. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 8(28): 68-90.
- Çekmecelioglu, H.G. ve Özbay, G.K. (2014). Linking psychological empowerment, individual creativity and firm innovativeness: A research on Turkish manufacturing industry. *Business Management Dynamics*, 3(10): 01-13.
- Duffy, R.D., Autin, K L., ve Bott E. M. (2015). Work volition and job satisfaction: examining the role of work meaning and person–environment fit. *The Career Development Quarterly*, 63(2): 126–140.
- Eisenberg, R., Arneli, S., Rexwinkel, B., Lynch P.D. ve Rodes, L. (2001). Reciprocation of perceived organizational support. *Journal Of Applied Psychology*, 56(1): 42-51.
- Eisenberg, R., Fasolo, P. ve Lamastro, V.D. (1990) Perceived organizational support and employee diligence, commitment, and innovation. *Journal Of Applied Psychology*, 75(1): 51-99.
- Eisenberger, R., Huntington, R., Hutchison, S. ve Sowa, D. (1986). Perceived organizational support. *Journal Of Applied Psychology*, 71(3): 500-507.
- Eser, G. (2011). Güven eğiliminin algılanan örgütsel destek üzerine etkisi. *Marmara Üniversitesi, İ.İ.B.F. Dergisi*, 30(1): 365-376.
- Gouldner, A. W. (1960). The norm of reciprocity: A preliminary statement. *American Sociological Review*, 25(2), 161-178.
- Hackman R.J. ve Oldham G.R. (1976). Motivation through the design of work: test of a theory. *Organizational Behavior And Human Performance*, 16, 250-279.

- Han, Y., Wang, M. ve Dong, L. (2014), Role conflict and the buffering effect of proactive personality among middle managers. *Social Behavior And Personality*, 42(3): 473-486.
- Hochwarter W.A., Kacmar, C., Perrew, P., ve Johnson D. (2003). Perceived organizational support as a mediator of the relationship between politics perceptions and work outcomes. *Journal Of Vocational Behavior*, 63, 438–456.
- Hon, A.H.Y, Chan, W.W.H., ve Lu, L. (2013). Overcoming work-related stress and promoting employee creativity in hotel industry: The role of task feedback from supervisor. *International Journal of Hospitality Management*, 33, 416–424.
- Hon, A.H.Y. (2013). Does job creativity requirement improve service performance? A multilevel analysis of work stress and service environment. *International Journal of Hospitality Management*, 35, 161–170.
- Hong, j. S., Tsai, C. Y., Yang, T. C., Liu, C. H. ve Hu, D. C. (2016). Exploring the relationship between proactive personality, work environment and employee creativity among tourism and hospitality employees. *International Journal of Hospitality Management*, 54, 25–34.
- Hou, C., Wu L. ve Liu Z. (2014). Effect Of Proactive Personality And Decision-Making Self-Efficacy On Career Adaptability Among Chinese Graduates. *Social Behavior And Personality*, 2014, 42(6): 903-912.
- Ibrahim, H.I., Isa, A. ve Shahbudin, A.S.M. (2015). Organizational support and creativity: The role of developmental experiences as a moderator. *Economics and Finance*, 35, 509 – 514.
- Jaiswal, N.K. ve Dhar, R.L. (2015). Transformational leadership, innovation climate, creative self-efficacy and employee creativity: A multilevel study. *International Journal of Hospitality Management*, 51, 30-41.
- Joo, B. K., Yang, B. ve Mclean, G. N. (2014). Employee creativity: the effects of perceived learning culture, leader-member exchange quality, job autonomy, and proactivity. *Human Resource Development International*, 17(3): 297–317.
- Jung, H. S. ve Yoon, H.H. (2013). Is the individual or the organization the cause of hotel employees' stress? A longitudinal study on differences in role stress between subjects. *International Journal of Hospitality Management*, 33, 494–499.
- Jung, H. S. ve Yoon, H.H. (2016). What Does Work Meaning To Hospitality Employees? The Effects Of meaningful Work On Employees' Organizational Commitment: The Mediating Role Of Job Engagement. *International Journal Of Hospitality Management*, 53, 59–68.
- Kanten, P. ve Ulker, F.E. (2012). A relational approach among perceived organizational support proactive personality and voice behavior. *Social and Behavioral Sciences*, 62, 1016-1022.
- Li, L., Zhong, J. A., Chen, Y., Xie, Y., ve Mao, S. (2014). Moderating effects of proactive personality on factors influencing work engagement based on the job demands-resources model. *Social Behavior And Personality*, 42(1): 7-16.
- Liu, W. (2016). Effects of positive mood and job complexity on employee creativity and performance. *Social Behavior and Personality*, 44(5): 865–880.

- Nicolas, C.A., Sovet, L., Hotellier, L., Fabio, A.D. ve Bernaud J.L. (2016). Perceived work conditions and turnover intentions: the mediating role of meaning of work. *Front Psychol*, 7(704): 1-16.
- Nicolas, C.A., Sovet, L., Lhotellier, L. ve Bernaud J.B. (2016). Development and validation of the meaning of work inventory among french workers. *International Journal for Educational and Vocational Guidance*, 1-21.
- Özdevecioğlu, M. (2003). Algılanan örgütsel destek ile örgütsel bağlılık arasındaki ilişkilerin belirlenmesine yönelik bir araştırma. *D.E.Ü. İ.İ.B.F.Dergisi*, 18(2): 113 -130.
- Presbitero, A. (2015). Proactivity in career development of employees: the roles of proactive personality and cognitive complexity. *Career Development International*, 20(5): 525-538.
- Rhoades, L. ve Eisenberger, R. (2002). Perceived organizational support: A review of the literature. *Journal Of Applied Psychology*, 87(4): 698–714.
- Rosso, B.D., Dekas, K.H. ve Wrzesniewski, A. (2010). On The meaning of work: a theoretical integration and review, *Research In Organizational Behavior*, 30, 91–127.
- Secchi, E., Roth, A. ve Verma, R. (2016). The role of service improvisation in improving hotel customer satisfaction. *Cornell Hospitably Report*, 16(1): 3-10.
- Spreitzer, G. (1995). Psychological empowerment in the workplace: Dimensions, measurement and validation. *Academy of Management Journal*, 38(5): 1442–1465.
- Stassen, M. ve Ursel, N.D. (2009). Perceived organizational support, career satisfaction, and the retention of older workers. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 82, 201–220.
- Steger, M.F., Dik, B.J. ve Duffy R.D. (2012). Measuring meaningful work: the work and meaning inventory (wami). *Journal Of Career Assessment*, 20 (3): 1-16.
- Tolentino, L. R., Raymund, P., Garcia, J.M., Lu, V.N., Restubog, S.L.D., Bordia, P. ve Plewa, C. (2014). Career adaptation: The relation of adaptability to goal orientation, proactive personality, and career optimism, *Journal of Vocational Behavior*, 84, 39–48.
- Tongchaiprasit, P. ve Ariyabuddhiphongs, V. (2016), Creativity and turnover intention among hotel chefs: The mediating effects of job satisfaction and job stress. *International Journal of Hospitality Management*, 55, 33-40.
- Turunç, Ö. ve Çelik, M. (2010). Algılanan örgütsel desteğin çalışanların iş-aile, aile-iş çatışması, örgütsel özdeşleşme ve işten ayrılma niyetine etkisi: savunma sektöründe bir araştırma. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 14 (1): 209-232.
- Wang, C. J., Tsai, H. T. ve Tsai, M. T. (2014). Linking transformational leadership and employee creativity in the hospitality industry: The influences of creative role identity, creative self-efficacy, and job complexity, *Tourism Management*, 40, 79–89

- Xie, J., Chu, X., Zhang, J. ve Huang, J. (2014), Proactive personality and voice behavior: The influence of voice self-efficacy and delegation. *Social Behavior And Personality*, 42(7): 1191-1200.
- Yang J. (2013). Linking proactive personality to moral imagination: moral identity as a moderator. *Social Behavior And Personality*, 41(1): 165-176.
- Yu, C. ve Frenkel, S.J. (2013). Explaining task performance and creativity from perceived organizational support theory: Which mechanisms are more important, *Journal Of Organizational Behavior*, 34, 1165–1181.
- Zhang, X. ve Bartol, K. M. (2010). Linking empowering leadership and employee creativity: The influence of psychological empowerment, intrinsic motivation, and creative process engagement. *Academy of Management Journal*, 53 (1): 107-128.