

İNOVASYON ALGISI VE ÇALIŞMA PERFORMANSI ARASINDAKİ İLİŞKİ: MUĞLA İLİ PERAKENDE SEKTÖR ÇALIŞANLARI ÜZERİNE BİR UYGULAMA

THE RELATIONSHIP BETWEEN INNOVATION PERCEPTION AND EMPLOYEE
PERFORMANCE: AN APPLICATION ON RETAIL SECTOR EMPLOYEES IN MUĞLA
PROVINCE

Erol SOLMAZ

Dr. Öğr. Üyesi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Ula Ali Koçman MYO, serol@mu.edu.tr,
ORCID ID: 0000-0002-9430-4085

Ebru OKÇU

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Öğrencisi,
ebruokcuu@gmail.com, ORCID ID: 0009-0009-6712-3615

Selim ÇIRAK

Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Yüksek Lisans Öğrencisi,
selimcirak05@gmail.com, ORCID ID: 0009-0008-4650-7022

Özet

Bu çalışmanın amacı, perakende sektör çalışanlarında inovasyon algısı ve çalışma performansının demografik özelliklerine göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek ve inovasyon algısı ile çalışma performansı arasındaki ilişkiyi ortaya koymaktır. Bu amaçla demografik sorularla birlikte inovasyon algısı ölçeği ve çalışma performansı ölçeğinden oluşan ve 23 soruyu içeren anket formu hazırlanarak veriler elde edilmiştir. Araştırmanın evreni Muğla ilindeki perakende sektör çalışanları olup örnekleme sektöründe çalışan 200 katılımcıdan oluşmaktadır. Elde edilen verilerle normallik analizi, güvenilirlik analizi, frekans analizi, t-Testi analizi, tek yönlü varyans analizi (Anova) ve korelasyon analizi yapılmıştır. Yapılan analizlerin neticesinde kadın çalışanların erkek çalışanlardan, 18-25 yaş ve 26-35 yaş grubunda olanların daha üst yaş grubunda olanlardan daha yüksek inovasyon algısı puanına sahip olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Ayrıca katılımcıların eğitim düzeyi yükseldikçe inovasyon algısı puanlarının da yükseldiği görülmüştür. Çalışma performansı ölçeği analizinde 36-45 yaş ve 46-55 yaş grubunda olanların puanları, daha alt yaş grubunda olanlardan daha yüksektir. Sektörde 0-5 yıl süreyle çalışanların çalışma performansı puanları daha uzun süredir çalışanlardan daha düşükken yönetici pozisyonunda görev yapan katılımcıların çalışma performansı puanları, diğer departmanlarda çalışanlardan daha yüksektir. Çalışmaya dâhil olan perakende sektör çalışanlarına ait inovasyon algısı ve çalışma performansı arasında ise anlamlı ilişki tespit edilememiştir.

Anahtar Kelimeler: İnovasyon, İnovasyon Algısı, Çalışma Performansı, Perakende Sektörü, Perakende Sektör Çalışanları.

Abstract

The purpose of this study is to determine whether innovation and job performance of employees in the retail sector distinguishes demographic characteristics and demonstrates a relationship between innovation perceptions and work. For this purpose, a 23-question survey form consisting of demographic questions, innovation perception scale and work performance scale was prepared and data were collected. The research population is employed in the retail sector in the province of Mugla. The sample consists of 200 participants working in the sector. Normality analysis, reliability analysis, frequency analysis, t-test analysis, one-way variance analysis (Anova) and correlation analysis were performed with the data obtained. As a result of the analyses, it was concluded that female employees have higher innovation perception scores than male employees, and those in the 18-25 and 26-35 age groups have higher innovation perception scores than those in the higher age groups. Furthermore, it was observed that the higher level of education of participants, the higher the perceived value of innovation. In the work performance scale analysis, the scores of those in the 36-45 and 46-55 age groups are higher than those in the lower age group. While the work performance of those who have worked in the sector for 0 to 5 years is lower than that of those who have worked for longer, the work performance of those who in management position is higher than that of those who work in other

departments. No significant relationship between the perception of innovation and job performance of the retail workers surveyed in the study was found.

Anahtar Kelimeler: Innovation, Innovation Perception, Work Performance, Retail Sector, Retail Sector Employees.

Giriş

Günümüz iş hayatında teknolojinin hızla ilerlemesi ve ürünlerin yaşam döngüsünün giderek kısılması, işletmeleri rekabet avantajı sağlama konusunda daha yaratıcı ve inovatif olmaya zorlamaktadır. İnovasyon, emek faktörünün, bilgi ve altyapı unsurlarının üretilen mal ve hizmetlere yeni bir bakış açısıyla entegre edilmesi durumudur. Bu bağlamda inovasyon, yenilikçiliğe açık, değişim süreçlerine uyum sağlayan ve müteşebbis kavramıyla bütünleşen bir kültürdür (Yılmaz ve İncetaş, 2018: 155). Buna göre inovasyonu bir kültür haline getirmek ve sürekli olarak yeni fikirler üretmek, işletmelerin sürdürülebilir başarıları için kritik bir öneme sahiptir.

Yapılan birçok akademik çalışma, güçlü bir inovasyon kültürüne sahip işletmelerin daha düşük inovasyon kültürüne sahip olanlara göre daha yüksek performans sergilediklerini göstermektedir (Sutando vd., 2021; Tang vd., 2020). İnovasyon kültürü, bir işletmede yer alan kişilerin fikir geliştirmelerine ve yeniliklerin uygulanmasına imkân verilmesi olarak tanımlanabilir. İnovasyon kültürüne sahip işletmeler, çalışanlarını firmalarında ortaya çıkan sorunlara yeni ve yaratıcı çözümler geliştirmeleri için teşvik etmektedirler (Kashan vd., 2021). Buna göre inovasyon odaklı bir kurum kültürünün başarısı, büyük ölçüde çalışanların inovasyona yönelik eğilimlerine bağlıdır. Çalışanların inovasyona yönelik algı ve tutumları ise kurum içindeki yaratıcılık, risk alma, yeni fikirler üretme ve çalışan performansı ile yakından ilişkilidir. Bir işletmede çalışanların performansı, inovasyon algısı ve yeteneklerine bağlı olarak görevleriyle ilgili neleri başarabildiklerinin bir göstergesidir.

Perakende sektör çalışanlarında inovasyon algısı ile çalışma performansı arasındaki ilişkinin Muğla ili özelinde araştırıldığı bu çalışmada giriş bölümünden sonra sırasıyla inovasyon ve inovasyon algısı, çalışma performansı kavramları ve alanyazın çalışmaları ele alınmış, ardından araştırmada kullanılan yöntemler açıklanarak ortaya çıkan bulgular incelenmiş ve değerlendirilmiştir. Sonuç bölümünde ise çalışmada elde edilen bulguların yanı sıra önerilere yer verilmiştir.

2. İnovasyon Kavramı Ve İnovasyon Algısı

İnovasyon terimi, kökü Latince “*innovatus*” sözcüğüne dayanan ve “*yeni ve farklı bir şeyler yapmak*” anlamını taşıyan bir kavramdır (Flynn vd., 2003: 4; Drucker, 1998). Türkçede bu kavramı tam olarak karşılayacak bir kelime bulunmadığı için literatürde sıklıkla “*yenilik*”

veya “yenilikçilik” terimleri kullanılmaktadır. İnovasyon kavramı ilk kez 19. yüzyılda Avusturyalı iktisatçı ve siyaset bilimcisi Joseph Schumpeter (1883-1950) tarafından gündeme getirilmiştir. Schumpeter, inovasyon kavramına ulaşmak için ekonomik büyüme kuramına ilişkin çalışmalarında inovatif girişimciliği anahtar unsur olarak görmüştür. Schumpeter’e göre icatların ve inovasyonların yarattığı dönüşüm kümeler halinde ortaya çıkmakta, yenilikleri takip eden girişimciler ekonomik sistemde kendine yer bulurken değişime ayak uyduramayanlar ise piyasadan silinmektedir. Schumpeter, “*Kapitalizm, Sosyalizm ve Demokrasi*” isimli eserinde bu dinamizmi *yaratıcı yıkım* olarak tanımlamıştır (Schumpeter, 1947). Bu nedenle Schumpeter’e göre kapitalizmi sürekli hareket halinde tutan asıl güç inovasyonlardır (Ünsal, 2007: 72).

Birçok disiplinin çalışma alanına giren inovasyon kavramı, tarihsel süreç içinde farklı bakış açılarıyla farklı biçimlerde tanımlanmıştır. Bunlardan bazıları aşağıda verilmiştir.

- İnovasyon, işletmelere mevcut pazar koşullarında en yüksek net bugünkü değeri temin edecek üretim fonksiyonundaki değişimlerdir (Lange, 1943: 21).
- İnovasyon tüketicinin henüz bilmediği yeni bir hizmet ya da malın üretilmesi, üretimde yeni bir yönteminin kullanılması, yeni bir pazarın açılması, yeni hammadde ve yarı mamul kaynakların temin edilmesi ve yeni bir kurumsal yapının hayata geçirilmesidir (Schumpeter, 1947).
- İnovasyon, benzer hedeflere sahip organizasyonlar arasında biri tarafından ilk ve erken evrede benimsenen ve kullanılan fikirdir (Becker ve Whisler, 1967: 463).
- İnovasyon organizasyonel ortamda yeni düşüncelerin veya faaliyetlerin hayata geçirilmesi, benimsenmesi ve uygulamaya konulması sürecidir (Pierce ve Delbecq, 1977: 27).
- İnovasyon, yeni ürünler, hizmetler ya da süreçlerin başarıyla yaratılması, geliştirilmesi ve tanıtılmasıdır (Udwadia, 1990: 66).
- İnovasyon, bilim ve teknolojinin ekonomik ve toplumsal fayda yaratacak şekilde yenilenmesidir (Yamaç, 2001: 6).
- İnovasyon, fikirle başlayan bir sürecin ürüne dönüşerek piyasaya sürülmesiyle sonuçlandırılmasıdır (Freeman ve Engel, 2007: 94).
- İnovasyon, toplumun yapısı ile kültürel ve idari alanlarında yeni metotların, yeni tekniklerin hayata geçirilmesi olarak tanımlanabilir (Yalçınkaya, 2010: 383).
- İnovasyon işletmelerin pazardaki değişen koşullara, teknolojik ilerlemelere ve rekabet şartlarına uyum sağlayabilmeleri amacıyla ürünlerde, süreçlerde ve sistemlerde yenilikler geliştirme mekanizmasıdır (Kasımoğlu ve Akkaya, 201: 15).

Ekonomik Kalkınma ve İşbirliği Örgütü (OECD), Schumpeter 'in yaklaşımından hareketle ürün, süreç, pazarlama ve organizasyonel inovasyon olmak üzere dört farklı inovasyon ayrımı yapmaktadır (OECD, 2005: 51-55).

İnovasyon algısı, çalışanların yenilikçi fikirleri, ürünleri ve süreçleri nasıl algıladığını, deneyimlerini ve birikimlerini nasıl yorumladığını ifade eder. Bu kavram, çalışanların inovasyon süreçlerini yönetme tarzları ve işletmelerin inovasyon performansları üzerinde önemli bir etkiye sahiptir. İşletmelerin inovasyona olan inancı ve inovasyon konusunda oluşturdukları kültür, çalışanların inovatif düşünme yeteneklerini doğrudan etkilemektedir. Yapılan bilimsel çalışmalar, işletmelerin oluşturduğu organizasyon kültürünün yenilikçi davranış eğilimlerinde belirleyici bir etki gösterdiğini ortaya koymaktadır (Tuan ve Venkatesh, 2010; Hasırcı ve Örücu, 2021).

Çalışanların inovasyona yönelik olumlu algıları, onların yaratıcı düşünme ve yeni fikirler geliştirme isteklerini artırırken olumsuz algılar, yeniliklere karşı direnç oluşturarak çalışma motivasyonlarını düşürebilmektedir. Bu bağlamda işletmelerin çalışanlarının inovasyon algılarını geliştirmek amacıyla gerekli ortamı sağlaması ve desteklemesi, hem bireysel hem de kurumsal düzeyde sürdürülebilir büyüme ve rekabet avantajı sağlamada kritik bir öneme sahiptir.

3. Çalışma Performansı

İşletmelerin yoğunlaşan rekabet koşullarında başarı elde edebilmeleri, bu başarıyı sürdürebilmeleri ve rekabette öne çıkabilmeleri için değişikliklere hızlı yanıt verebilen, esnek ve dinamik bir kurumsal yapı oluşturmaları gerekmektedir. Bu bağlamda işletmeler açısından en değerli üretim faktörünün beşeri sermaye olduğu düşünüldüğünde çalışanların performansı kavramı öne çıkmaktadır.

Kökeni Fransızca “*performance*” kelimesi olan performans ifadesini Türk Dil Kurumu “*Herhangi bir işi gerçekleştiren gösterilen başarı*” olarak tanımlamaktadır. Literatürde yer alan çalışmalara bakıldığında çalışan performansının farklı şekillerde ele alındığı görülmektedir. Rousseau ve McLean (1993) çalışan performansını, çalışanların edinecekleri maddi yararlar karşılık olarak göstermek zorunda oldukları çabalar olarak tanımlamaktadır. Küçük (2005) ise çalışanların performansını bir işin amaçlanan şartlara göre gerçekleştirilme derecesi veya bir çalışanın yöneticisinden aldığı görevi belirli bir süre içinde tamamlayarak ulaştığı sonuçlar olarak ifade etmektedir. Yıldız vd. (2008: 240)’ ne göre çalışan performansı, bir kişinin sahip olduğu kapasitesini belirli bir süre içinde başarıyla görevini yerine getirmek için ne ölçüde kullanabildiğini gösteren bir ölçüttür. Iraz ve Akgün (2011: 247)’ne göre ise hedefe varma konusunda gösterilen bireysel gayret, çalışmanın verimliliği ve etkinlik

seviyesidir. Bütün bu tanımlamalar doğrultusunda çalışma performansını “*Bir çalışanın işyerindeki görevlerini ne kadar etkili ve verimli bir şekilde yerine getirdiğini belirten bir ölçüttür*” şeklinde ifade etmek mümkündür.

İşletmelerin türü, faaliyet gösterdiği sektörler ve büyüklükleri ne olursa olsun en önemli amaçlarından biri çalışanların performanslarını arttırmaktır. Çünkü çalışan performansını artırmak ve yönetmek, işletmelerin başarısı için kritik bir öneme sahiptir. İnsan kaynaklarını etkin bir şekilde kullanabilen işletmeler, pazardaki rekabette avantaj elde ederken uyguladıkları eğitim ve gelişim programlarıyla çalışanların performanslarını yükseltmeyi amaçlamaktadırlar. İşletmeler bu hedefe ulaşmak için çalışanlarına esnek çalışma saatleri ve uzaktan çalışma seçenekleri sunabilir, güçlü bir teknolojik altyapısı oluşturularak çalışanlar arasında etkileşimi artırabilir, çalışanlara eğitim ve gelişim fırsatları sunarak değişen iş ortamına uyum sağlamalarını kolaylaştırabilir, yeni beceriler kazanmalarını teşvik edebilir ve ödüllendirme mekanizmasıyla motivasyonlarını arttırabilir. Ayrıca çalışanlara verilen ücretlerin yeterli seviyede tutulması, kıdem veya terfi sürecinin doğru ve zamanında yapılması, prim sistemleri ve ödül sisteminin eksiksiz ve tarafsız çalışması, samimiyet ve içtenlik gösterilmesi, sosyal hak ve özgürlüklerinin desteklenmesi, çalışan performansını olumlu yönde etkileyen unsurlardır.

4. Alanyazın

Çalışanların inovasyona yönelik algıları ve tutumları ile çalışma performansları, hem işletmelere hem de çalışanların kendilerine önemli kazamlar sağlayacak unsurlardır. Bu kapsamda inovasyon algısı ve çalışma performansı konusunda akademik yazında birçok çalışma mevcuttur.

Taşgit ve Torun (2016) tarafından gerçekleştirilen çalışmada, Düzce ilinde faaliyet gösteren KOBİ yöneticilerinin inovasyon algıları, inovasyon süreçlerini yönetme biçimleri ve işletmelerin inovasyon performansları arasındaki ilişkiler analiz edilmiştir. Yaptıkları çalışma sonucunda dönüştürücü liderlik tarzı üzerinde en yüksek pozitif etkinin kalite artışı algısı, karizmatik ve hizmetkâr liderlik tarzları üzerinde en yüksek pozitif etkinin krizden çıkış algısı, stratejik liderlik tarzı üzerinde ise en yüksek pozitif etkinin rekabet avantajı algısı olduğunu belirlemişlerdir.

Kahyaoğlu (2020) inovasyon yeteneğinin iş performansı üzerine olan etkilerini araştırmış, araştırma evrenini Ankara ilindeki bilişim firmaları olarak seçmiştir. Toplam 183 kişilik örnekleme yürüttüğü çalışmada, çalışanların inovasyon yeteneği algılarının iş performansını olumlu yönde etkilediği sonucuna varmıştır.

Eriş ve Kabalcıoğlu (2019) Şanlıurfa ilindeki hemşireler üzerinde yaptıkları çalışmada hemşirelerin inovatif yaklaşımlarının çalışma performansı üzerine etkisinin olup

olmadığını tespit etmeyi amaçlamışlar, inovasyon değişkenindeki bir birimlik artışın çalışma performansını 0,486 birim artırdığı sonucuna ulaşmışlardır.

Küçükkaptan (2020), KOBİ’lerde inovasyon algısının işletme performansı üzerindeki etkisini incelediği çalışmasında inovasyon algısına ilişkin alt boyutlar olan rekabet avantajı, ek maliyet, köklü değişiklik ve krizden çıkış algılarının KOBİ’lerde hizmet kalitesi üzerinde istatistiksel olarak anlamlı etkiler yarattığı sonucuna ulaşmıştır.

İzmirlioğlu (2024) gerçekleştirdiği çalışmasında, Çanakkale’de turizm sektöründe yönetici pozisyonunda görev yapan çalışanların inovasyon algısı ve pazar rekabetçiliği düzeylerinin işletme ve inovasyon performansı üzerindeki etkilerini araştırmıştır. Toplam 331 kişilik örneklemle yürüttüğü çalışmasında turizm sektörü yöneticilerinin inovasyon algısı ve pazar rekabetçiliği düzeylerinin, hem inovasyon hem de işletme performansı ile istatistiksel olarak anlamlı ve pozitif yönlü ilişkili olduğunu belirlemiştir.

Baldwin ve Johnson (1996) tarafından yürütülen çalışmada, inovatif işletmelerin finans, üretim, pazarlama ve insan kaynakları gibi işlevsel alanlarda inovatif olmayan işletmelere göre daha yüksek düzeyde yeterliliğe sahip oldukları sonucu elde edilmiştir.

Mayer ve Schoorman (1992), çalışan performansını örgütsel bağlılık kapsamında inceledikleri çalışmalarında, çalışan performansının örgütsel bağlılığı güçlü bir biçimde etkilediğini tespit etmişlerdir. Rose vd., (2009) aynı içerikle yaptıkları çalışmalarında örgütsel öğrenme, iş tatmini, örgütsel bağlılık ve iş performansı arasında istatistiksel olarak pozitif yönde anlamlı bir ilişki tespit etmişlerdir.

Gökçen ve Çetin (2022), yenilikçi iş davranışının iş performansı üzerindeki etkisini inceledikleri çalışmalarında Bartın ilindeki kamu ve özel sektör çalışanlarından oluşan 538 örneklemi çalışmalarına dâhil etmişlerdir. Elde ettikleri sonuçlar yenilikçi iş davranışının düşünce üretimi ve uygulama boyutlarının iş performansı üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir etki gösterdiğini ortaya koymaktadır. Buna karşın fikir keşfetme ve fikir geliştirme boyutlarının iş performansı üzerinde anlamlı bir etkisi bulunamamıştır.

Uzuntarla vd. (2016), çalışmalarında sağlık kurumlarında inovasyon kavramını ve inovasyonu etkileyen faktörlerin sağlık çalışanlarının algılarına göre değerlendirilmesini amaçlamışlar, veri toplama aracı olarak *kurumsal yenilik anketi* yöntemini kullanmışlardır. Araştırmacılar SPSS 22.0 istatistik programı ve frekans analizi kullanarak yaptıkları veri analizi sonucunda sağlık sektöründe yenilikçi uygulamaların hayata geçirilmesi ve bunun bir kültür haline getirilmesi gerektiğinin önemini vurgulamışlardır.

5. Araştırmanın Yöntemi

5.1. Araştırmanın Amacı

Günümüz iş dünyasında rekabet her geçen gün daha da yoğunlaşarak ve artarak devam etmektedir. Yaşanan bu gelişmeler, işletmeleri sürdürülebilir bir başarı elde etmek ve pazarda öne çıkmak için sürekli olarak yeni fikirler ortaya çıkarma ve yenilikler yapma arayışına itmektedir. İşletmelerin inovasyona yönelik çalışmalarında ise çalışanların inovasyon algıları ve çalışma performansları kritik öneme sahiptir. Fikirlerin ortaya çıkmasından ticarileşmesine kadar tüm aşamaları içeren inovasyon çalışmaları, sonuçları belirsiz faaliyetlerdir. Bu noktada işletmeleri diğerlerinden ayıran özellik, çalışanların inovasyona yönelik algı ve tutumları ile çalışma performanslarıdır. Buradan hareketle çalışmanın amacı, perakende sektör çalışanlarında inovasyon algısının ve çalışma performansının demografik özelliklere göre farklılaşıp farklılaşmadığını belirlemek ve inovasyon algısı ile çalışma performansı arasındaki ilişkinin yönünü ve düzeyini araştırmaktır.

5.2. Araştırmanın Yöntemi ve Kullanılan Ölçekler

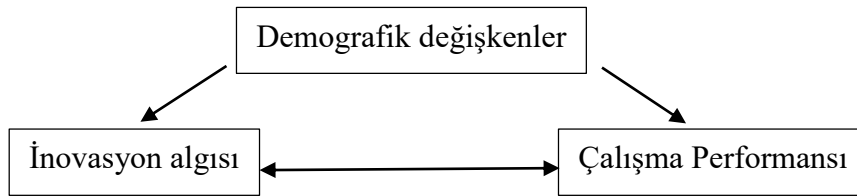
Araştırmada veri toplama aracı olarak anket metodolojisi kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini Muğla ili perakende sektöründe faaliyet gösteren zincir market çalışanları oluşturmaktadır. Çalışmada inovasyon algısı için Taşgit ve Torun (2016), çalışma performansı için ise Erdoğan (2011) tarafından geliştirilmiş ölçekler kullanılmış olup çalışmaya başlamadan önce yazarlardan gerekli izinler alınmıştır. Ayrıca Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi, Sosyal ve Beşeri Bilimler Araştırmaları Etik Kurulu-3'den 05.03.2025 tarihli, 250025 protokol numaralı, 33 nolu karar sayısı ile etik kurul onayı alınmıştır. Uygulanan ankette örneklerin belirlenmesinde zaman ve maliyet sınırlamaları göz önünde bulundurulmuş ve bu doğrultuda örneklem seçimi için kolayda örneklem yöntemi seçilmiştir. Toplam 285 katılımcıya anket formu gönderilmiş, bunlardan 243'ü geri bildirimde bulunmuştur. Yanıtlanan anket formlarından 43 adedi yetersiz ve yanlış veri nedeniyle değerlendirmeye alınmamış, 200 adedi analize dâhil edilmiştir.

Anket formu üç kısımdan meydana gelmektedir. İlk kısımda çalışanların demografik özelliklerini tespit etmeye yönelik altı adet çoktan seçmeli soru yer almaktadır. Çalışanların inovasyon algılarını ölçmeye yönelik ikinci kısımda on, çalışan performansını ölçmeye yönelik üçüncü kısımda ise yedi ifade bulunmaktadır. Çalışanların inovasyon algılarını ve performanslarını ölçmek için beşli likert tip sorular kullanılmıştır. Araştırma kapsamında elde edilen veriler SPSS-22 paket programı kullanılarak analiz edilmiştir.

5.3. Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Araştırmanın modelinde perakende sektör çalışanlarının demografik özellikleri, inovasyon algıları ve çalışma performansları olmak üzere üç ana değişken yer almaktadır. Çalışmada modelinin bu şekilde oluşturulmasında çalışanların demografik özelliklerine göre inovasyon algılarının ve çalışma performanslarının farklılaşabileceği, inovasyon algıları ile çalışma performansları arasında ise bir ilişki olacağı öngörülmüştür. Bu yaklaşımlar çerçevesinde araştırmanın kavramsal modeli Şekil 1’de verilmiş ve aşağıda tanımlanan yedi adet hipotez oluşturulmuştur.

Şekil 1. Araştırmanın Kavramsal Modeli



H1: Perakende sektör çalışanlarının cinsiyetleri ile inovasyon algıları ve çalışma performansları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H2: Perakende sektör çalışanlarının medeni durumları ile inovasyon algıları ve çalışma performansları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H3: Perakende sektör çalışanlarının yaşları ile inovasyon algıları ve çalışma performansları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H4: Perakende sektör çalışanlarının eğitim durumları ile inovasyon algıları ve çalışma performansları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H5: Perakende sektör çalışanlarının çalışma süreleri ile inovasyon algıları ve çalışma performansları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H6: Perakende sektör çalışanlarının çalıştıkları departman ile inovasyon algıları ve çalışma performansları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

H7: Perakende sektör çalışanlarının inovasyon algıları ile çalışma performansları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki vardır.

6. Verilerin Analizi Ve Bulgular

Çalışmada perakende sektöründe çalışanların inovasyon algıları ve çalışma performansları betimsel istatistikler (yüzde, ortalama, standart sapma) kullanılarak belirlenmiştir. İnovasyon algısı ve çalışma performansı ölçeklerinin normal dağılım gösterip

göstermediği Kolmogorov-Smirnov ve Shapiro- Wilk testleri ile incelenmiş olup sonuçlar Tablo 1’de verilmiştir.

Tablo 1. İnovasyon Algısı ve Çalışma Performansı Ölçeklerine Ait Normallik Testi Sonuçları

Ölçek	Kolmogorov-Smirnov			Shapiro-Wilk			Çarpıklık	Basıklık
	Değer	sd	*P	Değer	sd	*P		
İnovasyon algısı	0,062	200	0,061	0,993	200	0,438	0,025	-0,038
Çalışma performansı	0,093	200	0,058	0,956	200	0,052	-0,561	1,057

*P>0,05

Buna göre katılımcılardan elde edilen veriler normal dağılım göstermektedir. Bu doğrultuda iki grup arasındaki karşılaştırmalarda t-Testi, ikiden fazla grup arasındaki karşılaştırmalarda ise Anova testi kullanılmıştır.

Tablo 2 çalışmada kullanılan ölçeklerin güvenilirlik analizi için bulunan Cronbach Alpha katsayılarını vermektedir. Cronbach’s Alpha katsayısının (α) yorumlanmasında ölçüt, α değerinin 0,00-0,39 aralığında olması ölçeğin güvenilir olmadığı, 0,40-0,59 aralığında olması düşük güvenilir düzeyini, 0,60-0,79 aralığında olması oldukça güvenilir olduğunu ve 0,80-1,00 aralığında olması ise yüksek düzeyde güvenilirliği ifade etmektedir (Bryman ve Cramer, 1997: 78). Katılımcıların inovasyon algısına ait Cronbach Alpha katsayısı 0,688 (0,60<0,688<0,80), çalışma performansına ait Cronbach Alpha katsayısı ise 0,750 (0,60<0,750<0,80) olup ölçeklerin oldukça güvenilir olduğu sonucu elde edilmiştir.

Tablo 2. İnovasyon Algısı ve Çalışma Performansına Ait Cronbach Alpha Katsayıları

Ölçekler	Cronbach Alpha, α	Madde Sayısı
İnovasyon Algısı	0,688	10
Çalışma Performansı	0,750	7

6.1. Bulgular

6.1.1. Demografik Değişkenlerin Dağılımı

Katılımcıların demografik değişkenlerinin dağılımı frekans analizi yöntemiyle araştırılmış olup ulaşılan sonuçlar Tablo 3’de verilmiştir. Araştırmaya dahil olan çalışanların %48,5’i erkek, %51,5’i kadın, %52’i evli, %48’i bekâr çalışanlardan oluşmaktadır. Buna göre katılımcılar arasında hem cinsiyet hem de medeni durum değişkenleri arasında yakın bir katılım söz konusudur. Katılımcıların yaş kategorilerine göre dağılımı incelendiğinde %21’inin 18-25 yaş, %54’ünün 26-35 yaş, %21,5’inin 36-45 yaş ve %3,5’inin 46-55 yaş aralığında bulunduğu görülmektedir. İlköğretim mezunlarının toplam katılımcılar içindeki payı %4,0 iken lise mezunu olanlar katılımcıların %50’sini, önlisans-lisans mezunu olanlar %42,5’ini, lisansüstü mezunu olanlar ise %3,5’ini oluşturmaktadır. Çalışmaya dâhil olan perakende sektör

çalışanlarının çalışma süreleri incelendiğinde %54,5'inin 0-5 yıl, %21,5'inin 6-10 yıl, %13,5'inin 11-15 yıl, %8,0'ının 16-20 yıl ve %2,5'inin 21 ve daha fazla yıl çalışanlardan oluştuğu görülmektedir.

Buna göre çalışmaya katılan perakende sektör çalışanlarının dörtte üçünün 18-35 yaş grubunda yer alan genç nesilden oluşması, yaklaşık %90'ının lise ve önlisans-lisans düzeyinde eğitime sahip olması ve %54,5 gibi önemli bir bölümünün 0-5 yıllık çalışma deneyimine sahip olması, sektörün genç nesil istihdamında önemli bir yer aldığını göstermesi açısından dikkat çekicidir. Son olarak katılımcıların çalıştıkları departman değişkenine göre dağılımında %72,5'inin mağaza çalışanı, %13'ünün ofis çalışanı, %7,5'inin depo çalışanı ve %7,0'ının yönetici pozisyonunda olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Tablo 3. Perakende Sektör Çalışanlarının Demografik Bilgilerinin Dağılımı

Demografik Değişkenler		N	%
Cinsiyet	Erkek	97	48,5
	Kadın	103	51,5
	Toplam	200	100,0
Medeni Durum	Evli	104	52,0
	Bekâr	96	48,0
	Toplam	200	100,0
Yaş	18-25	42	21,0
	26-35	108	54,0
	36-45	43	21,5
	46-55	7	3,5
	56+	0	0
	Toplam	200	100,0
Eğitim Durumu	İlköğretim	8	4,0
	Lise	100	50,0
	Önlisans-Lisans	85	42,5
	Lisansüstü	7	3,5
	Toplam	200	100,0
Çalışma Yılı	0-5	109	54,5
	6-10	43	21,5
	11-15	27	13,5
	16-20	16	8,0
	21+	5	2,5
	Toplam	200	100,0
Mağaza Çalışanı		145	72,5

Çalıştığı Departman	Ofis Çalışanı	26	13,0
	Depo	15	7,5
	Yönetim	14	7,0
	Toplam	200	100,0

6.1.2. Demografik Değişkenlere İlişkin Betimleyici İstatistik Bulguları

Perakende sektör çalışanlarının inovasyon algısı ve çalışma performanslarının cinsiyet ve medeni durum faktörlerine bağlı olarak değişkenlik gösterip göstermediği bağımsız t-Testi ile incelenmiş, elde edilen sonuçlar Tablo 4'te verilmiştir. Buna göre kadın çalışanların inovasyon algısı puanlarının erkek çalışanlardan daha yüksek olduğu, inovasyon algısı puanlarının cinsiyet ayrımında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde farklılık gösterdiği ($t=2,367$; $P<0,05$) sonucuna ulaşılmıştır. Cinsiyet değişkeni ile çalışma performansı arasında, medeni durum değişkeni ile hem çalışma performansı, hem de inovasyon algısı arasında anlamlı düzeyde bir ilişki bulunamamıştır.

Tablo 4. Perakende Sektör Çalışanlarında İnovasyon Algısı ve Çalışma Performansı Puanlarının Cinsiyetlerine ve Medeni Durumlarına Göre t-Testi Sonuçları

Ölçekler	Bağımlı Değişken	N	X	Ss	t	df	P
İnovasyon Algısı	Kadın	103	3,759	0,482	2,367	198	0,009*
	Erkek	97	3,578	0,486			
Çalışma Performansı	Kadın	103	3,978	0,451	-1,758	198	0,08
	Erkek	97	4,103	0,548			
İnovasyon Algısı	Evli	104	3,649	0,483	-0,671	198	0,503
	Bekâr	96	3,695	0,502			
Çalışma Performansı	Evli	104	4,081	0,490	1,252	198	0,212
	Bekâr	96	3,992	0,514			

* $P<0,05$

Tablo 5. Perakende Sektör Çalışanlarında İnovasyon Algısı ve Çalışma Performansı Puanlarının Yaş Gruplarına Göre Anova Testi Sonuçları

Ölçekler	Yaş Grubu	N	X	Ss	F	P
İnovasyon Algısı	18-25	42	3,778	0,454	4,142	0,007*
	26-35	108	3,721	0,464		
	36-45	43	3,497	0,476		
	46-55	7	3,328	0,840		
	Toplam	200	3,671	0,491		
Çalışma Performansı	18-25	42	3,933	0,500	7,085	

26-35	108	3,960	0,497	0,000 *
36-45	43	4,260	0,404	
46-55	7	4,528	0,540	
Toplam	200	4,039	0,503	

***P<0,05**

Etkilendikleri çevresel faktörler ve sahip oldukları karakteristik özellikler nedeniyle farklı kuşakların inovasyon kavramına bakış açıları, çalışma yöntemlerinde, motivasyonlarında ve beklentilerinde de farklılıklar olabilmektedir. Buradan hareketle araştırmaya katılan sektör çalışanlarının yaş gruplarına göre inovasyon algıları ve çalışma performansları üzerinde yapılan Anova testi sonuçları Tablo 5’te gösterilmiştir.

Analiz sonuçlarına göre katılımcıların inovasyon algısı ve çalışma performansı puanları, yaş grubu değişkeni ayrımında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark ortaya koymaktadır ($F=4,142$; $P<0,05$, $F=7,085$; $P<0,05$). Farklılığın hangi yaş grupları arasında bulunduğunu belirlemek amacıyla Post-Hoc analizlerinden LSD testi uygulamıştır. İnceleme sonucunda 18-25 ve 26-35 yaş grubundaki çalışanların inovasyon algısı puanlarının daha üst yaş grubundaki katılımcılardan daha yüksek olduğu sonucuna varılmıştır. Yaş gruplarının çalışma performansı puanlarında çıkan fark için yapılan LSD testinde ise 36-45 ve 46-55 yaş gruplarındaki katılımcıların puanlarının, alt yaş gruplarındakilerden daha yüksek olduğu görülmüştür. Elde edilen bu sonuçlar, yüksek teknoloji içinde doğan genç neslin dijital süreçlere hâkim olması nedeniyle inovasyon algılarının daha yüksek olduğu göstermektedir. Çalışma performansı açısından ise bu neslin özgürlüklerine düşkün ve yüksek özgüvenli olmaları, bireysel çalışmayı tercih etmeleri ve örgütsel bağlılıklarının zayıf olması gibi özellikleri nedeniyle inovasyon algısı aksine, çalışma performansını daha üst yaş gruplarına göre olumsuz etkilediği çıkarımı yapılabilir.

Tablo 6. Perakende Sektör Çalışanlarında İnovasyon Algısı ve Çalışma Performansı Puanlarının Eğitim Düzeylerine Göre Anova Testi Sonuçları

Ölçekler	Eğitim Düzeyi	N	X	Ss	F	P
İnovasyon Algısı	İlköğretim	8	3,025	0,345	19,438	0,000 *
	Lise	100	3,528	0,469		
	Önlisans-Lisans	85	3,847	0,409		
	Lisansüstü	7	4,328	0,236		
	Toplam	200	3,671	0,491		
Çalışma Performansı	İlköğretim	8	4,162	0,453	2,158	0,094
	Lise	100	4,017	0,466		

Önlisans-Lisans	85	4,016	0,544
Lisansüstü	7	4,485	0,376
Toplam	200	4,039	0,503

***P<0,05**

Katılımcıların eğitim düzeylerine göre inovasyon algılarının ve çalışma performanslarının Anova analizi sonuçlarının verildiği Tablo 6 incelendiğinde inovasyon algısı ortalama puanlarında eğitim düzeyine göre istatistiksel açıdan anlamlı düzeyde bir farklılık bulunduğu görülmektedir ($F=19,438$; $P<0,05$). Katılımcıların inovasyon algılarına ilişkin puanların farklı eğitim seviyeleri arasında nasıl değiştiğini ortaya koymak amacıyla Post-Hoc testlerinden LSD testi uygulanmış, eğitim düzeyi yükseldikçe katılımcıların inovasyon algısı puan ortalamalarının da anlamlı bir düzeyde fark yaratacak kadar arttığı sonucuna ulaşılmıştır. Eğitim düzeyi değişkeni ile çalışma performansı puan ortalamaları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir fark olmadığı belirlenmiştir.

Tablo 7, çalışmaya dâhil olan katılımcıların çalışma sürelerine göre inovasyon algıları ve çalışma performansları puanlarının Anova testi sonuçlarını vermektedir. Buna göre katılımcıların çalışma süreleri ile inovasyon algısı skorları arasında istatistiksel olarak anlamlı düzeyde bir farklılık gözlenmezken, çalışma performansı puanları ile çalışma süreleri arasında anlamlı bir istatistiksel farklılık tespit edilmiştir ($F=5,436$; $P<0,05$). Anova analizinden elde edilen anlamlı farkın hangi çalışma süresi grupları arasında ortaya çıktığını belirlemek amacıyla Post-Hoc çoklu karşılaştırma yöntemlerinden LSD testi uygulanmıştır. Analiz sonuçları çalışma süresi 0-5 yıl arasında olan katılımcıların çalışma performansı puanlarının daha fazla çalışma süresine sahip olan gruplardan anlamlı derecede daha düşük olduğunu göstermektedir. 6-10 yıl, 11-15 yıl, 16-20 yıl ve 21 ve üzeri yıl çalışma süresine sahip katılımcıların çalışma performansı puanları arasında ise anlamlı bir farklılık bulunmamaktadır.

Tablo 7. Perakende Sektör Çalışanlarında İnovasyon Algısı ve Çalışma Performansı Puanlarının Sektördeki Çalışma Sürelerine Göre Anova Testi Sonuçları

Ölçekler	Çalışma Yılı	N	X	Ss	F	P
İnovasyon Algısı	0-5	109	3,768	0,483	1,812	0,128
	6-10	43	3,637	0,521		
	11-15	27	3,537	0,457		
	16-20	16	3,650	0,444		
	21+	5	3,300	0,600		
	Toplam	200	3,671	0,491		
Çalışma Performansı	0-5	109	3,903	0,477	5,436	0,000*
	6-10	43	4,137	0,563		

11-15	27	4,185	0,398
16-20	16	4,356	0,435
21+	5	4,340	0,304
Toplam	200	4,039	0,503

*P<0,05

Perakende sektör çalışanlarının inovasyon algıları ve çalışma performansı puan ortalamalarının çalıştıkları departmana göre anlamlı bir değişkenlik gösterip göstermediği Anova testi ile araştırılmış, elde edilen sonuçlar Tablo 8’de verilmiştir. Yapılan analiz sonuçları çalışma performansı ortalama puanlarının katılımcıların çalıştıkları departman değişkeninde anlamlı düzeyde farklılaştığını ($F=9,320$; $P<0,05$), inovasyon algısı puan ortalamalarında ise anlamlı düzeyde bir ilişkinin bulunmadığını göstermektedir. Çalışma performansında çalışana departmana göre farkın kaynağını belirlemek için LSD testi uygulanmıştır. Buna göre katılımcıların çalışma performanslarına ait ortalamaların yönetici pozisyonunda çalışanlarda diğer birimlerde çalışanlara kıyasla istatistiksel olarak anlamlı derecede daha yüksek olduğu görülmüştür.

Tablo 8. Perakende Sektör Çalışanlarında İnovasyon Algısı ve Çalışma Performansı Puanlarının Çalışılan Departmana Göre Anova Testi Sonuçları

Ölçekler	Departman	N	X	Ss	F	P
İnovasyon Algısı	Mağaza çalışanı	145	3,682	0,523	0,760	0,518
	Ofis çalışanı	26	3,742	0,325		
	Depo	15	3,533	0,453		
	Yönetim	14	3,578	0,447		
	Toplam	200	3,671	0,491		
Çalışma Performansı	Mağaza çalışanı	145	4,020	0,462	9,320	0,000*
	Ofis çalışanı	26	4,007	0,407		
	Depo	15	3,726	0,723		
	Yönetim	14	4,621	0,364		
	Toplam	200	4,039	0,503		

*P<0,05

6.1.3. Korelasyon Analizi İle İlgili Bulgular

Araştırmada çalışmaya dâhil olan perakende sektör çalışanlarının inovasyon algıları ile çalışma performansları arasındaki ilişkiyi belirlemek için Pearson Korelasyon analizi uygulanmıştır. Pearson Korelasyon Katsayısı (r), -1 ile +1 arasında değerler almaktadır. Katsayı değerinin önünde yer alan artı işareti, iki değişken arasında pozitif korelasyon olduğunu, eksi

işareti ise değişkenler arasında negatif bir korelasyon olduğuna işaret etmektedir (Pallant, 2020: 144).

Tablo 9'dan da izlenebileceği gibi analiz sonucunda katılımcıların inovasyon algıları ile çalışma performansları arasında anlamlı bir ilişki söz konusu değildir ($r = -0,071$; $P > 0,05$). Diğer bir ifadeyle perakende sektör çalışanlarının inovasyon algılarının çalışma performansları, çalışma performanslarının da inovasyon algıları üzerinde herhangi bir etkisi bulunamamıştır.

Tablo 9. Perakende Sektör Çalışanlarının İnovasyon Algılarına ve Çalışma Performanslarına İlişkin Basit Korelasyon Analizi Sonuçları

	Çalışma Performansı
İnovasyon Algısı	
Pearson Korelasyon K. (r)	-0,071
P	0,319
N	200

7. Sonuç Ve Değerlendirme

Günümüzde işletmelerin kalıcı rekabet avantajı sağlamasında ve pazardaki konumlarını korumalarında en temel belirleyici faktör, inovasyona yönelik tutumlarıdır. İnovasyon odaklı bir işletmenin başarısı ise büyük ölçüde çalışanların inovasyon algıları ve çalışma performanslarıyla yakından ilişkilidir. Buradan hareketle perakende sektör çalışanlarının inovasyon algılarını ve çalışma performanslarını demografik özelliklerine göre belirlemek, inovasyon algısı ile çalışma performansı arasındaki ilişkiyi incelemek, çalışmanın temel amacını oluşturmaktadır.

Bu amaç doğrultusunda Muğla ilindeki perakende sektör çalışanlarının demografik özelliklerini, inovasyon algılarını ve çalışma performanslarını belirlemeye yönelik yirmi üç soru yöneltilmiş, çalışmaya dâhil olan iki yüz katılımcıdan alınan veriler SPSS-22 istatistik yazılımı aracılığıyla analiz edilmiştir. Çalışmada bağımsız iki grup arasında farklılık olup olmadığı t-Testi ile incelenmiş, ikiden fazla gruplar arasındaki farklılığın varlığı ise Anova testi ile araştırılmıştır. Gruplar arasındaki farklılığın nereden kaynaklandığını tespit etmek amacıyla Post-Hoc çoklu karşılaştırma yöntemlerinden LSD testi kullanılmıştır.

Çalışmada inovasyon algısı ölçeğinde yapılan t-Testi ve Anova testi sonuçları kadın katılımcıların erkek katılımcılardan, 18-25 yaş ve 26-35 yaş aralığındaki katılımcıların daha üst yaş grubundaki katılımcılardan daha yüksek inovasyon algısı puanına sahip olduğunu göstermektedir. Ayrıca eğitim düzeyi arttıkça inovasyon algısı puanlarının da anlamlı düzeyde yükseldiği sonucu elde edilmiştir. Çalışmaya dahil olan perakende sektör çalışanlarının

inovasyon algısı puanlarında çalışma yılı ve çalışılan departman değişkenine göre ise istatistiksel olarak anlamlı farklılık yaratan bir ilişki bulunamamıştır.

Araştırma kapsamında çalışmaya katılan perakende sektör çalışanlarının çalışma performanslarına ilişkin aldıkları puan ortalamalarının demografik özellikleri değişkeninde farklılıklar gösterip göstermediği de araştırılmıştır. Analiz sonuçlarına göre katılımcıların çalışma performansı puan ortalamaları cinsiyet ayrımında istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık göstermezken 36-45 yaş ve 46-55 yaş grubundaki katılımcıların çalışma performansı ortalama puanları, daha alt yaş grubunda olanlardan anlamlı derecede daha yüksektir. Çalışma sürelerinin çalışma performansı üzerindeki etkilerine bakıldığında çalışma süresi 0-5 olanların çalışma performansı puan ortalamalarının daha fazla süredir çalışanlardan anlamlı derecede daha düşük olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Beş yıldan daha uzun süredir çalışanların çalışma performansı puanları 6-10 yıl, 11-15 yıl, 16-20 yıl ve 21+ yıl çalışma yılı grupları arasında farklılık göstermemektedir. Bununla birlikte yönetici pozisyonunda bulunan katılımcıların çalışma performansı puan ortalamaları ise mağaza, ofis ve depo birimlerinde çalışanlardan anlamlı derecede daha yüksektir. Çalışmaya katılan sektör çalışanlarının çalışma performanslarına ilişkin puanları, eğitim düzeyi değişkeninde istatistiksel açıdan anlamlı bir fark göstermemektedir.

Araştırmaya dâhil olan perakende sektör çalışanlarının inovasyon algıları ile çalışma performansları arasındaki ilişki Pearson Korelasyon Katsayısı ile analiz edilmiştir. Analiz sonucunda katılımcıların inovasyon algıları ve çalışma performansları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Sektörde faaliyet gösteren firmaların artan rekabet koşullarında üstünlük sağlamaları için çalışanların inovasyon yeteneklerini geliştirmeleri, çalışma performanslarını yükseltmeleri gerekmektedir. Buna göre çalışmada elde edilen bulgular doğrultusunda inovasyon algısı puanları görece olarak daha düşük olan erkek çalışanlarla 36 ve yukarı yaşta olan çalışanlara inovasyonun rekabet avantajı sağlamadaki önemi anlatılmalı, inovasyona yönelik eğitimler verilmelidir. Böylece işletmenin inovasyon yeteneği de artırılabilir. Ayrıca firmaların her kademesinde görev yapan çalışanlara sorular sorularak ve formlar doldurtularak onların fikirleri alınmalı, inovasyon faaliyetlerine katılmaları için uygun iletişim kanalları yaratılmalıdır.

Çalışmanın Muğla ili ve perakende sektör çalışanları ile sınırlı tutulmuş olması nedeniyle konunun farklı sektörler üzerinde çalışılması ve daha geniş ölçekte araştırılması, kuşkusuz akademik yazına katkı sağlayacaktır.

Kaynaklar

- Baldwin, J. R. ve Johnson, J. (1996). Business strategies in more-and-less inovative firms in Canada. *Research Policy*, 25(5), 785-804.
- Becker, S. W. ve Whisler, T. L. (1967). The innovative organization: A selective view of current theory and research. *The Journal of Business*, 40(4), 462-469.
- Bryman, A. ve Cramer, D. (1997). *Quantitative data analysis with spss for windows*. NewYork: Routledge.
- Drucker, P. F. (1998). The dicipline of innovation. *Harvard Business Review*, 76(6), 149-157.
- Erdoğan, E. (2011). *Etkili liderlik örgütsel sessizlik ve performans ilişkisi* [Yüksek Lisans Tezi]. Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü.
- Eriş, H. ve Kabalcıoğlu, F. (2019). İnovasyonun çalışma performansı üzerindeki etkisi. *Avrupa Bilim ve Teknoloji Dergisi*, 18, 76-80.
- Flynn, M., Dooley, L., O'Sullivan, D. ve Cormican, K. (2003). Idea management for organizational innovation. *International Journal of Innovation Management*, 7(4), 417-442.
- Freeman, J. ve Engel, J. S. (2007). Models of innovation: Startups and mature corporations. *California Management Review*, 50(1), 94-119.
- Gökçen, M. Y. ve Çetin, S. (2022). Yenilikçi iş davranışının iş performansına etkisi. *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 9(2), 174-188.
- Hasırcı, I. ve Örücü, E. (2021). Örgüt kültürünün inovatif davranış eğilimleri ile ilişkisinde öz yeterlilik algısının aracılık rolü ve bir uygulama. *Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 23(2), 642-661.
- Iraz, R. ve Akgün, Ö. (2011). Örgütsel bağlılığın çalışan performansı üzerine etkilerini ölçmeye yönelik bir çalışma. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler M.Y.O. Dergisi*, 14(1-2), 201-224.
- İzmirlioğlu, H. (2024). *Turizm sektörü yöneticilerinin inovasyon algıları ve pazar rekabetçiliklerinin inovasyon performansı ve işletme performansı üzerindeki etkileri* [Yüksek Lisans Tezi]. Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi.
- Kahyaoğlu, D. Y. (2020). İnovasyon yeteneğinin iş performansı üzerine etkisi: Bilişim sektörü üzerine bir uygulama. *IDEA Studies Journal*, 6(22), 586-595.
- Kashan, A. J., Wiewiora, A. ve Mohannak, K. (2021). Unpacking organisational culture for innovation in Australian mining industry. *Resources Policy*, 73(4), 1-13.
- Kasımoğlu, M. ve Akkaya, F. (2012). *Kamu kurumlarında inovasyonun gelişmesinde etkili olan faktörlerin analizi ve inovatif örgütsel modellerin geliştirilmesi*. Kültür Sanat Basımevi.

- Küçük, A. A. (2005). *Kamuda performans değerlendirme sistemi ve kamu sağlık sektöründe bir araştırma* [Yüksek Lisans Tezi]. İstanbul Üniversitesi.
- Küçükkaptan, (2020). *KOBİ'lerde inovasyon algısının işletme performansına etkisi: Ümraniye İMES OSB örneği* [Doktora Tezi]. İstanbul Gelişim Üniversitesi.
- Lange, O. (1943). A note on innovation. *Review of Economics and Statistics*, 25(1), 19-25.
- Mayer, R. C. ve Schoorman, F. D. (1992). Predicting participation and production outcomes through a two dimensional model of organizational commitment. *Academy of Management Journal*, 35(3), 671-684.
- OECD. (2005). *Oslo manual, guidelines for collecting and interpreting innovation data*. OECD Publishing (Third Edition), Paris.
- Pallant, J. (2020). *Spss kullanma klavuzu-Spss ile adım adım veri analizi* (3. Baskı). (S. Balcı ve B. Ahi, Çev.), Anı Yayıncılık.
- Pierce, J. L. ve Delbecq, A. L. (1997). Organization structure, individual, attitudes and innovation. *Academy of Management*, 2(1), 27-37.
- Rose, R. C., Kumar, N. ve Pak, O. G. (2009). The effect of organizational learning on organizational commitment, job satisfaction and work performance. *Journal of Applied Business Research*, 25(6), 55-66.
- Rousseau, D. M. ve McLean, P. J. (1993). The contract of individual and organizations. *Research in Organizational Behavior*, 15, 1-43.
- Schumpeter, J. A. (1947). *Capitalism, socialism and democracy*. Routledge. (Revised Edition), Harper and Sons.
- Sutando, S., Chiristy, A. Y. ve Sandi, D. K. (2021). Creative university: A definition and activities management based on the completion of key performance indicator (KPI). *Journal of Technology Management & Innovation*, 16(3), 13-20.
- Tang, G., Park, K., Agarwal, A. ve Liv, F. (2020). Impact of innovation culture, organization size and technological capability on the performance of smes: The case of China. *Sustainability*, 12(4), 1-14.
- Taşgıt, Y. E. ve Torun, B. (2016). Yöneticilerin inovasyon algısı, inovasyon sürecini yönetme tarzı ve işletmelerin inovasyon performansı arasındaki ilişkiler: KOBİ'ler üzerinde bir araştırma. *Yönetim Bilimleri Dergisi*, 14(8), 121-156.
- Tuan, L. ve Venkatesh, S. (2010). Organizational culture and technological innovation adoption in private hospitals. *International Business Research*, 3(3), 144-153.
- Udwadia, F. E. (1990). Creativity and innovation in organizations: Two models and managerial implications. *Technological Forecasting and Social Change*, 38(1), 65-80.

- Uzuntarla, Y., Ceyhan, S. ve Fırat, İ. (2016). Sağlık kurumlarında yenilikçilik: Bingöl ili örneği. *Bingöl Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6(11), 189-202.
- Ünsal, E. (2007). *İktisadi büyüme*. İmaj Yayıncılık.
- Yalçınkaya, Y. (2010). Bilginin farkındalık ve farkındalığında organizasyonların gelecek alanı: İnovasyon. *Türk Kütüphaneciliği*, 24(3), 373-403.
- Yamaç, K. (2001). Nedir bu inovasyon? *Üniversite ve Toplum*, 1(3), 6-7.
- Yıldız, O., Dağdeviren, M. ve Çetinyokuş, T. (2008). İşgören performansının değerlendirilmesi için bir karar destek sistemi ve uygulaması. *Gazi Üniversitesi Mühendislik Mimarlık Fakültesi Dergisi*, 23(1), 239-248.
- Yılmaz, Z. ve İncetaş, E. (2018). Türkiye’de inovasyon ve bölgesel kalkınma. *Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, (1), 154-169.