



Aşçıların Beş Faktör Kişilik Özellikleri İle Bireysel İnovasyon Algısı İlişkisi (Five Factor Personality Traits and Perception of Individual Innovation Relationship)**

*Seydi Ahmet ÇETİN^a , Bayram ŞAHİN^b 

^aZübeyde Hanım Vocational and Technical Anatolian High School, Bursa/Turkey

^bBalıkesir University, Faculty of Tourism, Department of Tourism and Hospitality Management, Balıkesir/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim Tarihi:
22.10.2018

Kabul Tarihi: 18.12.2018

Anahtar Kelimeler

Beş faktör kişilik özellikleri

İnovasyon algısı

Aşçı

Otel

Bursa

Öz

Bu çalışmada otel mutfaklarında çalışan aşçıların kişilik özellikleri ile inovasyon algısı arasındaki ilişkiler incelenmiştir. Veri toplama aracı olarak beş faktör kişilik özellikleri ve bireysel inovasyon anket formları kullanılmıştır. Araştırma evrenini, Bursa'daki dört ve beş yıldızlı otellerde çalışan aşçıları (n=220) oluşturmaktadır. Ölçüm sonuçlarının çoğunlukla orta düzeyde güvenilirliğe ve geçerliğe sahip olduğu görülmüştür. Teorik olarak ileri sürülen modeldeki hipotezler korelasyon analizi ve çoklu regresyon analizi kullanılarak test edilmiştir. Araştırma sonuçlarına göre aşçıların beş faktör kişilik özelliklerinin bireysel inovasyon algısı üzerinde etkisinin istatistiksel olarak anlamlı olduğu bulunmuştur. Ayrıca; deneyime açıklık alt boyutu ile bireysel inovasyon alt boyutlarından olumlu bireysel inovasyon algısı ve olumsuz bireysel inovasyon algısı arasında anlamlı ilişkiler olduğu görülmüştür.

Keywords

Five factor personality traits

Innovation perception

Cook

Hotel

Bursa

Abstract

In this study, the relationship between the personality traits of the chefs working in the kitchens and the perception of innovation was examined. Five factor personality traits and individual innovation questionnaire forms were used as data collection tools. The research universe consists of chefs working in four and five star hotels in Bursa. The results of the measurement have been found to have moderate reliability and validity. The hypotheses in theoretically proposed model were tested using correlation analysis and multiple regression analysis. According to the results of the study, it was found that the effects of five factor personality traits of the cooks on the perception of individual innovation were statistically significant. Also; significant correlations were found between openness to experience sub-dimension and positive individual innovation perception and negative individual innovation perception from individual innovation sub-dimensions.

* Sorumlu Yazar.

E-posta: seydiahmetcetin@hotmail.com (S.A. Çetin)

** Bu makale; Seydi Ahmet Çetin tarafından hazırlanan "Aşçıların Beş Faktör Kişilik Özellikleri, Bireysel İnovasyon Algısı, Bireysel İnovasyon Davranışı İlişkisi: Bursa Örneği" isimli doktora tezi temel alınarak oluşturulmuştur.

Makale Künyesi: Çetin, S.A. & Şahin, B. (2018). Aşçıların Beş Faktör Kişilik Özellikleri İle Bireysel İnovasyon Algısı İlişkisi. *Journal of Tourism and Gastronomy Studies*, 6(4), 419-447.

DOI: 10.21325/jotags.2018.317

GİRİŞ

Turizm işletmeleri yaşanan yoğun rekabette yaratıcı birtakım fikir ve uygulamalarla artan rekabeti lehe çevirebilmektedir. Hem yaratıcı hem de yenilikçi personel yeni fikirlerin kullanılabilir hale getirilmesini sağlamaktadır. Türkiye’de mesleki yeterlilik kurumunun yıllardır üzerinde çalıştığı konu da işletmelerde çalışacak insan kaynağının asgari niteliklerini ortaya çıkarmaya yönelik olup bu amaca hizmet etmektedir. Yaratıcı ve yenilikçi işgörenlerin işe alımı bu sayede kolaylaşabilecektir. Ancak; “yaratıcı fikirler uygulamaya konmadıkça işletme için hiçbir değer yaratmaz ve anlam ifade etmez. Bu bakımdan, işletmelerde inovasyon sürecinin, hem yaratıcılığı hem de yenilikçiliği kapsamı gerekmektedir” (Cengiz, 2012: 24). Kavram olarak, “hem bir süreci (yenilemeyi-yenilenmeyi) hem de bir sonucu (yenilik)” (Eraslan, Bulu ve Bakan, 2008: 10) içeren inovasyon kavramı beş faktör kişilik özellikleri ile beraber işletmelerin üzerinde düşünmeleri gereken kavramlar olarak karşımıza çıkmaktadır. Bunun yanında işletmelerin insan kaynağına ayrı bir önem vermesi ve onları yönlendirmesi gereklidir. “Ancak, işgörenlerin örgüt içindeki bir takım uygulama, süreç ve davranışlara karşı çeşitli tutum ve davranışlar geliştirmesi, bir başka deyişle çeşitli durumları farklı algılayarak farklı tepkiler göstermesi insan kaynağının örgütsel amaçlar doğrultusunda yönlendirilmesini zorlaştırmaktadır” (Çetin, 2009: 1). Turistlerin faydalandığı hizmetlerden birisinin yiyecek ve içecek hizmetleri olduğu düşünüldüğünde aşçıların niteliği de son derece önem kazanmaktadır. Mutfaqlarda çalışan ve toplu tüketimin ilk ayağını oluşturan aşçılar, donanımlılıkları ve kişilik özellikleri sayesinde ortaya koydukları ürünler ile yeterli ve dengeli beslenme alışkanlıklarını yönlendirebilmektedir. Özellikle deneyime açıklık kişilik özelliğine sahip aşçılar daha yenilikçi ve yaratıcı ürünler ortaya koyarak hem işletme içi hem de işletme dışı dinamikleri harekete geçirebilmektedir. Mevcut çalışmada spesifik düşünülerek aşçıların beş faktör kişilik özellikleri, inovasyon algıları (boyutlarıyla beraber) ilişkileri incelenmektedir.

LİTERATÜR TARAMASI

Beş Faktör Kişilik Özellikleri

“Beş faktör modeli uzun bir geçmişi olan yeni bir bakış açısı olarak görülebilir. Önceki nesil bakış açılarından farklı olarak teoriye değil, bilimsel gözleme dayalı olup, kişiliği beş temel boyutta ele alır. İnsanları kategorilere bölmektense çeşitli kişilik boyutlarında farklı düzeylere yerleştirir” (Girgin, 2007: 73). Özellikler yaklaşımına dayanan diğer modellere göre birçok farklı disiplinde uygulanabilir yapısı ve uygulandığı çok farklı kültürlerde kaydettiği yüksek güvenilirlik sonuçları ve evrensel nitelikte oluşu gibi nedenlerle ön plana çıkmaktadır (Jani vd., 2014; Öztürk, 2016: 80). Beş Faktör Kişilik Kuramı’nın altında yatan temel varsayım, bireysel farklılıklarının tüm dünyada bütün dillerde kodlanabileceği, konuşma diline sözcükler halinde yansıtacağı ve bu sözcüklerden yola çıkarak insanın kişilik yapısını gösteren bir sınıflandırmanın yapılabileceğidir (Demirci, Özler ve Girgin, 2007: 21-22). Aynı zamanda bu alandaki kişilik araştırmaları arasında bağlantı kurmaya da olanak sağlamaktır (Somer, Korkmaz ve Tatar, 2004: 31). Kişiliğin beş boyutta açıklanması çalışmaları altmışlı yıllarda başlamış, seksen ve doksanlarda bu tür çalışmalar hız kazanmıştır (Tekin, 2012: 119). Costa Jr ve McCrae, daha sonraki çalışmaları neticesinde, Beş Faktör Modeli’nin beş ana boyutunu; dışadönüklük, duygusal dengesizlik, geçimlilik, açıklık ve sorumluluk şeklinde tanımlamışlardır (Somer ve Goldberg, 1999: 431-450). Günümüzde ise artık beş büyükler olarak

kabul edilmiş ve beş faktör kişilik özelliklerini kuramı olarak uzlaşmaya varılmıştır (Yeni, 2015: 20). Bugün evrensel anlamda kabul görmüş beş faktör kuramının ana boyutları İngilizce baş harfleri olan “OCEAN” olarak da bilinmektedir. “O” Openness-Deneyime Açıklık faktörünü, “C” Conscientiousness-Sorumluluk faktörünü, “E” Extraversion-Dışa Dönüklük faktörünü, “A” Agreeableness- Uyumluluk faktörünü, “N” ise Neuroticism-Duygusal Dengesizlik kavramını ifade etmektedir. Kişilik özelliklerinin tanımlanmasına yönelik olarak geliştirilmiş olan beş faktör kişilik kuramı, kişiliğe dair nitelikleri beş ayrı boyut vasıtasıyla ve bu boyutlara bağlı 30 alt boyutla tanımlar. Beş faktör, kişilik modelinde yer alan her boyut birbirine zıt iki kutuplardan oluşmuştur. Her boyut ise, bir takım çoklu alt kategorilerden oluşmuştur. Örneğin, dışadönüklük boyutu, içedönük ve dışadönük olmak üzere iki yöne sahiptir. Ayrıca, dışadönüklük boyutu sessiz-konuşkan, soğuk-cana yakın, utangaç-spontan ve çekingen-atılğan alt boyutlarını kapsamaktadır (Mischel, 1999, akt., Yıldırım, 2014: 28). Her bir boyuta ilişkin ifadeler her iki ucu da kapsayacak şekilde düzenlenmeli ve elde edilen sonuçlar negatif ve pozitif uçlar dikkate alınarak değerlendirilmelidir. Burada ölçülen özelliğin kuramda belirtilen ayırıcı özelliğinden dolayı baskın olmasını ifade etmektedir. Böylece; bireyin kişiliği hakkında bir yargıya ulaşılabilmektedir.

Açıklık (Deneyime Açıklık) Boyutu

Deneyime açıklık, beş faktör modelinin boyutları içerisinde üzerinde en az anlaşmaya varılabilen boyuttur (Somer, Korkmaz ve Tatar, 2002: 23). Örneğin, Norman’ın (1963) kültür olarak tanımlarken, Goldberg (1992) akıllı, Costa ve McCrae (1992) ve John ve Srivastava (1999) gibi bu kuramın öncüleri tarafından deneyime/gelişime açıklık olarak tanımlanmıştır. Açıklık boyutu; hayal gücü kuvvetli, sanatsal düşünen, ilgileri geniş, cesur, analitik, karmaşık, meraklı, yaratıcı, bağımsız, liberal, geleneksel olmayan, orijinal, artistik, doğal, maceracı, açık fikirli, entelektüel, zeki, içgörü (neyi neden yaptığını bilme durumu) sahibi, yeni bilgiler keşfetme arzusu, gibi sıfatlarla nitelendirilmektedir (Barrick ve Mount, 1991; Bono vd., 2002: 320; Church, 1993: 10; Costa ve McCrae, 1992a: 657-659; Hellriegel ve Slocum, 2009; John ve Srivastava, 1999:20; 48; Kaşlı, 2009: 28; Kocabulut, 2016: 36; LePine vd., 2011; Özer, 2013: 146; Özkalp, 2004: 50; Öztürk, 2016: 81; Patrick, 2010: 241; Somer, Korkmaz ve Tatar, 2002: 23; Temeloğlu, 2014: 20; Türkmen, 2013: 32; Tekin, 2012: 125; Zel 1999: 16). Üzerinde tam olarak anlaşmaya varılamamış bu boyut, Türkçede kişilerin yeteneklerinden daha çok eğilimleri, yaşam tarzları ve tercihleri ile ilişkilendirilmektedir (Güneş, 2016: 21). Burger’e (2004) göre; gelişime açıklık boyutu, “kişiler arası ilişkilerde açık olmaktan çok, deneyimlere açık olmak anlamındadır” (Arslan, 2017: 42). Bununla beraber, deneyime/gelişime açıklık eğilimi yüksek olan bireyler kişilik olarak geleneksel cinsiyet rollerini reddederler ve esnekler ayrıca; yeni şeyler yaşamaya karşı ilgili yapıdadırlar. Daha çok bağımsızlık ve kendine özgü olma özelliklerini kendilerini tanımlamada vurgularlar. Çeşitliliği tek tip olmaya tercih edip cesurdurlar (Costa ve McCrae, 1992: 657-659; Dede, 2009: 61). Deneyime/gelişime açıklık boyutunun karşıt ucunda gelenekçilik yer almaktadır. Gelenekçilik özelliği bireyin ilgi ve merakını geniş bir alandan ziyade dar bir alanda tutması ve görüşlerinde daha sade olmasını ve pragmatik bir yapıyı ifade etmektedir. Benzer şekilde, bu bireylerin kişilerarası ilişkiler konusunda oldukça kuralcı bireyler olduğu ve geleneksel tutumlar sergilediği söylenilebilir (Arslan, 2017: 42-43; Camgöz, 2009: 65; Dede, 2009: 61). McCrae ve Costa 1985 ve 1992 yıllarında yaptıkları çalışmaların sonucunda deneyime açık kişilik yapısı kapsamında altı tane temel sıfat belirtmişlerdir. Bu sıfatlar aşağıda belirtildiği şekildedir. Duygusal, Fikir sahibi,

Estetik, Aktif, Fantastik, Değer sahibi. Bu altı temel sıfat ifadeleri gelişime açıklık özelliğini kişiliğinde bulunduran bireyleri tanımlamaktadır. Birey hayal gücünün sunduklarına inanan, yeni olana ilgili, entelektüel sermayesi olan ve zeki şeklinde tanımlanıyorsa kişiliğinde gelişime açıklık özelliklerini barındırıyor anlamına gelmektedir (Yeni, 2015: 29-30).

Sorumluluk Boyutu

Beş faktör kişilik kuramı boyutlarından, sorumluluk boyutu; görev bilinciyle hareket etme, azim gösterme (Patrick, 2010: 241), bilinçlilik, başarılı yönelim, düzenlilik, etkili olma, planlılık, sorumluluk, mükemmeliyetçilik ve çok çalışkanlık (Arslan, 2017: 40; Barrick ve Mount, 1991; Judge vd., 1999; McCrae ve John, 1992), zorlayıcı mükemmeliyetçilik ve işkoliklik (Goldberg, 1990); öz disiplin ve işe/göreve bağlılık (Witt vd., 2002: 165; Yıldırım, 2014: 31-32); başarı isteği (Digman ve Inouye, 1986: 119; Yıldırım, 2014: 31-32) gibi belirgin özellikleri kapsar. Sorumluluk boyutu, zekânın nesnel ölçümleri ile değil, toplumda akıllıca ve zekice olarak değerlendirilen davranışlarla yakından ilişkili olarak öne çıkmaktadır. (Barrick ve Mount, 1991). Goldberg'e (1990) göre; sorumluluk boyutunun sahip olduğu güvenilirlik, ısrarcılık, ciddiyet gibi sıfatlar, bu boyut ile pozitif yönlü bir ilişkili iken, tembellik, unutkanlık ve bencillik gibi sıfatlar bu boyut ile negatif yönlü bir ilişkilidir (Bishop, 1997: 17). Ayrıca; bu özellik, planlı hareketi tercih etmeyi gösterir. Dürtülerimizi düzenleme, kontrol etme ve yönlendirme eğilimimizi belli eder. Sorumluluk sahibi bireyler kasıtlı planlama yaparak ve bunda süreklilik göstererek yüksek başarı düzeyine ulaşırlar ve sorunlardan uzaklaşma eğilimindedirler. Diğerleri tarafından güvenilir ve zeki olarak adlandırılırlar (Temeloğlu, 2014: 20). Freud'cu "süperego" kavramı bu boyutla daha bağlantılıdır. Sorumluluk ya da öz disiplin dikkat dağıtıcı faktörlere ve sıkılmaya rağmen özellikle sabırlı olmayı ve bir göreve devam edebilme yeteneğini yansıtır. Sorumlu kişilik özelliğine daha az sahip olanlar, üzerlerine düşen görevleri erteleme ve hayal kırıklığı karşısında çabuk pes etme eğiliminde olmaktadır (Arslan, 2017: 40; McCrae vd., 2000; Somer, 1998; Somer vd., 2004: 22-24; Yıldızoğlu, 2013: 93,94). Sorumluluk boyutunu farklı bir bakış açısından ele alan MacDonald ise, bu boyutun hoş olmayan görevlerde dahi sabır gösterebilme, hazzı erteleyebilme, detaylara dikkat etme, sorumlu ve güvenilir bir biçimde hareket etmeyi kapsadığını belirtmektedir (MacDonald, 1995: 527; Yıldırım, 2014: 31-32). Sorumluluk boyutunun iş hayatında bireyleri hem ilerletici hem de engelleyici nitelikleri bulunmaktadır. Boyutun ilerletici yönü, başarı ihtiyacı ve çalışma kararlılığı gibi durumlarda ön plana çıkarken, sorumluluk boyutunun engelleyici yönü ise, ahlaki titizlik ve tedbirlilik gibi durumlarda ortaya çıkmaktadır. Bu boyuttaki özelliklere sahip bireylerin bağımsız çalışmaya daha yatkın olmalarına rağmen, takım çalışmasına yönelik pozisyonlarda da başarı kazanma olasılıklarının yüksek olduğu ve örgüt kültürüne adapte olmakta zorlanmayacakları görülmektedir (Kaşlı, 2009: 26; Somer vd., 2002: 23-24; Tekin, 2012: 124-125). Bu özelliklerle hiyerarşiyi reddeden pozisyonlarda görev alan yöneticilerinin başarısında büyük oranda ilişki olduğu belirlenmiştir (Deniz, 2016: 26-27; Kaşlı, 2009: 27-28; Tekin, 2012: 124-125; Zel 1999: 15; Zel 2001: 420). McCrae ve Costa (1992) ve Costa McCrae ve Dye'nin 1991 yılında yapmış oldukları çalışma sonucunda sorumluluk boyutunu tanımlayıcı altı tane sıfatın olduğunu belirtmişlerdir. Bu sıfatlar aşağıdaki şekildedir: Görev bilincine sahip, Düzenli, Kabiliyetli, İhtiyatlı, Başarmak için mücadele güdüsüne sahip, Öz disiplinli. Bu sıfatlar beş faktör kişilik özellikleri kuramının sorumluluk boyutunu

tanımlamaktadır. Bir başka deyişle birey düzenli ve görev bilincine sahip ve başarılı olabilmek için mücadele ediyorsa bu bireyler sorumluluk sahibi bireyler olarak tanımlanmaktadır (Yeni, 2015: 28-29).

Dışa Dönüklülük Boyutu

Dışa dönüklülük faktörü, enerjik, konuşkan, sıcakkanlı, heyecanlı ve sosyal olma (Öztürk, 2016: 80), olumlu duygular, diğerlerinin teşvik ve ortaklarını arama eğilimi (Patrick, 2010: 241; Temeloğlu, 2014: 20) gibi özellikleri kapsamaktadır. Goldberg'ın (1993) analizlerinde, baskınlık ve aktivite dışadönüklülük boyutunun temel belirleyicileri arasındadır. Eysenck de, heyecan arama boyutunu dışadönüklülüğün bir alt boyutu olarak ele almışlardır (Sevi, 2009: 37). Burada dikkat edilmesi gereken nokta, içe dönüklülüğün dışadönüklülüğün zıttı olmamasıdır. İçe dönüklülüğün tanımlanması daha zordur. İçe dönük bireyler yalnız olmayı isteyebilir fakat sosyal kaygıdan şikâyet etmezler. Sosyal katılımlarının az olması bunalım veya utangaçlık olarak yorumlanmamalıdır. Sadece içedönükler dışadönüklerden daha fazla yalnız zamana ve daha az dürtüye ihtiyaç duyarlar (Goldberg, 1990; Temeloğlu, 2014: 20). Dışadönük bireyler psikolojik yardım talep etme ve almada daha az zorluk yaşarken, içe dönük bireyler; içinde oldukları psikolojik problemler, kendilerini belli düzeyde zorlayınca kadar profesyonel yardım talep etmemektedir (Kahveci, 2001; Özer, 2013: 143-144). Birçok araştırmacı, ödüle duyarlılığın mizaç ile ilgili bir boyut olarak, yaşamın çok erken döneminde ortaya çıktığına işaret etmektedirler. Ayrıca; birçok araştırmanın ortak görüş bildirdiği nokta şudur ki; çocukluk sosyalliğinin daha sonra genel bir kişilik özelliği olarak, dışadönüklülüğe bağlandığı ve bu ilişkilerin yetişkinlik boyunca sürdüğü konusudur (Macdonald, 1995: 528; Yıldırım, 2014: 28-30). Yapılan çalışmalarda, yüksek derecede dışa dönük bireylerin dışa dönüklülük seviyesi ile yapmış oldukları işlerdeki performansları arasında anlamlı ve olumlu ilişkiler gözlemlenmiştir (Hurtz ve Donovan, 2000). McCrae ve Costa (1987 ve 1992: 654) yapmış oldukları çalışmaların neticesinde dışa dönük kişilik özellikleriyle ilgili altı adet temel sıfatın kullanılabileceğini belirtmişlerdir. Bu sıfatlar aşağıda yer verilmiştir: Girişken olma, Aktif olma, İddialı olma, Maceracı–heyecan odaklı olma, İyimser, Sıcakkanlı olma.

Uyumluluk Boyutu

Uyumluluk boyutunun birçok araştırmacı tarafından benzer ve farklı sıfatlarla tarif edildiği görülmektedir. Araştırmacıların ortak olarak değindikleri kavramlar genellikle, işbirliği, alçak gönüllülük, kibar, güvenilir, esnek, cömert, hoşgörülü, saygılı, anlayışlı gibi kavramlar olduğu görülmektedir. Olumsuz anlamda araştırmacıların ortak olarak savundukları kavramlara bakıldığında ise sinirli, inatçı, kaba, kavgacı, uyumsuz, rekabetçi gibi özellikler olduğu görülmektedir. Kişilik ile ilgili araştırmacılar, kişisel ihtiyaçları, dürtüleri ve ifade edici davranışları aşırı kontrol etme eğiliminin, uyumluluk boyutu ile ilişkili olduğunu ortaya koymuşlardır (Yıldırım, 2014: 30-31; York ve John, 1992: 498). Uyumluluk, kişilerarası çatışmayı azaltır. Uyumluluk boyutu yüksek olan kişilerin iş hayatında daha başarılı oldukları ve çalışma arkadaşlarından daha çok destek aldıkları belirlenmiştir (Kubat, 2007: 56; Yıldırım, 2014: 30-31). Bu kişilik özelliğinin genel olarak kendini çocukluk döneminde belirgin bir özellik olarak göstermediğini, ancak sıcaklık ve şefkatin, daha erken aile-çocuk ilişkilerinde güvenli bağlanmada ortaya çıkan bireysel farklılıklarla kendini gösterdiğini ve bu boyutun ileriki yaşlardaki özelliklerle kavramsal olarak bağlantılı olduğu belirtilmektedir (Oktay, 2007: 38; Yıldırım, 2014: 30-31). Dikkat çekici bir nokta da şudur ki, olağanüstü

derecede uyumluluk özelliği gösteren bireyler, sosyal kabul görmeye son derece bağımlı ve kendini uygun şekilde ortaya koyabilme kabiliyeti konusunda yetersiz bireyler olabilirler (Bernardin, Cooke ve Villanova, 2000: 234; Tekin, 2012: 122-124). McCrae ve Costa, (1992: 654) yapmış oldukları çalışmaların sonucunda uyumlu kişilik yapısı ile ilgili altı adet temel sıfat belirtmişlerdir. Bu sıfatlar aşağıdaki şekildedir (Deniz, 2016: 25-26; Shaye, 2009: 8, akt., Tekin, 2012: 122-124, Yeni, 2015: 27-28): Güvenilir, Dürüst, Diğergam (yer yer başkalarını kendinden daha önce düşünen), Uyumlu, Alçak gönüllü, Yumuşak huylu. Örgütlerde bireylerarası ilişkilerde katı tutumları, önyargıları bulunmayan bireyler ve yöneticilerle iletişim kurulması oldukça kolaydır. Fakat hoşgörü sahibi olmayan, güven vermeyen, kalp kıran işgören ve yöneticilerle iletişim kurulabilmesi kolay değildir. Bu özelliklere sahip yönetici ve işgörenler ile diğer bireylerin iletişim yönünden yaşayabileceği bazı sıkıntılar, işletmenin genel performansını da olumsuz etkileyecektir. Hoşgörü sahibi, güven veren, nazik ve önyargsız yöneticilerin, işgörenlerin daha fazla güdülenmesini sağlayacağı ve çalışma performans artıracığı ortadadır (Kaşlı, 2009: 26-27).

Duygusal Dengesizlik (Nevrotiklik) Boyutu

Duygusal dengesizlik faktörü Nörotisizm olarak da adlandırılmakta olup, duygusal denge, duygusal tutarsızlık, duygusal değişkenlik, duygusal dalgalanma gibi kavramlarla da anılabilmektedir. Çeşitli araştırmalarda öfkeli, endişeli, güvensiz, kendisiyle uğraşan, sinirli, kaygılı, bunalımlı olma, huzursuzluk, karamsarlık, problemlili olma, mutsuz olma, depresif, sıkılmış, duygusal, üzgün ve diğerlerine güvenmemek, strese dayanma yeteneği, duygusal iniş- çıkışlar, tedirginlik, huzursuzluk ve sabırsızlık, düşmanlık, kırılabilirlik, dürtüsellik, negatif duyguları deneyimleme eğilimli, rasyonel olmayan düşüncelerle ilgili, başa çıkma mekanizmalarındaki yetersizlikle bağlantılı gibi özelliklerle tanımlanmaktadır (Arslan, 2017: 41; Barrick ve Mount, 1991; Camgöz, 2009: 63; Deniz, 2016: 24-25; Hellriegel ve Slocum, 2009: 47; John vd., 1994: 161; Kocabulut, 2016: 36; Kuruçay, 2012: 59; McCrae ve Costa, 1987; MacDonald, 1995: 527; Özer, 2013: 145-146; Özkalp, 2004: 50; Öztürk, 2016: 81; Patrick, 2010: 241; Somer, 1998; Tekin, 2012: 121-122; Temeloğlu, 2014: 21; Yıldırım, 2014: 30; Yıldızoğlu, 2013: 92-93; Zel, 2006: 26). Duygusal dengesizlik, organik veya nörolojik kökenli olmayan, gerçeklikle ilişkinin, bir miktar çarpıtmaya uğrasa da henüz kaybolmadığı ruhsal kökenli rahatsızlıkların ortak adıdır. Bu rahatsızlıklar arasında kaygı, fobiler, saplantılı düşünceler, zorlanımlı edimler, bedensel tepkiler, çözümlü durumlar, depresif tepkiler, histerik dönüşümler gibi rahatsızlıklar bulunmaktadır. Özgün tanımı gereği bu rahatsızlıklarda psikozlardaki gibi tam bir iç gözlem yokluğu veya gerçeklikle ilişkinin tamamen kaybedilmesi söz konusu değildir, kişi içinde yaşadığı topluma, çevresine, iş ve aile yaşamına uyum sağlamıştır (Yeni, 2015: 26-27). Diğer bir taraftan düşük duygusal dengesizlik durumu aynı zamanda kişinin bireyler arası iletişim ve ilişkilerde başarılı olduğunun bir göstergesi olarak da değerlendirilebilir (Mount, Barrick ve Stewart, 1998: 148; Tekin, 2012: 121-122). Birçok araştırmacıya göre; örgütlerde özellikle yönetici konumunda işgörenlerin duygusal denge bakımından olumlu (duygusal dengesizlik açısından olumsuz) nitelikler taşıması gerekmektedir (Deniz, 2016: 24-25). McCrae ve Costa (1985) ve Costa ve McCrae (1992: 654) yapmış oldukları çalışmaların sonucunda nevrotik kişilik yapısı ile ilgili altı adet temel sıfat belirtmişlerdir. Bu sıfatlar aşağıdaki şekildedir: Endişeli, Düşmanca duygulara sahip, Depresif, Kendinin farkında, Düşüncesiz, Kırılabilir. Bu tanımlayıcı kavramlar duygusal dengesizlik kişilik özelliklerine sahip olan bireyleri betimleyen sıfatları oluşturmaktadır. Bu tanımlayıcı kavramlarla ifade edilen bireyler kederli, endişeli, düşmanca duygulara sahip,

depresif gibi duygularla yaşayan bununla birlikte bu duygulardan haz alarak genellikle bunları deneme eğilimde olan bireyleri ifade etmektedir (Yeni, 2015: 26-27).

Bireysel İnovasyon Algısı

Kılıçer (2011), inovasyonu, yaşam boyu öğrenme becerileri arasında da yer alan, değişiklik ve yeniliklere uyum sağlama becerisi olarak ele almakta ve bireylerin veya kurumların yeniliğe ve değişime karşı tepkilerini içermesi olarak görürken bireysel inovasyonu ise, bireyin yeni olana karşı istekliliği, onları benimsemesi, yararlanması ya da davranış olarak yeniliğe karşı pozitif tepki vermesi olarak ifade etmektedir (Çengel, 2016: 25). Bu kapsamda bireysel yenilikçilik “herhangi bir ürünün, hizmetin ya da fikrin bir kişi tarafından yeni olarak algılanması” biçiminde ifade edilebilir. Dolayısıyla bireysel yenilikçilik bir disiplin, öğrenme ve uygulama yeteneğidir. Bireylerin bir fikri yenilik olarak kabul etmesi bireylerin yeniliğe gösterdiği davranışa bağlıdır. Bu durumda bireyin bilgi düzeyinin yeterliliği, ilgili alanda deneyimi, düşünme becerisi, problemi benimsemesi ve çözümüne sahip olması bireysel yenilikçiliğin gerçekleşebilmesi için bir ön şarttır. Bu şartlar bir sosyal sistem içindeki bireyleri herhangi bir yenilikçiliği (Işık ve Türkmen, 2016: 70-99) ötekine göre daha önce kabul etmesine yol açar. Böylece yenilikçilikten sağlanan kazanımların farkında olmayan bireyler, kazanımların farkında olan (dolaylı benimseyenler) ancak henüz kabul etmeyen ve gerçekten kabullenen bireyler olarak yenilikleri benimsemiş olur (Sarıoğlu, 2014: 25). Rogers (2003: 134) bir fikir veya ürünün yenilik olarak değerlendirebilmesi için uygulayıcının ilk veya öncü olmasına bakılmadığının altını çizmiştir. Rogers, inovasyonların, bireyler veya uygulayıcıları tarafından ilk olarak algılanması gerektiğini ifade etmiştir. İşverenlerin ve işyerinde çalışanların, kalite, beklenti, üretim vb. hakkında farklılaşan algılamaları bulunabilir. Bu durumun söz konusu olduğu ortamlar, işletmelerin amaçlarını gerçekleştirme birtakım zorlukların ortaya çıkmasına sebep olacaktır (Otara, 2011: 21, akt., Torun, 2016: 24). Simpson vd. (2006: 1133) ise uzmanlarla yapmış olduğu görüşmelerde, yenilik yönelimi araştırmasında, yöneticilerin yenilik yönelimlerinin olumsuz olanlarının pozitif olanlardan daha fazla olduğu sonucuna ve değişim ve yenilik uğruna, piyasa riski, çalışanların direnç göstermesi, artan maliyetler gibi çok fazla olumsuz değişkenin bulunduğu sonucuna varmıştır (Torun, 2016: 25).

Bireysel inovasyon kavramı çerçevesinde literatürde bireyin kişilik özellikleri, yeniliği kabullenme ve kullanmaya yönelik olan davranışları üzerinde durulmaktadır (Şentürk vd., 2016: 178). Bu anlamda bireysel inovasyon Sarıoğlu (2014: 24)’e göre “herhangi bir ürünün, hizmetin ya da fikrin bir kişi tarafından yeni olarak algılanması” ve Yuan ve Woodman (2010: 333)’a göre “bir yeniliğin geliştirmesi, kabul edilmesi ya da uygulaması” olarak tanımlanmaktadır. Kılıçer’e (2011: 23) göre ise bireysel inovasyon, “bireyin yeni olan şeylere istekliliğini, onları benimsemesini, kullanmasını ya da yararlanmasını” ifade etmektedir. Kelime manası olarak algı, kişilerin elde ettiği bilgi ve yaşamış olduğu tecrübeleri, duyu organları ve hisleriyle bir zihinsel süreçten geçirmek suretiyle yorumlamasıdır (Bakan ve Kefe, 2014: 21; Taşgıt ve Torun, 2016: 12; Yıldız, 2017: 13-14). Bu tanımdan hareketle inovasyon algısı, yöneticilerin yaşamış olduğu inovasyon tecrübeleri ve bilgilerinin yorumlanması ve inovasyonu tanıma biçimi olarak tanımlanabilir (Taşgıt ve Torun, 2016: 12). Turizm sektörünün karmaşık ve hızlı değişen bir yapıda olması ayrıca; çok yönlü olması nedeniyle, bu sektörde görev yapan yöneticilerin yaratıcı, farklı, inovatif ve üstün niteliklere sahip olmaları bir zorunluluk olarak görülmektedir (Taşkiran, 2006: 172). Hızla yenilenen dünya, işletmelerin bu düzene

yetişebilmesini ve müşterilerine yenilikler sunabilmesi için turizm işletme yöneticilerinin inovasyon algılarının aktif ve sürekli açık olmasını gerektirmektedir (Yıldız, 2017: 13). İnovasyonu benimseme kategorileri, inovasyon yayılımı üzerinde çalışan araştırmacılar tarafından birbirinden farklı şekilde ele alınmış, ancak yapılan sınıflandırmalar anlam kargaşasına ve tutarsızlığa yol açmıştır (Rogers, 1995: 247). Çünkü toplum içerisindeki bireyler sahip oldukları özelliklere göre inovasyon açısından birbirlerinden farklı özellikler göstermektedir. Bu farklılıklar nedeniyle bireyler herhangi bir inovasyonu daha erken veya daha geç benimsemekte, daha fazla veya daha az değişime istekli olmakta ve daha çok veya daha az risk alabilmektedir (Aslan, 2017; Kılıçer ve Odabaşı, 2010). Literatüre bakıldığında inovasyon faaliyetlerinin planlaması, oluşturulması ve yönetilmesi daha çok yönetimce olmuştur. Türkiye’de genellikle inovatif faaliyetler tasarlanırken işletme çalışanları geri planda bırakılmaktadır. Bu durum alt çalışanların eğitim seviyelerinin düşük olduğu düşüncesindedir. Ancak; bu çalışmada aşçıların inovasyon algıları ve davranışları ele alınmaktadır. Çalışmada aşçıların inovasyon algısının ne doğrultuda olduğu saptanmaya çalışılmaktadır. Dünya piyasasına AR-GE olarak giren ve daha sonra inovasyon olarak literatürde kendine yer bulan inovasyon faaliyetleri, daha önce de değinildiği gibi Türkiye’de yeni yeni benimsenmektedir. Bu nedenle bazı işletmelerin, içinde oldukları faaliyetleri inovasyon çerçevesinde olduğunu fark edemedikleri de görülmektedir. Hazırlanan anket formunda aşçılara yöneltilen bireysel inovasyon algısı ifadelerinde bu durumlara değinilmektedir. İnovasyon kavramının teorik temelleri yüzyıla yakın iken turizmde inovasyon kavramının milenyumla ancak hız kazandığı söylenebilir. Türkçe alan yazında konaklama işletmeleri, yiyecek ve içecek işletmeleri ve seyahat acentalarında inovasyon üzerine odaklanan oldukça sınırlı sayıda araştırmanın bulunduğu görülmektedir (Erdem, Gökdeniz ve Met, 2011: 79). Uluslararası alan yazında inovasyon ve bireysel inovasyon üzerine yapılmış çalışmalar (Ar, 2012; Arungai, 2015; Chen, Lai ve Wen, 2006; Chen, Lin ve Chang, 2009; Coşkun, Mesci ve Kılınç, 2013; Hana, 2013; Ren, Xie ve Krabbendam, 2010) bulunmakla birlikte, bu çalışmaların büyük çoğunluğunun imalat sanayi örnekleminde yapıldığı görülmektedir (Çakıcı, Çalhan ve Karamustafa, 2016: 12). Turizm işletmeciliği alanında, özellikle de yiyecek ve içecek işletmeciliği alanında, bireysel inovasyon ile ilgili olan değişkenlerin ilişkisini inceleyen neredeyse yok denecek kadar sınırlı sayıda çalışma mevcuttur. Turizm literatüründe inovasyon ve bireysel inovasyon kavramları bu yüzden yakın geçmişin ötesine geçememektedir. Birçok araştırmacı tarafından inovasyon ile ilgili çalışmaların son yıllara kadar rağbet görmediği dillendirilmektedir. Bu söylem turizmin inovasyon ile buluşmasındaki birtakım engellerden kaynaklı olabilir. Ancak; son yıllarda teknolojinin hızla gelişmesi hem turizm alanındaki yenilikleri hem de inovasyon ile ilgili çalışmaları etkilemiş gibi gözükmektedir. Geçmiş yıllarda yenilik faaliyetleri üzerine yapılan çalışmaların çoğunlukla ürünlere yönelik olduğu ve sınırlı sayıda çalışmanın yeni hizmetler geliştirme odaklı yenilik faaliyetlerini içerdiği görülmektedir. Çeşitli araştırmacılarca bireysel inovasyon algısı otel yöneticilerinin inovasyon anlayışları, (Cengiz (2012); otelcilik sektöründe üst düzey yöneticilerin bakış açısıyla yenilikçilik algıları, Tajeddini ve Trueman (2014); konaklama işletmeleri yöneticilerinin görev yaptıkları işletmelere özgü yenilik yeteneğine yönelik tutumları, Çetintürk, Adıgüzel ve Demir (2016); otel yöneticilerinin bireysel yenilikçilik algıları Işık ve Meriç (2015); öğrencilerin bireysel yenilikçilik algılarının belirlenerek, yenilikçi davranışların geliştirilmesi, Işık ve Türkmenadağ (2016); otel işletmelerinde yenilik algısı ve uygulamaları ile bunların işletme performansı üzerindeki etkisi, Çınar (2017); turizm işletme yöneticilerinin yenilik algısını ölçmeyi ve yenilik algısı doğrultusunda ne tür

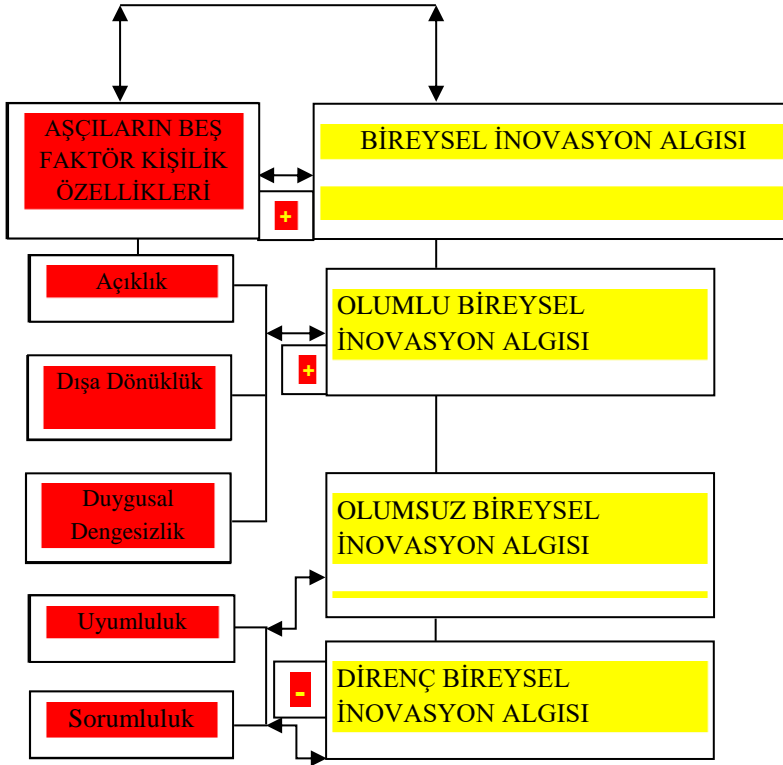
yenilik faaliyetlerine ve yenilik stratejilerine yöneldikleri, Yıldız (2017); ile ilgili başlıca konuların tartışıldığı çalışmalar, turizm alanında çeşitli kavramsal ve ampirik çalışmaları oluşturmaktadır.

YÖNTEM

Araştırmanın Modeli ve Hipotezleri

Bu araştırmanın amacı beş faktör kişilik özellikleri ile bireysel inovasyon algıları arasındaki ilişkinin belirlenmesidir ve bu amaç doğrultusunda Şekil 1’de verilen model geliştirilmiştir.

Şekil 1: Model: Aşçıların Beş Faktör Kişilik Özellikleri, Bireysel İnovasyon Algısı İlişkisi



Araştırmanın Hipotezleri

Aşçıların beş faktör kişilik özellikleri ile bireysel inovasyon algısı ilişkisini belirlemeye yönelik olarak yapılan çalışmada, iki faktörlü, sekiz alt faktörlü bir model kurulmuştur. Işık ve Türkmendağ (2016) öğrencilerin bireysel yenilikçilik algılarını ölçtüğü çalışmasında fikir önderliği, risk alma ve değişime direnç algısı boyutları tespit etmiştir ve bu çalışmadaki olumlu algı, olumsuz algı ve direnç algısı boyutlarıyla benzerlik göstermektedir. H1 hipotezinin alt boyutlar çerçevesinde incelenmesi daha önce çok fazla ampirik bir temele dayanmasa da literatürden çıkarılan sonuçlar beş faktör kişilik özelliklerinin boyutlarından Açıklık, Dışadönüklük ve Duygusal Dengesizlik boyutlarının inovasyon algılarının olumlu olacağı, Sorumluluk ve Uyumluluk boyutlarındaki kişilik özelliklerinin ise daha çok olumsuz ve dirençli olacağını düşündürmektedir ve buradan hareketle aşağıdaki H1 ve alt hipotezleri kurulmuştur.

H1: Aşçıların beş faktör kişilik özellikleri ile bireysel inovasyon algıları arasında bir ilişki vardır.

H1a: Açıklık kişilik özelliği ile olumlu bireysel inovasyon algısı arasında pozitif bir ilişki vardır.

H1b: Sorumluluk kişilik özelliği ile olumlu bireysel inovasyon algısı arasında negatif bir ilişki vardır.

H1c: Dışa Dönüklülük kişilik özelliği ile olumlu bireysel inovasyon algısı arasında pozitif bir ilişki vardır.

H1d: Uyumluluk kişilik özelliği ile olumlu bireysel inovasyon algısı arasında negatif bir ilişki vardır.

H1e: Duygusal Dengesizlik (Nevrotiklik) kişilik özelliği ile olumlu bireysel inovasyon algısı arasında pozitif bir ilişki vardır.

H1f: Açıklık kişilik özelliği ile olumsuz bireysel inovasyon algısı arasında negatif bir ilişki vardır.

H1g: Sorumluluk kişilik özelliği ile olumsuz bireysel inovasyon algısı arasında pozitif bir ilişki vardır.

H1h: Dışa Dönüklülük kişilik özelliği ile olumsuz bireysel inovasyon algısı arasında negatif bir ilişki vardır.

H1j: Uyumluluk kişilik özelliği ile olumsuz bireysel inovasyon algısı arasında pozitif bir ilişki vardır.

H1k: Duygusal Dengesizlik (Nevrotiklik) kişilik özelliği ile olumsuz bireysel inovasyon algısı arasında negatif bir ilişki vardır.

H1l: Açıklık kişilik özelliği ile direnç bireysel inovasyon algısı arasında negatif bir ilişki vardır.

H1m: Sorumluluk kişilik özelliği ile direnç bireysel inovasyon algısı arasında pozitif bir ilişki vardır.

H1n: Dışa Dönüklülük kişilik özelliği ile direnç bireysel inovasyon algısı arasında negatif bir ilişki vardır.

H1p: Uyumluluk kişilik özelliği ile direnç bireysel inovasyon algısı arasında pozitif bir ilişki vardır. H1r: Duygusal Dengesizlik (Nevrotiklik) kişilik özelliği ile direnç bireysel inovasyon algısı arasında negatif bir ilişki vardır.

Araştırmanın Evreni

Bu çalışmanın evrenini Bursa'daki dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde çalışan aşçılar oluşturmaktadır. Araştırmanın evrenine ulaşmak adına Bursa'da bulunan Aşçılar derneğine başvurulmuş ancak; iki farklı dernek bulunduğu görülmüştür. Ayrıca; aşçıların bir kısmı lokanta, restoran, yemek sanayisi gibi işletmelerde çalışmasından ve otellerde çalışan aşçıların tamamının bu iki derneğe üye olmamasından dolayı Bursa merkez ve merkez ilçelerinde bulunan sekiz adet beş yıldızlı, onbeş adet dört yıldızlı otelde çalışan aşçıbaşı konumundaki kişilerle görüşülmüş ve çalışan sayıları istenerek ve anketler bu sayılara göre personellerine uygulanmak üzere kendilerine verilerek evrene ulaşılmaya çalışılmıştır. Araştırmaya katılan otellerden bir tanesi otel yönetimini bahane ederek bilgi vermekten çekinmiştir. Araştırmanın evrenini oluşturan 281 anketten 246'sı geri dönmüştür. Geri dönüş oranı %87,5'dir. Ancak uç cevap verenler ile araştırma sonuçlarını etkileyecek derecede eksik ve çift işaretlemeler içeren 26 anket kapsam dışı tutularak 220 anket analize değer bulunmuştur.

Veri Toplama Araç ve Teknikleri

Veri toplama aracı olarak geçerlilik ve güvenilirlikleri daha önceden yapılmış araştırma ölçekleri kullanılmıştır. Özellikle beş faktör kişilik özellikleri ile ilgili ölçeklerde genellikle kullanılan soru sayısı ikiyüz adedi aşkın olduğundan mevcut araştırmada (John ve Srivastava, 1999) "The Big-Five Trait Taxonomy: History, Measurement,

and Theoretical Perspectives;” konulu araştırmanın 44 maddeden oluşan ölçeğinin birebir çevirisi yapılarak tercih edilmiştir. Bireysel İnovasyon Algısı ile ilgili ölçek ifadeleri ise (Taşgit ve Torun, 2016) “Yöneticilerin İnovasyon Algısı, İnovasyon Sürecini Yönetme Tarzı ve İşletmelerin İnovasyon Performansı Arasındaki İlişkiler: KOBİ’ler Üzerinde Bir Araştırma” isimli araştırmanın ölçeğinden faydalanılarak oluşturulmuş 10 ifadeli bir ölçektir. Anket formunu oluşturan ölçek ifadelerinin cevapları için beşli Likert ölçeği kullanılmıştır. Buna göre “1- kesinlikle katılmıyorum, 2-katılmıyorum, 3-ne katılıyorum ne katılmıyorum 4-katılıyorum, 5-kesinlikle katılıyorum” yanıtları kullanılmıştır.

Verilerin Analizi

Araştırma kapsamında toplanan nicel veriler, IBM SPSS (Statistical Package for the Social Sciences) 22.0 for Windows istatistik paket programı kullanılarak analiz edilmiştir. Veri analizi birkaç aşamadan oluşmaktadır. Öncelikle veriler tasnif edilmiş, ardından uç değerler ve hatalı veri girilip girilmediği kontrol edilmiştir. Uç değerlerin tespiti aşamasında Mahalanobis mesafesi hesaplanmış ve uç değer içeren anket formu tespit edilmemiştir. Korelasyon ve regresyon analizleri, normal dağılım yaklaşımını esas aldığı için araştırmada kullanılan ölçeklere ilişkin çarpıklık (skewness) ve basıklık (kurtosis) katsayıları incelenmiştir. Çarpıklık ve basıklık katsayıları, normal dağılımdan sapmayı gösteren değerlerdir. Her iki katsayının da ± 2 değerini aşmaması gerekmektedir (Kunan, 1998, Klein, 2011 akt., Uşaklı, 2017: 161). Bu araştırmada ilgili değişkenlerin çarpıklık değerlerinin -0,270 ile +0,275; basıklık değerlerinin ise -0,319 ile +0,388 arasında değiştiği belirlenmiştir. Dolayısıyla, verilerin normal dağılımı ile ilgili herhangi bir sorunla karşılaşılmamıştır. İlgili kontroller tamamlandıktan sonra, aşçıların bireysel inovasyon algısını incelemek ve söz konusu değişkenin boyutlarını belirlemek için bireysel inovasyon algısı ölçeği üzerinde Açıklayıcı Faktör Analizi uygulanmıştır. Böylece ilgili ölçeğin ve ayırt edici geçerliği de analiz edilmiştir. Modelin uygulaması sürecinde öncelikle “araştırma modeli” test edilmiştir. Araştırma modelinin test edilmesi ile araştırma modelinde yer alan tüm faktörlerin (beş faktör kişilik özellikleri, bireysel inovasyon algısı) incelenmiştir. Ayrıca Cronbach alfa içsel tutarlılık katsayıları da hesaplanmıştır. Pearson Korelasyonu ve Çoklu Regresyon Analizleri ile hipotezler test edilmiştir.

BULGULAR

Bu bölümde alan araştırması sonucunda toplanan verilerin istatistiksel analizlerine ilişkin bulgular yer almaktadır. Öncelikle Cronbach Alfa Güvenilirlik Katsayısı değerleri ardından bireysel inovasyon algısı ölçeğine yönelik Açıklayıcı Faktör Analizi sonuçları sunulmuştur. Önceki araştırmalarda da beş faktörün uluslararası geçerliliğinin yaygın kabulünden dolayı beş faktör kişilik özellikleri ile ilgili faktör analizine yer verilmemiştir. Ölçme modelinin test edilmesi ile araştırma bulgularının güvenilirlik ve geçerlikleri incelenmiş, korelasyon ve çoklu regresyon ile hipotez testlerine geçilmiştir. Güvenilirlik analizi için Cronbach Alfa katsayısı kullanılmıştır. Cronbach Alfa katsayısı ölçeğin genel olarak içsel tutarlık anlamında güvenilirlik düzeyidir.

Beş Faktör Kişilik Özellikleri Ölçeği

Beş faktör kişilik özellikleri ölçeği 44 sorudan oluşmaktadır ve tüm ifadelerin güvenilirlik katsayısı .781 olarak bulunmuştur. Alt boyutların cronbach alfa değerleri deneyime açıklık 0,710, Uyumluluk 0,634, Sorumluluk 0,726, dışadönüklük 0,550, duygusal dengesizlik 0.525 olarak bulunmuştur.

Bireysel İnovasyon Algısı Ölçeği

Bireysel İnovasyon Algısı ölçeği 10 sorudan oluşmaktadır ve tüm ifadelerin güvenilirlik katsayısı .683 olarak bulunmuştur. Alt boyutların güvenilirlik analizi sonuçları incelendiğinde, Olumlu Bireysel İnovasyon Algısı ölçeğine yönelik Cronbach alfa katsayısı 0.667, Olumsuz Bireysel İnovasyon Algısı ölçeğine yönelik 0.596, Direnç Bireysel İnovasyon Algısı ölçeğine yönelik ise 0.504, olarak bulunmuştur.

Ölçeklerin Geçerliliği

Çalışma sürecinde ilgili ölçeklerin (bireysel inovasyon algısı ve bireysel inovasyon davranışı) yapı geçerliklerini test etmek ve önde gelen alt boyutlarını tespit etmek amacıyla Açıklayıcı Faktör Analizi kullanılmıştır. Beş faktör kişilik özellikleri uluslararası kabul görmüş faktörler oldukları için tekrar faktör analizi yapmaya gerek duyulmamıştır. Faktör analizi, Temel Bileşenler Analizi (Principal Component Analysis) yöntemi ve Kaiser Normalizasyonlu Varimax dik döndürme yöntemi kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Bartlett Küresellik Testi (Barlett's Test of Sphericity) sonuçları, değişkenler arasında faktör analizi yapmaya yeterli düzeyde ilişki olduğunu göstermektedir (bireysel inovasyon algısı $p=.000$; bireysel inovasyon davranışı $p=.000$). Kaiser-Meyer-Olkin örneklem yeterliliği ölçüsünün yüksek olması (bireysel inovasyon algısı $=.711 > .700$; bireysel inovasyon davranışı $=.826 > .700$), toplanan veri setinin faktör analizi yapmaya uygun olduğunu göstermektedir. Yukarıdaki kriterler kullanılarak tüm ölçekler için gerçekleştirilen faktör analizlerinde, birçok ifadenin en az 0.50 faktör yüküne sahip olduğu ve birden fazla faktör altında yer alan ifade olmadığı tespit edilmiştir. Faktör yükü uygun olmayan bir ifadeye rastlanılmamış ve herhangi bir soru çikartılmamıştır. Faktör analizinde, özdeğeri (eigenvalue) 1'den büyük faktörler kullanılmıştır. Ortaya çıkan her bir faktörün güvenilirlikleri Cronbach Alfa katsayıları kullanılarak test edilmiştir. Faktörlerin güvenilirlik seviyeleri çoğunlukla orta düzeydedir. Her bir faktör altında yer alan ifadeler belirlendikten sonra, ortaya çıkan faktörlerin isimlendirilmesi aşamasına geçilmiştir. Faktörlerin isimlendirilmesi aşamasında aşağıdaki kriterler kullanılmıştır: Faktör yükleri ve her bir faktör altında yer alan maddenin o faktörün bütünü ile ilişkisi.

Bireysel İnovasyon Algısı Faktör Analizi

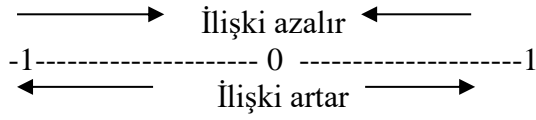
İlgili ölçek, 10 sorudan oluşmaktadır. Bireysel inovasyon algısına yönelik Açıklayıcı Faktör Analizi sonuçlarından bireysel inovasyon algısı unsurlarının, (1) olumlu algı, (2) olumsuz algı, (3) direnç algısı olmak üzere üç boyuttan oluştuğu belirlenmiştir. Ölçme aracında bulunan iki temel ölçeğe (beş faktör kişilik özellikleri, bireysel inovasyon algısı) ilişkin Cronbach alfa katsayılarının orta seviyede olması, ilgili ölçeklerde yer alan ifadelerin sırasıyla; içsel tutarlılığa sahip olma, aynı olguyu ölçen birden fazla ifadenin olmaması ve ifadelerin, ölçeklerin bütününe katkı sağlaması konularında yeterli olduğunu göstermektedir. Dolayısıyla, araştırmada kullanılan ölçeklerin, güvenilirlik düzeyinin yükseğe yakın olduğu sonucuna varılmaktadır. Benzer şekilde, gerçekleştirilen Açıklayıcı Faktör Analizi sonucunda, bireysel inovasyon algısı ölçeğinin toplam üç faktörlü bir yapıdan oluştuğu tespit edilmiştir. Bu açıdan bakıldığında, ölçeklerin yapı geçerliğine sahip olduğu anlaşılmaktadır.

Araştırma Modeline Yönelik Korelasyon Analizleri

Korelasyon, iki rassal değişken arasındaki doğrusal ilişkinin yönünü ve gücünü belirtir. Genel istatistiksel kullanımda korelasyon, bağımsızlık durumundan ne kadar uzaklaşıldığını gösterir. Bu çalışmada Pearson Korelasyon

Katsayısı (r) tercih edilmiştir. Pearson Korelasyon katsayısı (r) $-1 < r < 1$ arası değerler almaktadır. Şekil 2’de Pearson Korelasyon Katsayısının yönleri verilmektedir.

Şekil 2: Pearson Korelasyon Katsayısının (r) Yönleri



H1 “Aşçıların beş faktör kişilik özellikleri ile bireysel inovasyon algıları arasında bir ilişki vardır.” ana hipotezi ve beş faktör kişilik özellikleri boyutları ile inovasyon algısı boyutları olan olumlu, olumsuz ve direnç algısı arasındaki ikili ilişkiler içeren hipotezler test edilmek amacıyla korelasyon tablosundan faydalanılmıştır. Ancak; beş faktör kişilik özelliklerinin boyutları ile bireysel inovasyon algısı ve boyutları ayrı ayrı çok değişkenli regresyon analizine tabi tutulduktan sonra H1 ve alt hipotezlerinin red veya kabul edilmesine karar verilmiştir. Tablo 1’de beş faktör kişilik özellikleri ile bireysel inovasyon algısı arasındaki korelasyon katsayısı ve anlamlılık (p) değerine yer verilmiştir.

Tablo 1: Beş Faktör Kişilik Özellikleri ile Bireysel İnovasyon Algısı Arasındaki Korelasyon Katsayısı ve Anlamlılık (p) Değeri

| | Bireysel İnovasyon Algısı |
|--------------------------------|---------------------------|
| Beş Faktör Kişilik Özellikleri | .343** p=.000 |

* Korelasyon 0,05 anlamlılık seviyesinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

** Korelasyon 0,01 anlamlılık seviyesinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Beş faktör kişilik özellikleri ile bireysel inovasyon algıları arasında istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki ($r=.343^{**}$ ve $p=.000$) bulunmuştur. Alt boyutlar değerlendirildiğinde de zayıf ve düşük hem pozitif hem de negatif ilişkiler olduğu görülmektedir. Tablo 2’de beş faktör kişilik özellikleri ve bireysel inovasyon algısının boyutları arasındaki korelasyon ilişkileri gösterilmektedir.

Tablo 2: Beş Faktör Kişilik Özellikleri Boyutları ile Bireysel İnovasyon Algısı Boyutları Arasındaki Korelasyon Katsayıları ve Anlamlılık (p) Değerleri

| Faktör | Olumlu Algı | Olumsuz Algı | Direnç Algısı |
|---|---------------|---------------|---------------|
| 1. Açıklık (O-Openness) | .428** p=.000 | .254** p=.000 | .181* p=.011 |
| 2. Sorumluluk (C-Conscientiousness) | .248** p=.000 | -.090 p=.205 | .106 p=.129 |
| 3. Dışadönüklük (E-Extraversion) | .278** p=.000 | .111 p=.119 | .157* p=.024 |
| 4. Uyumluluk (A-Agreeableness) | .185* p=.009 | -.067 p=.354 | .098 p=.167 |
| 5. Duygusal Dengesizlik (N-Neuroticism) | -.094 p=.184 | .116 p=.104 | -.124 p=.078 |

* Korelasyon 0,05 anlamlılık seviyesinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

** Korelasyon 0,01 anlamlılık seviyesinde istatistiksel olarak anlamlıdır.

Tablo 2’den de anlaşılacağı üzere bireysel inovasyon algısının bir boyutu olan olumlu algı, beş faktör kişilik özellikleri boyutlarından Açıklık (O) ile ($r=.428^{**}$ ve $p=.000$) istatistiksel olarak 0,01 anlamlılık düzeyinde düşük pozitif bir ilişki, Sorumluluk (C) ile ($r=.248^{**}$ ve $p=.000$) istatistiksel olarak 0,01 anlamlılık düzeyinde zayıf pozitif bir ilişki,, Dışadönüklük (E) ile ($r=.278^{**}$ ve $p=.000$) istatistiksel olarak 0,01 anlamlılık düzeyinde zayıf pozitif bir ilişki varken Uyumluluk (A) ile ($r=.185^*$ ve $p=.009$) ile istatistiksel olarak 0,05 anlamlılık düzeyinde zayıf pozitif bir ilişki belirlenmiştir. Duygusal Dengesizlik (N) ile ($r=-.094$ ve $p=.184$) istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir. Olumsuz algı ile beş faktör kişilik özellikleri boyutlarından Açıklık (O) ile ($r=.254^{**}$ ve $p=.000$) istatistiksel olarak 0,01 anlamlılık düzeyinde zayıf negatif bir ilişki dışında Sorumluluk (C) ile ($r=-.090$ ve $p=.205$), Dışadönüklük (E) ile ($r=.111$ ve $p=.119$) Uyumluluk (A) ile ($r=-.067$ ve $p=.354$) ve Duygusal Dengesizlik (N) ile ($r=.116$ ve $p=.104$) ile istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir. Direnç algısı ile beş faktör kişilik özellikleri boyutlarından Açıklık (O) ile ($r=-.181^*$ ve $p=.000$) istatistiksel olarak 0,05 anlamlılık düzeyinde zayıf negatif bir ilişki, Dışadönüklük (E) ile ($r=-.157^*$ ve $p=.024$) istatistiksel olarak 0,05 anlamlılık düzeyinde zayıf negatif bir ilişki varken Uyumluluk (A) ($r=-.098$ ve $p=.167$), Duygusal Dengesizlik (N) ($r=-.124$ ve $p=.078$) ve Sorumluluk (C) ile ($r=-.106$ ve $p=.129$) istatistiksel olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir.

Araştırma Modelinin Çoklu Regrasyon Analizi İle Test Edilmesi

Tablo 3’te beş faktör kişilik özellikleri boyutlarının olumlu bireysel inovasyon algısını açıklamadaki etkisine yönelik çok değişkenli regresyon analizi sonuçları verilmiştir.

Tablo 3: Beş Faktör Kişilik Özellikleri Boyutlarının Olumlu Bireysel İnovasyon Algısını Açıklamadaki Etkisine Yönelik Çok Değişkenli Regresyon Analizi

| Model 1 | β | Beta | t | (tsig.) | R | R ² | Uyarlanmış R ² | F | Sig. |
|--------------------------------------|---------|-------|--------|---------|------|----------------|---------------------------|-------|------|
| Constant | 1.346 | | 2.023 | .045 | .431 | .186 | .162 | 7.593 | .000 |
| Açıklık (O-Openness) | .448 | .361 | 3.555 | .000 | | | | | |
| Sorumluluk (C-Conscientiousness) | -.162 | -.143 | -1.265 | .208 | | | | | |
| Dışadönüklük (E-Extraversion) | .222 | .176 | 1.781 | .077 | | | | | |
| Uyumluluk (A-Agreeableness) | .124 | .104 | .994 | .322 | | | | | |
| Duygusal Dengesizlik (N-Neuroticism) | .054 | .044 | .498 | .619 | | | | | |

a Bağımsız Değişkenler: Açıklık, Sorumluluk, Dışadönüklük, Uyumluluk, Duygusal Dengesizlik

b Bağımlı Değişken: Olumlu Bireysel İnovasyon Algısı

Analiz sonucunda $F=7.593$ ve $p<.000$ olarak tespit edilmiştir. Açıklık, Sorumluluk, Dışadönüklük, Uyumluluk, Duygusal Dengesizlik bağımsız değişkenleri bağımlı değişkendeki (olumlu bireysel inovasyon algısı) değişimin ($R^2=.186$ olduğu için) % 18.6’sını açıklamaktadır. Bu modele göre yukarıdaki tabloda görüldüğü gibi $\beta = .448$ ve $Beta = \%36.1$ olduğu için bağımlı değişken olumlu bireysel inovasyon algısını açıklayıcılık açısından pozitif yönde en açıklayıcı bağımsız değişkenin, “**açıklık**” (deneyime açıklık) olduğunu anlamak mümkündür. Sorumluluk ve

uyumluluk boyutlarından her ikisinin de negatif etkileyeceği öngörülürken sadece sorumluluk boyutu olumlu bireysel inovasyon algısını negatif yönde etkilemiştir. Ancak bu etki çok zayıf kalmıştır. Bunun dışında öngörüldüğü gibi açıklık, dışadönüklük ve duygusal dengesizlik boyutları olumlu bireysel inovasyon algısını pozitif yönde etkilemiştir ancak; burada da açıklık dışındaki diğer iki boyutun olumlu bireysel inovasyon algısı üzerindeki etkileri çok zayıf kalmıştır. Tablo 1 ve 2’deki korelasyonlarla beraber beş faktör kişilik özellikleri boyutlarının olumlu bireysel inovasyon algısı üzerindeki etkilerinin incelendiği bu çok değişkenli regresyon analizi sonuçları da dikkate alındığında: “Aşçıların beş faktör kişilik özellikleri ile bireysel inovasyon algıları arasında bir ilişki vardır” şeklindeki H1 hipotezi desteklenmiştir. “Açıklık kişilik özelliği ile olumlu bireysel inovasyon algısı arasında pozitif bir ilişki vardır” şeklindeki (H1a) hipotezi de (p=.000) desteklenmiştir. “Sorumluluk kişilik özelliği ile olumlu bireysel inovasyon algısı arasında negatif bir ilişki vardır” şeklindeki (H1b) hipotezi, “Dışa Dönüklülük kişilik özelliği ile olumlu bireysel inovasyon algısı arasında pozitif bir ilişki vardır” şeklindeki (H1c) hipotezi, “Uyumluluk kişilik özelliği ile olumlu bireysel inovasyon algısı arasında negatif bir ilişki vardır” şeklindeki (H1d) hipotezi ve “Duygusal Dengesizlik (Nevrotiklik) kişilik özelliği ile olumlu bireysel inovasyon algısı arasında bir ilişki vardır” şeklindeki hipotezi (H1e) desteklenmemiştir. Tablo 4’te beş faktör kişilik özellikleri boyutlarının olumsuz bireysel inovasyon algısını açıklamadaki etkisine yönelik çok değişkenli regresyon analizi sonuçları verilmiştir.

Tablo 4: Beş Faktör Kişilik Özellikleri Boyutlarının Olumsuz Bireysel İnovasyon Algısını Açıklamadaki Etkisine Yönelik Çok Değişkenli Regresyon Analizi

| Model 1 | β | Beta | t | (tsig.) | R | R ² | Uyarlanmış R ² | F | Sig. |
|--------------------------------------|---------|-------|--------|---------|------|----------------|---------------------------|-------|------|
| Constant | 2.013 | | 3.097 | .002 | .302 | .091 | .064 | 3.314 | .007 |
| Açıklık (O-Openness) | .315 | .276 | 2.561 | .011 | | | | | |
| Sorumluluk (C-Conscientiousness) | -.001 | -.001 | -.008 | .993 | | | | | |
| Dışadönüklük (E-Extraversion) | .061 | .052 | .492 | .623 | | | | | |
| Uyumluluk (A-Agreeableness) | -.177 | -.160 | -1.442 | .151 | | | | | |
| Duygusal Dengesizlik (N-Neuroticism) | .136 | .120 | 1.289 | .199 | | | | | |

a Bağımsız Değişkenler: Açıklık, Sorumluluk, Dışadönüklük, Uyumluluk, Duygusal Dengesizlik

b Bağımlı Değişken: Olumsuz Bireysel İnovasyon Algısı

Analiz sonucunda F=3.314 ve p<.007 olarak tespit edilmiştir. Açıklık, Sorumluluk, Dışadönüklük, Uyumluluk, Duygusal Dengesizlik bağımsız değişkenleri bağımlı değişkendeki (olumsuz bireysel inovasyon algısı) değişimin (R²=.091 olduğu için) % 9,1’ini açıklamaktadır. Bu modele göre yukarıdaki tabloda görüldüğü gibi $\beta = .315$ ve Beta= %27.6 olduğu için bağımlı değişken olumsuz bireysel inovasyon algısını açıklayıcılık açısından pozitif yönde en açıklayıcı bağımsız değişkenin, “**açıklık**” (deneyime açıklık) olduğunu anlamak mümkündür. Sorumluluk ve uyumluluk boyutlarından her ikisinin de pozitif etkileyeceği öngörülürken her ikisi de olumsuz bireysel inovasyon algısını negatif yönde etkilemiştir. Ancak; bu etki çok zayıf kalmıştır. Bunun dışında açıklık, dışadönüklük ve

duygusal dengesizlik boyutlarının olumsuz bireysel inovasyon algısını negatif yönde etkileyeceği öngörülmüş ancak; burada da tüm boyutlar pozitif yönde etkilemiştir. Açıklık dışındaki diğer iki boyutun olumlu bireysel inovasyon algısı üzerindeki etkileri de çok zayıf kalmıştır. Tablo 1 ve 2’deki korelasyonlarla beraber beş faktör kişilik özellikleri boyutlarının olumsuz bireysel inovasyon algısı üzerindeki etkilerinin incelendiği bu çok değişkenli regresyon analizi sonuçları da dikkate alındığında: “Açıklık kişilik özelliği ile olumsuz bireysel inovasyon algısı arasında negatif bir ilişki vardır” şeklindeki (H1f) hipotezi, “Sorumluluk kişilik özelliği ile olumsuz bireysel inovasyon algısı arasında pozitif bir ilişki vardır” şeklindeki (H1g) hipotezi, “Dışa Dönüklük kişilik özelliği ile olumsuz bireysel inovasyon algısı arasında negatif bir ilişki vardır” şeklindeki (H1h) hipotezi, “Uyumluluk kişilik özelliği ile olumsuz bireysel inovasyon algısı arasında pozitif bir ilişki vardır” şeklindeki (H1j) hipotezi ve “Duygusal Dengesizlik (Nevrotiklik) kişilik özelliği ile olumsuz bireysel inovasyon algısı arasında bir ilişki vardır” şeklindeki (H1k) hipotezleri desteklenmemiştir.

Tablo 5’de beş faktör kişilik özellikleri boyutlarının direnç bireysel inovasyon algısını açıklamadaki etkisine yönelik çok değişkenli regresyon analizi sonuçları verilmiştir.

Tablo 5: Beş Faktör Kişilik Özellikleri Boyutlarının Direnç Bireysel İnovasyon Algısını Açıklamadaki Etkisine Yönelik Çok Değişkenli Regresyon Analizi

| Model 1 | β | Beta | t | (tsig.) | R | R ² | Uyarlanmış R ² | F | Sig. |
|--------------------------------------|---------|-------|--------|---------|------|----------------|---------------------------|-------|------|
| Constant | 2.508 | | 3.389 | .001 | .238 | .057 | .028 | 1.997 | .082 |
| Açıklık (O-Openness) | .105 | .082 | .745 | .457 | | | | | |
| Sorumluluk (C-Conscientiousness) | -.248 | -.212 | -1.739 | .084 | | | | | |
| Dışadönüklük (E-Extraversion) | .308 | .235 | 2.214 | .028 | | | | | |
| Uyumluluk (A-Agreeableness) | .129 | .104 | .929 | .354 | | | | | |
| Duygusal Dengesizlik (N-Neuroticism) | -.010 | -.007 | -.079 | .937 | | | | | |

a Bağımsız Değişkenler: Açıklık, Sorumluluk, Dışadönüklük, Uyumluluk, Duygusal Dengesizlik

b Bağımlı Değişken: Direnç Bireysel İnovasyon Algısı

Analiz sonucunda F=1.997 ve p<.082 olarak tespit edilmiştir. Açıklık, Sorumluluk, Dışadönüklük, Uyumluluk, Duygusal Dengesizlik bağımsız değişkenleri bağımlı değişkendeki (direnç bireysel inovasyon algısı) değişimin (R²=.057 olduğu için) %5.7’sini açıklamaktadır. Bu modele göre yukarıdaki tabloda görüldüğü gibi $\beta = .308$ ve Beta= %23.5 olduğu için bağımlı değişken direnç bireysel inovasyon algısını açıklayıcılık açısından pozitif yönde en açıklayıcı bağımsız değişkenin, “**dışadönüklük**” olduğunu anlamak mümkündür. Sorumluluk ve uyumluluk boyutlarının direnç bireysel inovasyon algısını pozitif etkileyeceği öngörüsüne karşılık sadece uyumluluk boyutu direnç bireysel inovasyon algısını pozitif yönde etkilemiştir. Ancak; bu etki çok zayıf kalmıştır. Bunun dışında açıklık, dışadönüklük ve duygusal dengesizlik boyutlarının direnç bireysel inovasyon algısını negatif yönde etkileyeceği öngörülmüş ancak; burada da duygusal dengesizlik dışındaki diğer iki boyutun direnç bireysel inovasyon

algısı üzerindeki etkileri pozitif çıkmıştır. Duygusal dengesizlik boyutunun etkisi de zayıf kalmış ve istatistiksel olarak anlamlı değildir. Tablo 1 ve 2'deki korelasyonlarla beraber beş faktör kişilik özellikleri boyutlarının direnç bireysel inovasyon algısı üzerindeki etkilerinin incelendiği bu çok değişkenli regresyon analizi sonuçları da dikkate alındığında: “Açıklık kişilik özelliği ile direnç bireysel inovasyon algısı arasında negatif bir ilişki vardır” şeklindeki (H1l) hipotezi, “Sorumluluk kişilik özelliği ile direnç bireysel inovasyon algısı arasında pozitif bir ilişki vardır” şeklindeki (H1m) hipotezi, “Dışa Dönüklülük kişilik özelliği ile direnç bireysel inovasyon algısı arasında negatif bir ilişki vardır” şeklindeki (H1n) hipotezi, “Uyumluluk kişilik özelliği ile direnç bireysel inovasyon algısı arasında pozitif bir ilişki vardır” şeklindeki (H1p) hipotezi ve “Duygusal Dengesizlik (Nevrotiklik) kişilik özelliği ile direnç bireysel inovasyon algısı arasında negatif bir ilişki vardır” şeklindeki (H1r) hipotezleri desteklenmemiştir.

Araştırma Hipotezlerinin Gözden Geçirilmesi

Uygulanan analizler sonrasında elde edilen bilgiler doğrultusunda araştırmanın başında ifade edilen ana hipotez desteklenmiş, onbeş alt hipotezden ise sadece bir tanesi desteklenmiştir.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm işletmelerindeki birçok sürecin insan kaynağıyla gerçekleştirildiği göz önüne alındığında, işgörenlerin çeşitli konulardaki algıları ve bunun sonucundaki tutum ve davranışları o denli önem arz etmektedir (Çetin, 2009). Yiyecek içecek hizmetleri turizm içerisinde gerek insan kaynağından gerekse dinamik yapısından dolayı kişilik ve inovasyon kavramlarıyla yakından ilişkili olduğu düşünülen bir alandır. Ancak; çalışanlar üzerinde yapılan çalışmalarda beş faktör kişilik özellikleri ve bireysel inovasyon kavramlarına yeterince odaklanılmamıştır. Mevcut araştırma sonuçları beş faktör kişilik özellikleri, bireysel inovasyon algısı arasındaki ilişkilerin daha iyi kavranması için hem teorik hem de pratik açıdan önemli katkılar sağlamaktadır. Teorik katkıları açısından bakıldığında, araştırma bulguları, bireysel inovasyon algılarının üç boyuttan oluştuğunu göstermektedir. Söz konusu bireysel inovasyon algılarına ilişkin boyutlar şu şekildedir: (1) olumlu bireysel inovasyon algısı, (2) olumsuz bireysel inovasyon algısı, (3) direnç bireysel inovasyon algısı. Bu boyutlardan olumlu bireysel inovasyon algısı, pozitif bir algıyı temsil ederken olumsuz bireysel inovasyon algısı (risk algısı da denilebilir) ile direnç bireysel inovasyon algısı negatif bir algıyı temsil etmektedir. Elde edilen bu sonuç, benzer ölçeği kullanan önceki çalışmaların sonuçlarını (Cengiz 2012; Yıldız, 2017) kısmen destekler niteliktedir. Farklı ölçeği kullanan Işık ve Türkmenadağ'ın (2016) çalışmasında da üç faktörlü bir yapı (fikir önderliği algısı, risk alma algısı ve değişime direnç algısı) öngörülmüştür. Ayrıca; bireysel inovasyon algısı ölçeğine yönelik elde edilen orta düzeyde güvenilirlik ve geçerlik bulguları, söz konusu üç faktörlü yapı ile bireysel inovasyon algılarının ölçülebileceğini göstermektedir. Literatürde bireysel inovasyon algısı ile bireysel inovasyon davranışı ölçeğinin birbiri yerine kullanıldığı göz önüne alındığında bu çalışmadaki üç faktörlü bireysel inovasyon algısı ölçeği ile daha doğru ve uygun bir şekilde bireysel inovasyon algısının ölçülebileceği öne sürülmektedir.

Beş faktör kişilik özelliklerinin boyutlarından Açıklık, Dışadönüklük ve Duygusal Dengesizlik boyutlarının inovasyon algılarının olumlu olacağı, Sorumluluk ve Uyumluluk boyutlarındaki kişilik özelliklerinin ise daha çok olumsuz ve dirençli olacağı düşüncesinden hareketle oluşturulan “Aşçıların beş faktör kişilik özellikleri ile bireysel

inovasyon algıları arasında bir ilişki vardır” H1 ana hipotezi desteklenmiştir ancak; beş faktör kişilik özellikleri ile bireysel inovasyon algısının alt boyutlarına yönelik kurulan hipotezlerden ondört tanesi reddedilmiş, bir tanesi ise kabul edilmiştir. Kabul edilen hipotezler sırasıyla H1: “Aşçıların beş faktör kişilik özellikleri ile bireysel inovasyon algıları arasında bir ilişki vardır.” ile H1a: “Açıklık kişilik özelliği ile olumlu bireysel inovasyon algısı arasında pozitif bir ilişki vardır.” hipotezleri olarak tespit edilmiştir. $\beta = .448$ ve Beta= %36.1 olduğu için bağımlı değişken olumlu bireysel inovasyon algısını açıklayıcılık açısından pozitif yönde en açıklayıcı bağımsız değişkenin, “**açıklık**” (deneyime açıklık) olduğu, $\beta = .315$ ve Beta= %27.6 olduğu için bağımlı değişken olumsuz bireysel inovasyon algısını açıklayıcılık açısından pozitif yönde en açıklayıcı bağımsız değişkenin, “**açıklık**” (deneyime açıklık) olduğu ve $\beta = .308$ ve Beta= %23.5 olduğu için bağımlı değişken direnç bireysel inovasyon algısını açıklayıcılık açısından pozitif yönde en açıklayıcı bağımsız değişkenin ise “**dışadönüklük**” olduğu bulunmuştur. Bu bulgulardan daha çok “deneyime açıklık” kişilik özellikleri gösteren aşçıların bireysel inovasyon algılarının iki uçlu olduğu, bir başka deyişle hem olumlu hem de olumsuz uç özelliklerini gösterdiği, “dışa dönüklük” kişilik özelliğine sahip aşçıların direnç bireysel inovasyon algısı ile pozitif ilişkili olduğu, başka bir deyişle dışadönüklük özelliği yüksek aşçıların bireysel inovasyon konusunda gösterdikleri direncin de yüksek olduğu savunulmaktadır.

Yukarıdaki bulgular ışığında aşçıların çift yönlü olan (+ ve -) beş faktör kişilik özellikleri boyutlarının çoğunlukla pozitif yönlerinin ağır bastığı söylenebilir. Aşçılık mesleğinde deneyime açık kişilik özelliği baskın (pozitif analitik uç özellikleri soran, sorgulayan, inceleyen, geniş görüşlü, kültürlü, soyut, okumaktan hoşlanan; duyarlılık uç özellikleri ince ruhlu, nazik, duygulu, düşünceli, anlayışlı, sanatsever, estetiğe duyarlı; yeniliğe açıklık uç özelliği değişikliğe ve farklı düşüncelere açık, yaratıcı, hayal gücü yüksek, yeni bir şeye kolay adapte olan) kişilerin seçilmesi önerilmekte olup bu tür kişilerin işe alınması durumunda işletme içi süreçlerde de kolaylıklar sağlayacağı düşünülmektedir. Elbette kişiliği tek bir faktöre indirgemek doğru olmaz, kişi farklı durumlarda farklı özellikler sergileyebilmektedir ancak; aşçılık mesleği için gerekli bir kişilik özelliği sayılabilecek duygusal dengesizlik negatif uç özellikleri (Duygusal Tutarlı- dengeli, kolay yılmayan, kolay etkilenmeyen, üstesinden gelen; Rahat- endişesiz, iyimser, dayanıklı, güçlü, huzurlu, amaç yönelimli; Kendine Güvenen-kararlı, huzurlu, alıngan olmayan, kendinden emin ve memnun, dirençli) de gelişime açıklık faktörüyle beraber kişilerde aranmalıdır. Bir başka deyişle yeniliğe açık, yaratıcı, estetiğe duyarlı, yılmayan, kendinden emin vb. özelliklerde personel ihtiyacı olduğunda yöneticilerin gelişime açıklık kişilik faktörünün pozitif uç özellikleri ile duygusal dengesizlik faktörünün negatif uç özellikleri yönünden baskın kişilerin seçimine odaklanmaları önerilmektedir. Beş faktör kişilik özellikleri faktörlerinden duygusal dengesizlik faktörünün negatif uç özellikleri hariç diğer negatif uç özellikleri sergileyen kişiler işletmeye alınırken daha titiz davranılmalıdır. İşletmelerin sorumluluk ve uyumluluk kişilik boyutlarının pozitif uç özellikleri baskın kişilere de ihtiyacı vardır. Sorumluluk kişilik boyutunun pozitif uç özellikleri arasında planlı, mükemmeliyetçi, görev odaklı, sorumluluk sahibi, ödüle duyarlı özellikler; uyumluluk kişilik boyutunun pozitif uç özellikleri arasında da sakin, güven verici, cana yakın, işbirliğine yatkın, uysal gibi özellikler bulunduğundan bu tarz kişilik özellikleri baskın aşçıların operasyonel işlerde görevlendirilmesinin uygun olacağı düşünülmektedir. Araştırma yapılan işletmelerde sorumluluk kişilik özelliğine sahip kişilerin ağırlıkta olduğu görülmüştür. Özellikle

deneyime açıklık kişilik özelliğinin daha inovatif davranışlar gösterme potansiyelinden dolayı sektörün geleceği için bu tarz kişilerin sektörde yer alması sağlanmalıdır.

Aşçılık mesleğine gönül vermiş kişilerin eğitiminde görevli olan bireylerin pozitif ve negatif uç kişilik özelliklerini inceleyip öğrencilerini daha iyi tanıyıp kişiliklerine göre yönlendirmeler yapmaları önerilmektedir. Gelecekte bu konuyla ilgili araştırma yapacaklar araştırma evrenine yönelik bir listenin bulunduğu daha sınırlı bir hedef kitle seçerek ve bu hedef kitle üzerinde olasılıklı örnekleme yöntemlerini kullanarak elde edecekleri sonuçların genellenebilirliğini daha da arttırabilirler. İlgili araştırmalar incelendiğinde, beş faktör kişilik özellikleri ile bireysel inovasyon algısını inceleyen nitel çalışmaların oldukça az olduğu belirlenmiştir. Bu iki değişkenin daha iyi incelenmesi ve özgün katılımcı görüşlerine daha fazla yer verilmesi amacıyla, hem nitel hem de nicel yöntemlerin birlikte kullanıldığı karma çalışmalara daha fazla ağırlık verilmelidir.

KAYNAKÇA

- Ar, İ.M. (2012). The Impact of Green Product Innovation on Firm Performance and Competitive Capability: The Moderating Role of Managerial Environmental Concern. **Procedia-Social and Behavioral Sciences**, **62**, 854-864.
- Arslan, E. (2017). **Otel İşletmelerinde Kişilik Özelliklerinin Örgütsel Bağlılık ve İş Tatmini Üzerine Etkisi**. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Arungai, K.D. (2015). Influence of Service Process Innovation on Competitive Advantage in the Banking Sector in Kenya. **Australian Journal of Industry Research**, **1** (13), 32-68.
- Aslan, E. (2017). **Kırsal Turizmde Yenilik ve Kırsal Turizm İşletmecilerinin Bireysel Yenilikçilik Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler (Katılımcılara ve İşletmelere İlişkin) Açısından İncelenmesi: Kocaeli/Kartepe Örneği**. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kırklareli.
- Bakan, İ. ve Kefe, İ. (2014). Kurumsal Açıdan Algı ve Algı Yönetimi. **Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, **2** (1), 19-34.
- Bakx, N. (2007). **Which Personality Traits Do Innovative People Possess?** Unpublished Master Thesis, Business Studies, Universiteit van Amsterdam, Amsterdam.
- Barrick, M.R., ve Mount, M.K. (1991). The Big Five Personality Dimensions and Job Performance: a Meta-Analysis. **Personnel Psychology**, **44**, 1-26.
- Bernardin, H.J., Cooke, D.K. ve Villanova, P. (2000). Conscientiousness and Agreeableness as Predictors of Rating Leniency. **Journal of Applied Psychology**, **85** (2) 232-236.
- Bishop, W. (1997). **Questions as Interventions: Big Five Personality Factors and Perceptions of Socratic, Solution Focused and Diagnostic Questioning Styles**, Unpublished Doctorate Dissertation. St. John's University, New York.

- Bono, J.E., Boles, T.L., Judge, T.A. ve Lauver, K.J. (2002). The Role of Personality in Task and Relationship Conflict. **Journal of Personality**, **70** (3), 311-344.
- Brief, A.P. ve Weiss, H.M. (2002). Organizational Behavior: Affect in The Workplace. **Annual Review of Psychology**, **53**, 279-307.
- Camgöz, S.M. (2009). **Kişilik Özellikleri ile Finansal Performans Arasındaki İlişkiler: A Tipi Yatırım Fonu Yöneticileri Üzerinde Bir Değerlendirme**. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Cengiz, M. (2012). **Yenilikçilik Anlayışı, Alanya Bölgesindeki Dört ve Beş Yıldızlı Otellerde Çalışan Yöneticilerin Yenilikçilik Anlayışı**. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Chen, Y.S., Lai, S.B. ve Wen, C.T. (2006). The Influence of Green Innovation Performance on Corporate Advantage in Taiwan. **Journal of Business Ethics**, **67** (4), 331-339.
- Chen, Y.S., Lin, M.J.J. ve Chang, C.H. (2009). The Positive Effects of Relationship Learning and Absorptive Capacity on Innovation Performance and Competitive Advantage in Industrial Markets. **Industrial Marketing Management**, **38** (2), 152-158.
- Church, M.K. (1993). **Investigation and Measurement of Personality Structure in a Non-Western Culture: Relating Indigenous Philipinne Dimensions to the Big Five Model**. Unpublished Doctorate Dissertation, Washington State University, USA.
- Costa, P.T.Jr., McCrae, R.R. ve Dye, D.A. (1991). Facet Scales for Agreeableness and Conscientiousness; a Revision of the NEO Personality Inventory. **Personality and Individual Differences**, **12** (9), 887-898.
- Costa, P.T.Jr. ve McCrae, R.R. (1992a). Four Ways the Five Factors Are Basic. **Personality and Individual Differences**, **13**, 653-665.
- Costa, P.T.Jr. ve McCrae, R.R. (1992b). **Revised NEO Personality Inventory (NEO-PI-R) and NEO Five-Factor Inventory (NEO-FFI): Professional Manual**. Odessa, FL: Psychological Assessment Resources.
- Costa, P.T.Jr. ve McCrae, R.R. (1995). Domains and Facets: Hierarchical Personality Assessment Using the Revised NEO Personality Inventory. **Journal of Personality Assessment**, **64**, 21-50.
- Costa P.T.Jr. ve McCrae, R.R. (2000). **Revised Neo Personality Inventory. Interpretive Report**. http://www.acer.edu.au/documents/sample_reports/neo-pirsample.pdf, (Erişim Tarihi: 15.12.2017).
- Coşkun, S., Mesci, M. ve Kılınç, İ. (2013). Stratejik Rekabet Üstünlüğü Sağlama Aracı Olarak İnovasyon Stratejileri: Kocaeli Otel İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma. **AİBÜ Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, **13** (2), 101-132.
- Çakıcı, C., Çalhan, H. ve Karamustafa, K. (2016). Yiyecek İçecek İşletmelerinde İnovasyon ve Sürdürülebilir Rekabet Üstünlüğü İlişkisi. **Kırıkkale Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi**, **6** (2), 11-39.

- Çengel, O. (2016). **Spor Tüketicilerinin Bireysel Yenilikçilik Ve Alışveriş Davranış Biçimleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi**. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Muğla.
- Çetin, S.A. (2009). **Otel İşletmelerindeki İşgörenlerin Örgütsel Adalet Algulamalarının Örgütsel Vatandaşlık Davranışlarına Etkisi Afyonkarahisar'daki 4 ve 5 Yıldızlı Termal Otellerde Bir Uygulama**. Yayımlanmış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Çetintürk, İ., Adıgüzel, O. ve Demir, C. (2016). Sürdürülebilir Rekabetçi Üstünlük Kaynağı Olarak Yenilik Yeteneği: Beş Yıldızlı Konaklama İşletmeleri Üzerine Bir Araştırma. **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi**, 27 (1), 25-42.
- Çınar, K. (2017). Otel İşletmelerinde Yenilik Algısı ve Uygulamaları. **Aksaray Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 9 (2), 37-50.
- Dede, B. (2009). **Kişilik Özelliklerinin Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerindeki Etkileri: Bankalar Örneği**. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon.
- Demirkan S. (2006). **Özel Sektördeki Yöneticilerin ve Çalışanların Bağlanma Stilleri, Kontrol Odağı, İş Doyumu ve Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin Araştırılması**. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Deniz, İ. (2016). **Otel Çalışanlarının Beş Faktör Kişilik Özellikleri İle Sendika Algıları Arasındaki İlişkiler: Kemer Bölgesi Örneği**. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Süleyman Demirel Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Isparta.
- Develioğlu, K. ve Tekin, Ö.A. (2013). Beş Faktör Kişilik Özellikleri ve Yabancılaşma Arasındaki İlişkisi: Beş Yıldızlı Otel Çalışanları Üzerine Bir Uygulama. **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 18 (2), 15-30.
- Digman, J.M. ve Inouye, J. (1986). Further Specification of the Five Robust Factors of Personality. **Journal of Personality and Social Psychology**, 50, 116-123.
- Eraslan, H., Bulu, M. ve Bakan, İ. (2008). Kümelenmeler ve İnovasyona Etkisi: Türk Turizm Sektöründe Uygulamalar. **Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi**, 5 (3), 15-29.
- Erdem, B., Gökdeniz, A. ve Met, Ö. (2011). Yenilikçilik ve İşletme Performansı İlişkisi: Antalya'da Etkinlik Gösteren 5 Yıldızlı Otel İşletmeleri Örneği. **Dokuz Eylül Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, 26 (2), 77-112.
- Girgin, B. (2007). **Beş Faktör Kişilik Modelinin İşyerinde Duygusal Tacize (Mobbing) Etkileri**. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Goldberg, L.R. (1990). An alternative "Description of Personality": The Big-Five Factor Structure. **Journal of Personality and Social Psychology**, 59 (6), 1216-1229.

- Goldberg, L.R. (1992). The Development of Markers for the Big-Five Factor Structure. **Psychological Assessment**, **4** (1), 26-42.
- Goldberg, L.R. (1993). The Structure of Phenotypic Personality Traits. **American Psychologist**, **48** (1), 26-34.
- Güneş, N. (2016). **Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin Performansa Etkisi: Yerel Yönetimlerde Bir Uygulama**. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Türk Hava Kurumu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Hana, U. (2013). Competitive Advantage Achievement Through Innovation and Knowledge. **Journal of Competitiveness**, **5** (1), 82-96.
- Hellriegel, D. ve Slocum, J.W. (2009). **Organizational Behaviour**. 12. Edition, Mason, OH: South-Western Centrage Learning.
- Hurtz, G.M. ve Donovan, J.J. (2000). Personality and Job Performance: The Big Five Revisited. **Journal of Applied Psychology**, **85**, 869-879.
- Işık, C. ve Meriç, S. (2015). Otel Yöneticilerinin Bireysel Yenilikçi Kapsamında Değerlendirilmesi: Van İli Örneği. **Girişimcilik ve İnovasyon Yönetimi Dergisi**, **4** (1), 1-16.
- Işık C. ve Türkmendağ, T. (2016). Atatürk Üniversitesi Turizm Fakültesi Öğrencilerinin Bireysel Yenilikçilik Algularının Belirlenmesi. **Gazi Üniversitesi Turizm Fakültesi Dergisi**, **1** (1), 70-99.
- Işık, C. ve Aydın, E. (2016). Konaklama İşletmeleri Çalışanlarının Yenilikçi İş Davranışı Düzeylerinin İncelenmesi: Ayder Yaylası Örneği. **Ekonomi, Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi**, **1** (1), 17-30.
- Jani, D. (2011). The Influence of Personality on Tourist Information Behaviour. **e-Review of Tourism Research (eRTR)**, **9** (3), 88-95.
- Jani, D., Jang, J.H. ve Hwang, Y.H. (2014). Big Five Factors of Personality and Tourists Internet Search Behavior. **Asia Pacific Journal of Tourism Research**, **19** (5), 600-615.
- John, O.P., Caspi, A., Robins, R.W., Moffitt, T.E. ve Stouthamer-Loeber, M. (1994). The “Little Five”: Exploring the Nomological Network of the Five-Factor Model of Personality in Adolescent Boys. **Child Development**, **65**, 160-178.
- John, O. P. ve Srivastava, S. (1999). **The Big Five Trait Taxonomy: History, Measurement, and Theoretical Perspectives**. In L. A. Pervin & O. P. John (Eds.), *Handbook of Personality: Theory and Research*. New York: Guilford Press.
- Judge, T.A., Higgins, C.A., Thoresen, C.J. ve Barrick, M.R. (1999). The Big Five Personality Traits, General Mental Ability and Career Success Across the Life Span. **Personnel Psychology**, **52**, 621-652.
- Kahveci H. (2001). **Yardım Arama Davranışları İle Fatalistik Düşünce Ve Beş Faktör Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin Araştırılması**. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Karadeniz Teknik Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Trabzon.

- Kaşlı, M. (2009). **Otel İşletmelerinde İşgörenlerin Kişilik Özellikleri Lider-Üye Etkileşimi ve Tükenmişlik İlişkisinin İncelenmesi**. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Kılıçer, K. (2011). **Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Öğretmen Adaylarının Bireysel Yenilikçilik Profilleri**. Yayınlanmamış Doktora Tezi. Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir.
- Kılıçer, K. ve Odabaşı, H.F. (2010). Bireysel Yenilikçilik Ölçeği (BYÖ): Türkçeye Uyarlama, Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması. **Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, **38**, 150-164.
- Kim, Y.G., Suh, B.W. ve Eves, A. (2010). The Relationships Between Food-Related Personality Traits, Satisfaction, And Loyalty Among Visitors Attending Food Events And Festivals. **International Journal of Hospitality Management**, **29**, 216-226.
- Kocabulut, Ö. (2016). **Duyguların ve Kişilik Tiplerinin Hizmet Kalitesi Algısı ve Müşteri Memnuniyetine Etkisi**. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Kuruçay, R. (2012). **Babanın Durumsal ve Kişilik Özellikleriyle Erkek Ergen Çocukların Gerçekleştirdiği Kuraldışı Davranışların Türü Arasındaki İlişkinin İncelenmesi**. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Maltepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- LePine, J.A., Buckman, B.R., Crawford, E.R. ve Methot, J.R. (2011). A Review of Research on Personality in Terms: Accounting for Pathways Spanning Levels of Theory and Analysis. **Human Resource Management Review**, **21**, 311-330.
- MacDonald, K. (1995). Evolution, the Five-Factor Model, and Levels of Personality. **Journal of Personality**, **63**, 525-567.
- Mattsson, J., Sundbo, J. ve Fusing-Jensen, C. (2005). Innovation Systems in Tourism: The Roles of Attractors and Scene-Takers. **Industry and Innovation**, **12** (3), 357-381.
- McCrae, R.R. ve Costa, P.T.Jr. (1985). Comparison of EPI and Psychoticism Scales with Measures of the Five-Factor Model of Personality. **Personality and Individual Differences**, **6** (5), 587-597.
- McCrae, R.R. ve Costa, P.T.Jr. (1985a). Updating Norman's Adequate Taxonomy: Intelligence and Personality Dimensions in Natural Language and in Questionnaires. **Journal of Personality and Social Psychology**, **49**, 710-721.
- McCrae, R.R. ve Costa, P.T.Jr. (1987). Validation of the Five-Factor Model of Personality Across Instruments and Observers. **Journal of Personality and Social Psychology**, **52**, 81-90.
- McCrae, R.R. ve John, O.P. (1992). An Introduction to the Five-Factor Model and its Applications. **Journal of Personality**, **60**, 175-215.

- McCrae, R.R. ve Costa, P.T.Jr. Ostendorf, F., Angleitner, A., Hrebickova, M., Avia, M.D., Smith, P.B. (2000). Nature Over Nurture: Temperament, Personality, and Life Span Development. **Journal of Personality and Social Psychology**, **78**, 173-186.
- Mount, M.K., Barrick, M.R. ve Stewart, G.L. (1998). Five-Factor Model of Personality and Performance in Jobs Involving Interpersonal Interactions. **Human Performance**, **11**, 145-165.
- Novelli, M., Schmitz, B. ve Networks, S.T. (2005). Clusters and Innovation in Tourism: A UK Experience. **Tourism Management**, **27**, 1141-1152.
- Oktay H. (2007). **İlköğretim ve Ortaöğretim Kurumlarında Çalışan Öğretmenlerin Motivasyonu ve Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkinin İncelenmesi**. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Yeditepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- Özer, E. (2013). **Üniversite Öğrencilerinin Psikolojik Sağlık Düzeylerinin Duygusal Zeka ve Beş Faktör Kişilik Özellikleri Açısından İncelenmesi**. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Konya Necmettin Erbakan Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Konya.
- Özkalp, E., (2004). **Örgütsel Davranış**. (2. Baskı), Eskişehir: Anadolu Üniversitesi Web- Ofset.
- Öztürk, A. (2016). **Hüzün Turizmi Katılımcılarının Kişilik Özellikleri, Motivasyonları ve Memnuniyetleri Arasındaki İlişki**. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Patrick, H.A. (2010). Personality Traits in Relation to Job Satisfaction of Management Educators. **Asian Journal of Management Research**, **1** (1), 239-249.
- Ren, L.B., Xie, G. ve Krabbendam, J.J. (2010). **Sustainable Competitive Advantage And Marketing Innovation Within Firms: A Pragmatic Approach For Chinese Firms**. *Management Research Review*, **33** (1), 79-89.
- Rogers, E.M. (1995). **Diffusion Of Innovations**. Fourth Edition. Newyork: The Free Press.
- Sarioğlu, A. (2014). **Bireysel Yenilikçilik Ölçeğinin Hemşirelikte Geçerlik ve Güvenirliği**. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Erzurum.
- Sevi, E.S. (2009). **Psikobiyolojik Kişilik Modeli ve Beş Faktör Kişilik Kuramı: Mizaç ve Karakter Envanteri (TCİ) ile Beş Faktör Kişilik Envanterinin (5FKE) Karşılaştırılması**. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ege Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.
- Sohn, H.K. ve Lee, T.J. (2012). Relationship Between HEXACO Personality Factors And Emotional Labour Of Service Providers In The Tourism Industry. **Tourism Management**, **33**, 116-125.
- Somer, O. (1998). Türkçe’de Kişilik Özelliği Tanımlayan Sıfatların Yapısı ve Beş Faktör Modeli. **Türk Psikoloji Dergisi**, **13** (42), 17-32.

- Somer, O. ve Goldberg, L.R. (1999). The Structure of Turkish Trait- Descriptive Adjectives. **Journal of Personality and Social Psychology**, **76**, 431-450.
- Somer, Oya., Korkmaz, M. ve Tatar, A. (2002). Beş Faktör Kişilik Envanteri'nin Geliştirilmesi-I: Ölçek ve Alt Ölçeklerin Oluşturulması. **Türk Psikoloji Dergisi**, **17** (49), 21-33.
- Somer, O., Korkmaz, M. ve Tatar, A. (2004). **Kuramdan Uygulamaya Beş Faktör Kişilik Modeli ve Beş Faktör Kişilik Envanteri (5FKE)**. Ege Üniversitesi Basımevi, Bornova, İzmir.
- Stamboulis, Y. ve Skayannis, P. (2003). **Innovation Strategies and .Technology for Experience-based Tourism. Tourism Management**, **24**, 35-43.
- Şentürk, F.K., Durak M., Yılmaz, E., Kaban, T., Kök, N. ve Baş, A. (2016). Dönüşümcü ve Etkileşimci Liderlik Tarzlarının Bireysel Yenilikçiliğe Etkisini Belirlemeye Yönelik Bir Araştırma. **Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi**, **8** (17), 173-198.
- Tajeddini, K. ve Trueman, M. (2014). Perceptions Of Innovativeness Among Iranian Hotel Managers. **Journal of Hospitality and Tourism Technology**, **5** (1), 62-77.
- Taşgit, Y.E. ve Torun, B. (2016). Yöneticilerin İnovasyon Algısı, İnovasyon Sürecini Yönetme Tarzı ve İşletmelerin İnovasyon Performansı Arasındaki İlişkiler: KOBİ'ler Üzerinde Bir Araştırma. **Yönetim Bilimleri Dergisi**, **14** (28), 121-156.
- Taşkıran, E. (2006). Otel İşletmelerinde Çalışan Yöneticilerin Liderlik Yönelimleri: İstanbul'daki Beş Yıldızlı Otel İşletmelerinde Bir Araştırma. **Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi**, **17** (2), 169-183.
- Tekin, Ö.A, (2012). **Yabancılaşma ve Beş Faktör Kişilik Özellikleri Arasındaki İlişkiler: Antalya Kemer'deki Beş Yıldızlı Otel İşletmeleri Çalışanları Üzerinde Bir Uygulama**. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Tekin, Ö. A., Turan, S.N., Özmen, M., Turhan, A.A., ve Kökçü, A., (2012). Beş Faktör Kişilik Özellikleri ve Örgütsel Çatışma Yönetimi Arasındaki İlişkiler: Ankara'daki Beş Yıldızlı Otel İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama. **Journal of Yasar University**, **27** (7), 4611-4641.
- Temeloğlu, E. (2014). **Tüketicilerin Kişilik Özellikleri, Risk Algıları ve Yeniden Satın Alma Davranışları Arasındaki İlişkinin İncelenmesi: Otel İşletmelerinde Bir Araştırma**. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Balıkesir.
- Torun, B. (2016). **İnovasyon Algısı, İnovasyon Sürecindeki Liderlik Tarzları Ve İşletmenin İnovasyon Performansı Arasındaki İlişkiler: Düzce'deki Kobi'ler Üzerinde Bir Araştırma**. Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Düzce Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Düzce.
- Türkmen, F. (2013). **Kişilik Tiplerinin Çatışmayı Yönetme Yöntemlerine Etkisi: Turizm Sektöründe Bir Uygulama**. Yayımlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

- Uşaklı, A. (2017). **Turistik Tüketici Deneyimi: Beş Yıldızlı Resort Otellerde Bir Uygulama**. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Gazi Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.
- Witt L.A., Burke L.A., Barrick M.R. ve Mount M.K. (2002). The Interactive Effects Of Conscientiousness And Agreeableness On Job Performance. **Journal Of Applied Psychology**, **87** (1), 164-169.
- Yeni, Z. (2015). **Beş Faktör Kişilik Özellikleri ile Duygusal Emek Arasındaki İlişkinin Belirlenmesine Yönelik Bir Araştırma**. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Dumlupınar Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kütahya.
- Yıldırım, B.I. (2014). **Çalışanların Beş Faktör Kişilik Özellikleri ile İş Tatminleri Arasındaki İlişki: Alanya'daki Beş Yıldızlı Oteller Üzerine Bir Uygulama**. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Akdeniz Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Antalya.
- Yıldırım, B.I., Gülmez, M. ve Yıldırım, F. (2016). The Relationship Between the Five-Factor Personality Traits of Workers and Their Job Satisfaction: a Study on Five Star Hotels in Alanya. **Procedia Economics and Finance**, **39**, 284-291.
- Yıldız, M.R. (2017). **Turizm İşletme Yöneticilerinin Yenilikçilik Algısının Yenilik Faaliyetlerine ve Yenilik Stratejilerine Etkisi: Bartın, Zonguldak ve Karabük İllerinde Bir Araştırma**. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Bartın Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Bartın.
- Yıldızoğlu, H. (2013). **Okul Yöneticilerinin Beş Faktör Kişilik Özellikleriyle Çatışma Yönetimi Stili Tercihleri Arasındaki İlişki**. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Hacettepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- York K.L. ve John O.P. (1992). The Four Faces Of Eve: A Typological Analysis Of Women's Personality At Midlife. **Journal Of Personality And Social Psychology**, **63**, 494-508.
- Yuan, F. ve Woodman, R.W. (2010). Innovative Behavior In The Workplace: The Role Of Performance And Image Outcome Expectations. **Academy of Management Journal**, **53** (2), 323-342.
- Zel, U. (1999). **Kişiliğin Yönetim Performansına Etkileri, Örgüt Ortamında Kullanılması ve Ülkeler/Sektörler Arasında Karşılaştırmalı Bir Uygulama**. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.
- Zel, U. (2001). **Yönetimde Kişilik ve Kişilik Özellikleri, Yönetim ve Organizasyon (İçinde)**, 1. Baskı, Editör: Doç. Dr. Salih Güney, Nobel Yayınları, Ankara.
- Zel, U. (2006). **Kişilik ve Liderlik** (2. Bs.). Ankara: Nobel Yayıncılık.

Five Factor Personality Traits and Perception of Individual Innovation Relationship

Seydi Ahmet ÇETİN

Zübeyde Hanım Vocational and Technical Anatolian High School, Bursa/Turkey

Bayram SAHİN

Balıkesir University, Faculty of Tourism, Balıkesir/Turkey

Extensive Summary

In the present study, which was conducted to determine the relationship between five factor personality traits and the perception of individual innovation of cooks, a two-factor, eight sub-factor model was established. The results obtained from the literature suggest that the dimensions of Openness, Extraversion and Neuroticism dimensions will be positive in terms of the dimensions of five factor personality traits, and that personality traits in Conscientiousness and Agreeableness dimensions will be more negative and resistant. The hypothesis and sub-hypotheses in the study were established within this scope. The universe of this study consists of chefs working in four and five star hotels in Bursa. Of the 281 questionnaires that constitute the universe of the study, 246 have returned. The return rate is 87.5%. However, 220 questionnaires were found to be negative by excluding 26 questionnaires including double markings that were negligible to the end responders. As a data collection tool, validity and reliability previously used research scales were used. For the five-factor personality traits scale, John and Srivastava, (1999), the expression of the 44 people in the study was used. The scale related to the Individual Innovation Perception is composed of 10 expressions which are formed by taking the scale of Taşgıt and Torun, (2016). The quantitative data collected within the scope of the study were analyzed using the statistical package program of IBM SPSS 22.0 for Windows. Data analysis consists of several stages. First of all, the data were classified and then checked whether the end values and incorrect data were entered. Mahalanobis distance was calculated in the determination of extreme values and no survey form with the highest value was found. Correlation and regression analyzes were based on the normal distribution approach and skewness and kurtosis coefficients of the scales used in the study were examined. In this study, the skew values of the related variables are -0,270 and +0,275; It was determined that the stickiness values varied between -0,319 and +0,388. Therefore, there were no problems with the normal distribution of data. In order to examine the individual innovation perception of the chefs and to determine the dimensions of the said variable, Explanatory Factor Analysis was applied on the individual innovation perception scale. Thus, the relevant scale and its distinctive validity were also analyzed. None of the expressions used in the scales were removed. In the process of implementation of the model, “research model has been tested. By testing the research model, all factors (five factor personality traits, individual innovation perception) in the research model were examined. Cronbach alpha internal consistency coefficients were also calculated. Hypotheses were tested with Pearson Correlation and Multiple Regression Analysis. In terms of gender variable, it was determined that 77.7% of the cooks were male and the majority (68.6%) were under 35 years old. This shows that the majority of the cooks in the pile consist of young and

middle age cooks. It was determined that 64.1% of the participants received food and beverage training. The most recent food and beverage trainings were 35.9% for tourism vocational high school, 13.6% for associate degree, 9.5% for undergraduate, 4.1% for graduate and 1.4% for turem (tourism training centers). When the distribution of the participants according to their duties in the businesses they work, it was determined that the first three business groups were respectively assistant cook (39.1%), cook (25.5%) and chief chef (19.5%). These data show that most of the workload in the hotel kitchens is above the cook and cook assistants. It is possible to say that the cost control is high in the kitchens since there is a high probability that high school and university intern students will be in the position of assistant cook. When the distribution of education is examined, the majority of the students are 40.9% and have high school and equivalent education. Those with a higher education level are 24.1%. This shows that almost half of the cooks continue their education after high school. The ratio of those who are at the level of undergraduate or higher education is 5.0%. The fact that the graduates of the undergraduate or higher are less than in the kitchen shows that these people are working in different units within the sector or being pushed out of the sector. The five-factor personality characteristics scale consisted of 44 questions and the reliability coefficient of all statements was found to be .781. As a result of the Explanatory Factor Analysis for individual innovation perception, it was determined that the components of individual innovation perception consist of (1) positive perception, (2) negative perception, and (3) resistance perception. While positive individual innovation perception from these dimensions represents a positive perception, negative individual innovation perception (also known as risk perception) and resistance to individual innovation perception represent a negative perception. The Cronbach alpha coefficient (0.683) of the individual innovation perception scale and the Cronbach alpha coefficient (0.667), which was calculated for the Positive Individual Innovation Perception subscale scale, indicate that the internal consistency of the scale is moderate. The results of the reliability analysis for the Negative Perception subscale scale (0.596) showed that the internal consistency was close to the scale, and the reliability analysis results for the Resistance Perception subscale scale (0.504) showed that the internal consistency of the scale was low. Based on the idea that the dimensions of openness, extroversion and neuroticism dimensions of the five factor personality traits will be positive, the personality traits in Conscientiousness and Agreeableness dimensions will be more negative and resistant. The hypotheses have been formed from the dimensions of five factors personality characteristics of the dimensions of Openness, Extraversion and Neuroticism with the perception that the innovation perceptions will be positive. That the main hypothesis (H1) "There is a relationship between five factor personality traits of cooks and individual innovation perceptions" is supported; by the way one of the hypotheses established for the sub-dimensions of individual innovation perception with five factor personality traits was supported and the others were not supported. It was seen that the most explanatory argument was positive in terms of both positive and negative individual innovation perception. It was found that the most significant independent explanatory variable was extroversion in terms of explanatory individual perceptions of resistance. It was observed that the individual innovation perceptions of the cooks showing the personality traits of people with more openness were two-pronged, in other words both positive and negative. In other words, it has been found that the resistance of extravert-skilled cooks to individual innovation is low, whereas cooks with responsibility personality traits are argued to be more resistant to show individual innovation perceptions. In the light of the above findings, it can be said that the two-dimensional (+ and -

) personality factor dimensions of the cooks predominantly dominate the positive aspects. It is suggested that the selection of the dominant people who are open to development in the culinary profession is chosen, and it is considered that such persons will provide convenience in the in-house processes if they are hired. Of course, it is not right to reduce the personality to a single factor. The negative end characteristics of neuroticism which can be considered as a necessary personality trait for the profession of culinary profession should be sought in people with the openness. Businesses' Conscientiousness and Agreeableness personality dimensions also need positive people with positive traits. There are planned, perfectionist, task-oriented, responsible, reward-sensitive traits among the positive traits of Conscientiousness personality dimension. Among the positive traits of the personality dimension, it is thought that it is appropriate to assign such personality traits to the dominant cooks in operational jobs since they are calm, reassuring, friendly, cooperative, and tolerant. It has been observed that the persons who have the personality trait are in charge in the researched enterprises. In particular, it should be ensured that such people are involved in the sector for the future of the sector because of the potential of the openness personality experience to show more innovative behaviors. It is suggested that individuals who are committed to the profession of cooks should examine the positive and negative personality traits of the individuals who are involved in the training of the students, and make the students better know and orientate according to their personalities. In the future, research on this issue may increase the generalizability of the results they will obtain by using a more limited target group with a list of research universe and using probabilistic sampling methods on this target population. When the related researches are examined, it is determined that the qualitative studies examining the five-factor personality traits and the perception of individual innovation are quite low. In order to better examine these two variables and to include more specific participant views, more emphasis should be given to mixed studies in which both qualitative and quantitative methods are used together.