



Otel İşletmelerinde Cameron-Quinn Örgüt Kültürü Tiplerinin Yenilikçiliğe Etkisi (The Effect of Cameron-Quinn Organizational Culture Types on Innovation in Hotel Enterprises)

Ahmet ÇETİN^a , *Cafer TOPALOĞLU^b 

^a Pamukkale University, Vocational School of Social Sciences, Department of Travel Tourism and Entertainment Services, Denizli/Turkey

^b Muğla Sıtkı Koçman University, Tourism Faculty, Department of Hospitality Management, Muğla/Turkey

Makale Geçmişi

Gönderim

Tarihi: 14.11.2017

Kabul Tarihi: 20.06.2018

Anahtar Kelimeler

Otel işletmeleri

Yenilikçilik

Örgüt kültürü

Öz

Turizm sektörü içerisinde yer alan otel işletmeleri hem yerel hem de küresel olarak yoğun bir rekabet ortamında varlıklarının devam ettirmeye çalışan işletmelerdir. Bu yoğun rekabet içerisinde otel işletmelerinin başarısını sağlayabilecek unsurlardan bir taneside diğer işletmelerden farklılaşmaktır. Farklı olabilmek ise işletmelerin yaptığı yenilikler ile mümkün olabilmektedir. Bu araştırma otel işletmelerindeki Cameron-Quinn örgüt kültürü tipleri ile yenilikçilik ilişkisini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Muğla ili sınırları içinde yer alan 53 adet dört ve beş yıldızlı otel işletmesinde gerçekleştirilen araştırmada 405 adet ankete ulaşılmıştır. Elde edilen veriler ile otel çalışanları tarafından algılanan örgüt kültürü tiplerinin belirlenmesi ve bu örgüt kültürü tipleri ile otelin yenilikçilik performansı arasındaki ilişki ortaya konmaya çalışılmıştır. Verilerin analizinde güvenilirlik ve geçerlilik analizleri yapılmış, örgüt kültürü tiplerinin belirlenmesi için faktör analizi gerçekleştirilerek örgüt kültürü tiplerinin yeniliğe etkisini belirlemek amacıyla çoklu regresyon analizi uygulanmıştır. Araştırma sonucunda; adhokrasi ve klan kültür tiplerinin yenilikçilik ile anlamlı ve pozitif bir ilişkisinin olduğu, hiyerarşi örgüt kültürü tipinin anlamlı ve negatif ilişkisinin olduğu ve pazar kültür tipinin ise anlamlı bir ilişkisinin olmadığı görülmüştür.

Keywords

Hotel enterprises

Innovativeness

Organizational culture

Abstract

Hotel enterprises in the tourism sector are businesses that are trying to maintain their presence in an intense competitive environment both locally and globally. One of the factors that hotel enterprises can achieve success is become different. Being different is possible with innovations those made by enterprises. This research aims to reveal the relationship between Cameron-Quinn organizational culture types and innovativeness in hotel businesses. 405 questionnaires were reached, in the research conducted in 53 four and five star hotel enterprises which located within the Muğla province. It was tried to determine the types of organizational culture perceived by the employees and it was tried to reveal the relationship between these organizational culture types and innovativeness of hotel with the obtained data. Reliability and validity analyzes were conducted in the analysis of the data, factor analysis was carried out to determine the organizational culture types and multiple regression analysis was applied to determine the effect of organizational culture types to innovation. As a result of the research; it was found that adhocracy and clan culture types have a meaningful and positive relationship with innovation, hierarchy organizational culture type has a meaningful and negative relationship with innovation and the market organizational culture type has no significant relationship with the innovation.

* Sorumlu Yazar.

E-posta: ctopaloglu@mu.edu.tr (C. Topaloğlu)