



Otel İşletmeleri Çalışanlarının Psikolojik Sermaye ve Örgütsel Sosyalleşme Düzeyleri ile Yaratıcılıkları Arasındaki İlişki¹

The Relationship Between Psychological Capital, Organizational Socialization and Creativity of Hotel Management Employees

Burcu Karasakaloğlu²

¹Bu çalışma "Otel İşletmeleri Çalışanlarının Psikolojik Sermaye ve Örgütsel Sosyalleşme Düzeylerinin Yaratıcılıklarına Etkisi: Alanya Örneği (2015)" adlı tez çalışmasından üretilmiştir.

²Arş. Gör., Alanya Alaaddin Keykubat Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm İşletmeciliği Bölümü, burcu.karasakaloglu@alanya.edu.tr, Orcid ID: 0000-0002-1765-8138

MAKALE BİLGİSİ

Anahtar Kelimeler

*Psikolojik sermaye,
Örgütsel Sosyalleşme,
Yaratıcılık,
Otel İşletmeleri*

Makale Geçmişi:

*Geliş Tarihi: 15 Ekim 2021
Kabul Tarihi: 9 Kasım 2022*

ARTICLE INFO

Keywords

*Psychological capital,
Organizational Socialization,
Creativity,
Hotel Businesses*

Article History:

*Received: 15 October 2021
Accepted: 9 November 2022*

ÖZET

Turizm endüstrisinin emek yoğun bir endüstri olması ve tüketici ile çalışanın birebir iletişimde olması nedeniyle otel işletmeleri için hizmet kalitesinin korumasında insan kaynağının önemi ortaya çıkmaktadır. Otel işletmelerinin rekabet avantajı elde etmesinde, çalışanların yaratıcılıklarını en üst seviyede kullanabilmesi büyük önem arz etmektedir. Hizmet üretiminin genellikle soyut olması nedeniyle otel işletmelerinin fark yaratabilmesi için insan kaynağının etkin bir şekilde kullanılması önemlidir. Yaratıcılığın öncüllerinin araştırılması amacıyla oluşan bu çalışmanın amacı, çalışanların psikolojik sermaye ve örgütsel sosyalleşme düzeylerinin yaratıcılıklarına etkisinin incelenmesidir. Ayrıca, örgütsel sosyalleşme ile psikolojik sermaye arasındaki ilişki de incelenmiştir. Bu amaçla, araştırma kapsamında 302 kişiye ulaşılmış ve elde edilen veriler analize tabi tutulmuştur. Yapılan çoklu regresyon analizi sonucunda, yöneticilerin psikolojik sermaye düzeylerinin yaratıcılığı %20.1 oranında, örgütsel sosyalleşme düzeylerinin yaratıcılığı %7.6 oranında ve örgütsel sosyalleşmenin psikolojik sermayeyi %30 oranında açıkladığı sonucu elde edilmiştir.

ABSTRACT

Since the tourism industry is a labor-intensive industry and the consumer and employee are in one-to-one communication, the importance of human resources in maintaining the service quality for hotel businesses is revealed. It is important for hotel businesses to use their creativity at the highest level in order to gain competitive advantage. Since service production is generally intangible, it is important for hotel businesses to use human resources effectively in order to make a difference. The aim of this study which is investigated the antecedents of creativity is to examine the effects of employees' psychological capital and organizational socialization levels on their creativity. In addition, the relationship between organizational socialization and psychological capital was examined. For this purpose, 302 people were reached within the scope of the research and the data were analyzed. As a result of the multiple regression analysis, it was concluded that managers' psychological capital levels explained creativity by 20.1% and organizational socialization levels explained creativity by 7.6% and organizational socialization explained psychological capital by 30%.

Turizm endüstrisinin en önemli unsurlardan biri emek yoğun bir endüstri olmasıdır. Turizm endüstrisinde, tüketici ile üreticinin iç içe olması ve üretim ile tüketimin aynı anda gerçekleşmesi nedeniyle insan kaynağı önemli bir ihtiyaçtır. Dolayısıyla çalışanlar ve turistler sıklıkla iletişim halindedir. Kendini iyi hisseden bir çalışanın aynı zamanda turistlerin memnuniyetinde de etkili olabileceği düşüncesinden yola çıkılarak örgüt başarısına da katkı sağladığı düşünülebilir. Çalışanların pozitif ve iyi halleri otel işletmeleri için de önem arz etmektedir. Başka bir ifade ile çalışanların psikolojik

sermayesi ile iş performansı arasında pozitif bir ilişki olduğu (Luthans vd., 2005: 263), bu durumun da çalışanların özellikle umut, iyimserlik, iyi oluş, öz-yeterlilik ve duygusal zekâ kavramları ile ilişkili olduğu söylenebilir (Luthans, 2002a: 57). Bu nedenle otel işletmeleri için, çalışanların psikolojik sermayesinin öneminin büyük olduğu düşünülmektedir. Diğer yandan, çalışanların örgüt içerisinde diğer çalışanlar ile uyum içerisinde örgütün amaçlarına öncelik vererek çalışması önemlidir. Örgütsel sosyalleşme deneyimi yaşayan çalışanların örgüt değerlerini benimsediği ve örgüt değerleri ile kendi değerleri uyumlu hale gelen çalışanların da örgütte çalışma sürelerinin daha fazla olduğu belirtilmektedir (Chatman, 1991: 200). Bu anlamda, çalışanların örgüt içerisinde sosyalleşme ortamına sahip olması örgütün başarısı için önem arz etmektedir. Araştırmanın bir diğer çalışma konusu ise yaratıcılıktır. Örgütte yeni ve yararlı fikirlerin üretilmesinin desteklenmesi, çalışanların da kendi fikirlerini üretmesini ve geliştirmesini sağlamaktadır. Çalışanların kendi fikirlerinin uygulanacağını ve geliştirileceğini düşünmesi, örgüt içinde yaratıcılığın gelişmesini ve dolayısıyla örgütün rekabet avantajı elde edebilmesini sağlamaktadır (Oldham, 2002: 243). Bu bağlamda, yaratıcılık otel işletmeleri açısından ele alındığında ise ürün ve hizmetlerin çoğunlukla soyut olması nedeniyle yaratıcı çözüm ve uygulamaların sorunların çözümünü kolaylaştıracağı düşünülmektedir. Bu amaçla çalışmada, psikolojik sermaye, örgütsel sosyalleşme ve yaratıcılık arasındaki ilişki incelenmiştir.

1. PSİKOLOJİK SERMAYE

İnsanoğlu var olduğundan beri savaşlar, acılar, hastalıklar, ekonomik krizler gibi zor koşullar ile karşılaşmış ve zor durumlar altında yaşanan üzüntülerden uzaklaşmak için mutlu ve huzurlu bir yaşam arayışı içerisinde olmuştur. Bilimsel açıdan da mutluluğun ne olduğunun incelenmesinin yanında daha farklı bir bakış açısı getirilerek psikolojide yeni bir disiplinden bahsedilmeye başlanmıştır. Pozitif psikoloji şeklinde isimlendirilen bu kavramda, yalnızca bireylerin nasıl daha mutlu olacağı konusuna odaklanılmamış; gruplar ve toplumlar düzeyinde de mutluluğa ve gelişime ulaşılması hedeflenmiştir (Hefferon ve Boniwell, 2011, s. 2).

Genel olarak psikoloji bilimi; psikolojik rahatsızlıkları iyileştirmek, oluşabilecek psikolojik rahatsızlıkların önüne geçmek, kişilerin üstün yönlerini geliştirmek şeklinde üç temel hususa odaklanmıştır. Pozitif psikoloji ise “normal bir kişinin” nasıl olduğunu, güçlü yönlerini ve erdemlerini inceleyen bir bilim olarak belirtilmiştir (Sheldon ve King, 2001, s.216). Pozitif psikoloji kavramı ilk defa Maslow (1954)’un yazdığı “Motivasyon ve Kişilik” adlı kitabının son bölümünde “Pozitif Psikolojiye Doğru” başlığı altında incelenmiştir. Maslow bu bölümde psikoloji teriminin tekrar tanımlanması gerektiğini ve gelişme, özveri, sevgi, iyimserlik, doğallık, cesaret, kabul, memnuniyet, tevazu, şefkat ve kendini gerçekleştirme gibi “yeni” ve “önemli” psikoloji kavramlarının geliştirilmesi gereği üzerinde durmuştur (Wright, 2003, s. 437). Maslow’un “İhtiyaçlar Hiyerarşisi” modelinde de kişilerin zayıflıklarından ziyade güçlü yönlerine yoğunlaşılmasının, bir anlamda pozitif bir yaklaşımın önemi ifade edilmiştir (Bridges ve Wertz, 2009, s. 599). Maslow’un teorisinin ana konusu; motivasyon gereksinimi, kendini gerçekleştirme ve yüksek tecrübe üzerinedir (Hefferon ve Boniwell, 2011, s. 10). Ancak Abraham H. Maslow ve Carl Rogers 1960’larda pozitif psikolojiden bahsetmiş olmasına rağmen, pozitif psikoloji terimini tam olarak ilk kez 1998 yılında Amerikan Psikologlar Birliği’nin o dönemki başkanı Martin E.P. Seligman kullanmıştır (Seligman ve Csikszentmihalyi, 2000, s. 5). Psikolojinin yalnızca psikolojik hastalıklar ve zayıflıklara odaklı değil, aynı zamanda kişilerin pozitif, güçlü ve erdemli yönleri üzerinde de durması gerektiği belirtilmiştir (Seligman, 2002; Duckworth vd., 2009). Ayrıca Barbara L. Fredrickson’ın “Pozitif Duygu Genişletme ve İnşa Etme Teorisi”nde (Broaden and Build Theory) de pozitif duyguların neden göz ardı edilmemesi gerektiği açıklanmaktadır. Buna göre, pozitif duyguların bireylerin anlık zekâlarını genişlettiği ve buna dayanarak güçlü kişisel özelliklerin oluştuğu ifade edilmektedir. Bunun yanında, pozitif duyguların sorunların üstesinden gelinmesinde ve problemleri çözmeye etkili olduğu belirtilmiştir (Fredrickson, 2003, s. 332).

Literatürde pozitif psikolojinin incelenmesi ile birlikte son on yılda örgütsel düzeyde de pozitif psikoloji kavramı incelenmiştir. Pozitif örgütsel psikoloji genellikle, işyerinde psikoloji, pozitif işyeri ve pozitif örgüt gibi farklı kavramlar adı altında incelenmiştir (Martin, 2005, s. 114; Turner vd., 2002, s. 715; Wiegand ve Geller, 2004, s. 4) Pozitif örgütsel bilim, örgütsel araştırmalarda çalışılmamış ya da değer görmemiş pozitif örgütsel olguların önemini vurgulamayı amaçlamıştır. Pozitif örgütsel bilim, teorik temellidir ve akademik araştırmalar ile desteklenmiştir (Cameron ve Dutton, 2003, s. 4; Cameron ve Caza, 2004, s. 731). Pozitif psikoloji yaklaşımından etkilenen ve Luthans tarafından 2002 yılında ortaya atılan pozitif örgütsel davranış yaklaşımının diğer pozitif örgüt yaklaşımlarından farklı olmasına sebep olan özellikleri ise; (Luthans, 2002a, s.59; Luthans, 2002b, s.698; Luthans ve Youssef, 2007, s.323; Luthans vd., 2007a, s.11, Luthans ve Avolio, 2009, s.299) pozitiflik, teori ve araştırmaya dayanması, geçerli bir ölçüm aracı olması, durumsallık (state-like) özelliği ve performans etkisi şeklinde ifade edilmektedir.

Pozitif psikoloji yaklaşımın temellerinden yola çıkılarak bireylerin, pozitif değer ve özelliklerine yönelen ve psikolojik sermaye kavramı olarak adlandırılan sermaye çeşidi bu sorunları çözüme ulaştıracak yaklaşım olarak kabul edilmiştir (Luthans vd., 2004, s. 45). Psikolojik sermaye; umut, dayanıklılık, iyimserlik ve öz-yeterlilik boyutlarından oluşan bir kavramdır (Luthans vd., 2008, s. 820). Öz-yeterlilik; bireyin kendine inanması, kendini motive edebilmesi ve verilen işi başarıyla yerine getirebilme konusunda kendine olan inancını ifade etmektedir (Stajkovic ve Luthans, 1998, s. 66). Umud kavramı ise, kişiyi başarıya

noktasında harekete geçiren ve motive edici bir güç olarak açıklanmaktadır (Snyder ve Lopez, 2007, s. 189). İyimserlik kavramı, pozitif psikoloji kapsamında Seligman ve diğer psikologlar tarafından incelenmiş bir kavramdır. İyimser bir zihin yapısına sahip kişiler sadece pozitif olaylar karşısında bu olayları içsel, kalıcı ve genellenebilir şekilde algılamının yanında negatif olaylar ile karşılaştığında da bu olayları dışsal, geçici ve duruma özgü sebepler şeklinde algılamakta başka bir ifade ile içselleştirmemektedirler (Seligman, 1998, s. 207). Psikolojik dayanıklılık kavramı da, kişilerin zorlu ve riskli koşullar karşısında dahi kararlı bir bakış açısı ile verilen görev ya da sorumluluğu yerine getirebilme ve odaklanabilme kabiliyeti olarak açıklanmaktadır (Stewart vd., 1997, s. 22). Kişinin pozitif özellikleri açısından ele alınan bu kavram ile örgüt çalışanların pozitif özelliklerini performanslarına yansıtabilmesi açısından değerlendirilmesi faydalı olabilir.

2. ÖRGÜTSEL SOSYALLEŞME

Çalışmanın bir diğer konusu olan örgütsel sosyalleşmeden bahsetmeden önce sosyalleşme kavramını açıklamak yararlı olacaktır. Sosyalleşme, bireylerin toplumun değer yargılarına göre hareket etmesini ve sosyal hayattaki farklı rolleri yerine getirmesini ifade etmektedir. Sosyalleşme ile bireyler toplum ve grup normlarına göre bir sosyal düzen içerisinde yaşamaktadır (O'Sullivan, 1997, s. 220). Örgüt içerisindeki sosyalleşme ise toplumsal sosyalleşmeye benzer şekilde çalışanların kendilerine verilen rollere uyum sağlamasını ve bu doğrultuda yetenek ve becerilerini geliştirmesini ifade etmektedir. Örgütlerin başarılı olması, birbiri ile uyumlu çalışan örgüt üyelerine bağlıdır. Dolayısıyla, örgütlerin sosyalleşmeleri örgüt performansını etkilemekte ve rekabet avantajı açısından önemli bir rol oynamaktadır. Pascale (1985, s. 27) örgütsel sosyalleşmeyi, çalışanların kendilerini grubun bir parçası olarak hissetmesi ve örgüt içerisinde nasıl iletişim kurulacağını ve etkileşim içine gireceğini ifade ettiğini belirtmiştir. Bunun yanında Taormina (2004, s. 77) örgütsel sosyalleşmenin örgüt kültürüne uygun şekilde davranılmasını ve örgüt tarafından kabul edilen hal ve tutum içerisinde olunması gerektiğini ifade etmiştir. Sosyalleşme belirli bir zamanı ifade etmemekte, ömür boyu devam eden bir süreci içermektedir. Sosyalleşme ile çalışanlar örgüt ile bütünleşmektedir (Balcı, 2003, s. 5).

Örgütsel sosyalleşme araştırmaları genellikle iki temel grupta toplanmıştır. İlk grup sosyalleşme süreçleri araştırmalarından oluşmakta ve genellikle sosyalleşme aşamaları ile ilgilidir (Chao vd., 1994, s. 730; Balcı, 2003, s. 44). Sosyalleşme süreçleri araştırmalarında örgüte yeni katılanların örgütün bir parçası olma aşamaları daha çok incelenmiştir (Feldman, 1976; Louis, 1980; Reichers, 1987; Van Maanen ve Schein, 1977).

Örgütsel sosyalleşme boyutları örgüt geçmişi, örgüt dili, örgütün geçmişi ve politikaları, örgütsel hedef ve değerler ve performans yeterliliği şeklindedir. Örgüt geçmişi, çalışanların gelenekleri ve göreneklere benimsemesini; örgüt dili boyutu örgüt tarafından kullanılan ve bazı terim ve kısaltmaların çalışanlar tarafından bilinmesini; örgüt politikası çalışanların sosyalleşmeleri ile birlikte örgüt davranışlarının bilinmesini; örgütteki kişiler boyutu çalışanların örgüt içinde belirli bir grup ya da bölüme bağlı hissetmesini ve bu sebeple bağlı olduğu kişiler ile iyi ilişkiler kurmayı; örgütsel hedef ve değerlerin çalışanların bunları benimsemesini ve bu doğrultuda çalışmasını; performans yeterliliği ise verilen görevleri yerine getirebilme kabiliyetleri edinmeyi ifade etmektedir (Chao vd., 1994, s. 732). Örgütler, tüm çalışanların rollerini ve sorumluluklarını yerine getirerek örgütsel sosyalleşmelerini sağlamak için bu ve benzeri yöntemleri uygulamaktadır (Van Maanen ve Schein, 1977, s. 37; Ashford, 1986, s. 469; Allen ve Meyer, 1990, s. 847; Hart, 1991, s. 453; Kartal, 2007, s. 19).

3. YARATICILIK

Yaratıcılık kavramı, yeni (özgün ve beklenmedik) ve uygun (yararlı, görev kısıtlamalarına uyumlu) çalışmalar üretme şeklinde tanımlanmıştır (Sternberg ve Lubart, 1999, s. 3). Entelektüel meraka sahip olma ile açık fikirli olmanın yaratıcı ve özgünlük üzerinde etkili olduğu belirtilmiştir (Dollinger vd., 2004, s. 45; Feist, 1998, s. 298; George ve Zhou, 2001, s. 520). Higgins ve Morgan (2000, s. 118) ise yaratıcılığı, var olan fikir ya da uygulamaların yeni ve pratik fikirler ile ele alınması şeklinde ifade etmişlerdir. Yaratıcılık sosyal yaşamda önemli olduğu kadar örgüt başarısı için de önem arz etmektedir. Yaratıcılık örgütün devamlılığının sağlanmasında ve örgütsel yeniliklerin gelişmesinde etkilidir (Florida, 2002, s. 16; Shalley vd., 2004, s. 933). Oldham ve Cummings, (1996, s. 626) ile Zhou ve Oldham (2001, s. 162) yaratıcı yöneticilerin çalışan yaratıcılığına da katkıda bulunduğunu belirtmiştir. Örgütlerin sorunlara yönelik çözüm sağlayıcı olmasında yaratıcı çalışanlar son derece önemlidir. Yaratıcılık zihinsel bir süreç olup bireyin bilgi birikimine de bağlı olduğu için örgütler açısından yaratıcı insan kaynağına sahip olmak önemli bir unsurdur. Örgüt ortamında, çalışanların ve yöneticilerin birbirlerini desteklemesi sonucu daha özgür bir ortam yaratılacağından, yaratıcı fikir ve çözümlerin geliştirilmesi kolaylaşacak ve örgütün yararına faaliyetler yürütülecektir (Oldham, 2002, s. 243).

Bir örgütün başarılı olmasındaki önemli nokta yeni gelişmelere karşı uyum sağlayabilmesidir. Bunun içinde yeni ve özgün fikirleri içeren yaratıcı uygulamaların doğru bir şekilde değerlendirilmesi ve fırsata çevrilmesi önemlidir. Yaratıcılık, kişilik özellikleri, sosyal çevre, iş çevresi gibi çeşitli unsurlardan etkilenmektedir (Wong ve Pang, 2003, s. 29). Yaratıcılığı engelleyen unsurların ise bireysel, örgütsel ve toplumsal düzeyde olabileceği belirtilmiştir. Kişilerin alışkanlıkları, kültürel değerleri, gelenekleri, duyguları gibi unsurlar nedeniyle yaratıcılığın engellenebileceği ifade edilmiştir (Davis, 1999, s. 166). Örgüt

düzeyinde yaratıcılığı engelleyen unsurlarda ise zaman baskısı, değerlendirme, mevcut durum ve politik sorunlar gibi faktörlerden bahsedilmiştir (Amabile ve Grysiewicz, 1989, s.237). Son olarak hayal etmenin zaman kaybı olarak benimsenmesi, sorunların çözümünde tek bir doğrunun olduğu düşüncesi, sezgisel davranmanın mantık dışı olduğu ve yaratıcı olmak için yapılanların çocukca sayılması gibi unsurların yaratıcılığı engelleyen toplumsal faktörler arasında yer aldığı belirtilmiştir (Ford, 1996, s. 1131).

4. ARAŞTIRMA DEĞİŞKENLERİ ARASINDAKİ İLİŞKİLER VE ARAŞTIRMA HİPOTEZLERİ

Örgütsel sosyalleşme ile ilgili araştırmalarda genellikle kişinin örgüte uyum sağladığı süreçler açısından incelenmiş ve çalışanların rol açıklığı, iş tutumları, iş performansı üzerine odaklanılmıştır (Bauer vd., 2007, s. 707; Saks vd., 2007, s. 415). Sosyalleşmenin bir uyum süreci olduğu göz önüne alındığında, örgüte yeni katılanlardan eski örgüt üyelerine kadar örgütteki çeşitli pozisyonlardaki her bir kişinin yeni ve özgün öneriler ve yaklaşımlar getirmesi de örgüt açısından son derece önemlidir (Harris vd., 2014, s. 599). Formel ve informal sosyalleşme süreçlerinin sonucunda çalışanlar tarafından örgüt kültürüne uygun davranışların benimsenmesi sağlanmaktadır (Louis, 1980; s. 232). Bunun yanında, örgütsel sosyalleşmede formel bir sosyalleşme statükocu bir yapı iken, buna karşılık informal sosyalleşme ise daha çok yaratıcı fikirlerin ve yeniliklerin uygulanmasına yol açmaktadır (Jones, 1986, s. 264-266; Van Maanen ve Schein, 1977, s. 30-31). Eğer çalışanlar örgüte katılmaları ile birlikte sosyalleşme sürecini sağlıklı bir şekilde yerine getirir ve yeni, özgün fikirlerini dile getirebileceği bir örgüt ortamına sahip olurlar ise çalışanların yaratıcılıklarını ve karar alma yetkilerini kullanabilecekleri unutulmamalıdır (Van vd., 2003, s. 1371). Başka bir ifade ile yaratıcılığın desteklendiği bir örgüt kültüründe yeni ve eski çalışanların örgütsel sosyalleşmeleri kolaylaşacaktır (Tesluk vd., 1997, s. 37). Sosyalleşme, yeni gelen çalışanların yeni bir yaklaşıma sahip olması ile birlikte koruyucu bir tutum sergilemelerini de sağlamaktadır (Ashforth ve Saks, 1996, s. 171). Ayrıca daha yaratıcı takımların iş arkadaşları ile iş sırasında ve iş dışında daha çok sosyalleştikleri tespit edilmiştir (Gilson ve Shalley, 2004).

H1: Yöneticilerin örgütsel sosyalleşme düzeyleri arttıkça yaratıcılıkları artmaktadır.

H1a: Yöneticilerin performans yeterliliği arttıkça yaratıcılıkları artmaktadır.

H1b: Yöneticilerin örgütteki kişilerle ilişkisi arttıkça yaratıcılıkları artmaktadır.

H1c: Yöneticilerin örgüt politikası algıları arttıkça yaratıcılıkları artmaktadır.

H1d: Yöneticilerin örgüt dili arttıkça yaratıcılıkları artmaktadır.

H1e: Yöneticilerin örgütsel hedef ve değerleri arttıkça yaratıcılıkları artmaktadır.

H1f: Yöneticilerin örgüt geçmişi bilgileri arttıkça yaratıcılıkları artmaktadır.

Örgütlerin rekabet üstünlüğü sağlamasında yaratıcı çalışanlar büyük ölçüde etkilidir (Oldham ve Cummings, 1996, s. 607). Psikolojik sermayenin ise yaratıcılığı etkileyen motivasyonel mekanizmalardan biri olduğu ifade edilmiştir. Çünkü, umudu yüksek bireyler güçlü bir irade ve motivasyona sahip olmasının yanında amaçlarına ulaşmak için yol belirleme ve uygulama yeteneğine de sahiptir (Sweetman vd., 2011, s. 6). Rego ve arkadaşları da (2012b) yaptıkları çalışmada otantik liderliğin, çalışanların yaratıcılığını teşvik ettiğini tespit etmişlerdir. Çünkü çalışanlar olumlu etkiler yaşayarak umut geliştirmekte ve böylelikle yaratıcılıkları etkilenmektedir. Başka bir ifade ile, yüksek düzeyde psikolojik sermayeye sahip çalışanlar, daha az denetime ihtiyaç duymakta ve günlük işler için liderlere daha az bağımlı kalmaktadır. Dolayısıyla daha özgür hissederek yaratıcılıklarının artması mümkün olmaktadır (Gupta ve Singh, 2014, s. 1388). Ayrıca, iyimserliğin, yaratıcılık ve pozitiflik oranı ile arasında pozitif bir ilişki varken negatif etki ile negatif bir ilişki olduğu belirtilmiştir. İyimser çalışanlar, hayatlarındaki olumlu olayların bilincindedir. Dahası başarıların arkasındaki kişisel nedenlerin gelecekte de var olmaya devam edeceğine inanan çalışanlar, gelecekteki hedefleri gerçekleştirmek daha fazla motive olmaktadır. (Rego vd., 2012a, 248). Sahip olunan olumlu duygular, çalışanların dikkat kapsamını ve biliş kapsamını (sorunla ilgili olarak ele alınan öğelerin kapsamını artırarak) genişletebilmekte ve böylelikle yaratıcı olma olasılıkları artmaktadır. (Rego vd., 2012b, s.432). Bunun yanında, yüksek bir iyi oluşa sahip çalışanların daha esnek olması sorunları daha iyi çözebilmesine ve daha fazla yaratıcı olabilmesine olanak kılmaktadır. Dolayısıyla, iyimserlik ile yaratıcılık arasında güçlü bir pozitif ilişki olduğu belirtilmiştir (Tamannaefar ve Motaghedifard, 2014).

H2: Yöneticilerin psikolojik sermaye düzeyleri arttıkça yaratıcılıkları artmaktadır.

H2a: Yöneticilerin öz yeterliliği arttıkça yaratıcılıkları artmaktadır.

H2b: Yöneticilerin umudu arttıkça yaratıcılıkları artmaktadır.

H2c: Yöneticilerin iyimserliği arttıkça yaratıcılıkları artmaktadır.

H2d: Yöneticilerin psikolojik dayanıklılığı arttıkça yaratıcılıkları artmaktadır.

Örgütsel sosyalleşmenin insani özellikleri ile psikolojik sermayenin örgüt başarısı için önemli faktörler arasında olduğu vurgulanmaktadır (Saks ve Gruman, 2010, s.24). Örgütsel sosyalleşme, çalışanın kendine güvendiği, uygun iş tutumları geliştirdiği, sağlıklı ilişkiler kurduğu ve gelecek için daha fazla umut geliştirdiği bir etki yaratmaktadır. Böylece, örgütsel sosyalleşme, çalışanın psikolojisi üzerinde büyük ve olumlu bir etki yaratmakta ve çalışanlara çok daha açık ve rahat bir örgütsel iklim oluşturmaktadır (Yang ve Lan, 2009, s.3). Psikolojik ihtiyaçların karşılanması, sosyalleşme sırasında psikolojik ve motivasyonel bir süreç olarak nitelendirilmektedir. İhtiyaçların karşılanması psikolojik bir süreç ve aktivasyon kaynağıdır. Başka bir ifade ile, psikolojik sermaye, sosyalleşme sırasında ihtiyaçların karşılanmasının psikolojik bir sonucudur (Lacaze ve Bauer, 2014, s.60). Bu bilgiler ışığında, araştırmanın hipotezleri şu şekilde kurulmuştur:

H₃: Yöneticilerin örgütsel sosyalleşme düzeyleri arttıkça psikolojik sermayeleri artmaktadır.

H_{3a}: Yöneticilerin performans yeterliliği arttıkça psikolojik sermayeleri artmaktadır.

H_{3b}: Yöneticilerin örgütteki kişilerle ilişkisi arttıkça psikolojik sermayeleri artmaktadır.

H_{3c}: Yöneticilerin örgüt politikası algıları arttıkça psikolojik sermayeleri artmaktadır.

H_{3d}: Yöneticilerin örgüt dili arttıkça psikolojik sermayeleri artmaktadır.

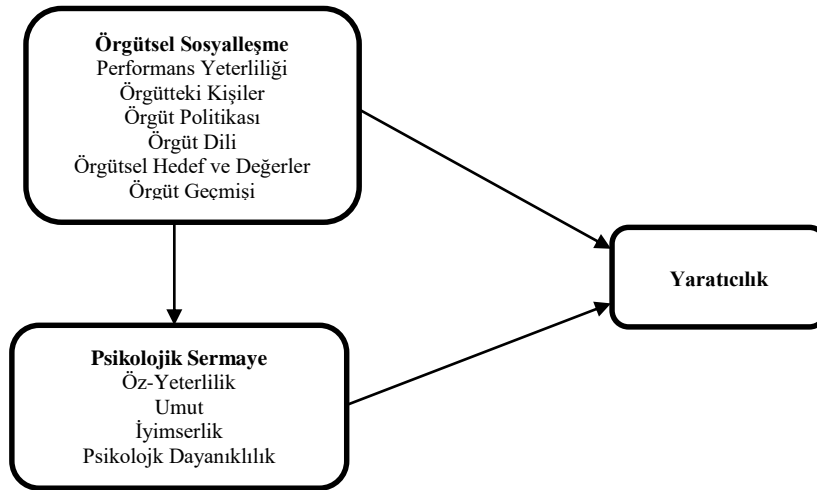
H_{3e}: Yöneticilerin örgütsel hedef ve değerleri arttıkça psikolojik sermayeleri artmaktadır.

H_{3f}: Yöneticilerin örgüt geçmişi bilgileri arttıkça psikolojik sermayeleri artmaktadır.

5. YÖNTEM

5.1. Araştırmanın Amacı, Evreni ve Örneklemi

Turizm endüstrisinde hizmet kalitesinin iyileştirilmesi ve dolayısıyla rekabet avantajı elde edilmesinde insan kaynağı büyük rol oynamaktadır. Bu anlamda, yöneticilerin pozitif yönlerinin ve güçlü özelliklerinin başka bir ifade ile psikolojik sermayelerinin de işi başarımlarında etkili olduğu düşünülmektedir. Yöneticilerin, çalışanları ve diğer yöneticiler ile birlikte sağlıklı bir şekilde sosyalleşmeyi başarabilmesinde da işin yapılması, özgün ve yaratıcı fikirlerin üretilmesi ve performansın artmasında önem arz etmektedir. Bunun yanında, örgüt içerisindeki sosyalleşme süreçlerinin karşılandığı bir ortamda çalışanların psikolojik sermaye kapasitelerinin oluşması kolaylaşmaktadır. Bu hususlar ışığında bu çalışmada, otel işletmelerinin farklı kademelerinde bulunan yöneticilerinin psikolojik sermayeleri ve örgütsel sosyalleşme düzeylerinin yaratıcılıklarına etkisi ve örgütsel sosyalleşmenin psikolojik sermayeye etkisi incelenmiştir. Ayrıca örgütsel sosyalleşmenin psikolojik sermaye üzerindeki etkisi araştırılmıştır. Bu anlamda, araştırma kapsamında oluşturulan model Şekil 5.1 'de sunulmuştur.



Şekil 5. 1. Araştırma Modeli

Araştırmada nicel araştırma yöntemi kullanılmış olup veri toplama yöntemi olarak anket seçilmiştir. Anket toplam dört bölüm ve 83 sorudan oluşmaktadır. İlk bölümde katılımcıların demografik bilgilerini içeren 14 soru bulunmaktadır. Anketin diğer bölümlerinde ise sırasıyla yaratıcılık, örgütsel sosyalleşme ve psikolojik sermaye ölçekleri yer almaktadır. Yaratıcılıklarının ölçülmesi amacıyla Rice (2006) tarafından geliştirilen çalışan yaratıcılığı davranışı ölçeğinden yararlanılmıştır. Rice'in (2006) çalışan yaratıcılığı ölçeğinin oluşturulmasında; Ganesan ve Weitz (1996), Amabile vd. (1996), Mumford ve Gustafson (1988),

Oliver ve Anderson (1994) çalışmalarından yararlanılmıştır. Ölçek 11 maddeden oluşmakta ve 5'li Likert derecelemeye tabi tutulmuştur. Üçüncü bölümde Chao ve arkadaşları (1994) tarafından geliştirilen örgütsel sosyalleşme ölçeği kullanılmıştır. Ölçek; performans yeterliliği, örgütteki kişiler, örgüt politikası, örgüt dili, örgütsel hedef ve değerler, örgüt geçmişi boyutlarından oluşmaktadır. Ölçek, otuz dört maddeden oluşan ölçek 5'li Likert derecelendirilmesi şeklindedir. Dördüncü bölümde Luthans ve arkadaşları tarafından (2007) geliştirilen 24 maddelik psikolojik sermaye ölçeği kullanılmıştır. Psikolojik sermaye ölçeği; Snyder ve arkadaşları (1996) tarafından geliştirilen umut, Scheier ve Carver (1985) tarafından geliştirilen iyimserlik, Parker (1998) tarafından geliştirilen öz-yeterlilik ve Wagnild ve Young (1993) tarafından geliştirilen psikolojik dayanıklılık ölçeklerinden derlenmiştir. Ölçek; umut, iyimserlik, öz-yeterlilik ve dayanıklılık boyutlarından oluşmaktadır.

Araştırmanın evrenini Antalya- Alanya ilçesinde faaliyet gösteren Kültür ve Turizm Bakanlığı belgeli dört ve beş yıldızlı otel işletmeleri yöneticileri oluşturmaktadır. Yönetici kademesinin seçilme nedeni, otel işletmelerinde genellikle alt kademelere inildikçe verilen görevi yerine getirmenin dışında problem çözme ve karar alma yetkilerinin azaldığı düşüncesidir. Araştırmada dört ve beş yıldızlı otellerin seçilmesinin nedeni ise bu otellerin kurumsallaşmış bir yönetime sahip olduğu varsayımdır. Araştırmada evreni oluşturan otellerde çalışan genel müdür, departman müdürü, departman müdür yardımcısı ve şeflerin sayısına ulaşılabilecek herhangi bir kaynak bulunamamıştır. Evrenin belirlenebilmesi için dört ve beş yıldızlı on otelin insan kaynakları departmanından bilgi alınmıştır. Elde edilen bilgilere göre, beş yıldızlı otel işletmelerinde genellikle ön büro, yiyecek içecek, insan kaynakları, muhasebe, satış pazarlama, kat hizmetleri, teknik ve güvenlik departmanlarının bulunduğu, dört yıldızlı otel işletmelerinde de genellikle ön büro, yiyecek içecek, muhasebe ve kat hizmetleri ve teknik departmanlarının bulunduğu anlaşılmıştır. Bu doğrultuda dört ve beş yıldızlı otel işletmelerinde yüksek sezonda ortalama 20 yöneticinin bulunduğu tahmin edilmektedir. Araştırmaya katılan 48 otel işletmesinden tesadüfi olarak 302 yöneticiye ulaşılmıştır. Sekaran'ın (1992, s.253) evren hacminin büyüklüğüne karşılık gelen örneklem büyüklüğünü gösteren tabloya göre araştırmanın örneklem büyüklüğünün 1.400 kişilik bir evreni temsil edecek bir gücü olduğunu söylemek mümkündür.

Araştırmada otel yöneticilerinin psikolojik sermayeleri ve örgütsel sosyalleşme düzeylerinin yaratıcılıklarına olan etkisini incelemek için korelasyon ve regresyon analizi uygulanmış ve elde edilen sonuçlar bir sonraki bölümde sunulmuştur.

5.2. Bulgular

Araştırmaya katılan çalışanların demografik özelliklerine ilişkin bilgiler tablo 5.1'de sunulmuştur. Buna göre, katılımcıların % 29,5'i kadın, % 70,5'i erkektir. Yaş aralığına bakıldığında ise, % 14,9'u 30 ve altı, % 38,7'si 31-37 yaş aralığında, % 24,5'i 38-44 yaş aralığında, % 21,9'u 45 ve üzeri yaşındadır. Medeni durum açısından % 56'sı evli, % 44'ünün bekârdır. Eğitim durumlarına bakıldığı zaman % 0,3'ü ilkokul, % 2'si ortaokul, % 46'sı lise, % 18,9'u ön lisans ve % 2,8'i lisans mezunudur. Ankette yer alan "Turizm eğitimi aldınız mı?" sorusuna katılımcıların % 36,8'i "Evet" cevabını verirken "Hayır" cevabını verenlerin oranı % 63,2'dir. Bunun yanında, çalışanların % 29,8'i ön büro, % 22,2'si yiyecek içecek, % 17,2'si muhasebe, % 9,9'u kat hizmetleri, % 8,6'sı satış pazarlama, % 6'sı yönetim, % 4,3'ü insan kaynakları, % 2'si diğer departmanlarda çalışmaktadır. Diğer bulgular ile ilgili sonuçlar tablo 5.1'de detaylı bir şekilde yer almaktadır.

Tablo 1. Katılımcıların Demografik Bilgileri

Değişken	f	%	Değişken	f	%
Yaş			Yıllık Çalışma Düzeni		
30 ve altı	45	14,9	Sezonluk	86	28,5
31-37	117	38,7	12 Ay	216	71,5
38-44	74	24,5	Günlük Çalışma Düzeni		
45 ve üzeri	66	21,9	Normal Mesai	237	78,5
Cinsiyet			Vardiyalı	65	21,5
Kadın	89	29,5	Mesaiye Kalma		
Erkek	213	70,5	Evet	206	68,2
Medeni Durum			Hayır	96	31,8
Evli	169	56	Toplam Çalışma Tecrübesi		
Bekâr	133	44	7 ve altı yıl	50	16,6
Eğitim			8-14 yıl	99	32,8
İlkokul	1	0,3	15-21 yıl	101	33,4
Ortaokul	6	2	22 ve üzeri yıl	52	17,2
Lise	139	46	İşletmedeki Çalışma Süresi		
Ön lisans	57	18,9	2 ve altı yıl	137	45,4
Lisans	99	32,8	3-5 yıl	106	35,1
Turizm Eğitimi Alma			6 ve üzeri yıl	59	19,5
Evet	111	36,8	Çalışılan Otelin Yıldızı		
Hayır	191	63,2	5 Yıldız	190	62,9
Gelir			4 Yıldız	112	37,1
1000 TL ve altı	9	3	Çalışılan Departman		
1001 TL- 2000 TL	149	49,3	Yönetim	18	6
2001 TL- 3000 TL	112	37,1	Muhasebe	52	17,2

3001 TL ve üzeri	32	10,6	Yiyecek İçecek	67	22,2
Yöneticilerin Pozisyonu			Kat Hizmetleri	30	9,9
Genel Müdür	14	4,6	Ön Büro	90	29,8
Departman Müdürü	121	40,1	Satış Pazarlama	26	8,6
Dept. Müdür Yardımcısı	81	26,8	İnsan Kaynakları	13	4,3
Şef	86	28,5	Diğer	6	2

5.1.1. Ölçeklerin Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Güvenilirlik, ölçülmek istenen şeyin tutarlı ve istikrarlı bir şekilde ölçülebilmesidir (Peter, 1979, s.6). Ölçeklerin güvenilirliği için Cronbach's Alfa (α) değeri kullanılmıştır. Tablo 5.2'de görüleceği üzere psikolojik sermaye, örgütsel sosyalleşme ve yaratıcılık ölçeklerinin Cronbach's Alfa değerleri verilmiştir. Psikolojik sermaye ölçeğinin Cronbach's Alfa değerinin 0,870 olduğu görülmektedir. Ölçeğin faktörlerinin güvenilirliklerinin de yüksek ya da kabul edilebilir düzeyde olduğu söylenebilir. Örgütsel sosyalleşme ölçeğinin Cronbach's Alfa (α) değeri ise 0,801 olduğu görülmektedir. Ölçeğin alt faktörlerinin güvenilirliklerinin de güvenilir düzeyde olduğu söylenebilir. Yaratıcılık ölçeği tek faktörden oluşmakta ve Cronbach's Alfa (α) değerinin 0,770 olduğu anlaşılmaktadır. Analiz sonucunda Alfa (α) katsayısına bağlı olarak ölçekler güvenilir çıkmıştır.

Tablo 2. Ölçeklerin Güvenilirlik Tablosu

Ölçekler	A.O.	Alfa
Öz-yeterlilik	4,924	0,834
İyimserlik	4,479	0,862
Psikolojik Dayanıklılık	4,691	0,783
Performans Yeterliliği	4,268	0,751
Örgütteki Kişiler	3,876	0,749
Örgüt Politikası	4,126	0,630
Örgüt Dili	4,341	0,620
Örgütsel Hedef ve Değerler	4,127	0,674
Örgüt Geçmişi	4,097	0,624
Psikolojik Sermaye	4,649	0,870
Örgütsel Sosyalleşme	4,130	0,801
Yaratıcılık	4,033	0,770

5.1.2. Korelasyon Analizi

Korelasyon analizi, iki veya daha fazla değişken arasındaki doğrusal ilişkiyi incelemek ve bu ilişkinin derecesini ölçmek için kullanılan bir yöntemdir (Kalaycı, 2010, s.115). Çalışmanın bağımsız ve bağımlı değişkenleri arasındaki ilişkiyi gösteren korelasyon analizleri sonuçlarına bu bölümde yer verilmiştir.

Tablo 3. Korelasyon Analizi Tablosu

	ÖY	UT	PD	İY	ÖG	ÖD	ÖP	ÖK	ÖH	ÖP	YT
Öz-yeterlilik (ÖY)	1										
Umut (UT)	,467**	1									
Psikolojik Dayanıklılık (PD)	,140*	,308**	1								
İyimserlik (İY)	,237**	,396**	,380**	1							
Örgüt Geçmişi (ÖG)	,295**	,193**	,225**	,095	1						
Örgüt Dili (ÖD)	,095	,200**	,293**	,236**	,205**	1					
Örgütsel Politika (ÖP)	,229**	,231**	,227*	,137*	,169**	,125*	1				
Örgütsel Kişiler (ÖK)	,152**	,247**	,219**	,172*	,249**	,138*	,154**	1			
Örgütsel Hedef ve Değerler (ÖH)	,309**	,255**	,346**	,264**	,262**	,246**	,220**	,225**	1		
Örgütsel Performans (ÖP)	,195**	,202**	,188**	,179**	,256**	,130*	,159**	,231**	,117*	1	
Yaratıcılık (YT)	,303**	,406**	,256**	,256**	,176**	,191**	,183**	,083	,159**	,135*	1

**Korelasyon 0.01 düzeyinde anlamlıdır (two tailed-çift kuyruklu).

* Korelasyon 0.05 düzeyinde anlamlıdır (two tailed- çift kuyruklu).

Tablo 5.3'te psikolojik sermayenin ölçeği ve örgütsel sosyalleşme ölçeğinin boyutları ile yaratıcılık arasındaki ilişkiler korelasyon analizi sonucu verilmiştir. Analiz sonucunda en yüksek ve anlamlı ilişkinin umut ve öz yeterlilik (r:0,467, p<0,01) ile umut ve yaratıcılık arasında (r:0,406, p<0,01) olduğu anlaşılmaktadır. Psikolojik sermaye boyutları ve yaratıcılık arasındaki ilişki incelendiğinde yaratıcılığın, öz yeterlilik (r:0,303, p<0,01), umut (r:0,406, p<0,01), psikolojik dayanıklılık (r:0,256, p<0,01) ve iyimserlik (r:0,256, p<0,01) boyutları ile arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Örgütsel sosyalleşme boyutları olan örgüt geçmişi (r:0,176, p<0,01), örgüt dili (r:0,191, p<0,01), örgütsel politika (r:0,183, p<0,01), örgütsel hedef ve değerler (r:0,159, p<0,01) ve örgütsel performans (r:0,135, p<0,01) ile yaratıcılık arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu ancak örgütsel kişiler ile yaratıcılık (r:0,083, p>0,05) arasında anlamlı bir ilişkinin olmadığı anlaşılmaktadır. Bunun yanında, örgütsel sosyalleşme ve psikolojik sermaye boyutları arasındaki ilişkide en yüksek ve anlamlı ilişkinin örgütsel hedef ve değerler ile psikolojik dayanıklılık (r:0,346, p<0,01) arasında olduğu görülmektedir. Yapılan korelasyon analizi

sonucunda düşük düzeyde ilişkiler açıklanmasına rağmen psikolojik sermaye, örgütsel sosyalleşme ve yaratıcılık arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu ortaya çıkmıştır.

5.1.2. Regresyon Analizi

Araştırma hipotezlerini test etmek amacıyla regresyon analizi yapılmıştır. Modelde çoklu doğrusal bağlantı probleminin olup olmadığının belirlenmesi için VIF değerleri incelenmiştir. VIF değerinin 10'dan küçük olması beklenmektedir (Hair vd., 2010, s.200). Bu durumda, VIF değerleri incelendiğinde çoklu doğrusal bağlantı probleminin olmadığı görülmektedir. Ayrıca, modelde oto-korelasyon probleminin olup olmadığını test etmek için Durbin-Watson değerinin 1 ve 3 arasında değişen bir değer olması gerekmektedir (Field, 2009, s.237). Modelde, VIF değerlerinin 10'dan küçük olduğu ve çoklu doğrusal bağlantı probleminin olmadığı anlaşılmaktadır. Ayrıca, Durbin-Watson değerinin 2,26 olduğu görülmekte ve otokorelasyon sorununun olmadığı görülmektedir. Tablo 5.4'teki analiz sonuçlarına göre bağımsız değişken olan örgütsel sosyalleşmenin boyutlarından; örgütsel dil (B: 0,124; p:0,010), örgüt politikası (B: 0,125; p: 0,011) ve örgüt geçmişi (B: 0,097; p: 0,036) değişkenlerinin yaratıcılık değişkenini açıklama düzeyi istatistikî açıdan anlamlıdır (R2: 0,076, F: 8,148, p1: 0,000). Bunun yanında performans yeterliliği (B: 0,068; p: 0,243), örgütteki kişiler (B: 0,011; p: 0,853) ve örgütsel hedefler ve değerler (B:0,069; p: 0,251) boyutlarının yaratıcılık değişkeni üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır. Söz konusu değişkenlerin, yaratıcılığı % 7 oranında açıkladığı bulgusuna ulaşılmıştır. Bu durumda, H_{1c}, H_{1d} ve H_{1f} hipotezleri kabul edilmiş ancak H_{1a}, H_{1b}, H_{1e} hipotezleri reddedilmiştir. Dolayısıyla, H₁ hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 4. Örgütsel Sosyalleşme Boyutları ile Yaratıcılık Arasındaki Regresyon Tablosu

Bağımsız Değişkenler	Beta	t Değerinin Anlamlılık Düzeyi	VIF Değeri
Sabit Değer	2,577	0,000	
Örgütsel Dil	0,124	0,010	1,10
Örgüt Politikası	0,125	0,011	1,08
Örgüt Geçmişi	0,097	0,036	1,19
Performans Yeterliliği	0,068	0,243	1,12
Örgütteki Kişiler	0,011	0,853	1,14
Örgütsel Hedef ve Değerler	0,069	0,251	1,17
R2	F	F Değerinin Anlamlılık Düzeyi	Durbin-Watson
0,076	8,148	0,000	2,26

Tablo 5.5'te psikolojik sermaye ve yaratıcılık arasındaki ilişkiyi belirlemek için yapılan regresyon analizine göre, umut (B: 0,198; p: 0,000), psikolojik dayanıklılık (B: 0,105; p:0,008) ve öz-yeterlilik (B: 0,099, p:0,013) değişkenlerinin bağımlı değişken olan yaratıcılık değişkenini açıklama düzeyi istatistikî açıdan anlamlı olduğu anlaşılmaktadır (R2: 0,201, F: 24,950, p:0,000). Söz konusu değişkenlerin, bağımlı değişken olan yaratıcılık düzeyini %20,1 oranında açıkladığı bulgusuna ulaşılmıştır. Ancak psikolojik sermayenin iyimserlik boyutunun (B: 0,065; p: 0,273) yaratıcılık üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır. Modelde, Durbin-Watson değerinin 2,40 olduğu ve otokorelasyon probleminin olmadığı görülmektedir. VIF değerlerinin 10'dan küçük olduğu ve çoklu doğrusal bağlantı probleminin olmadığı anlaşılmaktadır. Bu sonuçlara göre, H_{2a}, H_{2b} ve H_{2d} hipotezleri kabul edilmiş olup H_{2c} hipotezi reddedilmiştir. Dolayısıyla H₂ hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 5. Psikolojik Sermaye Boyutları ile Yaratıcılık Arasındaki Regresyon Analizi

Bağımsız Değişkenler	Beta	t Değerinin Anlamlılık Düzeyi	VIF Değeri
Sabit Değer	2,164	0,000	
Umut	0,198	0,000	1,48
Psikolojik Dayanıklılık	0,105	0,008	1,21
Öz-yeterlilik	0,099	0,013	1,28
İyimserlik	0,065	0,273	1,30
R2	F	F Değerinin Anlamlılık Düzeyi	Durbin-Watson
0,201	24,950	0,000	2,40

Tablo 5.6'daki analiz sonuçlarına göre bağımsız değişken olan örgütsel sosyalleşmenin boyutlarından; örgütsel dil (B: 0,148; p:0,004), örgüt politikası (B: 0,158; p: 0,002), performans yeterliliği (B: 0,144; p: 0,005), örgütteki kişiler (B: 0,117; p: 0,024) ve örgütsel hedef ve değerler (B: 0,279; p: 0,000) değişkenlerinin bağımlı değişken olan psikolojik sermaye değişkenini açıklama düzeyi istatistikî açıdan anlamlı olduğu anlaşılmaktadır (R2: 0,302, F: 21,625, p:0,000). Bunun yanında örgüt geçmişi boyutunun (B: 0,093; p: 0,079), psikolojik sermaye değişkeni üzerinde anlamlı bir etkisi bulunmamıştır. Söz konusu değişkenlerin, yaratıcılığı %30 oranında açıkladığı bulgusuna ulaşılmıştır. Ayrıca modelde, VIF değerlerinin 10'dan küçük olduğu ve çoklu doğrusal bağlantı probleminin olmadığı anlaşılmaktadır. Durbin-Watson değerinin 1,73 olduğu görülmekte ve otokorelasyon sorununun olmadığı görülmektedir. Bu sonuçlar doğrultusunda, H_{3a}, H_{3b}, H_{3c}, H_{3d}, H_{3e} hipotezleri kabul edilmiş ancak H_{3f} hipotezi reddedilmiştir. Buna göre H₃ hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

Tablo 6. Örgütsel Sosyalleşme Boyutları ile Psikolojik Sermaye Arasındaki Regresyon Analizi

Bağımsız Değişkenler	Beta	t Değerinin Anlamlılık Düzeyi	VIF Değeri
Sabit Değer	1,445	0,000	
Örgütsel Dil	0,148	0,004	1,10
Örgüt Politikası	0,158	0,002	1,08
Örgüt Geçmişi	0,093	0,079	1,19
Performans Yeterliliği	0,144	0,005	1,12
Örgütteki Kişiler	0,117	0,024	1,14
Örgütsel Hedef ve Değerler	0,279	0,000	1,17
R2	F	F Değerinin Anlamlılık Düzeyi	Durbin-Watson
0,305	21,625	0,000	1,736

6. SONUÇ

Örgütlerin varlığını sürdürmeleri ve rekabet edebilmelerinde en önemli hususlarından biri insan kaynağı olarak kabul edilmektedir. Turizm endüstrisinin emek yoğun özelliği düşünüldüğünde de otel işletmeleri açısından insan kaynağının önemi yadsınamaz bir gerçektir. Bu nedenle otel işletmelerin operasyonlarını ve hizmet kalitelerini sürdürebilmeleri için güçlü pozitif ve yaratıcı özelliklere sahip çalışanların örgüt içerisinde bir uyum içinde çalışmalarının önemli olduğu düşünülmektedir. Bu noktalar çerçevesinde, bu araştırmada psikolojik sermaye ile örgütsel sosyalleşmenin yaratıcılık üzerindeki etkisini incelemek için Alanya ilçesinde faaliyet gösteren dört ve beş yıldızlı otellerin yöneticilerine yönelik bir anket çalışması gerçekleştirilmiştir. Yaratıcılık, örgütsel sosyalleşme ve psikolojik sermaye ölçeklerini kapsayan anket formu çalışanlara uygulanarak bağımlı ve bağımsız değişkenler arasındaki ilişkilerin incelenmesi amaçlanmıştır. Verilerin analizine geçmeden önce ölçeklerin güvenilirlik analizleri yapılmış ve tüm ölçeklerin güvenilir düzeyde olduğunu söylemek mümkündür. Çalışanların demografik bilgilerinin sunulması ile katılımcıların profili ortaya konmuştur. Bu aşamanın ardından korelasyon ve regresyon analizleri yapılarak elde edilen bulgular değerlendirilmiştir.

Regresyon analizi sonucunda; psikolojik sermaye ve yaratıcılık arasında pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Psikolojik sermayenin umut, öz-yeterlilik ve psikolojik dayanıklılık boyutlarının yaratıcılık düzeyinde anlamlı bir etkisi olurken, iyimserlik boyutunun yaratıcılık üzerinde anlamlı bir etkisi olmamıştır. Psikolojik sermayenin yaratıcılık üzerindeki değişimi %20.1 oranında açıkladığı sonucuna varılmıştır. Psikolojik sermayenin umut boyutu, yaratıcılığı en çok açıklayan boyut olmuştur. Bu bağlamda, umut boyutu, başarı için bir motivasyon unsuru olarak görülmekte ve yöneticilerin yaratıcılıklarına pozitif yönde katkı sağladığını söylemek mümkündür. Yöneticilerin yeni fikir ve düşünceler benimsemesinde ve kararlı olmasında gerekli çabayı gösterme gücünü sağlayan umut boyutu ile öz-yeterliliği boyutlarının etkili olduğu düşünülmektedir. Ayrıca psikolojik dayanıklılığa sahip yöneticiler, herhangi bir sorun ile karşılaştıklarında çözüm odaklı olmalarını ve zorlukların üstesinden gelebilmelerini sağlamaktadır. Benzer şekilde Sweetman ve arkadaşları (2011) tarafından yapılan çalışmada yaratıcılığın kişisel, psikolojik öncüllerinin daha iyi anlaşılması ile örgütlerde yaratıcılığı oluşması için uygun bir ortam yaratılmaktadır. Çalışmada, umut, öz-yeterlilik, dayanıklılık ve iyimserlik boyutları ile yaratıcı performans arasında pozitif ilişki olduğu sonucuna varılmışlardır. Gupta ve Singh (2014, s.1381) da öz yeterliliği yüksek olan çalışanların, umutlarının da yüksek olması muhtemel olduğu için daha yaratıcı olmaları olasıdır. Başka bir ifade ile, çalışanlar hem görevlerinde başarılı olma konusunda kendilerine güvenen hem de mevcut hedefler engellendiğinde hedeflerine ulaşmak için alternatif yollar belirlemektedirler. Yine Rego ve arkadaşları (2012b) otantik liderliğin, çalışanların psikolojik sermayesini ve yaratıcılığını pozitif yönde etkilediğini belirtmişlerdir. Ayrıca çalışanların psikolojik sermaye ve yaratıcılıkları arasında da pozitif bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Böylelikle, bu çalışmaya benzer sonuçların literatürde de var olduğu söylenebilir.

Örgütsel sosyalleşme ile yaratıcılık arasındaki ilişkide, örgütsel sosyalleşmenin örgüt dili, örgüt geçmişi ve örgüt politikaları boyutlarının yaratıcılık düzeyindeki değişimi %7,6 oranında açıkladığı belirlenmiştir. Örgütsel sosyalleşmenin örgüt dili boyutunun yüksek olması, çalışanların otel işletmelerinde kullanılan bazı kısaltmaları ya da terimleri (check-in, short, B&B, F&B vb.) bilmesini ifade ettiği söylenebilir. Bu noktada örgüt içerisinde kullanılan ortak terimlerin bilinmesinin iş süreçlerinin sorunsuz işlemesine katkı sağlayacağı ifade edilebilir. Bunun yanında bir işletmenin geçmişinin ya da rutinlerinin bilinmesi, iş ile ilgili kararların alınmasında kolaylık sağlayacak ve yeni uygulamalara geçilmesinde faydalı olacaktır. Yaratıcılığı açıklayan bir diğer örgütsel sosyalleşme boyutu olan örgüt politikası boyutunun ise yöneticilerin otel içindeki dengelerin farkında olmasını ve işin gerekliliklerine hakim olmasını açıkladığı söylenebilir. Benzer şekilde yaratıcılığı önemseyen bir örgüt kültürünün yaratılmasında yeni çalışanlar ile eski çalışanların sosyalleşmesinin etkili olduğu belirtilmektedir (Tesluk vd., 1997, s. 37). Handzic ve Chaimungkalanont (2004) da yaptıkları çalışmada, ortak bir vizyonu paylaşan ve birbirleriyle empati kuran çalışanların motive olmaları kolaylaşmakta ve dolayısıyla yaptıkları işleri benimsemektedir. Bu durum da yaratıcı fikirler geliştirilmesine olanak sağlamaktadır. Ayrıca çalışmada, yaratıcılık ve sosyalleşme arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğu ve örgütsel sosyalleşmeye göre informal sosyalleşmenin yaratıcılık üzerinde daha fazla pozitif etkisi olduğu belirtilmiştir.

Örgütsel sosyalleşme ile psikolojik sermaye arasındaki ilişkide, örgütsel sosyalleşmenin örgütsel dil, örgüt politikası, performans yeterliliği, örgütteki kişiler ve örgütsel hedef ve değerler boyutlarının psikolojik sermaye düzeyindeki değişimi %30 oranında açıkladığı belirlenmiştir. Yang ve Lan'nın (2009, s.3) da belirttiği gibi örgütsel sosyalleşme, çalışanların psikolojisi üzerinde olumlu bir etki yaratmaktadır. Çalışanların örgütün hedefleri ve değerleri doğrultusunda örgüt politikalarına hakim oldukça kendilerini yeterli hissedebilmekte ve umut ve iyimserlik içerisinde olabilmektedir. Aksi takdirde, kendini örgüte karşı yetersiz hissettiğinde bu durum psikolojik dayanaklılığına olumsuz etkilediğini söylemek yanlış olmayacaktır. Benzer şekilde, Saks ve Gruman da (2010, s.14) yeni çalışanların psikolojik sermayelerini geliştirmek için sosyalleşme süreçlerinin planlanması gerektiğini savunmuştur. Bunun yanına, örgütsel sosyalleşmenin amacı, yalnızca işe uyum ve sadakat ve iş performansı gibi sonuçlar geliştirmek değil, aynı zamanda psikolojik sermayeyi de güçlendirmektir (Lacaze ve Bauer, 2014, s.60).

Bu çalışmanın bazı kısıtları bulunmaktadır. Araştırma, Alanya bölgesinde bulunan otel yöneticilerini kapsamakta olup ve zaman ve maliyet açısından evrenin tümüne ulaşamamıştır. Bunun yanında, araştırmanın kişisel değerlendirmeye dayanması bir diğer kısıtlarındandır. Bundan sonraki yapılacak çalışmalarda, otel işletmeleri yanında turizm endüstrisindeki diğer işletmelerde bu araştırma yapılabilir. Dolayısıyla, gelecek çalışmalarda Alanya bölgesi ile sınırlı olan bu çalışma farklı bölge ve işletmelerde gerçekleştirilerek algıların ne ölçüde değişip değişmediği belirlenebilir.

YAZAR BEYANI

Araştırma ve Yayın Etiği Beyanı: Bu çalışma bilimsel araştırma ve yayın etiği kurallarına uygun olarak hazırlanmıştır.

Etik Kurul Onay: Yüksek lisans tez çalışmasından türetilen bu çalışmada kullanılan veriler 2020 yılı öncesine ait olması sebebiyle geriye dönük etik kurul izni gerektirmemektedir.

Yazar Katkıları: Bu çalışma Prof. Dr. Kazım Develioğlu Danışmanlığında 2015 tarihinde yüksek lisans tezi olarak sunulmuştur.

Çıkar Çatışması: Yazar açısından ya da üçüncü taraflar açısından çalışmadan kaynaklı çıkar çatışması bulunmamaktadır.

KAYNAKÇA (REFERENCES)

- Alanya Ekonomik Rapor (2012), Alanya Ticaret ve Sanayi Odası, Alanya Ticaret ve Sanayi Odası Araştırma Yayınları, Özhür Ofset Matbaacılık, Alanya/Antalya.
- Allen, N. J., & Meyer, J. P. (1990). "Organizational socialization tactics: A longitudinal analysis of links to newcomers' commitment and role orientation". *The Academy of Management Journal*, 33 (4), 847-858.
- Amabile T. M. ve Gryskiewicz, N. D.(1989). "The creative environment scales: Work environment inventory", *Creativity Research Journal*, 2:4, 231-253.
- Amabile, T. M., Conti R., Coon H., Lazenby J., ve Herron M., (1996). "Assessing the Work Environment for Creativity", *The Academy of Management Journal*. Vol. 39, No.5, 1154-1184.
- Ashford, S. J. (1986). "The role of feedback seeking in individual adaptation: A resource perspective." *Academy of Management Journal*, 29, 465-487.
- Ashforth, B. E, ve Saks, A. M. (1996). "Socialization tactics: Longitudinal effects on newcomer adjustment." *Academy of Management Journal*, 39, 149-178.
- Balci, A. (2003). *Örgütsel Sosyalleşme Kuram Strateji ve Taktikler*. Pegem A Yayıncılık, Ankara.
- Bauer T. N., Bodner T., Erdogan B., Truxillo D.M., Tucker J., S. (2007). "Newcomer adjustment during organizational socialization: A meta-analytic review of antecedents, outcomes, and methods. *Journal of Applied Psychology*, 92, 707-721.
- Bridges, S. ve Wertz, F. (2009). Abraham Maslow. In S. Lopez (ed.) *The Encyclopedia of Positive Psychology* Chichester: Blackwell Publishing Ltd.
- Cameron, K., & Dutton, J. (Eds.). (2003). *Positive organizational scholarship: Foundations of a new discipline*. Berrett-Koehler Publishers.
- Cameron, K. S., & Caza, A. (2004). Introduction: Contributions to the discipline of positive organizational scholarship. *American Behavioral Scientist*, 47(6), 731-739.
- Chao, G.T., O'Leary-Kelly, A.M., Wolf, S., Klein, H.J. and Gardner, P. (1994). "Organizational Socialization: Its Content and Consequences", *Journal of Applied Psychology*, 79: 730-743.
- Chatman, Je. A., (1991). *Matching People and Organizations: Selection and Socialization in Public Accounting Firms*. *Administrative Science Quarterly*, 36, 459-84.
- Davis, G. (1999). Barriers to Creativity and Creative Attitudes. In Runco, M.A. and Pritzker, S.R (Eds.), *Encyclopedia of Creativity*. Vol. 1 (pp. 165-74). San Diego, Calif.; London: Academic Press.
- Dollinger, S. J., Urban, K. K., ve James, T. A. (2004). Creativity and openness: Further validation of two creative product measures, *Creativity Research Journal*, 16, 35-47.
- Duckworth, Angela Lee, Patrick D. Quinn, Martin E.P. Seligman. (2009). "Positive Predictors of Teacher Effectiveness." *The Journal of Positive Psychology*. c.4. s.6, 540-547.
- Feist, G. J. (1998). A meta-analysis of personality in scientific and artistic creativity, *Personality and Social Psychology Review*, 2, 290-309.
- Feldman, D. C. (1976). "A contingency theory of socialization." *Administrative Science Quarterly*, 21, 433-452.
- Field, A. (2009). *Discovering Statistics Using SPSS, Third Edition*.

- Florida, R. (2002). *The rise of the creative class and how it's transforming work, leisure, community and everyday life* (Paperback Ed.). GEN, New York: Basic Books.
- Ford, Cameron M., (1996). A theory of individual creative action in multiple social domains. *Academy of Management Review* 21., 4, 1112-1142.
- Fredrickson, B. L., Tugade, M. M., Waugh, C. E., & Larkin, G. R. (2003). What good are positive emotions in crisis? A prospective study of resilience and emotions following the terrorist attacks on the United States on September 11th, 2001. *Journal of personality and social psychology*, 84(2), 365.
- Ganesan, S. ve Weitz, B. (1996). The Impact of Staffing Policies on Retail Buyer Job Attitudes and Behaviors, *Journal of Retailing*. Vol. 72, No 1. 31-56.
- George, J. M., ve Zhou, J. (2001). When openness to experience and conscientiousness are related to creative behavior: An interactional approach, *Journal of Applied Psychology*, 86, (2001), 513-524.
- Gilson, L. L. ve Shalley, C. E. (2004) "A little creativity goes a long way: An examination of teams' engagement in creative processes." *Journal of Management*, 30, 453-470.
- Gupta, V. ve Singh, S. (2014). Psychological capital as a mediator of the relationship between leadership and creative performance behaviors: empirical evidence from the Indian R&D sector, Working Paper Series, Indian Institute Of Management Calcutta.
- Hair, J. F., William C. B., Barry J. B. ve Rolph E. A. (2010), "Multivariate Data Analysis", ABD, Pearson.
- Handzic, M. ve Chaimungkalanont, M. (2004). Enhancing organizational creativity through socialization. *Electronic Journal of Knowledge Management* 2(1), 57-64.
- Harris, T.B., Li, N., Boswell, W.R., Zhang, X. ve Xie, Z. (2014). Getting what's new from newcomers: Empowering leadership, creativity, and adjustment in the socialization context. *Personnel Psychology*, 67, 567-604.
- Hart, A.W. (1991). Leader succession and socialization: a synthesis. *Review of Educational Research* 61, 4; 451-474.
- Hefferon, K., & Boniwell, I. (2011). *Positive psychology: Theory, research and applications*. McGraw-Hill Education (UK).
- Higgins, M. ve Morgan, J. (2000). The Role of Creativity in Planning: The 'Creative Practitioner. *Planning Practice and Research*, Vol. 15, No.1/2, 117-127.
- Jones, G. R. (1986). Socialization tactics, self-efficacy, and newcomers' adjustments to organizations. *Academy of Management Journal*, 29, 262-279.
- Kalaycı, Ş. (2008). SPSS uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, Asil Yayın Dağıtım Ltd. Şti., Ankara.
- Kartal, S. (2007). Eğitimde Örgütsel Sosyalleşme. Ankara: Maya Akademi.
- Lacaze, D., & Bauer, T. N. (2014). A positive motivational perspective on organizational socialization. *RIMHE: Revue Interdisciplinaire Management, Homme Entreprise*, (5), 58-75.
- Louis, M. R. (1980). Surprise and sense making: What newcomers experience in entering unfamiliar organizational settings. *Administrative Science Quarterly*, 25, 226-251
- Luthans, F. (2002a). Positive organizational behavior: Developing and managing psychological strengths. *Academy of Management Perspectives*, 16(1), 57-72.
- Luthans, F. (2002b). The Need for and Meaning of Positive Organizational Behavior, *Journal of Organizational Behavior*, 23, 695-706.
- Luthans, F., & Avolio, B. J. (2009). The "point" of positive organizational behavior. *Journal of Organizational Behavior*, 30, 291-307.
- Luthans, F., Avolio, B. J., Avey, J. B., & Norman, S. M. (2007a) Positive psychological capital: Measurement and relationship with performance and satisfaction. *Personnel Psychology*, 60, 541-572.
- Luthans, F., Luthans, K. W., & Luthans, B. C. (2004). Positive psychological capital: Beyond human and social capital.
- Luthans F, Avolio B, Walumbwa F, Li W. (2005). The psychological capital of Chinese workers: Exploring the relationship with performance. *Management and Organization Review*, 1, 247-269.
- Luthans, F., Avey, J. B., Clapp-Smith, R., & Li, W. (2008). More evidence on the value of Chinese workers' psychological capital: A potentially unlimited competitive resource?. *The International Journal of Human Resource Management*, 19(5), 818-827.
- Luthans, F. ve Youssef, C. M. (2007). Emerging Positive Organizational Behavior, *Journal of Management*, vol. 33, 321- 349.
- Martin, A. J. (2005). The role of positive psychology in enhancing satisfaction, motivation, and productivity in the workplace. *Journal of Organizational Behavior Management*, 24(1-2), 113-133.
- Mumford, M.D., Gustafson, S.B. (1988). Creativity syndrome: integration, application, and innovation. *Psychol Bull*, 103:27-43.
- Oldham, A., ve Cummings, G. R. (1996). Employee creativity: Personal and contextual factors at work. *Academy of Management Review*, 39, 607-634.
- Oldham, G. R. (2002). Stimulating and supporting creativity in organizations. In S. Jackson, M. Hitt, & A. Denisi (Eds.), *Managing knowledge for sustained competitive advantage*: 243-273. San Francisco: Jossey-Bass.
- Oliver, R.L. ve Anderson E. (1994). An empirical test of the consequences of behavior- and outcome-based sales control systems, *J Mark*, 58, 53 - 67.
- O'Sullivan, F. (1997). Learning organizations-reengineering schools for life long learning. *School Leadership and Management*. 17,2, 217-229
- Parker, S. (1998). Enhancing role breadth self-efficacy: The roles of job enrichment and other organizational interventions, *Journal of Applied Psychology*, 6, 835-52.
- Pascale, R. (1985). The paradox of 'corporate culture': Reconciling ourselves to socialization. *California Management Review*, 27(2), 26-41.
- Peter, J. P. (1979). Reliability: a review of psychometric basics and recent marketing practice, *Journal of marketing research*, 6-17.
- Rego, A., Sousa, F., Marques, C. ve Cunha, M.P. (2012a). Optimism predicting employees' creativity: The mediating role of positive affect and the positivity ratio, *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 21, (2012a), 2.
- Rego, A., Sousa, F., Marques, C., ve Cunha, M. P. (2012b). Authentic leadership promoting employees' psychological capital and creativity. *Journal of Business Research*, 65, 429-437.
- Reichers, A. E. (1987). "An Interactionist Perspective on Newcomer Socialization Rates," *Academy of Management Review*, 12, 2, 278-287.
- Rice, G., (2006). "Individual Values, Organizational Context and Self Perceptions of Employee Creativity: Evidence from Egyptian Organizations.", *Journal of Business Research*, Vol.59, No.2, 233-241.
- Saks A.M, Uggerslev K.L, Fassina N.E. (2007). Socialization tactics and newcomer adjustment: A meta-analytic review and test of a model". *Journal of Vocational Behavior*, 70, 413-446.

- Saks, A. M., & Gruman, J. A. (2010). Organizational socialization and positive organizational behaviour: implications for theory, research, and practice. *Canadian Journal of Administrative Sciences / Revue Canadienne Des Sciences de l'Administration*, 28(1), 14–26.
- Scheier, M. ve Carver, C. (1985). Optimism, coping, and health: Assessment and implications of generalized outcome expectancies', *Health Psychology*, 4, 219–47.
- Sekaran, U. (2003). *Research methods for business*, John Wiley & Sons, New York.
- Seligman, M. E. (1998). *Learned optimism: How to change your mind and your life*, New York: A division of Random House, Inc.
- Seligman, M. E. (2002). Positive psychology, positive prevention, and positive therapy. *Handbook of positive psychology*, 2(2002), 3-12.
- Seligman, M., ve Csikszentmihalyi, M. (2000). "Positive psychology" *American Psychologist*, 55, 5–14.
- Shalley, C. E., Zhou, J., & Oldham, G. R. (2004). The effects of personal and contextual characteristics on creativity: Where should we go from here?. *Journal of management*, 30(6), 933-958.
- Shalley, C. E. (1995). Effects of coaction, expected evaluation, and goal setting on creativity and productivity. *Academy of Management Journal*, 38, 483–503.
- Sheldon, K. M., & King, L., "Why positive psychology is necessary", *American Psychologist*, 56, (2001), 216–217.
- Stajkovic, A. D. ve Luthans, F. (1998). "Social Cognitive Theory and Self- Efficacy: Going Beyond Traditional Motivational and Behavioral Approaches", *Organizational Dynamics*, 26 (4), 2–74.
- Sternberg, R. J., & Lubart, T. I. (1999). The concept of creativity: Prospects and paradigms. *Handbook of creativity*, 1, 3-15.
- Stewart, M., Reid, G., ve Mangham, C., (1997). Fostering children's resilience", *Journal of Pediatric Nursing*, 12, 21–31
- Snyder, C. R. ve Lopez, S. J., *Positive Psychology: The Scientific and Practical Explorations of Human Strengths*, Sage Publication, USA, 2007.
- Snyder, C. R., Simpson, S. C., Ybasco, F. C., Borders, T. F., Babyak, M. A., & Higgins, R. L., (1996). Development and validation of the state hope scale, *Journal of Personality and Social Psychology*, 70, 321–335.
- Sweetman, D., Luthans, F., Avey, J. B., & Luthans, B. C. (2011). Relationship between positive psychological capital and creative performance", *Canadian Journal of Administrative Sciences*, 28, 4-13.
- Tamannaefar, M. R., ve Motaghedifard, M., (2014). Subjective Well-Being and Its Sub-Scale among Students: The Study of Role of Creativity and Self-Efficacy, *Thinking Skills and Creativity* , 12, 37– 42.
- Taormina, R.J. (2004). "Convergent validation of two measures of organizational socialization", *International Journal of Human Resource Management*, Vol. 15 No. 1, pp. 76-94.
- Testluk, P.E., Farr, J.L. ve Klein, S.R. (1997). Influences of organizational culture and climate on individual creativity", *Journal of Creative Behavior*, 31, 27–41
- Turner, N., Barling, J., & Zacharatos, A. (2002). Positive psychology at work. In C.R. Snyder & S.J. Lopez (Eds.), *Handbook of positive psychology* (pp. 715–728). New York: Oxford University Press.
- Van, D., Ang, S. ve Botero, I. C. (2003). Conceptualizing employee silence and employee voice as multidimensional constructs. *Journal of Management Studies*, 40, 1359-1392.
- Van Maanen, J. E., & Schein, E. H. (1977). Toward a theory of organizational socialization. *Research in Organizational Behavior*.
- Wagnild, G. ve Young, H., (1993). Development and psychometric evaluation of the resiliency scale', *Journal of Nursing Measurement*, 1 (2), 165–78.
- Wiegand, D. M., & Geller, E. S. (2005). Connecting positive psychology and organizational behavior management: Achievement motivation and the power of positive reinforcement. *Journal of Organizational Behavior Management*, 24(1-2), 3-25.
- Wong, C.-K. S., & Pang, W.-L. L. (2003). Barriers to creativity in the hotel industry – perspectives of managers and supervisors, *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 15(1), 29-37.
- Wright, T. A. (2003). Positive organizational behavior: An idea whose time has truly come. *Journal of Organizational behavior*, 24(4), 437-442.
- Yang, J., & Lan, H. (2009, September). Psychological capital as mediator in relationship among organizational socialization, knowledge integration and sharing. In *2009 International Conference on Management and Service Science*, 1-4, IEEE.
- Zhou, J., & Oldham, G. R. (2001). Enhancing creative performance: Effects of expected developmental assessment strategies and creative personality. *Journal of Creative Behavior*, 35, 151–167.