COVID-19 SÜRECİNDE ÇALIŞAN MOTİVASYONU VE YENİLİKÇİ DAVRANIŞ İLİŞKİSİ

Merve Nur Uzun
191137203

YÜKSEK LİSANS TEZİ
İşletme Anabilim Dalı
İşletme Yüksek Lisans Programı
Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Mürşide Özgeldi

İstanbul
T.C. Maltepe Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Şubat, 2022

COVID-19 SÜRECİNDE ÇALIŞAN MOTİVASYONU VE YENİLİKÇİ DAVRANIŞ İLİŞKİSİ

Merve Nur Uzun
191137203
Orcid: 0000-0003-2552-8357

YÜKSEK LİSANS TEZİ
İşletme Anabilim Dalı
İşletme Yüksek Lisans Programı
Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Mürşide Özgeldi

İstanbul
T.C. Maltepe Üniversitesi
Lisansüstü Eğitim Enstitüsü
Şubat, 2022



JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI

Bu belge, Yükseköğretim Kurulu tarafından 19.01.2021 tarihli *"Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge"* ile bildirilen 6689 Sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu kapsamında gizlenmiştir.

ETİK İLKE VE KURALLARA UYUM BEYANI

Bu belge, Yükseköğretim Kurulu tarafından 19.01.2021 tarihli *"Lisansüstü Tezlerin Elektronik Ortamda Toplanması, Düzenlenmesi ve Erişime Açılmasına İlişkin Yönerge"* ile bildirilen 6689 Sayılı Kişisel Verilerin Korunması Kanunu kapsamında gizlenmiştir.

TEŞEKKÜR

Tez çalışmam süresince tecrübesi ve bilgisiyle bana yol gösteren, sabrıyla desteğini benden esirgemeyen ve çalışmamın bu noktaya gelmesinde büyük emeği olan değerli tez danışmanım Dr. Öğr. Üyesi Mürşide Özgeldi'ye,

Tez çalışmamda benden yardımlarını esirgemeyen, istatistiksel alanda yeni bakış açıları kazanmamı sağlayan Dr. Öğr. Üyesi Ömer Erdem Koçak'a,

İş hayatımda bana rol model olan, yüksek lisans tez çalışmam için anlayışıyla bana fırsatlar sunan sevgili müdürüm Pakize Gençer'e,

Arkadaşlıklarıyla bana kendimi iyi hissettiren, çoğu zaman fikirlerine danıştığım arkadaşlarım Elif Turan ve Yağmur Ersin'e,

Hayatımın her alanında yanımda olup bana güç veren ve desteklerini bir an bile esirgemeyen kıymetli ailem; annem Nezahat Uzun, babam Kadir Uzun, kardeşlerim Serdar Uzun ve Elif Karcı'ya,

Hazırlamış olduğum anketi yanıtlayarak, çalışmamda bana destek olan, bilime destek veren herkese teşekkürlerimi sunarım.

Merve Nur Uzun

Şubat, 2022

ÖZ

COVID-19 SÜRECİNDE ÇALIŞAN MOTİVASYONU VE YENİLİKÇİ DAVRANIŞ İLİŞKİSİ

Merve Nur Uzun
Yüksek Tezi
İşletme Anabilim Dalı Adı
İşletme Yüksek Lisans Programı
Danışman: Dr. Öğr. Üyesi Mürşide Özgeldi
Maltepe Üniversitesi Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, 2022

Günümüzde tüm dünyanın gündem konusu olan COVID-19 pandemisi firmaların işleyişlerinde yeni arayışlara girmelerine sebep olmuştur. Rekabet ortamının her daim varlığını hissettirmesi dolayısıyla işletmeler farklılaştığı düzeyde, rakiplerinden sıyrılacaklarını bilmektedirler. Böylesi bir ortamda farklılaşmak adına işletmelerdeki çalışanların motive olup, yenilikçi davranışlar sergilemesi önem arz etmektedir.

Bu çalışmada COVID-19 pandemisi sürecinde çalışanları nelerin motive ettiğinin anlaşılıp, motivasyonlarının yenilikçi davranışlarına olan etkisi incelenmiştir. Bu bağlamda önce literatür taraması yapılarak COVID-19 süreci, motivasyon, yenilikçi davranış ve motivasyon ile yenilikçi davranış arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalara yer verilmiştir. Ardından bağımsız değişkeni motivasyon, güç ihtiyacı, başarma ihtiyacı, bağlanma ihtiyacı ve düşünme ihtiyacı olan, bağımlı değişkeni ise yenilikçi davranış olan araştırma modeli oluşturulup bu model kapsamında anket hazırlanarak katılımcılara sunulmuştur. Araştırmanın çalışma grubunun katılımcıları kolayda örnekleme yoluyla seçilen 549 kişidir. Anket katılımcılara online ortamda ulaştırılmış, motivasyon ve yenilikçi davranışlarını anlamaya yönelik sorular sorulmuş, veriler Jamovi istatistik programı ile analiz edilmiştir. Analizler ihtiyaçları konu alan teoriler baz alınarak, ihtiyacı çok olanın bu ihtiyacını karşılamak için daha çok motive olacağı düşüncesi ile yapılmıştır. Elde edilen veriler ile frekans ve yüzde analizleri, keşfedici faktör analizi, ölçeklerdeki faktörlerin güvenilirlikleri, korelasyon ve regresyon analizi, ANOVA ve T-Testleri yapılmıştır. Bu analizler sonunda COVID-19 sürecinde çalışanların motivasyonu ile yenilikçi davranışı arasında anlamlı bir ilişkinin var olduğu görülmüştür.

Anahtar Sözcükler: COVID-19, Motivasyon, Güç İhtiyacı, Başarma İhtiyacı, Bağlanma İhtiyacı, Düşünme İhtiyacı, Yenilikçi Davranış

ABSTRACT

THE RELATIONSHIP OF EMPLOYEE MOTIVATION AND INNOVATIVE BEHAVIOR IN THE COVID-19

Merve Nur Uzun
Master Thesis
Department of Business Administration
Business Administration Programme
Thesis Advisor: Asst. Prof. Mürşide Özgeldi
Maltepe University Graduate School, 2022

Today, the COVID-19 pandemic, which is the agenda of the whole world, has caused companies to go to new searches in their functioning. Since the competitive environment always makes its presence felt, businesses know that they will stand out from their competitors at the level of differentiation. In order to differentiate in such an environment, it is important that the employees in the enterprises are motivated and exhibit innovative behaviors.

In this study, it was understood what motivates the employees during the COVID-19 pandemic process and the effect of their motivation on their innovative behavior was examined. In this context, firstly, literature review was conducted and studies examining the relationship between COVID-19 process, motivation, innovative behavior and motivation and innovative behavior were included. Then, a research model whose independent variable is motivation, need for power, need for achievement, need for attachment and need to think, and the dependent variable is innovative behavior, was created and a questionnaire was prepared within the scope of this model and presented to the participants. The participants of the study group of the research are 549 people selected by convenience sampling. The questionnaire was delivered to the participants online, questions were asked to understand their motivation and innovative behaviors, and the data were analyzed with the Jamovi statistical program. The analyzes were made on the basis of theories on needs, with the thought that those who have a great need will be more motivated to meet this need. Frequency and percentage analysis, exploratory factor analysis, reliability of factors in scales, correlation and regression analysis, ANOVA and T-Tests were performed with the data obtained. At the end of these analyzes, it was seen that there is a significant relationship between the motivation of the employees and their innovative behavior during the COVID-19 process.

Keywords: COVID-19, Motivation, Need for Power, Need for Achievement, Need for Attachment, Need for Thinking, Innovative Behavior

İÇİNDEKİLER

JÜRİ VE ENSTİTÜ ONAYI ii
ETİK İLKE VE KURALLARA UYUM BEYANI iii
TEŞEKKÜR iv
ÖZ v
ABSTRACT vi
İÇİNDEKİLER vii
TABLOLAR LİSTESİ x
ŞEKİL LİSTESİ xii
KISALTMALAR xiii
ÖZGEÇMİŞ xiv
BÖLÜM 1. GİRİŞ 1
1.1. Problem 2
1.2. Amaç 4
1.3. Önem 4
1.4. Varsayımlar 5
1.5. Sınırlıklar 5
BÖLÜM 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE 6
2.1. COVID-19 6
2.1.1. Türkiye'de COVID-19 Süreci ve Etkileri 7
2.2. Motivasyon 9
2.2.1. Motivasyonun Tanımı 10
2.2.2. Motivasyonun Önemi 11
2.2.3. Motivasyonun Türleri 12
2.2.3.1. İçsel Motivasyon……...…..12
2.2.3.2. Dışşal Motivasyon……...……..……..13
2.2.4. Motivasyonun Teorileri 14
2.2.4.1. Kapsam Toerileri……...……...14
2.2.4.1.1. Maslow'un İhtiyaçalar Hiyerarşisi Teorisi…….14

2.2.4.1.2. Herzberg'in İki Faktörlü Teorisi…….16
2.2.4.1.3. Mc Clelland'ın Başarı İhtiyacı Teorisi ……...…….17
2.2.4.1.4. Alderfer'in ERG Teorisi ……...……....17
2.2.4.2. Süreç Teorileri…….……...…….18
2.2.4.2.1. Mc Gregor'un X ve Y Teorisi ……...……...18
2.2.4.2.2. Vroom'un Beklenti Teorisi ……...…….....19
2.2.4.2.3. Adam'ın Eşitlik Teorisi ……...……....20
2.2.4.2.4. Locke'un Hedef Belirleme Teorisi …….21
2.2.4.2.5. B.F Skinner'in Davranış Şartlandırması (Sonuçsal Şartlandırma Teorisi)……...21
2.2.5. Motivasyon Kaynakları 22
2.2.5.1. Güç İhtiyacı 22
2.2.5.2. Başarma İhtiyacı……..23
2.2.5.3. Bağlanma İhtiyacı……..……..24
2.2.5.4. Düşünme İhtiyacı……..……..24
2.2.6. Motivasyonun Araçları..... 25
2.2.6.1. Ekonomik Araçlar 26
2.2.6.2. Psiko-Sosyal Araçlar……26
2.2.6.3. Örgütsel ve Yönetsel Araçlar……...27
2.3 Yenilikçilik ve Yenilikçi Davranış 28
2.3.1 Yenilikçilik ve Yenilikçi Davranış Kavramı 28
2.3.2. Yenilikçiliğin Amacı ve Önemi 30
2.3.3 Yenilikçilik Türleri..... 31
2.3.4 Yenilikçiliği ve Yenilikçi Davranışı Etkileyen Faktörler..... 32
2.4 Motivasyon ve Yenilikçi Davranış Arasındaki İlişki..... 34
BÖLÜM 3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ 36
3.1 Araştırma Modeli ve Hipotezleri 36
3.2 Araştırmanın Çalışma Grubu 38
3.3 Veriler Ve Toplanması..... 40
3.4 Verilerin Çözümlenmesi ve Yorumlanması..... 42

BÖLÜM 4. BULGULAR VE YORUMLAR 44

4.1 Ölçeklerle İlgili Tanımlayıcı İstatistikler 44
4.2 Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları 46
4.3 Korelasyon Analizi Sonuçları 49
4.4 Regresyon Analizi Sonuçları 50
4.5 Bağımsız Gruplar T-Testleri Sonuçları 53
4.6 Gruplar Arası Fark Analizi Sonuçları 55

4.6.1 Eğitim Düzeyine Göre Gruplar Arası Fark Analizi 55
4.6.2 Gelir Durumuna Göre Gruplar Arası Fark Analizi 58
4.6.3 Yaşa Göre Gruplar Arası Fark Analizi 62

4.7 Hipotez Testi Sonuçları 63

BÖLÜM 5. TARTIŞMA VE SONUÇ 65

5.1 Öneriler 70

EK'LER 72
KAYNAKÇA 78

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1. Motivasyon Araçları 25

Tablo 2. Çalışma Grubunun Demografik Bilgileri 39

Tablo 3. Çalışma Grubunun COVID-19 Enfekte Durumu 40

Tablo 4. Yenilikçi Davranış Ölçeği Tanımlayıcı İstatistik Tablosu 44

Tablo 5. TMK Ölçeği Tanımlayıcı İstatistik Tablosu 45

Tablo 6. Temel Motivasyon Kaynağı Ölçeği Keşfedici Faktör Analizi 47

Tablo 7. Yenilikçi Davranış Ölçeği Keşfedici Faktör Analizi 48

Tablo 8. Faktörlerin Güvenilirlikleri 48

Tablo 9. Güvenirlik Katsayısı (Cronbach's α) Anlamları 49

Tablo 10. Değişkenler Arası Korelasyon Analizi 49

Tablo 11. Motivasyon Kaynaklarının Yenilikçi Davranış Üzerindeki Etkileri 51

Tablo 12. Motivasyonun Yenilikçi Davranış Üzerindeki Etkisi 52

Tablo 13. Cinsiyet Grubu Bağımsız Örneklem T-Testi Bulguları 53

Tablo 14. Kendisi veya Çevresinin COVID-19'a Yakalanma Durumuna Göre Bağımsız Örneklem T-Testi Bulguları 54

Tablo 15. Eğitim Düzeyi Grupları Kruskal Wallis Testi Sonuçları 56

Tablo 16. Bağlanma İhtiyacı İçin Dwass-Steel-Critchlow-Fligner Testi 57

Tablo 17. Yenilikçi Davranış İçin Dwass-Steel-Critchlow-Fligner Testi 57

Tablo 18. Varyansların Homojenliği Testi (Levene's) 58

Tablo 19. Gelir Durumu Grupları ANOVA Testi Sonuçları 59

Tablo 20. Motivasyon LSD Post-Hoc Testi 60

Tablo 21. Güç İhtiyacı Tukey Post-Hoc Testi 60

Tablo 22. Yenilikçi Davranış Tukey Post-Hoc Testi 61

Tablo 23. Bağlanma İhtiyacı Games-Howell Post-Hoc Testi 61

Tablo 24. Yaş Grupları Kruskal Wallis Testi Sonuçları 62

Tablo 25. Araştırma Hipotezleri Sonuçları 64

ŞEKİL LİSTESİ

Şekil 1. Motivasyon Süreci 10

Şekil 2. Maslow İhtiyaçlar Piramidi 15

Şekil 3. Beklenti Teorisi Fayda Fonksiyonu 20

Şekil 4. Araştırma Modeli 36

KISALTMALAR

YD: Yenilikçi Davranış

TMK: Temel Motivasyon Kaynakları

ÖZGEÇMİŞ

Merve Nur UZUN

İşletme Anabilim Dalı

Eğitim

Derece	*Yıl*	*Üniversite, Enstitü, Anabilim/Anasanat Dalı*
Y.Ls.	2022	Maltepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı
Ls.	2015	Yıldız Teknik Üniversitesi, Kimya Metalurji Fakültesi Kimya Mühendisliği Bölümü
Lise	2011	İntaş Lisesi

İş/İstihdam

Yıl	*Görev*
2017 - 2019	Kalite Kontrol Mühendisi – Turan Makina
2020 - Devam	Kalite Güvence Mühendisi – Akcam Cam

Alınan Burs ve Ödüller

Yıl	*Burs/Ödül*
2011	Okul Birinciliği (Lise)

BÖLÜM 1. GİRİŞ

İşletmelerin ayakta kalabilmek, sürdürülebilirliğini korumak ve büyümelerini devam ettirebilmeleri için devamlı bir şekilde kendilerini revize edip, potansiyellerini en verimli şekilde kullanmaları gerekmektedir.

İşletmelerin en önemli kaynağı olan insanların motive edilmesi oldukça önemlidir. Çünkü insan kaynağının iyi yönetilmesi demek bu kaynaklardan iyi verim almak demektir.

Fakat bazı zamanlarda insan kaynağının yönetilip, işletmelerdeki sürdürülebilirliğin artması noktasında istenmeyen dışsal durumlar yaşanabilir. Ekonomik, sosyal yaşantı ve işletmeler arası ilişkilerde dış etkenlerden dolayı beklenmedik dalgalanmalar ve düzensizlikler görülebilir. Pandemi süreçleri bu durumlara örnektir.

Ülkemizde yaşanan COVID-19 salgını sebebiyle birçok alanda farklılaşma yaşanmıştır. Özellikle işletmeler bu süreçten bir hayli etkilenmiş, ekonomik açıdan zararı en az indirecek çözüm yollarına başvurmuşlardır. Bu çalışmada araştırılan motivasyon ve yenilikçi davranış arasındaki ilişkinin de bu çözüm yollarından biri olduğu söylenebilir.

Çalışanların motive olması ve yenilikçi davranışlar sergilemesi, işletmelerin ayaklarının yere sağlam basmaları için önemli olduğundan dolayı, gerçekleştirilen bu çalışmada COVID-19 sürecinde çalışanların motivasyonlarının, yenilikçi davranışlarıyla ilişkili olup olmaması incelenmiştir. İncelenen bu ilişki geliştirilen model yardımıyla açıklanmaya çalışılmıştır.

Bu tezde birinci bölümde giriş yapılarak araştırmanın problemi, neden yapılmak istendiği, neye ulaşılmak istendiği ve önemi anlatılmıştır. İkinci bölümde literatür taraması yapılarak COVID-19 süreci, motivasyon, yenilikçilik ve yenilikçi davranış kavramları üzerinde durulup, motivasyon ve yenilikçi davranış arasındaki ilişkiyi inceleyen çalışmalara yer verilmiştir. Üçüncü bölümde araştırma yöntemi anlatılmış, verilerin toplanması ve çözümüne ilişkin bilgilere yer verilmiştir. Dördüncü bölümde Türkiye'de COVID-19 sürecinde çalışan motivasyonu ve yenilikçi davranış arasındaki ilişkiyi incelemek için yapılan anket çalışmasının bulguları ve yorumları açıklanmaya

çalışılmıştır. Beşinci bölümde ise tartışma ve sonuç başlığı altında yapılan araştırma özetlenmiştir, benzer alanda yapılan çalışmalara yer verilmiş ve gerekli önerilerde bulunulmuştur.

1.1. Problem

Tüm dünyanın gündem konusu olan COVID-19 pandemisi sebebiyle insanların hayatında birçok alanda farklılık yaşamak zorunda kalındı.

İşletmeler açısından bakıldığında, bu süreçte yeme içme yerlerinin kapatılması, seyahat hizmetlerinin durdurulması, alışveriş merkezlerinin faaliyetlerine kısıtlama getirilmesi gibi uygulamalar sebebiyle hemen hemen tüm sektörlerde ekonomik olarak durgunluk yaşandı.

İşletme alanlarında bu ve benzeri durumlar yaşanırken, bireysel bazda bakıldığında ise; bireylerin yasaklardan dolayı sosyallikleri azaldı. Gündemi takip etmek adına televizyonlarda sürekli vaka sayılarının artışı, ölümler, işletmelerin ekonomik olarak olumsuz etkilendiğini konu alan haberleri dinlemek insanların motivasyonlarının düşmesine sebebiyet verdi. Ayrıca bu sürecin ne zaman biteceğinin belirsiz olması sebebiyle gelecek kaygısı daha ön plana çıktı.

COVID-19 sürecinde yaşanan problemlerle beraber insanların hayatlarında sadece günlük rutinleri değil aynı zamanda başkalarıyla kurdukları ilişkilerin niteliği de değişti. İşletmelerin işlerini yapış şekilleri, sosyal yaşam tarzı, tüketici alışkanlıkları değişmek zorunda kaldı. Bu sürecin etkilerini aza indirmek adına insanlar arası sosyal mesafenin aza indirilmesi sebebiyle ülkelerin ekonomileri durma noktasına geldi. Daha önceden yaşanmamış olan bu süreçte işletmelerde ekonomik olarak sıkıntılar yaşanırken bir yandan tüketicilerin istekleri bir yandan da çalışma koşulları değişti.

COVID-19 süreciyle birlikte sosyal yaşamdaki ve iş hayatındaki değişikliklere uyum sağlamak adına işletmelerde yeni tanımlar ve uygulamaların yapılması gerektiği görülmüştür. Bu sürecin işletmeler üzerindeki etkisini azaltmak, rekabet gücünü korumak ve işletmenin sürekliliğinin sağlanması adına yeni taleplere cevap verebilmek için yeni ürün ve yeni hizmetlerin sunulması gerekmektedir.

İşletmelerin bunu yapmalarının sebebi diğerlerinden sıyrılıp, farklılaşmak adına ışığını parlatmak istemeleridir. Bu ışığın parlatılmasının birçok yönü olduğu gibi işletmedeki motive olmuş çalışanların varlığıyla beraber yenilikçi davranışlar sergilenmesinin, firmaların rakiplerinin önüne geçmesi adına önemli olduğu düşünülmektedir.

Motivasyon insan psikolojisine bağlı olduğu için, insan psikolojisi de çevresel ve içsel durumlardan etkilenebildiğinden dolayı motivasyonun iyi analiz edilmesi için COVID-19 pandemisinin yaşandığı ortamın da iyi analiz edilmesi gerekmektedir.

Yapılan analizlere göre salgın ile beraber kaygı halinden dolayı çalışanların duygularının etkilenip, motivasyonlarına olumsuz etki ettiği ve buna bağlı olarak da performanslarını sürdürmelerinin zorlaştığı görülmüştür (Wolor, Solikhah, Susita, & Martono, 2020). Bu sebeple kaygı halinin son bulup, motivasyonun artmasının, çalışanların performanslarını olumlu anlamda etkileyeceği düşünülmektedir.

Bireyleri motive etme yollarının bulunması düşüncesine ek olarak, yenilikçi davranışlar sergilemeleri işletmeler tarafından önemsenmektedir. Çünkü artık işletmeler, herkesten farklılaşan, yenilikleriyle kazanımlar sağlayıp rekabet ortamında işletmeye yarar sağlayan çalışanlara sahip olmak istemektedirler (Tabak, Erkuş, & Meydan, 2010). Hele ki COVID-19 gibi öngörülemeyen bir süreçte çalışanların motive edilip, buna bağlı olarak değişen yeniliklere uyum sağlayabilmek adına yenilikçi davranışlar gösterip bir nevi risk alan çalışanların, firmalara olumlu anlamda önemli kazanımlar sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu düşünce ile araştırma boyunca aşağıdaki sorulara cevap bulunmaya çalışılacaktır:

COVID-19 sürecinde çalışanların motivasyonları ile yenilikçi davranışları arasında anlamlı bir ilişki var mıdır?

COVID-19 sürecinde çalışanların motivasyonları nasıldır?

COVID-19 sürecinde çalışanların yenilikçi davranışları nasıldır?

COVID-19 sürecinde çalışanların motivasyonları, demografik özelliklerine göre farklılaşmakta mıdır?

COVID-19 sürecinde çalışanların motivasyonları, koronavirüse yakalanıp yakalanmama durumlarına göre farklılaşmakta mıdır?

COVID-19 sürecinde çalışanların yenilikçi davranışları demografik özelliklerine göre farklılaşmakta mıdır?

COVID-19 sürecinde çalışanların yenilikçi davranışları koronavirüse yakalanıp yakalanmama durumlarına göre farklılaşmakta mıdır?

1.2. Amaç

Bu çalışmanın amacı, COVID-19 sürecinde çalışan kişilere yapılan anket çalışması sonucu verilerinin analizi yardımıyla motivasyonu ile yenilikçi davranışları arasındaki ilişkiyi incelemek, böylelikle hem literatüre yararlı olmak hemde işletmelere sürdürülebilirliklerini devam ettirmeleri için rekabet ortamında rakiplerinden sıyrılmaları adına tavsiyelerde bulunmaktır.

1.3. Önem

Araştırmanın önemi hem akamdemik hemde uygulama alanında olacak şekilde belirtilmiştir.

Akademik alanda bir boşluğun doldurulması istendiğinden dolayı COVID-19 süreci baz alınmıştır. Çünkü Türkiye'deki yapılan tez çalışmalarına bakıldığında motivasyon ve yenilikçi davranış arasındaki ilişkinin bu süreçte incelenmemiş olduğu görülmüştür. Çalışmanın COVID-19 sürecinde gerçekleştirilmesi ile akademik açıdan önemli bir boşluğu dolduracağı düşünülmektedir.

Uygulama alanında ise; yapılan bu araştırma organizasyonlarda yöneticilere COVID-19 gibi bir sürecin yaşandığı ortamda işletmelerinin varlıklarını devam ettirebilmek için çalışanlarının ihtiyaçlarını tanıyıp, yenilikçi davranış geliştirmelerinde, onları nasıl motive edecekleri hususunda yardımcı olması düşünülmektedir. Çalışanlar için ise müdahale edemedikleri pandemi gibi süreçlerde çağın gerisinde kalmamak adına

yenilikçi davranışlar sergilemelerinde önemli olan motivasyonlarında esas hangi ihtiyaçlarının karşılanması gerektiğine dair ışık tutması açısından da önem arz etmektedir.

1.4. Varsayımlar

Katılımcıların anket sorularına doğru, tutarlı ve objektif bir şekilde cevaplar vererek, sonuçların aldatıcı olmamasına olanak sağlayacakları ve araştırmada kullanılan ölçeklerin amaca uygun olduğu, belirlenmiş olan çalışma gurubunun anakütleyi temsil yeterliliğine sahip olacağı ve elde edilen verilerin uygun gösterime olanak sağlayacağı düşünülmüştür. COVID-19 sürecinde çalışan motivasyonu ve yenilikçi davranış arasındaki ilişkiyi analiz etmek için kullanılan anket formunun uygun veri toplama aracı olduğu varsayılmıştır.

1.5. Sınırlıklar

Motivasyon ve yenilikçi davranış arasındaki ilişkinin incelendiği bu çalışma Türkiye'deki istihdam edilen çalışanlarla yürütülecektir. Dolayısıyla çalışma, motivasyon ve yenilikçi davranış ile ve çalışan kişilerle sınırlıdır. Çalışma araştırma bazında ise elde edilen bulgular verilerin toplanması aracı ile sınırlı olduğundan dolayı elde edilen bulgular çalışmaya katılan 549 kişiye göre değerlendirilmelidir.

BÖLÜM 2. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

2.1. COVID-19

Pandemi kelimesi anlam olarak bütün dünyaya tesir eden bir tanımı ifade etmektedir (Aslan R. , 2020). COVID-19'un da tüm insanlığı etkilediği için bir pandemi türü olduğu bilinmektedir.

Koronavirüs, insanları ve aynı zamanda çok çeşitli hayvanları enfekte eden pozitif tek sarmallı büyük RNA virüsü olarak tanımlanmaktadır. Alfa, beta, gama ve delta koronavirüsleri olmak üzere dört alt ailesinden, alfa ve beta koronavirüslerinin görünüşte memelilerden, özellikle yarasalardan, gama ve delta virüslerinin domuzlardan ve kuşlardan kaynaklandığı, beta-koronavirüslerin ciddi hastalık ve ölümlere neden olabildiği, alfa-koronavirüslerin ise asemptomatik veya hafif semptomatik enfeksiyonlara neden olduğu bilinmektedir (Velavan & Meyer, 2020).

Bu virüsün etkin şekilde rol oynadığı ve beklenmedik bir şekilde meydana gelen COVID-19 pandemisinde toplumsal hayat incelendiğinde, dayanışma görüntülerinin ortaya çıktığına, sağlık çalışanlarının toplumlarına bağlılık gösterip, zorlu ve tehlikeli koşullara rağmen virüsle mücadele etmek için şefkatle ve kararlılıkla sahada çalıştıklarına şahit olunmuştur. Bunun yanında komşular savunmasız insanları desteklemek için örgütlenmişler, işletmeler ve ulusal hükümetler ise ihtiyacı olanlara destek sağlamak ve sosyal güvenlik ve sağlık hizmetlerini güçlendirmek için hızlanmışlardır (Elsevier, 2020). Fakat bunun aksine koronavirüsün, toplumlarda sosyalleşmeyi sağlamak adına birçok faaliyetin durması ya da yavaşlamasına sebebiyet verdiği için negatif anlamda tesir ettiği görülmektedir (Özkoçak, Koç, & Gültekin, 2020).

Ülkeler ve ülkelerin istihdamını sağlayan işletmeler bu sürecin negatif etkilerini aza indirmek için bazı çalışmalar yapmış ve COVID-19 sürecinden en az hasarla çıkmaya çalışmışlardır.

2.1.1. Türkiye'de COVID-19 Süreci ve Etkileri

Başlangıcı Çin'de meydana gelen, virüsün bulaştığı insanlarda iyileşme evresi zor olan bu hastalık Türkiye'de ilk olarak 2020 yılının Mart ayında görülmüştür (Budak & Korkmaz, 2020).

Ülkemizde COVID-19 salgınını engellemek ve zararlarını aza indirgemek adına alınan tedbirler; hastalık emaresi bulunan kişilerin karantinada tutulması, eğitimlere bir müddet online olarak devam edilmesi, riskli olan yurtdışı ve yurtiçi seyahatlerine kısıtlama getirilmesi, evden çalışma modelleri olan hibrit sistemler ve sokağa çıkma yasağı, gibi aksiyonlardır (Budak & Korkmaz, 2020). Alınan bu önlemler ve yapılan bu çalışmalar hem COVID-19 sürecinin ekonomik açıdan geri karşılanması zor neticeler meydana getirmesinden dolayı zararı aza indirgemek (Özkoçak, Koç, & Gültekin, 2020) hem de salgının yayılmasını engellemek içindir.

Önlemlerin alınması bir yandan bulaş seviyelerini olduğundan daha aşağıya indirken bir yandan da çevresiyle etkileşim halinde olma ihtiyacı hisseden insanların, bu ihtiyaçlarının kısıtlanmasından dolayı psikolojilerinin olumsuz anlamda etkilenmesine neden olmuştur. Bu süreçte kişilerin hastalık sebebiyle iletişim halinde olduklarının ölümlerine şahit olması ve hastalığa maruz kalma kaygısı, yüksek düzeyde korku yaşamalarına sebebiyet vermiştir (Yılmaz & Sağlam, 2021).

COVID-19 sürecinde, iş süreçlerinde, yaşam şekillerinde farklılaşma hakimdir. Farklılaşma denilen kavram ise farkında olarak ya da olmayarak, isteyerek ya da istemeyerek var olan bir şeyin sahip olduğundan farklı bir forma dönüşmesidir. İşletmelerin bu süreçte yaşanan farklılıklara ayak uydurmak ve globalleşen dünyada varlıklarını idame ettirebilmek adına geliştirdikleri evden çalışma modelleri, olumlu etkiler sağlarken bir yandan da çalışanların aile içindeki tartışmalarının ve gerginlik düzeylerinin çoğaldığı ortamların oluşumunu beraberinde getirmiştir. Süreç geniş kapsamlı zaman diliminde düşünüldüğünde, evden çalışma sisteminin yaygınlaşması ile beraber bireylerin performanslarında ve işlerindeki motivasyonlarında azalma olabileceği düşünülmektedir (Serinikli, 2021).

Bu pandemi yalnızca ekonomik bir buhran değil aynı zamanda kişilerin hayatta kalıp kalmama stresini yaşadıkları bir süreçtir (Gerşil & Yüksel Şentürk, 2021). Bu

süreçte insanların ruh halinin, yaşadıklarını yorumlama şekilllerinin ve iş hayatlarındaki tavırlarının farklılaşacağı düşünülmektedir (Aslan R. , 2020). Hatta bu süreçte insanların iç alemlerinde yaşadıkları hissiyatlar, salgının seyrinin nasıl yönleneceği konusunda önemli bir etken olmaktadır. Bu düşünceden dolayı da insanların iç dünyalarındaki gereksinimlerin göz önünde bulundurulması gerekmektedir (Cullen, Gulati, & Kelly, 2020).

Türkiye'deki işletmeler tehlikenin farkında olduğu için COVID-19 pandemisi sürecinde çalışanlarının motivasyonlarının yükselmesi ve performanslarının düşmemesi için bazı çalışmalar yapmışlardır. Yapılan bu çalışmalar, COVID-19 sürecinde oluşan farklılıklara ayak uydurduğu ve problemlere çözüm üretebildiği takdirde istenilen noktaya ulaşacaktır. Bu bağlamda firmaların insan kaynakları bölümlerinin farklılıklara uyum sağlayacak nitelikleri geliştirmesi beklenmektedir (Tuna & Çelen, 2020). İşgörenlerin motive olmaları onların verimliliğini arttıracağı için ve bu verim de işyerlerinin hedeflerine ulaşmalarına olanak sağlayacağı için bu minvalde çalışmalar yapılmaktadır (Kırılmaz, 2021).

Hijyen ve tertipli olma hali işyerlerindeki başarının esas şartıdır. Bu durum işletmeler tarafından önemsenmelidir. Çünkü bireylerin motive olup, performanslarının artması bu ihtiyaçlarının karşılanmasına bağlıdır (Topçuoğlu & Genç, 2021). İnsan kaynakları bölümlerinin baş rolde olmasıyla yapılan, iş yerlerinde işgörenlerin sosyal hayatlarını güvence altına almak için kullanmalarına olanak verilen dezenfektan ve koruyucu malzemeler, toplu kullanım alanlarındaki kişiler arasındaki belirli uzaklığın sağlanması gibi faaliyetler işgörenlerin motive olmalarını sağlamıştır (Gerşil & Yüksel Şentürk, 2021). Ayrıca işlerinden olma kaygısından dolayı huzursuz olan çalışanlar için işletmeleri tarafından yapılan yardımlar onlara pozitif anlamda tesir etmiştir. Daha önceden bu şekilde bir kriz ile karşı karşıya kalınmadığı için bu hastalıkla mücadele ederken aynı zamanda insan psikolojisinin bozulmaması adına da bir savaş verilmesi gerektiği unutulmamalıdır (Çiçek & Almalı, 2020).

Her şeyin değişim içinde olduğu, özellikle insan psikolojisinin önemli ölçüde etkilendiği bu süreçleri yöntebilmek işletmeler açısından mühim bir konu olarak görülmektedir. İşletmelerin bu konu üzerinde durmalarının sebebi değişen ve kontrol edilemeyen bu süreçte meydana gelen yeniliklere uyum sağlayıp, adapte olabilmektir.

Çünkü süreci yöneten firmaların durumdan daha az zararla çıkarken, süreci yönetemeyen ve yeni duruma adapte olamayan firmaların süreci daha büyük zararla atlatacakları muhtemeldir.

2.2. Motivasyon

Motivasyon, çalışma hayatında işletmelerin verimliliği ve bireylerin başarısı konusunda üzerinde durulması gereken bir konudur.

Organizasyonlarda, insanlar çalışmaları neticesinde hem maddi hem de manevi gereksinimlerinin karşılanmasını isterler. Bunlardan biri eksik olduğunda huzursuz olurlar. Çalışanların bu gereksinimleri karşılanıp motivasyonları arttığında iş potansiyellerinin de arttığı bilinmektedir (Sevinç, 2015).

İşletmeler açısından bakıldığında çalışanın motive olması demek vazifelerini yerine getirmelerinde istekli olmaları sebebiyle işi yapmaya koyulmaları demektir. Çalışanın işi yapmaya koyulmak için isteği varsa motivasyonunun olduğu, isteği yoksa motivasyonunun olmadığı bilinmektedir (İnankul, 2015).

Bununla paralel olarak Maslow'a göre çalışanlarını motive etmek isteyen her yöneticinin, insan ihtiyaçlarının hiyerarşisini anlaması gerekmektedir. Çünkü insan ihtiyaçlarının sürekli olarak karşılanması, çalışanları motive etmenin anahtarı olarak bilinmektedir (Wolor, Solikhah, Susita, & Martono, 2020). Motive olan çalışanların ise verimliliklerinin diğerlerine kıyasla daha fazla olması söz konusudur (Özdemir & Muradova, 2008).

Bu düşünce bağlamında duyguları, düşünceleri hevesleri ile bir bütün olan insanın ihtiyaçlarının ve motivasyonunun iyi tanımlanması gerekmektedir.

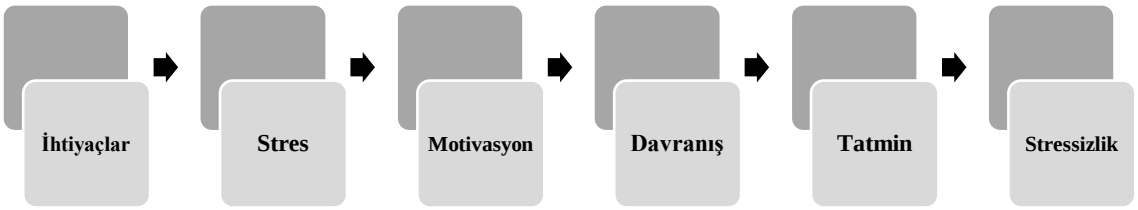
2.2.1. Motivasyonun Tanımı

Literatürde motivasyon araştırmaları sürecinde birçok tanım ile karşılaşılmıştır. Bu tanımlardan bazıları aşağıdaki gibidir:

Motivasyon, bir davranışın oluşması esnasında kişiyi güdüleyen ve davranışlarına olumlu anlamda yön veren bir kavram olarak tanımlanmaktadır (Önen & Kanayran, 2015).

(Chauhan, Goel, & Arora, 2018) ise motivasyonu, kişiyi eyleme geçiren ve hali hazırda başlatılmış olan eylem sürecinde onu devam ettiren bir şey olarak tanımlarken, içsel ve dışsal olup çeşitli faktörlerden etkilenen bir kavram olarak ifade etmiştir.

Motivasyon, '*….içten gelen itici güçlerle belli bir amaca doğru yönelen davranışlardır'* (Tabaru & Şen, 2019). İnsanların bu davranışlarının idrak edilebilmesi için davranışın oluşmasında etkili olan gereksinimleri ve güdüleyici nedenleri bilmek icap etmektedir (Koç, 2019). Güdülenme, kişinin bir işi yapmaya koyulmasıdır ve her bireyin güdülenme şekli birbirine benzerlik göstermez (Akbaba, 2006). Bunun sebebi insanların ihtiyaçlarının farklı farklı olmasıdır. Motivasyon da bireylerin ihtiyaçlarının tatmin olması için gerçekleştirdikleri davranışları ifade eder (Özdemir & Muradova, 2008).



Şekil 1. Motivasyon Süreci

(İnce & Gençay, 2017)

Motivasyon süreci ihtiyaçların karşılanmak istemesinden doğmaktadır. Bu sürece göre kişi ihtiyaçlarının karşılandığı takdirde motive olduğunda, buna göre davranışlar sergileyip doyuma ulaşır ve dolayısıyla stresten uzaklaşır.

2.2.2. Motivasyonun Önemi

Motivasyon süreciyle beraber işletme içinde çalışanların işlerini yapmaya hazır olmaları, şirketin performans verimliliği açısından önem arz etmektedir. Rahat çalışma ortamları, verimliliği arttıran yerler olarak gösterilirken, rahat çalışma ortamlarının beklentilerini karşılamayan organizayonların ise verimliliklerinin düşük olduğu bilinmektedir (Gribanova & Abeltina, 2019).

Çalışma ortamının rahat olması birçok sebebe bağlı olabilmektedir. Fakat genelde merkezde insan olduğu için bireylerin psikolojileri ve motivasyonları rahat çalışma ortamları için önem arz etmektedir. Artık işletmeler rahat çalışma ortamı sağlamak adına iş hayatında bireylerin psikolojisinin yerinin gözle görülür bir şekilde var olduğunun bilincine varmışlardır. Karar vermeleri, çalışma şekilleri, çalışırken kendilerini nasıl hissettikleri bu düşüncenin içerisinde ele alınmaktadır (Yıldız, 2010). Kişileri diğer etkenlere oranla psikolojik etkenlerin gözle görülür şekilde motive ettiği bilindiğinden dolayı (Şahin, 2004), verimliliği arttırmak için insan psikolojisini olumlu anlamda ilgilendiren motivasyonun arttırılması gerekmektedir.

Motivasyonun arttırılması iş hayatında çalışma isteğini arttırdığından dolayı bireylerin motivasyon seviyeleri, işletmelerin muvaffakiyetlerini etkileme noktasında önemli bir etkendir. Motivasyonları azalan çalışanlarda vazifelerini yerine getirmeme, işe zamanında gelmeme ve hüsran yaşama durumları olduğu için işletmenin verim gücüne zarar verici durumlar meydana getirmektedirler. Bunun aksine iyi motive olmuş kişiler çalıştığı kurumların hedeflerine ulaşmalarında yararlı sonuçlar elde etmesini sağlarken aynı zamanda işlerinden haz almaktadırlar (Ulus & Kerim, 2020).

İşinde tatmin duygusu yaşayan çalışanlar işletmelerine bağlılık özelliği gösterirler. Bu bağlılık ile birlikte performanslarında başarıyı yakalarlar. İşletmenin performansı, çalışanın performansına bağlı olduğu için de örgütler hedeflerini tutturmak için çalışanlarının potansiyellerinden en yüksek seviyede yararlanmak isterler. Bu da

personellerinin motivasyon düzeylerinin güçlü olmasıyla gerçekleşebilmektedir (Gümüş & Sezgin, 2012).

2.2.3. Motivasyonun Türleri

İnsanların eylemlerini ve başarılarını güçlendiren farklı gerekçeler, nedenler veya hedeflere göre çeşitli motivasyon türleri sınıflandırılmıştır. Bu motivasyon türleri içsel ve dışsal olarak adlandırılmaktadır (Mahadi & Jafari, 2012).

2.2.3.1. İçsel Motivasyon

İçsel motivasyon, bireyin herhangi bir iç nedenden ötürü bir görevi yerine getirme niyetini ifade eden özerk bir motivasyon şeklidir. Kendini motive eden bireyler içsel motivasyonlarından ötürü bir görevi ilginç ve tatmin edici buldukları için gerçekleştirmek isterler. Çalışma ortamında, içsel motivasyonu yüksek bir bireyin ilginç ve zorlu bir işi tercih etmesi daha olasıdır. Çünkü bu kişiler motive olmak için dışarıdan herhangi bir etki beklememekte ve kendi kendilerini motive etmede yeterli olmaktadırlar. Bunun yanında içsel olarak motive olmuş çalışanların yeni bir şeye karşı olumlu bir tutum sergileme olasılıklarının daha yüksek olması ve derin öğrenme davranışına girme eğilimleri beklenmektedir (Chiu, 2018).

İçsel motivasyon, insanın kendi yaptığı davranışı ile arasındaki bir ilişkidir ve bu ilişkide her bir birey için farklılık söz konusu olabilmektedir. Çünkü insanların her biri ayrı özelliklere ve beklentilere sahip olduklarından, kimi birey için bir davranışın oluşmasında içsel motivasyon önemli bir faktör iken, kimi birey için önemli olmayabilir (Aslan & Doğan, 2020).

İçsel motivasyonun 7 alt başlığı vardır. Bunları açıklamak gerekirse (Oktuğ & Özden, 2013);

Değer-fayda başlığında, bireyin yaptığı işlerin fayda verip vermediğinin önemsenmesi, algılanan seçme hakkı başlığında bireyin gerçekleştirdiği fiili isteyerek ya da zoraki yapması arasındaki farkın farkedilmesi; çaba-önem başlığında işi yapmak için yeterli gayret gösterilmesi, ilgi duyma-hoşlanma başlığında işi yaparken ne kadar haz alındığı, algılanan yeterlilik başlığında işi yaparken potansiyelin uygun olduğunun

anlaşılması, baskı-gerilim başlığında işi yaparken huzurlu yahut stresli mi olunduğunun düşünülmesi, olumsuz iş algısı başlığındada yapılan vazifeye karşı negatif düşünce ifade edilmektedir.

2.2.3.2. Dışsal Motivasyon

Fiili faaliyetin kendisinden bağımsız bir tatmin sağlanırsa, davranışın dışsal olarak motive edildiği söylenir (Calder & Staw, 1975).

Bireyleri motive eden dışsal faktörler arasında, beraber iş yaptıkları kişilerle olan iletişimleri, iş yerlerindeki ücret politikalarının adil olması, terfi imkanları, kendilerini güvende hissettirecek durumlar gösterilebilir (Dündar, Özutku, & Taşpınar, 2007).

Dışsal motivasyon toplumsal kaidelerin daha fazla idrakinde olunduğu zamanda meydana gelmektedir. Örneğin çocuklar toplumsal kaidelerin daha az farkında olduğu ve sorumluluk almak zorunda olmadıkları için, yetişkin bireylere göre içsel motivasyon davranışlarını daha çok şekillendirir. Oysa yetişkinlerin bazılarına bakıldığında toplumsal düzene uyum sağlamak, mükafatlandırılmak yahut cezalandırılmamak için davranışlarını dışsal motivasyonun şekillendirdiği görülmektedir (Aslan & Doğan, 2020).

Buradan da anlaşılacağı üzere içsel ve dışsal motivasyon zamanla, durumlarla, yaşanmışlıklarla değişebilir. Bireyin kendi isteğiyle daha çok para kazanma isteği olabileceği gibi, zaruri ihtiyaç giderme durumlarından dolayı da olabilir. Böylesi zaruri durumlarda dışsal motivasyon faktörleri daha çok önem görür. Fakat uzun vadede düşünüldüğü zaman dış etkenlerin zamanla değişkenlik gösterebilmesinden dolayı, içsel motivasyon ile gerçekleştirilen davranışların daha kalıcı olacağı düşünülebilir.

2.2.4. Motivasyonun Teorileri

Motivasyon ile ilgili teoriler, kapsam ve süreç olmak üzere iki farklı şekilde ifade edilmektedir. Kişilerin davranışlarının oluşmasında onları motive etmede nelerin etkili olduğunu açıklayan teoriler kapsam teorileri olarak adlandırılırken, süreç teorileri de nasıl motive olduklarını açıklayan teorilerdir (Küçüközkan, 2015).

2.2.4.1. Kapsam Teorileri

Bireylerin motivasyonunun anlaşılması için oluşturulmuş olan kapsam teorilerinde, tutumlarının nasıl olduğundan ziyade onları belli tutumlara yönelten faktörlerin ne olduğu anlaşılmaya çalışılmıştır (Yeşil, 2016). Kapsam teorilerinin başlıcaları Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi teorisi, Herzberg'in iki faktörlü teorisi, McClelland'ın başarı ihtiyacı teorisi ve Alderfer'in ERG teorisidir.

2.2.4.1.1. Maslow'un İhtiyaçlar Hiyerarşisi Teorisi

Maslow, motivasyonu anlamak için bireylerin var olan ihtiyaçlarını 5 ayrı grupta sınıflandırmıştır. Buna göre fizyolojik gereksinimlerin karşılanmasının en önemlisi olduğunu, hatta bir örnekle açıklamak gerekirse açlık ihtiyacını karşılamayan bir bireyin başka bir şeyi düşünemediğini savunmuştur (İnankul, 2015).

Maslow bununla birlikte insanların motive olmak için temel ihtiyaçlarının karşılanması gerektiğini ifade eden bir piramid oluşturmuştur. Pramide göre, aşağı basamaklardaki gereksinimlerin karşılanması sonucunda bir üst basamağa geçileceği ve kişilerin motive olacağı belirtilmektedir (Seker, 2015). Piramid baz alınarak yapılan çalışmalarda tüm dünyadaki insanların motivasyonunun sağlanması için ana gereksinimlerin eş olduğu görülmüştür (Demir & Okan, 2009).

Şekil 2'de motivasyon için tabandan tavana karşılanması gereken ihtiyaçlar gösterilmektedir:



Şekil 2. Maslow İhtiyaçlar Piramidi

(Kula & Çakar, 2015)

Bu gereksinimler aşağıdaki gibidir (Onaran, 1981):

1. **Fizyolojik İhtiyaçlar:** İnsanın hayatlarını sürdürebilmeleri için gerekli olan yeme-içme, uyuma gibi karşılanmadığında bir üst basamağa geçilmeyen ihtiyaçlardır.

2. **Güvenlik İhtiyacı***:* Bireylerin güvenli ortamda varlıklarını idame ettirmelerine yardımcı olacak ihtiyaçlardır. Genelde ergin olanlarda, çalışma hayatlarında yahut belirli yaştan sonra emekli olup kendini güvenceye alma bu ihtiyaca örnek olarak gösterilebilir.

3. **Toplumsal İhtiyaçlar:** İnsanlar tek başına yaşamayan bir varlık olduğu için bir arada olduğu diğer insanlarla birlikte bağ kurmak, ait olmak ve sevgi ihtiyacını karşılamayı arzularlar. Bu ihtiyacın karşılanması insana toplumda var olduğunu kendisine hissettirir.

4. **Saygınlık İhtiyacı:** Maslow iki türlü saygınlıktan bahseder. Biri kendi için oluşturduğu kendisine ait olan saygı ötekisi ise diğer insanlardan gördüğü saygıdır. Gerçekleşen bu ihtiyacın karşılanması kişinin kendini kıymetli ve özgüvenli hissetmesine olanak sağlar.

5. **Kendini Gerçekleştirme İhtiyacı:** Kişinin tam potansiyelini ortaya çıkarmak için içinde saklı bulunan ve dışarı çıkarılmayı bekleyen eylemleri geçekleştirme gereksinimidir.

2.2.4.1.2. Herzberg'in İki Faktörlü Teorisi

Herzberg'in işin doyumuyla ilgili yaptığı çalışanlar üzerindeki deneylerde, bir takım etmenlerin motivasyonu yükselttiği hatta eksikliklerinde oldukça olumsuz etkiler meydana getirdiği gözlemlenmiştir. Bunlar, içsel (motive edici) etmen olarak adlandırılmıştır. Bunun yanı sıra varlıkları, çalışanların işe olan tatminini arttırmazken eksiklikleri rahatsız eden etmenler de dışsal (hijyen) faktörler olarak tanımlanmıştır (Ateş, Yıldız, & Yıldız, 2012).

Hijyen faktörlerine, şirket politikaları ve idaresi, denetim (hem teknik hem de kişilerarası ilişkiler olmak üzere), çalışma koşulları ve ücret örnek olarak gösterilmektedir (Ewen, Smith, Hulın, & Locke, 1966).

Motive edici etmenler ise, çalışan bireyleri işlerine daha bağlı hale getirmektedir. Motive edici etmenlere örnek olarak, takdir edilme, başarılı olma, özgüven yükselmesi, yöneticilerin itimadından kaynaklı çalışana ekstra mesuliyet verilmesi gösterilmektedir (Kurt, 2005).

Bu kuramların işverenler tarafından bilinmesi motivasyon için zemin sağlanmasına olanak sağlamaktadır. Çünkü bu kurama göre motive olmak için öncelikle hijyen faktörlerinin sağlanması gerekmektedir. Ardından motive edici etmenler gün yüzüne çıkmaya başlamaktadır. Bu sayede çalışanların yaptıkları işler verimli hale gelir (Erdem, 1997).

2.2.4.1.3. Mc Clelland'ın Başarı İhtiyacı Teorisi

David Mc Clelland teorisinde, insanlar için üç motive edici belirlenip, her birinin baskınlığının bireyin davranış ve özelliklerini açıkladığı savunulmuştur. Belirlenen bu gereksinimler; başarı ihtiyacı, yakın ilişki (bağlılık) ihtiyacı ve güç ihtiyacı olarak adlandırılmaktadır. Başarı ihtiyacı olan bireyler ödüllerden ziyade kişisel başarı için çalışmaktadırlar. İşlerini daha iyi yapmak için kendilerini diğerlerinden farklılaştırmaktadırlar. Ve şans eseri başarılı olmayı sevmedikleri için başarıyı garantileyecek riskleri göze almaktadırlar (Khurana & Joshi, 2017).

Yakın ilişki ihtiyacında, diğer bireylerle iletişim halinde olma ve kabul edilme arzusu hakimdir (Mróz, 2018). Yakın ilişki ihtiyacının yüksek olduğu bireylerde daha fazla insanın bulunduğu aktivitelere katılma, ekip çalışmalarına dahil olarak bu grup içinde var olma davranışları gözlenmektedir (Erdem, 1997).

Güç ihtiyacında ise, bu ihtiyacı yüksek insanların, başkalarını etkilemeye ve kontrol etmeye çalıştıklarından dolayı statü odaklı pozisyonlarda olmayı tercih ettikleri ve rekabet etmekten hoşlandıklarından bahsedilmektedir. Ayrıca, müzakerelerde veya başka bir tarafın bir fikir veya hedefe ikna edilmesi gereken durumlarda bu kişilerin çok etkili olabileceği vurgulanmaktadır (Khurana & Joshi, 2017).

2.2.4.1.4. Alderfer'in ERG Teorisi

ERG Teorisi, bireysel insan davranışına katkıda bulunan faktörleri anlamakla ilgilenen motivasyonel bir yapıdır. Bu tür bir anlayış, işyerindeki performansı anlamak ve geliştirmek isteyen işletme öğrencileri ve uygulayıcılar için yararlı olmaktadır. Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisinin bir sonucu olan ERG teorisi, işyeri sorunlarını, ilişki paradigmalarını ve bunları açıklamak ve tahmin etmek için kullanılabilmektedir (Caulton, 2012).

Clayton Alderfer'in ERG Teorisi (Existence-Relatedness-Growth); varoluş ihtiyaçları, ilişkisel ihtiyaçlar ve gelişim ihtiyaçları üzerine kurulmuştur. Varoluş ihtiyacında kişinin hayatını idame ettirmesi için gerekli olan yeme-içme ve emniyet kavramları üzerinde durulmaktadır. İlişkisel ihtiyaçlarda ise bireyin iletişim halinde olduğu kişilere hem his ve fikirlerini anlatması hem de bu bağlamda diğerleri tarafından

görünür olma gereksinimini karşılaması neticesinde doyuma ulaşması açıklanmaktadır. Gelişim ihtiyacında ise bireyin yükselmesi için çalışması ve mesuliyet alması anlatılmaktadır (Tekin & Görgülü, 2018).

Alderfer'in teorisini Maslow'un teorisinden ayıran gereksinimlerin 5'ten 3'e düşürülmüş olması ve bu gereksinimlerin arasında Maslow'un bahsettiği gibi bir sıra olmamasıdır. Hatta Alderfer, ilişkisel gereksinimlerin karşılanmasıyla varoluş gereksinimlerinin daha da belirginleşeceğini vurgulamıştır (Yeşil, 2016).

2.2.4.2. Süreç Teorileri

İşletmenin hedefleriyle uyumlu davranışlar sergileyen bireyin nasıl güdülenebileceği ve davranacağı konuları üzerinde süreç kuramları durmaktadır (Tağ & Çetinkaya, 2019).

En bilinen süreç teorileri; McGregor'un X ve Y Teorisi, Vroom'un Beklenti Teorisi, Adam'ın Eşitlik Teorisi, Locke'un Hedef Belirleme Teorisi, B.F.Skinner'in Davranış Şartlandırması (Sonuçsal Şartlandırma Teorisi) Teorisidir.

2.2.4.2.1. McGregor'un X ve Y Teorisi

Douglas McGregor tarafından geliştirilen bu teoride, istihdam edilen kişiler için öncelikle negatif yorum olan X teorisi açıklanırken, bunun tam karşıtı olacak bir teori olan Y teorisiyle çalışanlar için pozitif yorum geliştirilmiştir. X teorisinde çalışanın yapı olarak gerçekleştirdiği faaliyetlere karşı isteksiz ve üşengeç olduğu ve bundan dolayı da denetlenmeyi ve yaptırım uygulanmasını hak ettiklerinden bahsedilmektedir. Y teorisinde ise uygun şartlar sağlandığında çalışanın işine karşı daha istekli, kendilerini denetleyen ve mesuliyet alma noktasında sorun yaşamadıkları vurgulanmaktadır (Tekin, Baş, & Gökdemir, 2016).

X teorisine göre ortalama bir insanın yönetilmeyi tercih ettiği, sorumluluktan kaçmak istediği, daha az hırsının olduğu ve her şeyden önce güvenliği istediği anlatılırken bu teoride McGregor aynı zamanda yöneticinin amacının insanları uysal olmaya, ödül karşılığında kendilerine söyleneni yapmaya ya da cezadan kurtulmaya ikna etmek olduğu varsayımından bahsetmektedir (McGregor, 1960).

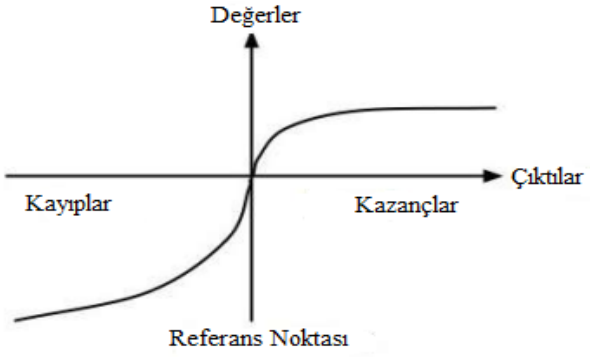
Y teorisine göre ise, yönetimin rolü sadece yönlendirme değil, aynı zamanda, ister insan ister maddi olsun, bir işletmenin amaçlarına ulaşması için kaynakları organize etmesi konu edilir. Bu teoride çalışanların pasif olmadıklarından bahsedilirken, çalışanların gelişimleri için fırsatlar sağlamanın, onların örgütsel hedeflere ulaşmada çabalarını kullanabilmeleri için koşulları yaratarak potansiyellerini serbest bırakmanın yönetimin sorumluluğunda olduğu anlatılır (Gannon & Boguszak, 2013).

2.2.4.2.2. Vroom'un Beklenti Teorisi

Vroom bu teoride çalışanların hedeflerini gerçekleştirirken nihayetinde kazançları onlar için ne kadar önemliyse o kadar çok hedefe ulaşmak için çaba sarf edeceklerini ve motive olacaklarını savunmuştur (Yılmaz & Turgut, 2016).

Bu sebeple çalışanlar, beklentilerini karşılayan ve sonucunda mükafat elde edecekleri hedefleri kendi arzularıyla yapıp, bunun tersi şekilde sonunda beklentilerini karşılamayan işlerden kaçınmaktadırlar (Tağ & Çetinkaya, 2019).

Kişilerin belli bir hedefe ulaşma ve ulaşmama isteklerindeki ilinti Vroom tarafından *valance* terimi ile ifade edilmiştir ve bu terim hedefin esas değeri olmayıp kişinin kendi beklentisinden kaynaklı olduğu için hedefin gerçek değeri ile birbirine eş olmayabilir. Bireylerin güdülenmelerinin valance değeri (+) olduğunda eylemi gerçekleştirmek, (-) olduğunda ise kaçınma davranışları görülmektedir (Onaran, 1981).



Şekil 3. Beklenti Teorisi Fayda Fonksiyonu

(Yiğit, 2019)

Şekil 3'te başlangıç noktasında bir değişim izlenmektedir. Grafiğe göre bireylerin kayıptan uzaklaşıp, kazanca yaklaşma hareketi temsil edilmektedir. Şekilde kayıp eğrisinin açısının kazanç eğrisinden fazla olması kişilerin kaybetme korkularının kazanma sevinçlerinden daha fazla olduğunu göstermektedir.

2.2.4.2.3. Adam'ın Eşitlik Teorisi

Geliştirilen bu teoride yapılan işin girdisi ve çıktısı arasındaki denge tanımlanıp, bu dengenin çalışanlar için etkililiği vurgulanmıştır. Burada girdi tanımı; personelin çalıştığı kuruma verdiği çabası, deneyimi, mahareti gibi kavramları ifade ederken, çıktı tanımı; kurumun personele verdiği maaş, onaylanma, gelişim imkanları gibi kavramları ifade etmektedir. Teoride ayrıca birey kendisiyle aynı işi yapan diğer çalışanlarla arasında bir denge arar. Kısaca özetlemek gerekirse çalışan her anlamda denge aradığı için; G(Girdi) > Ç(Çıktı) alması gerekenden az kazancı olduğunda memnuniyetsiz hisseder.

G(Girdi) < Ç(Çıktı) alması gerekenden çok kazancı olduğu için suçluluk hisseder.

G(Girdi) = Ç(Çıktı) alması gereken tam kazancı aldığında doyuma ulaşır (Kılıç D. B., 2016).

2.2.4.2.4. Locke'un Hedef Belirleme Teorisi

Hedef belirleme teorisi, kendilerini bir hedefe kilitleyen ve bu minvalde hareket eden bireylerin güdülenmelerine açıklık getirmeye çalışır. Hedefler açıklanırken belirlenebilir, ölçülebilir, ulaşılabilir, gerçekçi ve gerçekleşmesi için belirli bir zamanının olması kriterlerine uyması beklenir (Seker, 2015).

Hedef belirleme teorisi üzerine yapılan araştırmanın temel bulguları arasında belirli yüksek bir hedefin, kolay bir hedefe kıyasla çalışanın elinden gelenin en iyisini yapıp yüksek performans sergilemesine yol açtığı görülmektedir. Teoride ayrıca performans ile hedefin zorluk derecesi arasında pozitif bir ilişkinin olduğu öne sürülmektedir (Latham, Brcic, & Steinhauer, 2017). Çünkü zor hedefler veya görevler olduğunda çalışan daha hırslı, istekli, ısrarcı, odaklı olmaya çalışacaktır. Böylelikle kişinin sonuçlara ulaşma potansiyeli olarak tanımlanan öz yeterliliği artacaktır. Dolayısıyla hedeflerin ulaşılabilirlik düzeyi, çalışanların iş hayatında temel belirleyicidir (Tozlu & Kurtipek, 2015).

Teoride özet olarak kişilerin yapacakları işler için kendilerine belirledikleri hedefin gücünün fazla olmasına göre daha çok harekete geçecekleri, araştırma yapacakları ve sonucunda performanslarını arttıracakları anlatılmaktadır (Zeynel & Çarıkçı, 2017).

2.2.4.2.5. B.F.Skinner'in Davranış Şartlandırması (Sonuçsal Şartlandırma Teorisi)

Davranış şartlandırması teorisinde, kişilerin tutumlarının nasıl oluştuğu ve bu tutumların gelişmesinde en önemli faktörün öğrenme olduğu, tutumların bu şekilde farklılaştığı teorinin ana konusudur (Akış & Öztürk, 2009).

Teoriye göre birey davranışının neticesine göre hareket eder. Davranışlarının sebebi, neticelerinden kaynaklanmaktadır. Bu neticeye göre kişiler ya davranışları sürdürürler yahut bırakırlar (Çinar, Akgül, & Korkmaz, 2018).

Davranış şartlandırması teorisinde hayvanlar üzerinde yapılan testlerin verilerinden yola çıkılarak insanların davranışlarının gelişimi anlatılmıştır. Davranışlarda

bireye verilen uyaran ile bireyin bu uyarana verdiği yanıt onun öğrenmesini gösterir ve bu da davranışta sürekliliği sağlar (Güneş, 2011).

2.2.5. Motivasyon Kaynakları

İnsanların bilinçsiz güdülerin altında yatan sebepler onların ihtiyaçlarıdır ve bunlar insan davranışlarında nispeten istikrarlı kalıplara sahiptirler. Bu tür güdüler, insanların nasıl seçim yaptıklarını ve hangi hedefleri aradıklarını ve nasıl motive olduklarını belirleyen faktörlerdir (Frieze & Boneva, 2001) .

Bireylerin motive olmaları çoğu araştırmaya konu olmuştur. Her bireyi motive eden kaynak birbirinden farklı olabilmektedir. Bunun anlaşılması için yapılan araştırmalardan biri olan McClelland teorisinde ifade edilen güç gereksinimi, başarı gereksinimi, bağlanma gereksinimi, motivasyon kaynakları olarak gösterilmektedir. Bunun yanında bu kaynaklardan farklı olarak Cacioppo ve Petty tarafından ele alınan düşünme gereksinimi de motivasyon kaynağı da olarak ifade edilmektedir (Antalyalı & Bolat, 2017).

Motivasyonun oluşması için birçok kaynağın varlığından söz edilebilmektedir. Fakat bu çalışmada konu alınan kaynaklar güç ihtiyacı, başarma ihtiyacı, bağlanma ihtiyacı ve düşünme ihtiyacıdır.

2.2.5.1. Güç İhtiyacı

Güç ihtiyacı incelenirken, insanların neden başkaları üzerinde güce sahip olmakla ilgilenip ilgilenmeyeceklerinde kişilik faktörlerinin oynadığı rolü düşünmek önemlidir. Güç ihtiyacı olan kişiler başkalarını kontrol etmeye çalışırlar ayrıca, etkili olarak veya itibar kazanarak güç hedeflerini veya güç motivasyonlarını ifade edebilirler. Başkaları tarafından bilinmek, kişinin güç temellerini geliştirir ve yüksek güç motivasyonu olan kişilerin başkalarının duygularını etkilemeye çalışmak veya (genellikle istenmeden) tavsiye veya yardım sağlamak gibi davranışları görülür (Frieze & Boneva, 2001).

Motivasyonun oluşması için önemli faktörlerden biri güç gereksinimidir. Bu faktör kişinin çevresindeki insanları etki altına almayı kontrol ederek hazzı yakalaması olarak ifade edilir (Özer & Topaloğlu, 2008).

Güç gereksinimi fazla olan kişiler idari kadrolarda varlıklarını sürdürmek için iştiyaklı ve bu kademelerde terfi etmede daha muvaffak olan çalışanlardır. Ayrıca güç gereksiniminin fazla olduğu bireylerin diğerlerine oranla önderlik yeteneklerinin daha göz önünde olduğu fark edilmektedir (Özkul & Alparslan, 2019).

Konu ile ilgili yapılan bazı araştırmalarda, güç ve güç motivasyonunun risk algısını ve risk tercihlerini etkilediği gösterilerek, yüksek güce sahip kişilerin güç rolleri istikrarlı olduğunda daha riskli davrandıklarını ancak güç rollerini kaybetme tehlikesi olduğunda daha az riskli davrandıkları gözlemlenmiştir (Hiemer & Abele, 2012).

2.2.5.2. Başarma İhtiyacı

Bu gereksinim, belirlenen güçlü bir başarıya ulaşmak için gösterilen azim ve yüksek performans için kişinin potansiyelinin üstüne çıkması şeklinde ifade edilmektedir (Eryılmaz & Odabaşoğlu, 2018).

Başarı gereksiniminde diğer insanların yapamadıkları işlerin üstesinden gelmek, kişilerin yaptıkları işlerde muvaffak ve kusursuz olma arzuları, bir rekabet sonucunda kazanan taraf olmaktan kaynaklı haz duyguları açıklanmaktadır. Başarı gereksinimi fazla olan kişiler kendilerine zor amaçlar tayin ederek, bu amaçlara erişmek için deneyimler sağlayarak ona göre hareket ederler (Özçoban & Özkul, 2019).

Yapılan çalışmalar göstermiştir ki başarı gereksinimi ile hareket eden kişilerin davranışları aşağıdaki gibidir (Özer & Topaloğlu, 2008):

- Bu kişiler az ya da çok risk almaktansa başarılarının daha öngörülebilir riskler yardımıyla görünür olmasına ihtiyaç duyarlar.
- Amaçlarına erişmelerinde hangi noktada olduklarını görmek için çabuk ve net olarak bilgi sahibi olmak isterler.
- Başarı motive olmalarını güdüleyen faktör olarak bilinmektedir.
- Fikirleri her daim amaçları ve yapacakları düşüncelerle doludur.
- Mesuliyet alma hususunda oldukça istikrarlıdırlar.

2.2.5.3. Bağlanma İhtiyacı

McClelland'ın motivasyonu anlama bağlamında geliştirmiş olduğu teoride, motivasyonun oluşmasında karşılanması gereken ihtiyaçlardan biri bağlanma ihtiyacıdır. Bu ihtiyaca göre kişiler çevresindeki insanlara daha içten bağlar ile bağlanmak isterler. Bir ekibe dahil olmak onlar için daha önemli olduğu için bireysel olarak lider olma konusunda pek iyi değildirler (Eryılmaz & Gülova, 2019). Çünkü bu kişilerin esas ihtiyacı bireysel anlamda tek başına gücü elde etmek değil, birlik halinde hareket etmektir.

Bu gereksinimin baskın olduğu kişilerin, kendisini ekibin bir parçası olarak görmesi, üyeler ile beraber hareket etmesi, insani değerlere önem veren kişilerle bir arada olup bir şeyler üretmesi önemlidir. Kişinin sorunlardan uzak ilişkiler kurması ve çalışma arkadaşlarının sevdiği biri olması bağlanma ihtiyacının yüksek olması ile açıklanmaktadır (Özçoban & Özkul, 2019).

Bağlanma gereksinimi fazla olan kişilerde çevrelerinde daha fazla insan görmek, bu insanlarla daimi olumlu iletişim kurmak önemlidir. Bağlanma ihtiyacının görüldüğü kişilerde etrafındaki insanlar aracılığıyla tasdik edilmeyi arzulama vardır (Özkul & Alparslan, 2019).

2.2.5.4. Düşünme İhtiyacı

Literatürde düşünme gereksinimini anlamlandırmak adına birçok çalışmaya denk gelinmiştir. Bu çalışamalarda düşünme ile bireylerin vazifeler ve bilgi edinimiyle olan ilişkileri anlatılmaktadır ve düşünme gereksiniminin insandan insana değişen tutumlar ile manalı bağlantısından bahsedilmektedir (Karaman & Akatay, 2021).

Bireylerin çabalarıyla beraber onları düşünmeye sevk edecek durumları arzulama ve düşündükleri süre zarfında memnun olmaları, düşünme ihtiyacı ile ifade edilmek istenen bir durumdur (Gülgöz & Sadowski, 1995).

Düşünme ihtiyacı, kişilerin komplike durumları sonuca ulaştırmak için düşünmelerini gerektiren olaylardan haz almasını anlatmaktadır. Bu ihtiyaç kişinin içinden gelmesi ile alakalıdır, kişi herhangi bir dış etki olmadan düşünmekten haz alır ve motive olur (Erhan, Çarıkçı, & Alparslan, 2018).

Düşünme ihtiyacı fazla olan bireyler, düşünmelerini gerektirecek durumlarda kapsamlı veri toplamaya, var olan sorunlara çözüm üretmeye ve karar almada detaylı araştırmalar yapmaya karşı daha talepkârdırlar. Bunun aksine düşünme ihtiyacının az olduğu bireyler ise sorunların üstesinden gelmesi noktasında detaylara girmek istemeyip daha kötümser duruş sergilemektedirler (Tok, 2010).

2.2.6. Motivasyonun Araçları

Her insan farklı yapıda olduğu için, çalışma hayatında insanları motive eden araçlar da farklı farklıdır. Bunun yanında her kuruluşun da çeşitli motivasyon araçları vardır. Bu araçlar, finansal da olabilir finansal olmayan da olabilir. Çalışanı motive eden finansal araçlar ücret, ikramiye ödül iken, finansal olmayan araçlar eğitim yardımları, sosyal etkinlikler, çocuk bakımları veya tıbbi bakım ek sigortası şeklinde olabilmektedir (Borowski & Daya, 2014).

Motivasyon araçları araştırmalar sonucunda genel anlamıyla ekonomik, psiko-sosyal ve örgütsel-yönetsel araçlar olarak sınıflandırılmışlar ve bu sınıflandırmanın nelerden oluştukları gruplandırılarak ifade edilmiştir.

Buna göre Tablo 1'de detaylı olarak motivasyon araçları gösterilmiştir.

Tablo 1. Motivasyon Araçları

MOTİVASYON ARAÇLARI		
1.Ekonomik Araçlar	**2.Psiko-Sosyal Araçlar**	**3.Örgütsel ve Yönetsel Araçlar**
Ücret Artışı	Bağımsız Çalışma	Alınan Kararlara Katılım
Primli Ücret	Statü ve Değer	Sorumluluk ve Yetki Devri
Kara katılma	Gelişim Olanakları	Pozisyon Yükseltici Eğitim
Ödül	Çevreye Uyum	Amaç Birliği
Sosyal Yardım	İş Güvencesi	İletişim

(Sevinç, 2015)

Çalışanların motivasyon araçlarının birinden veya daha fazlasından doyum sağlanılmadığında işlerinde sıkıntıya girdikleri düşünülmektedir. Çalışanlarda motivasyona sebep olan araçlar 3 ana şekilde bölümlendirilmiştir. Bunlar ekonomik araçlar, psiko-sosyal araçlar ve örgütsel ve yönetsel araçlardır (İnce & Gençay, 2017).

2.2.6.1. Ekonomik Araçlar

Firmaların varoluş ve sürdürülebilirliklerinin en önemli sebebi ekonomik etkenlerdir. Çalışanların genel hedefi, kazançlarını yüksek seviyelere çıkartarak şahsi menfaatlerini arttırıp, sosyal hayatlarını devam ettirecek maddesel kazancı sağlamaktır. Bu kapsamda bakıldığı zaman, hayatın idamesi noktasında ekonomik araçlar, psiko-sosyal ve örgütsel-yönetsel araçlara nazaran daha önemlidir (Katı & Düşükcan, 2017).

Kişilerin kendi kazançlarının yanında ek olarak ödüllerin varlığı onları motive eden araçlar arasında yer almaktadır. Fakat bu aracın önemi kişiden kişiye göre değişebilmektedir. Örneğin %20 oranında maaşın yükseltilmesi personelin bir kısmının motivasyonunu arttırırken, bir kısmında en ufak bir tesir oluşturmayabilir (Yıldırım & Demirel, 2015).

Bunun yanında ödüller çalışanın üretkenliğinin artmasına katkıda bulunur. Örneğin ödül mahiyetinde verilen ek izinlerde, işveren yönetmelikte bulunan asgari tatil günü haricinde inisiyatif kullanarak çalışanlarına ek tatil günü verdiğinde çalışanların performansı olumlu anlamda etkilenmektedir (Borowski & Daya, 2014).

2.2.6.2. Psiko-Sosyal Araçlar

Psiko-Sosyal gereksinimlerin fark edilmesi zor ve komplikedir. Fakat anlaşılması halinde, çalışanların firmalarına bağlı olmalarının derecesini yükselttiği de bilinmektedir. Bu başlık altındaki değer görme kavramıyla anlatılmak istenen, çalışanın örgüt içerisinde yaptığı işler neticesinde yüceltilmesidir ki bu durum aynı zamanda ihtiyaçtır (Örücü & Kanbur, 2008).

Bir diğer motivasyon aracı olan eğitim sayesinde çalışanlar; iş özelliklerinin, işi iyi yapmak için gerekli olan becerilerin farkına varacak ve yeni teknolojiyi kullanabileceklerdir. Bunun beraberinde de motivasyon seviyeleri yükselecek ve

performansları artacaktır. Bu durum çalışan performansını maksimize ederken organizasyon hedeflerine etkili bir şekilde ulaşılmasına da yardımcı olacaktır (Ali, Yusoff, & Ali, 2019).

Hedefe ulaşmada bir başka araç çalışanların birincil motivasyonu olan güvenilir iş güvencesidir. Her işletme sahibi şirketinin finansal gücüne ve sürekli büyümesine katkıda bulunmak isterken, çalışanlar da bu katkıya destek sağlamak isterler. Yapılan araştırmalarda iş güvencesi konusunda iyimser olan çalışanların diğerlerine göre çalışma ortamında daha yüksek motivasyona sahip olduğu görülmüştür. Bu nedenle bazı araştırmaların sonuçlarına göre iş güvencesi, çalışma ortamında en motive edici motivasyon aracı olarak görülmektedir (Şenol, 2014).

2.2.6.3. Örgütsel ve Yönetsel Araçlar

Hem kamu hem de özel sektör kuruluşundaki çalışanlar motivasyonun üretkenliği arttırdığının giderek daha fazla farkına varmaktadır. Bu nedenle çalışan motivasyonu, organizasyonlarda çalışanlar arasında etkili iş yönetimini arttırma politikası olarak kullanılmaktadır. Bu politika ile birlikte motive olmuş çalışan, ulaşması gereken belirli amaç ve hedeflere duyarlıdır ve çabasını da bu yönde yönlendirir (U.S, 2013).

Örgütlerde çalışan ilişkileri yönetimi, kuruluşların çalışanlarla veya çalışanların birbirleriyle olan etkileşimlerini mükemmel şekilde yönetmek, sonunda kuruluşların hedeflerine ulaşmak için kullandıkları bir süreçtir. Bu sürecin güvenli ve adaletli bir şekilde yönetilmesi ve dolayısıyla iletişimin iyi olması çalışanlar için hayati önem taşır (Abdulrraziq, 2020). İletişimin iyi olduğu işletmelerde işverenler tarafından çalışanlara mesuliyet verilmesi hem kişilerin motivasyonunu arttırır hem de işveren ve çalışan arasındaki iletişimi pozitif yönde etkiler (Örücü & Kanbur, 2008).

İletişimin iyi olduğu organizasyonlarda kararlara katılımda olumlu gelişmeler görülmektedir. Tanım olarak alınan kararlara katılım, üstlerin altında çalışan kişilere verilen kararlarda söz sahibi olmalarına fırsat vermeleridir. Bunun avantajlarından biri, verilmiş olan kararlara çok fazla çalışan dahil olduğundan dolayı farklı bakış açıları ve tecrübelerin getirdiği nitelikli kararların meydan gelmesidir. Bu durum da sonuç olarak motivasyonun artmasına sebebiyet verecektir (Bakan & Büyükbeşe, 2008).

2.3. Yenilikçilik ve Yenilikçi Davranış

Yenilik, kurulmuş olan bir yapıya yeni bir şey sunarak değişiklik yapma sürecidir. Bu sebeple kurumsal büyümenin sağlanmasında ve sürdürülmesinde önemli bir güç olarak bilinmektedir. Etkili yenilikler ile, belirli bir ürün, süreç, hizmet veya iş modelindeki farklılıklar müşterilere sunularak, işletmelerdeki rekabet gücü arttırılır. (Nada, 2010)

İş hayatında sürdürülebilir olma ve büyümenin temel taşı olan yenilikçilik, birçok düzeyde ve çeşitli disiplinlerde araştırılan önemli bir olgudur (Strobl, Matzler, Nketia, & Veider, 2020). Araştırılan bu yenilik kavramı; birçok alanda kendini göstermektedir. Satışa sunulan hizmetlerin yeniliği, ticaret yapılan alanın yeniliği, yönetimin işleyişinin yeniliği, organizasyonel ve bireysel tutumların yenilikleri bunlara örnektir (Kara & Kahraman, 2021).

Tüketiciler ve kullanıcılar, yeniliği doğrudan yeni ürün ve hizmetlerin arzı ve kullanımı yoluyla algılarken, şirketler yeniliği, hizmetin faydası ve dolayısıyla rekabet gücünü arttırması açısından algılarlar. En genel ifadeyle toplumun bakış açısından yenilik ise, yeniliğin doğasında bulunan fırsatların yeterince sorumlu bir şekilde kullanıldığının varsayılarak teknolojik, ekonomik, sosyal ve kültürel gelişmeler meydana getirme süreci olarak ifade edilir (Morvai & Varga, 2011).

2.3.1. Yenilikçilik ve Yenilikçi Davranış Kavramı

Son yıllardaki araştırmalara bakıldığında yenilik yapmanın işletmeler için mühim bir konu olduğu görülmektedir. Bu kavram çeşitli düşünceler ile tanımlanmaya çalışılmıştır. Sektörlerdeki proses akış şemalarındaki yahut yönetim tarzlarındaki inkişaf ve istenilen düzeyde ilerleme kaydedilmesi ifadesi bu tanımlardan biridir (Çalışkan, Akkoç, & Turunç, 2011).

Yenilikçilik, bireylere, gruplara ve organizasyonlara fayda sağlayan yeni fikirler üretmeyi amaçlayan davranışlar olarak ifade edilmektedir (Saaed, Alhamdany, & Dawood, 2020).

Literatürde yenilikçilik, beraberinde yenilikçi davranış kavramını da getirmiştir.

Yeni düşüncelerin, hizmetlerin meydana gelmesi ve bu yeniliklerin şuurlu bir biçimde devam ettirilip sürdürülebilir olmasını sağlayan davranışlar yenilikçi davranış olarak adlandırılmaktadır (Sezgin, Uçar, & Duygulu, 2015).

Bununla birlikte, çoğu yenilik, özellikle başarılı olanları, birkaç durumu kapsayan yenilik fırsatlarının bilinçli ve amaçlı bir arayışının sonucudur. Bir şirket veya endüstride yenilikçiliğin meydana gelmesinde dört tür fırsat alanı vardır. Bunlar; beklenmedik olaylar, uyumsuzluklar, süreç ihtiyaçları, endüstri ve pazar değişiklikleridir (Drucker, 2002). Bu gibi durumlarda kimsenin farkedemediklerini görme noktasında yeni kapıların açılıp, fırsatların doğması muhtemeldir.

Yenilik yapmak veya yenilikçi davranışlar sergilemek demek, farklı şeyleri deneyip sonucu öngörülemeyen adımlar atmak olduğundan dolayı bir bakıma risk almak demektir. Bu sebeple yenilikçiliğin ortaya çıkmasıyla beraber psikolojik güvenlik duygusu azalabilir, bilişsel ve duygusal kaynakları tüketen psikolojik baskı oluşabilir. Böylesi koşullar altında, çalışanların risk almak ve yeni fikirler denemek yerine alışkanlıklarına bağlı kalacağı durumlar da olabilmektedir. Bu düşünce ile yenilikçi davranış gösterip, yenilik yapanların risk alan kişiler olduklarını unutmamak gerekmektedir (Sanders, ve diğerleri, 2018).

Bakıldığında tüm yeniliklerin temelleri, yeni insiyatifler ve fikirlerdir. Bu fikirleri başlatan, teşvik eden, değiştiren ve nihayetinde gerçekleştiren risk alabilen bireyler veya onların gruplarıdır. Bu grupların yenilikçi davranışlarının, organizasyonların ve toplumların performansında ve rekabet ortamında yerlerini belirlemelerinde önemli bir faktör olduğu bilinmektedir (Nisula & Kianto, 2016).

Aynı zamanda çalışanların yenilikçi davranışlarının, kurumsal yeniliklerin dinamik ve zorlayıcı yönlerine önemli katkılar sağlayıp hayatta kalmalarına yardım ettikleri (Sanders, ve diğerleri, 2018) böylelikle örgütün rekabet ortamında varlıklarını sürdürülebilir hale getirmelerini katkı sağladığı bilinmektedir.

Buradan da hareketle araştırmacıların ilgisini çeken ve uzun vadeli örgütsel hayatta kalmaya katkıda bulunmaları için sunulan davranışın, yenilikçi çalışma davranışı olduğu söylenebilmektedir (Zahra & Waheed, 2017).

2.3.2. Yenilikçiliğin Amacı ve Önemi

Yenilikçilik, sürdürülebilir operasyonlar ve rekabet avantajları elde etmek isteyen işletmeler için önemli bir itici güçtür. Bu nedenle, çalışanların yenilikçilik yeteneğini geliştirip, yenilikçi davranışlarını teşvik etmenin yollarını belirlemek, girişimcilerin odak noktasıdır (Zhang, Liu, & Du, 2021).

İşletmeler için bilimsel ve teknik ilerlemenin en yeni ve en verimli başarılarını takip etmek, benimsemek ve uygulamak, sadece daha fazla gelişme için değil, aynı zamanda bugüne kadar elde ettikleri sonuçları korumak için de önemlidir. Bu sebeple işletmeler, daha ekonomik üretim geliştirmek için çabalamak, yeni, modern ve rekabetçi ürünler üretmek, yeni pazarlar elde etmek ve yeni organizasyon ve yönetim süreçlerini uygulamak yani kısacası yenilikçi olmak zorundadırlar (Morvai & Varga, 2011).

Yenilik hareketlerini gerçekleştirmek yalnızca yeniliğin yapıldığı organizasyonda değil, memleket ekonomisinde de sürdürülebilir olma ve pazardaki gücünü arttırma demek olduğundan dolayı yenilikçiliğin gerçekleşmesinin ve sonuçlarının bilinmesi gerekmektedir. Yenilikçiliğin önemine binaen yenilik yapan organizasyonların hayatta kaldıkları, yapamayanların ise pazarda yok olmak tehlikesi ile baş başa kalmaları muhtemeldir (Terzioğlu, Avcı, & Gökovalı, 2008).

Bilinen bu önemden dolayı organizasyonel bazda, işverenler çalışanlardan daha fazla yenilik ve üretkenlik elde etmek için kaynaklarını harcamaktadırlar (Ali I. , 2019). Harcanan bu kaynaklar sonucunda meydana gelen yenilikçi davranış, ihtiyacı karşılayabilecek yeni hizmetler geliştirme, gelişen yeni hizmetlerle daha iyi teknolojik süreçler uygulama ve gelişen bu hizmeti benimseme durumları meydana gelmektedir. Bu sayede çalışanların, öngörülemeyen değişiklik faaliyetlerine ve rakipler tarafından öngörülemeyen fırsatlara yanıt vermeleri sağlanmaktadır (Aulawi, 2009).

Araştırmalar, bireysel yenilikçiliğin inisiyatif başarısında kilit bir faktör olduğunu tutarlı bir şekilde göstermiştir. Yenilikçilik, çalışanlar için son derece önemlidir çünkü işletmeler tarafından uzmanlıklarını genişletmeleri, belirsizlikle başa çıkmaları, riskler almaları, yeni fikirleri benimsemeleri ve bilgi değişikliklerine hızla yanıt vermeleri beklenmektedir (Aldahdouh, Korhonen, & Nokelainen, 2019). Bu şekilde değişimlere

hızlı yanıt veren çalışanların birçok komplike durumların üstesinden geldikleri görülmektedir (Karahan & Patır, 2019).

2.3.3. Yenilikçilik Türleri

Yenilikçilik işletme bazında incelendiğinde dört tane türü vardır. Bunlar; örgütsel yenilikçilik, hizmet yenilikçiliği, ürün yenilikçiliği ve süreç yenilikçiliğidir (Stornelli, Ozcan, & Simms, 2021). Bunlar da kendi aralarında meydana getirdiği varyasyonların mertebesine göre artırımsal ve radikal isimleri altında gruplandırılmıştır. Artırımsal yenilik, yavaş yavaş yapılan eksiklikleri gidermek ve farklılıklar oluşturmak amacı taşırken, radikal yenilikler adı üstünde kökten yapılan ve öncesinde bilinmeyen yeniliklerin ortaya çıkması amacını taşımaktadır (Alan & Yeloğlu, 2013).

Yenilikçiliğin türlerinden olan ürün yenilikçiliği organizasyona yeni üretilen ürünlerin tanıtılması olarak ifade edilirken, süreç yenilikçiliği organizasyondaki çalışma tarzındaki değişiklik olarak tanımlanır (Buchheim, Krieger, & Arndt, 2020).

Bir başka tür olan hizmet yenilikçiliğinin temel taşı olan hizmet ifadesi, organizasyonlarda tüketicilere takdim edilirken aynı zamanda elde edilen yararlar şeklinde tanımlanır. Bilinmeyen, tanınmayan hizmetin oluşturulup tüketicilere takdim edilmesi hizmet yenilikçiliği olarak adlandırılırken, önce sunulmayan bir hizmet olmasına gerek olmaksızın var olan hizmetin tüketicinin dikkatini toplayacak şekilde olması da bu tanımın içine girer (Koçyiğit & Ayın, 2014).

Son olarak örgütsel yenilikçilik, iç ya da dış etkenlerin yardımıyla meydana gelen yeni düşüncelerin ürünlerini, proses yöntemlerini ve organizasyonun prosedürlerini geliştirip, yeni tüketici kitlesine ulaştırıp, yeni kaynakları bulup bu sürecin ticarileşmesi durumu olarak tanımlanmaktadır (Aykanat & Yıldız, 2016). Örgütsel yenilikçilikte, farklı düşüncelerin özendirilmesi, verimsizlik noktasında olumlu tavır sergileme, amaçların net bir şekilde tarifi ve yüksek performansın tebrik edilmesi gibi faktörlerin, çalışanları yeni fikirler üretme noktasında kamçıladığı gözlemlenmektedir (İraz & Altınışık, 2016).

Yenilikçiliğin kişisel bazda incelenmesi sonucunda kişilerin nitelikleri dolayısıyla beş ayrı grubun tanımlandığı görülmüştür. Bunlar düşünce önderleri, değişimlere karşı mukavemet gösterenler, tecrübeye açık olanlar ve riskleri göze alanlardır. Düşünce önderi

olan kişiler beraberinde çalıştığı insanlara anlayışla yaklaşıp onların üzerlerinde etki gücünün yüksek olduğu kişiler olarak tanımlanırken, değişime karşı mukavemet gösteren kişilerde meydana gelen durumlara kuşku ile bakıp mâni olma hareketi gözlemlenmektedir. Bunun yanı sıra tecrübeye açık olan kişiler farklılık aramaktan ve denemekten yılmazken, riskten kaçınan kişilerin bulunduğu pozisyonu sarsmamak adına kaygılanıp harekete geçmedikleri görülmektedir (Boz, Ergüzeloğlu, & Duran, 2020).

2.3.4. Yenilikçiliği ve Yenilikçi Davranışı Etkileyen Faktörler

Yeniliğin, organizasyonlardaki çalışanlar tarafından benimsenmesini etkileyen faktörlerin bilinmesi ve bunun performansla ilişkisinin fark edilmesi gerekmektedir. Bir kuruluşun iş süreçlerine dahil edilen örgütsel yenilikler, çalışanlar tarafından kullanılmadıkları veya uyulmadıkları takdirde çok az değerlidir. Çalışanların, amaçlanan faydaları elde etmek için yeniliği benimseme davranışları organizasyonlarda görülmektedir fakat bunun aksine yenilikleri veya sözde faydaları kabul etmeyen çalışanların olduğu da aşikardır. Bu durum yeniliklerin terk edilmesine sebep olacağından dolayı bunu engellemek için kuruluşun yenilik sürecini ve yeniliği etkileyen faktörleri iyi anlaması gerekmektedir (Talukder & Quazi, 2010).

Araştırmacılar, yenilikçiliği öngören faktörleri belirlemek için çeşitli teorik girişimlerde bulunmuşlardır. Bu çabalar sonucunda ise kategorize edilebilecek temel belirleyicileri ortaya çıkarmışlardır. Buna göre yenilikçiliği etkileyen faktörler, bireysel ve örgütsel olmak üzere iki ana başlık altında incelenmektedir (Aldahdouh, Korhonen, & Nokelainen, 2019).

Bireysel faktörler, yeniliği benimsemenin en önemli belirleyicilerinden biri olarak karşımıza çıkmaktadır. Çeşitli araştırmalarda; algılanan yararlılığın, imaj ve yenilikten zevk alma gibi bireysel faktörlerin, bireyin yeniliğe yönelik tutumu üzerinde daha güçlü bir etkiye sahip olduğu bulunmuştur (Talukder & Quazi, 2010). Bireysel yenilikçilik, kişiden kişiye değişen şahsi niteliklerle ilgilidir. Bu niteliklerden en fazla üzerinde durulan etkenler arasında kişinin özsaygısı ve riski göze alması gelmektedir. Bu etkenlerin ehemmiyeti, yeniliklerin benimsenmesinde ortaya çıkmaktadır. Hatta özsaygısı fazla olan kişilerin yeniliklere alışmalarının daha kolay olduğu görülmektedir (Deniz & Erciş , 2016).

Bireysel olarak yenilikçi davranış, teorisyenler tarafından, bireyin yaratıcılığının kendi içinde önemli olduğu ve yenilik için gerekli bir ilk adım veya ön koşul olarak kavramsallaştırılabileceği iddia edilmiştir. Yeni ve yararlı fikirler üretme yeteneği yüksek olan bir üyenin kendi yenilikçiliğini oluşturma olasılığının da buna göre daha yüksek olduğu gözlemlenmiştir (Pratoom & Savatsomboon, 2012).

Örgütsel faktörlerde ise işletmelerde, sektördeki yerlerini korumak ve daha ileriye gitmek adına çalışanlarının yenilikçi davranışlarına arka çıktıkları yenilikçilik iklimleri mevcuttur. Bu yenilikçilik iklimindeki örgütsel faktörler; baskı oluşturmamak, risk alınmasına izin vermek, çalışanı sorumluluk alması konusunda desteklemek, çalışanı motive etmek, ekip çalışmasının ahengi, işverenin çalışanlara manevi desteği olarak belirtilebilir. Bu faktörlerin olduğu yerde yenilikçi davranış gözlemlenebilmektedir (Bozkurt & Korkmaz, 2021).

Örgüt kültürlerinde yapılan yenilikler sayesinde işletmeler sürdürülebilir anlamda varlıklarını idame ettirmeleri için gerekli olan stratejik araca sahip olurlar. Yenilikçiliğin hakim olduğu işletmelerde, sosyal yaşamda gelişebilecek problemli durumlar karşısında sağlam aksiyonlar geliştirilirken, yenilikçi olmayan işletmeler pazardaki gücünü kaybeder (Gün, 2019).

Yenilikçiliğin işletmelerde ilerlemesi adına, işgörenlerin yeni düşünceler üretmesine, potansiyellerinin gelişmesine destek olunmalıdır. Örgütsel olarak yenilikçiliğin gelişmesine etki eden başka faktörler de; tek bir yerden karar vermeme, işletmelerdeki esnek ortam ve şeffaflık, yapılan hatalara müsamahalı olma, mükafatlandırma, görevde yükselme, özerklik, ekonomik yardım ve teşviktir (Naktiyok, 2007).

2.4. Motivasyon ve Yenilikçi Davranış Arasındaki İlişki

COVID-19 sürecinde meydana gelen çalışma süreçlerindeki değişikliğin, çalışan motivasyonuna tesir ettiği bilinmektedir. Bu süreçte ekonomik dalgalanmadan dolayı işlerine son verilme tehlikesiyle karşı karşıya kalan çalışanların, pandeminin ne zaman son bulacağının meçhul olmasından dolayı huzursuz olup, bu durumun motivasyonlarına tesir edeceği düşünülmektedir (Sönmez R. V., 2020).

Organizasyonlarda, bireylerin çalışmalarından daha fazla yararlanmak için motivasyon usüllerinin tatbik edilmesi icap etmektedir. Çünkü motivasyon, bireylerin etkinliklerinin devamlılığını sağlamakla kalmayıp, bunun yanında güdüleyici bir kuvvet olarak tanımlanmaktadır (Öğüt, Akgemci, & Demirsel, 2004). Aynı zamanda bireylerin motivasyon tercihi, kişilerin anlaşılmış yeteneklerini, belirli durumlarda neden belirli teşviklerle hareket ettiklerini ve davranışlarının neden farklı olduğunu açıklamaktadır (Jiang & Pang, 2018).

Literatürde birçok çalışmada motivasyonun, bireysel yenilikçilik ile olan ilişkisi incelenmiştir. Yurtiçinde ve yurtdışında yapılan çalışmalarda motivasyonun, yenilik faaliyetlerinde rol oynadığı görülmüştür. Konu ile ilgili yapılan bazı araştırmalar şunlardır:

(Chiu, 2018), motivasyonun yenilikçi davranışları arttırdığını, aynı zamanda içsel motivasyonu yüksek olan çalışanların daha yenilikçi, görevlerinde daha fazla çaba gösteren ve işlerinde daha iyi performans sergileyen bireyler olduğunu bulmuştur.

Yenilikçilik insanın kendisini yeterli ve iştiyaklı hissettiği anda ortaya çıkan bir kavram olduğu için (Oktuğ & Özden, 2013), bireysel yenilik yapma durumunda motivasyon ile yenilikçilik arasındaki ilişkiyi incelemiş ve bu inceleme sonucunda çalışanların kendilerini yetkin ve motive olmuş hissetmeleri sayesinde riskleri göğüsleyebilme durumunda kendilerine güvendiklerini ve bu motivasyonla yenilikçilik davranışlarının pozitif doğrultuda değiştiği sonucuna ulaşmıştır.

Yenilik yapma ve yenilikçi davranış sergileme konusunda motivasyonun pozitif etkisi bulunduğundan dolayı (Gürkan & Demiralay, 2017) yaptıkları araştırmalarında, bireylerin motivasyonlarının yüksek olmasının yeni bilgileri kavramada daha iştiyaklı ve

kararlı olmalarına sebebiyet vereceğini savunmuşlardır. Bundan dolayı da yenilikçi davranış gösteren bireylerin komplike durumlarda kolaylıkla sonuca ulaşıp, farklı ve yenilikçi fikirlerin ortaya çıkmasında öncülük edeceklerini belirtmişlerdir.

(Ekiyor & Arslantaş, 2015), motivasyon ve yenilikçi davranışın birbiri ile bağlantı halinde olduğunu, yenilikçi davranışlarının motivasyonları ile pozitif yönde arttığını araştırmasında bulurken, (Gezer, 2019) Gaziantep ilindeki gıda sektörü çalışanlarına yönelik hazırlamış olduğu yüksek lisans tez çalışmasında, motivasyon seviyesinin hem iç faktörlerle hem de dış faktörlerle motive olma düzeylerinin, yenilikçi davranış ile pozitif ve yüksek seviyeli ilişkisinin bulunduğu sonucuna varmıştır.

Konu ile ilgili yapılan başka bir araştırmada (Su & Zhang, 2020) kişilik özellikleri bağlamında bakıldığında inisiyatif kullanan, sorumluluk alan ve iç motivasyona sahip olan kişilerin, aktif olarak hedefler belirleme, yenilikçi fikirler üretme ve bunları uygulamaya koyma konusunda güçlü motivasyona sahip olduklarını bulmuştur. Ayrıca işyeri ortamında bu kişilerin mevcut performanslarını ve statülerini iyileştirmenin yeni yollarını belirlemeye devam ederek yaratıcı fikirlerin, yenilikçi davranışların ve somut ürünlerin etkili bir şekilde üretilmesine olanak sağladıkları da görülmüştür.

Sonuç olarak firmalar, işinde uzman kişileri bünyelerinde barındırmak için motivasyon usüllerini takip etmelidir. Bununla birlikte hayatta kalmaları içinde motivasyonla beraber yenilik çalışmalarına destek verip bu tarz uygulamaları yakinen izlemelidirler (Öğüt, Akgemci, & Demirsel, 2004).

BÖLÜM 3. ARAŞTIRMA YÖNTEMİ

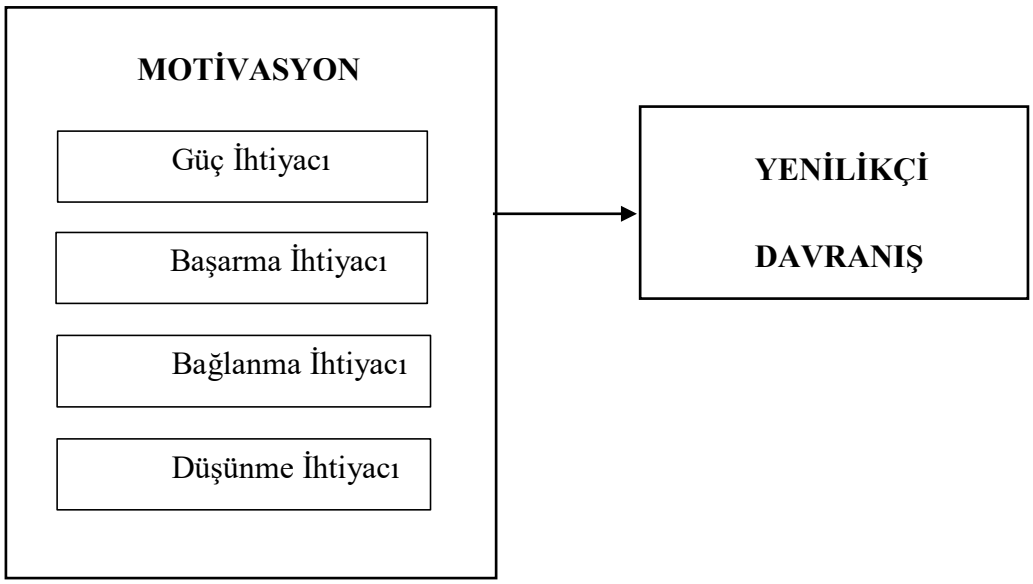
Bu bölümde yapılmış olan anket sonuçlarının değerlendirilmesi öncesinde hazırlanan araştırma modeli, sınanmak istenen hipotezler, araştırmanın çalışma grubu ve örneklem, verilerin toplanması ve çözümlenmesi anlatılmıştır.

3.1. Araştırma Modeli ve Hipotezleri

Oluşturulan araştırma modeli çalışmanın ulaşılmak istenen hedefine ve verilerin elde edilip analiz edilmesine kolaylıkla olanak sağlamalıdır. Bu araştırma İlişkisel Tarama modeli ile yapılmıştır. Tarama modelinde, bulunan vaziyet değiştirilmeden gözler önüne serilip, aynen belirlenir (Karasar, 2018). İlişkisel tarama modelinde değişkenlerin aralarındaki ilintiye göre birlikte farklılaşıp faklılaşmadığı ve farklılığın ne şekilde bulunduğu gözlemlenir (Karasar, 2011).

Modeldeki bağımlı değişken yenilikçi davranış iken, bağımsız değişkenler motivasyon, düşünme ihtiyacı, güç ihtiyacı, başarma ihtiyacı ve bağlanma ihtiyacıdır.

Değişkenler arasındaki bağlantıyı ortaya çıkarıp, motivasyonun yenilikçi davranış üzerindeki etkisini göstermek üzere tasarlanan araştırma modeli Şekil 4'teki gibidir:



Şekil 4. Araştırma Modeli

Bu bağlamda COVID-19 sürecinde çalışan motivasyonunun yenilikçi davranışı ile olan ilişkisi aşağıda ifade edilen hipotezler yardımıyla sınanmaya çalışılacaktır:

H_1: COVID-19 sürecinde çalışanların motivasyonu ile yenilikçi davranışı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_2: COVID-19 sürecinde temel motivasyon kaynaklarından düşünme ihtiyacı ile yenilikçi davranış arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_3: COVID-19 sürecinde temel motivasyon kaynaklarından güç ihtiyacı ile yenilikçi davranış arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_4: COVID-19 sürecinde temel motivasyon kaynaklarından başarma ihtiyacı ile yenilikçi davranış arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_5: COVID-19 sürecinde temel motivasyon kaynaklarından bağlanma ihtiyacı ile yenilikçi davranış arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H_6: COVID-19 sürecinde çalışanların demografik özelliklerine göre (cinsiyet, eğitim düzeyi, gelir durumu ve yaş) motivasyonları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H_7: COVID-19 sürecinde çalışanların koronavirüse yakalanıp yakalanmama durumlarına göre motivasyonları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H_8: COVID-19 sürecinde çalışanların demografik özelliklerine göre (cinsiyet, eğitim düzeyi, gelir durumu ve yaş) yenilikçi davranışları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

H_9: COVID-19 sürecinde çalışanların koronavirüse yakalanıp yakalanmama durumlarına göre yenilikçi davranışları arasında anlamlı bir farklılık vardır.

3.2. Araştırmanın Çalışma Grubu

Tüik Ekim-Aralık 2021 verilerine göre Türkiye'de istihdam edilen çalışanların sayısı 29 milyon 927 bin kişidir.

%95 güven düzeyi ve %5 örneklem hatası ile evrenin büyüklüğü 100 milyon olduğunda örneklem sayısı en fazla 384 olarak alınır (Yazıcıoğlu & Erdoğan, 2007). Bu bilgi doğrultusunda 29 milyon 927 bin kişilik ana kütleye göre örneklem büyüklüğü hesaplanmıştır.

Bu araştırmanın çalışma grubunun katılımcıları kolayda örnekleme yoluyla seçilen 549 kişidir.

Örneklem grubunun araştırmanın çalışma grubunu temsil etmesinin uygun olması için tarafsız olacak şekilde seçilmesi ve çalışma grubunu temsil edecek yeterlilikte sayıya ulaşması mühimdir (Karasar, 2018). Bu sebeple kolayda örnekleme yöntemi kullanılarak sonuçlara ulaşılmaya çalışılmıştır. Kolayda örnekleme yönteminde seçilen kitle rastlantısal olmayan, araştırmayı yapan kişinin kararınca tespit edilen, pratik ve az maliyetli örnekleme türüdür (Haşıloğlu, Baran, & Aydın, 2015).

Yapılan anket çalışması ile birlikte 650 kişiye ulaşılmış, anketi ise 549 kişi doldurmuştur. Ulaşılan 549 kişinin demografik özellikleri aşağıdaki tablodaki gibidir.

Tablo 2. Çalışma Grubunun Demografik Bilgileri

		Frekans	Yüzde
Cinsiyet	Kadın	423	77.0 %
	Erkek	126	23.0 %
	Cevap Vermeyen	0	0%
	Toplam	**549**	**100%**
Yaş	18-24	68	12,40%
	25-34	210	38,30%
	35-44	197	35,90%
	45-54	61	11,10%
	55+	13	2,30%
	Cevap Vermeyen	0	0%
	Toplam	**549**	**100%**
Eğitim Durumu	Ortaöğretim	27	4.9 %
	Lise	112	20.4 %
	Lisans	321	58.5 %
	Lisansüstü	88	16 %
	Cevap Vermeyen	1	0.2%
	Toplam	**549**	**100%**
Gelir Düzeyi	2890 ve altı	95	17.3 %
	2891-3800	59	10.7 %
	3801-5000	93	16.9 %
	5001 ve üzeri	246	45 %
	Cevap Vermeyen	56	10.1%
	Toplam	**549**	**100%**

Tablo 2'de; araştırmaya katılanların %77'sinin kadın, %23'ünün erkeklerden oluştuğu, yaş aralığı olarak %12,4'ünün 18-24, %38,3'ünün 25-34, %35,9'unun 35-44, %11,1'inin 45-54, %2,3'ünün ise 55 yaş ve üzerinde olduğu, eğitim durumu olarak %4,9'unun ortaöğretim mezunu, %20,4'ünün lise mezunu, %58,5'inin lisans mezunu, %16'sının lisansüstü mezunu olduğu ve %0,2'lik bir oranın bu soruya cevap vermediği, gelir düzeyi olarak %17,3'ünün 2890 ve altı arasında maaş aldığı, %10,7'sinin 2891-3800 arasında maaş aldığı, %16,9'unun 3801-5000 arasında maaş aldığı, %45'inin 5001 ve üzerinde maaş aldığı ve %10'luk bir oranın bu soruya cevap vermediği bulunmuştur.

Çalışma COVID-19 sürecinde yapıldığı için, katılımcıların koronavirüse yakalanma yüzdelerini gösteren tabloda aşağıdaki gibidir.

Tablo 3. Çalışma Grubunun COVID-19 Enfekte Durumu

		Frekans	**Yüzde**
COVID-19 Enfekte (Kendisi veya Çevresi)	Hayır	137	24.9 %
	Evet	377	68.7 %
	Cevap Vermeyen	35	6.4%
	Toplam	**549**	**100%**

Tabloya göre katılımcıların koronavirüse yakalanma ve yakalanmamalarının yüzdeleri verilmiştir. Buna göre anketi dolduranların %24,9'unun koronavirüse yakalanmadığı, %68,7'sinin ise koronavirüse yakalandığı ve %6,4'ünün bu soruya cevap vermediği analiz edilmiştir.

3.3. Veriler Ve Toplanması

Araştırmanın başlangıcında araştırmanın değişkenleri belirlenerek, sonrasında belirlenen bu değişkenler hakkında bilgi sahibi olmak adına literatür taraması yapılmıştır ve araştırma modeli hazırlanmıştır.

Literatür taraması yapıldıktan sonra veri analizin yapılabilmesi için hazırlanan anket çalışmasında ölçeklere ihtiyaç duyulacağı için gerekli izinler alınarak ölçekler kullanılmıştır (yenilikçi davranış ölçeği için mail yoluyla izin alınmış ve ekler kısmında gösterilmiştir, temel motivasyon kaynağı ölçeği için izin alınmasına gerek olmadığı hazırlandığı makalede belirtildiği için bu makale kaynak olarak gösterilmiştir). Anket dört bölüm başlığı altında toplam 35 soru olacak şekilde hazırlanmıştır. Bu soruların 30'u motivasyon ve yenilikçi davranışı anlamaya yönelik sorular, 4'ü demografik özelliklerin belirlenmesini 1'i de koronavirüse yakalanıp yakalanmadıklarını anlamayı sağlayan sorulardır.

Anketin giriş bölümünde çalışmanın neden yapıldığına dair açıklama yapılıp, katılımcıların onayı alınmıştır.

Birinci bölümünde çalışanların yenilikçi davranışları ölçülmeye çalışılmış ve Scott ve Bruce (1994) tarafından geliştirilmiş olan yenilikçi davranış ölçeğinin, Çalışkan ve Akkoç (2019) tarafından Türkçe'ye uyarlanmış hali kullanılmıştır. Toplamda 6 maddeden oluşan bu ölçeğin yapılan araştırmalar sonucunda Cronbach alfa güvenilirlik katsayısının 0,91 olarak bulunduğu geçerli ve güvenilir bir ölçek olduğu kanıtlanmıştır.

İkinci bölümde çalışanların motivasyonları analiz edilmeye çalışılmış ve bunun için Antalyalı ve Bolat (2017) tarafından geliştirilen temel motivasyon kaynakları ölçeği kullanılmıştır. Ölçekte toplamda 24 madde ve 4 ayrı faktör vardır. Bu faktörler; güç ihtiyacı, başarma ihtiyacı, bağlanma ihtiyacı ve düşünme ihtiyacıdır. Bu faktörler baz alınarak, ihtiyaçlar teorisine göre, bunların karşılanması sonucunda motivasyonun artması temel düşüncesi ile ölçek kullanılmıştır. Ölçekteki boyutlar için elde edilen Cronbach alfa güvenilirlik katsayıları çalışanlarda sırasıyla; başarma ihtiyacı için 0,74, bağlanma ihtiyacı için 0,74, düşünme ihtiyacı için 0,80, güç ihtiyacı için 0,82 olarak belirtilmiştir . Anketin 1, 5, 9, 13, 17 ve 21. maddeleri güç ihtiyacını anlamaya yönelik; 4 ,8, 12, 16, 20 ve 24. maddeleri düşünme ihtiyacını anlamaya yönelik; 2, 6, 10, 14, 18 ve 22. maddeleri başarma ihtiyacını anlamaya yönelik; 3, 7, 11, 15, 19 ve 23. maddeleri ise bağlılık ihtiyacını anlamaya yönelik sorulardır. Bu faktörlerin her biri motivasyonu anlamada kullanıldığı için fakörlerin analiz edilmesi araştırmada önem arz etmektedir.

Son olarak anketin üçüncü bölümünde katılımcıların demografik özelliklerini analiz etmeye olanak sağlayacak sorular sorulmuştur. Bu sorular anketi dolduranların cinsiyeti, yaşı, eğitim durumu, gelir düzeyi ve kendilerinin ya da yakınlarının koronavirüse yakalanıp yakalanmadıklarını anlamayı sağlayacak sorulardır.

Çalışmada motivasyon ve yenilikçi davranış ifadeleri ile eğitim durumu, yaş grubu ve gelir düzeyi soruları için ordinal (sıralı) ölçek tipi, cinsiyet ve COVID-19'a yakalanma sorusu için nominal (sınıflandırma) ölçek kullanılmıştır.

Yapılan araştırmada verilerin toplanması e-ortamda hazırlanan anket aracılığı ile olmuştur. Hazırlanan bu anket ise e-mail ve online kanallar kullanılarak katılımcılara sunulmuştur.

Çalışma COVID-19 Pandemisi sürecinde gerçekleştirildiği için katılımcılara daha kolay ulaşabilmek adına online ortamda anketin doldurulması daha uygun görülmüştür. Böylelikle hem kısa zamanda daha çok kişiye ulaşılmış hemde birinci elden verilen toplanılması sağlanmıştır.

Ankette 7'li Likert Ölçeği kullanılmış olup, katılımcıların '1= beni hiç tanımlamıyor'dan '7= beni tam olarak tanımlıyor' aralığında kendilerini en iyi ifade edecek şekilde soruları cevaplandırmaları istenmiştir.

Anketi 549 kişi cevaplandırmıştır.

3.4. Verilerin Çözümlenmesi ve Yorumlanması

Çalışma sürecinde toplanan verilerin analiz edilip, yorumlanması için Jamovi istatistik programı kullanılmıştır. Yapılan analizlerde $p<0,05$ anlamlılık seviyesi baz alınarak yorum yapılmıştır.

Genel anlamda anketi dolduranların kaç katılımcıdan oluştuğu, yaş grupları, eğitim durumları, gelir düzeyleri ve koronavirüse yalanıp yakalanmama bilgilerini gösteren frekans ve yüzde analizleri yapılmıştır.

Tanımlayıcı istatistiksel veri analizi yapılarak, temel motivasyon kaynakları ve yenilikçi davranış ölçeklerine verilen cevaplar yardımıyla gözlem sayısı, ortalama, standart sapma, çarpıklık ve basıklık değerleri bulunmuştur.

Hipotez testlerine geçmeden önce ölçeklerdeki faktörlerin her birinin ayrışması ve geçerli yapıya sahip olması istendiğinden dolayı bunu ortaya koyma zorunluluğu vardır. Bunun için de faktör analizi yapılmıştır. Ölçekteki soruların hangi faktörleri maydana getirdiği belli olduğu için öncelikle Doğrulayıcı Faktör Analizi yapılmıştır. Yapılan analiz sonucunda CFI değeri 0,841; TLI değeri 0,825; SRMR değeri 0,0723; RMSEA değeri 0,707 olarak bulunmuştur. İstatistiksel olarak CFI ve TLI değerlerinin 0,90'dan fazla olması gerektiğinden dolayı Doğrulayıcı Faktör Analizi yapıldığında eldeki data ile model uyumu yakalanamadığından dolayı Keşfedici Faktör Analizi yapılmıştır. Program eldeki datalarla 4 faktör vermiştir. Bu faktörler ölçeğin orijinal haliyle uyumlu çıkmıştır.

Keşfedici faktör analizinden sonra faktörlerin her birinin ayrı ayrı geçerlilik ve güvenilirlikleri bulunmuştur.

Araştırmanın ana değişkenleri olan yenilikçi davranış, motivasyon, motivasyonun alt faktörleri olan düşünme ihtiyacı, güç ihtiyacı, başarma ihtiyacı, bağlılık ihtiyacı ile kavramlarının aralarındaki ilişkiyi tek bir tabloda göstermek adına korelasyon analizi yapılmıştır ve değişkenler arasında pozitif ve anlamlı ilişkiler bulunmuştur.

Araştırmanın ana konusu olan motivasyonun yenilikçi davranış üzerindeki etkisinin bulunması için bağımlı değişken olan yenilikçi davranıştaki varyansın ne kadarının bağımsız değişkenler tarafından açıklandığının bulunmasında regresyon analizi yapılmıştır.

Katılımcıların yenilikçi davranış, motivasyon, motivasyon kaynakları olan güç ihtiyacı, başarma ihtiyacı, bağlanma ihtiyacı ve düşünme ihtiyaçlarının bireysel özelliklerine göre gruplar arasında farklılık gösterip göstermediğinin analiz edilmesi için parametrik ve non-parametrik testler kullanılarak bulunan bu anlamlı farklılıkların hangi gruplar arasında olduğu gösterilmiştir.

BÖLÜM 4. BULGULAR VE YORUMLAR

Bu bölüm motivasyon ve yenilikçi davranış arasındaki ilişkiyi analiz etmek için hazırlanan anket sorularına verilen cevapların sonucunda meydana gelen bulgular ve bu bulguların yorumlanmasından oluşmaktadır.

4.1. Ölçeklerle İlgili Tanımlayıcı İstatistikler

Kullanılan temel motivasyon kaynağı ve yenilikçi davranış ölçeklerindeki maddelerin analizi için bulunan ortalama, standart sapma, minimum-maximum değerleri ve çarpıklık-basıklık değerleri ayrı ayrı tablolarda gösterilmektedir.

Tablo 4'te Yenilikçi Davranış ölçeğinin tanımlayıcı istatistikleri görülmektedir.

Tablo 4. Yenilikçi Davranış Ölçeği Tanımlayıcı İstatistik Tablosu

	Yenilikçi Davranış Ölçeği Maddeleri	Yanıt	Kayıp	Ort.	Medyan	Standart Sapma	Min.	Max.	Çarpıklık	Basıklık
1	Yeni teknolojiler, süreçler, teknikler araştırırım ve fikirler üretirim	549	0	4,863	5	1,690	1	7	-0,463	-0,581
2	Yaratıcı fikirler üretirim	549	0	5,144	5	1,625	1	7	-0,584	-0,532
3	Diğer çalışanların fikirlerini destekler ve cesaretlendiririm	549	0	5,907	6	1,296	1	7	-1,463	2,222
4	Yeni fikirler için kaynaklar araştırır ve tahsis ederim	549	0	5,186	5	1,622	1	7	-0,710	-0,208
5	Yeni fikirlerin uygulanması için planları ve faaliyet takvimlerini geliştiririm	549	0	4,987	5	1,730	1	7	-0,650	-0,486
6	Yenilikçiyim	549	0	5,783	6	1,407	1	7	-1,180	0,852

Tablo 4'te YD ölçeğinin, ölçek maddelerinin çarpıklık ve basıklık değerleri görüldüğü gibi değerler alırken, ölçeğinin maddelerinin puan ortalamaları $4{,}863 \pm 1{,}690$ ile $5{,}907 \pm 1{,}296$ arasında değişmektedir.

Tablo 5. TMK Ölçeği Tanımlayıcı İstatistik Tablosu

	Temel Motivasyon Kaynağı Ölçeği Maddeleri	Yanıt	Kayıp	Ort.	Medyan	Standart Sapma	Min.	Max.	Çarpıklık	Basıklık
1	Benimkinden farklı fikirlere sahip olsalar da, insanların kararlarını etkilemeyi severim	549	0	4,710	5	1,950	1	7	-0,464	-0,932
2	Bir işi yaparken mükemmel olacak diye aşırı titizlenmem	549	0	4,460	5	2,050	1	7	-0,324	-1,245
3	İnsanların bir araya geldiği organizasyonlara katılmaktan çok keyif alırım	549	0	5,532	6	1,587	1	7	-0,858	-0,243
4	Düşünmemi derinleştiren ortamları çok severim	549	0	6,153	7	1,274	1	7	-1,799	3,158
5	İnsanların yanlış bulduğum düşüncelerini değiştirmeyi severim	549	0	4,665	5	1,925	1	7	-0,362	-1,003
6	İşimde en iyisi olacağım diye çok çalışmak bana göre değildir	549	0	4,860	5	2,026	1	7	-0,579	-0,959
7	Boş zamanlarımı tek başıma bir etkinlik yaparak geçirmektense, ailem veya arkadaşlarımla beraber geçirmeyi severim	549	0	5,384	6	1,770	1	7	-0,795	-0,472
8	Bir konuda ilk defa duyduğum farklı bir bakış açısının tüm detaylarını en ince ayrıntısına kadar anlamak için kafa yormaktan kendimi alamam	549	0	5,359	6	1,587	1	7	-0,850	-0,019
9	İnsanları benim doğrularım yönünde etkilemeyi severim	549	0	4,264	4	1,908	1	7	-0,169	-0,998
10	Mükemmeliyetçi bir yapım vardır	549	0	5,155	5	1,703	1	7	-0,721	-0,297
11	Sevdiğim bir arkadaşımla ilişkim bozulursa ve bunu çözemezsem, çok üzülürüm	549	0	5,933	7	1,450	1	7	-1,540	1,939
12	Yoğun bir şekilde sürekli düşünmek benim için başlı başına zevkli bir iştir	549	0	4,521	5	1,841	1	7	-0,277	-0,943
13	Bir ekip çalışmasında, ekip üyelerini yapacakları işlerle ilgili etkileyen kişi olmak isterim	549	0	5,224	6	1,799	1	7	-0,910	-0,166
14	Yaptığım her işi kusursuz yapmazsam, bir türlü rahat edemem	549	0	5,373	6	1,618	1	7	-0,951	0,152
15	İnsanları dertli görürsem, onlarla ilgilenirim	549	0	6,093	7	1,232	1	7	-1,663	2,990
16	Çok farklı sonuçların olduğu sorunlar ilgimi çeker	549	0	5,337	6	1,626	1	7	-0,920	0,229
17	Dikkatlerin benim üzerimde olmasını severim	549	0	4,311	4	1,913	1	7	-0,287	-0,948
18	Bir iş yaparken çok daha iyisini yapacağım diye aşırı çaba göstermek istemem	549	0	4,710	5	1,902	1	7	-0,428	-0,958
19	İnsanların zor günlerinde onların yanında olmayı önemserim	549	0	6,424	7	0,998	1	7	-2,442	7,633
20	Yeni öğrenme anlarının sunduğu zevk hiçbir şeyde yoktur diye düşünüyorum	549	0	5,905	6	1,361	1	7	-1,319	1,366
21	Bir ortamda konuşmaların merkezinde olmayı severim	549	0	4,450	5	1,865	1	7	-0,322	-0,886
22	Bir işi ilk defa yapıyorsam, mükemmel iş çıkarana kadar gece gündüz çalışırım	549	0	5,304	5	1,580	1	7	-0,738	-0,120
23	İnsanların zor günlerinde ne yapar eder onların yanında olurum	549	0	5,942	6	1,264	1	7	-1,260	1,320
24	Yeni şeyler öğrenmeyi herkes gibi severim, dahası her zaman yeni şeyler öğrenmenin yolunu ararım	549	0	5,800	6	1,336	1	7	-1,224	1,343

Tablo 5'te temel motivasyon kaynağı ölçeğinin ölçek maddelerinin çarpıklık ve basıklık değerleri görüldüğü gibi değerler alırken, ölçeğin maddelerinin puan ortalamaları ise 4,264 ± 1,908 ile 6,424 ± 0,998 arasında değerler almaktadır.

4.2. Keşfedici Faktör Analizi Sonuçları

Bu araştırmada faktör analizi, keşfedici faktör analizi yöntemiyle yapılmıştır.

Keşfedici faktör analizi, ölçek ifadelerindeki bilinmeyen faktörlerin gün yüzüne çıkarılması maksadıyla yapılmaktadır (Şencan & Fidan, 2020).

Verilerin keşfedici faktör analizinde uygun olduğunu belirlemek için Kaiser-Meyer Olkin (KMO) ve Bartlett Küresellik varsayım kontrolleri yapılmıştır. Bunun sonucunda temel motivasyon kaynağı ölçeğinin varsayım kontrolü yapıldığında KMO değerinin 0,854; Bartlett Küresellik testine göre ise p değerinin <.001 olduğu bulunmuştur. Yenilikçi davranış ölçeğinin varsayım kontrolü yapıldığında ise KMO değerinin 0,871; Bartlett Küresellik testine göre ise p değerinin <.001 olduğu bulunmuştur. KMO değeri 0.70'den büyük, p değeri .05'den küçük olduğunda faktör yapısı keşfedilebileceği için bu çalışmada keşfedici faktör analizinin yapılabilirliği de sınanmıştır ve kanıtlanmıştır.

Aşağıda keşfedici faktör analizi sonuçlarını gösteren tabloda temel motivasyon kaynağı ölçek maddeleri ve faktör yükleri yer almaktadır.

Tablo 6. Temel Motivasyon Kaynağı Ölçeği Keşfedici Faktör Analizi

T MK Ölçek Maddeleri	Faktör Yükleri				% Varyans
	Güç İhtiyacı	Başarı İhtiyacı	Bağlanma İhtiyacı	Düşünme İhtiyacı	
İnsanları benim doğrularım yönünde etkilemeyi severim	0,824				13,868
Dikkatlerin benim üzerimde olmasını severim	0,737				
Bir ortamda konuşmaların merkezinde olmayı severim	0,710				
Bir ekip çalışmasında, ekip üyelerini yapacakları işlerle ilgili etkileyen kişi olmak isterim	0,583				
İnsanların yanlış bulduğum düşüncelerini değiştirmeyi severim	0,582				
Benimkinden farklı fikirlere sahip olsalar da, insanların kararlarını etkilemeyi severim	0,574				
Bir iş yaparken çok daha iyisini yapacağım diye aşırı çaba göstermek istemem		0,741			11,522
Bir işi yaparken mükemmel olacak diye aşırı titizlenmem		0,682			
İşimde en iyisi olacağım diye çok çalışmak bana göre değildir		0,626			
Mükemmeliyetçi bir yapım vardır		0,598			
Yaptığım her işi kusursuz yapmazsam, bir türlü rahat edemem		0,575			
Bir işi ilk defa yapıyorsam, mükemmel iş çıkarana kadar gece gündüz çalışırım		0,484			
İnsanların zor günlerinde onların yanında olmayı önemserim			0,856		10,865
İnsanların zor günlerinde ne yapar eder onların yanında olurum			0,807		
İnsanları dertli görürsem, onlarla ilgilenirim			0,656		
Sevdiğim bir arkadaşımla ilişkim bozulursa ve bunu çözemezsem, çok üzülürüm			0,515		
Yeni öğrenme anlarının sunduğu zevk hiçbir şeyde yoktur diye düşünüyorum				0,826	10,443
Yeni şeyler öğrenmeyi herkes gibi severim, dahası her zaman yeni şeyler öğrenmenin yolunu ararım				0,736	
Düşünmemi derinleştiren ortamları çok severim				0,634	
Bir konuda ilk defa duyduğum farklı bir bakış açısının tüm detaylarını en ince ayrıntısına kadar anlamak için kafa yormaktan kendimi alamam				0,511	

Temel motivasyon kaynağı keşfedici faktör analizi yapıldığında çıkan 4 faktörün ölçeğin orijinal haliyle uyumlu ve bütün soruların olması gereken faktörün altında çıktığı görülmüştür.

Faktör yükünün 0,40 veya daha yüksek değerde olması uygun bir tercihtir (Çakır, 2014). Dolayısıyla ölçeğin bağlanma ihtiyacını ifade eden 3. ve 7. maddesi ve düşünme ihtiyacını ifade eden 12. ve 16. maddesi 0,40'ın altında faktör yüküne sahip olduğu için analizden çıkartılmıştır.

Bir diğer ölçek olan yenilikçi davranış ölçeği için yapılmış olan keşfedici faktör analizi sonuçlarını gösteren tablo aşağıda yer almaktadır.

Tablo 7. Yenilikçi Davranış Ölçeği Keşfedici Faktör Analizi

Yenilikçi Davranış Ölçek Maddeleri	Faktör Yükü	% Varyans
Yeni fikirler için kaynaklar araştırır ve tahsis ederim	0,874	55,389
Yeni fikirlerin uygulanması için planları ve faaliyet takvimlerini geliştiririm	0,801	
Yaratıcı fikirler üretirim	0,770	
Yeni teknolojiler, süreçler, teknikler araştırırım ve fikirler üretirim	0,698	
Yenilikçiyim	0,696	
Diğer çalışanların fikirlerini destekler ve cesaretlendiririm	0,595	

Keşfedici faktör analizi yapıldıktan sonra faktörlerin güvenilirlik analizi için Cronbach's α katsayıları hesaplanmıştır. Aşağıdaki tabloda güvenilirlik katsayıları gösterilmektedir:

Tablo 8. Faktörlerin Güvenilirlikleri

	Cronbach's α
Yenilikçi Davranış	0,878
Motivasyon	0,863
Güç İhtiyacı	0,824
Başarma İhtiyacı	0,800
Bağlanma İhtiyacı	0,721
Düşünme İhtiyacı	0,762

Bu bağlamda faktörlerin güvenilirliklerine bakıldığında;

- Yenilikçi davranış faktörünün güvenilirlik Cronbach's α katsayısı 0,878'dir.
- Motivasyon faktörünün güvenilirlik Cronbach's α katsayısı 0,863'tür.
- Güç ihtiyacı faktörünün güvenilirlik Cronbach's α katsayısı 0,824'dir.
- Başarma ihtiyacı faktörünün güvenilirlik Cronbach's α katsayısı 0,800'dir.
- Bağlanma ihtiyacı faktörünün güvenilirlik Cronbach's α katsayısı 0,721'dir.
- Düşünme ihtiyacı faktörünün güvenilirlik Cronbach's α katsayısı 0,762'dir.

Katsayılarının ne anlama geldiğinin belirlenmesi için aşağıdaki tablodan yararlanılmıştır.

Tablo 9. Güvenirlik Katsayısı (Cronbach's α) Anlamları

0.81<α<1.00	Ölçek yüksek güvenirliktedir
0.61<α<0.80	Ölçek orta güvenirliktedir
0.41<α<0.60	Ölçek düşük güvenirliktedir
0.00<α<0.40	Ölçek güvenilir değildir

(Kılıç S. , 2016)

Bu katsayılara bakıldığında yenilikçi davranış, motivasyon ve güç ihtiyacı faktörlerinin yüksek güvenilirlikte; başarma, bağlanma ve düşünme ihtiyacı faktörlerinin ise orta güvenilirlikte olduğu görülmektedir.

4.3. Korelasyon Analizi Sonuçları

Araştırmada hipotezlerin test edilmebilmesi için öncelikle değişkenler arasındaki ilişkinin incelenmesi gerektiğinden dolayı korelasyon analizi yapılmıştır.

Motivasyon 4 alt boyutla ölçülmüştür. Bu boyutlar güç ihtiyacı, başarma ihtiyacı, bağlanma ihtiyacı ve düşünme ihtiyacıdır. Analizler hem alt boyutlar ile hemde toplam motivasyon hesaplamaları üzerinden yapılmıştır.

Korelasyon analizi ile bulunan yenilikçi davranış, motivasyon, güç ihtiyacı, başarma ihtiyacı, bağlanma ihtiyacı ve düşünme ihtiyacı faktörlerinin birbirleriyle olan ilişkileri Tablo 10'daki gibidir.

Tablo 10. Değişkenler Arası Korelasyon Analizi

	Ort.	**S.S**	**1**	**2**	**3**	**4**	**5**	**6**
1. Motivasyon	5,08	0,74	—					
2. Güç İhtiyacı	4,60	1,38	0,733***	—				
3. Başarma İhtiyacı	4,98	1,29	0,681***	0,218***	—			
4. Bağlanma İhtiyacı	5,96	0,94	0,623***	0,274***	0,279***	—		
5. Düşünme İhtiyacı	5,80	1,07	0,695***	0,327***	0,381***	0,418***	—	
6. Yenilikçi Davranış	5,31	1,24	0,517***	0,348***	0,273***	0,265***	0,572***	—

Not. * p < .05, ** p < .01, *** p < .001

Tabloya göre;

Motivasyon ile güç ihtiyacı arasında 0,733'lük ve pozitif; motivasyon ile başarma ihtiyacı arasında 0,681'lik ve pozitif; motivasyon ile bağlanma ihtiyacı arasında 0,623'lük ve pozitif; motivasyon ile düşünme ihtiyacı arasında 0,695'lik ve pozitif; motivasyon ile yenilikçi davranış arasında 0,517'lik ve pozitif; güç ihtiyacı ile başarma ihtiyacı arasında 0,218'lik ve pozitif; güç ihtiyacı ile bağlanma ihtiyacı arasında 0,274'lük ve pozitif; güç ihtiyacı ile düşünme ihtiyacı arasında 0,327'lik ve pozitif; güç ihtiyacı ile yenilikçi davranış arasında 0,348'lik ve pozitif; başarma ihtiyacı ile bağlanma ihtiyacı arasında 0,279'luk ve pozitif; başarma ihtiyacı ile düşünme ihtiyacı arasında 0,381'lik ve pozitif; başarma ihtiyacı ile yenilikçi davranış arasında 0,273'lük ve pozitif; bağlanma ihtiyacı ile düşünme ihtiyacı arasında 0,418'lik ve pozitif; bağlanma ihtiyacı ile yenilikçi davranış arasında 0,265'lik ve pozitif; düşünme ihtiyacı ile yenilikçi davranış arasında 0,572'lik ve pozitif istatistiksel olarak anlamlı ilişkiler bulunmuştur.

Bağımsız değişkenlerin yenilikçi davranış ile ilişkisi ayrı ayrı incelendiğinde yenilikçi davranış ile en çok düşünme ihtiyacının ilişkisi olduğu görülmüştür.

4.4. Regresyon Analizi Sonuçları

Araştırmadaki bağımsız değişkenler motivasyon ve motivasyonun kaynakları olan güç ihtiyacı, başarma ihtiyacı, bağlanma ihtiyacı, düşünme ihtiyacı iken, bağımlı değişken yenilikçi davranıştır. Yenilikçi davranıştaki varyansın % kaçının motivasyon ve kaynakları tarafından açıklandığının anlaşılması için regresyon analizi yapılmıştır.

Regresyon analizi iki tablo olacak şekilde gösterilmiştir. Birinci tabloda motivasyon kaynaklarının yenilikçi davranışa olan etkisi incelenmiş, ikinci tabloda ise genel anlamda bir bütün olarak motivasyonun yenilikçi davranışa olan etkisi incelenmiştir.

Tablo 11'de motivasyon kaynaklarının ayrı ayrı yenilikçi davranıştaki varyansın yüzde kaçını açıkladığı incelenmiştir.

Tablo 11. Motivasyon Kaynaklarının Yenilikçi Davranış Üzerindeki Etkileri

Değişkenler	S.Hata	t	Std. β	p
Sabit Değer	0,310	3,359		< .001
Güç İhtiyacı	0,033	4,783	0,177	< .001
Başarma İhtiyacı	0,036	1,212	0,046	0,226
Bağlanma İhtiyacı	0,051	-0,112	-0,043	0,911
Düşünme İhtiyacı	0,047	12,272	0,498	< .001
R		**0,60**		
R²		**0,36*** **		
F		**75,7*** **		
Bağımlı Değişken: Yenilikçi Davranış				

Not. ***p<.001

Yapılan analiz sonucunda regresyon modeli istatistiksel açıdan anlamlı olup motivasyonun kaynakları olan bağımsız değişkenlere ait R^2 değerinin güç ihtiyacı ve düşünme ihtiyacının toplamda yenilikçi davranıştaki varyansın %36'sını açıkladığı ve bu faktörler arasında hem düşünme ihtiyacı hem de güç ihtiyacı ile yenilikçi davranış arasında pozitif ve anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir (β= 0,177, t=4,78, p< .001; β= 0,498, t=12,27, p< .001). Tablodan bireyin yenilikçi davranış göstermesinde etkili olan motivasyon için düşünme ihtiyacı ve güç ihtiyacının etkili olduğu anlaşılmaktadır.

Yapılan regresyon analizi ile ANOVA F testi, oluşturulan araştırma modelindeki katsayıların incelenebilir olduğunu, modelin de kurulabilir ve istatistiksel bakımdan anlamlı olduğunu göstermektedir.

Motivasyon kaynaklarının yenilikçi davranışa ayrı ayrı etkisi hesaplandıktan sonra genel anlamda bir bütün olarak motivasyon ile yenilikçi davranış arasında da regresyon analizi yapılmıştır.

Tablo 12. Motivasyonun Yenilikçi Davranış Üzerindeki Etkisi

Değişkenler	S.Hata	t	Std. β	p
Sabit Değer	0,293	4,190		< .001
Motivasyon	0,055	14,130	**0,517**	**< .001**
R		**0,52**		
R²		**0,267*** **		
F		**200*** **		
Bağımlı Değişken: Yenilikçi Davranış				

Not. ***p<.001

Yapılan analiz sonucunda regresyon modeli istatistiksel açıdan anlamlı olup motivasyona ait olan R^2 değerinin motivasyonun yenilikçi davranıştaki varyansın %27'sini açıkladığı ve yenilikçi davranış ile arasında pozitif ve anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir (β= 0,517, t= 14,13, p< .001).

Yapılan regresyon analizi ile ANOVA F testi, oluşturulan araştırma modelindeki katsayıların incelenebilir olduğunu, modelin de kurulabilir ve istatistiksel bakımdan anlamlı olduğunu göstermektedir.

4.5. Bağımsız Gruplar T-Testleri Sonuçları

Bağımsız örneklem t-testlerinde iki tane kategori arasında belli değişkenler açısından ortalama fark olup olmadığı test edilir. P değeri <0.05 ise gruplar arasında o değişken açısından anlamlı fark olduğu sonucuna varılır.

Aşağıda cinsiyet gurubu arasında motivasyon, güç ihtiyacı, başarma ihtiyacı, bağlanma ihtiyacı, düşünme ihtiyacı ve yenilikçi davranış açısından ortalama fark olup olmadığını gösteren tablo verilmiştir.

Tablo 13. Cinsiyet Grubu Bağımsız Örneklem T-Testi Bulguları

	Cinsiyet	Gözlem Sayısı	Ort.	Standart Sapma	t değeri	p
Motivasyon	Kadın	423	5,180	0,821	-3,679	< .001*
	Erkek	126	5,480	0,781		
Güç İhtiyacı	Kadın	423	4,425	1,400	-5,739	< .001*
	Erkek	126	5,206	1,124		
Başarma İhtiyacı	Kadın	423	4,970	1,315	-0,239	0,811
	Erkek	126	5,001	1,204		
Bağlanma İhtiyacı	Kadın	423	5,940	0,937	-0,674	0,501
	Erkek	126	6,005	0,955		
Düşünme İhtiyacı	Kadın	423	5,773	1,075	-1,255	0,210
	Erkek	126	5,909	1,032		
Yenilikçi Davranış	Kadın	423	5,131	1,267	-6,512	< .001*
	Erkek	126	5,919	0,900		

Not: *p<0.05

Tablodaki verilere göre motivasyon, güç ihtiyacı ve yenilikçi davranış açısından cinsiyet grupları arasında istatistiksel açıdan anlamlı farklar görülmüştür (p<0,05).

Motivasyonun puan ortalaması kadınlarda 5,18 iken erkeklerde 5,48 ve t değeri -3,67'dir. Buna göre erkeklerin motivasyonu kadınların motivasyonuna göre daha fazla ve p değeri 0,05'ten küçük olduğu için anlamlı bir fark olarak ifade edilmektedir.

Güç ihtiyacı kadınlarda 4,42 iken erkeklerde 5,20 ve t değeri de -5,73'tür. Bu sonuçlara göre erkeklerin güç ihtiyacı kadınlarınkine göre daha fazla ve p değeri 0,05'ten küçük olduğu için anlamlı bir fark olarak ifade edilmektedir. Yani motive olmak için

erkekler daha çok güce ihtiyaç duyarlar ve bu ihtiyacı karşılamak için kadınlara göre daha çok güdülenip daha çok motive olurlar.

Yenilikçi davranış kadınlarda 5,13 iken erkeklerde 5,91 ve t değeri de -6,51'dir. Bu sonuçlara göre erkeklerin yenilikçi davranışı kadınlarınkine göre daha fazla ve p değeri 0,05'ten küçük olduğu için anlamlı bir fark olarak ifade edilmektedir.

Bunun dışında kalan başarma ihtiyacı, bağlanma ihtiyacı ve düşünme ihtiyacının kadın ve erkeklerde istatistiksel olarak anlamlı farklar oluşturacak puana sahip olmadığı p değerlerinin 0.05'ten büyük olmasıyla anlaşılmaktadır.

T-testi ayrıca katılımcıların kendisinin veya çevresindekilerin COVID-19'a yakalanıp yakalanmama duruma göre değişkenlerin farklılık gösterip göstermeyeceğinin analiz edilmesi için de yapılmıştır. Buna göre aşağıdaki tablo elde edilmiştir.

Tablo 14. Kendisi veya Çevresinin COVID-19'a Yakalanma Durumuna Göre Bağımsız Örneklem T-Testi Bulguları

	COVID-19 Enfekte (Kendisi veya Çevresi)	Gözlem Sayısı	Ort.	Standart Sapma	t değeri	p
Motivasyon	Hayır	137	5,270	0,862	0,774	0,439
	Evet	377	5,210	0,815		
Güç İhtiyacı	Hayır	137	4,602	1,453	0,070	0,944
	Evet	377	4,592	1,374		
Başarma İhtiyacı	Hayır	137	5,062	1,246	1,216	0,225
	Evet	377	4,905	1,313		
Bağlanma İhtiyacı	Hayır	137	5,896	1,006	-0,592	0,554
	Evet	377	5,952	0,925		
Düşünme İhtiyacı	Hayır	137	5,847	1,060	0,713	0,476
	Evet	377	5,771	1,076		
Yenilikçi Davranış	Hayır	137	5,395	1,257	1,334	0,183
	Evet	377	5,230	1,235		

Not: *p<0.05

Bu tabloya göre motivasyon, güç ihtiyacı, başarma ihtiyacı, bağlanma ihtiyacı, düşünme ihtiyacı ve yenilikçi davranış açısından katılımcıların kendisinin veya

çevresindekilerin koronavirüse yakalanıp ve yakalanmaması arasında istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olmadığı görülmektedir (p>0,05).

4.6. Gruplar Arası Fark Analizi Sonuçları

Araştırmaya katılanların eğitim düzeyi, gelir durumlarının ve yaş gruplarının çalışmanın değişkenleri üzerinde anlamlı farklılık oluşturup oluşturmadığını analiz etmek için parametrik ve non-parametrik testler yapılmıştır. Buna göre öncelikle normallik dağılımı ve varyansların homojenliğine bakılmıştır.

4.6.1. Eğitim Düzeyine Göre Gruplar Arası Fark Analizi

Parametrik testleri kullanmadan önce verilerin normallik dağılımı yapılmalıdır. Merkezi limit teoreminde, her grupta (erkek, kadın; ortaöğretim, lise, lisans, lisansüstü; gelir grupları; yaş grupları) en az 30 kişinin olması verilerin normal dağıldığı varsayımını sağladığı kabul edilmiştir (Kul, 2014).

Eğitim düzeyinde merkezi limit teoremine göre gruplar arası N>30 bütün gruplarda sağlanmadığı için verilerin normal dağılmadığı görülmektedir. Bu sebeple gruplar arası fark analizi parametrik olmayan Kruskal Wallis testi ile analiz edilmiştir.

Buna göre eğitim düzeyi gruplarına göre değişkenlerde farklılık olup olmadığını gösteren analiz sonuçları Tablo 15'teki gibidir:

Tablo 15. Eğitim Düzeyi Grupları Kruskal Wallis Testi Sonuçları

	Eğitim Durumu	N	Ort.	SS	χ^2	p
Motivasyon	Ortaöğretim	27	5,39	0,89	5,19	0.158
	Lise	112	5,07	0,93		
	Lisans	321	5,29	0,78		
	Lisansüstü	88	5,26	0,78		
Güç İhtiyacı	Ortaöğretim	27	4,80	1,50	6,48	0.091
	Lise	112	4,29	1,55		
	Lisans	321	4,65	1,36		
	Lisansüstü	88	4,77	1,15		
Başarma İhtiyacı	Ortaöğretim	27	4,80	1,39	7,56	0.056
	Lise	112	4,70	1,27		
	Lisans	321	5,06	1,28		
	Lisansüstü	88	5,07	1,28		
Bağlanma İhtiyacı	Ortaöğretim	27	6,26	0,89	15,68	0.001*
	Lise	112	6,09	0,99		
	Lisans	321	5,94	0,93		
	Lisansüstü	88	5,74	0,90		
Düşünme İhtiyacı	Ortaöğretim	27	6,06	1,12	4,33	0.228
	Lise	112	5,65	1,28		
	Lisans	321	5,85	0,98		
	Lisansüstü	88	5,74	1,04		
Yenilikçi Davranış	Ortaöğretim	27	5,36	1,53	10,01	0.018*
	Lise	112	4,98	1,38		
	Lisans	321	5,35	1,15		
	Lisansüstü	88	5,54	1,18		

*p<0.05

Tablodaki verilerden, eğitim durumlarına göre motivasyon, güç ihtiyacı, başarma ihtiyacı ve düşünme ihtiyacı ortalamalarında gruplar arasında anlamlı fark bulunmadığı görülmüştür (p>0,05).

Bağlanma ihtiyacı ve yenilikçi davranış ortalamalarında ise gruplar arasında anlamlı bir farkın olduğu bulunmuştur (p<0,05). Bu anlamlı farkın hangi iki grup arasında olduğunun anlaşılması için ise Dwass-Steel-Critchlow-Fligner testleri yapılmıştır.

Tablo 16. Bağlanma İhtiyacı İçin Dwass-Steel-Critchlow-Fligner Testi

		W	p
Ortaöğretim	Lise	-1.53	0.703
Ortaöğretim	Lisans	-3.01	0.145
Ortaöğretim	Lisansüstü	-4.23	0.015
Lise	Lisans	-2.77	0.204
Lise	Lisansüstü	-4.68	**0.005***
Lisans	Lisansüstü	-3.10	0.126

*p<0.05

Lise ve Lisansüstü grupları arasında bağlanma ihtiyacı bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Tablo 15'teki ortalama puanlara bakıldığında liselilerin bağlanma ihtiyacının lisansüstülülere göre daha fazla olduğunu söylemek mümkündür (liselilerin bağlanma ihtiyacı puan ortalaması 6,09; lisansüstü puan ortalaması 5,74).

Tablo 17. Yenilikçi Davranış İçin Dwass-Steel-Critchlow-Fligner Testi

		W	p
Ortaöğretim	Lise	-2,186	0,41
Ortaöğretim	Lisans	-0,896	0,921
Ortaöğretim	Lisansüstü	0,229	0,998
Lise	Lisans	3,366	0,081
Lise	Lisansüstü	4,117	**0,019***
Lisans	Lisansüstü	2,058	0,465

*p<0.05

Lise ve Lisansüstü grupları arasında yenilikçi davranış bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Tablo 15'teki ortalama puanlara bakıldığında liselilerin yenilikçi davranışının lisansüstülülere göre daha az olduğunu söylemek mümkündür (liselilerin yenilikçi davranış puan ortalaması 4,98; lisansüstü puan ortalaması 5,54).

4.6.2. Gelir Durumuna Göre Gruplar Arası Fark Analizi

Gelir durumu grupları arasında değişkenler açısından anlamlı bir fark olup olmadığını anlamak için yapılması gereken ANOVA testi öncesinde merkezi limit teoremine göre her grupta 30'dan fazla örneklem olduğu için verilerin normal dağıldığı varsayılmıştır. Bunun yanında varyansların homojenliği de kontrol edilmiştir.

Tablo 18. Varyansların Homojenliği Testi (Levene's)

	F	df1	df2	p
Motivasyon	0,396	3	489	0,756
Güç İhtiyacı	1,9635	3	489	0,119
Başarma İhtiyacı	0,2619	3	489	0,853
Bağlanma İhtiyacı	2,9051	3	489	0,034
Düşünme İhtiyacı	0,9986	3	489	0,393
Yenilikçi Davranış	0,8518	3	489	0,466

Tabloda p değerinin 0.05'ten küçük değer alması varyansların homojen (eşit) olmadığı, büyük değer alması ise varyansların homojen olduğunu ifade etmektedir. Varyansların eşit olduğu durumlarda Fisher's testi, eşit olmadığı durumlarda Welch's testi kullanılır (Moder, 2010).

Motivasyon, güç ihtiyacı, düşünme ihtiyacı, başarma ihtiyacı ve yenilikçi davranışta grupların varyanslarının eşitliği kabul edilmiştir. Bu sebeple Fisher's testine gidilmiştir.

Bağlılık ihtiyacında varyansların eşitliği kabul edilmemiştir. Bu sebeple Welch's testi üzerinden gidilmiştir.

Tabloda ayrıca her değişkenin F değeri de gösterilmiştir.

Bu veriler ışığında gelir durumu için yapılan ANOVA testi sonuçları Tablo 19'daki gibidir.

Tablo 19. Gelir Durumu Grupları ANOVA Testi Sonuçları

	Gelir Durumu	N	Ort.	SS	F	p
Motivasyon	2890 ve altı	95	5,08	0,85	2,74	0,043*
	2891-3800	59	5,37	0,80		
	3801-5000	93	5,19	0,77		
	5001 ve üzeri	246	5,33	0,79		
Güç İhtiyacı	2890 ve altı	95	4,43	1,43	6,23	< .001*
	2891-3800	59	4,34	1,48		
	3801-5000	93	4,27	1,35		
	5001 ve üzeri	246	4,86	1,26		
Başarma İhtiyacı	2890 ve altı	95	4,73	1,32	2,08	0,103
	2891-3800	59	5,22	1,30		
	3801-5000	93	4,98	1,24		
	5001 ve üzeri	246	5,04	1,27		
Bağlanma İhtiyacı	2890 ve altı	95	5,87	0,97	3,64	0,014*
	2891-3800	59	6,24	0,67		
	3801-5000	93	6,03	0,77		
	5001 ve üzeri	246	5,93	0,95		
Düşünme İhtiyacı	2890 ve altı	95	5,75	1,14	1,68	0,171
	2891-3800	59	6,10	1,03		
	3801-5000	93	5,83	1,00		
	5001 ve üzeri	246	5,78	1,02		
Yenilikçi Davranış	2890 ve altı	95	5,07	1,11	4,80	0,010*
	2891-3800	59	5,16	1,28		
	3801-5000	93	5,25	1,25		
	5001 ve üzeri	246	5,55	1,15		

*p<0.05

Bulunan sonuçlara göre başarma ihtiyacı ve düşünme ihtiyacı ortalamalarının gelir durumuna göre anlamlı bir fark oluşturmadığı görülmüştür (p>0,05).

Motivasyon, güç ihtiyacı, bağlanma ihtiyacı ve yenilikçi davranış ortalamalarının ise gelir durumuna göre anlamlı bir fark oluşturduğu görülmüştür (p<0,05). Bu anlamlı farkın hangi iki grup arasında olduğunun anlaşılması için ise Post-Hoc Testleri yapılmıştır.

Tablo 20. Motivasyon LSD Post-Hoc Testi

		2890 ve altı	2891-3800	3801-5000	5001 ve üzeri
2890 ve altı	Ortalama Fark	—	-0,284*	-0,101	-0,241*
2891-3800	Ortalama Fark		—	0,183	0,042
3801-5000	Ortalama Fark			—	-0,140
5001 ve üzeri	Ortalama Fark				—

Not. * p < .05, ** p < .01, *** p < .001

Tabloda motivasyon bakımından 2890 ve altı maaş grubunun hem 2891-3800 ile hem de 5001 ve üzeri maaş grupları arasında istatistiksel bakımdan anlamlı bir fark bulunmuştur. Tablo 19 incelendiğinde 2891-3800 arası maaş alanların, 2890 ve altı maaş alanlara göre motivasyonlarının daha yüksek olduğu tespit edilmiştir (2891-3800 puan ortalaması 5,37; 2890 ve altı puan ortalaması 5,08).

Ayrıca 5001 ve üzeri maaş alanların da 2890 ve altı maaş alanlara göre motivasyonlarının daha fazla olduğu bulunmuştur (5001 ve üzeri motivasyon puan ortalaması 5,33; 2890 ve altı puan ortalaması 5,08).

Tablo 21. Güç İhtiyacı Tukey Post-Hoc Testi

		2890 ve altı	2891-3800	3801-5000	5001 ve üzeri
2890 ve altı	Ortalama Fark	—	0,088	0,1646	-0,4279*
2891-3800	Ortalama Fark		—	0,0766	-0,5159*
3801-5000	Ortalama Fark			—	-0,5925**
5001 ve üzeri	Ortalama Fark				—

Not. * p < .05, ** p < .01, *** p < .001

Tablo incelendiğinde 5001 ve üzeri maaş alanlar ile diğer tüm maaş grupları arasında güç ihtiyacı bakımından istatistiksel açıdan anlamlı fark oluşturduğu tespit edilmiştir. Tablo 19 incelendiğinde 5001'in üzerinde geliri olanların güç ihtiyacı diğer bütün gelir gruplarına göre daha fazladır (5001 ve üzeri güç ihtiyacı puan ortalaması 4,86;

3801-5000 puan ortalaması 4,27; 2891-3800 puan ortalaması 4,34; 2890 ve altı puan ortalaması 4,43).

Tablo 22. Yenilikçi Davranış Tukey Post-Hoc Testi

		2890 ve altı	2891-3800	3801-5000	5001 ve üzeri
2890 ve altı	Ortalama Fark	—	-0,0919	-0,1754	-0,4762**
2891-3800	Ortalama Fark		—	-0,0835	-0,3843
3801-5000	Ortalama Fark			—	-0,3008
5001 ve üzeri	Ortalama Fark				—

Not. * p < .05, ** p < .01, *** p < .001

5001 ve üzeri maaş grubu ile 2890 ve altı maaş grubu arasında yenilikçi davranış açısından anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Buna göre 5001'in üzerinde geliri olanların yenilikçi davranış ortalaması 2890 ve altı maaş alanlara göre daha fazladır (5001 ve üzeri yenilikçi davranış puan ortalaması 5,55; 2890 ve altı maaş grubunun yenilikçi davranış puan ortalaması 5,07).

Tablo 23. Bağlanma İhtiyacı Games-Howell Post-Hoc Testi

		2890 ve altı	2891-3800	3801-5000	5001 ve üzeri
2890 ve altı	Ortalama Fark	—	-0,3767	-0,1649	-0,0627
2891-3800	Ortalama Fark		—	0,2118	0,314*
3801-5000	Ortalama Fark			—	0,1022
5001 ve üzeri	Ortalama Fark				—

Not. * p < .05, ** p < .01, *** p < .001

5001 ve üzeri maaş grubu ile 2891-3800 maaş grubu arasında bağlanma ihtiyacı bakımından istatistiksel açıdan anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Buna göre 5001'in üzerinde geliri olanların bağlanma ihtiyacı ortalaması 2890-3800 aralığında maaş alanlara göre daha azdır (5001 ve üzeri bağlanma ihtiyacı puan ortalaması 5,93; 2891-3800 puan ortalaması 6,24).

4.6.3. Yaşa Göre Gruplar Arası Fark Analizi

Yaş gruplarında merkezi limit teoremine göre gruplar arası N>30 bütün gruplarda sağlanmadığı için verilerin normal dağılmadığı görülmektedir. Bu sebeple gruplar arası fark analizi parametrik olmayan Kruskal Wallis testi ile analiz edilmiştir.

Buna göre yaş gruplarına göre değişkenlerde farklılık olup olmadığını gösteren analiz sonuçları Tablo 24'teki gibidir:

Tablo 24. Yaş Grupları Kruskal Wallis Testi Sonuçları

	Yaş Grupları	**N**	**Ort.**	**SS**	**χ^2**	**P**
Motivasyon	18-24	68	5,22	0.852	5,78	0,216
	25-34	210	5,27	0.838		
	35-44	197	5,24	0.775		
	45-54	61	5,11	0.919		
	55+	13	5,64	0.428		
Güç İhtiyacı	18-24	68	4,73	1.362	2,51	0,642
	25-34	210	4,67	1.427		
	35-44	197	4,51	1.334		
	45-54	61	4,49	1.463		
	55+	13	4,85	0.994		
Başarma İhtiyacı	18-24	68	5,00	1.242	3,83	0,43
	25-34	210	5,06	1.347		
	35-44	197	4,88	1.250		
	45-54	61	4,87	1.296		
	55+	13	5,40	1.121		
Bağlanma İhtiyacı	18-24	68	5,80	1.050	6,44	0,169
	25-34	210	5,92	0.927		
	35-44	197	6,04	0.890		
	45-54	61	5,90	1.060		
	55+	13	6,38	0.458		
Düşünme İhtiyacı	18-24	68	5,72	1.074	8,83	0,066
	25-34	210	5,81	1.049		
	35-44	197	5,89	1.045		
	45-54	61	5,52	1.188		
	55+	13	6,25	0.736		
Yenilikçi Davranış	18-24	68	5,07	1.178	6,79	0,147
	25-34	210	5,37	1.207		
	35-44	197	5,28	1.294		
	45-54	61	5,36	1.283		
	55+	13	5,87	0.653		

p<0,05*

Tablodaki verilere göre motivasyon, güç ihtiyacı, başarma ihtiyacı, bağlanma ihtiyacı, düşünme ihtiyacı ve yenilikçi davranış açısından gelir durumu grup ortalamaları arasında anlamlı bir fark olmadığı görülmüştür ($p>0,05$).

4.7. Hipotez Testi Sonuçları

Bu çalışmada ihtiyaçları konu alan teorilerdeki düşünce baz alınmıştır. Buna göre ihtiyacı çok olanın bu ihtiyacının karşılanması için daha çok motive olacağı varsayılarak, motivasyon ihtiyacının olmasının motive olmayı sağladığı söylenmektedir.

Buradan hareketle hipotezlerin sonuçları aşağıdaki tabloda verilmiştir.

Tablo 25. Araştırma Hipotezleri Sonuçları

HİPOTEZ	Desteklendi	Desteklenmedi
H_1: COVID-19 sürecinde çalışanların motivasyonları ile yenilikçi davranışı arasında anlamlı bir ilişki vardır.	**Desteklendi**	
H_2: COVID-19 sürecinde temel motivasyon kaynaklarından düşünme ihtiyacı ile yenilikçi davranış arasında anlamlı bir ilişki vardır.	**Desteklendi**	
H_3: COVID-19 sürecinde temel motivasyon kaynaklarından güç ihtiyacı ile yenilikçi davranış arasında anlamlı bir ilişki vardır.	**Desteklendi**	
H_4: COVID-19 sürecinde temel motivasyon kaynaklarından başarma ihtiyacı ile yenilikçi davranış arasında anlamlı bir ilişki yoktur.		**Desteklenmedi**
H_5: COVID-19 sürecinde temel motivasyon kaynaklarından bağlanma ihtiyacı ile yenilikçi davranış arasında anlamlı bir ilişki yoktur.		**Desteklenmedi**
H_6: COVID-19 sürecinde çalışanların demografik özellikleri arasında cinsiyet ve gelir durumu açısından motivasyonları arasında anlamlı farklılık vardır, eğitim düzeyi ve yaş açısından motivasyonları arasında anlamlı farklılık yoktur.	Cinsiyet, Gelir Durumu için **Desteklendi**	Eğitim Düzeyi, Yaş için **Desteklenmedi**
H_7: COVID-19 sürecinde çalışanların koronavirüse yakalanıp yakalanmama durumlarına göre motivasyonları arasında anlamlı bir farklılık yoktur.		**Desteklenmedi**
H_8: COVID-19 sürecinde çalışanların demografik özellikleri arasında cinsiyet, eğitim düzeyi, gelir durumu açısından yenilikçi davranışları anlamlı farklılık vardır, yaş açısından yenilikçi davranışları arasında anlamlı farklılık yoktur.	Cinsiyet, Eğitim Düzeyi, Gelir Durumu için **Desteklendi**	Yaş için **Desteklenmedi**
H_9: COVID-19 sürecinde çalışanların koronavirüse yakalanıp yakalanmama durumlarına göre yenilikçi davranışları arasında anlamlı bir farklılık yoktur.		**Desteklenmedi**

BÖLÜM 5. TARTIŞMA VE SONUÇ

Rekabet rüzgarlarının her zaman esintisinin hissediliği günümüz dünyasında işletmelerin varlıklarını sürdürebilmek, rakiplerinin arasında hayatta kalabilmek adına diğerlerinden farklılaşmaları gerekmektedir. Zor koşullar meydana geldikçe, işletmelerden istenilen bu zor koşullara ayak uydurulmasıdır. Son yıllarda ülkemizde ve tüm dünyada da yaşanılan COVID-19 pandemisi bu zor koşullara en önemli örneklerden biridir.

Birden çok çalışmalar ile işletmelerin farklılaşıp rakiplerini geride bırakmaları mümkün olmak ile birlikte bu araştırmada, organizasyonlardaki farklılığın, işgörenlerin motivasyonların artması ile yenilikçi davranışlar göstermeleri ile sağlanması durumu incelenmiştir.

Araştırmanın konusu Türkiye'de COVID-19 pandemisi sürecinde çalışanların motivasyonlarının yenilikçi davranışları üzerindeki etkisinin incelenmesidir. Bu hedef doğrultusunda yerli ve yabancı literatür taraması yapılarak, COVID-19 süreci, motivasyon, yenilikçi davranış, motivasyon ve yenilikçi davranış arasındaki ilişkileri inceleyen konu başlıklarının araştırması yapılmıştır. Literatür taraması yapıldıktan sonra araştırmanın problemi belirlenerek, bu problemin çözümü için model oluşturulmuştur. Bağımsız değişkenin motivasyon ve motivasyonun kaynakları (güç ihtiyacı, başarma ihtiyacı, bağlanma ihtiyacı ve düşünme ihtiyacı), bağımlı değişkenin ise yenilikçi davranışın olduğu araştırma modeli yardımıyla anket çalışması yapılıp online ortamda katılımcılara sunulmuştur.

Çalışmada esas olarak motivasyon ve yenilikçi davranış arasındaki ilişki incelenmiştir. Motivasyon için kullanılan temel motivasyon kaynağı ölçeğinde, motivasyon kavramı tek olarak ele alınmamış, 4 temel faktör ile ölçülmeye çalışılmıştır. Ölçek, motivasyon için ihtiyaçların karşılanmasının temel düşüncesi ile oluşturulmuştur. Bu bağlamda motivasyon için güç ihtiyacının, başarma ihtiyacının, bağlanma ihtiyacının ve düşünme ihtiyacının karşılanması temel alınmıştır. Çıkan sonuçlar ihtiyaç teorilerine göre yorumlanmıştır. İhtiyaç teorilerinde kişilerin ihtiyaçlarının arttıkça doyurulması için harekete geçmeleri ve bundan dolayı ihtiyacı çok olanın daha çok motive olduğu düşüncesi baz alınmaktadır.

Elde edilen anket sonucu bulgularından, demografik verilerin frekans ve yüzdesi, katılımcıların COVID-19 enfekte durumlarının frekans ve yüzdeleri, ölçeklerle ilgili tanımlayıcı istatistikler, keşfedici faktör analizi, faktörlerin güvenilirlikleri, korelasyon ve regresyon analizi, t-testleri ve ANOVA testleri analizi yapılmıştır. Analizlerin hepsi $p<0,05$ anlam düzeyi baz alınarak JAMOVİ programı ile gerçekleştirilmiştir.

Yapılan regresyon analizi ile hem motivasyon ile yenilikçi davranış arasındaki ilişkiye bakılmış hem de ayrı ayrı motivasyonun alt kaynaklarıyla yenilikçi davranış arasındaki ilişkiye bakılmıştır. Buna göre motivasyon ile yenilikçi davranış arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Yenilikçi davranışın esas anlamlı ilişkisinin ise motivasyonun alt kaynakları olan düşünme ihtiyacı ve güç ihtiyacı ile ve bunlar arasında da en fazla düşünme ihtiyacının yenilikçi davranıştaki varyansı açıkladığı bulunmuştur. Buradan anlaşılacağı üzere çalışanların yenilikçi davranışlarının artması için en fazla düşünme ihtiyacının karşılanması gerekmektedir. Konu ile ilgili benzer şekilde Gezer, (2019) çalışmasında motivasyon ile yenilikçi davranışı arasında anlamlı ve güçlü ilişkinin var olduğunu bulmuştur. Karaman ve Akatay'ın (2021) yine benzer şekilde yapmış olduğu motivasyon faktörlerinin girişimcilik eğilimine etkisi çalışmasında özellikle düşünme ihtiyacının bireylerde yeni tecrübelerden ilham alarak yeni düşünceler meydana getirme özelliğinin desteklendiği bulunmuştur. Bu araştırmada da motivasyon kaynaklarından bilhassa düşünme ihtiyacının yenilikçi davranışı daha çok etkilediğinin bulunması benzer çalışmalar ile paralellik göstermektedir.

Motivasyonun 4 ayrı faktör başlığı altında incelenmesinin sebebi bazı faktörlerin motivasyonu daha iyi açıklaması bazı faktörlerin ise daha az açıklamasıdır. Bu ayrımın yapılmasının bir nedeni de yenilikçi davranışta asıl etkili olan değişkenin bulunmasıdır. Genel anlamda motivasyon yenilikçi davranış üzerinde etkilidir ve varyansın bir kısmını açıklamaktadır fakat detaya inildiğinde aslında motivasyonun alt kaynağı olan düşünme ve güç ihtiyacının yenilikçi davranıştaki varyansın bir bölümünü açıkladığı bulunmuştur.

Katılımcıların cinsiyet grubuna göre değişkenlerdeki farklılıklara bakıldığında motivasyonun, güç ihtiyacının ve yenilikçi davranışın erkeklerde kadınlara göre daha fazla olduğu bulunmuştur. Konu ile ilgili literatür incelendiğinde benzer sonuçlara rastlanılmıştır. Ateş ve Buluç, (2018) yapmış olduğu çalışmasında motivasyonun cinsiyete göre anlamlı farklılık oluşturduğunu bulmuştur. Aynı zamanda Akgül ve Yavuz,

(2019) yapmış olduğu çalışmasında da çalışanların cinsiyetlerine göre yenilikçi davranışlarında farklılıklar bulmuştur. Bulduğu bu sonuçlarda erkeklerin kadınlara göre daha fazla yenilikçi davranış göstermesi sonucu bu tez çalışmasını da destekler niteliktedir.

Cinsiyete göre farklılığın sebebi toplumsal ve ailevi sorumluluklardan ve kadın ve erkeğe yüklenen vazifelerden dolayı bireylerin motive olmalarını sağlayan ihtiyaçlarının farklı olması, farklı yaşantılara, geçmişlere, kültürlere sahip olmaları hem motivasyonlarını hem de yenilikçi davranışlarını farklılaştığı düşünülmektedir.

COVID-19 sürecinde verilerin toplandığı göz ününde bulundurulduğunda, çalışanların koronavirüse yakalanıp yakalanmamalarının motivasyonlarına ve yenilikçi davranışlarına etki etmediği bulunmuştur. Sürecin içinde olmak ya da olmamak çalışanları etkilemeyeceği için motivasyonlarının yenilikçi davranışlarını etkilemesinin kendilerine bağlı olduğu, bu süreçten etkilenmedikleri görülmüştür. Yenilikçi davranış ile güç ihtiyacı ve düşünme ihtiyacının ilişkisi bulunduğundan dolayı bu ihtiyaçlar da içsel motive kaynakları olduğu için sürecin insanları etkilemediği bulunmuştur.

Eğitim düzeyi grupları arasında bağlanma ihtiyacı ve yenilikçi davranış açısından anlamlı farklar gözlemlenirken, motivasyon, güç ihtiyacı, başarma ihtiyacı ve düşünme ihtiyacı açısından anlamlı fark gözlenmemiştir.

Eğitim düzeyleri arası fark analizleri sonucunda lise ve lisansüstü grupları arasında bağlanma ihtiyacı bakımından istatistiksel olarak anlamlı bir fark olduğu tespit edilmiştir. Liselilerin bağlanma ihtiyacının lisansüstülülere göre daha fazla olduğu görülmüştür. Ayrıca eğitim gruplarında yenilikçilik açısından da fark bulunmuş, liselilerin yenilikçi davranışının lisansüstülülere göre daha az olduğu bulunmuştur. Literatürde de eğitim düzeyinin yenilikçi davranışı arttırdığı yönünde çalışmalar bulunmaktadır. Konu ile ilgili Sönmez ve Yıldırım, (2014) çalışmasında eğitimin yenilikçi davranışı olumlu anlamda etkilediği hatta lisansüstü eğitimin yenilikçi davranış arzusunu arttırdığını bulmuştur.

Bağlılık ihtiyacında bireyler daha topluluk halinde hareket etmek isteyip, tek başlarına kalmak istemezler. Bu çalışmada lisansüstü mezunlarının bağlılık ihtiyacına

daha az gerek duyarak, lise mezunlarının ise daha fazla bağlılık ihtiyacından dolayı motive oldukları ve lise mezunlarının daha fazla ekip çalışmalarında olup gruba dahil olmak istemeleri yorumu yapılabilir.

Gelir düzeyi grupları arasında motivasyon, güç ihtiyacı, bağlılık ihtiyacı ve yenilikçi davranış açısından anlamlı farklar görülmüş, başarma ihtiyacı ve düşünme ihtiyacı bakımından ise anlamlı farklar görülmemiştir.

Bu çalışmada 5001 üzeri ve 2891-3800 arası maaş alanların, 2890 ve altı maaş alanlara göre motivasyonlarının daha yüksek olduğu bulunmuştur. Benzer şekilde Cılız, (2017), yapmış olduğu çalışmasında motivasyonun gelir durumuna göre farklılaşması analizi sonucunda, gelir durumu değişkeni ile motivasyon arasında anlamlı bir farklılık bulmuştur. Çalışmada üst gelir grubundaki katılımcıların motivasyon seviyelerinin, alt gelir grubundaki katılımcıların motivasyon seviyelerine göre daha fazla olduğunu bulmuştur.

Güç ihtiyacı bakımından 5001 ve üzerinde maaş alanların diğer düşük maaş alanlara oranla hepsinden fazla güç ihtiyacına sahip olduğu ve bu ihtiyacının karşılanması durumunda diğerlerinden daha fazla motive olduğu bulunmuştur. Buradan anlaşılacağı üzere çalışanların maaşlarının artması onların aynı zamanda güce olan ihtiyaçlarının, terfi etmek istemelerinin ya da otoriteye sahip olmayı istemelerinin göstergesidir. Bununla beraber bu isteklerinin gerçekleşmesi için maaşları düşük olan kişilerden daha fazla güdülenip harekete geçer ve motive olurlar.

Bağlılık ihtiyacı bakımından 5001 ve üzeri maaş alanlar ile 2891-3800 aralığında maaş alanlar arasında anlamlı farklılık bulunmuştur. Buna göre 2891-3800 aralığında maaş alanların, 5001 ve üzeri maaş alanlardan daha fazla bağlılık ihtiyacı duyduğu, motive olmaları için daha fazla grup çalışmalarına katılma, daha fazla ekip halinde hareket etme, iş ortamında yemekleri beraber yeme gibi faaliyetlerden motive oldukları sonucuna varılabilir.

Yenilikçi davranış açısından 2890 ve altı ve 5001 ve üzerimaaş grupları arasında anlamlı fark bulunmuştur. 5001 ve üzeri maaş alanların, 2890 ve altı maaş alanlara göre daha yenilikçi olduğu gözlemlenmiştir. Buradan şu sonuca varılabilir:

Yenilikçilik bireyin düşüncelerini özgürce kullanıp yeni şeyler üretmesi durumu olduğu için öncelikle maddi durumunun kafasında sorun olacak, ihtiyaçlarını karşılayamayacak durumda olmaması gerekir. Çünkü Maslow'un da ihtiyaçlar hiyerarşisi teorisinde belirttiği gibi ihtiyaçların bir üst basamağa geçmesi için öncelikle kendisi için daha önemli ihtiyaçlarının karşılanması gerekmektedir. Kişinin maaşı düşük olduğunda hayatını idame ettirebilmesi zor olacağı ve düşünceleri bununla meşgul olacağı için yenilikçi davranış göstermesi daha zordur. Bu bağlamda yüksek maaş grubuna sahip kişilerde daha fazla yenilikçi davranış görmek daha olasıdır.

Araştırmada yaş grupları arasında değişkenler açısından anlamlı farklılıklar görülmemiştir. Literatürdeki çalışmalara bakıldığında yaşa göre yenilikçi davranış arasında anlamlı fark bulunmadığı görülmüştür. Akgül & Yavuz'un (2019) da yapmış olduğu çalışma da yaş gruplarına göre yenilikçi davranışın değişmediği yönündedir.

Konu ile ilgili Ekiyor ve Arslantaş (2015) benzer şekilde yaptığı 'Sağlık Sektöründe İşgören Motivasyonunun İnovasyon Performansına Etkisi' isimli çalışmasında yaş gruplarında yenilikçilik açısından anlamlı bir fark olmadığını bulmuştur. Yapılan bu araştırmada da benzer sonuç bulunarak paralellik göstermiştir

COVID-19 pandemisi sürecinde Uluslararası Çalışma Örgütü tarafından hazırlanan ve uzaktan çalışmayı konu alan kılavuzda çalışanların motive olmaları için özellikle düşünme ihtiyaçlarını karşılayacak eğitimler, mentorluk çalışmaları ve bunun gibi faaliyetlere ağırlık verilmesinden bahsedilmiştir (Tuna & Türkmendağ, 2020). Yapılmış olan bu tez çalışmasında da benzer sonuç olan düşünme ihtiyacının motivasyonda daha belirgin şekilde ön planda olduğu ve yenilikçi davranışı diğer motivasyon kaynaklarına göre daha çok etkilediği bulunmuştur.

Sonuç olarak motivasyonun yenilikçi davranış üzerinde anlamlı etkisinin olduğu, motive olmuş çalışanın yenilikçi davranışlar sergileyebileceği bulunmuştur.

Kişileri motive eden kaynakların hangi gereksinimleri neticesinde meydana geldiğinin bilinmesi tez vakitte olmasa da, zamana yayılarak toplumlarda gelişim seviyelerinin yükselmesinde önemli rol oynayacaktır (Erhan, Çarıkçı, & Alparslan, 2018). Bu çalışma yardımı ile görülmüştür ki motivasyon kaynaklarından düşünme

ihtiyacının ve güç ihtiyacının dolayısıyla da motivasyonun yenilikçi davranış üzerinde anlamlı bir etkisi vardır. Yani düşünme ihtiyacının ve güç ihtiyacının tatmin olması ile motivasyonu artan bir çalışan, yenilikçi davranış göstererek bağlı oldukları işletmelere yarar sağlayabilirler.

5.1 Öneriler

İşletmelerde yenilikçi davranışların görülüp, rekabet sağlanması açısından öncelikle çalışanları motive etme yollarının bilinmesi gerekmektedir.

Yapılan bu çalışmada motivasyonun yenilikçi davranışı olumlu anlamda etkilediği özellikle motivasyonun alt kaynakları olan düşünme ihtiyacının ve güç ihtiyacının karşılanmasının kişileri daha çok motive ettiği, dolayısıyla çalışanların daha çok yenilikçi davranışlar sergilediği bulunmuştur.

Bu bağlamda işletmelerin rakiplerinden bir adım öne geçmek adına, çalışanların motivasyonlarını arttırıp yenilikçi davranışlar sergilemelerini istemeleri durumu var ise, çalışanlarına düşünmelerini geliştirecek ortamlar sağlayıp, güç ihtiyaçlarını tatmin edecek terfi ya da sorumluluk alma imkanları sağlanabilir. Bireylerin motive olması adına onlara başarabilecekleri işler ve hedefler verilmesi hem düşünme ihtiyaçlarını hem de güç ihtiyaçlarını karşılayacağı için, yenilikçi davranışlarının artmasının işletmelere yarar sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu çalışmada yenilikçi davranış ile en çok düşünme ihtiyacı arasında anlamlı bir fark olduğu bulunduğundan dolayı bu düşünce ile işletmelerde çalışanlara işin hazır olarak verilmesinin yerine problemi çözmesi veya proje sorunlarını tespit etmesi onları daha çok düşünmeye sevk edeceği için daha fazla yenilikçi davranışlar göstermesi beklenmektedir.

Cinsiyete göre motivasyon, güç ihtiyacı ve yenilikçi davranış değişkenleri farklılık gösterdiği için çalışanların motive olup yenilikçi davranış göstermesi konusunda cinsiyet farkı göz önünde bulundurulmalıdır.

Çalışmada eğitim düzeyi açısından lise mezunlarının lisansüstü mezunlarına göre bağlanma ihtiyacının giderilmesi ile daha çok motive olduğu bulunduğundan dolayı

işletmeler çalışanlarını motive etmek için eğitim düzeylerine göre gruplandırmalar yapıp, her bir eğitim düzeyi için farklı motivasyon çalışmaları yapabilir. Örneğin eğer firmalarında lise mezunu çalışanları var ise onları motive etmek adına bağlılık ihtiyaçlarını karşılamak adına grup halinde bir ekip çalışmasına dahil olmalarına olanak sağlayabilirler. Ayrıca bu çalışmada yenilikçi davranışın en fazla lisansüstü mezunlarında görülmesi bulunduğundan dolayı da kişilerin yenilikçi davranışlar sergilemeleri için eğitim alanlarının genişletilmesinin doğru bir hareket olacağı söylenilebilir.

Araştırmada bulunan başka bir bulgu çalışanların gelir düzeylerinin hem motivasyonlarını hem de yenilikçi davranışlarını olumlu anlamda etkilemesidir. Bu bağlamda çalışanların performanslarına göre belirli aralıklarla maaşlarında iyileştirmeler yapılması onların daha fazla motive olup, bağlı oldukları firmalar adına daha verimli hale gelip yenilikçi davranışlar sergilemelerine olanak sağlayacağı düşünülmektedir.

Bu çalışmada kullanılan temel motivasyon kaynağı ölçeğinde bağlanma ihtiyacı ile ilgili başka ifadelerin yer almasında yarar vardır. Dolayısıyla bundan sonra yapılan çalışmalarda bağlanma ihtiyacını ortaya çıkarabilecek yeni ifadelerin kullanılmasının daha yararlı olacağı düşünülmektedir. Çünkü bağlanma ihtiyacında bireylerin başkaları tarafından kabul görmeyi, takdir edilmeyi ve onaylanmayı isteme davranışları da görüldüğü için ölçeğe bu davranışları analiz etmeye yarayan maddelerin eklenmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir.

COVID-19 süreci içerisinde çalışanların çalışma hayatına ilişkin görüşlerinin alınmasında yarar vardır. Çünkü bu süreçte uzaktan çalışma vb. farklı uygulamalar dolayısıyla çalışanlar üzerinde sürecin etkileri görülmüştür. Çalışanların düşünme tarzları, yaşam şekilleri, kendilerine dönmeleri gibi durumları değişiklik göstermiştir. Bunların ortaya çıkarılması ve motivasyon ve yenilikçi davranışa olan etkisi araştırılabilir.

Sonuç olarak firmalar için en önemli kaynağın insan olduğunun bilinip, bu kaynaktan en iyi verimi almak adına öncelikle çalışanların motive olmalarını sağlayacak ihtiyaçlarının bulunması, bunların karşılanması için yatırımlar yapılması, bunun sonucunda da yenilikçi davranışlar sergilenen işletmelerde rekabet ortamında rakiplerinin önüne geçmesi beklenmektedir.

EK'LER

EK-1 Anket Formu

Değerli katılımcı,
Bu anket formu, Maltepe Üniversitesinde Yüksek Lisans yapmakta olan Merve Nur UZUN tarafından yürütülen 'COVID-19 Sürecinde, Çalışan Motivasyonu ve Yenilikçi Davranış İlişkisi' adlı tez çalışmasının veri toplama aracı olarak sizlere sunulmuştur.
Katılımcı olarak sizden istenen, sorulan sorulara en doğru şekilde yanıt verip, boş bir soru bırakmamanızdır. Anketi doldururken vermiş olduğunuz bilgiler sadece bilimsel amaçlarla kullanılacak ve raporlamada kişisel bilgilere yer verilmeyecektir.
Anket toplamda 2 bölümden oluşmaktadır.

1. Bölüm Yenilikçi Davranışı ölçmek için hazırlanmış olup, 6 sorudan oluşmaktadır.
2. Bölüm Motivasyonu ölçmek için hazırlanmış olup, 24 sorudan oluşmaktadır.

Lütfen soruları cevapladıktan sonra 'Gönder' butonuna basmayı unutmayınız.

Değerli katkılarınız için teşekkür ederim.

Yukarıda yer alan ve araştırmadan önce katılımcıya/gönüllüye verilmesi gereken bilgileri okudum ve katılmam istenen çalışmanın kapsamını ve amacını, gönüllü olarak üzerime düşen sorumlulukları tamamen anladım. Bu koşullarda söz konusu araştırmaya kendi isteğimle, hiçbir baskı ve zorlama olmaksızın katılmayı kabul ediyorum.

KATILIMCININ ONAYI

Kabul Ediyorum ☐ Kabul Etmiyorum ☐

1.BÖLÜM: Yenilikçi Davranış Ölçeği

		Beni Hiç Tanımlamıyor	Beni Tanımlamıyor	Beni Çok Az Tanımlıyor	Beni Orta Düzeyde Tanımlıyor	Beni Biraz Tanımlıyor	Beni Tanımlıyor	Beni Tam Olarak Tanımlıyor
1	Yeni teknolojiler, süreçler, teknikler araştırırım ve fikirler üretirim.							
2	Yaratıcı fikirler üretirim.	1	2	3	4	5	6	7
3	Diğer çalışanların fikirlerini destekler ve cesaretlendiririm.	1	2	3	4	5	6	7
4	Yeni fikirler için kaynaklar araştırır ve tahsis ederim.	1	2	3	4	5	6	7
5	Yeni fikirlerin uygulanması için planları ve faaliyet takvimlerini geliştiririm.	1	2	3	4	5	6	7

6	Yenilikçiyim.	1	2	3	4	5	6	7
2.BÖLÜM: Temel Motivasyon Kaynakları Ölçeği								
1	Benimkinden farklı fikirlere sahip olsalar da insanların kararlarını etkilemeyi severim.	1	2	3	4	5	6	7
2	Bir işi yaparken mükemmel olacak diye aşırı titizlenmem.	1	2	3	4	5	6	7
3	İnsanların bir araya geldiği organizasyonlara katılmaktan çok keyif alırım.	1	2	3	4	5	6	7
4	Düşünmemi derinleştiren ortamları çok severim.	1	2	3	4	5	6	7
5	İnsanların yanlış bulduğum düşüncelerini değiştirmeyi severim.	1	2	3	4	5	6	7
6	İşimde en iyisi olacağım diye çok çalışmak bana göre değildir.	1	2	3	4	5	6	7
7	Boş zamanlarımı tek başıma bir etkinlik yaparak geçirmektense, ailem veya arkadaşlarımla beraber geçirmeyi severim.	1	2	3	4	5	6	7
8	Bir konuda ilk defa duyduğum farklı bir bakış açısının tüm detaylarını en ince ayrıntısına kadar anlamak için kafa yormaktan kendimi alamam.	1	2	3	4	5	6	7
9	İnsanları benim doğrularım yönünde etkilemeyi severim.	1	2	3	4	5	6	7
10	Mükemmeliyetçi bir yapım vardır.	1	2	3	4	5	6	7
11	Sevdiğim bir arkadaşımla ilişkim bozulursa ve bunu çözemezsem, çok üzülürüm.	1	2	3	4	5	6	7
12	Yoğun bir şekilde sürekli düşünmek benim için başlı başına zevkli bir iştir.	1	2	3	4	5	6	7
13	Bir ekip çalışmasında, ekip üyelerini yapacakları işlerle ilgili etkileyen kişi olmak isterim.	1	2	3	4	5	6	7

14	Yaptığım her işi kusursuz yapmazsam, bir türlü rahat edemem.	1	2	3	4	5	6	7
15	İnsanları dertli görürsem, onlarla ilgilenirim.	1	2	3	4	5	6	7
16	Çok farklı sonuçların olduğu sorunlar ilgimi çeker.	1	2	3	4	5	6	7
17	Dikkatlerin benim üzerimde olmasını severim.	1	2	3	4	5	6	7
18	Bir iş yaparken çok daha iyisini yapacağım diye aşırı çaba göstermek istemem.	1	2	3	4	5	6	7
19	İnsanların zor günlerinde onların yanında olmayı önemserim.	1	2	3	4	5	6	7
20	Yeni öğrenme anlarının sunduğu zevk hiçbir şeyde yoktur diye düşünüyorum.	1	2	3	4	5	6	7
21	Bir ortamda konuşmaların merkezinde olmayı severim.	1	2	3	4	5	6	7
22	Bir işi ilk defa yapıyorsam, mükemmel iş çıkarana kadar gece gündüz çalışırım.	1	2	3	4	5	6	7
23	İnsanların zor günlerinde ne yapar eder onların yanında olurum.	1	2	3	4	5	6	7
24	Yeni şeyler öğrenmeyi herkes gibi severim, dahası her zaman yeni şeyler öğrenmenin yolunu ararım.	1	2	3	4	5	6	7

3. BÖLÜM: Kişisel Bilgiler

Cinsiyetiniz	Kadın ☐ Erkek ☐
Yaşınız	18-24 ☐ 25-34 ☐ 35-44 ☐ 45-54 ☐ 55 + ☐

Eğitim Düzeyiniz	Ortaöğretim ☐ Lise ☐ Lisans ☐ Lisansüstü ☐
Gelir Durumunuz	2890 ve altı ☐ 2891-3800 ☐ 3801-5000 ☐ 5001 ve üzeri ☐
Kendiniz veya Yakınlarınızdan COVID-19 hastalığına yakalanan oldu mu?	Evet ☐ Hayır ☐

EK-2 Ölçek İzinleri



ÇALIŞKAN, Abdullah
Alıcı: ben

Sayın UZUN, yenilikçi davranış ölçeğini referans göstermek suretiyle kullanabilirsiniz. İyi çalışmalar..

Doç. Dr. Abdullah ÇALIŞKAN
Sağlık Bilimleri Fakültesi
Sağlık Yönetimi Bölüm Başkanı
Toros Üniversitesi - Bahçelievler Kampüsü
Yenişehir / MERSİN
E-Posta:
Tel :

Merve Uzun 12 Tem 2020 Paz, 11:56 tarihinde şunu yazdı:

EK-3

T.C.

MALTEPE ÜNİVERSİTESİ

ETİK KURULU KARARI

Toplantı Tarihi: 30.04.2021

Toplantı Sayısı: 2021/12

Toplantı Saati: 15:30

Karar No: 2021/12-07

Lisansüstü Eğitim Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, İşletme Tezli Yüksek Lisans Programı öğrencisi Merve Nur UZUN tarafından hazırlanan "COVID-19 Sürecinde Çalışan

Motivasyonu ve Yenilikçi Davranış İlişkisi" başlıklı bilimsel araştırma önerisi ve ölçekleri, 30 Nisan 2021 tarihte yapılan Etik Kurulu toplantısında incelenmiş ve T.C. Maltepe Üniversitesi Etik Kurulu Yönergesinin 6. maddesinde yazılı; **"Bilimsel disipline bağlılık, yaşama saygı, zarar vermeme, olası zarar ve riskler konusunda tüm ilgilileri bilgilendirme, insan ve topluma sorumluluk"** gibi ilkelere uygun olduğuna; yayına temel oluşturan araştırmanın tasarım, planlama ve yürütülme aşamalarında katkıda bulunanlara yer verilmesi, eksiksiz ve doğru kaynak gösterilmesi, gereken biçim ve doğrulukta atıflarda bulunulması kaydıyla yapılmasının etik ilkeler temelinde "veri toplama aşaması başlamadığı takdirde" uygun olduğuna; toplantıya katılan üyelerin oybirliği ile karar verilmiştir. İlgili kurum ve kuruluşlardan izin alınması araştırmacıların sorumluluğundadır.

Prof. Dr. Belma AKŞİT[1]

Etik Kurul Başkanı ve Rektör Yardımcısı

(Katıldı)

[1] **ÖNEMLİ NOT**: Pandemi nedeniyle Etik Kurulu toplantıları sanal olarak yapılmaktadır. Toplantıya katılan üyeler, her bir başvuru için yazılan raporlar ve toplantılar Üniversitemiz tarafından kullanılan sistem üzerinde kayıtlı bulunmaktadır. Bu nedenle kararlara ıslak imza atılamamakta olup karar Rektör Yardımcısı ve Etik Kurulu Başkanı Prof. Dr. Belma AKŞİT tarafından imzalanarak çıkartılmaktadır.

Dr. Öğr. Üyesi Selcen ATAÇ (Katılmadı)

Prof. Dr. Nermin ÇELEN

(Katıldı)

Dr. Öğr. Üyesi İhsan GÜLAY (Katılmadı)

Prof. Dr. Durmuş GÜNAY

(Katıldı)

Prof. Dr. Nurgün OKTİK

(Katıldı)

Prof. Dr. Zafer ÖZTEK
(Katıldı)

Prof. Dr. Necla ÖZTÜRK

(Katıldı)

Dr. Öğr. Üyesi Berfin VARIŞLI
(Katıldı)

KAYNAKÇA

Abdulrraziq, T. (2020). The Relationship Employee Training, Motivation and Managing Employee Relations with Information Technology. *The International New Issues In Social Sciences* , 239-258.

Akbaba, S. (2006). Eğitimde Motivasyon. *Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 343-361.

Akgül, İ., & Yavuz, U. (2019). BT Çalışanlarının Yenilikçi Davranışlarının Demografik Özellikler Açısından İncelenmesi. *Erzincan Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 54-72.

Akış, H., & Öztürk, Y. (2009). Otel İşletmelerinde Motivasyon Faktörleri Üzerine Bir Araştırma. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*, 212-236.

Alan, H., & Yeloğlu, O. (2013). Markalaşma ve Yenilikçilik. *Siirt Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi*, 13-26.

Aldahdouh, T. Z., Korhonen, V., & Nokelainen, P. (2019). What Contributes to Individual Innovativeness: A Multilevel Perspective. *International Journal of Innovation Studies*, 23-29.

Ali, A. A., Yusoff, S. H., & Ali, K. (2019). The Relationship Between Equal Opportunities and Employee Performance: A Special Reference to with Spesific Refence to BDF Hospital in the Kingdom of Bahrain. *IJASOS- International E-Journal of Advances in Social Sciences*, 1200-1206.

Ali, I. (2019). Personality Traits, Individual Innovativeness and Satisfaction with Life. *Journal of Innovation Knowledge, ,* 38-46.

Antalyalı, Ö. L., & Bolat, Ö. (2017). Öğrenilmiş İhtiyaçlar Bağlamında Temel Motivasyon Kaynakları (TMK) Ölçeğinin Geliştirilmesi, Güvenilirlik ve Geçerlilik Analizi. *AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 83-114.

Aslan, M., & Doğan, S. (2020). Dışsal Motivasyon, İçsel Motivasyon ve Performans Etkileşimine Kuramsal Bir Bakış. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 291-301.

Aslan, R. (2020). Tarihten Günümüze Epidemiler, Pandemiler ve COVID-19. *Göller Bölgesi Aylık Ekonomi ve Kültür Dergisi*, 35-41.

Ateş, H., Yıldız, B., & Yıldız, H. (2012). Herzberg'in Çift Faktör Kuramı Kamu Okullarında Çalışan Öğretmenlerin Motivasyon Algılarını Açıklayabilir mi?: Ampirik Bir Araştırma. *Bilgi Ekonomisi ve Yönetimi Dergisi*, 147-162.

Ateş, Ö. T., & Buluç, B. (2018). İlköğretim Öğretmenlerinde Motivasyon ve Örgütsel Bağlılığın Demografik Değişkenler Açısından İncelenmesi. *Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 1-30.

Aulawi, H. S. (2009). Knowledge Sharing Behavior, Antecedent and Their Impact on the Individual Innovation Capability. *Journal of Applied Sciences Research*, 2238-2246.

Aykanat, Z., & Yıldız, T. (2016). Karizmatik Liderlik ve Örgütsel Yenilikçilik İlişkisi Üzerine Bir Araştırma. *JED / GKD 11:2*, 198-228.

Bakan, İ., & Büyükbeşe, T. (2008). *Katılımcı Karar Verme: Kararlara Katılım Konusunda Çalışanların Düşüncelerine Yönelik Bir Alan Çalışması.* 29-56: Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi.

Borowski, A., & Daya, Ü. (2014). Employee Motivation Tools. *Human Capital without Borders: Knowledge and Learning for Quality of Life, Management Knowledge and Learning International Conference* (s. 665-671). Portoroz,Slovenia: Make Learn.

Boz, D., Ergüzeloğlu, E., & Duran, C. (2020). Bireysel Yenilikçiliğin İş Performansına Etkisi: Bir İşletme Örneği. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 15-34.

Bozkurt, M. B., & Korkmaz, O. (2021). Liderlik Tarzları ile Yenilikçilik İklimi, Yenilikçilik İklimi İle Yenilikçilik İş Yapma Davranışı Arasındaki İlişkilerin Analizi. *Nevşehir Hacı Bektaş Veli Üniversitesi SBE Dergisi*, 123-146.

Buchheim, L., Krieger, A., & Arndt, S. (2020). Innovation Types in Public Sector Organizations: A Systematic Review of the Literature. *Management Review Quarterly*, 509–533.

Budak, F., & Korkmaz, Ş. (2020). COVID-19 Pandemi Sürecine Yönelik Genel Bir Değerlendirme: Türkiye Örneği. *Sosyal Araştırmalar ve Yönetim Dergisi (SAYOD)*, 62-79.

Calder, B. J., & Staw, B. M. (1975). Self-Perception of Intrinsic and Extrinsic Motivation. *Journal of Personality and Social Psychology Vol.31*, 599-605.

Caulton, J. R. (2012). The Development and Use of the Theory of ERG: A Literature Review. *Emerging Leadership Journeys, Vol. 5*, 2-8.

Chauhan, A., Goel, M., & Arora, R. G. (2018). Motivation Among Higher Education Academicians: A Journey Through Literature Survey. *Amity Global HRM Review*, 55-61.

Chiu, H. H. (2018). Employees' Intrinsic and Extrinsic Motivations in Innovation Implementation: The Moderation Role of Managers' Persuasive and Assertive Strategies. *Journal of Change Management*, 218–239.

Cılız, S. (2017). *Kamu Kurumlarında Çalışan Personelin Kurumsal Aidiyet ve Motivasyon Düzeylerinin İncelenmesi: İski Örneği.* Nişantaşı Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi.

Cullen, W., Gulati, G., & Kelly, B. D. (2020). Mental Health in the COVID-19 Pandemic. *An International Journal of Medicine*, 311–312.

Çakır, A. (2014). *Faktör Analizi.* İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı: Doktora Tezi.

Çalışkan, A., & Akkoç, İ. (2019). Yenilikçi Davranış: Bir Ölçek Uyarlaması Çalışması. *Uluslararası İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 94-111.

Çalışkan, A., Akkoç, İ., & Turunç, Ö. (2011). Örgütsel Performansın Artırılmasında Motivasyonel Davranışların Rolü: Yenilikçilik ve Girişimciliğin Aracılık Rolü. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 363-401.

Çiçek, B., & Almalı, V. (2020). COVID-19 Pandemisi Sürecinde Kaygı Öz-yeterlilik ve Psikolojik İyi Oluş Arasındaki İlişki: Özel Sektör ve Kamu Çalışanları Karşılaştırması. *Turkish Studies, 15(4),* 241-260.

Çinar, B., Akgül, G., & Korkmaz, E. (2018). Karizmatik Liderlerin İşgören Motivasyonuna Etkisi: Madencilik Sektöründe Bir Araştırma . *Turkish Journal of Marketing Vol.:3,* 143-165.

Demir, H., & Okan, T. (2009). Motivasyon Üzerinde Ulusal Kültür Etkisi. *Gazi Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 121-142.

Deniz, A., & Erciş , A. (2016). Tüketici Yenilikçiliğinin Boyutları ve Yenilikçiliği Etkileyen Faktörler Arasındaki İlişkiler. *Kafkas Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 461-475.

Drucker, P. F. (2002). The Discipline of Innovation. *Harvard Business Review*.

Dündar, S., Özutku, H., & Taşpınar, F. (2007). İçsel ve Dışsal Motivasyon Araçlarının İşgörenlerin Motivasyonu Üzerindeki Etkisi: Ampirik Bir İnceleme. *Ticaret ve Turizm Egitim Fakültesi Dergisi,* 105-119.

Ekiyor, A., & Arslantaş, S. (2015). Sağlık Sektöründe İşgören Motivasyonunun İnovasyon Performansına Etkileri. *Çankırı Karatekin Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 6(2),* 113-136.

Elsevier. (2020). COVID-19: Learning From Experience. *Elsevier,* 1011.

Erdem, A. R. (1997). İçerik Kuramları ve Eğitim Yönetimine Katkıları. *PAÜ Eğitim Fakültesi Dergisi* , 68-76.

Erhan, T., Çarıkçı, İ. H., & Alparslan, A. M. (2018). Akademisyenlerin Başarı Hedefleri Üzerinde Değerlerinin ve Motivasyon Kaynaklarının Rolü. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 57-72.

Eryılmaz, İ., & Gülova, A. A. (2019). Örgüt Kültürü ve Bağlamsal Performans Arasındaki İlişkide Temel Motivasyon Kaynaklarının Biçimleyici Rolü. *Yönetim ve Ekonomi*, 495-514.

Eryılmaz, İ., & Odabaşoğlu, Ş. (2018). *Beş Faktör Kişilik Özellikleri ve Temel Motivasyon Kaynakları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi.* Cappadocia: International EMI Entrepreneurship & Social Sciences Congress.

Ewen, R. B., Smith, P. C., Hulın, C. L., & Locke, E. A. (1966). An Empirical Test of the Herzberg Two-Factor Theory. *Journal of Applied Psychology*, 544-550.

Frieze, I. H., & Boneva, B. S. (2001). Power Motivation and Motivation to Help Others. A. Y. Lee-Chai, & J. A. Bargh içinde, *The Use and Abuse of Power* (s. 75-92). New York: Psychology Press Taylor & Francis Group.

Gannon, D., & Boguszak, A. (2013). Douglas McGregor's Theory X and Y. *CRIS Bulletin* , 85-93.

Gerşil, G. S., & Yüksel Şentürk, G. (2021). COVID-19 Kriz Sürecinin Çalışan Motivasyonuna Etkilerinin Belirlenmesi: Bir İşletmede İnsan Kaynakları Uygulamaları. *Manisa Celal Bayar Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 111-138.

Gezer, S. (2019). *Çalışanların Motivasyon Düzeylerinin, Bilgi Paylaşımı ve Yenilikçi Davranışa Etkisi: Gıda Sektörü Çalışanları Üzerinde Bir Araştırma.* Gaziantep: Hasan Kalyoncu Üniversitesi.

Gribanova, S., & Abeltina, A. (2019). *Work Motivation and Labour Productivity Growth Among it Professionals in Contemporary Latvia.* 165-174: Proceedings of the 2019 International Conference "Economic Science For Rural Development".

Gülgöz, S., & Sadowski, C. J. (1995). Düşünme İhtiyacı Ölçeğinin Türkçe Uyarlaması ve Öğrenci Başarısı Göstergeleri İle Korelasyonu. *Türk Psikoloji Dergisi*, 15-24.

Gümüş, S., & Sezgin, B. (2012). İnsancıl Yaklaşım. S. Gümüş içinde, *Motivasyonun Örgütsel Bağlılığa ve Performansa Etkisi* (s. 19). İstanbul: Hiperlink.

Gün, G. (2019). Örgüt Kültür Tiplerinin Yenilikçiliğe Etkisi Örgüte Güvenin ve Örtülü Bilgi Paylaşımının Düzenleyici Rolü. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi*, 1864-1892.

Güneş, F. (2011). Dil Öğretim Yaklaşımları ve Türkçe Öğretimindeki Uygulamalar. *Mustafa Kemal Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 123 - 148.

Gürkan, G. Ç., & Demiralay, T. (2017). Bireysel Yenilikçiliğin Çalışanın Yenilikçi Davranışı Üzerindeki Etkisinde İçsel Motivasyonun Aracılık Rolü: Türkiye'de Cerrahlar Örneği. *Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi*, 65-90.

Haşıloğlu, S. B., Baran, T., & Aydın, O. (2015). Pazarlama Araştırmalarındaki Potansiyel Problemlere Yönelik Bir Araştırma: Kolayda Örnekleme ve Sıklık İfadeli Ölçek Maddeleri . *Pamukkale İşletme ve Bilişim Yönetimi Dergisi*, 19-28.

Hiemer, J., & Abele, A. E. (2012). High Power = Motivation? Low Power = Situation? The Impact of Power, Power Stability and Power Motivation on Risk-Taking. *Personality and Individual Differences, Vol.53*, 486-490.

İnankul, H. (2015). Türk Polis Teşkilatında Motivasyon ve Bunun Kapsam Teorileri Açısından Değerlendirilmesi. *Turkish Studies International Periodical For The Languages, Literature and History of Turkish or Turkic, Volume 10/6*, 533-554.

İnce, C., & Gençay, İ. C. (2017). İşgören Motivasyonu Sağlamada Kullanılan Araçlar: Uludağ Kış Otellerinde Bir Araştırma. *Uluslararası Türk Dünyası Turizm Araştırmaları Dergisi, Vol.:2*, 112-126.

İraz, R., & Altınışık, İ. (2016). Örgüt İçi Faktörlerin Yenilik ve Yaratıcılık Performansına Etkisi: Hizmet Sektöründe Bir Uygulama. *Selçuk Üniversitesi Sosyal ve Teknik Araştırmalar Dergisi*, 114-132.

Jiang, N., & Pang, H. (2018). A Customer Participated Innovation Ecosystem and Motivation Behavior Model Based on Motivational Preference and Extrinsic Situation Incentives using Ecology Theory. *Ekoloji 27(106)*, 1925-1934.

Kara, A. U., & Kahraman, A. (2021). İletişim İklimi İle Yenilikçi Davranış İlişkisinde Kültürel Sıklığın Aracılık Rolü. *LAÜ Sosyal Bilimler Dergisi*, 19-39.

Karahan, M., & Patır, S. (2019). Üniversite Öğrencilerinin Bireysel Yenilikçilik Kapasitelerinin Belirlenmesi. *Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 42-58.

Karaman, U., & Akatay, A. (2021). Motivasyon Faktörlerinin Girişimcilik Eğilimine Etkisinin Planlanmış Davranış Teorisi Bağlamında İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma. *Route Educational & Social Science Journal, Volume 8*, 96-118.

Karasar, N. (2011). *Bilimsel Araştırma Yöntemleri.* Ankara: Nobel Yayınları.

Karasar, N. (2018). *Bilimsel Yöntemin Altıncı Basamağı Olarak Araştırmalarda Rapor Hazırlama.* Ankara: Nobel Akademik Yayıncılık.

Katı, M., & Düşükcan, M. (2017). Performansla İlgili Motivasyon Araçlarının Kişisel Özelliklere Göre Farklılığını Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Social Sciences (NWSASOS)*, 1-24.

Khurana, H., & Joshi, V. (2017). Motivation and Its Impact on Indıvıdual Performance: A Comparative Study Based on McClelland's Three Need Model. *International Journal of Research ın Commerce & Management*, 110-116.

Kılıç, D. B. (2016). Adams'ın Eşitlik Teorisi Bağlamında Müzik Öğretmenlerinin İş Tatminini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. *Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 193-235.

Kılıç, S. (2016). Cronbach'ın Alfa Güvenirlik Katsayısı. *Journal of Mood Disorders (JMOOD)*, 47-48.

Kırılmaz, S. K. (2021). COVID-19 Pandemisinin İnsan Kaynakları Yönetimi Üzerine Etkilerinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma. *Sosyoekonomi 29(50)*, 255-276.

Koç, W. (2019). *Tüketici Davranışı ve Pazarlama Stratejileri: Global ve Yerel Yaklaşım.* Ankara: Seçkin.

Koçyiğit, S., & Ayın, M. (2014). İnovasyon. *York University Türkiye Temsilciliği İşletme Bölümü* .

Kul, S. (2014). *Uygun İstatistiksel Test Seçim Kılavuzu.* Gaziantep: Gaziantep Üniversitesi Tıp Fakültesi Biyoistatistik Anabilim Dalı.

Kula, S., & Çakar, B. (2015). Maslow İhtiyaçlar Hiyerarşisi Bağlamında Toplumda Bireylerin Güvenlik Algısı ve Yaşam Doyumu Arasındaki İlişki. *Bartın Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi*, 191-210.

Kurt, T. (2005). Herzberg'in Çift Faktörlü Güdüleme Kuramının Öğretmenlerin Motivasyonu Açısından Çözümlenmesi. *Gazi Eğitim Fakültesi Dergisi, Cilt 25, Sayı 1*, 285-299.

Küçüközkan, Y. (2015). Liderlik ve Motivasyon Teorileri: Kuramsal Bir Çerçeve. *Uluslararası Akademik Yönetim Bilimleri Dergisi*, 86-115.

Latham, G. P., Brcic, J., & Steinhauer, A. (2017). Toward an Integration of Goal Setting Theory and the Automaticity Model. *Applied Psychology: An International Review*, 25-48.

Mahadi, T. S., & Jafari, S. M. (2012). Motivation, Its Types, and Its Impacts in Language Learning. *International Journal of Business and Social Science*, 230-235.

McGregor, D. (1960). Theory X and Theory Y. *Organizaton Theory*, 358-374.

Moder, K. (2010). Alternatives to F-Test in One Way ANOVA in case of heterogeneity of variances (a simulation study). *Psychological Test and Assessment Modeling, Volume 52*, 343-353.

Morvai, R., & Varga, J. (2011). Innovation In Supply Chains. *International Journal of Business and Management Studies, Vol.3*, 319-331.

Mróz, B. (2018). *Art of Acting and Management Style Results of Psychological Research on Personality and Hierarchy of Values of Outstanding Polish Actors and Managers in the Area of Services.* Poland: Institute of Psychology, Faculty of Social Sciences, University of Opole.

Nada, N. (2010). A Framework For Systematic Application Aand Measurement of The Innovation Management Processes. *The Journal of Knowledge Economy & Knowledge Management*, 57-69.

Naktiyok, A. (2007). Yenilik Yönelimi ve Örgütsel Faktörler. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, Cilt: 21*, 211-230.

Nisula, A.-M., & Kianto, A. (2016). The Antecedents of Individual Innovative Behaviour in Temporary Group Innovation. *Creativity and Innovation Management*, 431-444.

Oktuğ, Z., & Özden, M. S. (2013). Bireycilik/Toplulukçuluk ile Bireysel Yenilikçilik Eğilimi Arasındaki İlişkide İçsel Motivasyonun Biçimlendirici Rolü. *Eskişehir Osmangazi Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 1-22.

Onaran, O. (1981). Çalışma Yaşamında Güdülenme Kuramları. *Ankara Üniversitesi Siyasal Bilgiler Fakültesi Yayınları*, 1-320.

Öğüt, A., Akgemci, T., & Demirsel, M. T. (2004). Stratejik İnsan Kaynakları Yönetimi Bağlamında Örgütlerde İşgören Motivasyonu Süreci. *Selçuk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 277-290.

Önen, S. M., & Kanayran, H. G. (2015). Liderlik ve Motivasyon: Kuramsal Bir Değerlendirme. *Birey ve Toplum*, 43-63.

Örücü, E., & Kanbur, A. (2008). Örgütsel-Yönetsel Motivasyon Faktörlerinin Çalışanların Performans ve Verimliliğine Etkilerini İncelemeye Yönelik Ampirik Bir Çalışma: Hizmet ve Endüstri İşletmesi Örneği. *Yönetim ve Ekonomi*, 85-97.

Özçoban, E., & Özkul, A. S. (2019). Temel Motivasyon Kaynaklarının Girişimcilik Eğilimi Üzerine Etkisi: Süleyman Demirel Üniversitesi Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 813-828.

Özdemir, S., & Muradova, T. (2008). Örgütlerde Motivasyon ve Verimlilik İlişkisi. *Journal of Qafqaz University*, 146-153.

Özer, P. S., & Topaloğlu, T. (2008). *Motivasyonda Kapsam Kuramları.* Ankara: Nobel Yayın Dağıtım.

Özkoçak, V., Koç, F., & Gültekin, T. (2020). *Pandemilere Antropolojik Bakış: Koronavirüs (COVID-19) Örneği.* 1183-1195: Turkish Studies.

Özkul, A. S., & Alparslan, A. M. (2019). Yaşan Doyumunu Arttıran Motivasyon Kaynağı: Düşünme-Anlama İhtiyacı. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi*, 3272-3288.

Pratoom, K., & Savatsomboon, G. (2012). Explaining Factors Affecting Individual Innovation: The Case of Producer Group Members in Thailand. *Asia Pac J Manag*, 1063–1087.

Saaed, H. K., Alhamdany, S. N., & Dawood, A. Q. (2020). Innovation Work Behaviors as a Mediator of The Relationship Between Reliable Leadership and Knowledge Sharing Exploratory Study at The Baghdad's Ministry of Labor and Social Affairs. *2nd Annual International Conference on Information and Sciences* (s. 222-229). Iraq: AiCIS.

Sanders, K., Jorgensen, F., Shipton, H., Rossenberg, Y. V., Cunha, R., Li, X., . . . Dysvik, A. (2018). Performance-Based Rewards and Innovative Behaviors. *Hum Resour Manage*, 1455–1468.

Seker, S. E. (2015). Motivasyon Teorisi. *YBS Ansiklopedi*, 22-27.

Serinikli, N. (2021). COVID-19 Salgın Sürecinde Örgütsel Değişim: Uzaktan/Evden Çalışma Modeli. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 277-288.

Sevinç, H. (2015). Kamu Çalışanlarının Motivasyonunda Kullanılan Araçlar. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 944-964.

Sezgin, O. B., Uçar, Z., & Duygulu, E. (2015). Güven, Yenilikçi İş Davranışı İlişkisinde Bilgi Paylaşımının Aracılık Rolü. *İşletme Fakültesi Dergisi, Cilt 16*, 1-20.

Sönmez, B., & Yıldırım, A. (2014). Bir Üniversite Hastanesinde Çalışan Hemşirelerin Yenilikçi Davranışları ve Yenilikçi Davranışlarını Etkileyen Faktörlere İlişkin Görüşlerinin Belirlenmesi: Niteliksel Bir Çalışma. *Sağlık ve Hemşirelik Yönetimi Dergisi*, 49-59.

Sönmez, R. V. (2020). COVID-19 Kaygısının İş Gören Performansı ve Motivasyonu Üzerine Etkisi: Hizmet Sektöründe Bir Araştırma. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD)*, 154-175.

Stornelli, A., Ozcan, S., & Simms, C. (2021). Advanced Manufacturing Technology Adoption and Innovation: A Systematic Literature Review on Barriers, Enablers, and Innovation Types. *Research Policy, Elsevier, Vol. 50 (6)*.

Strobl, A., Matzler, K., Nketia, B. A., & Veider, V. (2020). Individual Innovation Behavior and Firm-Level Exploration and Exploitation: How Family Firms Make The Most of Their Managers. *Review of Managerial Science*, 809–844.

Su, F., & Zhang, J. (2020). Proactive Personality and Innovative Behavior: A Moderated Mediation Model. *Social Behavior and Personality, Volume 48*, 1-12.

Şahin, A. (2004). *Yönetim Kuramları ve Motivasyon İlişkisi.* Konya: Selçuk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi.

Şencan, H., & Fidan, Y. (2020). Likert Verilerinin Kullanıldığı Keşfedici Faktör Analizlerinde Normallik Varsayımı ve Faktör Çıkarma Üzerindeki Etkisinin SPSS, Factor ve Prelıs Yazılımlarıyla Sınanması. *Business & Management Studies: An International Journal*, 640-687.

Şenol, F. (2014). The Effect of Job Security on Perception of the Internal Motivation Means: A Research from Turkey. *Manas Journal of Social Studies*, 129-157.

Tabak, A., Erkuş, A., & Meydan, C. H. (2010). Denetim Odağı ve Yenilikçi Birey Davranışları Arasındaki İlişkiler: Belirsizliğe Tolerans ve Risk Almanın Aracılık Etkisi. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 159-176.

Tabaru, A., & Şen, Ü. S. (2019). Müzik Öğretmeni Adaylarının Bireysel Ses Eğitimi Dersine Yönelik Motivasyon Düzeylerinin İncelenmesi. *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 924-946.

Tağ, M. N., & Çetinkaya, B. (2019). Öznel İyi Oluş Hali, Başkasına Güven ve İş Motivasyonu Arasındaki İlişki: Beklenti Teorisi Çerçevesinde Çok Düzeyli Analiz. *Uluslararası Yönetim İktisat ve İşletme Dergisi, Cilt 15*, 858-888.

Talukder, M., & Quazi, A. (2010). Exploring the Factors Affecting Employees' Adoption and Use of Innovation. *Australasian Journal of Information Systems*, 1-30.

Tekin, G., & Görgülü, B. (2018). Clayton Alderfer'in ERG Teorisi ve Çalışanların İş Tatmini. *Social Sciences Studies Journal*, 1559-1566.

Tekin, Ö. A., Baş, M., & Gökdemir, A. (2016). Konaklama İşletmesi Çalışanlarının Douglas McGregor'un X ve Y Teorilerine Yönelik Tutumları Üzerine Bir Araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi Vizyoner Dergisi*, 81-91.

Terzioğlu, M., Avcı, M., & Gökovalı, U. (2008). İşletmelerde Yenilik Yeteneği: Denizli Tekstil ve Hazır Giyim Sektörü Örneği. *Ç.Ü. Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt 17*, 377-388.

Tok, E. (2010). Okul Öncesi 1. Sınıf Öğretmen Adaylarının Düşünme ihtiyaçları ve Düşünme İhtiyacına Yönelik Görüşleri (Pamukkale Üniversitesi Örneği). *Uluslararası İnsan Bilimleri Dergisi*, 45-62.

Topçuoğlu, D. D., & Genç, E. (2021). COVID-19 Pandemi Sürecinin Kargo Sektörü Çalışanlarının İşe Yönelik Tutumlarına Etkisi: PTT Örneği. *Optimum Ekonomi ve Yönetim Bilimleri Dergisi*, 373-396.

Tozlu, A., & Kurtipek, R. (2015). Motivation Theories and Encouraging Public Employees Based on Individual Performance Evaluation. *Tisk Akademi*, 271-285.

Tuna, A. A., & Çelen, O. (2020). İşletmelerin İnsan Kaynakları Yönetimi Uygulamaları Üzerinde COVID-19 Pandemisinin Etkileri. *Uluslararası Toplum Araştırmaları Dergisi, Vol.16*, 2710-2759.

Tuna, A. A., & Türkmendağ, Z. (2020). COVID-19 Pandemi Döneminde Uzaktan Çalışma Uygulamaları ve Çalışma Motivasyonunu Etkileyen Faktörler. *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 3246-3260.

U.S, M. (2013). The Impact of Employee Motivation On Organisational Performance A Study Of Some Selected Firms In Anambra State Nigeria. *The International Journal Of Engineering And Science*, 70-80.

Ulus, Ö., & Kerim, G. (2020). Effects of Leadership Traits of Directors on Employees' Motivation and an Application. *İstanbul Aydın Üniversitesi Dergisi*, 131-151.

Velavan, T. P., & Meyer, C. G. (2020). The COVID-19 Epidemic. *Tropical Medicine and International Health Volume 25*, 278–280.

Wolor, C. W., Solikhah, Susita, D., & Martono, S. (2020). How to Maintain Employee Motivation Amid The COVID-19 Virus Pandemic. *International Journal of Economics and Business Administration Volume VIII*, 78-86.

Yazıcıoğlu, Y., & Erdoğan, S. (2007). *SPSS Uygulamalı Bilimsel Araştırma Yöntemleri.* Ankara: Detay Yayıncılık.

Yeşil, A. (2016). Liderlik ve Motivasyon Teorilerine Yönelik Kavramsal Bir İnceleme. *Uluslararası Akademik Yönetim Bilimleri Dergisi*, 158-180.

Yiğit, A. G. (2019). Rasyonel Bireyin Beklenen Fayda Teorisine Davranışsal Yaklaşım: Sınırlı Rasyonelliğin Beklenti Teorisi. A. Ş. Duymaz, & Ö. Çelikkaleli içinde, *Bilim Dünyasında Multidisipliner Çalışmalar* (s. 107). Ankara: Berikan Yayınevi.

Yıldırım, A., & Demirel, E. T. (2015). Ücret Tatmininin Yaşam Tatminini Belirleyici Etkisi Var Mı? Elazığ Banka Çalışanları Örneği. *Fırat Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 133-154.

Yıldız, H. (2010). *Çalışma Psikolojisi.* İstanbul: İstanbul Üniversitesi Açık ve Uzaktan Eğitim Fakültesi.

Yılmaz, B., & Sağlam, M. (2021). COVID-19 Algılanan Stres ve Tehdidinin, Çalışanların İş Yaşam Dengesi ve Motivasyonu Üzerindeki Etkisi. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi*, 518-538.

Yılmaz, B., & Turgut, E. (2016). Askeri ve Sivil Yükseköğretim Kurumlarında Verilen Genel Muhasebe Eğitiminin Motivasyon Teorileri Açısından Karşılaştırmalı Analizi . *Uluslararası Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 2297-2305.

Zahra, T. T., & Waheed, A. (2017). Influence of Ethical Leadership on Innovative Work Behavior: Examination of Individual-Level Psychological Mediators. *Pakistan Journal of Commerce and Social Sciences*, 448-470.

Zeynel, E., & Çarıkçı, İ. H. (2017). Akademiyenlerin Mesleki Motivasyon Algı Düzeyini Ölçmeye Yönelik Bir Mesleki Motivasyon Ölçeğinin Tasarımı. *Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi*, 125-148.

Zhang, S., Liu, X., & Du, Y. (2021). When and How Authoritarian Leadership Influences Employee Innovation Behavior in The Context of Chinese Culture. *Leadership & Organization Development Journal*, 722-734.