Stratejik Yenilik Yönetiminin İşe Adanmışlık Üzerine Etkisi: Aile Şirketlerinde Bir Araştırma (The Effect of Strategic Innovation Management on Commitment: A Study in Family Businesses)

Mesut KASAP

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Sosyal Bilimler Meslek Yüksek Okulu, Çanakkale, Türkiye. mesutkasap25@gmail.com

MAKALE BİLGİSİ

Anahtar Kelimeler:
- Stratejik yenilik yönetimi
- Inovasyon
- İşe adanmışlık
- Marmara Bölgesi
- Aile şirketleri

Özet

Amaç – Bu araştırmının amacı stratejik yenilik yönetiminin işe adanmışlık üzerine etkisini belirlemektir.

Yöntem – Araştırmada nicel araştırma modellerinden ilişkin tarana modeli kullanılmıştır. Araştırmının evrenini Marmara Bölgesindeki aile şirketleri oluşturmaktadır. Araştırmının örneklem grubunun ise bu şirketlerin çalışanları oluşturmaktadır. Araştırmada İşe Adanmışlık Ölçeği ve Stratejik İnovasyon Ölçeği kullanılmıştır. Araştırmada verileri analiz etmek amacıyla tanımlayıcı istatistiksel analizleri, t-testi, ANOVA, korelasyon, Regresyon analizleri kullanılmıştır.

Bulgular – Araştırma katılan çalışanların yenilik stratejisi, örgüt yapısı, inovasyon yeteneği, müşteri ve tarımsalcılardan aile şirketlerindeki çalışanların mesleki kıdemleriyle yenilik stratejisi arasında bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan çalışanların, çalışanların stratejik inovasyon ve işe adanmışlık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan çalışanların stratejik inovasyon ile ilgili görüşlerinde ise adanmışlık ile ilgili görüşler arasında pozitif yönlü yüksek düzeyde bir ilişkinin olduğu görülmektedir.

Tartışma – İşe adanmışlıkla stratejik inovasyon arasındaki anlamlı bir ilişki olduğu, işe adanmışlığın stratejik inovasyonunun anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmüştür. Araştırmaya katılan çalışanların yenilik yönetimini işe adanmışlık ile güçlendirme olarakwünschten ortaya konulmaktadır. Ayrıca araştırmada stratejik yenilik yönetiminin çalışanlar üzerinde önemli bir etkisinin olduğu görülmektedir.

ARTICLE INFO

Keywords:
- Strategic innovation management
- Innovation
- Commitment to business
- Marmara Region
- Family companies

Purpose – The purpose of this research is to determine the effect of strategic innovation management on commitment.

Design/methodology/approach – In the research, relational scanning model, one of the quantitative research models, was used. Family companies in the Marmara Region constitute the universe of the research. The sample group of the research is the employees in these companies. Commitment to Work Scale and Strategic Innovation Scale were used in the study. Descriptive statistical analyzes, t-test and ANOVA, correlation and regression analysis were performed on the data obtained in the study.

Findings – It is seen that the employees participating in the study think positively about innovation strategy, organizational structure, innovation culture, technology ability, relations with customers and suppliers. They state that the employees participating in the research see failures as an opportunity to learn, they follow new developments in technology, studies are carried out to facilitate formal communication, and there are action plans for progress. Research participants state that managers' technological goals guide the evaluation of new ideas, the reputation of the enterprise is important, suppliers and customers are important in this process. It is observed that there is no significant relationship between the gender of the research sample group and the levels of strategic innovation and commitment to work. It is seen that there is a relationship between the professional seniority of the participants and the innovation strategy. It is observed that there is a high-level positive relationship between the views of the employees participating in strategic innovation and their views on commitment to work.

Discussion – It was observed that there was a significant relationship between commitment to work and strategic innovation, and that commitment to work was a significant predictor of strategic innovation. The findings of the study reveal that strategic innovation management has a strong link with business commitment. In addition, it was seen in the research that strategic innovation management has a significant effect on employees.

Önerilen Atış/ Suggested Citation
Kasap, M. (2020). Stratejik Yenilik Yönetiminin İşe Adanmışlık Üzerine Etkisi: Aile Şirketlerinde Bir Araştırma, İşletme Araştırmaları Dergisi, 12 (4), 4351-4364.
1. Giriş

Küreselleşmeye bağlı olarak bilginin çok hızlı bir şekilde yayılması işletmeleri stratejik yenilikler yapmaya zorlamaktadır. İşletmeler için mevcut pozisyonlarının korumunun ve farklı pazarlardan pay almanın yolu, yeni hizmet/ürün ve stratejik yenilikten geçmektedir. Bu durumda işletmelerin rekabet üstünlüğünü sahip olabilmesi axios kit hizmet/ürün ve süreç yönetiminden ve kalite sayesinde artaracağı performansına bağlı hale getirmiştir. Rakiplerine oranla farklı değerler yaratan stratejik yenilik yönetimini sergileyen işletmeler, daha kârlı faaliyetlerde bulunacaktır. Rekabetin zorlanması, teknolojideki ilerleyiş ve kalitenin işletmeler için belirleyici olduğu gerçekten hareketle; müşteri beklenmelerine karşılık verebilme için işletmelerin fark yatarması gerekmektedir (Altınkurt, 2007; Aydın ve Bekmezci, 2020; Güclü, 2003).

Stratejik yenilik örgütler açısından son derece önemli bir olgudur. İşletmenin rekabet ortamında etkili stratejiler uygulayabilmek için yenilik performansını artırmak gerekmektedir. Yenilik performansı; işletmenin iç unsurları, rekabet üstünlüğü, girişimcilik ve yenilik stratejileriyle ilişkili bir kavramdır (Balkı, İlhan ve Özkoç, 2020).

İşletmeler sürdürülebilir rekabet üstünlüğü kazanarak günümüz dünyasında hayatta kalabilmektedir. Sürdürülebilir rekabet üstünlüğü de işletmenin her alanında yenilik yapmasıyla mümkündür. Bu bağlamda stratejik yenilik yönetimini, işletme yeteneklerine uyumda yararlanmak ve belirsizlik ortamlarında işletmenin fırsatları yakalama gibi avantajları söz konusudur (Akgemci, Öğüt ve Ay Tosun, 2000; Atherton ve Hannon 2000; Örücü, Kılıç ve Savaş, 2011). İşletmeler tarihsel süreçte yeni sistemlere ayak uydurmak için birçok radikal değişiklik yapmıştır. Rekabet şartlarındaki değişimler, özellikle farklı yaratan ürünler müşteriye sunabilmenin avantaj yarattığını göstermektedir. Yine yenilik-stratejilerinin başarısı da vurgulanmaktadır (Deniz, 2011). Stratejik yenilikli ülkeye verilen hediyelik eylemler arasında uygulanan stratejik yenilik programı de önemlidir (Güleş ve Bülbül, 2004). Genel olarak yenilik türlerini şu şekilde ifade etmektedir (Bielinis, 2004: 17; Gray ve Allan, 2001);

- Yeni bir hizmet/ürün ve ya ürünündeki niteliksel gelişimler
- Üretimde yeni yöntemler geliştirme
- Pazarlama yönteminde stratejik yenilik yapma
- Bütün kaynakların tedarikinde yeni kaynaklar geliştirme
- Organizasyon yapılarında yenilikler

İşletmeler küreselleşmeye zorunlu rekabet ortamına ayak uydurmaya çalışmaktadır. Uluslararası düzeyde rekabet avantajı sağlamak yerel rekabet ortamına oranla daha büyük bir anlam ifade ettiği için bu durum uygundur. Stratejiler belirlendiği gibi stratejik yenilik yapımını elde etmek için yenilik yapma, gelişim ve değişim önceliğine bağlıdır. Bu durumda işletmelerin stratejilerini geliştirme, stratejik yenilik performansını artırmak ve stratejik yenilik stratejilerini geliştirme, stratejik yenilik performansını artırmak ve stratejik yenilik performansını artırmak için bir avantaj sağladığı görülmektedir (Güçe ve Bülbül, 2004). Genel olarak yenilik türlerini şu şekilde ifade eder (Bielinis, 2004: 17; Gray ve Allan, 2001);

- Yeni bir hizmet/ürün ve ya ürünündeki niteliksel gelişimler
- Üretimde yeni yöntemler geliştirme
- Pazarlama yönteminde stratejik yenilik yapma
- Bütün kaynakların tedarikinde yeni kaynaklar geliştirme
- Organizasyon yapılarında yenilikler
İşletmelerde yenilik sadece işçil bir durum değil, iç çevre ve dış çevre analizi gerektiren bir durumdur. İşletmedeki bütün departmanlar yenilik konusunda birlikte hareket etmelidir. İç analizde işletmenin gerek duyduğu yenilik ortaya konulurken, rakip işletmelerin güçlü yönlerini bilmek de dış analiz ile mümkündür (Kendir, Arslan ve Özçelik Bozkurt, 2018; Özbay, 2010). Yenilik performansının ortaya konmasında özel ve nesneleri sözlü konusudur. Özel öncülüğün vermek gerekirse, işletme çalışanlarının motivasyonlarını artıran yönetişte kararlar ve çalışan devir huzu olarak ifade edilebilir. Nesneleri öncülüğün ise, işletmenin rakip firmalarla karşılaştırıldığında durumudur. Yöneticileri çalışanıtitleLabelssı organ yetenmesini oluşturmaktadır. Yöneticilerin yenilikçi örgüt yapısı oluşturmasını, iş adanmışlığı yakından ilişkili bir durumdur (Balk, İlhan ve Özkoc, 2020).

İşletmelerin stratejik yenilikçi özelliklerinin devamı için çalışan motivasyonu ve buna bağlı olarak performansları yüksek olmalıdır. Çünkü işi bir çalışma ortamı sunan işletmelerde, yüksek verimliliğinacağı bilinmektedir. Sağlıklı bir çalışma ortamı olduğu zaman çalışanlar işlerine daha bağlı hale gelerek yenilik üretilebilecektir. İşte burada iş adanmışlık konusu ortaya çıkmaktadır. İşe adanmışlık, özellikle son zamanlarda bütün örgütlerin çalışanlarından beklendiği bir olgu olarak bireylerin karşısına çıkmaktadır. İşe adanmışlık, örgüt içerisinde faaliyet bulunan çalışanın psikolojik ve fiziksel olarak içindeki enerjisi olarak tanımlanır (Kendir, Arslan ve Özçelik Bozkurt, 2018; Özbağ, 2010). Yenilik performansının ortaya konmasında öznel ve nesnel ölçümler söz konusudur. Öznel ölçüme örnek vermek gerekirse, işletme çalışanlarının ilgisini artıtırıran yönetsel kararlar ve çalışan devir hızı olarak ifade edilebilir. Nesneleri öncülüğün ise, işletme çalışanların monstersı çalışanlarından beklendiği bir olgu olarak bireylerin karşısına çıkmaktadır. İşe adanmışlık, örgüt içerisinde faaliyet bulunan çalışanın psikolojik ve fiziksel olarak içindeki enerjisi olarak tanımlanmaktadır (Rich, Crawford ve Lepine, 2010).

İş ortamını sağlıklı olan işletmelerde, işe adanmışlık söz konusudur. İşe adanmış çalışanlar, işletmedeki diğer çalışanlara oranla daha yüksek verimlilikte çalışmaktadırlar. Yine işe adanmış çalışanlar, kişisel gelişimine önem verdiği için yenilikleri takip ederek örgütün amaçlarına ulaşmada farklı etkileri sergilemektedirler (Yuluzar, 2016). Bundan ötürü işe adanmış çalışanların belirgin verimlilikte çalış knexceği ve işletmedeki diğer çalışanlara göre daha verimli bir performans göstereceklerdir. İşe adanmışlık, özellikle son zamanlarda bütün örgütlerin çalışanlarından beklendiği bir olgu olarak bireylerin karşısına çıkmaktadır. İşe adanmışlık, örgüt içerisinde faaliyet bulunan çalışanın psikolojik ve fiziksel olarak içindeki enerjisi olarak tanımlanmaktadır (Kendir, Arslan ve Özçelik Bozkurt, 2018; Özbağ, 2010).

İşte adanmışlıkta çalışanlar, kendilerini işlereyle özdeşleştirmekte olan ve işe adanmışlıklarını işe adanmışlıkla olan ilişikisi literatür taraması yapılarak anlatılacaktır. 1.1. Stratejik Yenilik ve İşe Adanmışlık Arasındaki İlişki

İşe adanmışlık olgusunun ortaya çıkmasıda Kahn (1992) çok büyük katkyı sunmuştur. Kahn, işe adanmışlık durumunun işletmeRESET karakterinde olabilmesi için üç psikolojik noktanın altını çizmiştir. Bunlar uygunluk, anlamlılık ve güvenliktir. Bu üç psikolojik sürecin olması halinde çalışanların işlerine kendilerini adama durumu ortaya çıkmaktadır. Aksi takdirde böyle bir durumun varlığından bahsedilmemesini vurgulamıştır. Özellikle Kahn, çalışanların işlerini anlamlı bulduğu zaman, işletmede kendini güvende hissettüğünü de ve iş için yeterli olduğunu inancı oluşturduğunda işe adanmışlık durumu oluşacağını belirtmiştir (Khan, 1992: 322). Yapılar arastırma da Kahn’ın önerisi olan bu modeli test etmiş ve iş yapının uygulukluk durumlarının işe adanmışlık durumlarıyla ilişkisini ortaya konmuştur (May, Gilson ve Harter, 2004: 29-30). Konuların daha iyi anlaşılmasını için stratejik yenilik yönetiminin işe adanmışlıkla olan ilişkisi literatür taraması yaparak anlaşılacaktır.

1.1. Stratejik Yenilik ve İşe Adanmışlık Arasındaki İlişki

İşe adanmışlığın yukarıda belirtildiği gibi fiziksel, zihinsel (bilişsel) ve duygusal olmak üzere üç boyutu bulunmaktadır. Fiziksel adanmışlık işte bizzat var olmaktadır. İşe adanmış fiziksel olarak aday olan kişi, örgüt için pozitif etki yaratacak yenilikleri ortaya koyabilmeaktadır. Suç letzten var kendi geliştirdiği yenilik uygulayarak işletmenin yenilik yapabilme potansiyeline katkıda kalacaktır (Terlemez, 2012). Zihinsel adanmışlık, işe adanmışlık,
çalışanın yaptığı işin farkında olmasıdır. Zihinsel olarak devamlı hazır halde olunması durumudur. Diğer boyut olan duyguyal adanmışlık boyutu ise çalışanların görevlerini yerine getirirken işiyle güçlü bağlar geliştirmesi durumunu ifade edilmektedir (Kurtpınar, 2011). Hem zihinsel hem de duyguyal adanmış çalışanlar, işletme için katma değeri oluşturarak motivasyona sahip olacağını için işletmenin hedeflerine ulaşmasını için ciddi katkılar sunacaktır (Özkoç vd., 2018). Yapılan araştırmalar göstermektedir ki; işe adnanmış çalışanlar, örgütün stratejik yenilik performansında pozitif etkiler meydana getirmiştir (Balku, İlhan ve Özkoç, 2020; Özyılmaz ve Süner, 2015). Araştırmamanın amacı doğrultusunda araştırmanın hipotezleri şu şekilde oluşturulmuştur:

\[ H_1: \] Cinsiyet değişkeni açısından stratejik yenilik yönetiminde faklılaşma vardır

\[ H_2: \] Cinsiyet değişkeni açısından işe adnanmışlıkta faklılaşma vardır

\[ H_3: \] Mesleki kıdem değişkeni açısından stratejik yenilik yönetiminde faklılaşma vardır

\[ H_4: \] Mesleki kıdem değişkeni açısından işe adnanmışlıkta faklılaşma vardır.

\[ H_5: \] Stratejik yenilik yönetim ve işe adnanmışlık arasında anlamlı pozitif yönlü bir ilişki vardır.

2. Yöntem

2.1. Araştırma Modeli

Araştırmada nicel araştırma modellerinden ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. İlişkisel tarama modeli birden fazla değişken arasındaki ilişkileri belirlemek amacıyla araştırmacıların kullandığı bir modeldir (Karasar, 2011). Bu araştırmada stratejik yenilik yönetiminde işe adnanmışlık ilişkisini incelişimsiz bırakmıştır.

2.2. Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Güney Marmara Bölgesi’ndeki faaliyet gösteren 198 şirket oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklem grubunu ise bu şirketlerden basit seçilmiş yolla seçilen 386 çalışan oluşturmakta. Örneklem, evrende çalışanın, çalışanın cinsiyet ve cinsiyet yılına, cinsiyet yılına ve cinsiyet yılına 2004 yılında çalıştırılmıştır. Örneklem seçiminde, örneklem being temsil güçne ve yeterli büyükülükte olması dikkate etmek/jpegetmektedir (Gökçe, 1988; Lin, 1976). Örneklem tespitinde önem verilen evrendeki belirli kişiler sistematis olmadan olması gerekmektedir. Araştırmada basit seçilmiş örneklemle yeni stratejik yönetimi kullanılmıştır. Bu türde evrilerin manevi olduğu her bireye bir öneme girme sağlanması esas etmiştır (Arkan, 2004). Araştırmanın örneklem grubu evreni temsil etmektedir. Araştırmanın örneklem grubunda yer alan bireylere ait cinsiyet ve mesleki kıdem bilgileri aşağıdaki tablolarda verilmştir.

| Tablo 1. Araştırmaya Katılanların Cinsiyetleri ile İlgili Tanımlayıcı İstatistik Analizleri |
|--------------------------------------------------|
| Cinsiyet   | f    | %     |
| Kadın      | 126  | 32.6  |
| Erkek      | 260  | 67.4  |

Tablo 1 incelendiğinde araştırma katılan çalışanların %32.6’sının kadın, %67.4’nün erkek olduğu görülmektedir.

| Tablo 2. Araştırmaya Katılanların Mesleki Kademleri ile İlgili Tanımlayıcı İstatistik Analizleri |
|--------------------------------------------------|
| Mesleki Kadem | F  | %     |
| 1-5           | 18 | 4.7   |
| 6-10          | 72 | 18.7  |
| 11-15         | 89 | 23.1  |
| 16-20         | 58 | 15.0  |
| 21 ve üzeri    | 149| 38.6  |

Araştırmayı katılan çalışanların %32.6’sının kadın, %67.4’nün erkek olduğu görülmektedir.
Tablo 2 incelendiğinde araştırmaya katılan çalışanların %4.7’sinin 1-5 yıl arası, %18.7’sinin 6-10 yıl arası, %23.1’inin 11-15 yıl arası, %15’inin 16-20 yıl arası, %38.6’sının ise 21 ve üzeri yıl kademe sahip olduğu görülmektedir.

2.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmada Schaufeli, Salanova, Gonzalez-Roma ve Bakker (2002) tarafından geliştirilen Tecimen (2020) tarafından Türkçe çevrilip geçerli ve güvenilirliği yapılan 17 maddelik İşe Adanmışlık Ölçeği kullanılmıştır. Ölçeğin yapısı geçerliğini belirlemek amacıyla yapılan analizler sonucunda [Kaiser-Meyer-Olkin=0.919, Bartlett testi (x²=6080.831; sd=528, p=0.000)] Ölçeğin yapısı geçerliğinin uygun olduğu görülmüştür. Ölçeğin, toplam varyansın 62.12’sini açıkladığı; Cronbach alfa değerinin ise 0.83 olduğu görülmüştür. Bu analizler dikkate alındığında Ölçeğin geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğu görülmektedir. Ölçek; Fiziksel, Duygusal ve Bilişsel Adanmışlık olarak üç boyutta oluşmaktadır.

Araştırmada kullanılan ikinci ölçek Mohammed (2019) tarafından geliştirilmiş Stratejik İnovasyon Ölçeği’dir. Araştırmacı tarafından faktör analizi sonucunda ölçek beş boyuta ayrılmıştır. Yapılan analizler sonucunda [Kaiser-Meyer-Olkin=0.873, Bartlett testi (x²=2552.982; sd=136 (p=.000)] Ölçeğin yapısı geçerliğinin uygun olduğu görülmüştür. Ölçek, toplam varyansın 55.30’unu açıklamaktadır. Yapılan analizlerde ölçekin Cronbach alfa değerinin ise 0.96 olduğu görülmüştür. Yukarıdaki verilerden de anlaşılacağı üzere ölçek, geçerli ve güvenilir bir ölçektir.

2.4. Verilerin Analizi

Araştırmanın verilerini analiz etmeden önce verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini test etmek amacıyla verilerin basıklık ve çarpıklık değerleri hesaplanmıştır. Analiz sonucunda veriler, normal dağılım gösterdiği için veri analizlerinde parametrik testler kullanılmıştır. Alanyazın incelendiğinde basıklık ve çarpıklık değerlerinin -2 ile +2 arasında olması gerekliği ifade edilmektedir. (Şencan, 2005). Araştırmanın elde edilen verilerin analizini yapmak için tanımlayıcı istatistiksel analizleri, t-testi ve ANOVA, korelasyon ve Regresyon analizleri kullanılmıştır.

2.5. Etik Kurulu İzni

Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi Bilimsel Araştırma Etik Kurulu 08.10.2020 tarih, 03 numaralı toplantısında (Başvuru Protokol Numarası: 2020/86) araştırmanın bilimsel etik kurallara uygun olduğu kararını vermiştir.

3. Bulgular

Araştırmanın bu bölümünde araştırmadan elde edilen veriler analiz edilmiştir.

| Ölçek Boyutları           | x   | ss  |
|---------------------------|-----|-----|
| Yenilik Stratejisi        | 4.41| 412 |
| Örgüt Yapısı              | 4.43| 399 |
| İnovasyon Kültürü         | 4.40| 462 |
| Teknoloji Yeteneği        | 4.41| 437 |
| Müşteri ve Tedarikçilerle İlişkiler | 4.42| 434 |

Tablo 3 incelendiğinde araştırmaya katılan çalışanlar; kuruluşların vizyonu ve misyonunun inovasyona bir referans içermediğini, yenilik stratejisinin organizasyonunun stratejik hedeflerine ulaşmasına yardımcı olduğunu, üretim hacminin artırılması sürecinde yenilginin önemli bir ölçü südüğü, idari süreçlerin iyileştirilmesi, yenilik stratejisinin bir parçası olarak görülüştüğü, iş ilişkisinin yenilik stratejisinin uygulanmasına önemli olduğu, müşteri memnuniyetinin yenilik stratejisinin bir parçası olduğunu, ürün veya hizmet kalitesinin iyileştirilmesinin yenilik stratejisinin ana hedeflerinden biri olduğunu, yenilik stratejisinin oluşturulması, çalışanların becerilerini arttırdığı, çalışanların bağlılığını, moralını veya her ikisini de iyileştirmiş, yenilik stratejisinin bir parçası olduğunu ifade etmektedirler. Araştırmaya katılan çalışanlar, kaynakları çapraz fonksiyonlu ekipler kullanmanın kaynağına kaynak a yardımcılarını, çalışanların resmi olarak yeni teknolojilerdeki gelişmeleri izlediklerini, çalışanların başarısızlıklarını öğrenme fırsatı olarak
belgelediklerini ve kullandıklarını, yöneticilerin resmi iletişim kolaylaştırmak için sistem sağladıklarını, ilerleme durumlarını izlemek için eylem planları veya zaman çizelgeleri ve prosedürleri kullanıldığını; üst düzey yöneticinin tüm çalışanları statükyo sorgulamaya teşvik ettiği, düz işletme yapısının çeşitli bakış açılarına araştırmayı, bunalara dahil olmamayı kolaylaştırdığını belirtmektedir. Araştırma ile katılan çalışanlar, örgüt kültürlerinin yaratıcılığın ve inovasyona ilişkin davranışları teşvik ettiğini, örgütüne belirgin bir şekilde oluşturmaya, çalışanların kendi performanslarını izlemeye teşvik ettiği; çalışanların yeni şeyler yapma yollarını sürekli deneyerek risk aldıklarını vurgulamışlardır.

Ayrıca örgüt kültürlerinin çalışanları bilgiyi paylaşmaya teşvik ettiği; yine ekip çalışması üzerine uzun vadeli performans odaklı olduklarını dile getirmektedir. Ayrıca, çalışanlar, rakip şirketlerin, örgütün sahip olduğu teknolojiyle aynı veya benzer teknolojileri olduğunu, yöneticilerin paylaşım teknolojisine kaynak ayırdıklarını, iş büyümesinin bir sürücüsü olarak teknolojinin kullanımını göz önünde bulundurduğunu, teknolojik hedeflerin yeni fikirlerin değerlendirilmesine rehberlik ettiği, çalışanların bilgi, yeni fikir ve teknolojileri araştırma Çalışanların belirli teknolojik amaç veya hedefler doğrultusunda çalışmalarını belirtmektedirler. Rekabet avantajı için şirketin ürün veya hizmet tedarikini önemli olduğunun, tedarikçilerin kuruluş sahip olduğu teknolojiyle aynı veya benzer teknolojilere sahip olduğunu ifade etmektedirler.

Tablo 4. İşe Adanmışlık Ölçeği Boyutlarına Ait Tanımlayıcı İstatistik Analizleri

| Ölçek Boyutları | ȳ | ss  |
|----------------|----|-----|
| Fiziksel Adanmışlık | 4,43 | .361 |
| Duygusal Adanmışlık | 4,45 | .382 |
| Bilişsel Adanmışlık | 4,42 | .380 |

Tablo 4'teki sonuçlarda araştırmaya katılan çalışanların cinsiyetleriyle stratejik inovasyon düzeyleri arasındaki ilişkiler incelendiğinde, cinsiyet faktörünün stratejik inovasyon düzeylerine anlamlı bir etkisi olmadığı görülmektedir.

Tablo 5. Stratejik İnovasyon Ölçeğindeki Boyutlara İlişkin Cinsiyete Göre t-testi Sonuçları

| Boyutlar              | Cinsiyet | n  | ȳ   | ss  | t   | df | p   |
|----------------------|----------|----|-----|-----|-----|----|-----|
| Yenilik Stratejisi   | Kadın    | 126| 4,40| .415| .427| 384| .670|
|                      | Erkek    | 260| 4,42| .411|     |    |     |
| Örgüt Yapsı          | Kadın    | 126| 4,45| .431| .702| 384| .483|
|                      | Erkek    | 260| 4,42| .383|     |    |     |
| İnovasyon Kültürü    | Kadın    | 126| 4,42| .464| .641| 384| .522|
|                      | Erkek    | 260| 4,38| .462|     |    |     |
| Teknoloji Yeteneti   | Kadın    | 126| 4,43| .432| .427| 384| .670|
|                      | Erkek    | 260| 4,41| .441|     |    |     |
| Müşteri ve           | Kadın    | 126| 4,41| .421| .266| 384| .791|
| Tedarikçilerle        | Erkek    | 260| 4,43| .404|     |    |     |

Tablo 5 incelendiğinde araştırmaya katılan çalışanların cinsiyetleriyle stratejik inovasyon düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki olmadığını göstermektedir.
Tablo 6. İşe Adanmışlık Ölçeğindeki Boyutlara İlişkin Cinsiyete Göre t-testi Sonuçları

| Boyut                     | Cinsiyet | N   | \( \bar{x} \) | ss   | t    | df  | p    |
|---------------------------|----------|-----|--------------|------|------|-----|------|
| Fiziksel Adanmışlık       | Kadın    | 126 | 4.43         | .343 | .111 | 201 | .911 |
|                           | Erkek    | 260 | 4.42         | .370 |      |     |      |
| Duygusal Adanmışlık       | Kadın    | 126 | 4.44         | .371 | .339 | 201 | .735 |
|                           | Erkek    | 260 | 4.45         | .389 |      |     |      |
| Bilişsel Adanmışlık       | Kadın    | 126 | 4.44         | .414 | .688 | 384 |      |
|                           | Erkek    | 260 | 4.41         | .362 |      |     |      |

Tablo 6 incelendiğinde araştırmaya katılan çalışanların cinsiyetleriyle işe adanmışlık ölçeğinde yer alan boyutlar arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı görülmektedir.

Tablo 7. Araştırmaya Katılan Çalışanların Mesleki Kıdemleri ile Stratejik İnovasyon Düzeyleri Arasındaki ANOVA Analizleri

| Boyutlar                     | Grup     | N   | \( \bar{x} \) | ss   | F    | p    | Anlamlı Fark |
|------------------------------|----------|-----|--------------|------|------|------|--------------|
| Yenilik Stratejisi          | 1-5      | 18  | 4.543        | .2949| 3.39 | .01  | -            |
|                             | 6-10     | 72  | 4.365        | .4040|      |      | C-D          |
|                             | 11-15    | 89  | 4.498        | .3235|      |      |              |
|                             | 16-20    | 58  | 4.277        | .4636|      |      |              |
|                             | 21 ve üzeri | 149 | 4.438       | .4398|      |      |              |
| Total                       |         | 386 | 4.419       | .4122| 1.49 | .20  | -            |
| Örgüt Yapısı                | 1-5      | 18  | 4.515        | .2863|      |      |              |
|                             | 6-10     | 72  | 4.456        | .4016|      |      |              |
|                             | 11-15    | 89  | 4.486        | .3490|      |      |              |
|                             | 16-20    | 58  | 4.339        | .4656|      |      |              |
|                             | 21 ve üzeri | 149 | 4.4190      | .40768| 1.07 | .36  | -            |
| Total                       |         | 386 | 4.434       | .3996|      |      | -            |
| İnovasyon Kültürü           | 1-5      | 18  | 4.314        | .5597|      |      |              |
|                             | 6-10     | 72  | 4.395        | .4264|      |      |              |
|                             | 11-15    | 89  | 4.471        | .3694|      |      |              |
|                             | 16-20    | 58  | 4.324        | .5852| 1.40 | .23  | -            |
|                             | 21 ve üzeri | 149 | 4.3999      | .4628|      |      | -            |
| Total                       |         | 386 | 4.400       | .4626|      |      | -            |
| Teknoloji Yeteneği          | 1-5      | 18  | 4.213        | .5138|      |      |              |
|                             | 6-10     | 72  | 4.442        | .3638|      |      |              |
|                             | 11-15    | 89  | 4.447        | .3913| .81  | .51  | -            |
|                             | 16-20    | 58  | 4.364        | .5402|      |      |              |
|                             | 21 ve üzeri | 149 | 4.432       | .4409|      |      | -            |
| Total                       |         | 386 | 4.417       | .4379|      |      | -            |
| Müşteri ve Tedarikçilerle    | 1-5      | 18  | 4.266        | .4498|      |      | -            |

A:1-5, B:6-10, C:11-15, D:16-20, E: 21 ve üzeri

Tablo 7 incelendiğinde araştırmamın örneklem grubunun mesleki kıdemleri ile stratejik inovasyon ölçeğinde yer alan öngörü (F=1.491; p>05), inovasyon kültürü (F=1.076; p>05), teknoloji yeteneği (F=1.404; p>05), müşteri ve tedarikçilerle ilişkileri (F=.818; p>05) boyutlarını arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı görülüktedir. Araştırmaya katılanların mesleki kıdemleriyle yenilik stratejisi (F=3.396; p<05) arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Farklılıklar kaynağına bakmak amacıyla yapılan Tukey testi sonuçlarına göre 11-15 yıl kéde sahip olan çalışan ve yöneticiler, 16-20 yıl arası kéde sahip olanlara göre yenilik stratejisinin stratejik inovasyon konusunda önemli olduğunu belirtmektedirler.
Tablo 8. Araştırmaya Katılan Çalışanların Mesleki Kıdemleri ile İşe Adanmışlık Düzeyleri Arasındaki ANOVA Analizleri

| Boyut                | Grup | N   | r   | ss  | F   | p    | Anlamlı Farklılık |
|----------------------|------|-----|-----|-----|-----|------|------------------|
| Fiziksel Adanmışlık  | 1-5  | 18  | 4,38| .302| .587| .67  |                  |
|                      | 6-10 | 72  | 4,44| .335|     |      |                  |
|                      | 11-15| 89  | 4,45| .315|     |      |                  |
|                      | 16-20| 58  | 4,37| .459|     |      |                  |
|                      | 21 ve üzeri | 149 | 4,43| .363|     |      |                  |
|                      | Total| 386 | 4,43| .361| .582| .67  |                  |
| Duygusal Adanmışlık  | 1-5  | 18  | 4,45| .421|     |      |                  |
|                      | 6-10 | 72  | 4,47| .369|     |      |                  |
|                      | 11-15| 89  | 4,47| .337|     |      |                  |
|                      | 16-20| 58  | 4,38| .468|     |      |                  |
|                      | 21 ve üzeri | 149 | 4,45| .375| 2,402| .049|                  |
|                      | Total| 386 | 4,45| .382|     |      |                  |
| Bilişsel Adanmışlık  | 1-5  | 18  | 4,46| .316|     |      |                  |
|                      | 6-10 | 72  | 4,41| .351|     |      |                  |
|                      | 11-15| 89  | 4,47| .334|     |      |                  |

A: 1-5; B: 6-10; C: 11-15; D: 16 ve üzeri

Tablo 8 incelendiğinde araştırma katılan çalışanların mesleki kıdemleri ile işe adanmışlık ölçüçinde yer alan fiziksel adanmışlık (F=0.672; p>05) ve duygusal adanmışlık (F=0.676; p>05) arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı görülmüştür. Araştırmada örneklem grubunun mesleki kıdemleri ile bilişsel adanmışlık boyutu (F=2.402; p<05) arasında anlamlı bir farklığı olduğu görülmüştür. Farklığın kaynağı bulmak amacıyla yapılan Tukey testi sonuçlarına göre 11-15 yıl arasında bu sektörde çalışanlar, 6-10 yıl arası çalışanlara göre çalışanlar göre bilişsel adanmışlığın daha önemlidir olduğunu ifade etmektedir.

Tablo 9. Çalışanların Stratejik İnovasyon ve İşe Adanmışlık Düzeyleri Arasındaki İlişki

| Boyutlar | Yenilik Stratejisi | Örgüt yapısı | İnovasyon Kültürü | Teknoloji Yeteneği | Müşteri ve Tedarikçilere İlişkileri | Fiziksel Adanmışlık | Duygusal Adanmışlık | Bilişsel Adanmışlık |
|----------|---------------------|--------------|-------------------|-------------------|----------------------------------|--------------------|--------------------|---------------------|
|          | 1                   | .635**       | 1                 |                  |                                  |                    |                    | .851**              |
| Yenilik Stratejisi | 1.499**           | .553**       |                  |                   | .502**                          | .514**             | .598**             | .521**              |
| Örgüt yapısı | .497**             | .518**       | .667**            | 1                 |                                  |                    |                    | .492**              |
| İnovasyon Kültürü | .508**             | .514**       | .598**            | .686**            | 1                                |                    |                    | .449**              |
| Teknoloji Yeteneği | .507**             | .521**       | .523**            | .542**            | .515**                          | .578**             | .768**             | .540**              |
| Müşteri ve Tedarikçilere İlişkileri | .502**          | .499**       | .449**            | .466**            | .515**                          | .578**             | .540**             | .520**              |
| Fiziksel Adanmışlık | .507**         | .521**       | .523**            | .542**            | .578**                          | .540**             | .520**             | .520**              |
| Duygusal Adanmışlık | .507**          | .521**       | .523**            | .542**            | .578**                          | .540**             | .520**             | .520**              |

**p<0.01 anlamlılık seviyesinde ilişki anlamlı

Tablo 9 incelendiğinde araştırma katılan çalışanların stratejik inovasyon ile ilgili görüşleri ile işe adanmışlık ile ilgili görüşleri arasında pozitif yönlü yüksek düzeyde bir ilişkinin olduğu görülmüştür. Tabloda göre yenilik stratejisi ve örgüt yapıyor ile bilişsel adanmışlık arasında yüksek düzeyde pozitif yönlü, yenilik stratejisi ve örgüt yapıyor ile fiziksel ve duygusal adanmışlık arasında orta düzeyde pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu görülmüştür. İnovasyon kültürü, teknoloji yeteneği, müşteri ve tedarikçilere ilişkileri ile fiziksel, duygusal ve bilişsel adanmışlık arasında orta düzeyde pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu görülmüştür.
Tablo 10 incelendiğinde yapılan basit doğrusal regresyon analizi sonucunda işe adanmışlıkla stratejik inovasyon arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmüş (R=0.64, R²=0.64), işe adanmışlığın stratejik inovasyona anlamlı bir etkisi olduğu görülmüştür (F(1, 311,365, p=<.05).

4. Sonuç ve Tartışma
Araştırıma katılan çalışanların yenilik stratejisi, örgüt yapısı, teknoloji yeteneği, müşteri ve tedarikçilerle ilişkiler konusunda olumlu düşündükleri görülmektedir. Araştırma katılımcıları stratejik hedeflere ulaşmada, üretim havacinın artırılmasında, idari süreçlerin iyileştirilmesinde, ürün veya hizmet kalitesinin iyileştirilmesinde yenilik stratejilerinin önemli olduğunu vurgulamışlardır. Yenilik stratejilerinin işgörenlerin yeteneklerini, bağlılıklarını, motivasyonlarını artırdığını belirtmektedirler. Araştırıma katılan çalışanların, başarısızlıkların öğrenme fırsatı olarak görüldüğü, teknolojideki yeni gelişimleri izledikleri, resmi iletişimi kolaylaştırmak amacıyla çalışma yapıldığını, ilerleme eylem planlarının olduğu ifade etmektedirler. Ayrıca katılımcıların fiziksel olarak enerji dolu olduklarını, zihinsel olarak kendilerini dayanıklı hissettiklerini, işlerinin kendilerine gurur verdiklerini, çalışırken zamanın nasıl geçtiğini anlayamadıklarını belirtmektedir. Araştırmayı destekleyen bulgulara rastlanmıştır (Cormican ve O’sullgvan, 2004; Çetinkaya ve Gülbahar, 2019; Keupp, Palmie ve Gassman, 2012; Pınar, Kamaşak ve Bulutlar, 2009; Rothwell ve Gardiner, 1989). Bonnici ve Paroutis (2013) çalışmalarında stratejik yönetim süreçlerinin inovasyonu olumlu etkilediğini belirtmişlerdir. Drejer (2006) stratejik yönetim ve inovatif düşünce yapısının işletmelerce uygulanmasının işletmelerin daha iyi yönetilmesi adına önemli olduğunu dile getirmiştir.

Araştırma örneklem grubunun cinsiyetleriyle stratejik inovasyon ve işe adanmışlık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı görülmüştür. Araştırmaya katılanların mesleki kıdemleriyle yenilik stratejisi arasında bir ilişki olduğu görülmüştür. 11-15 yıl kademe sahip olan çalışan ve yöneticiler, 16-20 yıl arası kademe sahip olanlara göre yenilik stratejisinin stratejik hedeflere ulaşmada, idari süreçlerin başarıya ulaşmasına, iş birliğinde, müşteri memnuniyetinde, ürün veya hizmet kalitesinin iyileştirilmesinde önemli olduğunu ifade etmektedirler. Ayrıca katılımcıların fiziksel olarak enerji dolu olduklarını, zihinsel olarak kendilerini dayanıklı hissettiklerini, işlerinin kendilerine gurur verdiklerini, çalışırken zamanın nasıl geçtiğini, yoğun bir şekilde çalıştıklarını, kendilerini işlerine verebil diklerini dile getirmiştir. Diğer bir araştırmada çalışanların stratejik inovasyon ile ilgili görüşleriyle işe adanmışlık ile ilgili görüşleri arasında pozitif yönlü yüksek düzeyde bir ilişki olduğunu stabilmiştir. İşe adanmışlıkla stratejik inovasyon arasında anlamlı bir ilişki olduğu, işe adanmışlığın stratejik inovasyonun anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmüştür. Benzer araştırmalarda; işe adanmış çalışanların örgütün stratejik yenilik performansında pozitif etkiler meydana getirdiği vurgulanmaktadır (Balkı, İlhan ve Özkoç, 2020; Özyılmaz ve Süner, 2015). Başka bir araştırmada çalışanların kurumda teknoloji kullanımlarının, teknolojide yönelik ilgilere ve kendileri için teknoloji algılarının, dijital teknolojiideki yeteneklerinin, eğlence amaçlı ve bilinçli kullanımlarının görev performanslarını etkilediği tespit edilmiştir (Irge ve Şen, 2020).

Örgütlerin stratejik yenilik yönlerini geliştirmesi, aslında günümüz rekabet koşulları göz önüne alındığında olmazsa olmazdır. Çalışmada da işletme paydaşları yenilgin önemli olduğunu vurgulamışlardır. Çünkü
değişimin ve gelişimin hızı işletmelerin durağanlıklarını imkânsız hale getirmiştir. Bu bağlamda stratejik yenilik özelliği taşıyan işletmelerin de rakiplerine oranla daha avantajlı duruma geçeceği aşıktır. Bu yüzden stratejik yenilik rekabet edebilirlikte belirleyici unsur olarak bulunmaktadır. Ayrıca iş görenlerin yenilik yapabilmesi örgüteki kültürünün yeniliğe uygun olmasıyla mümkündür. Yöneticilerin örgüt kültürünün güçünün farkında olması önemlidir (Özkul, Canpolat, Erenler Tekmen ve Bereha, 2020). Örgüt kültürünün stratejik yenilikler nasıl olur, stratejik yeniliklerin ağırlığı, stratejik yenilik yönetimine ilgili araştırma gözetilmiştir (Özkan Canpolat, Erenler Tekmen ve Bereha, 2020).

Stratejik yenilikte önemli rol oynayan süreçler iş görenlerin yenilik yapabilmesi örgüt kültürünün yeniliğe uygun olmasıyla mümkündür. Yöneticilerin örgüt kültürünün gücünün farkında olması önemlidir (Özkan Canpolat, Erenler Tekmen ve Bereha, 2020). Örgüt kültürünün çalışanlarına sağlıklı bir iş ortamı sağlarsa bu örgütte iş adanımlılık söz konusu olabilir. İş adanımlılık örgüt performansına önemli katkılar sunacaktır. Çünkü iş adanımlılık stratejik yenilik yönetiminin iş adanımlılık stratejik yenilik yönetiminin olumlu etkisi sergileyecektir (Yıluzar, 2016).

Bu araştırmada literatürdeki diğer çalışmalarla örtüşmektedir. Araştırmanın bulguları stratejik yenilik yönetiminin iş adanımlılıği ile güçlü bir bağını ortaya koymaktadır. Ayrıca araştırmada stratejik yenilik yönetiminin çalışanlar üzerinde önemli bir etkisinin olduğunu görmektedir. Çalışmanın bulguları stratejik yenilik yöneticilere bir yol haritası sunacaktır. Çünkü iş adanımlılığı örgüt çabalarındakilerin yaygınlaştırılması ve iş adanımlılığının örgüt performansı üzerinde pozitif yönde etkili olduğu tespit edilmiştir. Kalay vd. (2015) araştırmasında inovasyon stratejisi ve örgüt yapısının inovasyon performansı üzerinde pozitif yönde etkili olduğu tespit edilmiştir.
1. Deniz, M. (2011). Kobilerde yenilik, yenilik stratejileri ve bir uygulama. SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi, 11(22), 141-175.

2. Drejer, A. (2006). Strategic innovation: a new perspective on strategic management. Handbook of Business Strategy, 7(1), 143-147.

3. Esen, E. (2011). Çalışanların örgütce bolmasi. Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi, 30(1), 377-390.

4. Gökçe, B. (1988). Toplumsal bilimlerde araştırma. Ankara: Savaş Yayınları.

5. Gray, C. and Allan, J. (2001). Advanced use of ICT and networking: Tomorrow’s signs of entrepreneurship in SMEs”. 31st European Small Business Seminar 2001 2001 An Enterprise Odyssey The Link Between Education, Enterprise and Technology in the New Millennium, September 12-14, Dublin.

6. Güçlü, N. (2003). Stratejik yönetim. Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, 23(2), 61-85.

7. Güleş, H. K. ve Bülbül, H. (2004). Yenilikçilik (2. Baskı). Ankara: Nobel Yayıncılık.

8. Harzer, C. ve Ruch, W. (2014). The role of character strengths for task performance, job dedication, interpersonal facilitation, and organizational support. Human Performance, 27(3), 183-205.

9. İrge, T. N. ve Şen, E. (2020). Çalışanların dijital teknolojiye yönelik tutumlarının ve iç girişimcilik özelliklerinin bireysel iş performanslarına etkisi. İşletme Araştırmaları Dergisi, 12(3), 2556-2579. https://doi.org/10.20491/isarder.2020.993

10. Kahn, W. A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. The Academy of Management Journal, 33(4), 692-724.

11. Kahn, W. A. (1992). To be fully there: Psychological presence at work. Human Relations, 45(4), 321-349.

12. Kendir, H., Arslan, E. ve Özçelik Bozkurt, H. (2018). Devam bağlılığı, presenteeism ve işten ayrılma niyeti arasındaki ilişki: Beş yıldızlı otel işletmelerinde bir araştırma, İşletme Araştırmaları Dergisi, 10(4), 1029—1046. http://dx.doi.org/10.20491/isarder.2018.561

13. Keupp, M. M., Palmié, M. and Gassmann, O. (2011). The strategic management of innovation: A systematic review and paths for future research. International Journal of Management Reviews, 14, 367-390.

14. Kurtpınar M. (2011). Birey-örgüt uyumunun bireysel performans üzerindeki etkisi, Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

15. Lin, N. (1976). Foundations of social research. McGraw-Hill, USA.

16. May D. R., Richard L. Gilson ve Lynn M. Harter, (2004,). The psychological conditions of meaningfulness, safety and availability and the engagement of the human spirit at work, Journal of Occupational and Organizational Psychology, 77(1), 29-30.

17. Mert, G. (2020). Kurumların stratejik yönetim süreçlerinde dijitalleşmenin rolü. International Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences, 6(22), 41-58.

18. Mohammed, W. (2019). Stratejik itici güçlerin örtü performansı ve stratejik yenilik yönetimine etkisi içinde işletme yaşı ve büyüklüğünün düzenleyici rolü: Etiyopyada bir araştırma (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
Örüç, E., Kılıç, R. ve Savaş, A. (2011). KOBİ’lerde inovasyon stratejileri ve inovasyon yapmayı etkileyen faktörler: Bir Uygulama. *Doğu Ünivesitesi Dergisi*, 12(1), 58-73.

Özaydın, G. ve Çelik, Y. (2020). Liderlik tarzları ve görev performansının tarım işletmelerinde yenilik stratejileri üzerine etkisi (Çumra İlçesi Örneği). *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Tarım ve Doğa Dergisi*, 23(1), 181-193.

Özbağ K. G. (2010). *Temel yetenek tabanlı yönetim modelinin yenilik performansına etkileri üzerine bir araştırma* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.

Özkan Canpolat, E., Erenler Tekmen, E. ve Bereha, A. (2020). Örgüt kültürenin motivasyon üzerinde etkisinin doğrusal ve bulanık mantık yöntemleriyle değerlendirilmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12(3), 2246-2259. [http://dx.doi.org/10.20491/isarder.2020.974](http://dx.doi.org/10.20491/isarder.2020.974)

Özkoç, A. G., Kendir, H., Arslan, E. ve Özgün, N. (2019). İşgörenlerin nepotizm ve sinizm algıları arasındaki ilişki: Nevşehir’deki otel işletmelerinde bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 11(4), 2960—2971. [http://dx.doi.org/10.20491/isarder.2019.787](http://dx.doi.org/10.20491/isarder.2019.787)

Özyılmaz A. ve Süner Z. (2015). İşe adanmışlığın işyeri tutumlarına etkisi: Hatay’da 9 işletme yapılan ampirik araştırmanın sonuçları. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi İİBF Dergisi*, 10(3), 143—164.

Pınar, İ., Kamaşak, R. ve Bulutlar, F. (2009). *Strateji geliştirme süreçlerinin yenilikçilik üzerinde etkisi. 21-23 Mayıs 17. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi*, (ss. 399-404). Eskişehir.

Porter, M. E. (1981). The contributions of industrial organization to strategic management. *Academy Of Management Review*, 6(4), 609-620.

Rich BL., Lepine J. A. ve Crawford E. R. (2010). Job Engagement: Antecedents and Effects on Job Performance. *The Academy of Management Journal*, 53(3), 617-635. [https://doi.org/10.5465/amj.2010.51468988](https://doi.org/10.5465/amj.2010.51468988)

Rothwell, R. and Gardiner, P. (1989). The strategic management of re-innovation. *R&D Management*, 19(2), 147-160.

Schaufeli W. B, Salanova, M., Gonzalez-Roma, V. ve Bakker, A. B. (2002). The measurement of engagement and burnout: A two sample confirmatory factor analytic approach. *Journal of Happiness Studies*, 3(1).

Shibu, A. A. ve Uysal, G. (2020). Kobilerde Örgütsel Yenilik ve Örgütsel Yaratıcılık Stratejileri: Dönüşümü Liderlik Etkisi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 41-49.

Şencan, H. (2005). *Sosyal ve davranışsal ölçümlerde güvenilirlik ve geçerlilik*. Ankara: Ocağ Yayınları.

Tecimen, M. (2020). Yöneticiye duygulu güvenin işe adanmışlık ve örgütsel vatandaşlık davranışları üzerindeki etkisi (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırıkkale.

Terlemez A. G. (2012). İşveren markasının, işe adanmışlık ve işten ayrılma niyeti ile ilişkisinde örgütsel çekiciliğin rolü: Türk hava yolları örneği (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Genelkurmay Başkanlığı Harp Akademileri Komutanlığı, Stratejik Araştırmalar Enstitüsü, İstanbul.

Uysal, B., Özelik, G. ve Uyargıl, C. B. (2018). Bireysel iş yapilandırmının sonuçları: Bireysel iş yapilandırmının psikolojik sermaye ve işe adanmışlık üzerindeki etkisinin değerlendirilmesi. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 16(32), 651-666.

Ventura, K. ve Soyuer, H. (2016). İşletmelerde Yenilik Yönetimi ve Araştırma Geliştirme-Pazarlama-Üretim Entegrasyonunda Bilgiye Dayalı Yenilik Yaklaşımı. *Ege Academic Review*, 16, 41-50.

Yıluzar H. (2016). Kısı-Örgüt uyumu ile işe adanmışlık ve örgütsel bağlılık ilişkisi: Sağlık sektöründe bir araştırma (Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Akdeniz Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
**Ek 1 - Stratejik Yenilik Yönetimi Ölçeği**

1. Kesinlikle Katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Orta Düzeyde Katılıyorum, 4: Katılıyorum, 5: Kesinlikle Katılıyorum.

### Yenilik Stratejisi

1. Kuruluşların vizyonu veya misyonu, inovasyona bir referans içerir.  
2. Yenilik stratejisi, organizasyonun stratejik hedeflerine ulaşmasına yardımcı olmuştur.  
3. Üretim hacminizin artması, süreç yeniliğinin önemli bir ölçüsüdür.  
4. İdari süreçlerin iyileştirilmesi, yenilik stratejimizin bir parçası olarak görülüyor.  
5. İç işbirliği, yenilik stratejisinin uygulanmasının önemli bir parçasıdır.  
6. Müşteri memnuniyeti, yenilik stratejimizin bir parçasıdır.  
7. Ürün veya hizmet kalitesinin iyileştirilmesi yenilik stratejisinin ana hedeflerinden biridir.  
8. Yenilik stratejisinin oluşturulması, çalışanların becerilerini arttırmaktadır.  
9. Çalışanların bağlılığını, moralini veya her ikisini de iyileştirmek, yenilik stratejisi izlemenin bir parçasıdır.

### Örgüt Yapısı

10. Yöneticiler, kaynakları çapraz fonksiyonlu ekiplerin kullanımına resmen kaynak ayırıyor.  
11. Çalışanlar resmi olarak yeni teknolojilerdeki gelişmeleri izliyor.  
12. Çalışanlar, başarısızlıklarla öğrenme fırsatı olarak belgeler ve kullanıyor.  
13. Yöneticiler resmi iletişim kolaylaştırmak için sistem sağlar.  
14. İlerleme durumunu izlemek için eylem planları veya zaman çizelgeleri ve prosedürleri kullanılır.  
15. Üst düzey yöneticilerin, tüm çalışanları statik indirimde teşvik ettikleri.  
16. Düştüme yapımız çeşitli bakış açılarını aramayı ve bunlara dahil olmayı kolaylaştırır.

### İnovasyon Kültürü

17. Kültürümüz yaratıcılığa ve inovasyona ilişkin davranışları ödüllendiriyor.  
18. Örgütümüzün kültürümüz resmi olmayan toplantıları ve etkileşimleri teşvik eder.  
19. Kültürümüz çalışanların kendilerine performanslarını izlemeye teşvik eder.  
20. Çalışanlar, yeni şeyler yapmanın yolunu sürekli deneyerek deneyerek risk alırlar.  
21. Kültürümüz, çalışanları bilgiyi paylaşmaya teşvik eder.  
22. Kültürümüz ekip çalışması üzerine uzun vadeli performans odaklıdır.

### Teknoloji Yeteneği

23. Yarışmacılar, kuruluşun sahip olduğu teknolojiyle aynı veya benzer teknolojileri vardır.  
24. Yöneticiler paylaşım teknolojisine kaynakları ayırıyor.  
25. İş büyümesinin bir sürcüsü olarak teknolojinin kullanımını göz önünde bulundurur.  
26. Teknolojik hedefler, yeni fikirlerin değerlendirilmesine rehberlik eder.  
27. Çalışanlar bilgi, yeni fikir ve teknolojileri araştıryor.  
28. Çalışanlar belirli teknolojik amaç veya hedefler doğrultusunda çalışırlar.

### Müşteri ve Tedarikçilerle İlişkileri

29. Rekabet avantajı için işletmenin itibarını önemlidir.  
30. Müşterilerin, kuruluşun sahip olduğu teknolojiyle aynı veya benzer teknolojileri teknoloji vardır.  
31. İşletmenin rekabet avantajı için Müşteri memnuniyeti önemlidir.  
32. Rekabet avantajı için şirketin ürün veya hizmet tedarikleri önemlidir.  
33. Tedarikçilerin, kuruluşun sahip olduğu teknolojiyle aynı veya benzer teknolojilere sahiptir.
### Ek 2 - İşe Adanmışlık Ölçeği

**Fiziksel Adanmışlık**
1. İşteyken enerjile dolup taştığımı hissediyorum.
4. İşimde güçlü ve enerjik hissediyorum.
8. Sabah uyandığında, işe gitme isteği duyuyorum
17. İşimde bir şeyleri iyi gitmediğinde bile, her zaman azimle devam ederim
15. İşimde kendimi zihinsel olarak dayanıklı hissediyorum.
12. Tek bir seferde, uzun zaman dillerimi süresince çalışmayı sürdürürüm.

**Duygusal Adanmışlık**
2. Yaptığım iş anlamlı ve amaçına uygun buluyorum.
5. İş konusunda hevesliyim.
7. İşim bana ilham veriyor.
10. Yaptığım işten gurur duyuyorum.
13. İşim bana ilgi çekici geliyor.

**Bilişsel Adanmışlık**
3. Çalışırken zaman uçup gidiyor.
6. Çalışırken etrafımdaki her şeyi unutuyorum
9. Yoğun bir şekilde çalışırken mutlu hissediyorum.
11. Kendimi işime verdim.
14. Çalışırken kendimi işime kaptıyorım.
16. Kendimi işimden koparıp almam güçtür.

### Ek 3 - Etik Kurul Belgesi

![Etik Kurul Belgesi](image-url)

| Toplantı Tarihi  | 08.10.2020 |
|-----------------|------------|
| Toplantı Soysu  | 03         |
| Başvuru Protokol Numarası | 3020386 |
| Başvuru Tarihi  | 23.09.2020 |
| Proje/Araştırma Başlığı | Sosyal Vantajlı Yönetimin Çalışmaları:index Proje/Araştırmanın Etkisi |
| Proje/Araştırma Yürütülmesi | Öğr. Gör. Dr. Messut KASAP |
| Karar | Bilimsel Araştırma Etik Kurullarına uygundu. |
| Açıklamalar | — |