



Türk Turizm Araştırmaları Dergisi

2022, 6(1): 266-280.

DOI: [10.26677/TR1010.2022.951](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.951)

ISSN: 2587-0890 Dergi web sayfası: <https://www.tutad.org>



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Örgüt İklimi, Yenilikçi Davranış ve Bireysel Yaratıcılık İlişkisi: Türkiye’de Otel İşletmeleri Çalışanları Üzerine Bir Araştırma

Dr. Öğr. Üyesi Ekrem AYDIN, Artvin Çoruh Üniversitesi, Arhavi Meslek Yüksekokulu Artvin, e-posta: ekremaydin@artvin.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2181-6984>

Dr. Öğr. Üyesi Emre ÇİLESİZ, Sinop Üniversitesi, Turizm İşletmeciliği ve Otelcilik Yüksekokulu, Sinop, e-posta: emrecilesiz@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8353-2640>

Öz

Bu çalışmanın amacı otel işletmelerinde örgüt iklimi ve yenilikçi iş davranışı ilişkisinde bireysel yaratıcılığın aracı rolünü araştırmaktır. Bu amaç doğrultusunda İstanbul’da faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinde çalışan 402 katılımcıdan veri toplanmıştır. Araştırma modelinin test edilmesinde Jamovi (1.6.9) yazılımı kullanılmıştır. Araştırma bulgularına göre örgüt iklimi bireysel yaratıcılık ve yenilikçi davranış ile pozitif ilişkilidir. Ayrıca, bireysel yaratıcılık da yenilikçi davranış ile pozitif ilişkilidir. Araştırma bulgularından elde edilen diğer bir sonuç ise bireysel yaratıcılığın örgüt iklimi ile yenilikçi davranış arası ilişkide aracılık rolü üstlenmesidir.

Anahtar Kelimeler: Pozitif Örgüt İklimi, Yenilikçi Hizmet Davranışı, Bireysel Yaratıcılık, Otel İşletmeleri.

Makale Gönderme Tarihi: 09.01.2022

Makale Kabul Tarihi: 04.03.2022

Önerilen Atıf:

Aydın, E. ve Çilesiz, E. (2022). Örgüt İklimi, Yenilikçi Davranış ve Bireysel Yaratıcılık İlişkisi: Türkiye’de Otel İşletmeleri Çalışanları Üzerine Bir Araştırma, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 6(1): 266-280.

© 2022 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.



Journal of Turkish Tourism Research

2022, 6(1): 266-280.

DOI: [10.26677/TR1010.2022.951](https://doi.org/10.26677/TR1010.2022.951)

ISSN: 2587-0890 Journal Homepage: <https://www.tutad.org>



RESEARCH PAPER

The Relationship Between Organizational Climate, Innovative Behavior and Individual Creativity: A Study on Hotel Employees in Turkey

Assistant Prof. Dr. Ekrem AYDIN, Artvin Çoruh University, Arhavi Vocational School, Artvin,
e-mail: ekremaydin@artvin.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0003-2181-6984>

Assistant Prof. Dr. Emre ÇİLESİZ, Sinop University, School of Tourism and Hotel Management,
Sinop, e-mail: emrecilesiz@gmail.com

ORCID: <https://orcid.org/0000-0001-8353-2640>

Abstract

The aim of this study is to investigate the mediating role of individual creativity in the relationship between organizational climate and innovative work behavior in hotel businesses. For this purpose, data were collected from 402 participants working in 4 and 5-star hotels operating in İstanbul. Jamovi (1.6.9) software was used to test the research model. According to the research findings, organizational climate is positively related to individual creativity and innovative behavior. In addition, individual creativity is also positively associated with innovative behavior. Another result obtained from the research findings is that individual creativity plays a mediating role in the relationship between organizational climate and innovative behavior.

Keywords: Positive Organizational Climate, Innovative Service Behavior, Individual Creativity, Hotel Businesses.

Received: 09.01.2022

Accepted: 04.03.2022

Suggested Citation:

Aydın, E. and Çilesiz, E. (2022). The Relationship Between Organizational Climate, Innovative Behavior and Individual Creativity: A Study on Hotel Employees in Turkey, *Journal of Turkish Tourism Research*, 6(1): 266-280.

© 2022 Türk Turizm Araştırmaları Dergisi.

GİRİŞ

Örgütsel iklim özellikle günümüzün hızlı değişim gösteren iş çevresinde (Shanker vd., 2017) örgütsel verimliliğe ve örgütün uzun dönem varlığını devam ettirmesine büyük katkı sağlayan bireysel yenilikçiliği desteklemede önemli bir role sahiptir (Scott ve Bruce, 1994). Daha önceki çalışmalar da örgütsel iklimin yenilikçi davranış ile ilişkisini doğrulamaktadır (West ve Sacramento, 2012; He, 2013; Balkar, 2015; Shanker vd., 2017; Luu, 2019; Olsson vd., 2019; Karatepe vd., 2020). Bununla birlikte örgütsel iklim ve yenilikçi davranış ilişkisini konu edinen deneysel çalışmaların bulguları oldukça karmaşık görünmektedir (Liu vd., 2019). Mümkün olan açıklamalardan biri de aracı değişkenlerin kullanımınıdır. Bu nedenle, örgütsel iklimin yenilikçi davranışı nasıl ve hangi koşullar altında etkilediğinin daha fazla araştırılması gerekmektedir.

Slåtten ve çalışma arkadaşlarına göre (2011) bireysel yaratıcılık otel işletmesinde örgütsel iklim ve yenilikçi davranış ilişkisini en iyi açıklayan değişkenlerden biridir. Turizm işletmelerinde örgütsel iklimin çalışanlarının bireysel yaratıcılık düzeylerini olumlu etkilediği birçok çalışmada da doğrulanmaktadır (Jaiswal ve Dhar, 2015; Tsai vd., 2015; Mohamed, 2016). Bireysel yaratıcılık ise yenilikçi davranışın en temel sebebi olarak görülmektedir (Slåtten ve Mehmetoglu, 2015; Hon ve Lui, 2016; Luu, 2019; Elidemir vd., 2020). Bunun temel dayanağı ise yaratıcılığın temelde yenilikçi davranışı destekleyerek işletmelere başarı ve rekabet avantajı sağlaması gösterilmektedir. Ek olarak, yaratıcılığın, hizmet karşılaşmalarında müşterilerin heterojenliği nedeniyle zor olabilen müşteri sorunlarına daha özel çözümler sunmada ön saflardaki personele yardımcı olması muhtemeldir (Slåtten vd., 2011). Dolayısıyla otel işletmelerinde konuk ile doğrudan temas halinde olan çalışanların yenilikçilik yönlerinin gelişimine destek için bireysel yaratıcılığı destekleyen bir örgüt ikliminin oluşturulması büyük önem taşımaktadır. Bu nedenle çalışma otel işletmelerinde örgütsel iklim, yenilikçi davranış ve bireysel yenilikçilik kavramlarına odaklanmakta ve örgüt iklim ile yenilikçi davranış ilişkisini bireysel yaratıcılık aracılığı ile açıklamaktadır. Daha önceki çalışmalar bireysel yaratıcılık ve yenilikçilik (Slåtten ve Mehmetoglu, 2015; Hon ve Lui, 2016; Elidemir vd., 2020), örgüt iklimi ve yenilikçilik (Luu, 2019; Karatepe vd., 2020), örgüt iklimi ve bireysel yaratıcılık (Jaiswal ve Dhar, 2015; Tsai vd., 2015; Mohamed, 2016;) ilişkisini açıklamaya yönelik gerçekleştirilmiştir. Bu üç değişkenin aynı anda birbirleri ile ilişkisini ele alan çalışma sayısı ise çok azdır. Bu çalışma bu boşluğun doldurulmasına katkı sağlamaya çalışmaktadır. Dolayısıyla bu çalışmanın amacı, otel işletmelerinde örgüt iklimi ve bireysel yaratıcılığın bireysel yenilikçi iş davranışı üzerinde etkisi olup olmadığını belirlemek ve örgüt iklimi ile yenilikçi davranış arası ilişkiye bireysel yaratıcılığın aracılık edip etmediğini araştırmaktır.

Sonuç olarak bu çalışma turizm ve hizmet inovasyonu literatürüne katkı sunmanın yanında turizm işletme yöneticilerine de pratik katkılar sunmaktadır, çünkü konuk ile doğrudan temas halinde olan çalışanların bakış açısı ile yöneticilere bireysel yenilikçiliği artırmanın yollarından birini göstermektedir.

TEORİK ÇERÇEVE ve HİPOTEZLER

Örgüt İklimi, Bireysel Yaratıcılık ve Yenilikçi Davranış İlişkisi

İklim bir organizasyona has olan ve o organizasyonun tutum, duygu ve davranışlarını gösteren özellikler olarak kabul edilmektedir. Örgüt iklimi ise bireylerin bu özelliklere ilişkin ortak algılarının bir yansımasıdır (Yiğit ve Yiğit, 2019). Diğer bir deyişle çalışanların örgüte ilişkin ortak değerleri, normları ve hissiyatları örgüt iklimi olarak ifade edilmektedir. Bu ortak algılar

çalışanların iş yaşamındaki olaylara ve durumlara olan yaklaşımlarını ve iş motivasyonlarını etkilemektedir (İşcan ve Karabay 2007: 105).

Örgüt iklimi çalışanların liderlik tarzı, örgütsel politikalar, uygulamalar, prosedürler ve çalışma çevresi gibi örgüte ilişkin yapısal süreçleri nasıl algıladığı ile ilgilidir. Çalışanların bu süreçleri doğrudan ya da dolaylı olarak algılaması onların davranışlarını etkilemektedir. Dolayısıyla örgüt iklimi çok boyutlu bir kavramdır (Reyes ve Zapata, 2014). Gilmer; örgütsel iklimin, organizasyonu tanımlayan, onu diğer örgütlerden ayıran, nispeten zamana dayanan ve örgüt içerisindeki bireylerin davranışlarını etkileyen özelliklerden oluştuğunu ifade etmektedir (akt. Bellou ve Andronikidis, 2009).

Örgüt iklimi, örgüt kültürü kavramı ile sıklıkla karıştırılmaktadır. Hatta bazen birbirlerinin yerine kullanılmaktadır. Diğer taraftan iklim, örgüt içerisindeki bir durum veya olaya karşı çalışanların duygu ve düşünceleri ile ilişkili iken kültür, zamanla öğrenilebilen bir kavramdır. Bireylerin örgüt iklimi algısı öznelidir. Örgüt kültürü algısı ise zamanla öğrenildiği için bireyden bireye çok fazla değişmez (Yiğit ve Yiğit 2019: 188).

Hizmet organizasyonları söz konusu olduğunda, mevcut iklim, çalışanlar ve müşteriler arasında kurulan ilişkilerin ve sağlanan fiili hizmetin önemli bir öncülü olabilir. Aynı bağlamda, turizm işletmelerinde örgütsel iklim hem algılanan hem de gerçek hizmet kalitesi düzeyinin ve dolayısıyla müşteri memnuniyeti ve örgütsel performansın bir belirleyicisidir. Bu nedenle örgütsel iklim hem çalışanlar hem de hizmet kalitesi üzerindeki etkisi değerlendirildiğinde konaklama araştırmalarında ilgi görmektedir (Bellou ve Andronikidis, 2009).

Turizm işletmelerinde organizasyon başarısının artırılmasında örgüt ikliminin pozitif etkisi bulunmaktadır. Nitekim otel işletmesinin başarısı müşteri memnuniyetine bağlıdır ve müşteri ise çalışanın işe yönelik tutumundan etkilenmektedir. Çalışanın işe yönelik tutumunu örgüt iklimi etkilemektedir (Datta ve Singh, 2018a). Otel işletmelerinde hizmet kalitesinin çalışanların tutum ve davranışları ile doğrudan ilişkili olması örgüt ikliminin önemini göstermektedir. Örgüt ikliminin çalışan davranışı üzerindeki olumlu etkisi hizmet kalitesini, müşteri memnuniyetini artırmakta ve dolayısıyla işletmeye uzun dönem başarı sağlamaktadır (Bellou ve Andronikidis, 2009). Buna rağmen örgüt iklimini konu edinen ampirik araştırmalarının az sayıda olduğu görülmektedir (Davidson vd., 2001).

Bireysel düzeyde bir olgu olan çalışan yaratıcılığı, yeni ve organizasyonel olarak değer gören fikirlerin üretilmesi olarak tanımlanmaktadır (Jaiswal ve Dhar, 2015). Pozitif örgüt iklimi bireysel yaratıcılığın temelini oluşturmaktadır. Örneğin organizasyonel destek, üstün desteği, çalışma grubu desteği, yeterli kaynak ve özgürlük sunulan işletmelerde çalışanlar problemlere daha yaratıcı çözümler üretebilmektedir (Zhang vd., 2020). Çalışanların duygu ve düşüncelerine özgürce ifade edebildikleri, desteklendikleri ve yönetime dâhil edildikleri örgüt ikliminin hâkim olduğu kurumların çalışanlarının daha yaratıcı oldukları görülmektedir (Altınışık, 2019). Diğer bir deyişle, destekleyici bir örgüt iklimi bireyin yaratıcı potansiyelini ortaya çıkarmasını sağlamaktadır (Jaiswal ve Dhar, 2015).

Bu bağlamda, daha önce gerçekleştirilen çeşitli araştırmalar da örgütsel iklimin bireysel yaratıcılık üzerindeki pozitif etkisine dair kanıtlar sumaktadır (West ve Sacramento, 2012; Jaiswal ve Dhar, 2015; Amabile ve Pratt, 2016; Zhang vd., 2020). Turizm alanı özelinde gerçekleştirilen bazı çalışmalarda da benzer sonuçlara ulaşılmıştır. Örneğin Mohamed (2016), Mısır'daki otel işletmeleri çalışanlarının güveli bir iş yeri iklimi algıladıklarında daha yaratıcı oldukları sonucuna ulaşmıştır. Benzer şekilde Tsai ve arkadaşları da (2015) turizm çalışanları için iş yerinde sosyal bir örgüt ikliminin onların yaratıcılık performansları üzerinde pozitif etkisine vurgu yapmaktadır. Diğer bir çalışmada ise (Jaiswal ve Dhar, 2015) yine otel işletmelerinde yeniliği destekleyici bir örgüt ikliminin bireysel yaratıcılık üzerindeki olumlu etkisi

doğrulanmıştır. Bu teorik çerçeve ve turizm alanındaki araştırma sonuçları dikkate alınarak şu hipotez önerilmiştir:

H1. Örgüt iklimi bireysel yaratıcılık ile pozitif ilişkilidir.

Yenilikçi iş davranışı iş yerinde yeni fikirlerin üretilmesi, desteklenmesi ve gerçekleştirilmesi olmak üzere üç farklı faaliyetten oluşan karmaşık eylemler dizisi olarak tanımlanmaktadır (Janssen, 2000; Scott ve Bruce, 1994). Başka bir tanıma göre ise YİD çalışanların örgütsel inovasyon ve sürdürülebilir rekabet avantajı için önemli olan yeni ve kullanışlı fikirleri iş yerinde üretip uygulamasıdır (Newman vd., 2018).

Yenilikçi iş davranışı sonuçlardan ziyade inovasyon sürecine vurgu yapmaktadır. Özellikle, ister orijinal olsun isterse de mevcut ürünler, hizmetler ve iş prosedürlerinden adapte edilsin, yeni fikirlerin üretilmesi, bir görevi yapmaya katkı sağlama ve o görevi yapmada yeni yollar ve çözümler üretmeyi içermektedir (Liu vd., 2019). Yeni fikirlerin desteklenmesi, iş arkadaşlarından, amirlerden ve yöneticilerden yeni fikirler için paydaş onayı ve sponsorluk aramayı ve kazanmayı içerir (Işık ve Aydın, 2016). Yeni fikirlerin gerçekleştirilmesi ise bu fikirlerin uygulanması ve onların daha sonra bireysel ve örgütsel verimliliği destekleyen ürün, hizmet ve iş prosedürlerine dönüştürmeyi içermektedir (Scott ve Bruce, 1994).

Bireysel yaratıcılık ve yenilikçi iş davranışı kavramları birbirine karıştırılmakla birlikte bu iki kavram birbirlerinden farklıdır. Yaratıcılık, ürün, hizmet, süreç ve prosedürlere ilişkin yeni ve kullanışlı fikirlerin üretilmesini içerirken YİD fikirlerin uygulanmasını da içermektedir. YİD yaratıcılığın aksine bazı faydalar sağlamayı da amaçlamaktadır. Yaratıcılık YİD'nin önemli bir parçasıdır, özellikle problemlerin ya da performans boşluğu fark edildiğinde yenilik sürecinin başlangıcında yer almaktadır ve algılanan inovasyon ihtiyacına cevaben fikirler üretilir (De Jong ve den Hartog, 2010).

Yaratıcılığı yüksek olan bireyler, fikir üretme ve bu fikirleri iş yerinde uygulama konusundaki bilgi ve becerilerinden emin olacakları için yenilikçi davranışlarda bulunmayı tercih edeceklerdir. Ayrıca bu bireyler iş yerinde yeni fikirlerin geliştirilmesi ve uygulanması esnasında karşılaştıkları zorlukları ve belirsizlikleri çözmede kendilerini daha donanımlı hissederler (Newman vd., 2018). Bu nedenle yaratıcılık ve yenilikçilik kavramları yakından ilişkilidir ve çoğu zaman birbirleri ile karıştırılmaktadır (Slåtten ve Mehmetoglu, 2015). Tüm yeniliklerin yaratıcı fikirlerle başladığı ifade edilmektedir (Amabile vd., 1996). Yaratıcı çalışanlar yeni ürünler için fırsatları belirleme eğilimindedir. Bunlar yeni bir metodu ya da ekipmanı yeni bir şekilde kullanabilir ya da işle ilgili kullanışlı yeni fikirler üretebilir. Ayrıca bu bireyler problemlere sadece yaratıcı çözümler üretmek ve fikirlerine destek bulmakla kalmazlar bunun yanında bu fikri uygulamak için de yeterli bir plan geliştirebilirler (Gumusluoglu ve Ilsev, 2009). Turizm endüstrisindeki çalışanlar, tur tasarımlarındaki faaliyetleri yeniden yapılandırarak, tur yolculuklarında çekiciliği, konforu ve güvenliği artırarak veya tur rehberlerinin faaliyetlerindeki özeni, deneyim derinliğini ve mizahı geliştirerek hizmet yenilikçi davranışlarını gösterebilirler (Luu, 2019).

Literatürde birçok kez yaratıcılığın yenilikçilik ile ilişkisi vurgulanmaktadır (Amabile vd., 1996; Slåtten ve Mehmetoglu, 2015; Volery ve Tarabashkina, 2021). Turizm alanında yapılan bazı çalışmalarda da bireysel yaratıcılığın bireysel yenilikçilik üzerindeki pozitif etkisini doğrulamaktadır. Örneğin otel işletmelerinde müşteri ile doğrudan temas halinde olan çalışanların yaratıcı bireyler olmalarının onların bireysel yenilikçilik düzeylerine pozitif etki ettiğini kanıtlayan çalışmalar bulunmaktadır (Elidemir vd., 2020; Slåtten ve Mehmetoglu, 2015). Benzer şekilde Hon ve Lui, (2016) de çalışmaların da turizm ve ağırlama endüstrisinde yaratıcılığın bireysel ve örgütsel yenilikçilik üzerindeki rolünü vurgulamışlardır.

H2. Bireysel yaratıcılık yenilikçi davranış ile pozitif ilişkilidir.

Günümüzün sürekli değişen iş çevresinde (Liu vd., 2019) örgütsel verimlilik ve örgütün uzun dönem varlığının devam etmesine katkı sunan yenilikçi davranışın desteklenmesinde örgüt ikliminin önemli bir rolü bulunmaktadır (Scott ve Bruce, 1994). Örgütün tarafsızlığı, fikirleri özgürce söylem olanağı sunması, çalışanlarını ödüllendirmesi ve çalışanlarına aşırı yük yüklememesi pozitif örgüt iklimini göstermektedir (İşcan ve Karabay, 2007). Pozitif örgüt iklimi çalışanların iş motivasyonunu ve kuruma olan bağlılığını artırmakta, koordinasyon, karar verme ve iletişim sürecine katkıda bulunmaktadır. Bu sayede bireyin yeni ürün ve hizmet geliştirmesini teşvik edilmektedir (Yiğit ve Yiğit, 2019). Çalışanlara yeni fikirler üretme ve geliştirme imkânı sunulması, hatalarına tolerans gösterilmesi ve onların iş yerlerinde güçlendirilmesi bireysel yenilikçiliği destekleyici bir iklim oluşmasına katkıda bulunmaktadır (Balkar, 2015).

Bilgi yoğun hizmet işletmelerinde liderler ile derinlemesine bir görüşme gerçekleştiren De Jong (2007) yeniliği destekleyici bir örgüt ikliminin yenilikçi davranış üzerinde pozitif etkisi olduğunu öne sürmektedir. Bu sonucu destekleyen Shanker ve arkadaşları (2017) araştırmalarında yenilikçiliği destekleyici bir örgüt ikliminin yenilikçi davranış üzerinde pozitif etkisi olduğunu rapor etmektedir. İnovasyonu destekleyen organizasyonlar, üyelerin yeni fikirleri denemek için kendilerini güvende ve özgür hissettikleri ve düşünce ve görüş çeşitliliğine değer verildiği bir iklim geliştirir ve sürdürür. Böylece yenilikçi bir iklim, çalışanları yenilikçi faaliyetlerde bulunmaya teşvik eder. Ayrıca, yenilikçi ortamda çalışanlar risk almaya daha isteklidirler ve özgürce düşünmeye, görüş ve fikir alışverişinde bulunmaya teşvik edilirler. Yenilikçi bir iklim algısının, işte yenilikçi davranış sergileme olasılığının daha yüksek olduğu sonucu çıkmaktadır (Liu vd., 2019).

Örgüt ikliminin yenilik ve bireysel yenilik üzerindeki etkisini araştıran deneysel çalışmalar bulunmaktadır. Örneğin Liu ve arkadaşları (2019) Çin’de 157 firmada 804 çalışan üzerinden elde ettikleri verilerle örgütsel yenilik ikliminin yenilikçi davranış üzerindeki pozitif etkisini görmüşlerdir. Olsson ve arkadaşları da (2019) perakende şirketleri üzerinde aynı sonuca ulaşmışlardır. Benzer şekilde Montes ve arkadaşları da (2004) İspanya finans şirket çalışanları üzerinde gerçekleştirdikleri çalışmada iklimin yeniliğin en önemli destekçilerinden biri olduğunu görmüştür.

Turizm alanında ise Luu, (2019) Vietnam ve Brezilyadaki tur şirketleri üzerinde gerçekleştirdiği çalışmada çeşitlilik ikliminin çalışanların hizmet yeniliği performansı üzerinde pozitif etki ettiğini görmüştür. Ayrıca (Karatepe vd., 2020) çalışması da bu sonucu doğrulamaktadır. Yukarıdaki açıklamalara dayanarak bu çalışmada şu hipotez önerilmektedir:

H3. Örgüt iklimi yenilikçi davranış ile pozitif ilişkilidir.

Bireysel Yaratıcılığın Aracı Rolü

Örgüt iklimi ile yenilikçi iş davranışı arası ilişki mekanizmasını bireysel yaratıcılık ile açıklayabiliriz. Şöyle ki; bireylerin deneyim elde etmesine önem veren ve küçük kusurlarından ötürü bireyi yargılamayan örgüt ikliminde bireylerin yaratıcı davranış düzeyleri daha da artmaktadır. Bu, bireysel yenilikçilik üzerinde pozitif etki yapmaktadır (Jaiswal ve Dhar, 2015). Diğer bir deyişle yaratıcılık yetenekleri yüksek olan bireyler güçlü bir örgütsel destek algıladıklarında yenilik uygulamaları yapabilmektedir (Shanker vd., 2017).

Açık iletişim ve kişisel özgürlüklerin desteklendiği örgütlerde çalışanlar risk alır ve hatalardan öğrenmeye başlar bu sayede bireylerin yaratıcılıklarını ortaya koymalarına fırsat verilerek yeniliklere ortam hazırlanır. Diğer taraftan yaratıcılığın desteklenmediği bürokratik klime sahip örgütlerde bireysel yeniliklerin artması da beklenemez (Altınışık, 2019; Olsson vd., 2019).

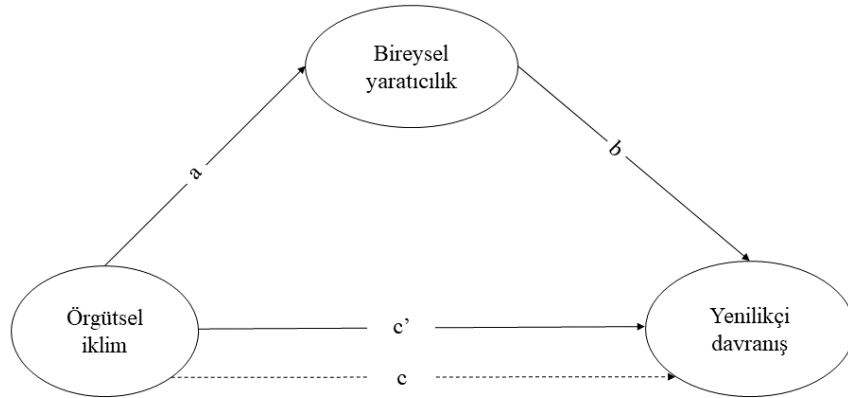
Turizm alanında gerçekleştirilen az sayıda çalışma da bu görüşü destekler niteliktedir. Örneğin Karatepe ve arkadaşları (2020) Filistin'deki Arap otel çalışanlarından elde ettikleri verilere dayanarak bireysel yaratıcılığı destekleyen bir örgüt ikliminin yenilikçi davranışı desteklediği sonucuna ulaşmışlardır. Diğer bir çalışmada ise Slåtten ve arkadaşları (2011) otel çalışanları üzerine gerçekleştirdikleri çalışmada bireysel yaratıcılık ve yenilikçi iş davranışının gelişiminde örgütsel iklimin önemli olduğuna vurgu yapmaktadır. Dolayısıyla, pozitif örgüt iklimi bireysel yaratıcılığı desteklediğinden çalışanlar yenilikçi davranış gösterebilmektedir. Bu açıklamalar ışında şu hipotez önerilmektedir:

H4. Bireysel yaratıcılık, örgüt iklimi ile yenilikçi davranış arası ilişkide aracıdır.

YÖNTEM

Araştırma Modeli

Bu araştırmanın modeli (Şekil 1) örgüt iklimini bağımsız değişken olarak kullanırken bireysel yaratıcılığı aracı değişken, yenilikçi davranışı ise bağımlı değişken olarak kullanmaktadır. Modelde yer alan a yolu örgüt ikliminin bireysel yaratıcılık üzerindeki, b yolu bireysel yaratıcılığın yenilikçi davranış üzerindeki ve c' yolu ise örgüt ikliminin yenilikçi davranış üzerindeki doğrudan etkisini göstermektedir. Modelde kesik çizgilerle gösterilen c yolu ise aracısız etkiyi göstermektedir.



Şekil 1. Araştırma Modeli

Katılımcıların Seçimi

Çalışmanın evreni İstanbul'da faaliyet gösteren 4 ve 5 yıldızlı otel işletmelerinden oluşmaktadır. Kültür ve Turizm Bakanlığı Ekim 2021 tarihli verilerine göre İstanbul'da Turizm İşletme ve Yatırım Belgeli 178 adet 4 yıldızlı, 138 adet 5 yıldızlı otel bulunmaktadır. Evrene dahil otellerin toplamda 53553 adet yatak sayısına sahiptir (KTB, 2021). Ülkemizde 4 yıldızlı otellerde oda başına düşen personel oranı 0,76 iken, 5 yıldızlı otellerde bu oran 1,18'e çıkmaktadır (Erdem, 2004). Tüm bu bilgiler ışığında, oda sayısına düşen personel sayısı hesaplama formülüne göre evrene dahil otellerin ortalama 54787 adet personele sahip olduğu tahmin edilmektedir. Tüm otel çalışanlarına ulaşmanın maliyet ve zaman alıcı olması nedeniyle kolay ulaşılabilir durum örneklemesi ile toplamda 402 otel çalışanı araştırmaya dahil edilmiştir. Çalışma için Artvin Çoruh Üniversitesi Bilimsel Araştırma ve Yayın Etiği Kurulundan 04.01.2022 tarihinde etik kurul izni alınmıştır.

Ölçekler

Bu çalışmada kullanılan anket dört bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümde katılımcı profilini belirlemeye yönelik kategorik ifadeler yer almaktadır. Diğer bölümlerde ise sırası ile katılımcıların örgüt iklimi, bireysel yaratıcılık ve yenilikçi davranışı algılarını belirlemeye yönelik yargılara yer verilmiştir. Bu üç yapı 1-5 aralığında değişen (1= kesinlikle katılmıyorum, 2= katılmıyorum, 3= ne katılıyorum ne katılmıyorum, 4= katılıyorum, 5= kesinlikle katılıyorum) 5'li Likert ölçek ile ölçülmüştür. Örgüt iklimi ölçeği Montes ve arkadaşları (2004) tarafından geliştirilmiştir. Daha sonra bu ölçek İşcan ve Karabey (2007) tarafından Türkçeye uyarlanmıştır. Bu çalışmada da bu ölçek kullanılmıştır. Ölçek, 15 madde ve 5 boyuttan (üstün desteği, tarafsızlık, bağdaşıklık, içsel taktir, baskı) oluşmaktadır. Bireysel yaratıcılık ölçeği Tür'ün (2019) yüksek lisans tez çalışmasından, yenilikçi iş davranışı ölçeği ise Çalışkan ve arkadaşlarının (2019) çalışmasından alınmıştır. Her iki ölçek de tek boyut ve 6 maddeden oluşmaktadır. Ölçeklerin genel güvenilirlik katsayısı ($\alpha=0.832$) kabul edilebilir düzeydedir (Nunnally, 1978).

BULGULAR

Katılımcıların Özellikleri

Araştırmaya katılan çalışanların %76,1' erkektir. Katılımcıların %59'u 18-35 yaş aralığındadır. Dolayısıyla araştırma kapsamına alınan otellerin çalışanlarının genç olduğu söylenebilir. Bu nedenle de çalışanlarının çok büyük bölümü (yaklaşık %72) en fazla 0-6 yıl arasında az bir süre diyebileceğimiz bir sektör tecrübesine sahiptir. Diğer taraftan katılımcılardan turizm alanında bir eğitim alanlar (%51,7) ile almayanların (%48,3) oranı birbirine çok yakındır. Bu da sektörün yöneticilerinin personel istihdamında turizm eğitimi alıp almamasına çok fazla dikkat etmediklerine işaret etmektedir. Ayrıca, katılımcıların %62,6'sı en fazla liseye kadar eğitim almıştır. Maalesef yükseköğretim düzeyinde eğitim alan çalışan sayısı çok azdır. Son olarak, araştırmaya katılanların çalıştıkları departmanlara göre dağılımlarına bakıldığında ön büro %26, kat hizmetleri %23,4, restoran-bar %24,1 ve mutfak %25,9 bulunmuştur.

Güvenirlilik ve Geçerlik

Tablo 1'e göre, yenilikçi davranış ölçeği faktör analizi için KMO testi %64,5 (,645)'tir. Kritik değer olan 0,50 değerinin üzerindedir. Bartlett testi ise anlamlıdır ($p<0,05$). Bu nedenle veri seti faktör analizi için uygundur. Bir madde (işimde her seferinde farklı bilgi ve teknik kullanırım) aşırı uç değere neden olduğu için analize alınmamıştır. Kalan 5 madde toplam varyansın yaklaşık %33'ünü oluşturmaktadır. Faktör yük değerleri .531 ile .604 arasında değişmektedir (Büyüköztürk, 2010: 171). Ölçeğin güvenilirliği ($\alpha=0.832$) kabul edilebilir düzeydedir.

Tablo 1. Yenilikçi Davranış Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler	İfadeler	Yükü	Varyans
Yenilikçi Davranış	Yeni teknolojiler, süreçler, teknikler araştırırım ve fikirler üretirim.	.585	32.781
	Diğer çalışanların fikirlerini destekler ve cesaretlendiririm.	.587	
	Yeni fikirler için kaynaklar araştırırım ve tahsis ederim.	.554	
	Yeni fikirlerin uygulanması için planları ve faaliyet takvimlerini geliştiririm.	.531	
	Yenilikçiyim.	.604	

Notlar: Temel Bileşenler Faktör Analizi. Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliliği: 0.645; Bartlett's Test of Sphericity için $X^2: 90.029$; df: 10; $p=.000$

Tablo 2'ye göre, bireysel yaratıcılık ölçeği faktör analizi için KMO testi %69,8 (.698)'dir. Kritik değer olan 0.50 değerinin üzerindedir. Bartlett testi ise anlamlıdır ($p < 0.05$). Bu nedenle veri seti faktör analizi için uygundur. 6 madde toplam varyansın yaklaşık %31'ini oluşturmaktadır. Faktör yük değerleri .511 ile .646 arasında değişmektedir (Büyüköztürk, 2010: 171). Ölçeğin güvenilirlik düzeyi $\alpha = 0.793$ bulunmuştur.

Tablo 2. Bireysel Yaratıcılık Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler	İfadeler	Yükü	Varyans
Bireysel yaratıcılık	Yeni ürün ve hizmet sunumu için her türlü desteği bulurum	.559	30.687
	İşimde her seferinde farklı bilgi ve teknik kullanımım	.556	
	İşime değer katacak teknik, idari vb. olanaklar araştırırım	.515	
	Yeni fikirler araştırır, değerlendirir, uygulamaya çalışırım	.646	
	Yaptığım işin içeriğinde değişiklik yaparak farklılık yaratırım	.511	
	İş arkadaşlarımdan önce yeni bir fikri ve yöntemi denerim	.524	

Notlar: Temel Bileşenler Faktör Analizi. Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliği: 0.698; Bartlett's Test of Sphericity için X^2 : 138.418; df: 15; $p = .000$

Tablo 3'e göre, örgüt iklimi ölçeği faktör analizi için KMO testi %69,5 (.695)'tir. Kritik değer olan 0.50 değerinin üzerindedir. Bartlett testi ise anlamlıdır ($p < 0.05$). Bu nedenle veri seti faktör analizi için uygundur. Sekiz madde düşük faktör yüklendiği için (< 0.30) analiz dışı bırakılmıştır. Kalan 7 madde toplam varyansın yaklaşık %34'ünü oluşturmaktadır. Faktör yük değerleri .531 ile .709 arasında değişmektedir. Bu güvenilirlik katsayısı test puanlarının güvenilirliği için yeterlidir (Büyüköztürk, 2010: 171). Ayrıca, Cronbach's alpha değeri $\alpha = 0.743$ 'tür.

Tablo 3. Örgüt İklimi Ölçeğine İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

Faktörler	İfadeler	Yükü	Varyans
Örgüt iklimi	İş ile ilgili sorun olduğunda rahat konuşabilirim.	.709	30.687
	Hatalar sayesinde öğrenmeye izin verilmektedir.	.665	
	Hak edenler cezalandırılır.	.538	
	Çalışanlar arasında ayırım gözetilmez.	.534	
	Çalışanlar birbirlerine yardım eder	.567	
	Çalışan hiç tatili yokmuş gibi hisseder.	.531	
	Yapacak çok işe karşın az zamanınız var.	.541	

Notlar: Temel Bileşenler Faktör Analizi. Kaiser-Meyer-Olkin Örneklem Yeterliği: 0.695; Bartlett's Test of Sphericity için X^2 : 408.696; df: 21; $p = .000$

Tablo 4 incelendiğinde bağımsız değişkenler arası ilişkilerin orta düzeyde pozitif ve anlamlı olduğu görülmektedir. Korelasyonların 0,70 değerinin üstünde olması çoklu doğrusal bağlantı probleminde işaret olarak görülmektedir (Büyüköztürk, 2010: 100). Analiz sonucuna göre bu çalışmada böyle bir problem görülmemektedir. Ayrıca katılımcıların değişkenlere ilişkin algılamalarının ortalamaları 3'ün üzerindedir. Bu sonuç, araştırma kapsamına alınan çalışanların örgüt iklimi olumlu algıladıkları, bireysel yaratıcılığa ve yenilikçiliğe önem verdiklerini göstermektedir.

Tablo 4. Değişkenler arası korelasyon

	Ort.	ss.	Bireysel yaratıcılık	Yenilikçi davranış
Bireysel yaratıcılık	3.702	0.632	—	—
Yenilikçi davranış	3.732	0.639	0.487***	—
Örgüt iklimi	3.738	0.655	0.558***	0.467***

Note. * $p < .05$, ** $p < .01$, *** $p < .001$

Hipotez Testi Sonuçları

Hipotez testi için regresyon analizi kullanılmıştır. Sonuçlar Tablo 5'te yer almaktadır. Buna göre ilk olarak, örgüt iklimi ile bireysel yaratıcılık olumlu ve anlamlı bir şekilde ilişkilidir ($\beta=.538$, $SE=.044$, $p<.001$, $R^2=.55$). İkinci olarak, bireysel yaratıcılık ile yenilikçi davranış anlamlı ve olumlu yönde ilişkilidir ($\beta =.333$, $SE=.055$, $p<.001$, $R^2=.54$). Son olarak, Örgütsel iklim yenilikçi davranış ile doğrudan olumlu ve anlamlı bir şekilde ilişkilidir ($\beta =.276$, $SE=.050$, $p<.001$, $R^2=.54$). Bu sonuçlara göre H1, H2 ve H3 hipotezleri desteklenmiştir.

Tablo 5. Hipotez Testi Sonuçları

Etki	Yol	95% Güven aralığı			t	p
		β	Alt	Üst		
Örgüt iklimi → bireysel yaratıcılık		0.538	0.450	0.632	11.98	<.001
Bireysel yaratıcılık → yenilikçi davranış		0.333	0.225	0.439	6.06	<.001
Örgüt iklimi → bireysel yaratıcılık → yenilikçi davranış	a × b	0.179	0.117	0.248	5.30	<.001
Örgüt iklimi → yenilikçi davranış	c'	0.276	0.171	0.371	5.52	<.001
Örgüt iklimi → yenilikçi davranış	c	0.455	0.371	0.539	10.57	<.001

Aracılık ilişkisine göre dolaylı etki ($\beta =.179$, $SE=.032$, $p<.001$) ve toplam etki ($\beta =.455$, $SE=.043$, $p<.001$) sonuçları anlamlıdır. Doğrudan etki sonucu anlamlı olmakla birlikte aracı değişkenin modele alınması ile toplam etki ile karşılaştırıldığında etki düzeyi düşmüştür. Bu sonuç, bireysel yaratıcılığın örgüt iklimi ile yenilikçi davranış arası ilişkide kısmi aracılık rolü olduğunu göstermektedir. Ayrıca, Sobel testine göre de bu düşüş anlamlıdır (Sobel Z-score=5.85, $p=.00$, $R^2=.47$). Dolayısıyla H4 hipotezi kabul görmüştür.

TARTIŞMA ve SONUÇ

Bu çalışmada otel işletmelerinde konuk ile doğrudan temas halinde olan ön bölge çalışanlarının bakış açısı ile örgüt iklimi, bireysel yaratıcılık ve yenilikçi iş davranışı arası ilişki test edilmiştir. Ayrıca, örgüt iklimi ile yenilikçi iş davranışı ilişkisinde bireysel yaratıcılığın nasıl bir rolü olduğu da araştırılmıştır. Araştırma bulguları önerilen tüm hipotezlerin desteklendiğini göstermektedir.

Buna göre ilk olarak otel işletmelerinde pozitif örgüt iklimi çalışanın hizmet sunumunda yaratıcı yönünü göstermesini kolaylaştırmaktadır. Bu sonuç örgüt ikliminin bireysel yaratıcılık üzerindeki pozitif etkisi olduğunu ileri süren birçok çalışmayı da destekler niteliktedir (West ve Sacramento, 2012; Jaiswal ve Dhar, 2015; Amabile ve Pratt, 2016; Zhang vd., 2020). Çalışanların yöneticileri ve iş arkadaşları tarafından desteklendiği, onlara fikirlerini özgürce ifade etme imkânının tanındığı ve iş yükü baskısının çok fazla olmadığı örgüt iklimi ortamlarında bireyler iş ile ilgili süreçlerde daha yaratıcı davranabilmektedir (Zhang vd., 2020). Bununla birlikte daha önce turizm sektöründe bireysel düzeyde yaratıcılık üzerinde örgüt ikliminin etkisini araştıran çok az çalışma bulunmaktadır (Jaiswal ve Dhar, 2015; Tsai vd., 2015). Bu açıdan çalışma hem hizmet hem de turizm literatürüne önemli bir katkı sunduğu söylenebilir.

İkinci olarak, araştırma bulguları otel işletmelerinde çalışanların bireysel yaratıcılık düzeyleri ile yenilikçilik düzeyleri arası doğrudan pozitif bir ilişki olduğunu göstermektedir. Diğer bir deyişle bireysel yaratıcılık yeteneği olan çalışanlar konuklara hizmet sunmada daha yenilikçi davranabilmektedir. Bu sonuç bireysel yaratıcılığın yeniliğin en temel koşulu olduğunu ortaya koyan araştırmaların sonuçları ile de örtüşmektedir (Amabile vd., 1996; Gumusluoglu ve Ilsev,

2009; Miao vd., 2018; Slåtten ve Mehmetoglu, 2015; Volery ve Tarabashkina, 2021). Bu nedenle de mevcut araştırmaların sonuçlarını genişletmektedir. Ayrıca bu sonuç, turizm alanında yapılan benzer çalışmaların sonuçları ile de tutarlıdır (Slåtten ve Mehmetoglu, 2015; Hon ve Lui, 2016; Elidemir vd., 2020). Bu, otel işletmelerinde konukların beklediği yenilikçi hizmet davranışının yaratıcı çalışanlarla mümkün olacağı anlamına gelmektedir. Bu sayede rekabette var olabilmek ve başarı elde etmek mümkündür (Hu, 2009; Işık ve Aydın, 2016).

Üçüncü olarak otel işletmelerinde bireysel yenilikçi davranış için çalışanları destekleyici bir örgüt iklimi gerekmektedir (Liu vd., 2019; Olsson vd., 2019). Bu çalışmanın sonuçları bu görüşü destekleyerek mevcut araştırmaların kapsamını genişletmekte ve ilgili literatüre katkı sağlamaktadır. Diğer taraftan turizm literatüründe çok az ampirik çalışma bu iki değişken arası ilişkiyi otel işletmeleri çalışanları bağlamında bireysel düzeyde ele almaktadır. Bu nedenle de araştırma sonucunun ilgili turizm literatürüne katkı sunduğunu söylemek mümkündür.

Son olarak, bu araştırma sonucuna göre örgüt ikliminin bireysel yenilikçi davranış desteklemesinin en önemli nedeni bireysel yaratıcılığı ortaya çıkarmasıdır. Destekleyici örgüt ikliminde çalışanları fikirlerini özgürce ifade edebilmekte, yaratıcı fikirler ortaya koyabilmekte ve bu fikirleri hizmet sunumuna yansıtarak uygulamaya dönebilmektedir (Jaiswal ve Dhar, 2015; Shanker vd., 2017). Böylece çalışanlar konuk memnuniyetini artıracak yenilikçi hizmet sunum yöntemleri geliştirebilmektedir.

Araştırmacıların bilgisine göre bu zamana kadar otel işletmelerinde örgüt iklimi ve yenilikçi iş davranış arası ilişkide yaratıcılığın rolünü bireysel düzeyde araştıran bir çalışma bulunmamaktadır. Bu yönüyle çalışma turizm ve otelcilik literatürüne önemli bir katkı yapmaktadır. Bulgular, otel işletmelerinde örgüt ikliminin bireysel yaratıcılığı desteklediği ve bunun sonucunda da çalışanların hizmet sunumunda daha yenilikçi davranışını göstermektedir. Bu sonuç otel işletmeleri yöneticilerince de dikkate alınması gerekmektedir. Şöyle ki, otel işletmelerinde ön bölge çalışanları konuklar ile yakın bir etkileşim halindedir (Slåtten vd., 2011). Dolayısıyla işletmelerin başarı ve rekabet avantajı elde etmesinde bireysel yenilikçilik önemli bir faktördür. Bu nedenle otel yöneticileri çalışanlarının bireysel yaratıcılık düzeylerini desteleyecek pozitif bir örgüt iklimi inşa etmenin yollarını aramalıdır. Bu hususta yöneticiler insan kaynakları yöneticileri ve diğer tüm departman yöneticileri ile birlikte çalışarak pozitif örgüt iklimi inşa etmeye çalışabilir (Luu, 2019). İlaveten liderlik tarzı bireysel yaratıcılığı destekleyen önemli bir unsurdur. Örneğin hizmetkâr liderlik yenilikçi davranış için koşul olan yaratıcılık için örgüt iklimi ortamının oluşturulmasını sağlayabilir (Karatepe vd., 2020). Bu sebeple yöneticilerin bu tarz liderlik eğilimleri göstermeleri tavsiye edilmektedir.

Bu çalışmada otel çalışanlarının bireysel yenilikçilik düzeylerini olumlu yönde etkileyen örgüt iklimi ve bireysel yaratıcılık değişkenlerine odaklanılmıştır. Diğer taraftan bireysel yenilikçilik üzerinde etkisi olabilecek iş talebi (Janssen, 2005), entelektüel sermaye (Mura vd., 2012), bilgi paylaşımı (Afsar vd., 2017; Işık vd., 2021) ve liderlik tarzı (Afsar vd., 2019) gibi diğer değişkenler dikkate alınmamıştır. İlaveten yenilikçi davranış sadece pozitif yönde etkileyen değişkenler araştırmaya dâhil edilmiştir. Bireysel yenilikçilik üzerinde olumsuz etkileri olabilecek unsurların da dikkate alınması konunun daha iyi anlaşılmasını sağlayacaktır. Bu sebeplerle gelecek çalışmaların bu hususları dikkate almaları önerimizdir. Ayrıca bu çalışmada yöntem olarak nicel araştırma yöntemi seçilmiş ve anket tekniği ile veriler toplanmıştır. Daha derinlemesine bilgi elde edilebilmesi için nitel yöntemlerinde dahil edildiği karma araştırma yaklaşımları tercih edilebilir.

KAYNAKÇA

- Afsar, B., Masood, M., and Umrani, W. A. (2019). The role of job crafting and knowledge sharing on the effect of transformational leadership on innovative work behavior. *Personnel Review*, 48(5), 1186–1208. <https://doi.org/10.1108/PR-04-2018-0133>
- Afsar, B., Safdar, U., Dost, M., and Ali, Z. (2017). Flight attendant's knowledge sharing, innovative work behaviour, and new service development. *Int. J. Work Innovation*, 2(3), 193–215.
- Altınışik, D. (2019). Otel işletmelerinde örgüt ikliminin örgütsel yaratıcılığa etkisi: İzmir'deki dört ve beş yıldızlı oteller üzerine bir araştırma. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Adnan Menderes Üniversitesi, Aydın, Türkiye.
- Amabile, T. M., Coon, H., and Herron, M. (1996). *Assessing the work environment for creativity*, *University of Southern California*. 39(5), 1154-1184. <https://doi.org/10.5465/256995>
- Amabile, T. M., and Pratt, M. G. (2016). Research in Organizational Behavior The dynamic componential model of creativity and innovation in organizations : Making progress , making meaning. *Research in Organizational Behavior*, 36, 157–183. <https://doi.org/10.1016/j.riob.2016.10.001>
- Balkar, B. (2015). The Relationships between Organizational Climate, Innovative Behavior and Job Performance of Teachers. *International Online Journal of Educational Sciences*, 7(2), 81–92. <https://doi.org/10.15345/iojes.2015.02.007>
- Bellou, V., and Andronikidis, A. I. (2009). Examining organizational climate in Greek hotels from a service quality perspective. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 21(3), 294–307. <https://doi.org/10.1108/09596110910948305>
- Büyüköztürk, Ş. (2010). *Sosyal Bilimler İçin Veri Analizi El Kitabı*. Ankara: Pegem Akademi.
- Çalışkan, A., Akkoç, İ., ve Turunç, Ö. (2019). Yenilikçi davranış: Bir ölçek uyarlama çalışması. *Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 5(1), 94-111. <https://doi.org/10.29131/Uuibd.562196>
- Datta, A., and Singh, R. (2018a). Determining the dimensions of organizational climate perceived by the hotel employees. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 40–48. <https://doi.org/10.1016/J.JHTM.2018.07.001>
- Datta, A., and Singh, R. (2018b). Determining the dimensions of organizational climate perceived by the hotel employees. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 36, 40–48. <https://doi.org/10.1016/J.JHTM.2018.07.001>
- Davidson, M., Manning, M., Timo, N., and Ryder, P. (2001). The dimensions of organizational climate in four-and five-star australian hotels. *Journal of Hospitality & Tourism Research*, 25(4), 444–461.
- De Jong, J., and den Hartog, D. (2010). Measuring innovative work behaviour. *Creativity and Innovation Management*, 19(1), 23–36. <https://doi.org/10.1111/j.1467-8691.2010.00547.x>
- De Jong, J. P. J. (2007). *Individual innovation: The connection between leadership and employees' innovative work behavior*, *Yayınlanmamış Doktora Tezi*, Universiteit van Amsterdam, Amsterdam.
- Elidemir, S. N., Oztüren, A., and Bayıghomog, S. W. (2020). Innovative behaviors, employee creativity, and sustainable competitive advantage: A moderated mediation. *Sustainability (Switzerland)*, 12(8), 3295. <https://doi.org/10.3390/SU12083295>
- Erdem, B. (2004). Otel işletmelerinde insan kaynakları planlamasının yeri ve önemi. *Balikesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(11), 35-54.

Gumusluoglu, L., and Ilsev, A. (2009). Transformational leadership, creativity, and organizational innovation. *Journal of Business Research*, 62(4), 461–473. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2007.07.032>

He, L. W. (2013). Organizational innovative climate, innovative behavior and the mediating role of psychological capital: The case of creative talents. *19th International Conference on Industrial Engineering and Engineering Management: Management System Innovation*, 1607–1616. https://doi.org/10.1007/978-3-642-38427-1_170

Hon, A. H. Y., and Lui, S. S. (2016). Employee creativity and innovation in organizations: Review, integration, and future directions for hospitality research. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 28(5), 862–885. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-09-2014-0454>

Hu, M. L. M. (2009). Knowledge sharing and innovative service behavior relationship: guanxi as mediator. *Social Behavior and Personality: An International Journal*, 37(7), 977–992. <https://doi.org/10.2224/sbp.2009.37.7.977>

İşcan, Ö. F., ve Karabay, C. N. (2007). Örgüt iklimi ile yeniliğe destek algısı arasındaki ilişki. *Gaziantep Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 6(2), 103–116.

Işık, C., ve Aydın, E. (2016). Bilgi paylaşımının yenilikçi iş davranışına etkisi: Ayder Yaylası konaklama işletmeleri üzerine bir uygulama. *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 5(2), 75–103.

Işık, C., Aydın, E., Dogru, T., Rehman, A., Alvarado, R., Ahmad, M., and Irfan, M. (2021). The nexus between team culture, innovative work behaviour and tacit knowledge sharing: Theory and evidence. *Sustainability (Switzerland)*, 13(8), 4333. <https://doi.org/10.3390/SU13084333>

Jaiswal, N. K., and 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. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.07.002>

Janssen, O. (2000). Job demands, perceptions of effort-reward fairness and innovative work behaviour. *Journal of Occupational and Organisational Psychology*, 73, 287–302. <https://doi.org/10.1348/096317900167038>

Janssen, O. (2005). The joint impact of perceived influence and supervisor supportiveness on employee innovative behaviour. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 78(4), 573–579. <https://doi.org/10.1348/096317905X25823>

Karatepe, O. M., Aboramadan, M., and Dahleez, K. A. (2020). Does climate for creativity mediate the impact of servant leadership on management innovation and innovative behavior in the hotel industry? *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(8), 2497–2517. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-03-2020-0219>

Kültür ve Turizm Bakanlığı. (2021). *İstanbul turizm istatistikleri raporu ekim 2021*. <https://istanbul.ktb.gov.tr/Eklenti/90414,ekim-2021-turizm-istatistikleripdf.pdf?0>. adresinden alındı.

Liu, F., Chow, I. H. S., Zhang, J. C., and Huang, M. (2019). Organizational innovation climate and individual innovative behavior: exploring the moderating effects of psychological ownership and psychological empowerment. *Review of Managerial Science*, 13(4), 771–789. <https://doi.org/10.1007/S11846-017-0263-Y>

Luu, T. T. (2019). Can diversity climate shape service innovative behavior in Vietnamese and Brazilian tour companies? The role of work passion. *Tourism Management*, 72, 326–339. <https://doi.org/10.1016/J.TOURMAN.2018.12.011>

- Manning, M. L., Davidson, M. C. G., and Manning, R. L. (2004). Toward a Shortened Measure of Organizational Climate in Tourism and Hospitality. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 28(4), 444–462. <https://doi.org/10.1177/1096348004267516>
- Miao, Q., Newman, A., Schwarz, G., and Cooper, B. (2018). How Leadership and Public Service Motivation Enhance Innovative Behavior. *Public Administration Review*, 78(1), 71–81. <https://doi.org/10.1111/puar.12839>
- Mohamed, L. M. (2016). Assessing the effects of transformational leadership: A study on Egyptian hotel employees. *Journal of Hospitality and Tourism Management*, 27, 49–59. <https://doi.org/10.1016/j.jhtm.2016.04.001>
- Montes, F. J. L., Morena, A. R., and Fernández, L. M. M. (2004). Assessing the organizational climate and contractual relationship for perceptions of support for innovation. *International Journal of Manpower*, 25(2), 167–180. <https://doi.org/10.1108/01437720410535972>
- Mura, M., Lettieri, E., Spiller, N., and Radaelli, G. (2012). Intellectual capital and innovative work behaviour: Opening the black box. *International Journal of Engineering Business Management*, 4(1), 1–10. <https://doi.org/10.5772/54976>
- Newman, A., Tse, H. H. M., Schwarz, G., and Nielsen, I. (2018). The effects of employees' creative self-efficacy on innovative behavior: The role of entrepreneurial leadership. *Journal of Business Research*, 89(April), 1–9. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2018.04.001>
- Nunnally, J. (1978). *Psychometric Theory*. McGraw-Hill, New York.
- Olsson, A., Karla, K. M., Johansson, U., Olander Roese, M., and Ritzén, S. (2019). Organizational climate for innovation and creativity—a study in Swedish retail organizations. *International Review of Retail, Distribution and Consumer Research*, 29(3), 243–261. <https://doi.org/10.1080/09593969.2019.1598470>
- Reyes, M. M. V., and Zapata, D. I. C. (2014). Relation between organizational climate and its dimensions and knowledge-sharing behavior among knowledge workers. *International Journal of Psychological Research*, 7(2), 64–75.
- Ryder, P. A., Southey, G. N. (1990). An exploratory study of the Jones and James organisational climate scales. *Asia Pacific Journal of Human Resources*, 28(3), 45–52. <https://doi.org/10.1177/103841119002800304>
- Scott, S. G., Bruce, R. A. (1994). Determinants of innovative behavior: A path model of individual innovation in the workplace. *The Academy of Management Journal*, 37(3), 580–607.
- Shanker, R., Bhanugopan, R., Heijden, B. I. J. M. Van Der, and Farrell, M. (2017). Organizational climate for innovation and organizational performance: The mediating effect of innovative work behavior. *Journal of Vocational Behavior*, 100, 67–77. <https://doi.org/10.1016/j.jvb.2017.02.004>
- Slåtten, T., and Mehmetoglu, M. (2015). The Effects of Transformational Leadership and Perceived Creativity on Innovation Behavior in the Hospitality Industry. *Journal of Human Resources in Hospitality and Tourism*, 14(2), 195–219. <https://doi.org/10.1080/15332845.2014.955557>
- Slåtten, T., Svensson, G., and Svaeri, S. (2011). Empowering leadership and the influence of a humorous work climate on service employees' creativity and innovative behaviour in frontline service jobs. *International Journal of Quality and Service Sciences*, 3(3), 267–284. <https://doi.org/10.1108/17566691111182834>
- Tsai, C., Horng, J., Liu, C., and Hu, D. (2015). International journal of hospitality management work environment and atmosphere: The role of organizational support in the creativity

performance of tourism and hospitality organizations. *International Journal of Hospitality Management*, 46, 26–35. <https://doi.org/10.1016/j.ijhm.2015.01.009>

Tür, E. (2019). Otel çalışanlarının çalışma yaşamı kalitesinin bireysel yaratıcılık performansına etkisi, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü.

Volery, T., and Tarabashkina, L. (2021). The impact of organisational support, employee creativity and work centrality on innovative work behaviour The impact of organisational support, employee creativity and work 1 centrality on innovative work behaviour. *Article in Journal of Business Research*, 129, 295–303. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2021.02.049>

West, M. A., and Sacramento, C. (2012). Creativity and innovation: The role of team and organizational climate. İçinde *Handbook of Organizational Creativity* (ss. 359–385). Elsevier Inc. <https://doi.org/10.1016/B978-0-12-374714-3.00015-X>

Yiğit, S., ve Yiğit, A. M. (2019). Örgüt iklimi algısı ve yenilikçi iş davranışı ilişkisinde bilgi paylaşımının aracılık rolü üzerine ampirik bir çalışma. *OPUS Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 14(20), 182–206. <https://doi.org/10.26466/OPUS.594768>

Zhang, H., Li, F., and Reynolds, K. J. (2020). Creativity at work: exploring role identity, organizational climate and creative team mindset. *Current Psychology*, 1–8. <https://doi.org/10.1007/S12144-020-00908-9>