

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  ^a

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

MAKALE BİLGİSİ	ÖZET
Anahtar Kelimeler: Stratejik yenilik yönetimi İnovasyon İşe adanmışlık Marmara Bölgesi Aile şirketleri Gönderilme Tarihi 17 Ekim 2020 Revizyon Tarihi 2 Aralık 2020 Kabul Tarihi 20 Aralık 2020	Amaç – Bu araştırmanın amacı stratejik yenilik yönetiminin işe adanmışlık üzerine etkisini belirlemektir. Yöntem – Araştırmada nicel araştırma modellerinden ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Araştırmanın evrenini Marmara Bölgesindeki aile şirketleri oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklem grubunu ise bu şirketlerdeki çalışanlar 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 – Araştırmaya katılan çalışanların yenilik stratejisi, örgüt yapısı, inovasyon kültürü, teknoloji yeteneği, müşteri ve tedarikçilerle ilişkiler konusunda olumlu düşündükleri görülmektedir. Araştırmaya katılan çalışanlar, başarısızlıkları öğrenme fırsatı olarak gördüklerini, teknolojideki yeni gelişmeleri izlediklerini, resmi iletişimi kolaylaştırmak amacıyla çalışma yapıldığını, ilerleme eylem planlarının olduğunu ifade etmektedirler. Araştırma katılımcıları yöneticilerin teknolojik hedeflerin yeni fikirlerin değerlendirilmesine rehberlik ettiğini, işletmenin itibarının önemli olduğunu, tedarikçilerin ve müşterilerin bu süreçte önemli olduklarını belirtmektedirler. Araştırma örneklem grubunun cinsiyetleriyle, stratejik inovasyon ve işe adanmışlık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı görülmektedir. Araştırmaya katılanların mesleki kıdemleriyle yenilik stratejisi arasında bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Araştırmaya katılan çalışanların stratejik inovasyon ile ilgili görüşleriyle işe adanmışlık ile ilgili görüşleri arasında pozitif yönlü yüksek düzeyde bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Tartışma – İşe adanmışlıkla stratejik inovasyon arasında anlamlı bir ilişki olduğu, işe adanmışlığın stratejik inovasyonun anlamlı bir yordayıcısı olduğu görülmüştür. Araştırmanın bulguları stratejik yenilik yönetiminin işe adanmışlık ile güçlü bir bağının olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca araştırmada stratejik yenilik yönetiminin çalışanlar üzerinde önemli bir etkisinin olduğu görülmüştür.

ARTICLE INFO	ABSTRACT
Keywords: Strategic innovation management Innovation Commitment to business Marmara Region Family companies Received 17 October 2020 Revised 2 December 2020 Accepted 20 December 2020	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 the study on 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 Atf/ 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 pozisyonlarını korumanın ve farklı pazarlardan pay almanın yolu, yeni hizmet/ürün ve stratejik yenilikten geçmektedir. Bu durumda işletmelerin rekabet üstünlüğüne sahip olabildiğini yenilikçi hizmet/ürün ve süreç yönetiminden ve kalite sayesinde artıracığı performansına bağlı hale getirmiştir. Rakiplerine oranla farklı değerler yaratarak stratejik yenilik yönetimi sergileyen işletmeler, daha kârlı faaliyetlerde bulunacaklardır. Rekabetin zorlaşması, teknolojiye ileriye ve kalitenin işletmeler için belirleyici olduğu gerçeğinden hareketle; müşteri beklentilerine karşılık verebilmek için işletmelerin fark yaratması gerekmektedir (Altinkurt, 2007; Aydın ve Bekmezci, 2020; Güçlü, 2003).

Stratejik yenilik örgütler açısından son derece önemli bir olgudur. İşletmenin rekabet ortamında etkili stratejiler uygulayabilmesi için yenilik performansını arttırması 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 yönetiminin, işletmeye değişen koşullara ayak uyduracak rekabet yeteneği ve belirsizlik ortamlarında işletmenin fırsatları yakalaması gibi avantajları söz konusudur (Akgemci, Ögüt ve Ay Tosun, 2000; Atherton ve Hannon 2000; Örucü, Kılıç ve Savaş, 2011).

İşletmeler tarihsel süreçte yeniliklere ayak uydurmak için birçok radikal değişiklik yapmıştır. Rekabet şartlarındaki değişimler, özellikle fark yaratan ürünleri müşteriye sunabilmenin avantaj yarattığını göstermektedir. Yine yenilik stratejilerinin başarısı da vurgulanmaktadır (Deniz, 2011). Stratejik yeniliğin işletme paydaşlarına uzun dönemde rekabet avantajı sağladığı görülmektedir (Güleş ve Bülbül, 2004). Genel olarak yenilik türleri şu şekildedir (Bielinis, 2004: 17; Gray ve Allan, 2001);

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

İşletmeler küreselleşmeyle zorlaşan rekabet ortamına ayak uydurmaya çalışmaktadır. Uluslararası düzeyde rekabet avantajı sağlamak yerel rekabet ortamına oranla daha büyük bir anlam ifade ettiği için bu duruma uygun stratejiler belirlemelidir. Porter (1981) sürdürülebilir rekabet üstünlüğü elde edebilmenin yolunun yenilik yapma, gelişim ve değişim olduğunu ifade etmiştir. Uluslararası anlamda işlerin yapılma şekilleri değişmektedir (Ventura ve Soyuer, 2016). Buna bağlı olarak işletmelerin de değişimlere uygun önlemler alacak stratejik yenilikleri yapması gerekmektedir. Değişimlere direnen ya da değişim yapmakta geciken işletmeler, büyük zararlara uğrayarak kaybolmaya yüz tutmaktadır. Bu yüzden güncel olan ve geçerliliği kabul gören değişimlerin işletmenin menfaatine olacak şekilde örgüte kazandırılması gerekmektedir (Mert, 2020; Özaydın ve Çelik, 2020; Shibu ve Uysal, 2020).

Genel olarak işletmelerin rakiplerinden farklı olduğunu göstermesi ve müşteri memnuniyeti için sürekli yenilik yapmak zorunda olması araştırmaların en önemli vurgu noktasıdır. İşletme yenilik yapıyorsa, olumsuz çevre şartlarından az etkilenecek ve zorlaşan rekabet koşullarında hayatta kalması mümkün olacaktır. Aynı zamanda yenilik performansını arttıran işletmeler, daha iyi ürün/hizmet sunarak amaçlarına ulaşmada avantaj elde edecektir. Örgütlerin rakiplerine üstünlük sağlayacağı nokta, yenilik performansıdır. Örgütlerin yenilik performanslarını arttırmaları için önemli bazı faktörler belirtilmiştir. Bunlar (Kale, 2010):

- ✓ İşletme yapısı
- ✓ Teknik iş gücü
- ✓ İşletme kaynakları
- ✓ İşletmenin çeşitli bağlantıları

İşletmelerde yenilik sadece içsel 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; Özbağ, 2010). Yenilik performansının ortaya konmasında öznel ve nesnel ölçümler söz konusudur. Öznel ölçüme örnek vermek gerekirse, işletme çalışanlarının motivasyonlarını arttıran yönetsel kararlar ve çalışan devir hızı olarak ifade edilebilir. Nesnel ölçüme örnek ise, işletmenin rakip firmalarla karşılaştırıldığındaki durumudur. Yönetici kararları çalışan motivasyonunu arttırmakta, bu da yenilikçi örgüt yapısını oluşturmaktadır. Yöneticilerin yenilikçi örgüt yapısı oluşturması, işe adanmışlıkla yakından ilişkili bir durumdur (Balkı, İlhan ve Özkoç, 2020).

İşletmelerin stratejik yenilikçi özelliklerinin devamı için çalışan motivasyonu ve buna bağlı olarak performansları yüksek olmalıdır. Çünkü iyi bir çalışma ortamı sunan işletmelerde, yüksek verimliliğin olacağı bilinmektedir. Sağlıklı bir çalışma ortamı olduğu zaman çalışanlar işlerine daha bağlı hale gelerek yenilik üretebileceklerdir. İşte burada işe adanmışlık konusu ortaya çıkmaktadır. İşe adanmışlık, özellikle son zamanlarda bütün örgütlerin çalışanlarından beklediği bir olgu olarak bireylerin karşısına çıkmaktadır. İşe adanmışlık, örgüt içerisinde faaliyette bulunan çalışanın psikolojik ve fiziksel olarak işindeki enerjisi olarak tanımlanmaktadır (Rich, Crawford ve Lepine, 2010).

İş ortamı sağlıklı olan işletmelerde, işe adanmışlık söz konusudur. İşe adanmış çalışanlar, işletmedeki diğer çalışanlara oranla daha yüksek verimlilikte çalışmaktadır. Yine işe adanmış çalışanlar, kişisel gelişimine önem verdiği için yenilikleri takip ederek örgütün amaçlarına ulaşmasında fark yaratacak etkiyi sergilemektedirler (Yılızar, 2016). Bundan ötürü işine kendini adanmış bir çalışanın yeniliklere açık hale geleceği ve işletmedeki diğer çalışanlardan daha verimli bir performans göstereceği bilinmektedir.

İşe adanmışlık, bireyin iş ortamında sorumlu olduğu görevleri arzulu bir şekilde kusursuz hedefleyerek yapmasıdır (Harzer ve Ruch, 2014: 187; Uysal, Özçelik ve Uyargil, 2018). İşe adanmış çalışanlar; psikolojik olarak hazır, işletmeye bağlı, verilen bütün görevleri en yüksek verimlilikle yerine getirmeye hevesli ve farklı çözüm yöntemlerine başvuracak tarzda bir davranış sergiler. İşe adanmış çalışanlar; bulunduğu ortama değişiklik katarak, yeniliklerin ortaya çıkmasını sağlarlar (Esen, 2011: 377). Yine işe adanmış bireyler, pozitif duygular içerisinde her şeyin üstesinden geleceğine inanarak hareket ederler (Bostancı ve Ekiyor, 2015: 39; Karataş ve Aktaş, 2019).

İşe adanmışlıkta çalışanlar, kendilerini işleriyle özdeşleştirmek istemektedirler. Yaptıkları işlere kendilerini fiziksel, duygusal ve zihinsel olarak adanmış olmaları gerekmektedir (Kahn, 1990: 693; Tecimen, 2020). İşe adanmışlık üç farklı şekilde belirtilmiştir;

- ✓ Fiziksel Adanmışlık
- ✓ Duygusal Adanmışlık
- ✓ Zihinsel (Bilişsel) Adanmışlık

İşe adanmışlık olgusunun ortaya çıkmasında Kahn (1992) çok büyük katkı sunmuştur. Kahn, işe adanmışlık durumunun işletme içerisinde olabilmesi için üç psikolojik noktanın altını çizmiştir. Bunlar uygunluk, anlamlılık ve güvenlidir. Bu üç psikolojik sürecin olması halinde çalışanların işlerine kendilerini adanmış durumda ortaya çıkmaktadır. Aksi takdirde böyle bir durumun varlığından bahsedilemeyeceğini vurgulamıştır. Özellikle Kahn, çalışanların işlerini anlamlı bulduğu zaman, işletmede kendini güvende hissettiğini de ve iş için yeterli olduğu inancı oluştuğunda işe adanmışlık durumu oluşacağını belirtmiştir (Kahn, 1992: 322). Yapılan araştırma da Kahn'ın önerisi olan bu modellemeyi test edilmiş ve iş görenlerin anlamlılık, güvenlik ve uygunluk durumlarının işe adanmışlık durumlarıyla ilişkisini ortaya konulmuştur (May, Gilson ve Harter, 2004: 29-30). Konuların daha iyi anlaşılması için stratejik yenilik yönetiminin işe adanmışlıkla olan ilişkisi literatür taraması yapılarak anlatılacaktır.

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 olmaktır. İşe kendini fiziksel olarak adayan kişi, örgüt için pozitif etki yaratacak yenilikler ortaya koyabilmektedir. Sonuç olarak kendi geliştirdiği yeniliği uygulayarak işletmenin yenilik yapabilme potansiyeline ciddi katkı sunacaktır (Terlemez, 2012). Zihinsel adanmışlık,

çalışanın yaptığı işin farkında olmasıdır. Zihinsel olarak devamlı hazır halde olunması durumudur. Diğer boyut olan duygusal adanmışlık boyutu ise çalışanların görevlerini yerine getirirken işiyle güçlü bağlar geliştirmesi durumu olarak ifade edilmektedir (Kurtınar, 2011). Hem zihinsel hem de duygusal olarak işine adanmış çalışanlar, işletme için katma değer oluşturacak hizmet ya da ürün geliştirecek yenilikçi fikirler sunabilecektir. Bu durum da işletmenin stratejik yenilik kapasitesine pozitif katkı sunacaktır. Günümüz işletmelerinin başarılı olabilmeleri için kendini işine adanmış çalışanlara ihtiyacı olduğu bilinen bir gerçektir. Çünkü kendini işine adayan çalışan yüksek düzeyde motivasyona sahip olacağı için işletmenin hedeflerine ulaşmasını için ciddi katkılar sunacaktır (Özkoç vd., 2018). Yapılan araştırmalar göstermektedir ki; işe adanmış çalışanlar, örgütün stratejik yenilik performansında pozitif etkiler meydana getirmiştir (Balkı, İlhan ve Özkoç, 2020; Özyılmaz ve Süner, 2015). Araştırmanın amacı doğrultusunda araştırmanın hipotezleri şu şekilde oluşmuştur:

H1: Cinsiyet değişkeni açısından stratejik yenilik yönetiminde farklılaşma vardır

H2: Cinsiyet değişkeni açısından işe adanmışlıkta farklılaşma vardır

H3: Mesleki kıdem değişkeni açısından stratejik yenilik yönetiminde farklılaşma vardır

H4: Mesleki kıdem değişkeni açısından İşe adanmışlıkta farklılaşma vardır.

H5: Stratejik yenilik yönetimi ile işe adanmışlık arasında anlamlı pozitif yönlü bir ilişki vardır.

H6: İşe adanmışlık değişkeninin stratejik inovasyon yönetimi üzerinde anlamlı bir etkisi vardır.

2.Yöntem

2.1.Araştırmanın Modeli

Araştırmada nicel araştırma modellerinden ilişki tarama modeli kullanılmıştır. İlişki tarama modeli birden fazla değişken arasındaki ilişkileri belirlemek amacıyla araştırmacıların kullandığı bir modeldir (Karasar, 2011). Bu araştırmada stratejik yenilik yönetimi ile işe adanmışlık ilişkisi incelenmiştir.

2.2.Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini Güney Marmara Bölgesi'ndeki faaliyet gösteren 198 şirket oluşturmaktadır. Araştırmanın örneklem grubunu ise bu şirketlerden basit seçkisiz yolla seçilen 386 çalışan oluşturmaktadır. Örneklem, evrene çıkarsama yapmaya uygun özelliklere sahip olan bir alt gruptur. Örneklem seçilirken, örneklemin temsil gücüne ve yeterli büyüklükte olmasına dikkat etmek gerekmektedir (Gökçe, 1988; Lin, 1976). Örneklemin temsili olduğundan evrendeki belirli kişileri sistematik olarak dışlamıyor olması gerekmektedir. Araştırmada basit seçkisiz örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Bu yöntemde evreni oluşturan her bireyin örneğe girme şansı eşittir (Arıkan, 2004). Araştırmanın örneklem grubu evreni temsil etmektedir. Araştırmanın örneklem grubunda yer alan bireylere ait cinsiyet ve mesleki kıdem bilgileri aşağıdaki tablolarda verilmiştir.

Tablo 1. Araştırmaya Katılanların Cinsiyetleri ile İlgili Tanımlayıcı İstatistik Analizleri

Cinsiyet	f	%
Kadın	126	32,6
Erkek	260	67,4

Tablo 1 incelendiğinde araştırmaya katılan çalışanların %32,6'sının kadın, %67,4'ünün erkek olduğu görülmektedir.

Tablo 2. Araştırmaya Katılanların Mesleki Kıdemleriyle İlgili Tanımlayıcı İstatistik Analizleri

Mesleki Kıdem	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

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 kıdeme sahip olduğu görülmektedir.

2.3. Veri Toplama Araçları

Araştırmada Schaufeli, Salanova, Gonzalez-Roma ve Bakker (2002) tarafından geliştirilen Tecimen (2020) tarafından Türkçeye çevrilip geçerliliği ve güvenilirliği yapılmış olan 17 maddelik İşe Adanmışlık Ölçeği kullanılmıştır. Ölçeğin yapı geçerliğini belirlemek amacıyla yapılan analizler sonucunda [Kaiser-Meyer-Olkin (KMO=.919), Bartlett testi ($\chi^2=6080.831$; $sd=528$, $p=.000$)] ölçeğin yapı 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 boyuttan oluşmaktadır.

Araştırmada kullanılan ikinci ölçek Mohammed (2019) tarafından geçerlik ve güvenilirlik çalışmaları yapılmış Stratejik İnovasyon Ölçeği'dir. Araştırmacı tarafından faktör analizi sonucunda ölçek beş boyuta ayrılmıştır. Yapılan analizler sonucunda [Kaiser-Meyer-Olkin (KMO=.873), Bartlett testi ($\chi^2=2552.982$; $sd=136$ ($p=.000$)] ölçeğin yapı geçerliğinin uygun olduğu görülmüştür. Ölçek, toplam varyansın 55.30'unu açıklamaktadır. Yapılan analizlerde ölçeğin 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 gerektiği ifade edilmektedir. (Şencan, 2005). Araştırmada elde edilen verilerin analizini tapmak 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.

Tablo 3. Stratejik İnovasyon Ölçeği Boyutlarına Ait Tanımlayıcı İstatistik Analizleri

Ölçek Boyutları	\bar{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 İlişkileri	4,42	,434

Tablo 3 incelendiğinde araştırmaya katılan çalışanlar; kuruluşların vizyonu ve misyonunun inovasyona bir referans içerdiğini, yenilik stratejisinin organizasyonun stratejik hedeflerine ulaşmasına yardımcı olduğunu, üretim hacminin artırılmasının süreç yeniliğinin önemli bir ölçüsü olduğunu, idari süreçlerin iyileştirilmesinin, yenilik stratejilerinin bir parçası olarak görüldüğünü, iç işbirliğinin yenilik stratejisinin uygulanmasında önemli olduğunu, müşteri memnuniyetinin yenilik stratejilerinin bir parçası olduğunu, ürün veya hizmet kalitesinin iyileştirilmesinin yenilik stratejisinin ana hedeflerinden biri olduğunu, yenilik stratejisinin oluşturulmasının, çalışanların becerilerini arttırdığını; çalışanların bağlılığını, moralini veya her ikisini de iyileştirmenin, yenilik stratejisinin bir parçası olduğunu ifade etmektedirler. Araştırmaya katılan çalışanlar, kaynakları çapraz fonksiyonlu ekiplerin kullanımına kaynak ayırdıklarını, çalışanların resmi olarak yeni teknolojilerdeki gelişmeleri izlediklerini, çalışanların başarısızlıkları 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 statükoyu sorgulamaya teşvik ettiğini, düz işletme yapılarının çeşitli bakış açılarını aramayı ve bunlara dahil olmayı kolaylaştırdığını belirtmektedirler. Araştırmaya katılan çalışanlar, örgüt kültürlerinin yaratıcılığı ve inovasyona ilişkin davranışları ödüllendirdiğini, örgütlerinin kültürü resmi olmayan toplantıları ve etkileşimleri teşvik ettiğini; kültürlerinin, çalışanları kendi performanslarını izlemeye teşvik ettiğini, çalışanların yeni şeyler yapma yollarını sürekli deneyerek risk aldıklarını vurgulamışlardır. Ayrıca örgüt kültürlerinin çalışanları bilgiyi paylaşmaya teşvik ettiğini; yine ekip çalışması üzerine uzun vadeli performans odaklı olduklarını dile getirmektedirler. Araştırmaya katılan çalışanlar, rakip işletmelerin, 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 ettiğini, çalışanların bilgi, yeni fikir ve teknolojileri araştırdıklarını, çalışanların belirli teknolojik amaç veya hedefler doğrultusunda çalıştıklarını belirtmektedirler. Rekabet avantajı için işletmenin itibarının önemli olduğunu, kuruluşun sahip olduğu teknolojinin önemini farkında olduğunu, işletmenin rekabet avantajı için müşteri memnuniyetini önemseydiğini, rekabet avantajı için şirketin ürün veya hizmet tedarikinin önemli olduğunu, tedarikçilerin kuruluşun sahip olduğu teknolojiyle aynı veya benzer teknolojilere sahip olduğunu ifade etmektedirler.

Tablo 4. İşe Adanmışlık Ölçeği Boyutlarına Ait Tanımlayıcı İstatistik Analizleri

Ölçek Boyutları	\bar{x}	ss
Fiziksel Adanmışlık	4,43	,361
Duygusal Adanmışlık	4,45	,382
Bilişsel Adanmışlık	4,42	,380

Tablo 4'te görüldüğü üzere araştırmaya katılan çalışanlar işteyken enerjiyle dolup taşıdıklarını, güçlü ve enerjik hissettiklerini, sabah uyandıklarında işe gitme isteği duyduklarını, işlerinde bir şeyler iyi gitmediğinde bile her zaman azimle devam ettiklerini vurgulamışlardır. Ayrıca işlerinde kendilerini zihinsel olarak dayanıklı hissetmekte, tek bir seferde uzun zaman dilimleri süresince çalışmayı sürdürebildiklerini ifade etmektedirler. Katılımcılar yaptıkları işi anlamlı ve amaçlarına uygun bulduklarını, iş konusunda hevesli olduklarını, işlerinin kendilerine ilham verdiklerini, yaptıkları her işle gurur duyduklarını belirtmektedirler. Çalışırken zamanın uçup gittiğini, etraflarındaki her şeyi unuttuklarını, yoğun bir şekilde çalışırken kendilerini mutlu hissettiklerini, kendilerini işe verdiklerini, kendilerini işten koparmanın güç olduğunu dile getirmektedirler.

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

Boyutlar	Cinsiyet	n	\bar{x}	ss	t	df	p
Yenilik Stratejisi	Kadın	126	4,40	,415	.427	384	.670
	Erkek	260	4,42	,411			
Örgüt Yapısı	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 Yeteneği	Kadın	126	4,43	,432	.427	384	.670
	Erkek	260	4,41	,441			
Müşteri ve Tedarikçilerle İlişkileri	Kadın	126	4,41	,421	.266	384	.791
	Erkek	260	4,43	,440			

Tablo 5 incelendiğinde araştırmaya katılan çalışanların cinsiyetleriyle stratejik inovasyon düzeyleri arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı görülmektedir.

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	C-D
	6-10	72	4,365	,4040			
	11-15	89	4,498	,3235			
	16-20	58	4,277	,4636			
	21 ve üzeri	149	4,438	,4398			
	Total	386	4,419	,4122			
Örgüt Yapısı	1-5	18	4,515	,2863	1,07	,36	
	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			
	Total	386	4,434	,3996			
İnovasyon Kültürü	1-5	18	4,314	,5597	1,40	,23	
	6-10	72	4,395	,4264			
	11-15	89	4,471	,3694			
	16-20	58	4,324	,5852			
	21 ve üzeri	149	4,399	,4628			
	Total	386	4,400	,4626			
Teknoloji Yeteneği	1-5	18	4,213	,5138	,81	,51	
	6-10	72	4,442	,3638			
	11-15	89	4,447	,3913			
	16-20	58	4,364	,5402			
	21 ve üzeri	149	4,432	,4409			
	Total	386	4,417	,4379			
Müşteri ve Tedarikçilerle İlişkileri	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 araştırmanın örneklem grubunun mesleki kıdemleri ile stratejik inovasyon ölçeğinde yer alan örgüt yapısı ($F=1.491$; $p>05$), inovasyon kültürü ($F=1.076$; $p>05$), teknoloji yeteneği ($F=1.404$; $p>05$), müşteri ve tedarikçilerle ilişkileri ($F=.818$; $p>05$) boyutları arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı görülmektedir. Araştırmaya katılanların mesleki kıdemleriyle yenilik stratejisi ($F=3.396$; $p<05$) arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Farklılığın kaynağını bulmak amacıyla yapılan Tukey testi sonuçlarına göre 11-15 yıl kıdeme sahip olan çalışan ve yöneticiler, 16-20 yıl arası kıdeme 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	\bar{x}	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
Duygusal Adanmışlık	1-5	18	4,45	,421	2,402	,049	
	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			
	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 araştırmaya katılan çalışanların mesleki kıdemleri ile işe adanmışlık ölçeğinde yer alan fiziksel adanmışlık (F=0.672; p>05) ve duygusal adanmışlık (F=0.676; p>05) arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı görülmektedir. Araştırma örneklem grubunun mesleki kıdemleri ile bilişsel adanmışlık boyutu (F=2.402; p<.05) arasında anlamlı bir farklılığın olduğu görülmektedir. Farklılığın kaynağını 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 önemli olduğunu ifade etmektedirler.

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

Boyutlar	Yenilik Stratejisi	Örgüt Yapısı	İnovasyon Kültürü	Teknoloji Yeteneği	Müşteri ve Tedarikçilerle İlişkileri	Fiziksel Adanmışlık	Duygusal Adanmışlık	Bilişsel Adanmışlık
Yenilik Stratejisi	1							
Örgüt Yapısı	,635**	1						
İnovasyon Kültürü	,499**	,553**	1					
Teknoloji Yeteneği	,497**	,518**	,667**	1				
Müşteri ve Tedarikçilerle İlişkileri	,508**	,514**	,598**	,686**	1			
Fiziksel Adanmışlık	,502**	,492**	,449**	,466**	,515**	1		
Duygusal Adanmışlık	,507**	,521**	,523**	,542**	,578**	,768**	1	
Bilişsel Adanmışlık	,851**	,868**	,592**	,535**	,540**	,514**	,520**	1

**p<0.01 anlamlılık seviyesinde ilişki anlamlı

Tablo 9 incelendiğinde araştırmaya katılan çalışanların stratejik inovasyon ile ilgili görüşleriyle işe adanmışlık ile ilgili görüşleri arasında pozitif yönlü yüksek düzeyde bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Tabloya göre yenilik stratejisi ve örgüt yapısı ile bilişsel adanmışlık arasında yüksek düzeyde pozitif yönlü, yenilik strateji ve örgüt yapısı ile fiziksel ve duygusal adanmışlık arasında orta düzeyde pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu görülmektedir. İnovasyon kültürü, teknoloji yeteneği, müşteri ve tedarikçilerle ilişkileri ile fiziksel, duygusal ve bilişsel adanmışlık arasında orta düzeyde pozitif yönlü bir ilişkinin olduğu görülmektedir.

Tablo 10. Stratejik İnovasyonun İşe Adanmışlık Düzeyine göre Yordanmasına İlişkin Regresyon Analizi

	Değişken	B	Std. Hata	Beta	t	Sig.
1	Sabit	1,391	,172		8,079	,000
	İşeAdanmışlık	,682	,039	,669	17,646	,000
a. Bağımlı Değişken: Stratejik İnovasyon						
b. R=0.64, R ² =0.64						
c. F _(1, 384) =311,365 p=.0000						

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, 384)=311,365, p<.05).

4. Sonuç ve Tartışma

Araştırmaya katılan çalışanların yenilik stratejisi, örgüt yapısı, inovasyon kültürü, teknoloji yeteneği, müşteri ve tedarikçilerle ilişkiler konusunda olumlu düşündükleri görülmektedir. Araştırma katılımcıları stratejik hedeflere ulaşmada, üretim hacminin artırılmasında, idari süreçlerin iyileştirilmesinde, ürün veya hizmet kalitesinin iyileştirilmesinde yenilik stratejilerinin önemli olduğunu vurgulamışlardır. Yenilik stratejilerinin işgörenlerin yeteneklerini, bağlılıklarını, motivasyonlarını artırdığını belirtmektedirler. Araştırmaya katılan çalışanların, başarısızlıkları öğrenme fırsatı olarak gördüklerini, teknolojideki yeni gelişmeleri izlediklerini, resmi iletişimi kolaylaştırmak amacıyla çalışma yapıldığını, ilerleme eylem planlarının olduğunu ifade etmektedirler. Ayrıca katılımcıların yaratıcılığa ve inovasyona ilişkin davranışlara olumlu yaklaşıldığını, çalışanların kendi performanslarını izlediğini, resmi olmayan toplantıların teşvik edildiğini, bilginin paylaşıldığını, ekip çalışmasının önemini vurgulandığını dile getirmektedirler. Araştırma katılımcıları, yöneticilerin teknolojik hedeflerin yeni fikirlerin değerlendirilmesine rehberlik ettiğini, işletmenin itibarının önemli olduğunu, tedarikçilerin ve müşterilerin bu süreçte önemli olduklarını belirtmektedirler. Ayrıca katılımcılar fiziksel olarak enerji dolu olduklarını, zihinsel olarak kendilerini dayanıklı hissettiklerini, işlerinin kendilerine gurur verdiklerini, çalışırken zamanın nasıl geçtiğini anlayamadıklarını belirtmektedirler. Stratejik yenilik yönetimiyle ilgili alanyazında araştırmalarda bu 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 yönetimin ve inovatif düşünce yapısının işletmelerce uygulanmasının işletmelerin daha iyi yönetilebilmesi adına önemli olduğunu dile getirmiştir.

Araştırma örneklem grubunun cinsiyetleriyle stratejik inovasyon ve işe adanmışlık düzeyleri arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı görülmektedir. Araştırmaya katılanlarınların mesleki kıdemleriyle yenilik stratejisi arasında bir ilişkinin olduğu görülmektedir. 11-15 yıl kıdeme sahip olan çalışan ve yöneticiler, 16-20 yıl arası kıdeme sahip olanlara göre yenilik stratejisinin stratejik hedeflere ulaşmada, idari süreçlerin başarıya ulaşmasında, iç işbirliğinde, müşteri memnuniyetinde, ürün veya hizmet kalitesinin iyileştirilmesinde önemli olduğunu ifade etmektedirler. Araştırmanın katılımcılarının mesleki kıdemleri ile bilişsel adanmışlık boyutu arasında bir farklılığın olduğu görülmektedir. 11-15 yıl arasında bu sektörde çalışanlar, 6-10 arası çalışanlara göre çalışırken zamanın hızlı geçtiğini, yoğun bir şekilde çalışırken kendilerini mutlu hissettiklerini, kendilerini işlerine verebildiklerini dile getirmektedirler. Araştırmaya katılan çalışanların stratejik inovasyon ile ilgili görüşleriyle işe adanmışlık ile ilgili görüşleri arasında pozitif yönlü yüksek düzeyde bir ilişkinin olduğu görülmektedir. 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, teknolojiye yönelik ilgilerinin ve kendileri için teknoloji algılarının, dijital teknolojideki yetkinliklerinin, eğlence amaçlı ve bilinçli kullanımlarının görev performanslarını etkilediği tespit edilmiştir (İrge ve Şen, 2020).

Örgütlerin stratejik yenilik yönlerini geliştirmesi, aslında günümüz rekabet koşulları göz önüne alındığında olmazsa olmazdır. Çalışmada da işletme paydaşları yeniliğin 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 aşikardır. Bu yüzden stratejik yenilik rekabet edebilirlikte belirleyici unsur olarak bulunmaktadır. Ayrıca 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 kültürü çalışanlarına sağlıklı bir iş ortamı sağlarsa bu örgütte işe adanmışlık söz konusu olabilir. İşe adanmışlık örgüt performansına önemli katkılar sunacaktır. Çünkü işe adanmış çalışanlar işletmedeki diğer çalışanlara oranla daha yüksek verimlilikte çalışmaktadır. Yine işe adanmış çalışan kişisel gelişimine önem verdiği için yenilikleri takip ederek örgütün amaçlarına ulaşmasında fark yaratacak etkiyi sergileyeceklerdir (Yılmaz, 2016). Bundan ötürü işine kendini adanmış bir çalışanın yeniliklere açık hale geleceği ve işletmedeki diğer çalışanlardan daha verimli bir performans göstereceği bilinmektedir. Özyılmaz ve Süner (2015) işe adanmışlığın, çalışanın iş tatmini ve örgütsel bağlılığı üzerinde pozitif ve anlamlı bir ilişkisi olduğu tespit edilmiştir. Kalay vd. (2015) araştırmasında inovasyon stratejisi ve örgüt yapısının inovasyon performansı üzerinde pozitif yönde etkili olduğu tespit edilmiştir.

Bu çalışmada literatürdeki diğer çalışmalarla örtüşmektedir. Araştırmanın bulguları stratejik yenilik yönetiminin işe adanmışlık ile güçlü bir bağının olduğunu ortaya koymaktadır. Ayrıca çalışmada stratejik yenilik yönetiminin çalışanlar üzerinde önemli bir etkisinin olduğu görülmüştür. Çalışmanın bulguları yöneticilere bir yol haritası sunmaktadır. Çünkü yeniliğe önem vermenin ne derece kıymetli olduğu çalışma sayesinde yöneticilere bildirilmektedir. Alan yazında iki konu başlığının birlikte ele alındığı bilimsel yayın sınırlı olduğu için bu eksikliğin doldurulacağı düşünülmektedir.

Kaynakça

- Akgemci, T., Ögüt, A. ve Ay Tosun, M. (2005). Küresel rekabetin sunduğu fırsatlar ve tehditler bağlamında kobilerde stratejik yenilik yönetimi swot analizine dayalı kuramsal bir değerlendirme. *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 5(10), 139-156.
- Altinkurt, Y. (2007). *Eğitim örgütlerinde stratejik liderlik ve okul müdürlerinin stratejik liderlik uygulamaları* (Yayınlanmamış Doktora Tezi). Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.
- Arıkan, R. (2004). *Araştırma teknikleri ve rapor hazırlama*. Ankara: Asil Yayıncılık.
- Atherton, A. ve Hannon, P. D. (2000). Innovation processes and the small business: a conceptual analysis. *International Journal of Business Performance Management*, 2(4), 276-292.
- Aydın, A. Ö. ve Bekmezci, M. (2020). Stratejik yönetim anlayışında yenilik ve yenilik yönetiminin örgütler için rekabet üstünlüğü sağlamadaki etkisine yönelik değerlendirme. *Türkiye Mesleki ve Sosyal Bilimler Dergisi*, (3), 86-106.
- Balkı, S., İlhan, İ. ve Özkoç, A. G. (2020). Mutfak çalışanlarında algılanan dışsal prestij ve işe adanmışlığının yenilik performansına etkisi: Nevşehir ilinde bir uygulama. *Ömer Halisdemir Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 13(3), 401-412.
- Bielinis, S. (2004). Innovative centres and SME's as vehicles in regional development. *Review of Studies, Seagull Report 4*.
- Bonnici, T. S. ve Paroutis, S. (2013). Developing a dominant logic of strategic innovation. *Management Research Review*, 36(10), 924-938.
- Bostancı, H. ve Ekiyor, A. (2015). Çalışanların işe adanmasının örgüt içi girişimciliğe etkisinin incelenmesi: Sağlık sektöründe bir uygulama. *Uluslararası Sağlık Yönetimi ve Stratejileri Araştırma Dergisi*, 1(1), 37-51.
- Cormican, K. ve O'sullgvan, D. (2004). Auditing best practice for effective product innovation management. *Technovation*, 24(10), 819-829.
- Çetinkaya, F. F. ve Gülbahar, O. (2019). Stratejik yönetim ve inovasyon ilişkisi: KOBİ'ler üzerine bir araştırma. *Ahi Evran Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 5(2), 349-367.

- Deniz, M. (2011). Kobilerde yenilik, yenilik stratejileri ve bir uygulama. *SÜ İİBF Sosyal ve Ekonomik Araştırmalar Dergisi*, 11(22), 141-175.
- Drejer, A. (2006). Strategic innovation: a new perspective on strategic management. *Handbook of Business Strategy*, 7(1), 143-147.
- Esen, E. 2011. Çalışanların örgüte cezbolması. *Marmara Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 30(1), 377-390.
- Gökçe, B. (1988). *Toplumsal bilimlerde araştırma*. Ankara: Savaş Yayınları.
- 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.
- Güçlü, N. (2003). Stratejik yönetim. *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 23(2), 61-85.
- Güleş, H. K. ve Bülbül, H. (2004), *Yenilikçilik* (2. Baskı). Ankara: Nobel Yayıncılık.
- 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.
- 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>
- Kahn, W. A. (1990). Psychological conditions of personal engagement and disengagement at work. *The Academy of Management Journal*, 33(4), 692-724.
- Kahn, W. A. (1992). To be fully there: Psychological presence at work. *Human Relations*, 45(4), 321-349.
- Kalay, F., Tuncer, C. O., Kızıldere, C. ve Arslan Kalay, H. (2015). Stratejik inovasyon yönetimi uygulamalarının firma inovasyon performansı üzerindeki etkileri. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, X(II), 67-77.
- Kale E. (2010). *Konaklama işletmelerinde örgüt içi faktörlerin yenilik ve yaratıcılık performansına etkileri* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Erciyes Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kayseri.
- Karasar, N. (2011). *Bilimsel araştırma yöntemleri*. Ankara: Nobel Yayıncılık.
- Karataş, M. T. ve Aktaş, H. (2019). *İşe adanmışlık, iş becerikliliği ve iş gören performansı etkileşimi: Havacılık sektöründe bir araştırma* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Bahçeşehir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul
- 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>
- 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.
- Kurtpınar M. (2011). *Birey-örgüt uyumunun bireysel performans üzerindeki etkisinde kişilik özellikleri ve işe adanmışlığın rolü* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Genelkurmay Başkanlığı, Harp Akademileri Komutanlığı, Stratejik Araştırmalar Enstitüsü, İstanbul.
- Lin, N. (1976). *Foundations of social research*. McGraw-Hill, USA.
- 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.
- Mert, G. (2020). Kurumların stratejik yönetim süreçlerinde dijitalleşmenin rolü. *International Journal of Social, Humanities and Administrative Sciences*, 6(22). 41-58.
- Mohammed, W. (2019). *Stratejik itici güçlerin örgüt performansı ve stratejik yenilik yönetimine etkisinde işletme yaşı ve büyüklüğünün düzenleyici rolü: Etiyopya'da bir araştırma* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

- Örücü, E., Kılıç, R. ve Savaş, A. (2011). KOBİ'lerde inovasyon stratejileri ve inovasyon yapmayı etkileyen faktörler: Bir Uygulama. *Doğuş Üniversitesi 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* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kocaeli.
- Özkan Canpolat, E., Erenler Tekmen, E. ve Bereha, A. (2020). Örgüt kültürünün motivasyon üzerindeki etkisinin doğrusal ve bulanık mantık yöntemleriyle değerlendirilmesi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 12(3), 2246-2259. <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>
- Özyılmaz A. ve Süner Z. (2015). İşe adanmışlığın işyeri tutumlarına etkisi: Hatay'daki 9 işletmede 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>
- 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: Dönüşümcü Liderlik Etkisi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi*, 7(2), 41-49.
- Şencan, H. (2005). *Sosyal ve davranışsal ölçümlerde güvenilirlik ve geçerlilik*. Ankara: Ocak Yayınları.
- Tecimen, M. (2020). *Yöneticiye duyulan güvenin işe adanmışlık ve örgütsel vatandaşlık davranışı üzerindeki etkisi* (Yayımlanmamış Doktora Tezi). Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırıkkale.
- Terlemeç A. G. (2012). *İşveren markasının, işe adanmışlık ve işten ayrılma niyeti ile ilişkisinde örgütsel çekiciliğin rolü: Türk hava yolları örneği* (Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi). Genelkurmay Başkanlığı Harp Akademileri Komutanlığı, Stratejik Araştırmalar Enstitüsü. İstanbul.
- Uysal, B., Özçelik, G. ve Uyargil, C. B. (2018). Bireysel iş yapılandırmanın sonuçları: Bireysel iş yapılandırmanın 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.
- Yılmaz H. (2016). *Kişî-Örgüt uyumu ile işe adanmışlık ve örgütsel bağlılık ilişkisi: Sağlık sektöründe bir araştırma* (Yayımlanmamış 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	2	3	4	5
1. Kuruluşların vizyonu veya misyonu, inovasyona bir referans içerir.					
2. Yenilik stratejisi, organizasyonun stratejik hedeflerine ulaşmasına yardımcı olmuştur.					
3. Üretim hacmimizin artırılması, 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 artırır.					
9. Çalışanların bağlılığını, moralini veya her ikisini de iyileştirmek, yenilik stratejisi izlememizin bir parçasıdır.					
Örgüt Yapısı	1	2	3	4	5
10. Yöneticiler, kaynakları çapraz fonksiyonlu ekiplerin kullanımına resmen kaynak ayırıyor					
11. Çalışanlar resmi olarak yeni teknolojilerdeki gelişmeleri izliyor.					
12. Çalışanlar, başarısızlıkları öğrenme fırsatı olarak belgeliyor 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 yönetici, tüm çalışanları statükoyu sorgulamaya teşvik eder.					
16. Düz işletme yapımız çeşitli bakış açılarını aramayı ve bunlara dahil olmayı kolaylaştırır.					
İnovasyon Kültürü	1	2	3	4	5
17. Kültürümüz yaratıcılığa ve inovasyona ilişkin davranışları ödüllendiriyor.					
18. Örgütümüzün kültürü resmi olmayan toplantıları ve etkileşimleri teşvik eder.					
19. Kültürümüz çalışanları kendi performansların izlemeye teşvik eder.					
20. Çalışanlar, yeni şeyler yapmanın yollarını sürekli deneyerek risk alırlar.					
21. Kültürümüz, çalışanları bilgiyi paylaşmaya teşvik eder.					
22. Kültürümüz ekip çalışması üzerine uzun vadeli performans odaklıdır.					
Teknoloji Yeteneği	1	2	3	4	5
23. Yarışmacılar, kuruluşun sahip olduğu teknolojiyle aynı veya benzer teknolojileri vardır.					
24. Yöneticiler paylaşım teknolojisine kaynakları ayırıyor.					
25. İş büyümesinin bir sürücüsü olarak teknolojinin kullanımını göz önünde bulundurur.					
26. Teknolojik hedefler, yeni fikirlerin değerlendirilmesine rehberlik eder.					
27. Çalışanlar bilgi, yeni fikir ve teknolojileri araştırıyor.					
28. Çalışanlar belirli teknolojik amaç veya hedefler doğrultusunda çalışırlar.					
Müşteri ve Tedarikçilerle İlişkileri					
29. Rekabet avantajı için işletmenin itibarı önemlidir.					
30. Müşterilerin, kuruluşun sahip olduğu teknolojiyle aynı veya benzerleri teknoloji vardır.					
31. İşletmenin rekabet avantajı için Müşteri memnuniyeti önemlidir.					
32. Rekabet avantajı için şirketin ürün veya hizmet tedariki önemlidir.					
33. Tedarikçilerin, kuruluşun sahip olduğu teknolojiyle aynı veya benzer teknolojilere sahiptir.					

Ek 2 - İşe Adanmışlık Ölçeği

Fiziksel Adanmışlık	1. İşteyken enerjiyle dolup taşıdığımı hissediyorum.					
	4. İşimde güçlü ve enerjik hissediyorum.					
	8. Sabah uyandığımdaya, işe gitme isteği duyuyorum					
	17. İşimde bir şeyler iyi gitmediğinde bile, her zaman azimle devam ederim					
	15. İşimde kendimi zihinsel olarak dayanıklı hissediyorum.					
	12. Tek bir seferde, uzun zaman dilimleri süresince çalışmayı sürdürebilirim.					
Duygusal Adanmışlık	2. Yaptığım işi anlamlı ve amacıma uygun buluyorum.					
	5. İşim 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 kaptırıyorum.					
	16. Kendimi işimden koparıp almam güçtür.					

Ek 3 - Etik Kurul Belgesi

 <p>T.C. ÇANAKKALE ONSEKİZ MART ÜNİVERSİTESİ BİLİMSEL ARAŞTIRMA ETİK KURULU PROJE/ARAŞTIRMA DEĞERLENDİRME SONUÇ RAPORU</p>	
Toplantı Tarihi	08.10.2020
Toplantı Sayısı	03
Başvuru Protokol Numarası	2020/86
Başvuru Tarihi	23.09.2020
Proje/Araştırma Başlığı	Stratejik Yenilik Yönetiminin Çalışanların İşe Adanmışlığına Etkisi
Proje/Araştırma Yürütücüsü	Öğr. Gör. Dr. Mesut KASAP
Karar	Bilimsel Araştırma Etik Kurallarına uygundur.
Açıklamalar	-