

Örgütler Arası Ağlar, Örgütsel Öğrenme Yeteneği ve Örgütsel Yenilikçilik İlişkisi: Ankara'daki 5 Yıldızlı Otel İşletmeleri Örneği*

The Relationship Between Interorganizational Networks, Organizational Learning Capability, and Organizational Innovativeness: The Case of 5-Star Hotel Enterprises in Ankara

Buse ÇETİ ^a Kurban ÜNLÜÖNEN ^b

^a Çanakkale Onsekiz Mart Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Çanakkale, Türkiye, buseceti@comu.edu.tr

^b Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Ankara, Türkiye, kurban.unluonen@hbu.edu.tr

MAKALE BİLGİSİ

ÖZET

Anahtar Kelimeler:

Örgütler arası ağlar
Örgütsel öğrenme yeteneği
Örgütsel yenilikçilik
Sosyal ağ analizi
Otel işletmeleri

Geliş Tarihi 20 Aralık 2025

Düzeltilme Tarihi 22 Temmuz 2026

Kabul Tarihi 30 Temmuz 2026

Makale Sınıflandırması:

Araştırma Makalesi

Amaç – Araştırmada; örgütler arası ağlar, örgütsel öğrenme yeteneği ve örgütsel yenilikçilik arasındaki ilişkilerin belirlenmesi amaçlanmaktadır.

Yöntem – Veriler Ankara'da bulunan turizm işletmesi belgeli 5 yıldızlı otel işletmelerinden edinilmiştir. Örgütler arası ağlar kapsamında işletmeler arasındaki tavsiye ağı incelenmiştir. Otel işletmelerinin; tavsiye ağı içerisindeki konumlarına ilişkin merkezilik düzeyleri ile örgütsel öğrenme yeteneği ve örgütsel yenilikçilik düzeyleri belirlenmiştir. İşletmelerin merkezilik düzeylerinin belirlenebilmesi için sosyal ağ analizi, değişkenler arasındaki ilişkilerin tespiti için ise korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir.

Bulgular – Analiz sonuçlarına göre örgütsel öğrenme yeteneği ve örgütsel yenilikçilik arasında pozitif yönlü ve yüksek düzeyde ilişki bulunduğu tespit edilmiştir. Ancak otel işletmelerinin merkezilikleri ile öğrenme yetenekleri ve yenilikçilikleri arasında anlamlı ilişkiler bulunmadığı görülmüştür.

Tartışma – İşletmelerin içinde bulunduğu rekabet ortamının kurdukları ilişkileri şekillendirdiği düşünülmektedir. Bununla birlikte literatür; ağıın genel yapısına, aktörlere ve ilişkilere yönelik çeşitli faktörlerin yenilikçilik ve örgütlerin çeşitli davranışları veya çıktılarıyla ilişkili olduğunu göstermektedir. Literatürde turizm sektörü bağlamında ağ içinde bulunan konum ile örgütsel öğrenme yeteneği arasındaki ilişkileri ele alan bir çalışmaya rastlanmazken konum ile örgütsel yenilikçilik arasındaki ilişkileri inceleyen yalnızca bir çalışmaya rastlanmıştır. Buna göre turizm sektörü bağlamında ağ içinde bulunan konum ile örgütsel öğrenme yeteneği ve örgütsel yenilikçilik arasındaki ilişkilere yönelik farklı aktörleri ve ilişkileri içeren, farklı yapıları sahip olan ağlar kapsamında çeşitli araştırmalar gerçekleştirilebilir. Benzer biçimde turizm sektörü bağlamında örgütsel öğrenme yeteneği ve örgütsel yenilikçilik arasındaki ilişkinin farklı örneklem kapsamında incelenerek gerçekleştirilen çalışmaların artırılması faydalı olacaktır.

ARTICLE INFO

ABSTRACT

Keywords:

Interorganizational networks
Organizational learning capability
Organizational innovativeness
Social network analysis
Hotel enterprises

Purpose – In this study, it is aimed to determine the relationships between interorganizational networks, organizational learning capability, and organizational innovativeness.

Design/methodology/approach – The data were obtained from five-star hotel enterprises located in Ankara that hold a tourism establishment certificate. Within the context of interorganizational networks, the advice network among these enterprises was examined. The hotels' centrality levels regarding their positions within the advice network, as well as their levels of organizational learning capability and organizational innovativeness, were determined. To determine the enterprises' centrality levels, social network analysis was conducted, whereas correlation analysis was performed to identify the relationships among the variables.

Findings – According to the analysis results, it was determined that there is a positive and high-level relationship between organizational learning capability and organizational innovativeness. However,

*Bu çalışma "Konaklama İşletmeleri Arasındaki Ağların Örgütsel Öğrenme Yeteneği ve Örgütsel Yenilikçilik ile İlişkisi: Ankara'daki 5 Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Uygulama" isimli tezden üretilmiştir.

ETİK ONAY / ETHICAL APPROVAL: Bu araştırma için Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Etik Komisyonu'nun 13.07.2023 tarih ve E-11054618-302.08.01-195090 sayılı kararı ile izin alınmıştır.

Önerilen Atıf / Suggested Citation

Çeti, B., Ünlüönen, K. (2026). Örgütler Arası Ağlar, Örgütsel Öğrenme Yeteneği ve Örgütsel Yenilikçilik İlişkisi: Ankara'daki 5 Yıldızlı Otel İşletmeleri Örneği, İşletme Araştırmaları Dergisi, 18 (3), 1838-1859.

Received 20 December 2025

Revised 22 July 2026

Accepted 30 July 2026

Article Classification:

Research Article

it was observed that no significant relationships were found between the hotels' centralities and their learning capability, nor between the hotels' centralities and their innovativeness.

Discussion – It is considered that the competitive environment in which enterprises operate shapes the relationships they establish. That said, the literature shows that various factors related to the overall structure of the network, the actors, and the relationships are associated with innovativeness and with various organizational behaviors or outputs. While no study was found in the literature, within the context of the tourism sector, that addresses the relationships between position within the network and organizational learning capability, only one study was found that examines the relationships between position and organizational innovativeness. Accordingly, within the context of the tourism sector, various studies may be carried out within networks that involve different actors and relationships and have different structures to examine the relationships between position within the network and organizational learning capability and the relationships between position within the network and organizational innovativeness. In a similar way, it would be beneficial to increase the number of studies carried out by examining the relationship between organizational learning capability and organizational innovativeness across different samples within the context of the tourism sector.

1. GİRİŞ

Ağlar temel olarak düğümlerden ve ilişkilerden oluşmaktadır (Gelsing, 2010: 121). Canlı veya cansız birimleri ifade eden düğümler (Gürsakar, 2018: 15) sosyal ağlarda aktörleri, başka bir deyişle insanlar, gruplar, örgütler gibi sosyal varlıkları/birimleri temsil etmektedir (Wasserman ve Faust, 1994: 17; Brass, 2012: 668; Oliveira ve Gama, 2012: 99). Buna göre sosyal ağ, ilişkiler¹ aracılığıyla birbirine bağlanabilen bir dizi aktör olarak ele alınmaktadır (Finnigan vd., 2018: 233). Aktörler birbirlerine sosyal ilişkilerle/bağlarla bağlıdırlar (Laumann vd., 1978: 458, Wasserman ve Faust, 1994: 18) ve aktörler arasındaki her bir ilişki türü kendisine karşılık gelen bir ağın ortaya çıkmasına sebep olur (Borgatti vd., 2013: 3). Örneğin tavsiye ilişkilerinin ölçülmesiyle tavsiye ağı elde edilmektedir.

Örgütler arası ağlar, düğümlerin örgütleri temsil ettiği sosyal ağları ifade etmektedir (Shumate, 2011: 435). Sosyal yapı olarak değerlendirilebilen (Nybakk vd., 2008: 6) sosyal ağlar, sosyal sermayenin oluşturulması ve geliştirilmesi için bir önkoşul niteliğindedir (Alan ve Sözen, 2017: 340). Sosyal sermaye, bir bireyin veya sosyal birimin sahip olduğu ilişkiler ağında yerleşik olan, bu ağ aracılığıyla erişilebilen ve bu ağdan türetilen mevcut ve potansiyel kaynakların toplamıdır (Nahapiet ve Ghoshal, 1998: 243). Tüm sosyal ilişkiler ve sosyal yapılar, sosyal sermayenin bir biçimini mümkün kılar (Coleman, 1988: 105). Başka bir ifadeyle, farklı ağ yapıları, aktörün ulaşmak istediği amaçlara bağlı olarak farklı sosyal sermaye biçimlerini oluşturmaktadır (Flap ve Völker, 2001: 301). Ancak Uzzi (1996: 675) tarafından bir örgütün yerleşik olduğu ağ türünün, potansiyel fırsatları, örgütün bu yapıdaki konumu ile sürdürdüğü firmalar arası bağların türlerinin ise bu fırsatlara erişimi belirlediği ifade edilmektedir. Destekler nitelikte Hanneman ve Riddle (2011: 363) avantajlı yapısal konumlarda bulunan aktörlerin diğerlerine göre daha az kısıtlamayla karşılaştıklarını ve daha fazla fırsata sahip olduklarını ifade etmektedir. Buna göre, tüm sosyal ağların sosyal sermaye edinimini mümkün kıldığı, farklı sosyal ağ yapılarının farklı sosyal sermaye biçimlerinin edinilmesine olanak tanıdığı, ancak sosyal ağ içinde bulunan konumun², edinilebilecek sosyal sermaye üzerinde etkili olduğu ifade edilebilir.

Paydaşların çokluğu, sunulan ürünün heterojenliği gibi sahip olduğu özellikler dolayısıyla turizm sektöründe çeşitli örgütler arası ağların oluştuğu söylenebilir. Turizm sektöründe, turizm ürününün oluşturulması ve sunulması süreci farklı örgütlerin birbirleri ile ilişki kurmalarını zorunlu kılmaktadır. Çünkü destinasyonlardaki turizm arzının parçalı yapısı, ziyaretçilerin ihtiyaçlarını karşılayan toplam turizm ürünlerinin sağlanması gereksinimi ile birleştiğinde, turizm bölgelerinde iş birliğini gerektirmektedir (Augustyn ve Knowles, 2000: 341). Ancak turizm sektöründe iş birliğine dayalı ilişkilerin yanında rekabet de bulunmaktadır. Turizm örgütlerinin, toplam ürüne odaklanmak için birbirleriyle iş birliği ve koordinasyon içinde olmaları gerektiğini belirten Zach ve Racherla (2011: 99) bu örgütlerin kendi ürünlerini pazarlamak ve destinasyonda bulunan sınırlı sayıda ziyaretçi için rekabet etmek zorunda olduklarını da ifade etmektedir.

¹ İlişki (relationship) terimi; bağ (tie), bağlantı (link), kenar (edge), çizgi (line) ve yay (arc) olarak da adlandırılmaktadır (Finnigan vd., 2018: 233).

² Bir aktörün yapıda işgal ettiği konum, aktörün bu ağıdaki ilişkisel örüntüsünün bir fonksiyonudur (Gulati, 1998: 296).

Bununla birlikte birbirleriyle rekabet halinde olan turizm işletmeleri de ilişkiler kurarak ağlar oluşturmaktadırlar.

Kurulan tüm ilişkilerin ve bu ilişkiler doğrultusunda oluşan tüm sosyal ağların, sosyal sermaye edinimine olanak tanınması dolayısıyla, birbirleriyle rekabet eden turizm işletmelerinin kurmuş oldukları ilişkiler sonucunda oluşan ağlar, işletmelere çeşitli alanlarda fırsatlar sunmaktadır. Örneğin ağlar, potansiyel bir öğrenme kaynağı olarak kabul edilmektedir (Beckman ve Haunschild, 2002: 93). Örgütsel öğrenme bilgi edinme ile başlamaktadır (Thomas vd., 2020: 1334) ve sosyal ağlar turizm işletmelerinde kullanılacak bilgileri elde etmek için uygun bir araçtır (McLeod, 2020: 561). Ağ oluşturma aynı zamanda yenilikçiliğin temel faktörlerinden biri olarak ele alınmaktadır (Omerzel, 2015: 751). Sosyal ağlar, yenilikçi olma yeteneğinin sürdürülmesinde ve/veya geliştirilmesinde önemli bir role sahiptir (Nybakk vd., 2008: 6). Ağlar turizm firmalarının yenilikçiliğini önemli ölçüde destekleyebilmektedir (Sundbo vd., 2007: 101). Buna göre örgütler arası ağların örgütsel öğrenme yeteneği (ÖÖY) ve örgütsel yenilikçilik (ÖY) ile ilişkili olduğu ifade edilebilir.

Örgütsel öğrenme yeteneği, örgütsel öğrenme sürecini kolaylaştıran veya bir örgütün öğrenmesine olanak sağlayan örgütsel ve yönetsel özelliklerdir (Chiva vd., 2007: 225). Örgütsel öğrenme yeteneği, örgütsel öğrenmenin öncülü olarak ele alınmaktadır (Mbengue ve Sane, 2013: 28-29). Örgütsel yenilikçilik ise, bir örgütün stratejik yönelimi yenilikçi davranış ve süreçle birleştirilerek pazara yeni ürünler sunma veya yeni pazarlar oluşturma konusundaki genel yenilikçi yeteneğidir (Wang ve Ahmed, 2004: 304). Örgütsel yenilikçilik, örgüt kültürünün yenilikten önce gelen bir yönü olarak kavramsallaştırılabilir (Hurley ve Hult, 1998: 47). Örgütlerin yaşamlarını sürdürebilmeleri için örgütsel öğrenme yeteneğine ve örgütsel yenilikçiliğe ihtiyaç duydukları belirtilebilir. Örgütsel öğrenme yeteneği, rekabet avantajının sürdürülmesi için önemli bir yönetim uygulamasıdır (Afshari ve Hadian Nasab, 2021: 48). Benzer biçimde örgütsel yenilikçiliğin de rekabet avantajı ile pozitif bir ilişkisi olduğu belirtilmektedir (Anning-Dorson ve Nyamekye, 2020: 610).

Bu araştırmanın amacı turizm sektörü bağlamında örgütler arası ağların, örgütlerin yaşamlarını sürdürme konusunda önemli rolleri olan örgütsel öğrenme yeteneği ve örgütsel yenilikçilik ile ilişkisini incelemektir. Bu ilişkilerin ölçümünde, turizm işletmelerinin örgütsel öğrenme yetenekleri ve örgütsel yenilikçilikleri için ihtiyaç duydukları kaynaklara erişimlerinin ağdaki konumlarından etkilenmesi dolayısıyla örgütler arası ağlar kapsamında turizm işletmelerinin ağ içerisindeki konumları dikkate alınmıştır. Literatürde turizm sektöründe örgütler arası ağ içerisinde bulunan konum ile örgütsel öğrenme yeteneği arasındaki ilişkileri inceleyen çalışmaya rastlanmazken konum ile örgütsel yenilikçilik arasındaki ilişkileri ele alan yalnızca bir çalışmaya rastlanmıştır. Bu doğrultuda bu çalışmanın ağ içerisinde bulunan konum ile örgütsel öğrenme yeteneği ve örgütsel yenilikçilik arasındaki ilişkilerin belirlenmesi açısından literatüre ve uygulamaya katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bununla birlikte; örgütsel öğrenme yeteneği örgütsel yenilikçiliği desteklemektedir (Onağ vd., 2014: 710) ve güçlü bir öğrenme yeteneğinin sıklıkla bahsedilen sonuçlarından bir tanesinin örgütsel yenilikçilik olduğu ifade edilmektedir (Goh vd., 2012: 95). Bir firmanın öğrenme yeteneğinin, yenilikçi uygulamaları rakiplerinden daha hızlı başlatma ve uygulama becerisini etkilediği varsayılmaktadır (Haile ve Tüzüner, 2022: 71). Bu doğrultuda araştırmada aynı zamanda örgütsel öğrenme yeteneği ile örgütsel yenilikçilik arasındaki ilişki de incelenmiştir.

2. YÖNTEM

Yöntem başlığı altında, araştırmanın hipotezleri ve modeli sunulmuştur. Evren ve örneklem, veri toplama aracı ve süreci ile verilerin analizi açıklanmıştır.

2.1. Araştırmanın Hipotezleri ve Modeli

Araştırmanın amacı doğrultusunda incelenen örgütler arası ağın aktörlerini, konaklama işletmeleri oluşturmaktadır. Konaklama işletmeleri arasındaki incelenen ilişkiler ise tavsiye³ ilişkileridir. Bu doğrultuda çalışmada, konaklama işletmeleri arasındaki tavsiye ilişkileri sonucu oluşan tavsiye ağları ele alınmıştır. Ağların sunduğu fırsatlara olan erişimin örgütün ağ içinde bulunduğu konumdan etkilenmesi (Uzzi, 1996: 675; Hanneman ve Riddle, 2011: 363) sebebiyle konaklama işletmeleri arasındaki tavsiye ağlarının bu işletmelerin öğrenme yetenekleri ve yenilikçileri ile ilişkisinin belirlenmesinde, işletmelerin ağ içerisindeki

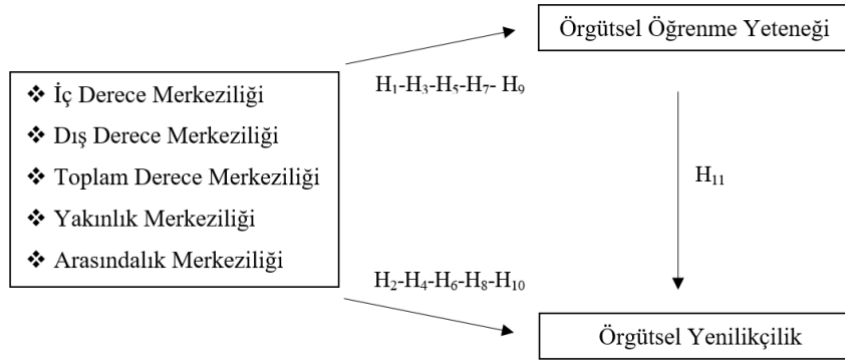
³ Bir tavsiye ağındaki değerli kaynak olan tavsiye, aktörler arasında değiş tokuş edilen belirli bilgileri ifade etmektedir (Park, 2018: 33).

konumları dikkate alınmıştır. Konaklama işletmelerinin tavsiye ağları içindeki konumları ise “merkezilik” açısından incelenmiştir. Merkezilik, bir düğümün ağdaki konumunun bir özelliğidir ve genel olarak, arkadaşlık ya da güven gibi olumsuz olmayan ilişkilerde düğümler için olumlu bir durum olarak görülme eğilimindedir (Borgatti vd., 2013: 164). Bu çalışmada tavsiye ağı ele alındığı için merkezilik otel işletmeleri için olumlu bir durum olarak değerlendirilmiştir.

Düğümün ağ içinde ne kadar önemli olduğunu gösteren merkeziliğin çeşitli ölçütleri bulunmakta olup bu çalışmada derece merkeziliği⁴, yakınlık merkeziliği ile arasındalık merkeziliği ele alınmıştır (Zhang, 2010: 14; Hanneman ve Riddle, 2011: 363; Borgatti vd., 2013: 165; Tunalı, 2016: 21). Araştırmada aynı zamanda örgütsel öğrenme yeteneği arasındaki ilişki de incelenmiştir. Bu doğrultuda oluşturulan araştırma hipotezleri aşağıdaki gibidir.

- H₁: İç derece merkeziliği ile örgütsel öğrenme yeteneği arasında ilişki vardır.
- H₂: İç derece merkeziliği ile örgütsel yenilikçilik arasında ilişki vardır.
- H₃: Dış derece merkeziliği ile örgütsel öğrenme yeteneği arasında ilişki vardır.
- H₄: Dış derece merkeziliği ile örgütsel yenilikçilik arasında ilişki vardır.
- H₅: Toplam derece merkeziliği ile örgütsel öğrenme yeteneği arasında ilişki vardır.
- H₆: Toplam derece merkeziliği ile örgütsel yenilikçilik arasında ilişki vardır.
- H₇: Yakınlık merkeziliği ile örgütsel öğrenme yeteneği arasında ilişki vardır.
- H₈: Yakınlık merkeziliği ile örgütsel yenilikçilik arasında ilişki vardır.
- H₉: Arasındalık merkeziliği ile örgütsel öğrenme yeteneği arasında ilişki vardır.
- H₁₀: Arasındalık merkeziliği ile örgütsel yenilikçilik arasında ilişki vardır.
- H₁₁: Örgütsel öğrenme yeteneği ile örgütsel yenilikçilik arasında ilişki vardır.

Araştırmanın hipotezleri doğrultusunda oluşturulan araştırma modeli Şekil 1’de yer almaktadır.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

2.2. Evren ve Örneklem

Araştırma alanını, Ankara’da bulunan toplam 30 adet turizm işletmesi belgeli 5 yıldızlı otel işletmesi (T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı, t.y.) oluşturmaktadır. Araştırma için, Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Etik Komisyonu’nun 13.07.2023 tarih ve E-11054618-302.08.01-195090 sayılı kararı ile izin alınmıştır.

Ağ verilerinin elde edilmesi sürecinde tam ağ araştırması amaçlanmıştır. Sınırları belirli olan ya da başka bir deyişle araştırma sürecinde aktör sayısı artmayacak sosyal yapılarda gerçekleştirilen tam ağ (whole/complete/full/socio-centric network) araştırmalarında tüm düğüm çiftleri arasındaki bağlar incelenmektedir (Zhang, 2010: 5; Borgatti vd., 2013: 28; Jokisaari, 2017: 295; Sözen ve Öztürk, 2020: 330). Buna göre çalışmada 30 otel işletmesinin tümü ele alınmış ve bu işletmelerin birbirleriyle olan ilişkilerinin

⁴ Yönlü ağlarda derece merkeziliği, iç derece merkeziliği (aktöre gelen doğrudan bağlantıların sayısı) ile dış derece merkeziliği (aktörden giden doğrudan bağlantıların sayısı) olarak ikiye ayrılır ve toplam derece merkeziliği ikisinin toplamını ifade eder.

incelenmesi amaçlanmıştır. Otel işletmeleri arasındaki tavsiye ilişkileri ile ilgili veriler, ilgili işletmelerin üst düzey yöneticilerinden edinilmiştir.

Örgütsel öğrenme yeteneğine ve örgütsel yenilikçiliğe ilişkin veriler Ankara’da bulunan turizm işletmesi belgeli 5 yıldızlı otel işletmelerinin çalışanlarından edinilmiştir. İşletmelerin çalışan sayıları, araştırma için izin alınabilen 19 işletmenin üst düzey yöneticisinden, işletmeler arasındaki ilişkilerin belirlenmesine yönelik verilerin toplanması sürecinde edinilmiştir. Ulaşılan 19 işletmenin toplam çalışan sayısının 2176 olduğu tespit edilmiş olup bu doğrultuda 29 işletmenin toplam çalışan sayısı tahmini 3321 olarak hesaplanmıştır. Örneklem büyüklüğü belirleme formülü (Yamane, 2001: 116-117) kullanılarak %95 güven düzeyi ile yeterli örneklem sayısının 344 olduğu tespit edilmiştir.

Araştırmada işletmelerin birbirleriyle olan ilişkileri incelendiği için her bir işletmenin ilişki kurduğu diğer işletmelerin belirlenmesi gerekmektedir. Yöneticilerin başarısının örgütün performansı ile doğrudan ilişkili olması sebebiyle sosyal ilişkilere en fazla bel bağlayan ve bu doğrultuda diğer çalışanlara göre kendi ağ ilişkilerini en fazla örgüt yararına kullanan kişiler yöneticiler olabilirler (Sözen, 2007: 21). Buna göre ağ verileri başka bir deyişle işletmelerin ilişki içinde oldukları diğer işletmelere ilişkin bilgiler yöneticilerden edinilmiştir. Örgütsel öğrenme yeteneği ve örgütsel yenilikçilik ise örgütün sahip olduğu genel öğrenme yeteneği ve yenilikçiliği ile ilgili kavramlardır ve işletme içerisinde çalışan tek bir bireyin görüşünün işletmenin öğrenme yeteneğini ve yenilikçiliğini yansıtmayacağı söylenebilir. Bu doğrultuda işletmelerin öğrenme yetenekleri ve yenilikçilikleri ile ilgili veriler işletme çalışanlarından edinilmiştir.

2.3. Veri Toplama Aracı ve Süreci

Sosyal ağ verilerinin edinilmesinde çeşitli yöntemler bulunmakta olup bunlardan en yaygın kullanılanı anketlerdir ve anketlerde kullanılabilecek çeşitli soru biçimleri (isim listesi vb.) bulunmaktadır (Wasserman ve Faust, 1994: 45; McCulloh vd., 2013: 178). Araştırmacı ağ sınırlarını bildiği için tam ağ tasarımı genellikle isim listeleri kullanılmaktadır (Jokisaari, 2017: 266). Araştırma kapsamında tavsiye ağına ilişkin veriler anket aracılığıyla elde edilmiş ve isim listelerinden faydalanılmıştır. Ankette tavsiye ilişkilerinin belirlenmesine yönelik bir ifadeye yer verilmiştir. Kullanılan ifade Venkataramani vd. (2013) tarafından gerçekleştirilen çalışmadan alınmış olup ifadenin Türkçe çevirisinde Fayganoğlu (2019) ve Eroğlu (2020) tarafından gerçekleştirilen çalışmalardan faydalanılmıştır. Anket formunda bu ifadenin altında otel işletmelerinin isim listesine⁵ yer verilmiştir. Veriler otel işletmelerinin üst düzey yöneticilerinden 2023 yılının temmuz ayı ile 2024 yılının ocak ayları arasında toplanmıştır. Veri toplama sürecinde Ankara’da bulunan turizm işletmesi belgeli 5 yıldızlı 30 otel işletmesinden bir işletmenin kapalı olduğu tespit edilmiş olup 29 işletme içerisinde toplam 19 işletmeden araştırma için izin alınabilmiştir. Bu doğrultuda tavsiye ağına ilişkin veriler 19 otel işletmesinin üst düzey yöneticisinden elde edilmiştir.

Örgütsel öğrenme yeteneği ile örgütsel yenilikçilik verileri anket aracılığıyla elde edilmiştir. Örgütsel öğrenme yeteneği ölçeği Chiva vd. (2007) tarafından gerçekleştirilen çalışmadan alınmıştır. Ölçeğin Türkçe çevirisinde Aydoğan vd. (2011), Aksoy (2012) ve Acar (2016) tarafından gerçekleştirilen çalışmalardan faydalanılmıştır. Örgütsel yenilikçiliği ölçeği Wang ve Ahmed (2004) tarafından gerçekleştirilen çalışmadan alınmıştır. Ölçeğin Türkçe çevirisinde Özeren (2011), Onağ (2014), Esen ve Maden Eyiusta (2015), Acar (2016) ve Çark Gemici (2019) tarafından gerçekleştirilen çalışmalardan faydalanılmıştır. Örgütsel yenilikçilik ölçeğinde bulunan dört olumsuz ifade olumlu ifadeye dönüştürülmüştür. Veriler otel işletmelerinin çalışanlarından 2023 yılının temmuz ayı ile 2024 yılının ocak ayları arasında toplanmıştır. Örgütsel öğrenme yeteneği ve örgütsel yenilikçilik verileri araştırma için izin alınabilen 19 işletmenin çalışanlarından elde edilmiştir.

2.4. Verilerin Analizi

19 otel işletmesinden edinilen verilerin incelenmesi sonucunda bir işletmenin üst düzey yöneticisinden ve çalışanlarından elde edilen veriler güvenilirlik sebebiyle kapsam dışı bırakılmıştır. Araştırma için izin alınamayan işletmelerin bulunması ve güvenilirlik sebebiyle bir işletmeden edinilen verilerin kapsam dışı bırakılması dolayısıyla analizler 18 işletmeden edinilen veriler üzerinden gerçekleştirilmiştir. Bu doğrultuda

⁵ Örnek anket formunda yer verilen isim listesinde 30 işletmenin tümünün ismi yer almaktadır. Ancak formlar veri toplanan işletmeye, isim listesinden veri toplanan ilgili işletmenin ismi çıkartılarak sunulmuştur. Başka bir ifadeyle veri toplama sürecinde her bir anket formunda 29 işletme ismi yer almıştır.

özellikle ağ araştırması açısından hedeflenen tam ağ araştırması gerçekleştirilememiştir. Benzer biçimde örgütsel öğrenme yeteneği ve örgütsel yenilikçiliğe ilişkin analizler de 18 işletmeden edinilen veriler üzerinden gerçekleştirilmiştir. Tavsiye ağına ilişkin analizler 18⁶ otel işletmesinin üst düzey yöneticisinden, örgütsel öğrenme yeteneği ile örgütsel yenilikçiliğe ilişkin analizler ise bu işletmelerin çalışanlarından edinilen veriler üzerinden gerçekleştirilmiştir. Otel çalışanlarından toplam 353 anket formu toplanmış olmasına rağmen büyük oranlarda eksik veri içermesi veya çıktı hatası barındırması sebebiyle altı form kapsam dışı bırakılmıştır. Buna göre örgütsel öğrenme yeteneği ve örgütsel yenilikçiliğe ilişkin analizler 347 anket formu aracılığıyla edinilen veriler üzerinden gerçekleştirilmiştir.

Araştırma kapsamında tavsiye ağı ile ilgili olarak sosyal ağ analizi gerçekleştirilmiştir. Sosyal ağ analizi, sosyal varlıklar arasındaki ilişkilerin analiz edilmesi için kullanılan bir yöntemdir (Driskell ve Mullen, 2005: 58-1). Sosyal ağların temsili için graf yapısı kullanılmaktadır (Tunalı, 2016: 5) ve graflar, köşelerden (düğüm/nokta) ve kenarlardan (bağlantı/çizgi) oluşmaktadır (Oliveira ve Gama, 2012: 101; Borgatti vd. 2013: 11-12). Bağlantılar yönlü veya yönsüz olabilmekte ve bağlantıların yönlü veya yönsüz olmasına bağlı olarak graflar da yönlü graf veya yönsüz graf olarak adlandırılmaktadır (Balciöglü, 2022: 133; Tunalı, 2016: 7). Graflar ise liste yapıları ve matris yapıları ile temsil edilebilmektedir (Oliveira ve Gama, 2012: 101). Tavsiye ilişkilerinin yönlü olması (Balciöglü, 2022: 133) sebebiyle bu çalışmada incelenen tavsiye ağının temsili, yönlü graf ve grafin temsili ise kenar listesi ile sağlanmıştır.

Sosyal ağ analizi kapsamında hem ağ düzeyinde hem de aktör düzeyinde ölçümler gerçekleştirilmektedir (Brass, 2003: 288-289; Cho vd., 2024) gerçekleştirilmektedir. Bu çalışmada ağ düzeyinde; büyüklük, yoğunluk, ortalama derece sayısı ve bileşen sayısı incelenirken aktör düzeyinde ise iç derece, dış derece, toplam derece, yakınlık ve arasındalık merkeziliği incelenmiştir. Tavsiye ağının temsili ile ağ ve aktör düzeyindeki ölçümler için “Gephi 0.10.1” programı kullanılmıştır. Analiz sürecinde otel işletmelerinin her birine kod verilmiştir. Kodlar anket formundaki işletme isim listesindeki sıralamadan bağımsız olarak karışık bir şekilde atanmıştır.

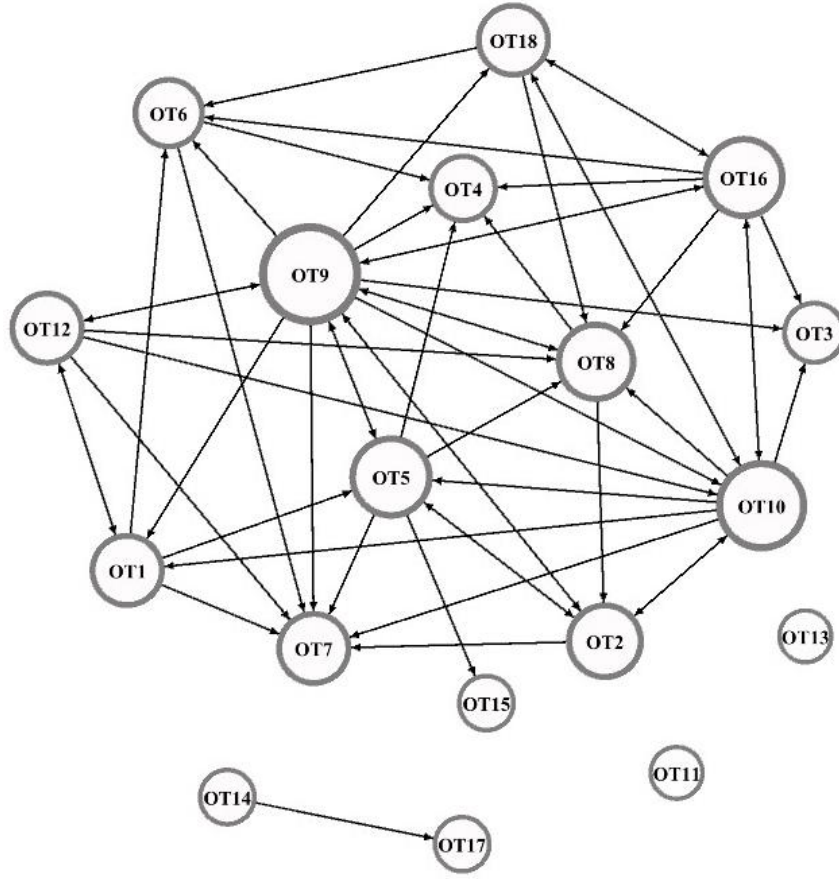
Örgütsel öğrenme yeteneği ve örgütsel yenilikçilik ile ilgili verilerin analizleri kapsamında öncelikle eksik veriler değerlendirilerek verilere ilişkin güvenilirlik analizi ve faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Sonrasında tüm işletmelerin öğrenme yeteneği ile yenilikçilik düzeyleri hesaplanmıştır. Otel işletmelerinin merkezilikleri örgüt düzeyinde belirlendiği için işletmelerin merkezilik düzeyleri ile ilişkilerinin incelenmesi amacıyla örgütsel öğrenme yeteneği ve örgütsel yenilikçilik verileri de örgüt düzeyine indirgenmiştir. Başka bir deyişle örgütsel öğrenme yeteneği ve örgütsel yenilikçilik verilerinin her bir işletme için ayrı ayrı olacak şekilde ortalamaları alınmıştır.

Hipotezlerin test edilebilmesi, başka bir deyişle otel işletmelerinin tavsiye ağı içindeki merkeziliklerinin öğrenme yetenekleri ve yenilikçilikleri ile ilişkilerinin ve aynı zamanda örgütsel öğrenme yeteneği ile örgütsel yenilikçilik arasındaki ilişkinin tespiti için korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Araştırma kapsamında değişkenler arasındaki nedensellik incelenmemiş olup ilişki olup olmadığı, var ise ilişkinin yönü ve düzeyi hakkında bilgi edinilmesi amaçlanmıştır. İşletmelerin merkezilikleri ile örgütsel öğrenme yetenekleri ve örgütsel yenilikçilikleri arasındaki ilişkilerin 18 işletme üzerinden analiz edilmesi sebebiyle istatistiksel gücün düşük olma olasılığı bulunmaktadır. Araştırmada eksik verilerin değerlendirmesi, güvenilirlik analizi, faktör analizi ile korelasyon analizleri için “IBM SPSS Statistics 29.0.2.0 (20)” programı kullanılmıştır.

3. BULGULAR

Otel işletmelerinin üst düzey yöneticilerinin birbirleri ile kurmuş oldukları tavsiye ilişkileri sonucu ortaya çıkan ağ Şekil 2’de yer almaktadır. Bu tavsiye ağı işletmelerin toplam derece merkeziliklerine göre şekillendirilmiştir. İşletme kodlarının bulunduğu çemberlerin büyüklükleri bu işletmelerin toplam derece merkezilikleri ile doğru orantılıdır.

⁶ On sekiz otel işletmesinin veri elde edilemeyen işletmeler ile olan bağlantıları analizde kapsam dışı bırakılmıştır. Başka bir deyişle 18 otel işletmesinin yalnızca birbirleri ile olan bağlantıları incelenmiştir.



Şekil 2. Otel İşletmeleri Arasındaki Tavsiye Ağı

Büyüklüğü 18 olan tavsiye ağının yoğunluğu⁷ 0,183 ($56/(18 \times 17)$), ortalama iç ve ortalama dış derecesi 3,111 olarak hesaplanmıştır. Aralarında bir yol⁸ bulunmayan düğüm çiftlerinin yer alması sebebiyle bağlantılı olmadığı görülen Şekil 2'deki tavsiye ağında dört tane zayıf bağlantılı bileşen ve 10 tane ise güçlü bağlantılı bileşen⁹ yer almaktadır.

Otel işletmelerinin, birbirleriyle kurmuş oldukları tavsiye ilişkileri sonucunda oluşan ağ içerisindeki konumlarına ilişkin olarak ölçülen merkezilik düzeylerine ilişkin bilgiler Tablo 1'de yer almaktadır. Tabloda işletmelerin iç derece merkeziliği, dış derece merkeziliği, toplam derece merkeziliği, yakınlık merkeziliği ve arasındalık merkeziliği düzeyleri yer almaktadır.

⁷ Yönlü bir ağda maksimum bağlantı sayısı “n” düğüm sayısı olacak biçimde “n x (n-1)” formülü ile hesaplanmaktadır ve yoğunluk, ağdaki toplam bağlantı sayısının maksimum bağlantı sayısına oranını ifade etmekte (Tunalı, 2016: 38).

⁸ Ağda bir aktörden çıkıp bağlar takip edilerek ve aynı aktörlere tekrar uğramadan başka bir aktörde son bulan ilişkiler dizisi yol (patika) olarak adlandırılmaktadır (Tunalı, 2016: 13; Genç, 2022: 80).

⁹ Bir grafta herhangi iki düğüm arasında bir yol bulunuyorsa bu graf bağlantılıdır (Scott vd. 2008: 152). Bir graf bağlantılı değilse, başka bir ifade ile herhangi bir düğümden bir yol ile ulaşamayan düğüm veya düğümler bulunuyorsa bu graf bağlantılı bileşenlerden (altgraflardan) oluşuyor demektir (Tunalı, 2016: 14). Yönlü graflarda güçlü ve zayıf bağlantılı bileşen olmak üzere iki tür bağlantılı bileşenden bahsedilmekte olup güçlü bağlantılı bir bileşenlerde, her düğümden diğerine yönlü bir yol bulunuyorken zayıf bağlantılı bir bileşende ise her düğümden diğerine bir yol bulunmakla birlikte bağlantıların yönü göz ardı edilmektedir (Piazzi vd., 2011: 217).

Tablo 1. İşletmelerinin Tavsiye Ağı İçindeki Merkezilik Düzeyleri

İşletme Kodu	İç Derece Merkeziliği	Dış Derece Merkeziliği	Toplam Derece Merkeziliği	Yakınlık Merkeziliği ¹⁰	Arasındalık Merkeziliği ¹¹
OT1	3	4	7	0,500000	2,833333
OT2	4	4	8	0,615385	2,750000
OT3	3	0	3	-	,000000
OT4	5	0	5	-	,000000
OT5	4	6	10	0,615385	12,916667
OT6	4	2	6	-	1,666667
OT7	7	0	7	-	,000000
OT8	6	3	9	0,571429	3,416667
OT9	5	12	17	1,000000	28,666667
OT10	5	8	13	0,800000	12,833333
OT11	0	0	0	-	,000000
OT12	2	5	7	0,666667	4,000000
OT13	0	0	0	-	,000000
OT14	0	1	1	-	,000000
OT15	1	0	1	-	,000000
OT16	3	7	10	0,666667	2,583333
OT17	1	0	1	-	,000000
OT18	3	4	7	0,571429	,333333

Bir düğümün derecesi, o düğümün sahip olduğu doğrudan bağlantıların sayısıdır (Zhang, 2010: 14) ve bir düğümün derece merkeziliği, onun derecesidir (De Nooy vd., 2018: 152). Derece merkeziliği, yönlü graflarda iç derece merkeziliği ve dış derece merkeziliği olarak ikiye ayrılmaktadır (Hanneman ve Riddle, 2011: 364; Piazzzi vd., 2011: 217). İç derece, aktöre diğer aktörlerden gelen yönlü bağlantıların sayısı (gelen bağlantılar) ve dış derece, aktörden diğer aktörlere giden yönlü bağlantıların sayısı (giden bağlantılar) olarak tanımlanmaktadır (Brass, 2012: 672). İşletmelerin derece merkezilikleri incelendiğinde; iç derece merkeziliği en yüksek olan işletmenin yedi numaralı işletme ve dış derece ile toplam derece merkeziliği en yüksek olan işletmenin ise dokuz numaralı işletme olduğu görülmektedir. Derece merkeziliğinin en büyük dezavantajı, dolaylı bağlantıların hiç dikkate alınmamasıdır (Butt, 2014: 30). İç derece, dış derece ve toplam derece merkeziliği aracılığıyla işletmelerin doğrudan bağlantılarının sayısı hakkında bilgi edinilmiştir ancak bir düğümün derecesi, yerleşik olduğu ağı tamamı hakkında bilgi sahibi olmadan hesaplanabildiği için (Borgatti vd., 2013: 165) işletmelerin tavsiye ağının genel yapısı içindeki konumlarına ilişkin daha ayrıntılı bilgi edinebilmek amacıyla yakınlık ve arasındalık merkezilikleri de ölçülmüştür.

Yakınlık merkeziliği, bir düğümün ağıdaki tüm diğer düğümlere ne kadar yakın olduğunu göstermektedir ve düğümün ağıdaki diğer tüm düğümlere olan en kısa yol uzunluklarının ortalamasının tersi ya da graftaki diğer tüm düğümlere olan jeodezik mesafelerin¹² toplamının tersi şeklinde hesaplanabilmektedir (Scott vd., 2008: 153; Tunalı, 2016: 24). Gephi programında yakınlık merkeziliği, ortalama mesafenin tersi biçiminde hesaplanmaktadır (Gephi, t.y.). El ile gerçekleştirilen hesaplamalar doğrultusunda da Gephi programında yakınlık merkeziliğinin düğümün diğer düğümlere olan jeodezik mesafelerinin ortalamasının tersi şeklinde hesaplandığı görülmüştür. Yakınlık merkeziliği yönlü bir ağda gelen ve giden bağlantılara dayalı olarak, başka bir deyişle yolun yönüne göre iç yakınlık merkeziliği ve dış yakınlık merkeziliği olmak üzere ikiye ayrılmakta olup iç yakınlık merkeziliği, bir düğüme diğer düğümlerden ne ölçüde ulaşılabilirdiğini ölçerken dış yakınlık merkeziliği, bir düğümün diğer düğümlere ne kadar kolay ulaşılabilirdiğini ölçmektedir (Shih, 2006: 1032; Seo ve Cho, 2016: 111; Lee ve Cha, 2022: 1291). El ile yapılan hesaplamalar doğrultusunda, Gephi

¹⁰ Yakınlık merkeziliği hesaplamaları yapılırken Gephi programı içerisinde “Merkezilikleri Normalleştir” işlemi gerçekleştirilmemiştir.

¹¹ Arasındalık merkeziliği hesaplamaları yapılırken Gephi programı içerisinde “Merkezilikleri Normalleştir” işlemi gerçekleştirilmemiştir.

¹² İki düğüm arasındaki en kısa yol jeodezik olarak adlandırılmaktadır (Wasserman ve Faust, 1994: 110).

programının, yakınlık merkeziliği hesaplamasında düğüme gelen bağlantıları değil düğümden giden bağlantıları kullandığı, başka bir deyişle programda dış yakınlık merkeziliğinin ölçüldüğü görülmüştür. Yakınlık merkeziliği parçalı bir ağda ölçülemeyip yalnızca bağlantılı bir ağda hesaplanabilmektedir ve ağın yönlü olması durumunda ise güçlü bağlantılı¹³ olması gerekmektedir (Shahgholian vd., 2015; Gomez, 2019: 406; Gençer, 2022: 82). Çünkü, iki düğüm arasında bir yol yoksa jeodezik mesafe sonsuz (tanımsız) olmaktadır (Shahgholian vd., 2015). Farklı bileşenlere ait iki düğüm arasında sonlu bir mesafe bulunmamaktadır ve bu sebeple yakınlık genellikle bir ağın en büyük bileşeni içindeki düğümlerle sınırlıdır (Opsahl vd., 2010: 245). Bu doğrultuda yakınlık merkeziliği hesaplamalarında yalnızca en büyük güçlü bağlantılı bileşenin içinde yer alan dokuz işletme dikkate alınmış ve dokuz numaralı işletmenin en yüksek dış yakınlık merkeziliğine sahip olduğu görülmüştür.

Yakınlık merkeziliği gibi en kısa yol temelli bir merkezilik ölçütü olan arasındalık merkeziliği, bir düğümün diğer düğüm çiftleri arasındaki en kısa yollar üzerinde bulunmasıyla ilgilenmekte ve en kısa yolların uzunluklarını değil bu yolların sayısını dikkate almaktadır (Tunalı, 2016: 27). Arasındalık merkeziliği, " $C_B(x)$: $\sum (y \text{ ile } z \text{ arasında } x' \text{ den geçen en kısa patika sayısı}) / (y \text{ ile } z \text{ arasındaki en kısa patika sayısı})$ " formülü ile hesaplanır (Gürsahal, 2009: 94). Başka bir ifadeyle, bir " v " düğümünün arasındalık merkeziliği, " v " düğümü hariç ağdaki tüm düğüm çiftlerinin aralarındaki en kısa yollar bulunup bunların kaç tanesinin " v " düğümü üzerinden geçtiği sayılarak hesaplanır ve bu süreçte iki düğüm arasında aynı uzunlukta olmak üzere birden fazla en kısa yol bulunabileceğine de dikkat edilmelidir (Tunalı, 2016: 27). Ancak bir ağdaki düğümlerin büyük bir kısmı, genellikle diğer herhangi iki düğüm arasındaki en kısa yol üzerinde yer almaz ve bu sebeple aynı sıfır puanını alır (Opsahl vd., 2010: 246). Arasındalık merkeziliği, bağlantısız ağlarda kullanılabilmektedir (Liu vd., 2005: 1468). İki düğüm bağlantılı değilse bu iki düğüm arasında v düğümünü kullanan en kısa yolların oranı tanım gereği sıfır olmaktadır (Koschützki, 2008: 73-74). Aralarında en kısa yol bulunmayan herhangi bir düğüm çifti hesaplamalara yalnızca sıfır eklemektedir (Tsiotas ve Polyzos, 2015: 96). Buna göre arasındalık merkeziliği hesaplamalarında tüm işletmeler dikkate alınmıştır. Tüm otel işletmelerinin arasındalık merkeziliği düzeyleri incelendiğinde dokuz numaralı işletmenin en yüksek merkeziliğe sahip olduğu görülmektedir.

Birbirleriyle tavsiye ilişkilerinde bulunan otel işletmelerinin örgütsel öğrenme yetenekleri ve örgütsel yenilikçiliklerinin tespit edilebilmesi için öncelikle 347 çalışandan edinilen veriler eksik veri açısından değerlendirilmiştir. 11.798 değerden (katılımcı sayısı ile değişken sayısının çarpımı) 151 tanesinin eksik olduğu tespit edilmiştir. İfade başına düşen eksik veri oranları incelendiğinde en yüksek oranın %3,7 olduğu görülmüştür. Bu araştırmada da çoklu atama tekniği kullanılarak eksik veriler tamamlanmıştır. Eksik veriler için atama yapılmasının ardından örgütsel öğrenme yeteneği ve örgütsel yenilikçilik ölçeklerinin güvenilirliklerinin tespit edilebilmesi için Cronbach's Alpha katsayıları incelenmiştir. 14 ifadeden oluşan örgütsel öğrenme yeteneği ölçeğine ilişkin güvenilirlik katsayısının 0,935¹⁴ (örneklem büyüklüğü: 347) ve 20 ifadeden oluşan örgütsel yenilikçilik ölçeğine ilişkin güvenilirlik katsayısının 0,972 (örneklem büyüklüğü: 347) olduğu görülmüştür. Çıkan sonuca göre; " $0,80 \leq \alpha < 1,00$ " ise ölçeğin yüksek derecede güvenilir olduğu yorumu yapılmaktadır (Kayış, 2017: 405). Bu doğrultuda katsayılara göre iki ölçeğin de yüksek düzeyde güvenilir olduğu belirtilebilir.

Örgütsel öğrenme yeteneği ve örgütsel yenilikçilik ölçeklerinin geçerliliklerinin tespit edilebilmesi için açılımlayıcı faktör analizi gerçekleştirilmiştir. Veri setinin faktör analizi için uygunluğunun değerlendirilmesi amacıyla korelasyon matrisinin oluşturulması, Bartlett testi ve Kaiser-Meyer-Olkin (KMO) testi olmak üzere üç yöntem kullanılmaktadır (Kalaycı, 2017: 321). Değişkenler arasındaki korelasyonları gösteren matrisler incelendiğinde ÖÖY ölçeği için en düşük korelasyon katsayısının 0,296 ve en yüksek korelasyon katsayısının 0,800 olduğu, ÖY ölçeği için ise en düşük korelasyon katsayısının 0,511 ve en yüksek korelasyon katsayısının

¹³ Yönlü bir grafta, bağlantı yönleri takip edilerek tüm düğüm çiftleri arasında bir yol bulunabiliyorsa güçlü bağlantılı (strongly connected) graf ve bulunamıyor ancak graf yönsüz olarak değerlendirildiğinde tüm düğüm çiftleri arasında bir yol bulunabiliyorsa zayıf bağlantılı (weakly connected) graf olarak adlandırılmaktadır (Tunalı, 2016: 14).

¹⁴ Örgütsel öğrenme yeteneği ölçeğinde bulunan beşinci ifadenin güvenilirliği düşürdüğü (İfade Silindiğinde Cronbach's Alpha: 0,936) ancak ifadenin ölçekten çıkartılması halinde güvenilirlik katsayısında meydana gelen artışın çok küçük olduğu görülmüştür. Bu sebeple ifade ölçekten çıkartılmamıştır.

0,826 olduğu tespit edilmiştir. KMO testi sonucunun ÖÖY ölçeği için 0,926 ve ÖY ölçeği için ise 0,965 olduğu görülmüş ve her iki ölçek için de Bartlett testi sonuçları anlamlı çıkmıştır. Sonuçlar doğrultusunda faktör analizi için uygunluğun sağlandığı tespit edilerek ölçekler için analizler gerçekleştirilmiştir. Değişkenlerin analizde tutulabilmesi için genel olarak 0,50'den büyük ortak varyans değerlerine sahip olmaları gerekmektedir (Hair Jr. vd., 2019: 158). Sonuçlar incelendiğinde ölçeklerde bulunan ifadelerin ortak varyans değerlerinin 0,50'den yüksek olduğu görülmüş ve bu doğrultuda tüm ifadeler tutularak her iki ölçek için de faktör analizine devam edilmiştir. Faktör analizinde $\pm 0,30$ ile $\pm 0,40$ aralığındaki faktör yüklerinin yapının yorumlanması için minimum seviyeyi karşıladığı kabul edilir (Hair Jr. vd., 2019: 151).

Örgütsel öğrenme yeteneği ölçeği faktör analizi sonucuna göre ölçekte yer alan ifadelerin iki faktör altında toplandığı ve ölçekte bulunan tüm ifadelerin faktör yüklerinin $\pm 0,30$ 'dan yüksek olduğu tespit edilmiştir. Öz değeri 7,780 olan ve dokuz ifadeyi içeren birinci faktörün varyansın %55,570'ini açıkladığı ve bu faktörün güvenilirlik katsayısının 0,938 olduğu tespit edilmiştir. Öz değeri 1,539 olan ve beş ifadeyi içeren ikinci faktörün varyansın %10,993'ünü açıkladığı ve bu faktörün güvenilirlik katsayısının 0,846 olduğu tespit edilmiştir. Benzer biçimde örgütsel yenilikçilik ölçeği faktör analizi sonucuna göre de ölçekte yer alan ifadelerin iki faktör altında toplandığı ve tüm ifadelerin faktör yüklerinin $\pm 0,30$ 'dan yüksek olduğu tespit edilmiştir. Öz değeri 13,111 olan ve 13 ifadeyi içeren birinci faktörün varyansın %65,555'ini açıkladığı ve bu faktörün güvenilirlik katsayısının 0,960 olduğu tespit edilmiştir. Öz değeri 1,103 olan ve yedi ifadeyi içeren ikinci faktörün varyansın %5,513'ünü açıkladığı ve bu faktörün güvenilirlik katsayısının 0,943 olduğu tespit edilmiştir. Cronbach's Alpha katsayıları doğrultusunda ölçekler kapsamında oluşan faktörlerin yüksek düzeyde güvenilir oldukları söylenebilir.

Güvenilirlik ve geçerlilik analizlerini takiben otel işletmelerinin örgütsel öğrenme yeteneği ve örgütsel yenilikçilik düzeyleri tespit edilmiştir. İşletmelerin örgütsel öğrenme yeteneği ve örgütsel yenilikçilik düzeylerine ilişkin bulgular Tablo 2'de yer almaktadır.

Tablo 2. İşletmelerin Örgütsel Öğrenme Yeteneği ve Örgütsel Yenilikçilik Düzeyleri

İşletme Kodu	Örgütsel Öğrenme Yeteneği Ortalaması	Örgütsel Yenilikçilik Ortalaması
OT1	3,0300	2,6397
OT2	3,5378	3,8785
OT3	3,0061	3,4057
OT4	4,0741	4,2915
OT5	3,3312	3,7700
OT6	4,7656	4,6619
OT7	3,7773	3,8450
OT8	3,8836	4,0664
OT9	3,3351	3,3096
OT10	3,9085	3,5932
OT11	3,1916	3,0430
OT12	3,7238	4,1578
OT13	2,1479	1,9368
OT14	4,0531	3,5767
OT15	3,3155	3,5053
OT16	4,0877	4,1947
OT17	3,1104	3,5141
OT18	4,0400	4,2115

İşletmelerin örgütsel öğrenme yeteneği ve örgütsel yenilikçilik düzeyleri değerlendirildiğinde, altı numaralı işletmenin hem örgütsel öğrenme yeteneği hem de örgütsel yenilikçilik açısından en yüksek ortalamaya sahip olduğu görülmüştür. On üç numaralı işletmenin ise iki değişken açısından da en düşük ortalamaya sahip olduğu tespit edilmiştir.

Tablo 1 ve 2'de yer verilen bulgular doğrultusunda işletmelerin merkezilikleri ile örgütsel öğrenme yetenekleri ve örgütsel yenilikçilikleri arasındaki ilişkilerin tespit edilebilmesi için korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Korelasyon analizinde, örnek sayısının 30'un altında olması durumunda parametrik

olmayan katsayılar kullanılmalıdır (Durmuş vd., 2022: 146). Bu araştırmada parametrik olmayan katsayılardan olan Spearman korelasyon katsayısı kullanılmıştır. Gerçekleştirilen korelasyon analizi sonuçları Tablo 3'te yer almaktadır.

Tablo 3. Korelasyon Analizi Sonuçları

	Örgütsel Öğrenme Yeteneği (Anlamlılık Düzeyi)	Örgütsel Yenilikçilik (Anlamlılık Düzeyi)
İç Derece Merkeziliği	0,404 (,096)	0,447 (,063)
Dış Derece Merkeziliği	0,323 (,191)	0,218 (,384)
Toplam Derece Merkeziliği	0,361 (,141)	0,334 (,175)
Yakınlık Merkeziliği ¹⁵	0,203 (,601)	-0,110 (,779)
Arasındalık Merkeziliği	0,161 (,524)	0,159 (,529)

Korelasyon analizi sonuçları incelendiğinde değişkenler arasında %95 güven düzeyinde anlamlı bir ilişki olmadığı görülmüştür. Buna göre 1, 2, 3, 4, 5, 6, 7, 8, 9 ve 10 numaralı hipotezler desteklenmemiştir. Araştırmada örgütsel öğrenme yeteneği ve örgütsel yenilikçilik arasındaki ilişki de incelenmiş olup ilişkinin tespiti için 347 katılımcıdan elde edilen veriler doğrultusunda korelasyon analizi gerçekleştirilmiştir. Analiz öncesinde iki değişkenin de basıklık ve çarpıklık değerleri ile normal Q-Q grafikleri incelenmiştir. Verinin normal dağılım varsayımına uyup uymadığı hakkında bilgi veren (Sönmez Çakır, 2019: 72) çarpıklık ve basıklık katsayıları için kabul edilebilir aralık ± 1 'dir (Demir, 2022: 401). Grafik ile inceleme dağılımın normalliği hakkında başvurulacak bir diğer yöntem olup sıklıkla kullanılan grafiklerden biri de normal Q-Q grafiğidir (Büyüköztürk, 2018: 40).

Bu araştırmada verilere ilişkin çarpıklık ve basıklık değerlerinin +1 ile -1 arasında bulunduğu (ÖÖY çarpıklık değeri: -0,597 - ÖÖY basıklık değeri: 0,137 - ÖY çarpıklık değeri: -0,746 - ÖY basıklık değeri: 0,158) ve normal Q-Q grafiklerinde de verilerin normal dağılıma yakın bir seyrinde olduğu görülmüştür. Buna göre verilerin normal dağılımdan önemli ölçüde sapma göstermediği belirtilebilir. Veri normal dağılıma sahipse parametrik bir test olan Pearson korelasyon katsayısıyla ilişki hesaplanabilmektedir (Sönmez Çakır, 2019: 188). Sosyal bilimlerde değişkenlerin dağılımının yaklaşık normal olmasının parametrik testlerin gerçekleştirilebilmesi için yeterli şartı oluşturduğu da belirtilmektedir (Durmuş vd., 2022: 66). Bu doğrultuda bu araştırmada örgütsel öğrenme yeteneği ile örgütsel yenilikçilik arasındaki ilişkinin tespit edilebilmesi için gerçekleştirilen korelasyon analizi kapsamında parametrik katsayılardan Pearson korelasyon katsayısı kullanılmıştır. Analiz sonucuna göre iki değişken arasında %99 güven düzeyinde anlamlı, pozitif yönlü ve yüksek düzeyde¹⁶ (0,803 $p < 0,01$) bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Buna göre, 11 numaralı hipotez desteklenmiştir. Araştırma hipotezlerinin sonuçları Tablo 4'te özetlenmiştir.

Tablo 4. Hipotez Sonuçları

H ₁ : İç derece merkeziliği ile örgütsel öğrenme yeteneği arasında ilişki vardır.	Desteklenmedi.
H ₂ : İç derece merkeziliği ile örgütsel yenilikçilik arasında ilişki vardır.	Desteklenmedi.
H ₃ : Dış derece merkeziliği ile örgütsel öğrenme yeteneği arasında ilişki vardır.	Desteklenmedi.
H ₄ : Dış derece merkeziliği ile örgütsel yenilikçilik arasında ilişki vardır.	Desteklenmedi.
H ₅ : Toplam derece merkeziliği ile örgütsel öğrenme yeteneği arasında ilişki vardır.	Desteklenmedi.
H ₆ : Toplam derece merkeziliği ile örgütsel yenilikçilik arasında ilişki vardır.	Desteklenmedi.
H ₇ : Yakınlık merkeziliği ile örgütsel öğrenme yeteneği arasında ilişki vardır.	Desteklenmedi.
H ₈ : Yakınlık merkeziliği ile örgütsel yenilikçilik arasında ilişki vardır.	Desteklenmedi.
H ₉ : Arasındalık merkeziliği ile örgütsel öğrenme yeteneği arasında ilişki vardır.	Desteklenmedi.
H ₁₀ : Arasındalık merkeziliği ile örgütsel yenilikçilik arasında ilişki vardır.	Desteklenmedi.
H ₁₁ : Örgütsel öğrenme yeteneği ile örgütsel yenilikçilik arasında ilişki vardır.	Desteklendi.

¹⁵ Yakınlık merkeziliği ile örgütsel öğrenme yeteneği ve örgütsel yenilikçilik arasındaki korelasyon analizine yakınlık merkeziliği hesaplamaları doğrultusunda ağdaki en büyük güçlü bağlantılı bileşenin içinde yer alan işletmeler dahil edilmiştir.

¹⁶ Çıkan sonuca göre; "0,70 $\leq$ korelasyon değeri $\leq$ 0,89" ise yüksek düzeyde bir ilişki olduğu yorumu yapılmaktadır (Taşpınar, 2017: 194).

4. SONUÇ, TARTIŞMA VE ÖNERİLER

Araştırmada örgütler arası ağlar, örgütsel öğrenme yeteneği ve örgütsel yenilikçilik arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Örgütler arası ağlar, örgütlerin öğrenme yetenekleri ve yenilikçilikleri için ihtiyaç duydukları bilgi vb. çeşitli kaynakları sağlamaktadır ve ağ içerisinde bulunan konum örgütün ağdan edinebileceği kaynaklar üzerinde etkili olmaktadır. Bu araştırmada Ankara’da bulunan turizm işletmesi belgeli 5 yıldızlı otel işletmeleri arasındaki tavsiye ilişkileri doğrultusunda oluşan ağ incelenmiştir. Her bir işletmenin; ağ içerisindeki konumlarına ilişkin merkezilikleri (iç derece, dış derece, toplam derece, yakınlık ve arasındalık), örgütsel öğrenme yetenekleri ve örgütsel yenilikçilikleri tespit edilerek bu değişkenler arasındaki ilişkiler incelenmiştir.

Büyüklüğü 18 olan tavsiye ağının yoğunluğunun 0,183 olduğu görülmüştür. Katsayı incelendiğinde yoğunluğun düşük olduğu görülmektedir. Buna göre otel işletmeleri arasında tavsiye amacıyla kurulan bağlantı sayısının düşük olduğu söylenebilir. Öyle ki 18 otel işletmesinden iki işletmenin doğrudan bağlantı sayısının sıfır olduğu görülmüştür. Ortalama dereceye göre de ağdaki bağlantı sayısının düşük olduğu çıkarımı yapılabilmektedir. Ağ içerisindeki her bir işletmenin ortalama iç ve ortalama dış derecesi 3,111’dir. Tavsiye alma ilişkisinde yüksek dış derece, bir düğümün diğer birçok düğümden tavsiye aldığını, yüksek iç derece ise düğümün diğer birçok düğüme tavsiye verdiğini göstermektedir (Borgatti vd., 2013: 176). Bu doğrultuda tavsiye almak için diğer işletmelerin en fazla ilişki kurduğu işletme yedi numaralı işletme ve tavsiye almak için diğer işletmelerle en fazla ilişki kuran işletme ise dokuz numaralı işletmedir. En yüksek dış yakınlığa sahip aktör, diğerlerine en az sayıda adımda ulaşabilen aktördür (Valente, 2010: 85). Aktörün dış yakınlık merkeziliği ne kadar yüksekse, diğer aktörlere ulaşması o kadar kolaydır (Xia vd., 2023). Bu doğrultuda dokuz numaralı işletmenin, diğer işletmelere göre tavsiyeye ulaşma konusunda daha avantajlı bir konumda olduğu söylenebilir. Bir kişinin ağda daha fazla aracı rolünde olması durumunda daha önemli olduğu fikrine dayanan (Kadry ve Al-Taie, 2014: 92) arasındalık merkeziliği, bir düğümün ağ içindeki bilgi akışının kontrolü açısından ne kadar etkili bir konumda olduğunu göstermektedir (Tunalı, 2016: 28). Bu doğrultuda 9, 5 ve 10 numaralı işletmelerin, ağ içerisindeki tavsiye akışının kontrolü açısından avantajlı bir konuma sahip oldukları belirtilebilir.

Araştırma kapsamında gerçekleştirilen korelasyon analizi sonucuna göre otel işletmelerinin konumlarına ilişkin merkezilikleri ile örgütsel öğrenme yetenekleri ve örgütsel yenilikçilikleri arasında anlamlı ilişkiler bulunmadığı görülmüştür. Literatürde turizm bağlamında örgütler arası ağlar ile örgütsel öğrenme konularını birlikte ele alan çalışmalar bulunmaktadır. Örneğin Chung vd. (2015) imalat sektörleri ve turizm sektörü de dahil olmak üzere hizmet sektörlerinde faaliyet gösteren firmalar kapsamında gerçekleştirdikleri araştırmada ticari bağlar ile örgütsel öğrenme arasında pozitif yönlü, politik bağlar ile örgütsel öğrenme arasında ise negatif yönlü ilişki bulunduğunu tespit etmiştir. Tan (2018) oteller kapsamında gerçekleştirdiği araştırmada ilişkiler ağının örgütsel öğrenme üzerinde pozitif yönde etkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır. Binder (2019) ise turizm ve otelcilik araştırmaları bağlamında örgütler arası ağlar aracılığıyla örgütsel öğrenme ile ilgili mevcut literatürü sistematik olarak incelemiştir. Literatürde örgütler arası ağlar ile örgütsel öğrenme yeteneğini birlikte ele alan çalışmalar da yer almaktadır. Tambosi vd. (2020) örgütler arası iş birliğinin örgütsel öğrenme yeteneği üzerinde pozitif yönde etkisi olduğu, Yunita (2022) ağ oluşturma yeteneğinin örgütsel öğrenme yeteneği üzerinde pozitif yönde etkisi olduğu, Jin ve Li (2023) hem pazara hem de bilime dayalı ortaklıkların örgütsel öğrenme yeteneği üzerinde pozitif yönde etkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır. Bununla birlikte Chiva vd. (2007) tarafından dış çevre ile etkileşim, örgütsel öğrenme yeteneğinin beş boyutundan biri olarak belirlenmiştir.

Literatürde turizm bağlamında örgütler arası ağlar ile örgütsel yenilikçilik konularını birlikte ele alan çalışmalar bulunmaktadır. Örneğin; Sundbo vd. (2007) en yenilikçi turizm firmalarının yerel ve yerel olmayan ağlara daha fazla katıldıklarını ancak turizm firmalarının çok sınırlı ağlara sahip olsalar bile oldukça yenilikçi olabildiklerini, Nybakk vd. (2008) doğa temelli turizm şirketleri kapsamında ağ oluşturma yeteneğinin yenilikçilik üzerinde pozitif yönde etkisi olduğunu, Garcia-Villaverde vd. (2021) kültür turizmi şirketleri kapsamında sosyal sermayenin yenilikçilik üzerinde pozitif yönde etkisi olduğu sonucuna ulaşmıştır. Omerzel (2015) ağ oluşturmaya turizm sektöründeki KOBİ’ler için yenilikçiliğin temel faktörlerinden biri olarak ele almıştır. Genel olarak örgütler arası ağların örgütsel yenilikçilik ile pozitif yönlü ilişkisi olduğu görülmektedir.

Literatürde örgütler arası ağ içinde bulunulan konum ile örgütsel yenilikçilik arasındaki ilişkileri inceleyen çalışmalar da bulunmaktadır. Zhao vd. (2021) derece merkeziliğinin bilgi çeşitliliği ile örgütsel yenilik yeteneği arasındaki ilişkide düzenleyici bir rol oynadığını, Wang vd. (2019) derece merkeziliğinin yenilik performansı¹⁷ üzerinde pozitif yönde etkisi olduğunu, Du ve Zhang (2022) derece merkeziliğinin ve yapısal boşluk konumunun yenilik performansı üzerinde negatif yönde etkisi bulunduğunu, Tan vd. (2015) derece merkeziliğinin yenilik performansı üzerinde pozitif yönde, yapısal boşluğun (firma düzeyinde) ise negatif yönde etkisi bulunduğunu, Aktamov ve Zhao (2014) özvektör ve derece merkeziliğinin yenilik performansı üzerinde pozitif yönde etkisi olduğunu ancak yakınlık merkeziliğinin anlamlı bir etkisinin bulunmadığını, Önder ve Ulukan (2020) derece ve yakınlık merkeziliğinin yenilik performansını arttırdığını, Ahuja (2000) doğrudan ve dolaylı bağlantıların yenilik çıktısı üzerinde pozitif yönde etkisi olduğunu ancak ağ içindeki yapısal boşlukların artmasının ise yenilik çıktısını azalttığını, Bell (2005) iç derece merkeziliğinin yenilikçiliği arttırdığını tespit etmiştir. Dambiski Gomes de Carvalho vd. (2020) ise iki farklı destinasyondaki turizm KOBİ'leri kapsamında iş birlikçi rekabet ilişkileri (ticari ilişkiler, bilgilendirici ilişkiler, bilgi ilişkileri, ortaklık ilişkileri) doğrultusunda KOBİ'lerin derece ve arasındalık merkezilikleri ile yenilikçilikleri (yenilik girdileri, yenilik yetenekleri ve yenilik çıktıları) arasında anlamlı olan veya olmayan ilişkilerin bulunduğunu belirlemiştir.

Literatür incelendiğinde genel olarak örgütler arası ağların örgütsel öğrenme ve örgütsel öğrenme yeteneği ile pozitif yönlü ilişkisi olduğu görülmektedir. Ancak ağ içinde bulunulan konum ile örgütsel öğrenme yeteneği arasındaki ilişkileri ele alan bir araştırmaya rastlanmamıştır. Bu araştırmada otel işletmelerinin tavsiye ağı içindeki konumlarına ilişkin iç derece, dış derece, toplam derece, yakınlık ve arasındalık merkezilikleri ile örgütsel öğrenme yetenekleri arasındaki ilişkilerin anlamlı olmadığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte literatürde ağ yoğunluğu (Chi vd., 2010; Andrevski ve Ferrier, 2019; Lee, 2021; Wang ve Wang, 2025), ağ merkezileşmesi (Lee, 2021; Wang ve Wang, 2025), ağ büyüklüğü (Ofem, 2014; Yoon vd., 2015), ortak çeşitliliği (Yoon vd., 2015), bağ heterojenliği (Ofem, 2014), mağaza yaşı ve ürün çeşitlendirmesi (Wang ve Wang, 2025) gibi faktörlerin işletmelerin çeşitli davranışları veya çıktıları ile ilişkili olduğunu gösteren araştırmalar mevcuttur.

Literatür incelendiğinde örgütler arası ağlarda sahip olunan konum ile örgütsel yenilikçilik arasındaki ilişkileri ele alan çalışmalarda pozitif yönlü, negatif yönlü veya anlamlı olmayan ilişkilerin tespit edildiği görülmektedir. Bu araştırmada otel işletmelerinin tavsiye ağı içindeki konumlarına ilişkin iç derece, dış derece, toplam derece, yakınlık ve arasındalık merkezilikleri ile örgütsel yenilikçilikleri arasındaki ilişkilerin anlamlı olmadığı tespit edilmiştir. Bununla birlikte literatürde ağ büyüklüğü (Thorgren vd., 2009; Xie vd., 2014), ağ yoğunluğu (Lee vd., 2009; Tan vd., 2015; Wang vd., 2019), ağın homojenliği, gücü, açıklığı ve biçimi (Xie vd., 2014), ortaklık çeşitliliği (Fu, 2022), firma yaşı (Bell, 2005) gibi faktörlerin yenilikçilik ile ilişkili olduğunu gösteren araştırmalar mevcuttur.

Araştırma bulguları doğrultusunda işletmelerin tavsiye amacıyla kurmuş oldukları doğrudan bağlantıların, diğer işletmelere ulaşma hızlarının veya sahip oldukları aracılık rollerinin öğrenme yetenekleri veya yenilikçilikleri ile anlamlı bir ilişkisi bulunmadığı söylenebilir. Ancak literatür ağın genel yapısına, ilişkilere ve aktörlere ilişkin çeşitli özelliklerin yenilikçilik ve örgütlerin çeşitli davranışları veya çıktıları ile ilişkili olduğunu göstermektedir. Bu doğrultuda ağ yoğunluğu, büyüklüğü, ortak/ortaklık çeşitliliği, bağ heterojenliği, örgüt yaşı gibi faktörlerin de örgütlerin öğrenme yetenekleri ve yenilikçilikleri ile ilişkili olabileceği belirtilebilir.

Bu araştırmada örgütsel öğrenme yeteneği ile örgütsel yenilikçilik arasındaki ilişki de incelenmiş ve otel işletmelerinin öğrenme yetenekleri ve yenilikçilikleri arasında yüksek düzeyde pozitif yönlü ilişki olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Bu doğrultuda otel işletmelerinin öğrenmelerine olanak tanıyan, öğrenme süreçlerini kolaylaştıran faktörlerin işletmelerin yenilikçilikleri ile ilişkili olduğu söylenebilir. İşletmelerin öğrenme yetenekleri arttıkça yenilikçiliklerinin de artış gösterdiği ifade edilebilir. Literatür incelendiğinde örgütsel öğrenme yeteneğinin örgütsel yenilikçilik ile ilişkisini ele alan çalışmalar bulunmaktadır (Onağ vd., 2014; Hussain vd., 2018; Thahira vd., 2020; Sopiah vd., 2024). Bununla birlikte Anh ve Thong (2017) seyahat şirketleri kapsamında gerçekleştirdikleri çalışmada yenilik yeteneğini dört boyutlu bir yapı olarak ele almışlardır ve

¹⁷ Yenilikçi girdiler veya yenilik çıktıları açısından ölçülebilen yenilik performansı (Ahuja ve Katila, 2001: 198) yenilikçiliğin bir göstergesi olarak değerlendirilmiştir.

öğrenme yeteneği bu boyutlar arasında yer almaktadır. Bu araştırmanın sonucunun literatür ile örtüştüğü görülmüştür.

Araştırma sonuçları, uygulamaya yönelik olarak değerlendirildiğinde ise işletmeler açısından faydalı çıkarımların ortaya çıktığı söylenebilir. İşletmelerin birbirleri ile kurmuş oldukları ilişkiler çeşitli faydalar sağlamaktadır ve bu faydalar ağ içinde sahip olunan konum ile yakından ilişkilidir. Ancak bu çalışmada ele alınan ağın yoğunluğunun, başka bir ifadeyle ağdaki toplam bağlantı sayısının maksimum bağlantı sayısına oranının düşük olduğu görülmektedir. Araştırmada incelenen aktörlerin aynı ürünü sunan işletmeler olması sebebiyle bu işletmelerin rekabet içinde oldukları ve bu rekabetin işletmelerin birbirleri ile kurmuş oldukları ilişkiler ile bağlantılı olduğu düşünülmektedir. Diğer bir deyişle, rekabet ortamının işletmelerin birbirleri ile kurmuş oldukları doğrudan bağlantıların sayısı, birbirlerine olan yakınlıkları ve üstlendikleri aracılık rolleri ile ilişkili olduğu düşünülmektedir. İşletmelerin ağ ilişkilerinden en üst seviyede fayda sağlayabilmeleri için ağ içinde, ihtiyaç duydukları kaynakları edinebilecekleri konumlarda bulunmalarının faydalı olacağı ifade edilebilir. İşletmelerin doğrudan bağlantı sayısının fazla olduğu, diğer işletmelere daha hızlı ulaşabilecekleri ya da aracılık rolünde bulunabilecekleri konumlarda yer almaları edinilecek faydaları arttırabilir. Otel işletmelerinin ağ ilişkilerinden örgütsel öğrenme yetenekleri ve örgütsel yenilikçilikleri kapsamında en üst düzeyde fayda sağlamayabilmeleri için ağ içerisinde avantajlı konumlarda bulunmalarının faydalı olabileceği söylenebilir. Bununla birlikte örgütsel öğrenme yeteneği ve örgütsel yenilikçilik ilişkisine yönelik bulgu doğrultusunda işletmelerin yenilikçiliklerini arttırmaları konusunda öğrenme yeteneklerine odaklanmalarının faydalı olacağı söylenebilir.

Bu araştırma turizm sektörü bağlamında gerçekleştirilmiş olup ileride gerçekleştirilecek çalışmalar için çeşitli öneriler sağlamaktadır. Gerçekleştirilen literatür incelemesi doğrultusunda turizm bağlamında; örgütsel öğrenme yeteneği ile örgütler arası ağlar konularını birlikte ele alan bir çalışmaya rastlanmamıştır. Örgütsel yenilikçilik ile örgütler arası ağlar konularını birlikte ele alan çalışmaların ise az sayıda olduğu görülmüştür. Destekler nitelikte Çeti ve Ünlüönen (2024) tarafından örgütler arası ağlar konusunu inceleyen çalışmalar ile ilgili gerçekleştirilen bibliyometrik analiz sonucunda örgütler arası ağlar ile turizm konularını birlikte inceleyen az sayıda çalışma bulunduğu tespit edilmiştir. Daha özeldir turizm bağlamında ağ içinde sahip olunan konum ile örgütsel öğrenme yeteneği arasındaki ilişkileri inceleyen bir çalışmaya rastlanmamakla birlikte ağ içerisinde sahip olunan konum ile örgütsel yenilikçilik arasındaki ilişkileri inceleyen yalnızca bir çalışmaya rastlanmıştır. Bu doğrultuda, turizm bağlamında örgütler arası ağlarda bulunan konum ile örgütlerin öğrenme yetenekleri ve yenilikçilikleri arasındaki ilişkileri inceleyen çalışmaların arttırılmasının faydalı olacağı ifade edilebilir. Çünkü konu ile ilgili olarak turizm sektörü bağlamında keşfedilmemiş birçok alan olduğu ifade edilebilir. Örneğin yukarıda da belirtildiği üzere literatür ağın genel yapısına, aktörlere ya da ilişkilere ilişkin farklı özelliklerin de yenilikçilik ve örgütlerin çeşitli davranışları veya çıktıları ile ilişkili olduğunu göstermektedir.

İleride gerçekleştirilecek çalışmalarda ağ içinde bulunan konum ile örgütsel öğrenme yeteneği ve örgütsel yenilikçilik arasındaki ilişkiler farklı ağlar kapsamında incelenebilir. Örneğin, daha büyük ağlar veya ağ içinde bağlantıların fazla olduğu ve buna bağlı olarak daha yüksek yoğunluğa sahip olduğu düşünülen ağlar kapsamında bir inceleme gerçekleştirilebilir. İlerideki çalışmalarda incelenecek olan ağın aktörleri açısından turizm işletmesi belgeli 5 yıldızlı otel işletmeleri dışında farklı konaklama tesisi türleri ya da turizm sektöründe faaliyet gösteren farklı işletmeler ele alınabilir. Örneğin, butik oteller, seyahat işletmeleri, ulaşım işletmeleri vb. kapsamında bir inceleme gerçekleştirilebilir. Bununla birlikte aynı ürünü sunan işletmelerin birbirleriyle ilişkileri dışında turizm sektöründe faaliyet gösteren farklı ürünler sunan işletmeler arasındaki ilişkiler de ele alınabilir. Örneğin; otel işletmeleri, seyahat işletmeleri, ulaşım işletmeleri vb. arasındaki ilişkiler incelenebilir. Ancak aktörler sadece özel sektör işletmeleri olarak düşünülmemelidir. Turizm sektörü paydaşlarından olan kamu kurumları veya kâr amacı gütmeyen kuruluşlar da ele alınabilir. İlerideki çalışmalarda; turizm sektörü kapsamında ego ağları da incelenebilir, tavsiye ilişkileri dışında farklı ilişki türleri de değerlendirilebilir, olumlu ilişkiler kadar olumsuz ilişkilerin de örgütler üzerinde etkisi olması sebebiyle turizm sektöründe faaliyet gösteren örgütler arasındaki olumsuz ilişkiler de incelenebilir. Bununla birlikte örgütsel öğrenme yeteneği ve örgütsel yenilikçilik arasındaki ilişkiyi turizm bağlamında ele alan çalışmaların artmasının da yararlı olacağı düşünülmektedir. İlerideki çalışmalarda bu ilişkiye yönelik farklı konaklama tesisi türleri ya da farklı turizm işletmeleri kapsamında bir değerlendirme gerçekleştirilebilir.

Sınırlılıklar

Araştırmanın birtakım sınırlılıkları bulunmaktadır. Araştırmada yalnızca Ankara'daki turizm işletmesi belgeli 5 yıldızlı otel işletmeleri ele alınmıştır. Araştırma için izin alınamayan ve güvenilirlik sebebiyle kapsam dışı tutulan işletmelerin olması sebebiyle incelenen ağın büyüklüğü 18 işletme ile sınırlı kalmış, tam ağ araştırması hedefine ulaşılammış ve örgütsel öğrenme yeteneği ile örgütsel yenilikçilik analizleri de 18 işletmeden edinilen veriler üzerinden gerçekleştirilmiştir. Ağ araştırması kapsamında ilişki türü olarak yalnızca tavsiye ilişkisi ele alınmıştır. Araştırmada kesitsel veri kullanılmıştır.

AÇIKLAMALAR / DECLARATIONS

Üretken Yapay Zekâ Beyanı: Bu çalışmanın hazırlanmasında üretken yapay zekâ araçları yalnızca çeviri desteği alma amacıyla kullanılmıştır. Bu araçlar araştırma verisi üretmek, istatistiksel analiz gerçekleştirmek, bulguları yorumlamak veya bilimsel sonuçları geliştirmek amacıyla kullanılmamıştır. Yazarlar, yapay zekâ desteğiyle oluşturulan tüm içeriği eleştirel biçimde gözden geçirmiş ve yayımlanan çalışmanın doğruluğu, bütünlüğü ve özgünlüğüne ilişkin tüm sorumluluğu üstlenmektedir.

CRedit Yazarlık Katkı Beyanı: **Buse Çeti:** Kavramsallaştırma, Metodoloji, Veri Toplama, Araştırma, Yazma – Orijinal Taslak, Yazma – İnceleme ve Düzenleme. **Kurban Ünlüönen:** Kavramsallaştırma, Danışmanlık, Doğrulama, Yazma – İnceleme ve Düzenleme. Her iki yazar da makalenin son halini okumuş, onaylamış ve çalışmanın tüm yönlerinden sorumlu olmayı kabul etmiştir.

Çıkar Çatışması Beyanı: Yazarlar, bu araştırmanın yürütülmesi, analizi, yorumlanması veya yayımlanması sürecini etkileyebilecek herhangi bir finansal, ticari, kişisel veya mesleki çıkar çatışması bulunmadığını beyan eder.

Veri Erişilebilirliği Beyanı: Bu çalışmada kullanılan veriler, Ankara'da bulunan turizm işletmesi belgeli 5 yıldızlı otel işletmelerinin üst düzey yöneticilerinden ve çalışanlarından anket yoluyla elde edilmiştir. Analiz için derlenen veri seti, ilgili verilerin gizliliğine ilişkin kısıtlar saklı kalmak kaydıyla, makul bir talep üzerine sorumlu yazardan temin edilebilir.

Fon Desteği Beyanı: Yazarlar, bu araştırma, yazarlık veya yayın sürecine ilişkin herhangi bir kurum veya kuruluştan finansal destek almamıştır.

Etik Kurul Onayı: Bu çalışma için Ankara Hacı Bayram Veli Üniversitesi Etik Komisyonu'nun 13.07.2023 tarih ve E-11054618-302.08.01-195090 sayılı kararı ile izin alınmıştır.

KAYNAKÇA

- Acar, P. (2016). *The synergistic interaction of talent management and organizational learning capability on organizational innovativeness: Fast-fashion apparel industry* (Tez No. 446109) [Doktora tezi, Marmara Üniversitesi]. Ulusal Tez Merkezi.
- Afshari, L. ve Hadian Nasab, A. (2021). Enhancing organizational learning capability through managing talent: mediation effect of intellectual capital. *Human Resource Development International*, 24(1), 48-64. <https://doi.org/10.1080/13678868.2020.1727239>
- Ahuja, G. (2000). Collaboration networks, structural holes, and innovation: A longitudinal study. *Administrative Science Quarterly*, 45(3), 425-455. <https://doi.org/10.2307/2667105>
- Ahuja, G. ve Katila, R. (2001). Technological acquisitions and the innovation performance of acquiring firms: A longitudinal study. *Strategic Management Journal*, 22(3), 197-220. <https://doi.org/10.1002/smj.157>
- Aksoy, M. (2012). *Organizasyon kültürünün ve öğrenme yeteneklerinin sınır ötesi satın almalarındaki etkinliği ve performans ilişkisi; Türk bankacılığında deneysel değerlendirme* (Tez No. 333208) [Doktora tezi, Beykent Üniversitesi]. Ulusal Tez Merkezi.
- Aktamov, S. ve Zhao, Y. (2014). Impact of network centrality positions on innovation performance of the firm: Evidence from China automobile industry. *Business Management and Strategy*, 5(1), 164-178. <https://doi.org/10.5296/bms.v5i1.5183>
- Alan, H. ve Sözen, H. C. (2017). Biçimsel ve biçimsel olmayan sosyal ağların sosyal sermaye edinimindeki rolü: Kadın yönetim kurulu üyeleri üzerine bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9(1), 339-361. <https://doi.org/10.20491/isarder.2017.248>
- Andrevski, G. ve Ferrier, W. J. (2019). Does it pay to compete aggressively? Contingent roles of internal and external resources. *Journal of Management*, 45(2), 620-644. <https://doi.org/10.1177/0149206316673718>
- Anh, T. T. ve Thong, N. N. (2017). Innovation of the firm: How to create performance from capability. *Journal of Economic Development*, 24(4), 64-84. <https://doi.org/10.24311/jabes/2017.24.4.4>
- Anning-Dorson, T. ve Nyamekye, M. B. (2020). Be flexible: turning innovativeness into competitive advantage in hospitality firms. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 32(2), 605-624. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-12-2018-1014>
- Augustyn, M. M. ve Knowles, T. (2000). Performance of tourism partnerships: a focus on York. *Tourism Management*, 21(4), 341-351. [https://doi.org/10.1016/S0261-5177\(99\)00068-0](https://doi.org/10.1016/S0261-5177(99)00068-0)
- Aydoğan, E., Orhan, F., Naldöken, Ü., Beylik, U. ve Aksay, K. (2011). Sağlık kurumlarında örgütsel öğrenme kapasitesi: Bir kamu hastanesi örneği. *C.Ü. İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 12(2), 191-213.
- Balcioğlu, M. (2022). *Ağlar, yönetim ve bölgesel kalkınma bağlamında Zafer Kalkınma Ajansı: Bir sosyal ağ analizi çalışması* (Tez No. 738177) [Doktora tezi, Uşak Üniversitesi]. Ulusal Tez Merkezi.
- Beckman, C. M. ve Haunschild, P. R. (2002). Network learning: The effects of partners' heterogeneity of experience on corporate acquisitions. *Administrative Science Quarterly*, 47(1), 92-124. <https://doi.org/10.2307/3094892>
- Bell, G. G. (2005). Clusters, networks, and firm innovativeness. *Strategic Management Journal*, 26(3), 287-295. <https://doi.org/10.1002/smj.448>
- Binder, P. (2019). A network perspective on organizational learning research in tourism and hospitality: A systematic literature review. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 31(7), 2602-2625. <https://doi.org/10.1108/IJCHM-04-2017-0240>
- Borgatti, S. P., Everett, M. G. ve Johnson, J. C. (2013). *Analyzing social networks*. SAGE Publications.
- Brass, D. J. (2003). A social network perspective on human resources management. İçinde R. Cross, A. Parker ve L. Sasson (Ed.), *Networks in the knowledge economy* (s. 283-323). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oso/9780195159509.003.0019>

- Brass, D. J. (2012). A social network perspective on organizational psychology. İçinde S. W. J. Kozlowski (Ed.), *The Oxford handbook of organizational psychology* (Cilt 1, s. 667-695). Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/oxfordhb/9780199928309.013.0021>
- Butt, W. H. (2014). *Analysis, event and group prediction of terrorist networks using computing techniques* [Doktora tezi, National University of Science and Technology].
- Büyüköztürk, Ş. (2018). *Sosyal bilimler için veri analizi el kitabı: İstatistik, araştırma deseni SPSS uygulamaları ve yorum* (24. baskı). Pegem Akademi. <https://doi.org/10.14527/9789756802748>
- Chi, L., Ravichandran, T. ve Andrevski, G. (2010). Information technology, network structure, and competitive action. *Information Systems Research*, 21(3), 543-570. <https://doi.org/10.1287/isre.1100.0296>
- Chiva, R., Alegre, J. ve Lapiedra, R. (2007). Measuring organisational learning capability among the workforce. *International Journal of Manpower*, 28(3/4), 224-242. <https://doi.org/10.1108/01437720710755227>
- Cho, S.-w., Allred, S. B. ve Stedman, R. (2024). The social fabric of watershed management: Comparison of citizen-based and agency-based organizations. *Water*, 16(1), Makale 111. <https://doi.org/10.3390/w16010111>
- Chung, H. F. L., Yang, Z. ve Huang, P.-H. (2015). How does organizational learning matter in strategic business performance? The contingency role of guanxi networking. *Journal of Business Research*, 68(6), 1216-1224. <https://doi.org/10.1016/j.jbusres.2014.11.016>
- Coleman, J. S. (1988). Social capital in the creation of human capital. *American Journal of Sociology*, 94(1), 95-120. <https://doi.org/10.1086/228943>
- Çark Gemici, E. (2019). *Çevresel çalkantı ve örgütsel yenilikçilik ilişkisi: Örgütsel öğrenme ve yüksek performanslı iş uygulamalarının etkileri* (Tez No. 548832) [Doktora tezi, Yıldız Teknik Üniversitesi]. Ulusal Tez Merkezi.
- Çeti, B. ve Ünlüönen, K. (2024). Örgütler arası ağlar ile ilgili çalışmaların bibliyometrik analizi. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 16(1), 532-549. <https://doi.org/10.20491/isarder.2024.1809>
- Dambiski Gomes de Carvalho, G., Alisson Westarb Cruz, J., Gomes de Carvalho, H., Carlos Duclos, L. ve Oliveira Correa, R. (2020). Innovativeness and coopetition in tourism SMEs: comparing two coopetitive networks in Brazil. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 3(4), 469-488. <https://doi.org/10.1108/JHTI-12-2019-0134>
- De Nooy, W., Mrvar, A. ve Batagelj, V. (2018). *Exploratory social network analysis with Pajek: Revised and Expanded Edition for Updated Software* (3. baskı). Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/9781108565691>
- Demir, S. (2022). Comparison of normality tests in terms of sample sizes under different skewness and kurtosis coefficients. *International Journal of Assessment Tools in Education*, 9(2), 397-409. <https://doi.org/10.21449/ijate.1101295>
- Driskell, J. E. ve Mullen, B. (2005). Social network analysis. İçinde N. Stanton, A. Hedge, K. Brookhuis, E. Salas ve H. Hendrick (Ed.), *Handbook of human factors and ergonomics methods* (s. 58-1-58-6). CRC Press. <https://doi.org/10.1201/9780203489925>
- Du, C. ve Zhang, Q. (2022). Supply network position, digital transformation and innovation performance: Evidence from listed Chinese manufacturing firms. *PLoS ONE*, 17(12), Makale e0279133. <https://doi.org/10.1371/journal.pone.0279133>
- Durmuş, B., Yurtkoru, E. S. ve Çinko, M. (2022). *Sosyal bilimlerde SPSS'le veri analizi* (8. baskı). The Kitap.
- Eroğlu, G. S. (2020). *Olumlu, danışma ve olumsuz ağ ilişkileri: Hemşireler üzerine bir çalışma* (Tez No. 643029) [Yüksek lisans tezi, Başkent Üniversitesi]. Ulusal Tez Merkezi.
- Esen, A. ve Maden Eyiusta, C. (2015). *Kurumsal sosyal inovasyon: Örgütlerde sosyal inovasyon becerisinin ölçümüne yönelik bir ölçek geliştirme projesi* (Proje No. 113K258). TÜBİTAK. <https://search.trdizin.gov.tr>

- Fayganoğlu, P. (2019). *Sosyal ağ bağlantılarının bireyin iş yeri performansı üzerindeki etkisi: Akademisyenler üzerine bir çalışma* (Tez No. 538402) [Doktora tezi, Başkent Üniversitesi]. Ulusal Tez Merkezi.
- Finnigan, K. S., Luengo-Aravena, D. E. ve Garrison, K. M. (2018). Social network analysis methods in educational policy research. İçinde C. R. Lochmiller (Ed.), *Complementary research methods for educational leadership and policy studies* (s. 231-252). Palgrave Macmillan. https://doi.org/10.1007/978-3-319-93539-3_12
- Flap, H. ve Völker, B. (2001). Goal specific social capital and job satisfaction: Effects of different types of networks on instrumental and social aspects of work. *Social Networks*, 23(4), 297-320. [https://doi.org/10.1016/S0378-8733\(01\)00044-2](https://doi.org/10.1016/S0378-8733(01)00044-2)
- Fu, J. S. (2022). Understanding the internal and external communicative drivers of organizational innovativeness. *Communication Research*, 49(5), 675-702. <https://doi.org/10.1177/0093650220981299>
- Garcia-Villaverde, P. M., Ruiz-Ortega, M. J., Hurtado-Palomino, A., De La Gala-Velasquez, B. ve Zirena-Bejarano, P. P. (2021). Social capital and innovativeness in firms in cultural tourism destinations: Divergent contingent factors. *Journal of Destination Marketing & Management*, 19, Makale 100529. <https://doi.org/10.1016/j.jdmm.2020.100529>
- Gelsing, L. (2010). Innovation and the Development of Industrial Networks. İçinde B.-A. Lundvall (Ed.), *National systems of innovation: Toward a theory of innovation and interactive learning* (s. 119-150). Anthem Press. <https://doi.org/10.7135/UPO9781843318903.007>
- Gençer, M. (2022). *Uygulamalı sosyal ağ analizi*. İzmir Ekonomi Üniversitesi Yayınları.
- Gephi (t.y.). *Closeness centrality*. 06 Mayıs 2024 tarihinde <https://github.com/gephi/gephi/wiki/Closeness-Centrality> adresinden erişildi.
- Goh, S. C., Elliott, C. ve Quon, T. K. (2012). The relationship between learning capability and organizational performance: A meta-analytic examination. *The Learning Organization*, 19(2), 92-108. <https://doi.org/10.1108/09696471211201461>
- Gomez, S. (2019). Centrality in networks: finding the most important nodes. İçinde P. Moscato ve N. J. de Vries (Ed.), *Business and consumer analytics: New ideas* (s. 401-433). Springer Nature. https://doi.org/10.1007/978-3-030-06222-4_8
- Gulati, R. (1998). Alliances and networks. *Strategic Management Journal*, 19(4), 293-317. [https://doi.org/10.1002/\(SICI\)1097-0266\(199804\)19:4<293::AID-SMJ982>3.0.CO;2-M](https://doi.org/10.1002/(SICI)1097-0266(199804)19:4<293::AID-SMJ982>3.0.CO;2-M)
- Gürsakar, N. (2009). *Sosyal ağ analizi: Pajek UCINET ve GMINE uygulamalı*. Dora Yayınları.
- Gürsakar, N. (2018). Ağ bilimi ve sosyal ağlar. İçinde N. Gürsakar ve E. P. Uça Güneş (Ed.), *Sosyal ağ analizi* (s. 2-18). Anadolu Üniversitesi.
- Haile, E. A. ve Tüzüner, V. L. (2022). Organizational learning capability and its impact on organizational innovation. *Asia Pacific Journal of Innovation and Entrepreneurship*, 16(1), 69-85. <https://doi.org/10.1108/APJIE-03-2022-0015>
- Hair Jr., J. F., Black, W. C., Babin, B. J. ve Anderson, R. E. (2019). *Multivariate data analysis* (8. baskı). Cengage Learning EMEA.
- Hanneman, R. A. ve Riddle, M. (2011). Concepts and measures for basic network analysis. İçinde J. Scott ve P. J. Carrington (Ed.), *The SAGE handbook of social network analysis* (s. 340-369). SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781446294413.n24>
- Hurley, R. F. ve Hult, G. T. M. (1998). Innovation, market orientation, and organizational learning: An integration and empirical examination. *Journal of Marketing*, 62(3), 42-54. <https://doi.org/10.1177/002224299806200303>
- Hussain, K., Wahab, E., Zeb, A., Khan, M. A., Javaid, M. ve Khan, M. A. (2018). Examining the relationship between learning capabilities and organizational performance: The mediating role of organizational

innovativeness. *MATEC Web of Conferences*, 150, Makale 06027.
<https://doi.org/10.1051/matecconf/201815006027>

Jin, J. ve Li, M. (2023). Innovate with whom? The bridging effect of organizational learning capability for knowledge-intensive SMEs. *Asian Journal of Technology Innovation*, 31(3), 657-683.
<https://doi.org/10.1080/19761597.2022.2148702>

Jokisaari, M (2017). A social network approach to examining leadership. İçinde B. Schyns, R. J. Hall ve P. Neves (Ed.), *Handbook of methods in leadership research* (s. 256-295). Edward Elgar Publishing.
<https://doi.org/10.4337/9781785367281.00019>

Kadry, S. ve Al-Taie, M. Z. (2014). *Social network analysis: An introduction with an extensive implementation to a large-scale online network using Pajek*. Bentham Science Publishers.
<https://doi.org/10.2174/9781608058181140101>

Kalaycı, Ş. (2017). Faktör analizi. İçinde Ş. Kalaycı (Ed.), *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri* (8. baskı, s. 321-345). Dinamik Akademi.

Kayış, A. (2017). Güvenilirlik analizi (reliability analysis). İçinde Ş. Kalaycı (Ed.), *SPSS uygulamalı çok değişkenli istatistik teknikleri* (8. baskı, s. 403-419). Dinamik Akademi.

Koschützki, D. (2008). Network centralities. Analysis of biological networks. İçinde B. H. Junker ve F. Schreiber (Ed.), *Analysis of biological networks* (s. 65-84). John Wiley & Sons.
<https://doi.org/10.1002/9780470253489.ch4>

Laumann, E. O., Galaskiewicz, J. ve Marsden, P. V. (1978). Community structure as interorganizational linkages. *Annual Review of Sociology*, 4, 455-484. <https://doi.org/10.1146/annurev.so.04.080178.002323>

Lee, G. (2021). *Essays on managing supply networks* (Tez No. 28027582) [Doktora tezi, Michigan State University]. ProQuest Dissertations & Theses Global.

Lee, H.-T. ve Cha, M.-K. (2022). The effect of network structure on the purchase of virtual goods on social networking services. *Internet Research*, 32(4), 1288-1309. <https://doi.org/10.1108/INTR-01-2021-0050>

Lee, R. P., Ginn, G. O. ve Naylor, G. (2009). The impact of network and environmental factors on service innovativeness. *Journal of Services Marketing*, 23(6), 397-406. <https://doi.org/10.1108/08876040910988183>

Liu, X., Bollen, J., Nelson, M. L. ve Van de Sompel, H. (2005). Co-authorship networks in the digital library research community. *Information Processing & Management*, 41(6), 1462-1480.
<https://doi.org/10.1016/j.ipm.2005.03.012>

Mbengue, A. ve Sane, S. (2013). Organizational learning capability: Theoretical analysis and empirical study in the context of official development aid project teams. *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 30(1), 26-39. <https://doi.org/10.1002/CJAS.1238>

McCulloh, I. A., Armstrong, H. L. ve Johnson, A. N. (2013). *Social network analysis with applications*. John Wiley & Sons.

McLeod, M. (2020). Understanding knowledge flows within a tourism destination network. *Journal of Hospitality and Tourism Insights*, 3(5), 549-566. <https://doi.org/10.1108/JHTI-02-2020-0017>

Nahapiet, J. ve Ghoshal, S. (1998). Social capital, intellectual capital, and the organizational advantage. *Academy of Management Review*, 23(2), 242-266. <https://doi.org/10.5465/amr.1998.533225>

Nybakk, E., Vennesland, B., Hansen, E. ve Lunnan, A. (2008). Networking, innovation, and performance in Norwegian nature-based tourism. *Journal of Forest Products Business Research*, 5(4), 1-26.
<https://biobus.swst.org/index.php/bpbj>

Ofem, B. (2014). *Entrepreneurial orientation, collaborative networks, and nonprofit performance* (Tez No. 3583961) [Doktora tezi, University of Kentucky]. ProQuest Dissertations & Theses Global.

Oliveira, M. D. ve Gama, J. (2012). An overview of social network analysis. *WIRES Data Mining and Knowledge Discovery*, 2(2), 99-115. <https://doi.org/10.1002/widm.1048>

- Omerzel, D. G. (2015). Innovativeness in tourism: Model development. *Procedia Economics and Finance*, 23, 750-756. [https://doi.org/10.1016/S2212-5671\(15\)00550-X](https://doi.org/10.1016/S2212-5671(15)00550-X)
- Onağ, A. O. (2014). *Örgütsel öğrenme kabiliyetinin örgütsel yenilikçilik aracılığıyla yeni ürün ve işletme performansına etkisi* (Tez No. 362967) [Doktora tezi, Celal Bayar Üniversitesi]. Ulusal Tez Merkezi.
- Onağ, A. O., Tepeci, M. ve Başalp, A. A. (2014). Organizational learning capability and its impact on firm innovativeness. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 150, 708-717. <https://doi.org/10.1016/j.sbspro.2014.09.029>
- Opsahl, T., Agneessens, F. ve Skvoretz, J. (2010). Node centrality in weighted networks: Generalizing degree and shortest paths. *Social Networks*, 32(3), 245-251. <https://doi.org/10.1016/j.socnet.2010.03.006>
- Önder, G. ve Ulukan, C. (2020). Innovation and the network position of firms: the case of the Eskişehir–Bilecik–Kütahya ceramic cluster in Turkey. *Journal of Industrial and Business Economics*, 47(4), 589-612. <https://doi.org/10.1007/s40812-020-00175-6>
- Özeren, E. (2011). *Örgüt kültüründe yeni bir boyut olan sıklık-esneklik ile örgütsel yenilikçilik ilişkisi: Türk ve İtalyan mermer sektöründe karşılaştırmalı bir araştırma* (Tez No. 298120) [Yüksek lisans tezi, Dokuz Eylül Üniversitesi]. Ulusal Tez Merkezi.
- Park, J. S. (2018). *The effects of status and power on leadership emergence and conflict in teams: From a structural perspective* (Tez No. 10747905) [Doktora tezi, University of Minnesota]. ProQuest Dissertations & Theses Global.
- Piazzzi, R., Baggio, R., Neidhardt, J. ve Werthner, H. (2011). Destinations and the web: A network analysis view. *Information Technology & Tourism*, 13(3), 215-228. <https://doi.org/10.3727/109830512X13283928066913>
- Scott, N., Baggio, R. ve Cooper, C. (2008). *Network analysis and tourism: From theory to practice*. Channel View Publications. <https://doi.org/10.21832/9781845410896>
- Seo, I.-J. ve Cho, J.-H. (2016). Effects of global communication on national competitiveness: Evidence from Twitter communication network. *Journal of International Trade & Commerce*, 12(5), 107-121. <https://doi.org/10.16980/jitc.12.5.201610.107>
- Shahgholian, A., Theodoulidis, B. ve Diaz, D. (2015). Social network metrics: The BoardEx case study. <https://doi.org/10.2139/ssrn.2613156>
- Shih, H.-Y. (2006). Network characteristics of drive tourism destinations: An application of network analysis in tourism. *Tourism Management*, 27(5), 1029-1039. <https://doi.org/10.1016/j.tourman.2005.08.002>
- Shumate, M. (2011). Interorganizational/Interlocks. İçinde G. A. Barnett (Ed.), *Encyclopedia of social networks* (Cilt 1, s. 435-438). SAGE Publications. <https://doi.org/10.4135/9781412994170.n170>
- Sopiah, Sangadji, E. M. ve Islami, M. I. (2024). Does flexible human resource management promote firm innovativeness? The mediating role of innovative work behavior and organizational learning capability. *QUALITY Access to Success*, 25(198). 132-140. <https://doi.org/10.47750/QAS/25.198.14>
- Sönmez Çakır, F. (2019). *Sosyal bilimler için parametrik veri analizi*. Gazi Kitabevi.
- Sözen, H. C. (2007). *Bağlam kapsamında örgütler arası ağ düzenekleri: Dayanıklı ev aletleri sektörü örneği* (Tez No. 211050) [Doktora tezi, Başkent Üniversitesi]. Ulusal Tez Merkezi.
- Sözen, H. C. ve Öztürk, A. (2020). Sosyal ağ kuramı ve örgüt araştırmaları. İçinde H. C. Sözen ve H. N. Basım (Ed.), *Örgüt kuramları* (5. baskı, s. 317-354). Beta Yayıncılık.
- Sundbo, J., Orfila-Sintes, F. ve Sorensen, F. (2007). The innovative behaviour of tourism firms–Comparative studies of Denmark and Spain. *Research Policy*, 36(1), 88-106. <https://doi.org/10.1016/j.respol.2006.08.004>
- T.C. Kültür ve Turizm Bakanlığı (t.y.). *Turizm tesisleri*. 18 Mayıs 2023 tarihinde <https://yigm.ktb.gov.tr/TR-9579/turizm-tesisleri.html> adresinden erişildi.

- Tambosi, S. S. V., Gomes, G. ve Amal, M. (2020). Organisational learning capability and innovation: Study on companies located in regional cluster. *International Journal of Innovation Management*, 24(06), Makale 2050057. <https://doi.org/10.1142/S1363919620500577>
- Tan, C. C. (2018). The mediating role of organizational learning in leveraging the influence of performance measurement and relationships network in hotel operations and customer-facing outcome. *1st India-Greater Mekong Sub-Region International Conference "Emerging Trends in Social Sciences and Management"*. Fr. Agnel College.
- Tan, J., Zhang, H. ve Wang, L. (2015). Network closure or structural hole? The conditioning effects of network-level social capital on innovation performance. *Entrepreneurship Theory and Practice*, 39(5), 1189-1212. <https://doi.org/10.1111/etap.12102>
- Taşpınar, M. (2017). *Sosyal bilimlerde SPSS uygulamalı nicel veri analizi*. Pegem Akademi. <https://doi.org/10.14527/9786052410585>
- Thahira, A., Tjahjono, H. K. ve Susanto (2020). The influence of transactional leadership on organization innovativeness (OI) mediated by organizational learning capability (OLC) in medium small enterprise Kendari city. *Jurnal Manajemen Bisnis*, 11(1), 90-104. <https://doi.org/10.18196/mb.11190>
- Thomas, N., Randolph, A. ve Marin, A. (2020). A network view of entrepreneurial cognition in corporate entrepreneurship contexts: A socially situated approach. *Management Decision*, 58(7), 1331-1354. <https://doi.org/10.1108/MD-11-2017-1195>
- Thorgren, S., Wincent, J. ve Örtqvist, D. (2009). Designing interorganizational networks for innovation: An empirical examination of network configuration, formation and governance. *Journal of Engineering and Technology Management*, 26(3), 148-166. <https://doi.org/10.1016/j.jengtecman.2009.06.006>
- Tsiotas, D. ve Polyzos, S. (2015). Introducing a new centrality measure from the transportation network analysis in Greece. *Annals of Operations Research*, 227(1), 93-117. <https://doi.org/10.1007/s10479-013-1434-0>
- Tunalı, V. (2016). *Sosyal ağ analizine giriş*. Nobel Akademik Yayıncılık.
- Uzzi, B. (1996). The sources and consequences of embeddedness for the economic performance of organizations: The network effect. *American Sociological Review*, 61(4), 674-698. <https://doi.org/10.2307/2096399>
- Valente, T. W. (2010). *Social networks and health: Models, methods, and applications*. Oxford University Press. <https://doi.org/10.1093/acprof:oso/9780195301014.001.0001>
- Venkataramani, V., Labianca, G. (J.) ve Grosser, T. (2013). Positive and negative workplace relationships, social satisfaction, and organizational attachment. *Journal of Applied Psychology*, 98(6), 1028-1039. <https://doi.org/10.1037/a0034090>
- Wang, C. L. ve Ahmed, P. K. (2004). The development and validation of the organisational innovativeness construct using confirmatory factor analysis. *European Journal of Innovation Management*, 7(4), 303-313. <https://doi.org/10.1108/14601060410565056>
- Wang, H., Zhao, Y., Dang, B., Han, P. ve Shi, X. (2019). Network centrality and innovation performance: the role of formal and informal institutions in emerging economies. *Journal of Business & Industrial Marketing*, 34(6), 1388-1400. <https://doi.org/10.1108/JBIM-09-2017-0228>
- Wang, S. ve Wang, F. (2025). Value implications of followers in social marketplaces: insights into ego network structures. *Internet Research*, 35(1), 294-317. <https://doi.org/10.1108/INTR-07-2023-0601>
- Wasserman, S. ve Faust, K. (1994). *Social network analysis: methods and applications*. Cambridge University Press. <https://doi.org/10.1017/CBO9780511815478>
- Xia, Q., Xu, Y., Liu, X., Liu, Y., Wu, J. ve Zhang, M. (2023). Effects of social networks on job performance of individuals among the hypertension management teams in rural China. *Healthcare*, 11(15), Makale 2218. <https://doi.org/10.3390/healthcare11152218>

- Xie, X. M., Zuo, L. L., Zeng, S. X. ve Tam, V. W. Y. (2014). The impacts of network structures and network form on corporate innovative performance: evidence from high-tech sectors. *Asian Journal of Technology Innovation*, 22(2), 185-203. <https://doi.org/10.1080/19761597.2014.983678>
- Yamane, T. (2001). *Temel örnekleme yöntemleri* (A. Esin, C. Aydın, M. A. Bakır ve E. Gürbüz, Çev.). Literatür Yayınları.
- Yoon, W., Lee, D. Y. ve Song, J. (2015). Alliance network size, partner diversity, and knowledge creation in small biotech firms. *Journal of Management & Organization*, 21(5), 614-626. <https://doi.org/10.1017/jmo.2015.16>
- Yunita, T. (2022). Building strategic ambidexterity: the importance of networking capability and learning capability in SMEs. *Management and Entrepreneurship: Trends of Development*, 4(22), 50-59. <https://doi.org/10.26661/2522-1566/2022-4/22-04>
- Zach, F. ve Racherla, P. (2011). Assessing the value of collaborations in tourism networks: A case study of Elkhart County, Indiana. *Journal of Travel & Tourism Marketing*, 28(1), 97-110. <https://doi.org/10.1080/10548408.2011.535446>
- Zhang, M. (2010). Social network analysis: History, concepts, and research. İçinde B. Furht (Ed.), *Handbook of social network technologies and applications* (s. 3-22). Springer. https://doi.org/10.1007/978-1-4419-7142-5_1
- Zhao, Y., Han, X., Yang, X. ve Li, Z. (2021). Interorganizational knowledge networks, R&D alliance networks, and innovation capability: A multilevel network perspective. *Complexity*, 2021, Makale 8820059. <https://doi.org/10.1155/2021/8820059>