T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ
İŞLETME ANABİLİM DALI

YÜKSEK LİSANS TEZİ

DUYGUSAL ZEKÂNIN ÇALIŞANLARIN BİREYSEL YENİLİKÇİLİĞİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: TEKNOLOJİ ŞİRKETLERİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA

Fatma Halide TUNCER
2501160350

TEZ DANIŞMANI
Dr. Öğr. Üyesi Rıza DEMİR

İSTANBUL – 2018

T.C.
İSTANBUL ÜNİVERSİTESİ
SOSYAL BİLİMLER ENSTİTÜSÜ

YÜKSEK LİSANS
TEZ ONAYI

ÖĞRENCİNİN;

Adı ve Soyadı	:	FATMA HALİDE TUNCER	**Numarası**	:	2501160350
Anabilim Dalı / Anasanat Dalı / Programı	:	İNSAN KAYNAKLARI YÖNETİMİ	**Danışmanı**	:	DR.ÖĞR.ÜYESİ RIZA DEMİR
Tez Savunma Tarihi	:	18.07.2018	**Saati**	:	12.00
Tez Başlığı	:	DUYGUSAL ZEKANIN ÇALIŞANLARIN BİREYSEL YENİLİKÇİLİĞİ ÜZERİNDEKİ ETKİSİ: TEKNOLOJİ ŞİRKETLERİNE YÖNELİK BİR ARAŞTIRMA.			

TEZ SAVUNMA SINAVI, İÜ Lisansüstü Eğitim-Öğretim Yönetmeliği'nin **36. Maddesi** uyarınca yapılmış, sorulan sorulara alınan cevaplar sonunda adayın tezinin **KABULÜNE** OYBİRLİĞİ / ~~OYÇOKLUĞUYLA~~ karar verilmiştir.

JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATİ (KABUL / RED / DÜZELTME)
DOÇ.DR.SERDAR BOZKURT		KABUL
DOÇ.DR.ALTAN DOĞAN		KABUL
DR.ÖĞR.ÜYESİ RIZA DEMİR		KABUL

YEDEK JÜRİ ÜYESİ	İMZA	KANAATİ (KABUL / RED / DÜZELTME)
DR.ÖĞR.ÜYESİ ERMAN TÜRKMEN		
DR.ÖĞR.ÜYESİ AYŞE DEMİRHAN		

ÖZ

DUYGUSAL ZEKÂNIN ÇALIŞANLARIN BİREYSEL YENİLİKÇİLİĞİ ÜZERİNE ETKİSİ: TEKNOLOJİ ŞİRKETLERİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

FATMA HALİDE TUNCER

Duygusal zekânın iş yaşamındaki etkileri akademik çalışmalarda sıklıkla ele alınmıştır. Özellikle iş tatmini, örgütsel bağlılık, örgütsel vatandaşlık davranışı ve çalışanların performansı gibi değişkenlerin duygusal zekâ ile ilişkisi ortaya konulmuştur. Çalışanların duygusal zekâ özelliklerinin gelişmiş olması, uluslararası büyük şirketler tarafından son derece önemli görülmektedir. Bunun yanında, hem sosyal hem profesyonel alanlardaki gelişmelere uyum sağlayacak bireysel yenilikçilik becerisine sahip çalışanlara duyulan ihtiyaç giderek artmaktadır. Araştırmanın temel amacı, yenilikçilik ile doğrudan bağlantılı olan teknoloji firmalarında çalışanların duygusal zekâ yeteneklerinin bireysel yenilikçilikleri üzerindeki etkisini tespit etmektir. Bu doğrultuda teknoloji alanındaki firmaların her kademeden çalışanlarına duygusal zekâyı ölçmek amacıyla Petrides ve Furnham tarafından geliştirilen Duygusal Zekâ Özelliği Ölçeği-Kısa Formu ile bireysel yenilikçiliği ölçmek amacıyla Hurt, Joseph ve Cook tarafından geliştirilen Bireysel Yenilikçilik Ölçeği uygulanmıştır. Araştırmanın anakütlesini, Boğaziçi Teknopark, İTÜ ARI Teknokent, Yıldız Teknopark, Teknopark İstanbul ve İstanbul Teknokent'te faaliyet gösteren çeşitli sektörlerden firmalarda çalışan 164 kişi oluşturmaktadır. Araştırma kapsamında geliştirilen hipotezlerin test edilmesi için T-Testi, Anova, Pearson korelasyon ve regresyon analizi kullanılmıştır. Analizlerin sonuçları değerlendirildiğinde duygusal zekânın "iyi oluş" ve "sosyallik" boyutunun bireysel yenilikçiliğe pozitif yönde etkisinin olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca; duygusal zekâ tüm boyutları itibariyle bireysel yenilikçilikle; bireysel yenilikçilik de kendi boyutları itibariyle duygusal zekâyla farklı derecelerde, anlamlı ve pozitif yönlü bir ilişkiye sahiptir. Araştırmada son olarak; değişkenlerin cinsiyet, yaş, eğitim durumu gibi demografik özelliklere göre farklılaşıp farklılaşmadığı ele alınmıştır.

Anahtar Kelimeler: Duygu, Duygusal Zekâ, Bireysel Yenilikçilik, Teknokent, Teknoloji.

ABSTRACT

THE IMPACT OF EMOTIONAL INTELLIGENCE ON EMPLOYEE'S PERSONAL INNOVATIVENESS: A RESEARCH ON TECHNOLOGY COMPANIES

FATMA HALİDE TUNCER

The effects of Emotional Intelligence on business life are often addressed in academic studies and revealed that it is related to variables such as job satisfaction, organizational commitment, organizational citizenship behavior and employee performance. The development of Emotional Intelligence skills of employees is considered very important by international giant companies. Morever, there is a growing need for employees with Personal Innovativeness skills, who are always up to date in terms of developments and innovations in all social and professional areas. The main aim of this research is to determine the impact of Emotional Intelligence skills on employees' Personal Innovativeness. For this purpose, the Individual Innovation Scale developed by Hurt, Joseph and Cook (1977) was applied to measure Personal Innovation. The Emotional Intelligence Scale-Short Form developed by Petrides and Furnham was also applied to measure Emotional Intelligence of employees at technology companies. This study examined 164 people working in various sectors operating in Boğaziçi Teknopark, ITU ARI Technocity, Yıldız Teknopark, Teknopark Istanbul and Istanbul Technopolis. T-Test, Anova, Pearson correlation and regression analysis were used to test hypotheses developed within the scope of the research. According to the results of this analysis, Emotional Intelligence is positively correlated with all the four dimensions of personal innovativeness and vice versa. Overall, the findings illustrated that "Well-being" and "Sociability" dimensions of emotional intelligence have a positive impact on personal innovativeness. Additionaly, the effect of various demographic factors on Emotional Intelligence and Personal Innovativeness was examined.

Keywords: Emotion, Emotional Intelligence, Personal Innovativeness, Technology, Technocity.

ÖNSÖZ

Bu çalışmada temel olarak İstanbul'da faaliyet gösteren teknokentlerde, farklı pozisyonlardan çalışanın katkısıyla duygusal zekânın bireysel yenilikçiliğe etkisinin incelenmesi amaçlanmıştır. Bunun yanında bir takım demografik faktörlere göre hem duygusal zekânın hem de bireysel yenilikçiliğin farklılık gösterip göstermediğinin incelenmesi de çalışmanın alt amaçları arasındadır.

İşletmelerin rekabet gücü kazanması için çok sayıda gereklilik bulunmakla birlikte, yetkin iş gücüne bağlı olan ihtiyaç her zaman ağır basmıştır. Bu anlayışa dayanan stratejik insan kaynakları yönetimi, yenilikçilik gibi özellikleri barındıran bir örgüt kültürü oluşturmak için organizasyonun hedefleriyle insan kaynakları yönetimini birleştirmekle birlikte, örgüt kültürüne uyan çalışanları işletmeye kazandırma yahut çalışanların istenen örgüt kültürüne uyum gösterebilmeleri için eğitim - geliştirme faaliyetlerine yöneltme hedefini gütmektedir. Bu çerçevede yöneticiler başta olmak üzere tüm örgüt çalışanlarının duygusal zekâ özellikleri ön plana çıkmaktadır. Çünkü duygusal zekâ, kişilerin örgüt kültürüne ve iklimine uyumunu sağlayacak örgütsel düzeyde empatiyi geliştirir.

Çalışma konusu ne olursa olsun işletmelerde sosyal ilişkilerin bir uzantısı olarak çatışma ortamı ve iktidar mücadelesi kaçınılmazdır. Bu tür politik rekabetlerin oluşturduğu iş ortamına karşı duyarlı olmak, duygular üzerinden yürütülen mücadeleleri idare etmek ya da üstü kapalı sorunları ilgili karar mercilerine doğru biçimde aktarmak duygusal zekâ sahibi çalışanlar tarafından gerçekleştirilebilir. Bunun da ötesinde örgütün önündeki global fırsatları ve sınırları görerek yapılacak yenilikçi girişimlere öncü olmak, çevresel düzenlemelere ve teknolojik yeniliklere kolaylıkla uyum gösterebilmek kişilerdeki duygusal zekanın katkısıyla mümkündür. Bireysel yenilik çalışmalarının kurumlara ve ülkeye sağlayacağı faydalar ise hem kurumsal düzeyde hem devlet düzeyinde tasdiklenmiş olup gereken destek ilgililerce verilmektedir. Zira tüm sektörlerde gerçekleşen hızlı değişim, insanlarda daima en iyi olana ve bir üst teknolojiye geçme isteği, işletmeleri yeni fikirler, ürünler ve süreçler geliştirmeye itmiştir.

Araştırmanın yapıldığı teknokentlerde hizmet veren firmalar, günümüzde yenilikçilik (inovasyon) faaliyetlerinin önem kazanması ile araştırmaların odak noktası haline gelmiştir. Konuyla ilgili veri toplamak isteyen çok sayıda kişinin teknokentlere yönelmesi nedeniyle hem teknokent yönetimi hem firma yönetimleri araştırmacıları sıkı bir eleme sürecinden geçirmektedir. Araştırma sürecinde karşılaşılan en büyük zorluk gerekli izin ve onayların alınmasıyla ilgili yaşanmıştır. İrtibat kurulamayan teknokentli firmaların internet üzerinden bulunan e-posta adreslerine gönderdiğimiz anketlerin cevaplanma oranı ise %3 civarındadır.

Gerçekleştirdiğim çalışma ile İstanbul'daki teknokentlerde bireysel yenilikçiliğe etki eden bir unsur olarak duygusal zekâya yönelik anlaşılır analizlerin ortaya çıkartıldığı kanaatindeyim. Çalışmanın başarıyla tamamlanmasında şüphesiz danışman hocam Dr. Öğr. Üyesi Rıza Demir'in kişisel ve akademik destekleri çok önemlidir. Konuyla ilgili yönlendirmeleri ve tüm çalışma sürecindeki yardımlarından dolayı danışman hocama teşekkürü borç bilirim. Veri toplama sürecinde teknokent ve firma yönetimlerinden onay alabilmem noktasında katkı sağlayan Prof. Dr. Fuat Erdal, Dr. Öğr. Üyesi Ali Osman Kuşakcı ve Dr. Öğr. Üyesi Yusuf Varlı hocalarıma teşekkür ederim. Tez yazım sürecinde fikirleriyle beni aydınlatan Dr. Öğr. Üyesi Sümeyye Kuşakcı'ya; konu ile ilgili sorularımı ayrıntılarıyla cevaplayan ve ilk akademik çalışmamda büyük desteğini hissettiğim hocam Dr. Öğr. Üyesi Duygu Dinçer'e minnettar olduğumu belirtmek isterim. Tezi başarıyla tamamlamam konusunda bana güvenen arkadaşlarım ve eğitim hayatım boyunca fedakârlıklarından dolayı başta annem olmak üzere tüm aileme yürek dolusu teşekkürlerimi sunarım.

Fatma Halide TUNCER

İSTANBUL, 2018

İÇİNDEKİLER

ÖZ iii
ABSTRACT iv
ÖNSÖZ v
İÇİNDEKİLER vii
TABLOLAR LİSTESİ x
ŞEKİLLER LİSTESİ xii
KISALTMALAR LİSTESİ xiii
GİRİŞ 1

BİRİNCİ BÖLÜM

DUYGUSAL ZEKAYA KAVRAMSAL BAKIŞ

1.1. DUYGU KAVRAMI 3
1.2. ZEKÂ KAVRAMI 6
1.3. DUYGUSAL ZEKÂ KAVRAMI 9
1.3.1. Duygu ve Zekâ İlişkisi 11
1.3.1.1. Klasik Yaklaşımlar 11
1.3.1.2. Modern Yaklaşımlar 12
1.3.2. Duygusal Zekâ Kavramının Gelişimi 14
1.3.3. Duygusal Zekâ Faktörleri 17
1.3.3.1. Kişisel Yeterlilikler 18
1.3.3.2. Sosyal Yeterlilikler 19
1.3.4. Duygusal Zekâ Modelleri 20
1.3.4.1. John D. Mayer ve Peter Salovey Modeli 21
1.3.4.2. Reuven Bar-On Modeli 23
1.3.4.3. Daniel Goleman Modeli 24
1.3.4.4. Robert K. Cooper & Ayman Sawaf Modeli 25
1.3.4.5. Petrides ve Furnham Duygusal Zekâ Modeli 26
1.3.5. Duygusal Zekâ ile İlgili Yapılmış Çalışmalar 27

İKİNCİ BÖLÜM

YENİLİK, YENİLİKÇİLİK VE BİREYSEL YENİLİKÇİLİK KONULARINA KAVRAMSAL BAKIŞ

2.1. YENİLİK KAVRAMI ... 32
2.1.1. Yenilikle Birlikte Kullanılan Kavramlar ... 34
2.1.2. Yenilik Türleri ... 35
2.1.2.1. Yeniliğin Yapıldığı Alana Göre Yenilik Türleri ... 36
2.1.2.2. Yeniliğin Derecesine Göre Yenilik Türleri ... 37
2.1.3. Yeniliğin Kaynakları ... 39
2.1.3.1. İşletme İçi Kaynaklar ... 40
2.1.3.2. İşletme Dışı Kaynaklar ... 42
2.2. YENİLİKÇİLİK KAVRAMI ... 43
2.3. BİREYSEL YENİLİKÇİLİK KAVRAMI ... 44
2.3.1. Tarihsel Süreç İçinde Yeniliklerin Yayılımı, Kabulü ve Benimsemesi ... 48
2.3.1.1. Yeniliğin Yayılmasında Etkili Olan Unsurlar ... 50
2.3.1.2. Yeniliği Benimseme Kategorileri ... 51
2.3.1.3. Yeniliğin Benimsenme Hızını Etkileyen Faktörler ... 53
2.3.1.4. Karar Verme Süreci ve Aşamaları ... 55
2.3.2. Yenilikçilik ve Bireysel Yenilikçilikle İlgili Yapılmış Çalışmalar ... 56

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

DUYGUSAL ZEKÂNIN BİREYSEL YENİLİKÇİLİĞE ETKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

3.1. ARAŞTIRMANIN KONUSU, ÖNEMİ VE AMACI ... 60
3.2. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI ... 61
3.3. ARAŞTIRMA VARSAYIMLARI VE SINIRLARI ... 63
3.4. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ ... 63
3.4.1. Araştırmanın Modeli ... 63
3.4.2. Veri Toplama Yöntemi ve Aracı ... 65
3.4.3. Araştırmanın Hipotezleri ... 66
3.5. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE YORUMLARI ... 69
3.5.2. Araştırma Değişkenlerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler ... 72
3.5.3. Araştırma Hipotezlerine İlişkin Analizler ... 73
3.5.3.1. İlişki ve Etki Analizleri ... 73

3.5.3.2. Farklılık Analizleri 80
SONUÇ, GENEL DEĞERLENDİRME VE ÖNERİLER 99
KAYNAKÇA 105
EK-1 124

TABLOLAR LİSTESİ

Tablo 1.1. : Mayer Salovey Duygusal Zekâ Modelinin Zekâ ve Kişilikle Olan İlişkisi……..22
Tablo 1.2. : Petrides ve Furnham Duygusal Zekâ Modeli ve Boyutlarının Açıklamaları……...….27
Tablo 2.1. : Drucker'a Göre Yenilik Kaynakları……..….40
Tablo 3.1. : Araştırmaya Katılanların Demografik Özellikleri……...70
Tablo 3.2. : Ölçeklere Yönelik Güvenilirlik Analizi Sonuçları…….71
Tablo 3.3. : Duygusal Zekâ ve Bireysel Yenilikçiliğe Yönelik Analiz Sonuçları….72
Tablo 3.4. : Araştırma Değişkenleri Arasındaki İlişkiler……...……73
Tablo 3.5. : Duygusal Zekâ Boyutları ile Bireysel Yenilikçilik Arasındaki İlişkiler……74
Tablo 3.6. : Bireysel Yenilikçilik Boyutları ile Duygusal Zekâ Arasındaki İlişkiler……...….76
Tablo 3.7. : Regresyon Analizine Yönelik Model Özeti……78
Tablo 3.8. : Regresyon Analizine Yönelik Varyans Analizi Sonuçları…….79
Tablo 3.9. : Regresyon Analizine Yönelik Parametre Tahminleri…….80
Tablo 3.10. : Cinsiyete Göre Duygusal Zekâya Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler ve Farklılıklar……...81
Tablo 3.11. : Medeni Duruma Göre Duygusal Zekâya Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler ve Farklılıklar……...82
Tablo 3.12. : Eğitim durumuna Göre Duygusal Zekâya Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler ve Farklılıklar……...83
Tablo 3.13. : Yaşa Göre Duygusal Zekâya Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler ve Farklılıklar……...85
Tablo 3.14. : Sektörde Çalışma Süresine Göre Duygusal Zekâya Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler ve Farklılıklar……..87
Tablo 3.15. : İşletmede Çalışma Süresine Göre Duygusal Zekâya Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler ve Farklılıklar……..88
Tablo 3.16. : Yönetsel Göreve Göre Duygusal Zekâya Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler ve Farklılıklar……..….89

Tablo 3.17. : Cinsiyete Göre Bireysel Yenilikçiliğe Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler ve Farklılıklar……..…90
Tablo 3.18. : Medeni Duruma Göre Bireysel Yenilikçiliğe Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler ve Farklılıklar……...91
Tablo 3.19. : Eğitim durumuna Göre Bireysel Yenilikçiliğe Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler ve Farklılıklar……...92
Tablo 3.20. : Yaşa Göre Bireysel Yenilikçiliğe Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler ve Farklılıklar……..…….93
Tablo 3.21. : Sektörde Çalışma Süresine Göre Bireysel Yenilikçiliğe Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler ve Farklılıklar……..95
Tablo 3.22. : İşletmede Çalışma Süresine Göre Bireysel Yenilikçiliğe Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler ve Farklılıklar……..96
Tablo 3.23. : Yönetsel Göreve Göre Bireysel Yenilikçiliğe Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler ve Farklılıklar……..98

ŞEKİLLER LİSTESİ

Şekil 2.1. : Yenilikçilik Düzeyi Açısından Benimseme Kategorileri…….52
Şekil 3.1. : Araştırmanın Modeli……....64

KISALTMALAR LİSTESİ

Akt. **:** Aktaran

DZÖÖ-KF **:** Duygusal Zeka Özelliği Ölçeği - Kısa Formu

EUROSTAT: European Community Statistical Office

OECD **:** Organisation for Economic Cooperation and Development

TDK **:** Türk Dil Kurumu

Yay. **:** Yayınları / Yayınevi

GİRİŞ

Günümüz işletmelerinin başarısında insan unsurunun gücüne bağlı olarak, çalışanların duygusal zekâ ve yenilikçilikleri birçok disiplinde olduğu gibi insan kaynakları yönetimi içinde de ele alınmaktadır. Sürekli gelişen bilgi teknolojilerinin değişime mecbur bıraktığı işletmeler, yenilikçi çalışmalara büyük önem vermektedir. Buna bağlı olarak uluslararası piyasalarda öne çıkan organizasyonların kurumsal yapılarını yenilikçi ve duygusal zekâsı yüksek çalışanlarla birlikte oluşturdukları görülmektedir. Çünkü, insanların çevrelerinde olup biten olayları doğru yorumlayabilmesi ve değişen çevre koşullarına ayak uydurabilmesi için çalışanlarda duygusal zekâ ve yenilikçilik gibi özellikler aranmalıdır. İşletmeleri ileriye taşıyan insan sermayesi için ihtiyaç duyulan teknik bilginin yanında öz denetim, motivasyon, empati gibi duygusal zekâ yetenekleri çalışma hayatının yeni kuralları olarak kabul edilmektedir. Duygusal zekâ özelliği, kişinin hem kendi duygularını hem başkalarının duygularını doğru teşhis etme, tüm ilişkilerinde kişiye yardımcı olacak şekilde duygularını düzenleme ve kullanma ile ilgili kişisel eğilimleri olarak tanımlanmaktadır. Duygusal zekâsı yüksek çalışanlar kurumları için çok çeşitli fayda sağlar. Örneğin, aniden beliren problemlerin çözümünde, stresli durumların yönetiminde, zor görevlerin kararlılıkla tamamlanmasında ve sosyal ilişkilerin doğru yönde şekil almasında büyük rol oynar. Aynı zamanda başkalarının ve kendisinin duygularını anlayıp kontrol edebilen çalışanlar, yenilik sürecinde karşılaşılan zorluklarla baş ederek yaratıcılıklarını daha rahat ortaya koyar böylece yenilikçi bir örgüt kültürü oluşmasına zemin hazırlar.

Bireyin düşünce, duygu ve davranış biçimleriyle ilgilenen psikoloji biliminin konusu olarak literatüre giren, daha sonraları kamu ve özel sektördeki kurumlar tarafından keşfedilen duygusal zekânın önemi, uluslararası yönetimler tarafından hızla benimsenmiştir. Özellikle 1990'lı yıllarda iş dünyası, liderlerini duygusal zekâ konusunda geliştirmeye başlamıştır. Zaman içerisinde bu özelliğin sadece liderlik yapanların değil her pozisyonda görev alanların yararına olduğu fark edilmiştir. Teknoloji firmalarının farklı kademelerinde çalışanlarla yürütülen bu çalışmanın bulgularına göre duygusal zekânın iyi oluş ve sosyallik boyutunun bireysel yenilikçiliğe etkisi olduğu görülmüştür. Duygusal zekâya ilişkin demografik

faktörlerin sonuçlarına bakıldığında ise yönetim görevi olanların duygusal zekâsı ve yenilikçilikleri yönetim görevi olmayanlara göre daha yüksek düzeydedir. Hiç kuşkusuz yenilikçi olmayı isteyen tüm organizasyonların personel tercihlerini ve bilhassa yönetici tercihlerini duygusal zekâlarını değerlendirerek yapmaları yerinde olacaktır.

İstanbul'da faaliyet gösteren teknokentlere bağlı firmalarda çalışanların duygusal zekâsının bireysel yenilikçilikleri üzerine etkisinin incelenmesine yönelik düşünce ve önerilerin belirlenmeye çalışıldığı bu tez çalışması üç bölümden oluşmaktadır. İlk iki bölümde konu teorik açıdan ele alınırken, üçüncü bölümde saha araştırmasının sonuçları üzerinde durulmaktadır.

Tezin birinci bölümüne duygu ve zekâ kavramlarının açıklanmasıyla başlanmıştır. Ardından bu iki kavramın ilişkisi ele alınarak duygusal zekânın gelişim sürecine yer verilmiştir. Faktörleri ve başlıca geliştirilmiş modelleri ana hatlarıyla incelenen duygusal zekâ ile ilgi öne çıkan bazı çalışmalar bölümün son başlığında incelenmiştir.

Tezin ikinci bölümünde, öncelikle yenilik kavramı, yenilik türleri ve yeniliğin kaynakları ele alınmıştır. Daha sonra yenilikçilik ve bireysel yenilikçilik kavramları açıklanmıştır. Yenilikçiliği etkileyen faktörler incelenerek, yeniliklerin yayılımı, kabulü ve benimsenmesi üzerinde durulmuştur. Bu bölüm, bireysel yenilikçilikle ilgili gerçekleştirilen çalışmalara yer verilerek tamamlanmıştır.

Tezin üçüncü bölümünde ise Boğaziçi Teknopark, İTÜ ARI Teknokent, Yıldız Teknopark, Teknopark İstanbul ve İstanbul Teknokent'teki firmalardan 164 çalışanın katılımıyla gerçekleştirilen araştırmanın konusu, amacı, önemi, kapsamı, varsayımları, sınırları, modeli, veri toplama araçları, yöntemi, hipotezleri, istatistiki teknikleri, bulguları ve analizleri açıklanmıştır.

Tezin sonuç, genel değerlendirme ve öneriler bölümünde ise araştırmanın elde edilen bulguları yorumlanarak genel bir değerlendirmede bulunulmuş aynı zamanda duygusal zekânın işletmelerde özellikle insan kaynakları yönetiminde öne çıkmasına yönelik öneriler verilmiştir. Bu çalışma, duygusal zekânın bireysel yenilikçiliğe etkisini inceleyerek literatüre mütevazı de olsa bir katkı sağlamak niyetiyle yapılmıştır.

BİRİNCİ BÖLÜM

DUYGUSAL ZEKÂYA KAVRAMSAL BAKIŞ

1.1. DUYGU KAVRAMI

Latince ismiyle motus anima yani "bizi harekete geçiren ruh" anlamına gelen duygular ilkel dönemlerden bu yana insanlara hayatlarını devam ettirme konusunda yol gösterici bilgiler sağlamıştır. Örneğin; bir tehlike karşısında hissedilen korku, insanların tepkilerini hızlandırarak savunma davranışı geliştirmesini, böylece hayatta kalmasını sağlar. Duygular, herhangi bir durumla ilgili karar verme zorunluluğundakiler için de yol gösterici konumdadır. Akıl ile duygunun koordinasyonu sağlamsa aklın rehberliğiyle alınamayan kararlar duyguların devreye girmesi sayesinde alınır. Ancak, duyguların akılla olan bağlantısının iyi kurulamaması ya da dengede tutulamaması halinde beklenmeyen olumsuz sonuçlarla karşılaşılabilir (Baltaş, 2015:10). Geçmişte duygulara yönelik geliştirilen negatif bakış açısının nedeni; düşüncelerin önüne geçerek mantık dışı davranışlara yol açabilmesidir.

İnsanlar yaşamları boyunca öngöremedikleri zorluklarla ya da fırsatlarla karşılaşır. Bu durumda onlara yol gösteren ve etkili şekilde davranış geliştirmelerini sağlayan tepkiler bütünü duygu olarak adlandırılır. Öfke, utanç ve mutluluk gibi bazı duygulara sahip olmak, sosyal ortamlar içinde bireylere zorluk çıkarabileceği gibi farklı imkanlar da sunabilir. Örneğin; utanma duygusu kurallara aykırı davranmayı engelleyerek, toplumsal normları çiğnemekten ve olumsuz tepkilerle karşı karşıya kalmaktan alıkoyar (Cote, 2014: 460). Duygular belirmeden önce planlanan davranışlar, duygular açığa çıktıktan sonraki hali ile her zaman örtüşmemektedir. Örneğin, mutlu bir şekilde tatile gitme niyetini, karşılaşılan birtakım olumsuzluklardan sonra öfke duygusunun ortaya çıkması bozabilir ve bu plan gerçekleşmeyebilir. Çünkü duygular davranışlar üzerinde belirleyici konumdadır. Brenner ve Salovey'in; bireyin davranışlarını yönlendiren, ulaşmak istediği hedefine kolayca ulaşmasını bilgi kazanımı yoluyla sağlayan tepkiler olarak gördüğü duyguların, iki ayrı rolünden bahsedebiliriz. Bir tanesi davranışı tetiklemek, diğeri de davranış sonucunda ona karşı tepki geliştirmektir (Brenner ve Salovey, 1997: 183). Bu iki rol kapsamında maruz kalınan her türlü bilginin bireyden bireye farklı yorumlandığı gözlemlenebilir.

İnsanların yalnız mantıklarını kullanırken değil duygusal anlamda da kendilerine has bir değerlendirme alışkanlığına sahip olması nedeniyle insan türünün bilinen ortak duyguları (mutluluk, öfke, tiksinme v.s.) yaşadığı ortamlar bireyden bireye farklılaştıracaktır. Bir kişinin yetiştiği çevrede öğrendiği kendisine mutluluk veren jestlerin başkalarınca tuhaf algılanması buna örnek verilebilir.

Duygular davranışlarımızı şekillendirme görevi olan, enerjimizi açığa çıkaran, etkinliğimizi sağlayan ve bilgimizi arttıran içsel bir kaynaktır. Duyguların doğuştan bizdeki mevcudiyeti onların iyi ya da kötü olduklarını göstermez. Sonradan kişisel eğilim ve çevre yoluyla öğrenilen bilgiler, tarafımızca duyguları olumlu yahut olumsuz halde yorumlamayı öğretir (Cooper ve Sawaf, 1997: 30-40). Aslında tüm duygular sadece içsel durumumuzu yansıtan yaygın ifadelerdir. Bunun dışında, zaman içerisinde problemlerle karşılaşıldıkça öğrenme yoluyla geliştirilmiş çözüm önerileri duygu olarak dışa vurulur (Gross, 2010). İnsanların yaşadığı şahsi tecrübeler farklılaşsa da olayları çözümleme yolundaki benzerliği sayesinde kişilerin duygularında ortak nokta yakalanır. Bir olaya ya da duruma verilen cevap, belirgin bir duygunun yansıması şeklinde görünse bile kişiye göre düşünüldüğünde çeşitli yoğunlukta yorumlamalar mevcuttur. Örneğin, daha önce trafik kazası geçirmiş bir kişinin arabaların yaptığı ani frene karşı hissettiği korku kaza atlatmayan başka birine kıyasla daha büyük olacaktır. Bunun yanında duyguların yoğunluğu arttıkça düşünme ve karar alma mekanizmasında bozulmalar yaşanır (Jensen, 1998: 73). Zihin tek başına çalışırken belli ölçüde duyguların müdahalesi gerekli ve beklenen bir şeydir. Kararlarımızı yalnız bilişsel zekâmızı kullanarak değil duygularımızın yönlendirmeleriyle alırız ve bu yönlendirmelere farkında olmaksızın bazen az bazen çok maruz kalırız. Ancak ne zaman ki aşırı duygular devreye girer ve düşünceyi baltalamaya başlar o zaman sağlıksız sonuçlarla karşı karşıya kalınır.

Nörologlar duyguları içten gelen biyolojik kaynaklı geçitlere benzetir. Bu geçitler içsel yolculuğunda kişiye kolaylık sağlayabileceği gibi zorluk da çıkarabilir. Dünya genelinde yürütülen birçok çalışma insanlar için ortak duyguları: mutluluk, korku, şaşırma, iğrenme, öfke ve üzüntü olmak üzere altı ifade olarak kabul eder. Fakat içlerinden yalnızca mutluluk ve korku durumunun beyinde belli alanlara sahip olduğu

saptanmıştır (Jensen, 1998: 73). Dolayısıyla bu iki duygunun daha çok hayatımızı şekillendiren bir özelliğinin olması muhtemeldir.

Duygular bakıldığında hemen anlaşılamayan, süreç içindeki bir gelişimi gösteren değerler arasındaki etkileşimden çıkarılan farazi bir kurgudur. Bununla bağlantılı olarak, duygunun hislerden ayrı düşünülmesi gerektiği kabul görmektedir (Scherer, 2000: 156). Çünkü hisler duygu yapısının bileşenlerinden yalnızca birisidir. Her duygu bir hissin sonucunda açığa çıksa da her his bir duygu oluşturmamaktadır. Bir olayla karşılaşan kişinin zihniyle bedenindeki uyanış his olarak, farkına varılan bu hissin zihin ile bedende tepkiye dönüşmüş hali de duygu olarak tanımlanabilir. Acıma hissinin üzüntüye dönüşmesi gibi.

Literatürde öfke, korku, üzüntü, mutluluk gibi bazı psikolojik durumların duygu olduğu kabul görürken, açlık, susuzluk gibi fizyolojik durumlar duygu olarak ifade edilmemektedir. İnsanın psikolojik durumu ile bedeninin ihtiyaçları ve bunun dışa vurumu elbette farklıdır. Mutlu olmak fizyolojik bir ihtiyaç değil, psikolojik alt yapısı olan bir durumdur. Oysaki acıkma hissi yemeye duyulan ihtiyacın sonucunda oluşur. Ayrıca, bazı çalışmalarda temel duygular dışında korkmak, merak etmek ve suçluluk duymak gibi bazı durumların duygu olup olmadığı konusunda fikir birliği sağlanamamıştır (Craig ve Lazarus, 1990: 610). Başlıca duygu türlerinden bahsedecek olursak yaygın olarak kabul edilen dört temel duygu; korku, kızgınlık, üzüntü ve mutluluktur. Başka görüşler tarafından üç duygunun daha eklenmesiyle temel duygular yediye çıkmıştır. Bunlar; korku, öfke, üzüntü, mutluluk ve şaşkınlık, tiksinme ile küçümsemedir (Duygu ve Duygu Çeşitleri, 2018). İnsana özgü ve tamamen kültürden bağımsız olan korku, kızgınlık, şaşkınlık, mutluluk ve tiksinme duyguları da çekirdek duygular olarak bilinir ve bunların insan türünün devamlılığını sağladığına yönelik bazı yaklaşımlar mevcuttur (Baltaş, 2015: 13). Ancak temel duyguların neler olduğuna yönelik görüşlerden en bilineni, insan duyguları ve bunların yüze yansımasıyla ilgili yaptığı çalışmalarıyla tanınan Paul Ekman'ın görüşüdür. Ekman'a göre yedi evrensel duygu; kızgınlık, mutluluk, korku, üzüntü, şaşkınlık, kınama ve tiksinmedir (Ekman'ın Evrensel Duygular Teorisi, 2015).

1.2. ZEKÂ KAVRAMI

Zekâ insanın en büyük değerlerinden biri olması sebebiyle birçok bilim insanı tarafından çalışılmak istenmiştir. Bu sayede zekânın çeşitli tanımları yapılmıştır. Türkçe sözlüğüne göre zekâ: "insanın düşünme, akıl yürütme, nesnel gerçekleri algılama, kavrama, yargılama ve sonuç çıkarma yeteneklerinin tümüdür." (Püsküllüoğlu, 2015). Zekâya sahip olmak ve kullanmak farklı şeylerdir. Ne uğruna kullanıldığına bağlı olarak olumlu ve olumsuz sonuçlara neden olabilir. Buna göre zekâyı kişinin yanlışlarından dönebilme, güçlü yönlerinin yardımıyla zayıf yönlerini azaltma ve kişisel hedeflere ulaşma yeteneği olarak tanımlanmak mümkündür (Sternberg, 2003: 141). Bireylere toplum içinde kendi kimliğini oluşturma ve sosyal sitemin bir unsuru olarak kişisel anlamda amaçlananları gerçekleştirebilme başarısı zekânın bir sonucudur. Sternberg'e göre zeka, yaşanılan çevreye uyumlu davranmayı, soyut durumlar dahil olayları hem hızlı hem doğru şekilde kavrayıp analiz etmeyi ve içsel motivasyonunu doğru yönlendirmeyi sağlayan bir insan kapasitesidir (Yaşlıoğlu v.d., 2013: 193). Diğer taraftan psikologlara göre zekâ, bilişsel yönden zihnin ne kadar iyi çalıştığını ifade etmektedir. Yani; öğrenilen bilgileri hafızada tutma, çıkarımda bulunma, sorun çözme, yorum yapma ve soyut düşünme gibi konulardaki yetenekler zekâ ile tarif edilmektedir (Mayer and Salovey, 1997: 4).

1921 yılında zekâ alanında çalışan akademisyenlerin yaptığı araştırmaya göre; tanımlarda kullanılan en yaygın zekâ bileşenleri; soyut akıl yürütme, zihinsel temsil, problem çözme ve karar alma gibi yüksek seviye yetenekler ile öğrenme yeteneği ve çevresel taleplere uyumdur. Yapılmış birçok zekâ tanımı içinde, zekâ testlerinin öncüleri Alfred Binet, Simon ve Wechsler 'in de aralarında bulunduğu bir yaklaşıma göre zekâda en önemli unsur "uyum sağlama" konusudur. Ancak insanlar yalnızca çevreye uyum sağlamakla kalmaz çevrelerini değiştirir ve yeni bir çevre tercihinde bulunurlar. Buna bağlamda, Wechsler zekâyı; kişinin amaçları doğrultusunda mantıklı hareket etmesi, çevresiyle beraber uyum içinde geçinebilmesi gibi yetenekleri içeren toplam ve evrensel bir kapasite olarak ifade etmiştir (Salovey ve Mayer, 1990: 186). Bu yetenekler, insanlara tek başlarına bir yaşam sürdürmeden ziyade toplumsal birlikteliği önceleyen unsurlardır. Benzer şekilde Sternberg'in tanımına göre zekâ; yaşanılan çevreye uyum sağlama, çevreyi şekillendirme ya da yeni bir çevre seçmek

için gerekli olan zihinsel yetenekleri içerir (Sternberg, 1997: 1030). Ünlü filozof Descartes da zekâyı 'doğruyu yanlıştan ayırt etme' yani doğru karar verme şeklinde tanımlamıştır (Salovey ve Mayer, 1990: 186). Başka bir çalışma 1986'da yapılmış olup zekâ, kişinin ortalamanın üzerinde sahip olduğu becerilerle kültürel anlamda değerli bulunan yetenekleri sergileyebilme; duygu ve düşünceleri idare edebilme başarısı olarak görülmüştür (Yelkikalan, 2006: 40-41; Çakar ve Arbak, 2004: 26). Zekânın tanımlarında kişiye ait üst düzey becerilerden ve içinde bulunulan kültürle paralel yaşayabilme yeteneğinden söz edilmektedir. Zekâ her bölgede başka açıdan yani farklı kapsamda değerlendirilir. Mesela; Çin kültüründe kişinin kendini bilmesi zekânın ana öğesi iken Batı kültüründe zekânın temel öğesi hızdır (Herece, 2016: 11). Genel itibariyle denilebilir ki; araştırmacılar zekânın insanlara toplum içinde sorunsuz yaşama kolaylığı sağlayan yetenekler bütünü olduğunu düşünmüştür.

Psikologlar konuyla ilgili çalışmalarını anlaşılır kılmak amacıyla sınıflamaya giderek üç tür zekâyı asıl olarak görmüştür. (Poon, 2002: 57):

Soyut Zekâ: Sözel kavramlarla matematiksel sembolleri algılayabilme ve faydalanabilme yeteneği;

Somut Zekâ: Nesneleri anlamlandırma ve etkili biçimde kullanabilme yeteneği;

Sosyal Zekâ: İnsanları doğru şekilde anlama ve ilişkilerini sorunsuzca yürütme yeteneğidir.

1983 yılında Harvard Üniversitesi'nde bilimsel çalışmalar yapan Amerikan psikolog Howard Gardner Çoklu Zekâ Kuramı'nda beynin belirli bölgelerinde birden çok zekânın olduğunu öne sürmüş, her insanın zekâsını kendine has kullanma şekli ve özel yetenek alanları olduğunu savunmuştur. Bu bağlamda tek bir zekâ türünü reddederek sekiz ayrı zekâ türünden bahsetmiştir. Bunlar; sözel/dilbilimsel zekâ, mantıksal/matematiksel zekâ, görsel/uzamsal zekâ, müzikal/ritmik zekâ, bedensel/duyudevinimsel zekâ, kişilerarası/sosyal zekâ, kişiye dönük/kişisel ve doğacı/varoluşçu zekâ (Gardner, 1993; Konakay, 2010: 26). Bu teoride kişilerarası ve kişiye dönük zekâ ayrımı duygusal zekânın tarihsel süreç içinde oluşumuna ciddi bir fayda sağlamıştır. Çoklu zekâ teorisi Gardner'dan sonra halen geliştirilme aşamasında bulunduğundan henüz kesin bir zekâ sayısına ulaşılamamıştır. Bununla birlikte günlük

yaşantımızda önemli rolü olduğu bilinen ve evrensel olarak kabul gören altı zekâ kategorisi aşağıdaki gibi açıklanabilir (Yelkikalan, 2006: 40-41).

Sözel Zekâ (Dilsel Zekâ): Kelimeleri doğru algılama, karmaşık konuları yorumlayabilme, düşünme, konuşma, dile giren yeni sözcükleri kullanabilme, okuma ve yazma gibi yeteneklerdir. Kendisini en çok güzel konuşma ve yazma becerileri ile gösterir. Bu zekâ türü yazı yazdıkça bulmaca çözdükçe ve münazara yapıp dinlemeyi etkinleştirdikçe gelişecektir.

Görsel Zekâ (Mekânsal Zekâ): Şekil, renk ve formları zihninde canlandırabilme, dünyayı görsel şekilde algılayabilme, resim ve şekillerle düşünebilme ve onları hatırlayabilme yeteneğidir. Gezip görülen yerler akılda tutulmaya çalıştıkça, resim çizdikçe ya da görsel sanatlarla ilgilendikçe bu zekâ türü gelişebilmektedir.

Mantıksal Zekâ (Matematiksel Zekâ): Problem çözme, sayıları kullanma, neden sonuç bağlantısı kurma ve muhakeme ederek bilinçli karar verme yeteneğidir. Sayısal bulmacalar çözerek, satranç oynayarak, hukuk ve iş dünyasına dair haberleri takip ederek bu zekâ türü geliştirilebilir.

Fiziksel Zekâ (Bedensel Zekâ): Vücudun fiziksel olarak tüm özelliklerinin en ideal şekilde kullanılarak belli bir amaca yönelik faaliyetlerin sergilenebilmesi yeteneğidir. Birçok spor dalı fiziksel zekâyı arttırmaya yardım eder.

Yaratıcı Zekâ: Yeni fikirler geliştirme, kendine özgü biçimde problem çözme, hayal gücü ve verimli icatlar çıkarabilme yeteneğidir. Sanatsal faaliyetler yaratıcı zekânın gelişimini sağlayabilmektedir.

Duygusal Zekâ: Kendinin ve başkalarının duygularını fark ederek yönetebilme, etkili iletişim kurabilme, stresten uzak kalabilme, empati yapabilme ve duygularını ifade edebilme yeteneğidir. Sosyal aktiviteler ve grup toplantıları duygusal zekânın gelişimine yardımcı olacaktır.

1.3. DUYGUSAL ZEKÂ KAVRAMI

Hayatımız boyunca çok çeşitli özelliklere sahip insanlarla iletişim kurarız. Duyguların doğru anlaşılması ve düzgün biçimde ifade edilmesi, aynı zamanda kontrolünün sağlanması, başka insanlarla kurduğumuz ilişkilerde ve girdiğimiz farklı ortamlarda bizlere yardım edecektir. Bu yetilerin tamamı duygusal zekâ adı altında toplanır (Altındağ ve Kösedağı, 2015: 271). Duygusal zekâ; kişinin kendisinin ve başkalarının duygularını anlaması, bunlar arasında ayrım yapması, bu yolla ulaştığı bilgiyi düşünce ve davranışlarında kullanmasını sağlayan sosyal zekanın bir alt kümesidir (Mayer ve Salovey, 1990: 189; Hanzaee ve Mirvaisi, 2013: 1396). Duygusal zekâ aynı zamanda, bireyin kendi duygularını fark ederken başkalarının duygularını da adil ve gerçekçi şekilde tanıyabilmesi, duygularla ilgili doğru yorumlarda bulunabilmesi ve bu doğru analizlerine uygun davranışlar sergileyebilmesidir. Duygusal bir bilgi işleme kapasitesi olarak duygusal zekâ, zekânın hislerle bağlantılı olan bilgileri özümseyip hayata geçirmesine imkân tanıyan özel bir bölümüdür. (Salovey ve Mayer, 1995: 197). Kendi duygularını açıklayabilen bir insan duygularını ne istediğini bilerek düşünce sürecine dâhil eder ve kişisel sorumluluklarını yerine getirirken kendi ruh halinin farkındalığı içinde kararlarını daha kolay verir. Yapabilecekleri ve yapmak istedikleri hakkında objektif değerlendirmelerde bulunarak iç motivasyonunu kendisi sağlayabilir. Başkalarının duygularını anlamak yani empati yapmak da kişiye karşı tarafın ihtiyacına cevap verme becerisi ve sonrasında haz duymayı sağlar. Böylece sağlıklı ilişkiler kurmak için gerekli olan iletişim gerçekleşebilir. Duygusal zekâ sayesinde tanımlanan duyguların doğru yorumlanması ile edinilen bilgilerin düşünce ve davranışlarımıza yön vermesi, çevremizle etkin iletişim kurmamıza yardımcı olmaktadır (Akın, 2010: 24; Altındağ ve Kösedağı, 2015: 271). İnsanoğlunu diğer türlerden ayıran davranışları ile hayatın her evresini etkileyen duygusal kapasitesi; duygusal zekânın kabulüne ve gelişimine ihtiyaç duymaktadır. Günümüzde yeni sayılabilecek bir değere sahip bu konu birçok disiplinin odak noktası haline gelmiştir. Duygusal zekâ; bir kişinin kendisinin ve başkalarının duygularını doğru algılaması, değerlendirmesi, ifade etmesi ve duyguları düzenleyerek duygusal ve zihinsel gelişimi sağlama yeteneğidir (Mayer ve Salovey, 1997: 23). Bu yetenek yöneticilerin ve çalışanların tanımlayıp farkına vardıkları

duygularını doğru yerde kullanmak suretiyle kendileriyle ve başkalarıyla mevcut ilişkilerini en doğru biçimde sürdürmeyi mümkün kılar. Son yıllarda birçok şirket duygusal zekânın yönetim felsefesinde ne denli önemli olduğunun farkına varmıştır. Çünkü günümüz şartlarında bir organizasyon, yalnızca ürettiği ürün veya hizmetle rakiplerinin karşısında yarışamaz. İnsanları iyi idare etme zorunluluğu da içinde bulunduğu rekabet ortamında kesinlikle yadsınmamalıdır. Duygusal zekâ; çalışanlarla daha fazla irtibatta olup, kendi organizasyonlarında değişiklik yapma ihtiyacı duyan insan kaynakları uygulayıcıları ve yöneticileri için de oldukça önemlidir (Singh, 2006: 17). Benzer şekilde duygusal zekânın bireysel ve organizasyonel fayda anlamında her bir çalışan için önemini ayrıca vurgulamak gerekmektedir. Çalışanlar iş yerinde duygusal zekânın geliştirilmesine yönelik uygulamalar sayesinde, iyi bir takım üyesi olma, işlerinde daha rahatça yaratıcılık sergileme ve güçlü tekniklerin uygulanmasıyla toplam üretkenliklerinde artış gösterme gibi olumlu çıktılarla karşılaşır.

Sosyal zekâ ve zekâ teorilerinin birlikte çalışılması sonucu duygusal zekâ, sosyal zekânın bir türü olarak görülmeye başlanmıştır. Psikoloji alanında doktora sahibi gazeteci yazar Daniel Goleman'ın 1995 yılındaki "Duygusal Zekâ" adlı kitabında bilişsel zekâdan daha önemli olduğunu vurguladığı duygusal zekâyı; sorunlara ve zor durumlara rağmen kendini güdüleyebilme, doyumu erteleyebilme, stresini kontrol edebilme, kendini başkalarının yerine koyabilme ve iyimser olma şeklinde tanımlamıştır. Bu kavramın önemi; insanların aile ilişkilerinden iş başarısına, arkadaşlarıyla iletişiminden toplumsal rollerindeki uyuma kadar doğrudan tüm hayatına etki etmesinden kaynaklanmaktadır. Zekânın doğasında olan anlama, kavrama, yargılama durumları duygusal zekâ söz konusu iken duyguların devreye girdiği başka bir süreç haline gelir. Bu süreci doğru yönetenler de ancak duygusal zekâsı gelişmiş kişilerdir.

IQ'su (zeka katsayısı) yüksek insanlar hayatlarının her alanında başarılı değildir. Öyle ki; IQ'nun hayattaki başarıya katkısı en fazla yüzde yirmi kadardır; geri kalan yüzde sekseni sosyal sınıftan şansa uzanan birçok etken belirler (Goleman, 2017: 62). İnsanlar sahip oldukları birden çok zekâ türünün her birini eşit düzeyde aktif olarak kullanmamaktadır. Tüm insanların güçlü ve güçsüz zekâları olmakla birlikte güçsüz zekâların geliştirilmesi kişisel çabayla mümkündür.

İnsanlar bulundukları her çevrede birtakım sorunlarla ya da baskılarla karşılaşabilir. Bu bağlamda Reuvon Bar-On duygusal zekâyı; problemlere ve taleplere uygun şekilde cevap verebilmesinde kişiye yardımcı olacak bireysel, duygusal, sosyal yeterlilik ve beceri bütünü olarak tanımlar. Bar-On duygusal zekâ konusundaki görüşlerini Mayer ve Salovey'in modelinden esinlenerek geliştirmiş ve "Bilişsel Olmayan Zekâ" modelini ileri sürmüştür. Ona göre zeki insan; yalnızca bilişsel zekâsı değil duygusal zekâsı da yüksek olan insandır (Bar-On, 2006: 14).

Robert Cooper ve Ayman Sawaf adlı araştırmacılara göre (2003); "duyguların hızlı algılayışını ve gücünü, insan enerjisi, bilgisi, ilişkileri ve etkisinin bir kaynağı olarak duyumsama, anlama ve etkin bir biçimde kullanma yeteneği" ne duygusal zekâ denir (Cooper ve Sawaf, 1997: 12).

Yapılan tanımların ortak özellikleri itibariyle duygusal zekâ; bireyin öncelikle kendi duygularını sonra başkalarının duygularını anlayıp ilişkilerinde mantıklı, tutarlı, anlayışlı ve faydalı davranışlar sergilemesini sağlayacağı yetenek ve beceriler dizinidir.

1.3.1. Duygu ve Zekâ İlişkisi

Geçmişten günümüze duygu ve zekâ arasındaki ilişki sürekli tartışılmıştır. Bu konudaki tartışmalar klasik ve modern yaklaşımlar olarak iki bölümde incelenmektedir.

1.3.1.1. Klasik Yaklaşımlar

Geçmişte duygular ile sebepsiz bir rekabete sokulan zekâ, genellikle bu yarıştan galip olarak çıkmıştır. Antik felsefede Stoacılar, iyi bir yaşam sürmenin ancak akıl ve mantığın rehberliğinde olabileceğini, dolayısıyla duygunun sadece bireyleri yanlışa sürükleyen zaaflardan ibaret olduğunu savunmuşlardır. Onlara göre bilge kişi, kendisini duygularından arındırmış, mantığını ön plana çıkarmış kişidir (Akt. Gürsoy, 2014: 79). Platon duyguların tarafsız ancak yönetilmeye muhtaç olduğunu, Aristo ise duyguların bilince yardımcı olmak için ona eşlik ettiğini öne sürmüştür. Ortaçağ dönemine bakıldığında duyguyu ve zekâyı bir bütünün iki parçası olarak görmek yerine kalbi duygunun, beyni zekânın kaynağı şeklinde düşünmek olağan bir durumdur. Avrupa'da yayılan skolastik düşüncenin de etkisiyle duygular şeytanı

temsil eden kötü unsurlardır (Akt. Çakar ve Arbak, 2004: 30). Avrupa'da Ortaçağ Hristiyan anlayışının yedi ölümcül günah olarak gördüğü duygular (gurur, açgözlülük, kıskançlık, öfke, şehvet, oburluk ve tembellik) yedi erdemli duyguya (basiret, metanet, adalet, inanç, itidal, umut ve sevgi) baskın çıkarak, duyguların kötülükle paralel çağrışım yapmasına neden olmuştur. Ancak, Rönesans dönemi bu yaygın kanıyı değiştirerek duyguların iyilikle, aklın kötülükle eş tutulmasının yolunu açmıştır (Çakar ve Arbak, 2004: 30). Descartes'in dönemine gelindiğinde, akıl ve duyguyu insanın birbirinden bağımsız iki ayrı özelliği şeklinde değil, daha çok biri diğerine yardımcı olan iki ortak olarak yorumlamak mümkündür. Çünkü; o dönemde akılcılık yaklaşımı kabul edilmektedir. Bu bakış açısına göre; duygular düşünceleri takip ederek ortaya çıkmaktadır. Bir olay neticesinde öfkelenmenin doğru olduğu düşünülüyorsa kişi öfkelenecektir (Gökalp, 2010). Yani düşünce duyguya rehberlik edecektir.

Birçok alanda değişimin yaşandığı Sanayi Devrimi yıllarında yaşanan gelişmeler çerçevesinde duygunun göz ardı edildiğini, ekonomik ve çıkarcı hesapların savunucusu aklın ön plana çıktığını görmek mümkündür. Duygudan bağımsız olarak mantık çerçevesinde karar vermek Sanayi Devrimiyle beraber genel bir kabul haline gelmiştir. Romantik akımın sezgi ve empatiyi içeren duyguların, düşünceye eşlik etmesi gerektiğine dair yaklaşımı dâhil, hiçbir iddia o dönem için büyük bir karşılık bulmamıştır. Aklın hâkimiyeti ile duyguların temsil ettiği güçsüz konum, uzun süre insanlar tarafından sorgulanmadan destek bulmuştur. (Herece, 2016:15).

1.3.1.2. Modern Yaklaşımlar

"Akıl ve duygu" arasındaki ilişki modern zamanlarda daha çok biyolojik ve sosyolojik açılardan değerlendirilmektedir. Beyinle ilgili yapılan çalışmalar sayesinde bu iki kavramın birbirine olan yaklaşımı bilimsel olarak açıklanabilir. Öncelikle; üç temel katmandan oluşan beynin ilk katmanı otonom (ilkel) beyindir. Bu kısmında beyin sapı bulunur. Otonom (ilkel) beyin; nefes almak, göz kırpmak gibi düşünmeden yapılan davranışlardan sorumludur. Etrafına tepki vermeye odaklanır ve bu sayede vücudu dış etkilere karşı kontrol eder. Beynin ikinci katmanını duygusal beyin olarak anılan limbik sistem oluşturmaktadır. Limbik kelime anlamı olarak "sınırda" demektir. Otonom beynin sınır kabul edilen bir kısmında olduğu için bu ismi almıştır. Limbik sistem, öğrenme ve hatırlamayı sağlayan, duygusal verilerin bulunduğu, hayat

boyunca karşılaşılan her türlü bilginin kaydedildiği depodur. Buradaki bilgiler sayesinde limbik sistemde iki şey hatırlanır; hipakamp bölgesinde saklanan bir olaya ilişkin ayrıntılar ve amigdala bölgesinde olay sonrası depolanan hisler. Beynin son katmanında bilişsel tepkilerin merkezi; neokorteks yer almaktadır. Burada toplanan bilgiler mantıklı düşünme ve analiz süreçlerinden geçer, hissedilenler düşünceyle birleşir. Neokorteks düşüncenin beşiğidir ve duygular yardımıyla algılanan bilgileri anlaşılır kılan katmandır. Düşünen beyin (neokorteks), duygusal beyinden (limbik sistem) sonra oluştuğu için düşünce önce duygusal verilerin sonra akılcı verilerin değerlendirilmesi sonucu açığa çıkar. (Goleman, 2017: 37-38; Kavcar, 2011: 18). Akıl ve duygu kavramlarına yönelik anlatımlarımızda, bunları duygusal beyin ve rasyonel beyin şeklinde kullanmamız mümkündür.

Akıl ve duygunun sosyolojik yönden ele alınması şöyle bir sonucu doğurur. Akıl ve duygu, toplumsal düzlemde birlikte hareken eden karar verici mekanizmalardır. Toplum, akıl ve duygularının yönlendirmesiyle hareket eder. Duyguların göz ardı edildiği dönemlerden sonra insan ilişkileri bağlamında duyguların değerlendirilmesi insanın sosyolojik yönden daha iyi anlaşılmasını sağlamıştır. Çünkü insan akıldan ibaret salt rasyonel bir varlık değildir. Bilişsel yapımız içinde genellikle bilinçdışı duygusal düşünceler, rasyonel düşüncelerden önce oluşur ve sonra birlikte değerlendirilir (Massey, 2002: 25).

Duygu ile zekânın üstünlük mücadelesi vermeksizin bir arada değerlendirilmesi duygusal zekâ kavramının kabulüne yol açmıştır. Tek başına ele alındığında zekâ en genel tanımıyla; bilgiyi yeni kavramlara ve becerilere dönüştürmek için genetik yolla kazanılmış kapsamlı yetenekler bütünüdür (Van Der Zee, 2002: 105). Yapılan araştırmalar çerçevesinde herhangi bir zekâya has belirlenen mutlak üç özellik varıdır: kavramsallık şartı (ölçümlenebilecek şekilde zihni performans göstermesi), ilişki şartı (birbiriyle ilgili beceriler içermesi) ve gelişim şartı (yaş ve tecrübeyle gelişmesi). Bu koşulların duygusal zekada da saptanmasıyla duygusal zekâ kendisini ayrı bir zekâ türü olarak kabul ettirmiştir (Mayer v.d.,1999: 269). Modern dünyanın bilim insanları bugün duyguların insan hayatı üzerindeki etkisi konusunda hemfikirdirler Duygular düşünce sürecinden ayrı tutulamayacağı gibi

bireylerin ve toplumun kaderini etkileyecek kararların verilmesinde önemli oranda pay sahibidir.

1.3.2. Duygusal Zekâ Kavramının Gelişimi

Zihnimiz; bilişsellik ve duygulanım ya da güdülenme yoluyla çalışır. Bilişsel yönü; hafıza, mantık, yargılama ve soyutlama bileşenlerini; duygulanım yönü; ruh hali, duygular, değerlendirme ve diğer duygusal durumları içerir. Bu iki boyut beraber duygusal zekâyı oluştururlar. Zihnin güdülenme (çaba) yönü ise; biyolojik temelli olgunlaşmadan ileri gelir (Poon ve Fatt, 2002:60). Biyolojik temelli olgunlaşmadan kasıt, iç ve dış uyarıcıların insan organizmasını yeterince etkilemesi sonucu hedefe yönelik davranış sergilemesidir.

Zekâ kavramı uzun yıllar yalnızca bilişsel açıdan incelenmiştir (Schutte, 1997: 167). Daha sonra bazı öncü araştırmacılar zekânın yapısını daha kapsamlı bir yaklaşımla benimsemiş ve duygusal zekâ gibi yeni zekâ modellerinin gelişimine zemin hazırlamıştır. İnsanoğlunun mantıksal ve duygusal yapısını birlikte ele alan "bilişsellik-duygusallık" kavramları geleneksel yaklaşımın değişmesi anlamına gelmekteydi.

Duygusal zekânın keşfi yolunda bilinen ilk zekâ araştırmacısı Thorndike, 1920 yılında sosyal zekâ modeliyle zekâyı mekanik, soyut ve sosyal zekâ olmak üzere 3 boyutta değerlendirmiştir. Thorndike'in sosyal zekâsı içinde duygusal zekâya doğrudan yer verilmez ancak zekâyı biliş boyutu olmaksızın farklı bir açıdan ele alır. Mekanik, soyut ve sosyal zekâ kavramlarını şöyle açıklar. Ona göre mekanik zekâ; maddelerin yapısını kavrama ve onlarla ilgili karar verme ile ilgilidir. Soyut zekâ; fikirleri ve imgeleri anlayıp süreç içinde idare etmeye yarar. Sosyal zekâ ise; insanların sosyal hayatın içine karışmaları ve başkalarıyla ilişkilerinde bilinçli davranışlar sergilemeleriyle ilgili bir zekâ türüdür (Gürbüz ve Yüksel, 2008: 176). Thorndike çalışmasında, IQ'nun (zeka katsayısı) başlı başına bir bileşen olduğunu, ancak insan beyninin yeterlilikleri arasında başkaca bileşenlerin de bulunduğunu kabul etmektedir.

1983 yılına gelindiğinde Harvard Üniversitesi öğretim üyesi Howard Gardner adlı akademisyenin geliştirdiği meşhur Çoklu Zekâ Kuramı duygusal zekâ terimini açıkça kullanmasa da içsel (kişiye dönük) zekâ ve sosyal (kişilerarası) zekâ adını

verdiği sınıflandırma ile birbirinin alternatifi olan "duygusal zekâ modelleri"nin literatüre girmesine yol açmıştır. Adından da anlaşılabileceği gibi kişiye dönük zekâ bireyin kendi duygularının farkındalığıyla ve bireysel değerlendirmelerle ilgiliyken, kişilerarası zekâ başkalarının duygularını anlamlandırmayla ilgilidir (Schutte v.d., 1998: 168). Duygusal zekânın gelişim sürecinde kişiye dönük zekâ - kişilerarası zekâ ayrımına başka sınıflandırmaların da eklenmesi temeldeki bu ayrımı değiştirmeksizin zenginleştirmiştir. Çünkü farklı gruplamaların yapılması duygusal zekâya yönelik soru işaretlerini azaltmış daha iyi anlaşılabilmesine ortam hazırlamıştır. Ayrıca; iş dünyasının büyümesi, insana bağlı maddi kazanç ve kayıp miktarının kritik öneme ulaşması zihni yönden incelenen mekanizmanın duygusal yönden araştırılmasını da zorunlu hale getirmiştir. Akılla idare edilen kazanç odaklı piyasaların, karar süreci üzerinde duygusal zekâ yeteneklerinin etkisini fark etmesi kavramın kısa sürede hak ettiği değeri görmesini sağlamıştır.

Salovey ve Mayer (1990) duygusal zekâ kavramını ilk defa dile getiren araştırmacılardır. Duygusal zekâyı üç yetenek üzerine inşaa ederek açıklarlar. Bunlar; kendinin ve başkalarının duygularını anlamak, duyguları irade kullanarak düzenlemek ve hareketlerine yön verecek şekilde faydalanmaktır (Gürbüz ve Yüksel, 2008: 176). 1997 yılında bu bakış açılarını biraz daha kapsamlı hale getirerek duygusal zekâyı; bireyin duyguları algılaması ve ifade etmesi, düşünce ile duygu ilişkisini kurması, duyguları anlaması ve analiz etmesi, duyguları yönetmesi olarak açıklamışlardır (Mayer ve Salovey, 1997: 11; Çakar ve Arbak, 2002: 35). Yani Mayer ve Salovey'in duygusal zekâ kavramının gelişimine en büyük katkısı kavramın adını vermesi ve bir yetenek modeli olarak ortaya koyması olmuştur. Görüşleri, kendilerinden sonra konuyla ilgili çalışma yürüten araştırmacılara ışık tutmuştur.

1995'te Goleman'ın duyguları, zekânın bir bölümü olarak incelemesinin ardından duygusal zekâyı kişiliğin bir parçası şeklinde ele alması bu kavramın tek başına gelişimine büyük katkı sağlamıştır. Konuyla ilgili çalışmalarda yapılan yeni tanımlar duygusal zekâyı birçok kişilik özelliğini içine alacak şekilde konumlandırmış böylece kişiliğin büyük bir bölümünü kapsayacak hale getirmiştir. Goleman'a göre duygusal zekâ beş bölümden oluşur ve şunlardır: duygularını bilme, duyguları yönetme, motive etme, diğerlerinin duygularını tanıma, sosyal ilişkiler (Çetinkaya ve

Alparslan, 2011: 366). Daha açık bir ifadeyle, içinde bulunduğu anda neler hissettiğini tam olarak anlayarak özgüvenle doğru değerlendirmeler yapabilen; duygusal yoğunluktan bağımsız şekilde işine devam edebilen; amaçlarına yönelik isabetli inisiyatifler alabilen; empati sahibi ve ilişkilerini düzgün bir iletişim becerisiyle yürütebilen kişiler duygusal yeterlilik sahibidir.

1997'de Reuven Bar-On tarafından duygusal zekâyı ölçen ilk testin oluşturulmasıyla duygusal zekânın gelişimine önemli katkılardan bir diğeri sağlanmıştır. Testin dünya çapında geçerliği ve güvenilirliği incelenmiş ve sıklıkla başvurulan bir çalışma haline gelmiştir. Duygusal zekânın kişisel beceriler, kişilerarası beceriler, uyum sağlama, stres yönetimi ve genel ruh hali olarak ayırdığı boyutlarının 15 alt boyutuna göre ayrıca değerlendirmeler yapılmıştır (Çakar ve Arbak, 2004: 37).

2000 yılında Petrides ve Furnham, duygusal zekâyı hem bir "özellik" olarak hem de bir "bilgi işlem süreci" olarak iki şekilde ele almıştır (Petrides ve Furnham, 2000: 314). Onlara göre, zekâ bir yetenektir ancak aynı zamanda kişilik ile kurduğu güçlü ilişkiden dolayı "kişisel bir karakter özelliği" taşır. Ele aldıkları yaklaşımda, kişilerin duygusal yeterlilikleri hakkında kendilerini nasıl algıladıkları ve bireysel farklılıkları ön plana çıkar. Duygusal zeka özelliği (Trait EQ), kişilik çerçevesinde incelenir ve kişilerin kendi görüşlerine yer verilir (Deniz v.d., 2013: 410). Çalışmamızda duygusal zekânın bireysel yenilikçiliğe etkisi tespit edilmeye çalışılırken Petrides ve Furnham'ın bu yaklaşım doğrultusunda geliştirdikleri ölçekten faydalanılmıştır.

2000 yılında Goleman (1995 ve 1998)'ın tanımına Boyatzis'in (1982) katkısı sonucu duygusal zekanın tanımı yapılmıştır. Buna göre duygusal zeka kişinin öz-farkındalık, öz-yönetim, sosyal farkındalık ve sosyal becerilerinden oluşturan yetkinliklerini uygun zamanda ve etkili sonuç alabilmek için yeterli sıklıkta kullanabilmesidir (Boyatzis v.d., 2000: 3).

Literatürdeki, duygusal zekânın gelişimine yönelik bir diğer süreç; duygusal ve sosyal zekâyı birleştirmeye yönelik çalışmalar ve bu iki zekâ türünü birbirleriyle etkileşimlerinin nasıl gerçekleştiğidir. Howard Gardner (1983) kişiye ait sosyal zekâyı; kişisel (duygusal) ve kişilerarası (sosyal) zekâ olarak ele almayı tercih etmiştir (Bar-On, 2006: 2). Mayer ve Salovey duygusal zekâ adını verdiği zekâyı, sosyal zekânın bir alt kümesi olarak görmüş (Mayer ve Salovey,1990: 189), Goleman sosyal

zekânın bir çeşidi olarak yorumlamış (Goleman, 2017), Bar-On da bir dizi kişisel ve kişilerarası yeteneklerin "duygusal-sosyal zeka" adıyla anılmasını, ayrı ayrı duygusal zeka ve sosyal zeka olarak ele alınmasından daha uygun bulmuştur (Bar-On, 2006:2).

1.3.3. Duygusal Zekâ Faktörleri

Literatürde duygusal zekânın faktörleri incelendiğinde sıklıkla karşımıza Goleman tarafından oluşturulan bileşenler çıkmaktadır. Öz bilinç, öz denetim, kendini güdüleme, empati ve sosyal beceriler duygusal yeterlilik çatısı altında toplanan duygusal zekanın beş faktörü, aynı zamanda geliştirdiği duygusal zekâ modelinin son şeklini temsil eder. Goleman bunların bazılarını kişisel yeterlilik, bazılarını da dışarıya yönelik sosyal yeterlilik olarak ayırmıştır. Faktörlerin çatısını oluşturan duygusal yeterlilik denildiğinde duygusal zekânın kendisi anlaşılmamalıdır. Çünkü duygusal yetkinlik, doğuştan gelen duygusal zekâya dayanan ancak bireysel çabayla öğrenilebilen, geliştirilebilen ve iş yaparken üstün performansa imkân tanıyan ayrı bir beceridir. Yani sahip olunan duygusal zekâ potansiyelinin ne kadarının iş yaparken aktarılabildiğini gösterir. Duygusal zekâsı yüksek birinin duygusal yetkinliklere mutlaka sahip olacağı söylenemezse de bu yetkinlikleri öğrenme açısından avantajlı konumda olacaktır (Goleman, 2001: 27). Günlük hayatın içinde bir şekilde yer bulan herkes söz konusu yeteneklerini farkında olmadan geliştirmektedir. Başkalarına karşı yaptığı hatanın sonrasında sosyal ilişkilerini korumak için bunu telafiye çabalayan veya hedefine ulaşmak uğruna motivasyonunu sürekli ayakta tutmaya çalışan kişi doğrudan duygusal yeterlilik kazanmak için uğraşmasa bile esas itibariyle yapmış olduğu şey duygusal yeterliliklerini geliştirmektir. Her bir duygusal yeterliliğin zemininde bir duygusal zekâ kapasitesi vardır. Aşağıda bahsedilecek olan yeterlilikteki başarı seviyesi duygusal zekâ kapasitesine göre şekillenmektedir. Duygusal kapasite genel itibariyle şu özellikleri taşır (Goleman, 2017: 36-37):

- Her bir duygusal kapasite ayrı ayrı iş ve yaşam performansına doğrudan katkıda bulunur, bu yönüyle bağımsızdır.
- Her bir kapasite diğerinden az ya da çok faydalandığı için karşılıklı bağımlılık içerir.

- Duygusal kapasite birbiri üzerine kurulan hiyerarşik bir yapıdadır. Örneğin; öz denetim ve empatinin kurulabilmesi için öz bilinç gereklidir. Yani, bir faktör bir diğerine bağlı olarak gelişir.
- Herhangi bir duygusal zekâ yeterliliğine sahip olmak kişilerin bunlara ilişkin görevlerde başarılı olacakları anlamına gelmemektedir. Yani mesela işyerindeki örgüt iklimi, işe yönelik tutum, takım arkadaşlarıyla uyum, yeterliliklerin ortaya çıkmasında rol oynayacaktır. Bunlar gereklidir fakat tek başlarına yeterli değildir.
- Her iş türü için modelde yer alan yeteneklerin önem derecesi değişmektedir. Duygusal kapasitelerin kendine has özellikleri vardır.

Aşağıda duygusal zekânın Goleman tarafından sıralanan beş boyutu (faktörü) açıklanmış ve bu beş faktörün ait olduğu duygusal yeterlilik grupları gösterilmiştir.

1.3.3.1. Kişisel Yeterlilikler

Bireyin kendisini idare etmesi, kendisine söz geçirebilmesi ve yönetebilmesi için ihtiyaç duyduğu kontrol ve yürütme mekanizmalarıdır.

Öz bilinç: Kişinin iç dünyasını tanıyabilmesi, sezgilerini takip edebilmesi ve kendinin farkında olmasını ifade eder. Öz bilinç; duygusal bilinç, doğru öz değerlendirme ve özgüvenden oluşur. Duygusal bilinç için kendi duygularını açıkça anlayabilmek; doğru öz değerlendirme yapabilmek içinse güçlü ve zayıf yönlerinden haberdar olarak kapasitesinin farkına varmak gereklidir. Öz bilinci yüksek olanlar aynı zamanda eleştirilere açık fakat değerinin farkında olan özgüven sahibi kimselerdir.

Kendine çekidüzen verme: Olumlu olumsuz tüm duyguların kontrol altında tutulmasıdır. Öz denetim, güvenilirlik, dürüstlük, uyum gösterebilme ve yenilikçilik yeterliliklerinden meydana gelir. Zaaflarının farkında olduğu için güdülerin kişiyi tamamen yönlendirememesi, kişinin duygularını yönlendirmesi anlamına gelen öz denetim çok önemlidir. Öz denetim, ileride kazanılacak daha olumlu çıktıları bugün anlık tatmin sağlayacak olana tercih etmek, olumsuzluklara takılmadan sinirlerini kontrol etmek gibi vasıfları içinde barındırır. Böylece, duygularının esiri olmayan kişi, ruh hali kötü olduğu zamanlarda da sonradan pişmanlık duyacağı davranışlar sergilemez. Başkalarının hoşuna gitmese bile doğru ve ilkeli olmak uğruna kararlı bir tavır sergileyecek güvenilirliğe sahip olmak öz denetimin bir diğer özelliğidir.

Dürüstlük hem kendisine hem çevresine karşı açık olmak; uyum gösterebilme her türde değişime uyum sağlayabilmek; yenilikçilik ise yeniliğe açık olmak ve yenilikler üretebilmekte zorlanmamak anlamını taşır.

Kendini Güdüleme (Motivasyon): Zorluklarla ya da başarısızlıklarla karşılaşıldığında pes etmeden bir işi sürdürmedeki istekli olma halidir. Kimi insanlarda doğuştan görülen bu özellik kimileri için sonradan edinilen bir bakış açısıdır. Genel olarak kendini güdüleme; başarma güdüsü, bağlılık, inisiyatif alma ve iyimserlik yeterliliklerinden oluşur. Motivasyonun kapsadığı başarma dürtüsü; mükemmeli yakalamak için performansı artırma isteğidir. Burada amaç en iyi olmak değilse bile elinden gelenin en iyisini yapmaktır. Motivasyon için duyulması gereken bağlılık; dâhil olunan grup ya da örgütün hedeflerine karşı sadakat sahibi olmayı ifade eder. Beraber başlanılan işlerin yarım kalmaması ya da başarısızlıkla sonuçlanmaması için gayret edilir. İnsiyatif alma doğru yerde doğru şeyden vazgeçebilme ve fırsatları yakalayabilme yeterliliğine denir. Bu vasıf, kişiye sağladığı özgüvenle başlı başına motivasyon kaynağı olmaktadır. Kendini güdüleyebilmek, aynı zamanda iyimser olmayı gerektirir. Engellerle karşılaşıldığında olayların iyi taraflarını görerek hedefinden vazgeçmeme halidir. (Goleman, 2017: 38).

1.3.3.2. Sosyal Yeterlilikler

Sosyal Yeterlilikler, bireyin insanlarla arasındaki ilişkiyi yönetmesi ve başa çıkmasıyla ilgili görülmektedir.

Empati: Kişinin başkalarının yerine kendini koyarak tarafsız bir gözle değerlendirmede bulunabilmesidir. Empati; başkalarını anlama, başkalarını geliştirme, hizmete yönelik olma, eşitlikten yararlanma ve politik farkındalık yeterliliklerinin bütünüdür. Başkalarını anlamak, kişinin karşısındakinin bakışlarından, sesinden, tutum ve davranışlarından ne hissettiğini sezmesi ve ona göre davranması demektir. Bu tür insanlar kendilerini rahatlıkla başkalarının yerine koyabilir ve sorunları en kısa zamanda çözüme kavuşturabilirler. Başkalarını geliştirmek, gelişmeye yönelik istekle karşılaşıldığında bunu anlayarak etkili şekilde cevap verebilmektir. Böylece hem kendi hem karşıdakinin gelişimine uygun bir zemin hazırlanabilir. Hizmete yönelik olmak, başkalarının ihtiyaçlarını fark edip onları mümkün olduğunca karşılamaya çalışmaktır. Bu özelliği olanlar neye ihtiyaç duyduğunu bildiği kişilere karşı kayıtsız

kalamaz, ellerinden geleni yapmak isterler. Empatideki politik farkındalık alt faktörü ise çevresindekilerin içinde bulunduğu duygu durumunu göz önüne alarak eğilimlerinin bilincinde olmaktır. Böylece kendini başkasının yerine koyan kişi anlamlı sonuç elde edebilir.

Sosyal Beceriler: Başkalarının duygularını fark etmeyi, onları yönetebilmeyi ve onlarla sorunsuz şekilde geçinebilmeyi mümkün hale getiren becerilerdir. Sosyal beceri kapsamında değerlendirilen yeterlikler ve açıklamaları kısaca şöyledir. Etkili olmak, ikna tekniklerini kullanabilmek demektir. İletişim, aktif dinleyici ve cevap veren olmayı; çatışma yönetimi, anlaşmazlık durumunda orta yolu bulmayı ifade eder. Liderlik; grupları ya da kişileri etkileyerek yönlendirebilmek noktasında kişiye avantaj sağlarken değişim katalizörlüğü, değişimi başlatan ya da yöneten kişi olmayı sağlar. Bunların yanında bağ kurmak, amaca uygun ilişkiler geliştirebilmeyi; imece ve işbirliği yoluyla ortak hedefe yönelik çalışabilmeyi mümkün kılar. Ekip yetileri ise takım ruhu oluşturabilmeyi kolaylaştırır (Goleman, 2017: 39).

1.3.4. Duygusal Zekâ Modelleri

Duygusal zekâ, ortaya çıktığı yıllardan itibaren günümüze dek çok sayıda bilimsel ve bilimsel olmayan yayınlarda araştırma konusu edilerek popüler hale getirilmiştir. Bu sırada duygusal zekâyı kavramsallaştırmak amacıyla çeşitli modeller geliştirilmiştir. Başlıca modeller; Mayer ve Salovey (1997) , Cooper ve Sawaf (1997), Bar-On (1996), Goleman (1995), Petrides ve Furnham (2001) tarafından geliştirilenleridir. Çeşitli alt faktörler yardımıyla açıklanan modeller temelde üç yaklaşım etrafında toplanmıştır. Bunlar: yetenek modeli yaklaşımı (ability model); karma model yaklaşımı ve kişilik özelliği (trait) modeli yaklaşımıdır (Tatar v.d., 2018: 32). Yetenek modeli yaklaşımı; duygusal zekâyı duyguların kullanıldığı yeteneklerden ibaret akıl yürütme süreci içine almaktadır. Karma model yaklaşımı; duygusal zekâyı yeteneklerle beraber sosyal beceriler ve davranışların bir bütünü olarak açıklarken kişisel özellikleri ön plana çıkarır. Kişilik özelliği modeli yaklaşımı ise; duygusal zekâ ile ilgili becerileri gerçekte var olan beceriler şeklinde kabul etmeyip, kişilerin kendilerini algılayış biçimlerine dayandırmaktadır (Deniz ve Özer, 2013: 409).

1.3.4.1. John D. Mayer ve Peter Salovey Modeli

Hayatın çeşitli alanlarına uyum sağlayabilmek için vazgeçilmez olan duygusal yetenekler Mayer ve Salovey'in duygusal zekâ kavramını yorumlarken dayandıkları bir argüman niteliğindedir (Lopes, 2003: 1018). Duygusal yeteneklerin insanların diğer yeteneklerinde olduğu gibi gelişme ve körelme niteliği olan özellikler olduğu savunulmaktadır. Duyguyla ilişkili yeteneklerin neler olabileceğine yönelik gerçekleştirilen analizin sonucunda duygusal zekayı dört yetenek grubuna ayırmışlardır (Mayer ve Salovey v.d., 2001: 234). İnsanların bilişsel sistemine duyguların etkide bulunduğunun yani duyguların akılla beraber düşünce sürecinde yer aldığının bilinmesi bu modelin oluşumuna katkı sağlamıştır. Mayer ve Salovey duygusal zekanın tanımını yaparken duygu ile akıl arasındaki bağlantıya işaret ederek ortak çalışma sistemlerine dayanan yetenek tabanlı bir duygusal zekâ modeli ortaya çıkarmıştır (Yaşlıoğlu v.d., 2013: 194). 1993'te üç boyut olarak geliştirdikleri ve 1997'de dört boyut olarak düzenledikleri modelin boyutları şunlardır (Mayer ve Salovey v.d., 2001: 234):

1- Duyguları tanınma: Konuşma, ses, görüntü ve davranışlardan ya da fiziksel durum, hisler ve düşüncelerden yola çıkarak duyguları fark edebilme yeteneğidir. Böylece ihtiyaçlar doğru tahmin edilebilir ve kişisel ve kişilerarası iyi ilişkiler geliştirilebilir.

2- Duyguları kullanma: Duyguların düşünme sürecinde kullanılmasını ifade eder. Bireysel anlamda önemli olan bir bilgiye ulaşmada heyecan duymak, olumlu duygular sayesinde karşılaşılan zorlukların üstesinden gelmek, kötümser bakış açısından iyimser bakış açısına geçmek gibi faydaları vardır.

3- Duyguları anlama: Duygusal bilginin yani duyguların hangi durumlar için kullanıldığının bilinmesidir. Yaşanılan herhangi bir olayın akabinde hissedilmesi gereken duygunun doğru tayin etmesi ve başka olaylarla ilişkisinin yorumlayabilmesi bu boyut kapsamına girer. Örneğin, maaş artışı yaşayan bir personelin mutlu olacağının ve bu mutluluk duygusuyla iş tatmini, performans ve motivasyon gibi başka iş davranışlarının da olumlu yönde etkilenmesi beklenir.

4- Duyguları yönetme: Kendi duygularını önyargısız biçimde değerlendirmek ve hissettiği olumsuz duygular dâhil tüm duygularını kontrol altında tutabilmektir. Duygularını yönetme becerisine sahip kişilerin önemli avantajlar elde ettiklerini gözlemleyebiliriz. Bu özellik doğuştan gelen bir yetenek şeklinde karşımıza çıkabileceği gibi sonradan geliştirilmiş olması da mümkündür (Altıntaş, 2009: 31).

Model kapsamında duygusal zekâyı ölçmek için öncelikle Multifactor Emotional Intelligence Scale (MEIS) ölçeği geliştirilmiştir. 2002 yılında Mayer ve Salovey'e Caruso'nun katkısıyla MSCEIT (Mayer – Salovey - Caruso Duygusal Zeka Testi) ölçeği oluşturulur. Çalışmamızda duygusal zekânın bireysel yenilikçiliğe etkisi tespit edilmeye çalışılırken kullanılan Petrides ve Furnham'ın geliştirdiği TEIQue'in (Duygusal Zeka Özelliği Ölçeği) çıkış noktası da Mayer ve Salovey'in yetenek modelidir. Görmüş olduğumuz dört boyutlu duygusal zekâ modelinin zekâ ve kişilikle olan ilişkisi Tablo 1.1'de özetlenmiştir.

Tablo 1.1. : Mayer Salovey Duygusal Zekâ Modelinin Zekâ ve Kişilikle İlişkisi

Yetenek Dalı	**Açıklaması**	**Kişilik ve Zekâ ile İlişkisi**
Duyguları yönetme	Duyguları yönetme ve hem bireysel hem kişiler arası duygusal ilişkileri geliştirme yeteneği	Kişilik ve kişisel amaçlar etkileşim içindedir.
Duyguları anlama	İlişkiler hakkında duygusal bilgileri kavrama yeteneği, bir duygudan diğerine geçiş, duygulara ilişkin dilbilgisi	Duygular ve duygusal bilgi hakkında muhakeme ve soyut değerlendirme merkezidir.
Duyguları kullanma	Duygusal bilgilerden yararlanma, duygunları dizginleme ve düşünceyi geliştirmek için yön belirleme yeteneği. Yani duygu-düşünce ilişkisini kurma.	Bilişsel görevlerin duygusal bilgilerden yararlanması için düşünmeyi ayarlar ve düzenler.
Duyguları tanıma	Yüzlerdeki ve resimlerdeki duyguları tanımlayabilme yeteneği	Zekâya bilgi girdisi sağlar.

Kaynak: Mayer, John, D.; Salovey, Peter: **Emotional Development And Emotional Intelligence: Educational Implications**, Ed. By., Peter Salovey and David J. Sluyter, Basic Books, New York, 1997, pp.3-31.

Özet olarak; bu yaklaşımda ele alınan boyutlar kişilerin yeteneklerine dayalı olarak oluşturulmuştur. Modelde yer verilmeyen mutluluk, sıcaklık gibi yetenekten bağımsız faktörlerin duygusal zekâyla bağlantılarının olmadığı varsayılmaktadır (Çakar ve Arbak, 2004: 36).

1.3.4.2. Reuven Bar-On Modeli

Bar-On duygusal zekâ kavramını anlamak için başarının hangi kişilik yapısındaki insanlarda toplandığını merak etmiştir. Ona göre başarılı insan bilişsel özelliklerinin yani IQ'sunun (zeka katsayısı) dışında birtakım başka özelliklere de sahip olmalıdır. Araştırmalarının sonucunda ortaya çıkardığı "bilişsel olmayan zekâ" modeli, duygusal, sosyal ve kişisel etkenler gibi biliş dışı yetenek ve becerileri içermektedir. İş ya da özel yaşamda sorunlarla başa çıkabilmesi, kişinin kendi içindeki anlaşmazlıkları çözümleyip başkalarıyla arasındaki uyuşmazlıklara odaklanabilmesi ile mümkündür. Modelinde duygusal zekâyı 5 kategoride değerlendirmiştir. Bunlar; kişisel beceriler, kişilerarası beceriler, uyum sağlama, stres yönetimi ve genel ruh halidir (Bar-On, 2006: 21).

1- Kişisel Beceriler: Duygusal yönden kendisinin ve başkalarının farkında olma ve duygularını düzgün biçimde ifade edebilmesidir. Kişisel beceriler kişinin kendine karşı saygı, sevgi, güven ve farkındalık içinde bulunmasından oluşmuştur. Söz konusu alt unsurları: öz saygı, duygusal farkındalık, kendine güven, bağımsızlık ve kendini gerçekleştirmedir.

2- Kişiler Arası Beceriler: Kendini başkasının yerine koyabilmek ve bu sayede kurduğu sosyal bağları ilerletebilmektir. Alt unsurları: empati, sosyal sorumluluk ve kişiler arasındaki ilişkilerdir.

3- Uyum Sağlama: Birinin duygu ve düşüncelerini tarafsız şekilde değerlendirme, gelişen yeni durumlara uyabilme, sorunların çözümünde uygun davranışlar sergilemedir. Gerçeği değerlendirme yetisi, esneklik, problem çözme unsurlarından oluşur.

4- Stres Yönetimi: Duygularını kontrol ederek zorlu şartların altından kalkabilme becerisine denir. Stresle baş edebilme ve tepki kontrolünden oluşur.

5- Genel Ruh Hali: Hayata daima olumlu yönden bakabilme ve genel bir memnuniyet içinde olma anlamına gelir. İyimserlik ve mutluluk unsurlarını barındırır.

Modelin duygusal zekâ için sıraladığı 5 boyutunun 15 alt boyutu puanlanarak genel bir duygusal zekâ skoruna ulaşılır. Bu sayede kişinin çevresiyle geliştirdiği uyumun seviyesi ve stres yönetimindeki başarısı gibi kişisel özellikleri öğrenilebilir.

1.3.4.3. Daniel Goleman Modeli

Goleman (1995), modelini oluştururken Mayer ve Salovey'in (1990) yetenek modelini temel almıştır. Ancak, onlardan farklı olarak modeline kişilik özelliklerini de dâhil ederek karma bir model ortaya koymuştur. Daha önce değinildiği üzere Mayer ve Salovey'in yaklaşımı duygusal zekâyı yalnız zihinsel yeteneklere bağlı olarak açıklamaktadır. Goleman (1998) oluşturduğu modelinde duygusal zekayı; *özbilinç* (*duygularını bilme), öz-değerlendirme (duygularını yönetme), motivasyon (kendini güdüleme*), *empati (diğerlerinin duygularını tanıma) ve sosyal beceriler (sosyal ilişkileri iyi yönetme)* başlıkları altında inceler (Çakar ve Arbak: 41) ve bu temel duygusal ve sosyal yeterlilikler aşağıdaki gibi açıklar (Goleman, 2017: 390).

- Öz-bilinç: Kişinin istediği anda neler hissettiğini doğru şekilde anlamlandırması, duygularının farkında olmasıdır.
- Öz-değerlendirme: Kişinin öfkeden aşırı sevince kadar her türlü duygusunu anlık tepkiler vermeden günlük hayatını olumlu etkileyecek şekilde yönetmesidir. Olumsuz durumlarda sakin kalabilme ve daha olumlu sonuçlara ulaşmak için anlık zevklerini erteleyebilme yeteneğidir.
- Motivasyon: Yenilgiler ve zorluklar karşısında içsel olarak kişinin yeniden toparlanmasıdır.
- Empati: Karşıdaki insanın duygularını anlayarak kendisinin onun şartlarına sahip olduğunu düşünerek anlayış göstermesidir.
- Sosyal Beceriler: Sosyal bağları kuvvetlendirecek şekilde ilişkileri doğru idare etmesidir.

Boyatzis, Goleman ve Rhee, daha sonra bu 5 farklı boyuta 25 tane kişilik özelliği dâhil etmiş ve modeli genişletmiştir. Duygusal zekanın; ilk üç boyutu - özbilinç, özdeğerlendirme ve motivasyon - kişinin kendi duygularıyla olan ilişkisinde

kişisel yeterlikleri ifade eder. Diğer iki boyutu ise - empati ve sosyal beceriler - başkalarının duygularını tanımak ve yönetmekle ilgili sosyal yetkinlikleri tanımlar.

Goleman (1995 ve 1998) ile Boyatzis (1982), duygusal zekânın liderlikle ilişkisini incelediği sonraki çalışmalarında bir başka sınıflandırma yoluna gitmiştir. Buna göre, duygusal zekâyı açıklarken duygusal yetkinlik olarak da ifade edilen yenilikçilik, özgüven, uyumluluk, iyimserlik gibi yirmi beş yetkinliği on dokuza indirmiş, temel boyutlarını öz-farkındalık, öz-yönetim, sosyal farkındalık ve ilişki yönetimi adında 4 başlıkta toplamıştır.

Duygusal zekâda liderlik konusuna yoğunlaşan Boyatzis, Goleman, ve Rhee'nin, "Duygusal Yetkinlik Envanteri" (Emotional Competence Inventory) adında bir ölçeği bulunmaktadır (Goleman, 2001: 28).

1.3.4.4. Robert K. Cooper & Ayman Sawaf Modeli

Cooper ve Sawaf (1998); liderlik ilişkisi içinde, organizasyonlara odaklanarak incelediği duygusal zekâyı dört köşe taşı adında bir model ile açıklamıştır. Köşe taşları sırasıyla; "duyguları öğrenmek, duygusal zindelik, duygusal derinlik ve duygusal simya"dır (Ilgın, 2010: 69).

1- Duyguları Öğrenmek: Kişinin duygularını tanıyarak onları kendiyle ve dış dünyayla kurduğu ilişkisinde kullanmasını ifade eder. Bunun için; duygusal açıdan tarafsız değerlendirmelerde bulunması, kişisel enerjisinin duygularla olan bağını fark etmesi, duygularının iletmek istediği mesajlara karşı açık olması ve duygularını kısa yoldan sezinlemesi gerekmektedir. Duygusal dürüstlük, duygusal enerji, duygusal geribildirim ve pratik sezgi alt boyutlarından oluşur.

2- Duygusal Zindelik: Örgüt içinde zor durumlar dâhil her koşulda dik durabilmeyi ifade eder. Öncelikle kişinin duygusal açıdan bir öz varlığa ve çevresiyle beraber geliştirdiği bir güven alanına sahip olması gerekir. Aynı zamanda; karşı karşıya kaldığı olumsuz durumları olumluya döndürebilmeli (bunu yaparken farkındalığı ve atılganlığı ile dinamik olmalı), değişen koşullara uyarak kendini yenileyebilmelidir. Duygusal zindelik zamanı iyi kullanmayı da beraberinde getirir. Bu köşe taşını ifade eden slt boyutları sırasıyla; öz varlık, güven çemberi, yapıcı hoşnutsuzluk, esneklik ve yenilemedir.

3- Duygusal Derinlik: Kişiye özgü manevi amaçların bilinmesi, bunun da örgütün hedefleriyle uyumlu hale getirilerek bu hedeflere ulaşmak için adanmışlık hissinin uyandırılması, dürüst kararları sebebiyle yetkisiz olduğu görevlerde bile etki uyandırmasını ifade eder. Duygusal derinlik alt boyutları itibariyle; özgün potansiyel ve amaç, adanmışlık, dürüstlüğü yaşamak ve yetki olmadan etki unsurlarından oluşur (Cooper, 1997; Kavcar, 2011: 55).

4- Duygusal Simya: Kişinin bir değer üretme sürecini ifade eder. En verimli çalışmalarını zamanın nasıl geçtiğinden habersiz belli bir akış içinde gerçekleştirmek, bunu yaparken de geçmiş, gelecek ve şimdiki zamanı aynı anda değerlendirerek karar almak duygusal simyadır. Organizasyondaki belirsiz durumlarda kimsenin göremediği fırsatları yakalamak ve değeri düşük olan bir maddeyi daha değerli başka bir maddeye dönüştüren simyacı ustalığıyla önemsiz görülen duyguların değerli sonuçlara ulaşmasını ifade eder. Sezgisel akış, düşünsel zaman değişimi, fırsatı sezinlemek ve geleceği yaratmak alt boyutlarını içerir (Çakar ve Arbak, 2004: 39).

1.3.4.5. Petrides ve Furnham Duygusal Zekâ Modeli

Petrides ve Furnham (2000), duygusal zekâyı hem bir "özellik" hem de bir "bilgi işleme süreci" olarak yorumlamıştır (Petrides ve Furnha, 2000: 314). Duygusal zekâyı açıklarken kullandıkları "duygusal zekâ özelliği" (trait emotional intelligence) ifadesi; kişiliğin içindeki duygusal sezişleri ve duygusal bilginin algılanmasından kullanımına kadarki süreçle ilgili kişisel eğilimleri anlatır. Özellik; empati, iyimserlik, kararlılık gibi davranışlardaki tutarlılığı ifade eder ve kişilik ile yakın ilişkilidir. Bilgi işleme süreci olarak duygusal zekâ, yani "bilgi işleme duygusal zekâsı" ise (information-processing emotional intelligence); duyguları anlamlandırma, dile getirme ve duyguların adını koyma gibi bireyin düşünce sürecine katkı sağlayan yetenekleri ifade eder (Petrides ve Furnham, 2001: 426). Petrides ve Furnham'a göre, zekâ bir yetenektir ancak aynı zamanda kişilik ile kurduğu güçlü ilişkiden dolayı kişisel bir karakter özelliği taşır.

Petrides ve Furnham, yukarıda bahsi geçen Mayer ve Salovey'in yetenek modelinden esinlenerek geliştirdikleri modellerine "duygusal özyeterlik" adını vermişlerdir. Yaklaşımlarında genel olarak dayandıkları fikir, duyguyla ilişkilendirilen

kişiye ait yetenekleri ortaya koymaktır. Yani bir anlamda bireyin kişisel özelliği şeklinde gördükleri 'duygusal özyeterliklerini' belirli boyutlar çerçevesinde değerlendirmektir. Petrides ve Furnham'ın geliştirdiği Trait Emotional Intelligence Questionnaire (TEIQue) ölçeğinin yaygın biçimde kullanılabilmesi ve soru sayısının azalmasıyla katılımcıların istenen bilgileri daha doğru cevaplayabilmeleri amacıyla Petrides ve Furnham (2000, 2001) tarafından kısa formu oluşturulmuştur. Duygusal zekânın boyutlarına ve boyutların ne anlama geldiğine Tablo 1.2.'de yer verilmiştir.

Tablo 1.2. : Petrides ve Furnham Duygusal Zekâ Modeli ve Boyutlarının Açıklamaları

İyi Oluş
Özgüven: Başarılı ve kendine güvenli olma.
Mutlu olma özelliği: Neşeli ve yaşantısından memnun olma.
İyimserlik özelliği: Güvenli ve hayata olumlu tarafından bakma.
Öz kontrol
Duygu kontrolü: Duygularını kontrol edebilme.
Stres yönetimi: Baskıya karşı koyabilme ve stresi makul seviyede tutabilme.
Düşük düzeyde dürtüsellik: Düşünceli olma ve dürtülerine teslim olmama.
Duygusallık
Başkalarının ve kendisinin duygularını algılama: Başkalarının ve kendisinin duygularını açıklayabilme.
Duyguların ifadesi: Duygularını başkalarına doğru iletebilme.
İlişkiler: Kişisel ilişkiler kurabilme.
Empati özelliği: Başkasının bakış açısını anlayabilme.
Sosyallik
Sosyal farkındalık: Mükemmel sosyal yetenekler ile sosyal çevre oluşturabilme.
Başkalarının duygularını yönetme: Başkalarının duygularını etkileyebilme.
Kararlılık: Samimi ve dürüst olma.
Uyum sağlama: Yeni koşullara uyum sağlayabilme.
Kendini motive etme: Azimli olma ve sıkıntılı bir durumla karşılaştığında pes etmeme.

Kaynak: Sánchez-Ruiz, María J.; Pérez-González, Juan C.; Petrides, K. V: "Trait Emotional Intelligence Profiles of Students From Different University Faculties" 2010, **Australian Journal of Psychology**, Vol. LXII, No: 1, 2010, pp. 51–57.

1.3.5. Duygusal Zekâ ile İlgili Yapılmış Çalışmalar

Duygusal zekânın çok çeşitli alanlarda olumlu yöndeki etkisi görüldükçe bu konuyla ilgili çalışmaların sayıca artışı kaçınılmaz olmuştur. Araştırmalar ağırlıklı olarak eğitim bilimlerinde sonra da sosyal bilimler ve sağlık bilimlerinde yürütülmüştür. Konuyla ilgili literatürdeki çalışmalar zamana bağlı olarak belirli kısımlara ayrılabilir. 90'lı yılların başı, duygusal zekâ kavramının ortaya çıktığı ve

kimi araştırmacılar tarafından eleştirilirken kimileri tarafından savunulduğu bir dönemdir. Bu dönemdeki araştırmalarla kavramın kendisi açıklanmaya ve geçerliliği yüksek bir duygusal zekâ ölçeği hazırlanmaya çalışılmıştır. 90'ların ikinci yarısına baktığımızda duygusal zekâ ile refah ve sağlığın ilişkisini ortaya çıkartan, kişisel düzeyde mental sağlığın ve bireysel diğer özelliklerin duygusal zekâdan nasıl etkilendiğini anlatan çalışmalar göze çarpmaktadır. 2000'lerde liderliğin artan popülaritesi, iş dünyasında aranan yöneticilerin duygusal zekâsını incelemeyi beraberinde getirmiştir. Yalnızca yöneticilerde değil özellikle sosyal iletişim gerektiren işlerde duygusal zekânın bir seçim kriteri olarak işverenlerce değerlendirildiği görülmektedir. Bu kapsamda çalışmamızda yol gösterebilecek nitelikte olan araştırmalar aşağıda ana hatlarıyla açıklanmaktadır.

Mayer, Caruso ve Salovey (1999), 503 yetişkin ve 229 genç üzerinde gerçekleştirdiği çalışmasında duygusal zekânın bir dizi yetenek bütünüyle ilişkili olup olmadığını ve genel zekânın ölçütlerine uygunluğunu MEIS (Multifactor Emotional Intelligence Scale) ölçeğini kullanarak 12 değişken ile araştırmıştır. Sonucunda, duygusal zekânın, genel zekânın yeni bir çalışma alanı ve ayrı bir zekâ türü olduğuna dair mantıklı bulgular elde edilmiştir. Şöyle ki; bir zekânın bulundurması gereken üç özelliğin üçünü de taşıdığı tespit edilmiştir. Bunların ilki, duygusal zekânın davranışın değil bir dizi yetenek testiyle ölçülebilen zihni performansın ürünü olduğu, ikincisi bu yeteneklerle ilgili zekâ testlerinin birbirleriyle ilişkisi olduğu, yani sözel zekâ gibi diğer zekâ türleriyle karşılaştırıldığında kısmen ayrılsa da bağlantılı olduğu ve üçüncü olarak da gençlikten yaşlılığa doğru geliştiği görülmüştür. Böylece, deneyim kazanmanın duygusal zekâ üzerinde olumlu yönde etkisinin olduğunu söylemek mümkündür. Yapılan faktör analizi ile kullanılan 12 değişkenin üç faktör altında toplandığı görülmüştür. Buna göre genel duygusal zekâ; duyguları algılama, duyguları anlama, kendini ve başkalarını yönetme boyutlarından oluşmaktadır. Ayrıca, duygusal zekâ kişilerin hayatı yaşayış biçimleri ve empati gibi özellikleri konusunda öngörüde bulunmaya fayda sağlamaktadır.

İş stresi ile duygusal zekâ arasındaki ilişkiyi inceleyen Nikalaou ve Tsaousis (2002) tarafından yürütülen çalışmada 212 katılımcının ASSET (Emotional Intelligence Questionnaire and Organizational Stress Screening Tool) ölçeğini

cevaplamasıyla, yüksek duygusal zekânın iş stresini azalttığı görülmüştür. Aynı sonuçlara göre; duygusal zekânın örgütsel bağlılık ile pozitif yönlü ilişkisi vardır. Çalışanların bulundukları pozisyonlarını daha değerli gördüğü ve daha az stres düzeyleri olduğu için bağlılık ve sadakat duygularının gelişmiş olabileceği öngörülmektedir.

Fatt (2002), duygusal zekânın işteki potansiyel başarıya olan katkısından hareketle yabancı bir ülkede lisans eğitimi alanların, kendi ülkesinde lisans okuyanlara kıyasla duygusal zekâlarında anlamlı bir farklılık olup olmadığını merak etmiştir. National University of Singapore'da 100 öğrenciye 68 ifadelik "Emotional IQ Test" uygulanarak yapılan araştırmanın sonuçlarına göre yabancı ülkede okuyan öğrencilerin önemli bir farkla daha yüksek duygusal zekâya sahip olduğu ortaya çıkarılmıştır. Bu tespitlerden yararlanan insan kaynakları yöneticilerinin denizaşırı ya da yabancı bir ülkede okuyan öğrencilerden seçim yaptığı görülmektedir. Duygusal zeka aynı zamanda işe alım sırasında da önemli bir kriter olarak karşımıza çıkmaktadır. Konuyla ilgili olarak çalışmada yer verilen bir örnek şöyledir: Küresel ölçekli bir içecek firmasının işe alım aşamasında, standart işe alım methodları kullanıldığı zaman, bölüm yöneticilerinin yüzde ellisi çoğunlukla düşük performans nedeniyle iki yıl içinde işten ayrılmaktaydı. Ancak liderlik, girişimcilik gibi duygusal zekâ gerektiren yeterliliklerin aranmaya başlamasıyla iki yıl içinde işten ayrılanları oranı yüzde altıya kadar düşmüş, emeklilik yaşı artmıştır (s.71).

Thi, Lam ve Kirby (2002), genel zekâ (IQ) ve duygusal zekâ (EQ) ile biliş temelli bireysel performansın bağlantısının bulunup bulunmadığı incelemiştir. Bireysel performansta duygusal zekânın etkisini araştırmak için, MEIS'in (Multifactor Emotional Intelligence Scale) kısa versiyonu; genel zekânın etkisini araştırmak için ise Shipley Enstitüsü tarafından geliştirilen IQ (zeka katsayısı) ölçeği 152 erkek 152 kadın üniversite öğrencisi üzerinde uygulanmıştır. Sonucunda; bireysel performansın genel zekâ ile ilişkili olduğu gibi duygusal zekâsı yüksek kişilerin bireysel performansının daha iyi olduğu tespit edilmiştir.

Ashkanasy ve Dasborough (2003)'un çalışmalarında, öğrencilerden duygusal zekânın kendi kendini raporlama ve yetenek testlerini tamamlaması istenilmiştir. Toplanan veriler sayesinde öğrencilerin ilgisi olduğu duygular ve derslerdeki

performansları karşılaştırılmasıyla elde edilen sonuçlar; duygusal zekânın takım performansını etkileyebileceğini, bireysel performansı ise kesinlikle etkilediğini ortaya koymuştur. Buna göre; duygusal zekâya olan ilgi ve bilginin ekip performansını öngördüğü, buna karşılık bireysel performansın duygusal zekâ ile ilişkili olduğu anlaşılmıştır.

Oginska ve Bulık (2005), hayattaki başarıyı belirleyen duygusal zekânın, iş çevresi ile birey arasındaki ilişkinin şekillenmesinde de önemli bir faktör olduğu varsayımıyla gerçekleştirdiği çalışmasında iş yerinde algılanan stres ve duygusal zekâ arasındaki ilişkiyi incelemiştir. % 42.4'ü erkek, %57.6'sı kadın toplam 330 katılımcıya uygulanan EI (The Emotional Intelligence Questionnaire) ölçeği sonucunda, iş stresi ile duygusal zekâ arasında negatif bir ilişki tespit edilmiştir. İş başarısını sağlamak için empati ve dürtü kontrolü gibi duygusal zekâ yetenekleri, çalışanların duygularını idare etmeleri konusunda ve dolayısıyla stresle başa çıkabilmelerinde etkili bulunmuştur.

Miao v.d.'nin (2017) çalışması duygusal zekânın örgütsel vatandaşlık davranışı ve verimlilik karşıtı iş davranışıyla ilgili olup olmadığını araştırmıştır. 16,386 kişiden örgütsel vatandaşlık davranışı için, 3914 kişiden verimlilik karşıtı iş davranışı için veri toplanmıştır. Araştırma sonucunda ise, örgütsel vatandaşlık davranışıyla pozitif, zarar verimlilik karşıtı iş davranışıyla negatif bir ilişkisinin olduğu görülmüştür.

Acar (2001), duygusal zeka yeteneklerinin insana ve göreve yönelik olarak liderlik davranışları ile ilişkisini araştırmıştır. Bar-On EQ Ölçeğinin duygusal zekâ alt boyutları olan kişisel beceriler, kişiler arası beceriler, uyumluluk, stresle başa çıkma, genel ruh durumu ile Richard Leifer'ın Liderlik Ölçeğindeki insana yönelik ve göreve yönelik liderlik tarzı boyutları arasında bir ilişki kurulmuştur. Araştırma; duygusal zekâyla insana yönelik liderlik davranışları arasında anlamlı ve olumlu bir ilişkinin varlığına, göreve yönelik liderlik davranışları arasında ise olumsuz bir ilişkinin olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Deniz ve Yılmaz (2006) çalışmalarında duygusal zekâ yetenekleri ile stresle başa çıkma düzeyleri arasındaki ilişkiyi, üniversite öğrencilerine uyguladıkları Bar-On EQ Anketi ve Stresle Başa Çıkma Ölçeği kullanarak tespit etmiştir. 198'i kız ve 230'u erkek toplam 428 öğrencinin değerlendirilen sonuçlarında; duygusal zekâ yetenekleri

ile stresle başa çıkma düzeyleri arasında anlamlı bir ilişki olduğunu göstermiştir. Yani duygusal zekâsı yüksek kişilerin karşılaştıkları stresli durumlardan daha kolay çıktıkları görülmüştür. Sonuçlar incelendiğinde; duygusal zekâ boyutlarından kişisel beceriler, kişiler arası beceriler, uyumluluk, stresle baş etme ve genel ruh durumu ile stresle başa çıkma tarzlarından problem odaklı başa çıkma alt boyutu arasında pozitif yönde ilişki görülmüştür.

Çetinkaya ve Alparslan (2011), duygusal zekânın iletişim becerileri üzerindeki etkisini belirlemek amacıyla 203 üniversite öğrencisine Schutte ve arkadaşlarının hazırladığı duygusal zekâ ölçeğiyle Ersanlı ve Balcı'nın geliştirdiği iletişim becerileri envanteri kullanılarak bir anket uygulanmıştır. Korelasyon analizi sonuçlara göre; duygusal zekânın alt boyutları ile iletişim becerisinin alt boyutları arasında pozitif yönde anlamlı ilişki tespit edilmiştir. Yalnız, duygusal zekânın duygusal farkındalık boyutu ile iletişim becerisinin duygusal boyutu arasındaki pozitif anlamlı ilişki çok zayıf çıkmıştır.

Kutay ve Özkul (2016), savunma sanayi sektöründe görev yapan beyaz yaka çalışanları kapsamında duygusal zekâ boyutlarıyla liderlik uygulamalarının arasında ilişki olup olmadığını, varsa ilişkinin gücünü tespit etmek amacıyla 16 ve 30 soruluk duygusal zekâ ölçeği ve liderlik uygulamaları ölçeği kullanılmıştır. 207 beyaz yaka çalışanından 183 kişilik bir örneklem belirlenmiş ve analizlerin sonucunda, duygusal zekâ boyutları ile liderlik uygulamaları arasında pozitif yönlü ve anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir.

İKİNCİ BÖLÜM

YENİLİK, YENİLİKÇİLİK VE BİREYSEL YENİLİKÇİLİK KONULARINA KAVRAMSAL BAKIŞ

2.1. YENİLİK KAVRAMI

Yenilik; eski ve yetersiz şeylerin, yeni ve yeterli şeyler ile yer değiştirmesi; yeni olma durumu olarak tanımlanmaktadır (TDK, 2018). Bu anlamda; daha önce görülmeyen ya da fark edilmeyen bir fikir, hizmet ya da sürecin ortaya çıkarılmasına yenilik diyebiliriz. Ancak her zaman eski bir şeyin yerini alması ve onun muadili olması gerekmez bazen de yerini alacağı hiçbir karşılığı olmayan özgün fikirler olarak karşımıza çıkar. Yenilikler genellikle herkesin çok aşina olduğu ve günlük hayatın içindeki fark edilmeyen ayrıntıların ürünüdür.

Yenilik kavramını ilk defa ele alanlardan biri olan Schumpeter yeniliği, "kalkınmanın itici gücü" olarak açıklamıştır. Yeniliğin toplum içinde ekonomik bir değer yaratma özelliği vardır. Bu anlayışa göre girişimcilerin henüz var olmayan bir ürünü veya mevcut bir ürünü pazarlayabilmek için bir süreçten geçirerek pazarlanabilir hale getirmesi gerekir. Bu noktada yenilik için, bir ürünün ortaya çıkartılması ve daha sonra onun pazara sunulmasıdır tanımı yapılabilir (Köse, 2012: 7). Bu tanıma göre; yenilik, tek başına yeni bir şeyin keşfedilmesi ya da yaratılması anlamına gelmez.

Yeni bir ürün, hizmet, süreç ya da iş fikri oluşturmak amacıyla özgün fikirlerin geliştirilerek uygulanmasına yenilik denir. Bir yeniliğin ortaya çıkması basit bir fikrin iş dünyasına uyarlanıp ihtiyaca göre geliştirilmesiyle mümkündür. Böylece, farklı ortamlardaki yenilikler, yıkıcı iş modeli, yeni teknoloji, yeni ürün yenilik anlayışı gibi başkaca yenilik anlayışlarını doğurur (Galbraith, 1992: 2).

Yeniliğin klasik tanımı; örgütün yeni fikirler ve ürünler üretmesi, yeni süreçlere başarılı şekilde uyum sağlaması olarak yapılmıştır (Hurley ve Hult; 1998: 44). Çalışma alanları değiştikçe bu tanım farklılaşabilmektedir. Örneğin; Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü ve Avrupa Birliği İstatistik Ofisi'nin Oslo Kılavuzu'na göre yenilik; işletmelerin işletme içi uygulamalarında, örgüt yapılarında veya dış ilişkilerinde daha önce olmayan bir ürün veya sürecin ortaya çıkması, hâlihazırdaki bir

ürün veya sürecin geliştirilmesi, yeni bir pazarlama ya da organizasyon yönteminin gerçekleştirilmesidir. Burada önemli olan söz konusu yenilik eğer bir ürünse piyasaya sürülmesi, eğer bir süreç ise uygulamaya geçirilmesidir. Gerçekleştirme ancak bu şekilde tamamlanır (OECD ve EUROSTAT, 2006: 50-51). Yeniliğin başka bir tanımını, Türkiye'nin ilk inovasyon eğitim ve danışmanlık merkezi İNOMER yapmıştır. Bu tanıma göre yenilik, yaratıcı fikirler sonucunda ürün, hizmet, süreç veya iş yapış yönteminde yapılan bir dizi değişiklik ve geliştirme faaliyetidir. Daha geniş anlamıyla ise, bilginin ekonomik ve sosyal olarak faydaya dönüştürülme sürecidir (Elçi, 2006: 2).

Yenilik üzerine çalışmalarıyla tanınan Rogers yeniliği; "birey ya da bir grup tarafından yeni olarak algılanan fikir, uygulama veya nesnedir" şeklinde tanımlamıştır (Rogers, 1995: 11). Şöyle ki; eğer bir fikir kişinin gözüne yeni olarak görünüyorsa o bir yeniliktir. Daha önceden kullanılan bir uygulama yaygınlık kazanarak insanların dikkatini çekmeye başladıysa o da bir yeniliktir. Ünlü işletme gurusu Drucker yenilik için; bir girişimcinin teşebbüsüne odaklanarak ekonomik veya sosyal potansiyelinde bir değişiklik yaratma çabası demiştir. Yeniliğin öğrenme ve uygulama kapasitesine sahip bir disiplin olduğunu savunmuştur (Drucker, 1985: 6). Bazıları tarafındansa yenilik, yeni ürünün başarısı şeklinde görülerek sonuca odaklı bir ölçüt olduğu savunulur (Walsh v.d., 2011: 7).

Literatürde yenilik kavramı açıklanırken toplumsal ya da örgütsel tarzda yaklaşımlar kullanılmıştır. Dolayısıyla tanımlarda yeniliğin farklı özelliklerine yer verilir. Kavramın daha iyi anlaşılmasına yardımcı olacak şekilde yeniliğin özellikleri kısaca şu şekilde toparlanabilir (Uzkurt, 2017: 11). Yenilik, toplumsal açıdan hayat kalitesini artıran bir araçtır. Örgütsel yönüyle değerlendirildiğindeyse, ülkeler ve işletmeler için en önemli rekabet araçları arasında sayılan bir süreçtir. Yeniliğin bazı özellikleri hem toplumsal hem örgütsel anlamda değerlendirilebilir. Örneğin; yayılmacı özelliği sadece örgütü ilgilendirmez toplumu da etkiler. Sosyal ve kültürel yönden desteklendiği için çevreye adapte olabilen bir nitelik taşır. Aynı zamanda ekonomik ve sosyal fayda sağlayan bir değerdir. Tüm bu özellikleri bir arada incelendiğinde yenilik, onu kullananların hayatında ufak da olsa bir değişiklik meydana getirmektedir.

Özetle; konuya dair çalışmalar genellikle yeniliğin bir süreç ve/veya sonuç olduğunu kabul ederek onu, bireylerin algıları ve yaratıcılıklarına bağlı olarak değerlendirmişlerdir.

2.1.1. Yenilikle Birlikte Kullanılan Kavramlar

Yenilik kelimesi; Latince "innovatus"den türeyerek İngilizce "innovation" biçimini alan, gerek toplumsal gerek kültürel gerekse de idari alanlarda yeni yöntemlerin uygulanmaya başlanması anlamındaki kelimenin yerine kullanılmaktadır. İnovasyonda, yeniliğin ne olduğuna değil, sonucuna odaklanılır ve yenilikte yapılan değişikliğin toplumsal ve ekonomik sisteme etkisi değerlendirilir (Elçi, 2006: 1). İnovasyon ancak gelişim ve toplumsal fayda varsa vardır. Dilimizdeki yenilik kavramı inovasyon kelimesini tam anlamıyla karşılamamaktadır. Çünkü; bakıldığında bütün inovasyonların yenilik içermesi zorunludur fakat, her yenilik inovasyon değildir. Bir şeyin inovasyon halini alması, içerdiği yeniliğin değere dönüşmesine ve topluma fayda sağlayıp yaygınlık kazanmasına bağlıdır (Vanberg, 1992: 105-125). Diğer bir ifadeyle, inovasyon kavramı ekonomik ve toplumsal bir değere yenilik sonucunda ulaşma temeline dayalıdır.

Rogers, inovasyon olma koşulunu yenilik bilgisinin, kişiyi yeniliğe ikna etme ve kişiye yeniliği kabul ettirme konusunda işe yarar olmasına bağlamıştır. İnovasyonda yer alan yeniliğin sadece bilgi boyutu yoktur. Aynı zamanda yenilik, ikna veya kabul boyutu yönünden de ifade edilir. Birey açısından değerlendirecek olursak, bir kişi yenilikle ilgili tam bilgiye sahip olsa da söz konusu yeniliğin inovasyon haline gelmesi için, kişinin yeniliğin faydalarına ikna olması ve yeniliği kabul etmesi gereklidir (Roger, 1995: 11).

İnovasyon ve yenilik her ne kadar bir takım farklılıklar taşısa da Türkçe çalışmalarda yaygın şekilde eş anlamlı görülmesinden hareketle, çalışmamızda geçen "yenilik" kavramı "inovasyon" kavramının yerine kullanılmıştır.

Yeniliğin tam anlamıyla "inovasyon" olduğunu varsayarsak; icat (buluş), yenileme, yenileşme, yenilikçilik gibi dilimizde yenilik kelimesiyle eşanlamlı olarak kullanılan daha birçok sözcük bulunur. Yenilikten daha sık ortaya çıkan icat (Galbraith, 2004: 2); henüz keşfedilmemiş veya bilinmeyen şeyleri teknik fakat ticari

olmayan biçimde ortaya çıkarmaya denir. Birçok icat ekonomik veya sosyal bir değere ulaşamamakta, bu yönüyle de yenilik olma şansını kaybetmektedir. Çünkü, yeniliğin yenilik olabilmesi için topluma fayda sağlaması esastır (Uzkurt, 2017: 33). İcat edilen yeni bir ürünün, üretildikten sonra sadece maliyetine bile satılıyor olması onu yenilik olarak kabul etmemize yeter. Bunun sebebi, ürünün mucidinden başka kişilere de ulaşarak faydalı olması ve ekonomik bir değer kazanmasıdır (Garcia, 2002: 112). Örneğin; Singer dikiş makinesi, icat edildiğinde Bostonlu mucit Elias Howe onu bir yenilik olarak pazarlayamadı ve bu fırsatı İsaac Singer yakalayarak makineye adını verdi (Türkoğlu, Oğuztürk, 2004: 15).

Yenileme ve yenileşme kavramları ise ticari bir değerden bağımsız olarak yalnızca yeni bir durum almayı ifade eden kelimelerdir. Oysaki yenilik yukarıda ifade edildiği gibi ekonomik ve sosyal faydanın görüldüğü ticari anlamdaki buluşları nitelemektedir (Kılıçer, 2011: 2).

2.1.2. Yenilik Türleri

Yenilik kavramının ortaya çıkmasıyla beraber çeşitli araştırmacılar tarafından yeniliğin tanımı oluşturulmaya çalışılmış, daha sonra ise türlerine ayırmaya yönelik birçok sınıflandırma yapılmıştır. Bukhari ve Hilmi (2012) ise yeniliği türlerine ayırırken; düzenli, niş, devrimci ve mimari sınıflandırmasına gitmiştir (Bukhari ve Hilmi, 2012: 133). Yeniliğin, ekonomik bir değer olduğu kadar, eşitsizliği ortadan kaldıran ve istihdam sağlayan toplumsal bir sistem olduğu değerlendirmesi 'toplumsal yenilik' türünü doğurmuştur. Yenilik yapılırken teknolojiden ne denli yararlanıldığına bağlı olarak 'teknolojik yenilik' ile 'teknolojik olmayan yenilik' türleri ortaya çıkarılmıştır (Elçi, 2006: 3). Prestwood ve Schumann (1998), dört yenilik türünden bahsetmektedir. Daha önce denenmemiş bir ürün, hizmet, yöntem ya da sürecin ortaya çıkartılmasıyla "değisime yol açan yenilik"; varolan bir yeniliğe ilaveler yapılmasıyla "değişimin sonucu olan yenilik"; varolan yeniliğin yaratıcı bir örneğinin farklı bir kullanım için ortaya konmasıyla "kopyalama"; yenilik doğurmuş bir fikrin ve yeni oluşan bir fikrin birleştirilmesiyle "sentez" oluşur (Arslantaş, 2001: 21-22).

Literatürde bu şekilde kayda geçen çok sayıda yenilik türü bulunmaktadır. Bununla birlikte, sınıflandırmaların birbirinden çok da farklı olduğunu söylemek

mümkün değildir. Çünkü; söz konusu çeşitlilik yazarların yeniliği farklı boyutlarıyla ele almalarından kaynaklanmaktadır. Bu yenilik sınıflandırmalarını standarda kavuşturmak amacıyla Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü Avrupa Birliği İstatistik Ofisi'nin hazırladığı Oslo Kılavuzu, yeniliği alanlarına göre dört kategoriye ayırmıştır. Bunlar: ürün yeniliği, süreç yeniliği, pazarlama yeniliği ve organizasyonel yeniliktir (OECD ve EUROSTAT, 2006: 51).

2.1.2.1. Yeniliğin Yapıldığı Alana Göre Yenilik Türleri

Yeniliğin yapıldığı alana göre yenilik türleri; ürün yeniliği, süreç yeniliği, pazarlama yeniliği ve organizasyonel yenilik olmak üzere dört başlık altında incelenebilir.

a) Ürün Yeniliği

Benzerlerinden farklı özellik taşıyan yeni bir ürünün geliştirilmesi veya üzerinde birtakım değişiklik ve yeniliklerin yapıldığı mevcut bir ürünün piyasaya sunulmasıdır. Bu yenilikte ürünün özelliklerinde belirli ölçüde iyileştirmeler yapılır ve ürünün kullanımında tüketiciye kolaylık sağlanır (OECD ve EUROSTAT, 2006: 51). Ancak, ürün yeniliği her zaman çok kapsamlı değişiklikler içermek zorunda değildir. Önemli olan tüketicinin ihtiyaçlarına ne ölçüde cevap verdiğidir. Hatta çoğunlukla gerçekleştirilen basit değişikliklerin karmaşık ya da büyük değişikliklere göre etkisinin daha önemli olduğu görülmektedir. Ürün yeniliği; teknolojiye dayalı, örgüt ve insan kaynakları desteğiyle yapıldığı için işletmelerin yeniliğe açık bir ekip oluşturması istenen sonuca ulaşmada doğrudan etkili olacaktır (Uzkurt, 2017: 26).

b) Süreç Yeniliği

İşletmedeki mevcut iş akışını değiştiren, yeni oluşturulmuş ya da mevcut süreçte değişiklik şeklinde de kendini gösterebilen üretim ya da dağıtımdaki yeniliktir. Hizmet sunan organizasyonlarda hizmetin oluşum ve tedarik aşamasının iyileştirilmesi süreç yeniliği ile ilgili olup, süreç yeniliği teknik, teçhizat, yazılım gibi konularda yapılan önemli değişiklikleri içermektedir. Örneğin; daha iyi hizmet sunabilmek adına bir seyahat acentesinin yeni rezervasyon sistemi kullanması veya bir danışmanlık firmasının yeni proje yönetim tekniği uygulaması süreç yeniliği olarak değerlendirilir.

Ürün satan işletmeler için ise süreç yenilikleri, birim ve teslimat maliyeti gibi kalemleri düşürmeye yönelik yapılabileceği gibi müşteri memnuniyetini sağlayacak kalite ve teslimat hızının artışına yönelik de yapılabilir (OECD ve EUROSTAT, 2006: 52).

c) Pazarlama Yeniliği

Yeni pazarlama yöntemlerinin uygulanmasıdır. Bu yenilikler, ürün tasarımı alanında olabileceği gibi ambalajlanmasında, promosyon çalışmalarında, fiyatlandırmada ve ürün konumlandırmasında da gerçekleştirilebilir. Pazarlama yeniliğinde amaç; satışları artırmak için müşteri ihtiyaçlarına cevap vermek, yeni pazarlar açmak ya da ürününü pazarda konumlandırmaktır. Eğer ürün konumlandırmasına bir yenilik düşünülüyorsa yeni satış kanalları gereklidir. Örneğin; satış kanalı olarak ilk kez bir franchising (imtiyaz verme) sisteminin kullanılması ürün konumlandırmasında pazarlama yeniliğine örnek gösterilebilir.

d) Organizasyonel Yenilik

İşletmelerin iş yeri bünyesindeki ya da dış ilişkilerinde organizasyona ait yeni yöntemlerin benimsenmesidir. Organizasyonel yenilikler, son teknolojinin organizasyonda aktif hale gelmesinde ve ürünlerin teknik süreçleriyle birlikte içerdiği yeniliklerin uygulamaya konulmasında önemli bir gereklilik olarak karşımıza çıkar (Armbruster v.d., 2008: 645). Yönetsel yeni bir fikrin hayata geçirilmesi organizasyonel yeniliktir.

Sınıflandırmalar konusunda ikinci odak noktası ise yeniliğin ani ve köklü bir değişiklikle veya sürece yayılarak kademeli şekilde gerçekleşmesi üzerinedir. Buna göre; yenilikler farklılaşmasına, iyileşmesine ve geçirdiği değişiklik seviyesine göre ‘radikal’ ve ‘artımsal/adımsal’ yenilik olmak üzere ikiye ayrılmıştır.

2.1.2.2. Yeniliğin Derecesine Göre Yenilik Türleri

Yeniliğin derecesine göre yenilik türleri ise; artımsal (aşamalı) yenilik ve radikal yenilik olmak üzere iki başlık altında incelenebilir.

a) Artımsal (Aşamalı) Yenilik

Mevcut ürün ve süreçlerin kademeli şekilde iyileştirilmeye tabi tutularak değiştirilmesidir. Artımsal yenilikler bireylerin yaşam, işletmelerin çalışma biçimlerinde çarpıcı ve ani bir farklılığa yol açmaz (Presscott ve Slyke, 1997: 120-121). Teknolojiyi genişleterek ve geliştirerek mevcut teknik düzeni güçlendirir (Tushman ve Anderson, 1986: 441; Cooper, 1998: 497). Kendisini uzun vadede aşama aşama belirginleştirir. Cep telefonlarına sırayla; kamera, radyo ya da WAP (kablosuz uygulama protokolü) yoluyla internete bağlanma gibi özelliklerin eklenmesi artımsal bir yeniliği temsil etmektedir. Diğer bir deyişle, akıllı telefonlar günümüzdeki halini artımsal yenilikler sayesinde almıştır. Artımsal yenilik türüne birçok organizasyonda rastlamak mümkündür. Fakat teknolojik fırsatlara, sosyo-kültürel faktörlere, ürün-hizmet talebine ya da ülke ve endüstriye bağlı olarak sürekliliği farklılık göstermektedir (Freeman ve Perez, 1988: 45-46). Örneğin; iş süreçlerinde dijitalleşme, işletmenin kendi organizasyon yapısına göre zaman içinde aralıksız uygulanabileceği gibi kesintiye uğrayarak da gerçekleşebilir. Benzer şekilde; belirli pozisyonlar için iş gücü devir oranının yüksek olduğu, dolayısıyla yoğun şekilde işe alım gerçekleştirilen gelişmiş bir ülke şirketinde, işe alım süreçlerinin doğrudan dijitalleşmeye yönelmesi kolaylıkla sağlanabilir. Az gelişmiş bir ülkede konumlanan benzer durumdaki başka bir şirketteyse, artımsal yeniliğinin aynı seviyede bir süreklilik ile yerleşmesi mümkün olmayacaktır.

b) Radikal Yenilik

Girişimcilerin, üniversite veya devlet destekli Ar-Ge çalışanlarının, gerçekleştirdiği araştırma geliştirme faaliyetlerinin sonucu olarak ortaya çıkan süreklilik taşımayan köklü değişikliklerdir (Freeman ve Perez, 1988: 46). Radikal yenilikte her zaman yeni bir üretim olması gerekmez. Önemli olan klasik düşünce kalıplarının dışına çıkılarak yeni kullanım alanlarının geliştirilmesidir. Örneğin; seri üretime yönelik ilk defa Ford fabrikasında kullanılan üretim bandı uygulaması ya da iletişimin boyutlarını değiştiren cep telefonunun icadı radikal yeniliklerdir. Bu tür yenilikler işletmelere ya da yatırımcılara ticari olarak ciddi bir üstünlük sağlar ve bu sebeple rakipleri için yıkıcı etkileri olabilir. Radikal yeniliğin dezavantajı ise riskli

yapısıdır. Yeniliği gerçekleştiren taraf, başlangıçta katlanılan yüksek maliyeti ve harcanan zamanı, sonradan sağlayacağı kazanç ile telafi edip edemeyeceği konusunda net bir öngörü sahibi olmalıdır. Çünkü; rakiplerin, radikal yenilikleri artımsal/aşamalı yenilikler ile birlikte geliştirerek daha yüksek bir ticari getiri elde etmesi, rekabet açısından radikal yenilik yapan tarafın aleyhine bir durum meydana getirecektir (Uzkurt, 2017: 23). Schumpeter'e göre; yenilik ekonomik değişim için hayati bir öneme sahiptir. Radikal yenilikler dünya üzerindeki büyük ekonomik değişikliklerin, artımsal yeniliklerse sürekli değişim sürecinin bir parçasıdır. (Oslo Manual, 2005: 16).

2.1.3. Yeniliğin Kaynakları

Yenilikten faydalanmak isteyenlerin yenilik sürecinde başarılı olmaları için, yenilik fikirlerinin hangi kaynaklardan yararlanılarak ortaya çıktığı, oldukça önemlidir. Her ne konuda olursa olsun bir işte başarıya ulaşmanın en pratik yolu o işin kökenine inmektir. Yenilik iddiasında bulunacak olan işletmelerse hedeflerine ulaşmadan önce yeniliğin kaynaklarını derinlemesine analiz eder. Peter Drucker (1984)'a göre yenilikler zekice bir planın ve çalışmanın ürünüdür. Ancak, en başarılı olan teşebbüsler, çok sık rastlanmayan yenilik fırsatlarının değerlendirilmesinin bir sonucudur. Bu bağlamda Drucker yeniliğe yol açabilecek, yenilikçi fırsatların kaynağını yedi başlıkta toplamıştır. Bunlardan ilk dördü içsel (işletmenin ve sektörün içindeki) yenilik kaynakları; son üçü dışsal (işletmenin ve sektörün dışındaki) yenilik kaynakları olarak ayrılır. İçsel kaynaklar önceden yapılan değişikliklerin yol açtığı birtakım güvenilir göstergelerdir. *Beklenmeyen olaylar, bağdaşmazlıklar, süreç gerekleri, sektör ve pazarın yapısındaki değişiklikler*'den oluşan kaynaklar, sektör içinde takip edilir. Dışsal kaynaklar ise; *demografik değişiklikler, algılamadaki değişiklikler ve yeni bilgi'*dir. Bunlar daha çok sosyal ve entelektüel dış çevrede yer alan kaynaklardır (Drucker, 1985: 6-8).

Hippel, yenilik kaynaklarını tedarikçiler, üreticiler ve kullanıcılar bağlamında fonksiyonel ilişkiler açısından ele almaktadır. Yenilik içeren bir ürünün oluşturulma sürecinde tedarikçisi, ürün bileşenlerinin tedarikinden fayda sağlar; üreticisi üretiminden fayda sağlar; tüketicisi ise ürünün kullanımından fayda sağlar (Hippel, 1988: 3). Böylece ortaya çıkan yeniliğin oluşumu tamamlanır, yenilikler bir döngü halinde üç fonksiyonun işbirliğiyle gerçekleşir.

Burgelman ve Sayles (1986) yenilik kaynakları konusunu, yeniliğin benimsenmesi üzerinden açıklar. Üç temel yenilik benimseme kaynağının ilki *taklitçi* olarak adlandırılır. Bu kaynak, başkalarının uyguladığı yeniliği taklit etme yoluyla yeniliğin kullanımını sağlar. İkinci yenilik benimseme kaynağı *satın alma*dır. Bir işletmenin, başka bir işletmenin uyguladığı yeniliği ya da yeniliği uygulayan işletmenin kendisini satın almasıdır. Son yenilik kaynağına ise kuluçka adı verilir. Günümüzde de oldukça yaygın biçimde faydalanılan kuluçka merkezlerinde, işletmeler kendi AR-GE birimlerine yenilik üretme görevini verir Akt. Sağsan, 2008: 50).

Yeni ürün bulmak işletmeler için çok çeşitli kaynaklardan yararlanmak anlamıda gelir. Yenilik fikirlerinin tek bir sahibi yoktur ve fikrin çıkış aşamasında firma içi kaynaklardan müşterilere, müşterilerden rakiplere, tedarikçilerden dağıtıcılara kadar birçok kaynak yol gösterici olur (Kotler, 1999: 607).

Literatürde yenilik kaynakları araştırıldığında daha çok Drucker'in ifade ettiği yedi kaynak karşımıza çıkmaktadır (Sarıoğlu, 2004: 4; Yeloğlu, 2007: 144; Kanbur, 2014: 12; Barker ve Neailey, 1999: 62; Szeto, 2000: 149). Drucker'a göre yenilik kaynakları Tablo 2.1.'de belirtilmiştir.

Tablo 2.1. : Drucker'a Göre Yeniliğin Kaynakları

İçsel Yenilik Kaynakları	Dışsal Yenilik Kaynakları
Beklenmeyen Olaylar	Demografik değişiklikler
Bağdaşmazlıklar	Algılamadaki değişiklikler
Süreç Gerekleri	Yeni bilgi
Sektör ve Pazarın Yapısındaki Değişiklikler	

Kaynak: Drucker, Peter F.: **Innovation And Entrepreneurship: Practice And Principles**, Burlington: Elsevier, 2007.

2.1.3.1. İşletme İçi Kaynaklar

1. Beklenmeyen Olaylar – iş dünyası yalnızca beklenen başarı ve başarısızlıklarıyla değil beklenmeyen başarı ve başarısızlık hikâyeleriyle de işletmelere yenilikçilik konusunda ilham kaynağı olabilmektedir. En kolay ve en basit yenilik kaynağı beklenmeyen olaylardır. Yenilikçiler, beklenmeyen durumları dikkatle takip ederek gelecekte yapılacak herhangi bir yeniliğin oluşumunu sağlayabilirler

(Drucker, 1985: 6). Beklenmedik olaylar, ani değişimler şeklinde kendini gösterir. Değişen duruma ayak uydurmak hızlı ve öngörülü karar vermeyi gerektirir. Beklenmeyen olaylar riski minimum tutarak tüm yenilik kaynakları kadar yenilik fırsatı sunmasına rağmen yöneticilerin çoğu tarafından kabul edilmemektedir (Drucker, 2007: 33).

2. Bağdaşmazlıklar – olması gerekenler veya beklentiler ile olan arasındaki uyumsuzluk veya aykırılıktır. Yenilik fırsatı doğurduğu için yeniliklere bir tür kaynak teşkil edebilir, belli başlı bağdaşmazlık türleri ve bu bağdaşmazlık türlerinden ne açıdan yararlanılabileceği şöyle açıklanabilir:

Bir sektörün ekonomik gerçeklikleri arasında bağdaşmazlık söz konusu olduğunda yani; bir ürün veya hizmete olan talebin sürekli artması halinde üretimin değişmeyen bir hızla devam etmesi durumunda bir aykırılık ortaya çıkacaktır. Bu uyumsuzluğu avantaja dönüştürmek için performansın iyileştirilerek artan talebe cevap verecek yeniliklerin yapılması, sonrasında da kayda değer bir kazanç sağlanması mümkündür.

Bir sektörün gerçekliği ile ona dair yanlış kabulü arasındaki bağdaşmazlık; yönetimin sektör içindeki mevcut konumunu yanlış yorumladığı, bu sebeple hatalı hamlelerle yanlış girişimlerde bulunduğu zaman ortaya çıkar. Drucker, yanlış varsayımları olan yöneticilerin yakalayamadığı fırsatları, hazırda bekleyen yenilikçi yatırımcılar için bir fırsat olarak görür.

Bir sektörün beklentileriyle müşterinin algıladığı değer ve beklentiler arasındaki bağdaşmazlık; ürün ve hizmet sunan tarafın, müşterilerin neye değer atfettiği ve ne beklediği konusunda yanılgı içinde olmasıdır. Dolayısıyla müşterinin karşına çıkardıkları ile müşterinin satın almayı umdukları şeyin farklılaşması, özgün ve beklentiye cevap veren yeniliklerin önünü açmaktadır.

Bir sürecin ilerleyişinde veya mantığında bağdaşmazlık, örneğin tüketicinin aldığı ürünü nasıl kullanacağını bilmemesi ve bu boşluğu dolduracak herhangi bir çabanın ortaya konmamasıdır. Yenilikçiler, buradaki eksikliği giderecek bir buluş yaparak fırsatı değerlendirebilirler. Bu ve tüm diğer bağdaşmazlıklar, tüketicilerden alınacak geri bildirim ya da şikâyetler ile tespit edilebilirler.

3. Süreç Gerekleri – işletmedeki süreçlerin eksik ya da zayıf yanlarının fark edilerek bu süreci geliştirmek ve mükemmelleştirmek için yenilik yapma yoluna gidilmesidir. Süreç gerekleri için medya kapsamındaki faaliyetler örnek gösterilebilir. Reklam kap Süreçteki eksiklikler yeniliklerin yardımıyla tamamlanabilecektir.

Yeniliğin oluşum sürecinde yapılan reklamlar kampanyalar ve satış stratejileri yenilik için bir kaynak teşkil edebilir.

Yenilik kaynakları Drucker'a göre durum odaklı olmaktan çok sonuç odaklıdır. Yani yenilik için fırsat kaynağı, işletmenin sürecini yakından inceleyip, zayıf noktalarını tespit ettikten ve süreci geliştirme yollarının dikkatli biçimde aranmasından sonra meydana gelmektedir. İşletmenin yeterliliklerinin bilinmesinin yanında zayıf noktalarının da detaylı biçimde incelemesi daha etkili yenilik çözümleri sunmaya olanak sağlar.

4. Sektör ve Pazarın Yapısındaki Değişiklikler – Endüstri ve pazar yapısının değişimi müşteri tercihlerinde ve beğenilerinde gözlenen değişimlere bağlı olarak gerçekleşir. Bir sektörde hızlı büyüme varsa bu tür bir değişim, yeniliklerin ortaya çıkartılması için uygun bir ortam olduğu anlamına gelir.

2.1.3.2. İşletme Dışı Kaynaklar

1. Demografik Değişiklikler – Dışsal kaynakların içinde en güvenilir olan kaynaktır. Çünkü, demografik değişimlerin seyri (yaş, eğitim, harcamaya ayrılan gelir miktarı, coğrafi değişim vb.), girişimcilere ileriye yönelik faaliyetleri hakkında fikir vermektedir. Örneğin, gelecekte işgücüne katılacak olanlar bu yıl 2018'de doğdu ve karar alıcılar bu demografik gücü görmezden gelse de bu güçten faydalanmak için şimdiden plan yapanlar ileride kara geçebilecektir.

2. Algılamadaki Değişiklikler – Olumsuz bir durumla karşı karşıya kalındığında bardağın dolu tarafını görebilenler yenilik fırsatlarını çabuk yakalarlar. En basit şekliyle; sağlık sorunlarının dünya üzerinde artış gösterdiği bir dönemde, sağlık dergilerinin, programlarının ve doğal ürünlerin talep göreceğini düşünmek bir olumlu bakış açısı gerektirir. Algılamadaki değişim gerçekleri değiştirmeyecek olsa da fırsatları görebilmek için büyük bir yardımcıdır.

3. Yeni Bilgi – Bilginin yenilik oluşturmak için kullanılması "yeni bilgi" nin bir fırsat kaynağı olarak görülmesinin sebebidir. Drucker'a göre bu kaynak yenilik kaynakları içinde en geç sonuç alınan kaynaktır. Yeni bilgi ortaya çıktıktan sonra bunun teknolojiye uyarlanması, teknolojinin de yeni bir ürüne, yönteme veya fikre dönüşmesi uzun zaman alır.

2.2. YENİLİKÇİLİK KAVRAMI

Yenilikçilik TDK (2017)'da "yenilikçi olma durumu" olarak tanımlanır. Literatüre yaptığı yenilik konusundaki önemli katkılarıyla öne çıkan Rogers'a göre yenilikçilik, toplum içinde yaşayan bireyler tarafından yeni olan şeylerin benimsenme derecesidir (Rogers, 2002: 990). Hurt, Joseph ve Cook (1977) yenilikçiliği "değişime veya yeni şeyleri denemeye karşı isteklilik" şeklinde açıklamıştır (Akt. Agarwal; Prasad, 1998: 206). Yeniliği kullanmaya ne kadar istekli olunduğu ise kişisel bir eğilimdir. Nybak ve Hansen, yeniliği yeni fikirlerle ilgilenme, geliştirme amaçlı yeni fikirleri destekleme ve yeni süreçler oluşturma eğilimi olarak görmüştür (2008: 474). Bu tür süreçlerin sonunda maddi getirisinin olması kavramı başka bir açıdan ele almayı gerektirmiştir. Yenilikçiliği ekonomi literatürüne kazandıran ve ilk tanımını yapanlar arasındaki Joseph Schumpeter (1934), yenilikçilik için; müşterilerin bilmediği ya da var olup dikkatini çekmeyen bir ürünün özelliklerinin geliştirilerek piyasaya çıkartılması; yeni tedarik kaynaklarının bulunup kullanılması veya yeni organizasyon biçimlerine sahip olunmasıdır tanımını yapar (Akt. Elçi, 2006: 17). Yeniliğin nasıl yönetildiği de yenilik sürecinde oldukça önemlidir. Çünkü elde edilmek istenen fayda yeniliğin doğru yönetilip başarılı olmasıyla paralel şekilde artacaktır. Ayers vd.ne göre yenilik "yeni ürün başarısı" gibi çıktı bazlı bir ölçümken (1997: 107), yenilikçilik ise firmadaki değişimi ve yenilikçilik eğilimini temsil eden firmanın iş konusuyla ilgili bir değişken olarak kabul edilir (Hurley ve Hurt, 2004). Bu özellikler karşılaştırıldığında yeniliğin somut ve net; yenilikçiliğin soyut ve üstü örtülü bir kavram olduğu söylenebilir (Walsh v.d., 2011: 7). Midgley; geliştirdiği tanımında başkalarının tecrübelerinden bağımsız olarak yani özgün şekilde yeni fikirler üretebilme derecesini yenilikçilik olarak ifade etmiştir (Midgley ve Dowling, 1978: 235). Bu yaklaşımda yenilikçilik kişiye bağlı bir özelliktir. Daghfous, Petrof ve Pons, yenilikçiliğin bilişe ait, duyuya ait ve çabaya ait yönüne dikkat çekmiş, bu üç esas

üzerine kurulu olduğunu öne sürmüştür (Daghfous, 1999: 316). Orijinal oluşumlar yani yenilikler, yalnızca zihindeki bir üretimle değil aynı zamanda duyguların devreye girmesi ve üstün bir gayretin gösterilmesi sonucu gerçekleşir.

Firma kültürü yönünden yenilikçilik yeni fikirlere açık olma durumunu yansıtır. Öğrenme vurgusu, katılımcı karar verme, işbirliği gibi organizasyonun kültürüne ait veriler firmanın yeniliğe karşı tutumunu belirleyen unsurlardır. Dolayısıyla yenilikçi olma durumunun temelinde firma kültürünün bu tür belirleyici özellikleri vardır (Hurley ve Hult, 1998: 44).

Yenilikçilik, çeşitli faktörlerin de etkisiyle ortaya çıkan, yaratıcı olmayı gerektiren, önemli bir süreçtir. Bu süreç, bireysel açıdan farklılaşır ve doğuştan gelen bir yaratıcılık kabiliyeti şeklinde ya da sonradan öğrenilebilen yaratıcı düşünme teknikleri sayesinde kazanılır. Organizasyonun bir parçası olarak yenilikçilik, yenilikçi iş davranışlarını etkileyen faktörlerin incelenmesiyle, ihtiyaç duyulduğunda faydalanılacak bir kaynak haline getirilebilir. Bu amaçla, organizasyonların yenilikçi iş davranışı göstermesini istediği yenilikçi kişiliği olan çalışanlar için konuyla ilgili onları desteklemesi gerekmektedir (Kavas, 2017: 148).

Erken yaşlarda farkına vardığımız yeniliğe ve teknolojiye duyulan ilgi, yeni şeyler keşfetmeye yönelik denemeler bireysel yenilikçiliğe dair ipucu niteliğindedir. İlgili eğilimi geliştirecek katkılar kişi için çok önemlidir. Bununla birlikte, çevre ve alınan eğitim sonrası oluşan merak da kişilik özelliklerinin dışında yenilikçiliği etkileyen faktörlerdir.

2.3. BİREYSEL YENİLİKÇİLİK KAVRAMI

Sosyal bilimlerde bazı kavramların benzer özellikleri nedeniyle kendilerine özgü biçimde tanımlanması oldukça zordur ve yakın anlamlı kavramların net bir biçimde ayırt edilmeleri beklenmemelidir. Her yenilikçilik olayının merkezinde bireyin yer aldığı düşünülecek olursa, bireysel yenilikçiliğin yenilik ve yenilikçilik kavramlarından bağımsız olarak tanımlanması mümkün değildir. Yukarıda açıklanmaya çalışılan yenilik ve yenilikçilik kavramlarının ardından burada bireysel yenilikçilik kavramı hakkında görüş ve tanımlamalara yer verilmektedir.

Joseph Campbell, "ölümü yalnız doğum yenebilir" cümlesiyle eskinin geçerliliğini kaybetmesinin ancak yeni şeyler ortaya çıkarmakla mümkün olabileceğini ifade etmiştir. Yenilik alışılagelen eski düzenin itibarını ortadan kaldırabildiği ölçüde onunla mücadele edebilir ve başkaları tarafından beğenilir (Campbell, 2010: 27). Bu konuda, toplumdaki herkesin bireysel açıdan farklı seviyelerde yeniliğe dâhil olduğunu ve yenilik üretiminde bulunduğunu söyleyebiliriz. Doğuştan gelen veya sonradan kazanılan özellikler yeniliğe karşı bireysel tutumların şekillenmesini sağlar. Duygusal zekâ gibi, kişilere yaratıcılık hissi veren yetenekler özgün düşünceleri açığa çıkarmada pay sahibidir. Yenilikçilikle ilgili ünlü ekonomist Christopher Freeman'ın "yenilik yapmayan ölür" ifadesi de canlıların bir şekilde yeniliğin içinde bulunmak zorunda olduğunu anlatır ("Yenilik Gerekli mi?", 2018). Çünkü, yeryüzündeki hayatların idamesi, değişen koşullara uyum sağlamaya bağlıdır ve bu da ancak alternatif yollar keşfederek mümkündür. İnsanların gelişme ve daha konforlu bir hayata ulaşma arzusu, yeniliğin ortaya çıkışına sebep olan diğer etkenlerdir.

Bireysel yenilikçilik kişinin, değişiklik yapmaya yönelik hevesli tutumunu yerel düzeyde olduğu gibi evrensel düzeyde de göstermek için yeni şeyleri deneme istekliliğini ifade eden bir kişilik özelliğidir (Lin ve Filieri, 2015: 159). Başka deyişle; bireysel yenilikçilik yenilikleri kişisel çabayla arayıp bulma istekliliğidir. Bu tür kişiler, sosyal sitem içerisinde risk alma, deneyimlere açıklık, yeni fikirler geliştirme ve onları açıklamakta geri durmama gibi özelliklere sahiptir.

Hirschman, bireyin yenilikçiliğe dair yatkınlığını sadece genetik yapıya değil aynı zamanda sosyal etkiye de bağlamaktadır. Yani, bireysel yenilikçiliğin bireyin hayatı boyunca değişmeyeceğini düşünmemektedir. Çünkü; yapılan araştırmalar alınan eğitim, mesleki statü ve yaşanılan şehir gibi değişkenlerin yenilikçilik ile yüksek düzeyde ilişkili olduğunu göstermiştir (Hirschman, 1980: 283-284).

Rogers vd. bireysel yenilikçilik için "kişinin yeniliği sosyal sistemin diğer üyelerine nispeten daha erken kabul etme derecesidir" tanımını yapar (Akt. Noh v.d., 2011: 68). Bu tanımlamada Rogers, bireyin yenilikçi olup olmadığını sosyal sitemin yani toplumun genelindeki yenilikçilik kabulünün belirlediğini savunmuştur. Yine Rogers ve Shoemaker (1971) ile Rogers (1995), yenilikçi kişilerin yeniliği erken kabul

edenler olduğunu iddia ettiği gibi, yenilikçi olan ve olmayan ayrımını da kişilerin yenilikçiliği benimseme zamanına dayandırmaktadır. Şöyle ki; toplumda yeni olanı erken benimseyen kişiler yenilikçi kategorisine; diğerleri yenilikçi olmayan kategorisine sokulmaktadır (Akt. Agarwal, Prasad, 1998: 206). Fakat, Midgley ve Dowling bu fikre karşı çıkmıştır. Bir yeniliğin sosyal sisteme girdiği zamanın tam olarak saptanamaması, kişilerin yeniliği birbirlerine göre ne kadar erken ya da geç kabul ettiğini öğrenmemizi engelleyecektir (Hirschman, 1980: 283; Midgley ve Dowling, 1978: 230). Diğer bir deyişle; zamanın belli bir anında yenilik kendini gösterirken, aynı vakitte aynı yerde olan bireylerin karşılaştıkları bu değişikliği kabul etme anları birbirlerine göre sıralanabilir. Fakat yeniliğin topluma girdiği an tespit edilemeyeceğinden bu mukayese geçersizdir.

Konuya getirilen diğer bir bakış açısına göre, kişinin yeni teknolojileri kullanmaya yatkınlık derecesi bireysel yenilikçilik olarak ifade edilir. Bireyin güncel teknolojiye olumlu yaklaşımı bakımından doğuştan sahip olduğu kişiliği bireysel yenilikçiliğin bir sonucudur. Dolayısıyla; bireysel yenilikçiliği yüksek olanların teknoloji ile daha yakından ilgilenmesi ve günümüz teknolojisindeki gelişmelere dair daha olumlu düşüncelerinin olması beklenmektedir (Agarwal ve Prasad, 1998: 206). Son teknolojiyi takip etmeye yönelik duyulan istek, yeni ürün, süreç, uygulama ve yöntem geliştirme noktasında kişiye yol gösterecektir. Bu bağlamda; yenilikçilik ile yeniliği benimseme (kişinin yeniliği benimsemesi) arasındaki ilişkiyi göz önüne alan çeşitli çalışmalar yapılmıştır (Belleau ve Summers, 1993; Leung 1998). Belleau ve Summers teknolojik yeniliklerin birçoğunun bilgisayar temelli süreçler kullanılarak meydana geldiğini 1993 yılında ifade etmiştir (Belleau ve Summers, 1993: 275). Günümüze gelindiğinde ise bu durum benzer şekilde devam etmektedir. Teknolojinin gelişimi ve yeniliklerin üretimi yine bir teknolojik yenilikle gerçekleşmektedir. Tarihsel sürece bakıldığında özellikle 20. yüzyıl büyük teknolojik gelişmelere şahit olmuştur. O dönemin ürünü olan bir otomobil üretilirken içinde 30 ila 40 civarında bilgisayar temelli sistem kullanılmaktadır. İklimlendirmeyi ya da optimum yakıt karışımını sağlayan bilgisayarlar buna örnek gösterilebilir (Kavrakoğlu, 2006: 113). Bireysel yenilikçilik bireyin, yenilik olarak algıladığı şeyleri kavramasının ardından günlük işlerini kolaylaştıracak şekilde söz konusu yeniliklerden faydalanmasını sağlar.

Modern çağda bilginin çoğalması, değişmesi ve yayılması birçok alanda yeniliklerin doğuşu hızlandırmaktadır. Yaşadığı çağa ayak uydurmak zorunda kalan bireyler de ihtiyaç duyduğu bilgiye en pratik yolla ulaşabilmeli, karşılaştığı problemleri çözmeye dönük bir bakış açısı geliştirmeli ve aynı zamanda sosyal anlamda aktif biçimde iletişim kurabilmelidir. Bu sayede bireylerin yenilikçi özelliğe sahip olmaları bütüncül bir anlam taşıyacaktır (Korucu ve Olpak 2015: 115).

Bireysel yenilikçilik bazı araştırmacılar tarafından genel yenilikçilik ve ilgi alanına bağlı yenilikçilik şeklinde ele alınmıştır. Bu ayrımı yapmalarının temel nedeni bireylerin genel anlamda ya da kendilerine ait ilgi alanlarında yenilikçi olabileceğini düşünmeleridir. Bireyin doğuştan sahip olduğu kişilik yapısı ve tutumunun her türlü yeni fikre açık olması, her alanda yeniliklere eğilim göstermesi genel yenilikçilik ya da açık işleyen yenilikçilik şeklinde ifade edilir. Yeni bir fikrin hangi ihtiyacı, nasıl karşılayacağını anlayabilen; yenilikleri elverişli biçimde kullanabilenler genel yenilikçiliği yüksek bireylerdir. İlgi alanına ait yenilikçilik ise bireyin yalnızca özel ilgisinin olduğu alanlarda yeniliğe açık olması ve daha rahat benimsemesidir. (Handa ve Gupta, 2009: 25-26).

Bazı araştırmacılar yenilikçilik kavramı bireysel ve kurumsal olarak ikiye ayırır. Bireysel yenilikçilik, bireyin yeniliği kabul etmeye olan yatkınlığını, istekliliğini ve yenilikten faydalanmasını ifade ederken; kurumsal yenilikçilik, yeni fikir, ürün, hizmet, yöntem ve süreçlerin kurumsal anlamda uygulanmasıdır (Kılıçer, 2011: 23). Genel anlamda yorumlandığında hem bireyler hem kurumlar için yenilikçilik; yeniliklere karşı olumlu tutum sahibi olma ve yenilikleri benimseme konusunda sosyal sistemdeki diğer birimlere göre daha çabuk davranma şeklinde ifade edilebilir.

Başka bir açıdan değerlendirildiğinde bireysel yenilikçiliğin oluşumu ve korunması toplumların bireyci veya kollektivist olmasına göre farklılık göstermektedir. Bireyci toplumlarda bireyler arası bağlar kollektivist toplumlara göre daha az ve bireyler daha bağımsızdır. Bununla bağlantılı olarak bireyci toplumlarda ödüllendirme sisteminin bireye yönelik işlemesi, kişilerin sundukları yeniliklerin getirisini doğrudan kendilerine mal ederek istekleri doğrultusunda kullanmalarına imkân vermektedir. Ayrıca, bireyci toplumlarda yenilikçi özellikteki bireylerin bu

özelliklerinin gereği sahip oldukları özgüven ile yaratıcı fikirlerini/ürünlerini sunma dereceleri daha yüksektir. Çünkü, bağımsız bireyler daha özgür ve yaratıcı olabilirler. Kollktivist toplumlarda ise birlikteliğin ortaya çıkardığı sinerji neticesinde yeniliklerin oluşumu kolaylaşacak; kişilerin bireysel olarak yaratıcılıkları gelişecektir. Fakat, kollektivist toplumlarda sıkı denetim ve bürokratik yapının hakim olması bireylerin yenilik üretimlerini zorlaştırmaktadır (Yeloğlu, 2007: 143-144).

2.3.1. Tarihsel Süreç İçinde Yeniliklerin Yayılımı, Kabulü ve Benimsenmesi

Bireysel yenilikçilik ile ilgili bir araştırmanın başlatılması, yeniliğin toplum tarafından kullanılması, kabul edilmesi ve benimsenmesi konusunu incelemeyi gerektirir. Çünkü, bireysel yenilikçilik yeniliğe karşı toplumsal düzeyde takınılan tutumun dışında görülemez. Bireylerin yenilikle ilişkisinin hangi hızda kurulduğu ve benimsendiği sorusu, yeniliklerin yayılımı modellerinin içerisinde aranmıştır. Yeniliğin benimsenmesi, kabulü ve uygulamaya konulması hakkında geliştirilen model ve kuramlar; işletme, bilgi sistemleri, sosyoloji, psikoloji, eğitim ve tarım gibi çok geniş yelpazedeki alanların çalışma sahası içinde yer bulmuştur (Usluel ve Mazman 2010: 62). Bu model ve kuramların başlıcaları; "Yeniliğin Yayılımı Kuramı" (Rogers, 2003), "Sebepli Davranış Kuramı"(Fishbein ve Ajzen, 1975), "Planlı Davranış Kuramı" (Ajzen, 1991), "Teknoloji Kabul Modeli I" (Davis, 1989) ve "Birleştirilmiş Teknoloji Kabul ve Kullanım Modeli" (Venkatesh ve diğerleri, 2003).

Yayılma kavramının tarihi, ilk defa bu kavramdan söz eden Heredot zamanına dayanmaktadır (Kinnunen, t.y.:432). Bu konu, 1800'lü yılların ikinci yarısından sonra bilimsel olarak çalışılmaya başlanmış, doğa bilimcileri tarafından sistemleştirilmesinin ardından sosyal bilimcilerin gündemine girmiştir. İlk defa 1890 yılında Fransız sosyolog ve sosyal psikolog Gabriel Tarde'nin ele aldığı yayılım konusu, 1890 yılında "Taklit Yasaları" adındaki kitabını yayımladıktan sonra birçok çalışmanın esin kaynağı olmuştur. Bu kitabında; fikir veya süreçlerle ilgili geliştirilen 100 tane yenilikten neden 90 tanesi silinip yok olurken yalnızca 10 tanesinin yayıldığı problemine eğilmiştir. Çözüm olarak da; hem başarılı hem başarısız yenilik girişimlerinin yayılımına yol açan ya da engel olan fiziksel ve sosyal nedenleri

belirlemeyi önermiştir (Tarde, 1903: 140). Ona göre yayılma; sosyal oluşumların veya kültürel özelliklerin bir toplumdan diğerine sirayet etmesidir Ancak yenilikleri toplumun çok küçük bir kesimi tam anlamıyla benimserken, büyük bir kesimi yalnızca taklit etmektedir (Tarde, 1903 ; Kılıçer, 2011: 7-8). Taklit ifadesi aslında bireylerin yenilikleri başkalarının yeniliğini kopyalayarak öğrendiklerini anlatmak için kullanılmaktadır. Tarde'nin taklit yasalarından biri, kişinin bir yenilik hakkındaki sahip olduğu bilgiler oranında benimseme ihtimalinin artıp azaldığıdır. Günümüzdeki kullanılan şekliyle yeniliğin algılanışının ve benimseme hızıyla pozitif bir ilişkisi vardır (Rogers, 2003: 41).

Yayılımın ne olduğuna dair diğer görüşlere yer vermek gerekirse, Oslo Kılavuzu'na göre yayılım ya da yayılma; yeniliklerin ilk uygulanan şekliyle tüketicilere, işletmelere, pazarlara, sektörlere, bölgelere ve ülkelere piyasanın kendisi ya da dışarıdaki aracılar yardımıyla ulaştırılmasıdır (OECD ve EUROSTAT, 2006: 21). Bir diğer görüşe göre ise yayılım; yeniliklerin sosyal sistemin üyelerince benimsenmesi veya reddedilmesi sonucunda toplum içine nüfuz etmesini açıklayan bir teoridir (Goldsmith ve Foxall, 2003: 321).

1960 yılında yayılma konusundaki araştırmaların derinleştiği görülmektedir. Farklı alanlarda yapılan çalışmaları sentezleyen sosyolog Everett Rogers 1962'de çıkardığı "Yeniliklerin Yayılımı" (Diffusion of Innovations) adındaki kitabı ile konuya, mantıksal deneyselciliği kullandığı yeni bir yaklaşım getirmiştir (Kılıçer, 2011: 8). Rogers'a göre yayılım, yeniliklerin iletişim kaynakları yardımıyla sosyal sistemde yaşayan bireylere zaman içerisinde aktarılması anlamına gelmektedir. Bilginin keşfedilmesinden sonra ortak bir paydada buluşmak amacıyla bilginin kişiler arasında paylaşılmasının yani iletişimin özel bir türüdür. Daha kısa bir ifadeyle; yeni fikirlerin karşı tarafa aktarımında kullanılan "özel bir iletişim türüdür" (Rogers, 1995: 10). Bu teoride; yayılımı etkileyen unsurların toplumsal sistemde nasıl yer bulacağı, iletişim süreçlerinin bu yayılıma ne yönde katkısının olacağı yapılan vaka çalışmaları yardımıyla analiz edilmiştir (Usluel ve Mazman, 2010: 62). Yayılma, anlık gerçekleşen bir durum değil, zamana yayılan bir süreçtir. Birçok yenilik belki yıllar sürebilecek uzun bir dönem içinde ortaya çıkar ve çeşitli gruplar tarafından

benimsenmek istenir. Bu durum da yeniliklerin yayılımına sebep olmaktadır (Yeloğlu, 2007: 145).

2.3.1.1. Yeniliğin Yayılmasında Etkili Olan Unsurlar

Yenilikçilik araştırmalarının hepsinde yenilik süreci Everett Rogers'ın "Yeniliklerin Yayılımı Teorisi"nden yararlanılarak açıklanmıştır. Bu doğrultuda, "yenilik, yenilikçilik veya bireysel yenilikçilik" kavramlarının geçtiği her çalışma gibi bizim çalışmamızda da Rogers'a göre yeniliklerin yayılımından bahsedilmiştir. Ona göre, yeniliklerin süreç içindeki yayılımı dört öğe üzerinden açıklanmaktadır. Bunlar; yenilik, iletişim kanalları, zaman ve sosyal sistemdir (Rogers, 1995: 10).

Yenilik: Yayılma Teorisine göre bireylerin, grupların ya da toplumun yeni olarak algıladığı fikir, uygulama veya nesnedir. Eğer bir yenilik salt yeni bilgi içeriyorsa bu onun yenilik olacağı anlamına gelmez. Aynı şekilde, ortaya çıkışından veya kullanılmaya başlamasından itibaren geçen sürede bir fikri yenilik yapmayacaktır. Burada önemli olan, kişinin yeniliğin özellikleri hakkında aldığı bilgiye ikna olması ve kabul kararına varıp benimsemesidir (Rogers, 1995:11).

İletişim Kanalları: Yayılma Teorisi yeni fikirlerle ilgili bilginin değiştirildiği bir iletişim türünü açıklar. Bir yenilik hakkında tecrübe edinen kişilerin bilgi sahibi olmayanlara bilgi aktardığı ortama iletişim kanalları adı verilmektedir (Rogers, 1995: 17). Bu sayede toplumun ortak bir bilgi düzeyinde birleşmesi beklenir. İletişim kanalları kitlesel ve kişilerarası olabilir. Yeniliklerin özellikleri hakkında bilgilendirme yapılacağında kitlesel iletişim kanalları daha etkilidir. Ancak benimseme ve reddetme davranışı geliştiriliyorsa kişilerarası iletişim kanallarının etkisi daha fazladır. Kişilerarası kanallarda hemofili (iletişimde bulunan kişilerin eğitim, sosyo-ekonomik durum ve inanç gibi özelliklerinin benzeme derecesi) heterofiliye oranla (iletişimde bulunan kişilerin eğitim, sosyo-ekonomik durum ve inanç gibi özelliklerinin farklılaşma derecesi) yeniliğin yayılımının daha kolay gerçekleşmesini sağlar. Çünkü, ortak paydaya sahip insanların birbirini etkileme gücü genellikle daha yüksektir (Uzkurt, 2017: 93-94).

Zaman: Yeniliklerin yayılımı teorisinde önemli bir etkendir ve üç boyutta değerlendirilir. Bunlar: *yenilikçilik, yenilik karar süreci* ve *yeniliğin benimsenmesi*

kavramlarıdır. Yenilikçilik başlı başına zaman içinde gerçekleşen bir durum olması nedeniyle yayılım teorisi unsurlarından 'zaman'ı oluşturan bir alt unsur niteliğindedir. Daha önce de belirtildiği üzere *yenilikçilik*; bir fikir, uygulama ya da nesnenin birey tarafından başkalarına kıyasla daha erken benimsenme derecesini ifade eder. Bu yüzden yeniliğin ne zaman gerçekleştiği önem taşımaktadır. Bir diğer alt unsur olan *yenilik karar süreci*, yeniliğin kabul veya red aşamalarını içerir. Yeniliğin önceden kullanılması bireyin karar sürecine etki ederek yeniliğin kabul edilmesini sağlar. Bu yüzden işletmeler yeni bir ürün ya da uygulama geliştirdiklerinde bu ürün ya da uygulamaların bir örneğinin kullanıcılar tarafından denenmesine özen gösterirler. Zaman kavramı altında incelenen *benimseme oranı* ise; bireyin bir yeniliği başkalarına kıyasla benimseme hızını ifade etmektedir (Rogers, 1995: 20). Ortaya çıkan yenilikler, zaman içinde sosyal sistem içinde insanlar tarafından peyderpey kabul edilirler. Bir yeniliğin benimsenmesi ile o yeniliğe has özelliklerin öğrenilmesi birbirinden bağımsız düşünülemez. Doğru bilgi akışının neticesinde yeniliğin olumlu sonuçlanması bireylerin yeniliği benimseme süresini azaltacaktır (Yeloğlu, 2007: 145). Toparlayacak olursak; *yenilikçilik, yenilik kararının verilmesi* ve *benimsenmesi* boyutları, yayılım unsurlarından zaman kavramıyla oldukça ilişkilidir.

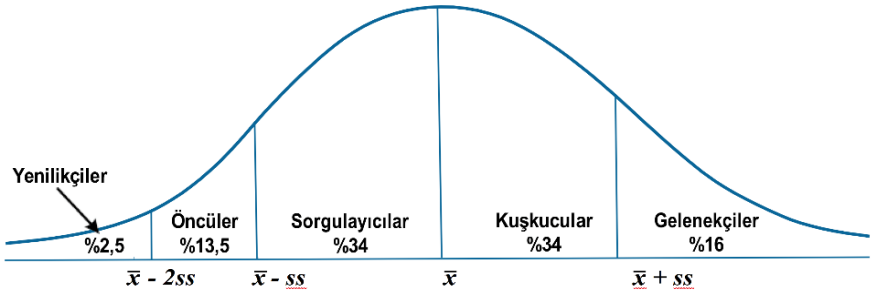
Sosyal Sistem: Yeniliklerin yayılımı teorisinin son öğesi olan sosyal sistem, ortak bir amacı gerçekleştirmek için işbirliği yapan bağlantılı gruplar bütünüdür. Sosyal sistemin üyeleri kimi zaman bireyler kimi zaman resmi olmayan organizasyonlar, kuruluşlar ya da alt sistemler olarak karşımıza çıkar. Her birimin diğerlerinden ayrılan çok sayıda özelliğine rağmen ortak hedeflerine ulaşmak için işbirliğinde ve paylaşımda bulunması, sistemi bir arada tutan görünmez bir bağ oluşturmaktadır. Bu sayede yeniliklerin dağılma süreci ilerlemektedir. Yeniliklerin yayılmasına; sosyal sistemin yapısı, sosyal sitemdeki normlar, yenilik kararının türü, fikir liderlerinin tutumları etki edebilmektedir (Rogers, 1995: 24).

2.3.1.2. Yeniliği Benimseme Kategorileri

Yenilik yayılımının tamamlanması, toplumdaki tüm bireyler tarafından benimsenmesi ile mümkündür. İnsanların olağandan farklı bir durumla karşılaştıklarında nasıl bir tutum sergileyeceği, değişimi gerçekleştirme yanlısı mı yoksa değişimin uygulayıcısı mı olacağı da yenilikçilik düzeylerine bağlı olarak

farklılık gösterir. Bu çerçevede, Hurt v.d. yenilikçiliği "değişime karşı isteklilik" olarak görmüştür (Akt. Agarwal ve Prasad, 1998: 206). Yenilikçilik söz konusu olduğunda kişilerin değişime aktif katılma düzeyinin farklılaşması, yeniliği yalnız iki şekilde (daha çok ya da daha az) benimseme durumu ile açıklanamamaktadır. Bu yüzden, başkalarına göre yeniliği benimseme seviyesi düşük olan bireyin, yenilikçi olmadığını belirtmek yerine kişilerin yenilikleri farklı düzeylerde benimseme eğilimlerini dikkate alarak belirli kategorilere ayırmak daha elverişli olacaktır (Rogers, 1995: 23). Bu yüzden Rogers'ın, yeniliğin kişilerarasında dağılımını temel alan modelinde bireyleri yenilikleri benimseme eğilimlerine göre; yenilikçiler, öncüler, sorgulayıcılar, kuşkucular ve gelenekçiler adları altında sınıflandırması toplumdaki yenilikçiliğin literatür içerisinde kabul gören bir kategorizasyonunu sağlamıştır. Rogers'ın modelinde yenilikçiliği benimseyenlerin dağılımı çan eğrisi biçiminde ve normal dağılıma yakındır. (1995:248).

Şekil 2.1.: Yenilikçilik Düzeyi Açısından Benimseme Kategorileri



Kaynak: Rogers, Everett. M.: **Diffusion of Innovations**, Macmillian Publishing Co., 3rd Ed., 1995.

"Yenilikçiler", yeniliği toplum içinde ilk benimseyenler olarak sosyal sistemin %2,5'ine denk gelmektedir. Atılgan, maceracı, risk almayı seven bir kişilik yapısına sahiptir. Teknolojik gelişmeleri takip ederken edindikleri teknik bilgi ve soğukkanlı yapıları sayesinde belirsizliklerin üstesinden ustalıkla gelebilmektedir. Toplumun diğer üyelerinden farklı ilgi alanları vardır. Bu nedenle toplum tarafından fazla saygı görmeyebilir. Ancak, sistemin dışından ithal ettiği yeni fikirler sayesinde yeniliklerin yayılımında önemli rol oynar.

"Öncüler" ya da "Erken Benimseyenler", %13,5'ini oluşturduğu sosyal sisteme yenilikçilere göre daha yakındır ve bu özelliklerinden dolayı değer gördüğü toplum

tarafından takip edilir. Yenilikleri toplumun büyük kesiminden önce kullandığı için kendinden sonraki benimseyicilerin karar sürecine etki eder yani fikir liderliği yapar (Rogers, 2001: 356).

"Sorgulayıcılar" ya da "Erken Çoğunluk", %34'ünü oluşturduğu sosyal sistemde yenilikleri benimseme hızı açısından ortalama düzeydedir. Bununla birlikte nispeten iyi bir sosyal statüye sahiptir. Çevresiyle sık iletişim kurması benimseme kategorilerinin arasında köprü vazifesi görmesini sağlar. Yeni bir fikri kabul kararı verirken temkinli davranır ve düşünmeye fazla zaman ayırır. Dolayısıyla kolay risk alamaz.

"Kuşkucular" ya da "Geç Çoğunluk", tıpkı sorgulayıcılar gibi sosyal sistemin %34'lük bir dilimini teşkil etmektedir. Yeniliklere karşı şüpheci ve çekingen yaklaşımı nedeniyle ortalamanın altında bir benimseme hızı vardır. Kuşkucular yeni fikirleri ancak faydasına ikna olduğu takdirde benimser. Karar almaya teşvik noktasında çevresinin baskısına ihtiyaç duyar.

"Gelenekçiler" ya da "Geri Kalanlar", sosyal sistemin %16'sını oluşturmaktadır. Yeniliği en son benimseyen gelenekçiler, değişime karşı direnir yeni fikir geliştiren ve yayanlara şüpheyle yaklaşır. Belirsizliğe tahammülleri olmadığı için yeniliği benimsemesi, ancak kullanmasının ve olumlu etkilerini görmesinin sonucunda mümkün hale gelir.

2.3.1.3. Yeniliğin Benimsenme Hızını Etkileyen Faktörler

Yeniliklerin mümkün olduğunca hızlı şekilde kabul edilmesi, yeniliğin yapıldığı ortama bağlı olmaksızın olumlu ve geliştirici sonuçlar doğurmaktadır. Reklamcılık, inşaat, pazarlama, muhasebe, yazılım gibi çok çeşitli alanlarda faaliyet gösteren şirketler için hem kar getiren hem sürdürülebilirliği sağlayan bir faaliyet olması yeniliğin önemini arttırmaktadır. Bu sebeple, yeniliklerin hızla benimsenmesinde etkili olan faktörlerin bilinmesi bireysel ve organizasyonel seviyede başarı şansını arttıracaktır (Uzkurt, 2017: 99). Bununla birlikte, yeniliği benimseme kararının kişisel seviyede daha çabuk alınması (Steele ve Murray, 2004: 318), bireysel yenilikçiliği ön plana çıkarmaktadır. Benimseme durumu, kişilerin yeniliği nasıl algıladıklarına bağlı olarak hızlı ya da yavaş gerçekleşebilir. Yeniliğin kişiler

tarafından algılanan özellikleri sırayla; nispi yarar, uygunluk, karmaşıklık, denenebilirlik ve gözlemlenebilirlik faktörleri altında toplanmıştır (Rogers, 1995: 211).

Nispi Yarar: Bir yeniliğin yerini alacağı ya da rekabet edeceği diğer bir yenilikten daha üstün algılanma derecesidir (Hirschman, 1980: 288). Gerek sağladığı prestij gerek maliyet avantajı gibi unsurlar, yeniliğin üstünlüğünü ortaya koyan özellikleridir. Şöyle ki; yayılma sürecinde yeni bir ürünün fiyatında gerçekleşecek büyük bir düşüş, benimsenme oranını bariz şekilde artıracaktır. (Rogers, 1995: 213-214) Benzer şekilde o ürünü almanın kazandıracağı prestij de benimseme oranını hızlandıracaktır. Dolayısıyla yayılım teorisine göre, kişinin ne kadar çok yarar algılarsa yeniliği benimseme oranının o kadar çok hızlanacağı söylenebilir.

Uygunluk: Bir yeniliğin mevcut değerle örtüşme, geçmiş tecrübelerle ilgili olma ve potansiyel kullanıcıların ihtiyaçlarına cevap verebilme derecesidir (Rogers, 1995: 223). Yenilik bir ürünse ve toplumun sosyo-kültürel değerlerine, geçmişten taşıdığı fikirlerine, benimseyicilerin ihtiyaçlarına uygun değilse, benimsenmesi için daha fazla zamana ve maliyete ihtiyaç duyacaktır (Mohr vd. , 2009: 237). Ancak, uygunluk derecesindeki yüksekse benimseme oranını olumlu yönde etkilenecektir.

Karmaşıklık: Bir yenilikle karşılaşıldığında anlaşılma ve kullanılmasının göreceli olarak zorluk derecesidir. Karmaşıklık, yeniliklerin benimsenmesinin önünde bir engel teşkil etmektedir. Örneğin, televizyonun ilk çıktığı yıllarda sosyo-ekonomik sınıflara göre benimsenme oranı değişiklik göstermiştir. (Rogers, 1995: 230). Çok karmaşık ürünlerin, basit ürünlere göre benimsenmesinin zorluğu, pazarlamacıları ürünlerini daha iyi anlatmak için stratejiler geliştirmeye sevk etmektedir (Mohr, 2009:237).

Denenebilirlik: Belli bir yeniliğin kişiler tarafından tecrübe edilme derecesidir ve benimsenme oranını artırmaktadır. Deneme imkanı verilen yenilikler, kişilerin daha olumlu tutumlar sergilemelerini dolayısıyla daha kolay benimsemelerini sağlayacaktır. (Rogers, 1995: 231). Karmaşık ve uygun olmayan yeniliklerin denenebilirliğinin olması benimsenmesi lehine etki yapacaktır (Mohr vd. , 2009: 239).

Gözlenebilirlik: Başkalarının, bir yeniliğin yol açtıklarını gözleme derecesidir. Gözlenebilirliği yüksek yeniliklerin kabulü, gözlenebilirliği düşük yeniliklerin kabulüne kıyasla daha hızlı gerçekleşmektedir (Rogers, 1995: 232).

2.3.1.4. Karar Verme Süreci ve Aşamaları

Yenilik karar süreci bireyin yenilik bilgisine ilk kez ulaştığı, yeniliğe yönelik tavırlarının şekillendiği, yeniliğin benimsendiği ya da reddedildiği, yeniliğin kullanılmaya başlandığı ve kararla ilgili başkalarından destek alındığı bir süreci ifade etmektedir (Rogers, 1995: 21-22).

Bu süreci adım adım izleyecek olursak öncelikle bilgi aşamasını ele almamız gerekir. Birey, yeniliğin farkına vardığı bu ilk aşamada kendi çabasıyla ya da maruz kaldığı çevre aracılığıyla yeniliğin ne işe yaradığı, nasıl ve neden ortaya çıktığı gibi soruların cevabına ulaşır. Böylece, bireysel gelişimine katkı sağlayacak yenilikleri ayırt etmeye başlar. Yenilik bilgisinin birey tarafından öğrenilmesiyle söz konusu yenilik kendisi için artık bir ihtiyaç halini alır. Ayrıca bilgi unsuru, birey ya da firma açısından işle ilgili ileriye yönelik iyileştirmeleri hızlandıracak diğer yenilikleri öğrenme isteğini doğuracaktır. Herhangi bir yeniliğin kullanımından sonra elde edilen fayda, bir diğer yeniliğin kabulünde olumlu anlamda pay sahibi olabilecektir. Örneğin, finans şirketlerinde kredi başvurularının yarıdan fazlasının internet üzerinden yapılması, bireysel ya da kurumsal müşterilerin finansal işlemlerinin çoğunu internet üzerinden tamamlamasına kapı aralayacaktır.

Yenilik benimseme sürecinde elde edilen bilgiler güdüleyici bir etki yapar ancak kişinin tüm bilgilere sahip olması yeniliği kesinlikle benimseyeceği anlamına gelmemektedir. Yenilik hakkında edinilen bilginin yeterli düzeye ulaşmasından sonra ikna aşamasına geçilir. Öğrenilen bilgiler bireyde olumlu olumsuz bir tutum halini alır. Bilgi aşamasına bilişsellik, ikna aşamasına duyuşsallık atfedilmektedir. Çünkü, bireyin öğrendiği bilgiler anlama, kavrama ve yorumlama gibi zihinsel süreçleri hedef alırken, yakınlarından ve başkalarından gördüğü teşvik doğrudan duygularını hedef almaktadır. Yeniliğin kullanımıyla ilgili bir belirsizlik de tıpkı sosyal çevre gibi bireyin yeniliğe yönelik tutumunu şekillendirir ve ikna olma durumunu etkiler. Karar aşamasında birey ya yenilik kullanımını benimseme ya da yeniliği reddetme kararı

verir. Reddetme kararı aktif ve pasif şekilde gerçekleşebilir. Aktif reddetme, karşılaşılan yeniliğin birey tarafından benimseneceğine dair bir fikir geliştirmesi ancak sonrasında benimsenmemesidir (Kılıçer, 2011: 20). Pasif reddetme ise, yeniliğin daha ilk baştan kabul edilmemesi durumudur (Rogers, 1995: 173). Bu iki tür reddediş bir çeşit karar verme alışkanlığı olarak görülebilir.

2.3.2. Yenilikçilik ve Bireysel Yenilikçilikle İlgili Yapılmış Çalışmalar

Yenilikçilikle ilgili çalışmalar incelendiğinde, genellikle yenilikçilik konusunun yeni bir teknoloji, ürün ya da uygulama kapsamında işlendiği görülmektedir. Duygusal zekâ ile olan ilişkisine bakıldığında ise; bu konuda bazı yerli ve yabancı çalışmalar kaşımıza çıkmaktadır. Aşağıda ilgili çalışmaların bazıları özetlenmektedir.

Çıtak (2017), duygusal zekâ ile yenilikçi iş anlayışı arasındaki ilişkiyi ortaya çıkarmak amacıyla 594 öğretmene, bu iki değişken arasındaki ilişkiyi gösteren bir anket uygulanmıştır. Yenilikçi iş anlayışı, bireysel yenilikçiliğin boyutlarıyla da benzeşen, Janssen (2000)'in geliştirdiği "Yenilikçi İş Davranışları Ölçeği" ile; duygusal zekâ ise Sutarso (2008)'nun geliştirdiği "Duygusal Zekâ Ölçeği" ile belirlenmeye çalışılmıştır. Buna göre; duygusal zekâya yeteneklerinin yenilikçi iş davranışlarıyla arasında anlamlı ve güçlü bir ilişki tespit edilmiştir ve duygusal zekâ puanı yüksek olanların yenilikçi iş davranışına yönelik tutumlarının olumlu olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Gürsoy (2014), doktora tezinde modern dünyanın başarısızlığa tahammülünün azalmasıyla beraber öne çıkan bir kavram olan yenilik yönetiminde, yöneticilerin duygusal zekâ yeteneklerinin rolünü incelemiştir. Çalışmanın amacı, yöneticilerin duygusal zekâ yeteneklerinin, yenilik yönetim süreci üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Bunun için; Ankara Ticaret Odası'na bağlı mobilya üreticisi toplam 1989 firmada görevli 360 yöneticiye Bar-On EQ ve Yenilik Yönetim Süreci Ölçeğinin anketi uygulanmıştır. Verilere korelasyon analizi yapılarak duygusal zeka yeteneği ile yenilik yönetimi ve bunlara ait alt faktörler arasındaki ilişkinin kuvveti tespit edildikten sonra, bu ilişkinin yönünü öğrenmek için hiyerarşik regresyon analizine

başvurulmuştur. Hiyerarşik regresyon analizi yapılırken yenilik yönetim sürecinin dört alt boyutu (fırsat tespiti, yeniliği yapılandırma, yeniliği netleştirme ve yeniliği rutinleştirme) bağımlı değişken ve duygusal zekânın beş alt boyutu (kişisel beceriler, kişilerarası beceriler, uyumluluk, stresle başa çıkma ve genel ruh durumu) ile duygusal zekânın tamamı, bağımsız değişken olarak ele alınmıştır. Araştırma sonuçlarına göre; yöneticilerin duygusal zekâ yeteneğiyle yenilik yönetim sürecinin her bir aşaması arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Yani, bir bütün olarak duygusal zekâ, yenilik yönetimini olumlu yönde etkilemektedir. Ancak boyutlar itibariyle bakıldığında; duygusal zekâ yeteneklerinden 'genel ruh durumu'nun, yenilik yönetiminde diğerler boyutlara kıyasla önemli ölçüde bir etkisi bulunmamaktadır.

Yeniliklerin hızla benimsenmesi ve uygulamaya konması; şirketleri rekabet ortamında ayakta tutan yenilikçilik fikrinin şirketler tarafından kabul edilmesiyle yani, yenilikçi bir kültüre sahip olmalarıyla mümkündür. Çalışanlarının bireysel yenilikçilikleri bu sayede daha kolay destek bulur ve çalışma performansları yükselir. Altındağ ve Kösedağı (2015), yöneticilerin duygusal zekâlarının, yenilikçi kurum kültürü ve çalışan performansı arasındaki ilişkisini bu düşünceye dayanarak incelemiştir. 41 ifadelik bir anketin 305 kişiye uygulanmasıyla toplanan verilere; faktör, korelasyon ve regresyon analizleri yapılmıştır. Değerlendirilen sonuçlar; duygusal zekâ, yenilikçi kurum kültürü ve çalışan performansı arasında anlamlı bir ilişki ortaya koymuştur. Çalışanların performansını yükseltmek için işletmelerin yenilikçi kurum kültürü oluşturması ve duygusal zekâsı yüksek yöneticilerle çalışması gerekmektedir.

Ngah ve Salleh (2015), girişimcilik başarısında duygusal zekânın girişimcilerin yenilikçiliği üzerindeki rolü araştırılmıştır. Duygusal zekâ ölçeği olarak Wong and Law'un; yenilikçilik için Rhee, Park ve Lee ile Calatone ve Cavusgil'in; girişimcilik başarısı içinse Cooper ve Artz ile Hmieleski ve Corbett'in geliştirdiği ölçeklerden faydalanılmıştır. 51 genç girişimci ile yürütülen pilot çalışmanın sonucunda, pozitif duygusal zekânın girişimcilik başarısına yol açan yenilikçiliği artırdığı görülmektedir. Ayrıca; duygusal zekâ boyutlarından "başkalarının duygularını düzenleme" boyutunun yenilikçilik ve girişimcilik başarısıyla daha yakından ilgili olduğu tespit edilmiştir.

Goyal ve Akhilesh (2008) araştırmalarında, iş takımlarının sosyal sermayesi, duygusal zekâsı, bilişsel zekâsı ve yenilikçiliği arasındaki etkileşimi incelenmek istenmiştir. Günümüzün işletme organizasyonları için önde gelen konularını belirlemek amacı taşıyan çalışmada yenilikçilik ve takım çalışmasının diğerlerine kıyasla daha önemli olduğu sonucuna ulaşılmıştır. Makale, konuyla ilgili literatürün ve farklı düşüncelerin incelenmesi yoluyla ortaya çıkartılmıştır.

Bireysel yenilikçilik kavramı işletme, eğitim, sağlık, ilahiyat gibi çok çeşitli alanlarda tartışılmıştır. Örneğin; Kavas (2017), zorlu rekabet koşullarında faaliyet gösteren şirketlerde yenilikçi kişilik özelliğine sahip personelin yenilikçi davranış sergileyip sergilemediği araştırmış, yenilikçi davranışa etki eden unsurları ortaya koymaya çalışmıştır. Bu amaçla, 30 ayrı kurumdan 205 kişiye uygulanan anket sonuçlarına göre yenilikçi kişilik özelliğine sahip olduğu tespit edilen kişiler arasından rastlantısal biçimde seçilen 40 kişi ile mülakat gerçekleştirilmiştir. Mülakat sonuçları ile Çapraz v.d. (2014) tarafından geliştirilen yenilikçi davranış özelliği kodlarından faydalanılarak benzerlik analizi yapılmıştır. Araştırmada; bireysel yenilikçi kişilik özelliği yenilikçi davranışlarla ilişkili bulunmuştur. Bu davranışlardan en önemlileri inovasyonu tanıma, destekleme ve yenilikçi iklim oluşturma şeklinde sıranmaktadır.

Pelenk (2017), teknoloji çalışanlarında bireysel yenilikçi davranışların bireysel iş performansı üzerindeki etkisini incelemiştir. Araştırma örneklemi, İstanbul'daki büyük bir teknoloji şirketinde çalışan 101 kişiden oluşmaktadır. Buna göre sonuçlar değerlendirildiğinde bireysel yenilikçiliğin "fikir önderliği ve risk alma" boyutlarının iş performansı üzerinde pozitif ve anlamlı bir etkisi saptanmış, "değişime direnç" boyutunun ise iş performansı üzerindeki etkisinin negatif olduğu görülmüştür.

Işık v.d. (2016), duygusal emek ile bireysel yenilikçilik ilişkisini hizmet sektörünün önemli bir kısmını oluşturan turizm konaklama işletmeleri özelinde tespit edilmeye çalışılmıştır. Bu amaçla; "Konaklama İşletmelerinde Duygusal Emek Ölçeği" ve "Bireysel Yenilikçilik Ölçeği" kullanılarak Palandöken Kış Turizm Merkezi konaklama işletmelerinde çalışanlardan toplanan verilerin analiz edilmesiyle duygusal emek ile bireysel yenilikçiliğin alt unsurları arasında negatif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Söz konusu negatif yönlü ilişki, konaklama işletmelerindeki personelin

çalışma koşulları sebebiyle duygusal olarak yıpranmasının yenilikçilik performanslarını etkilemesi olarak görülmüştür.

Başaran ve Keleş (2015), tabakalı örneklem tekniği ile ulaştığı 370 il, ilçe, köy ve belde öğretmenine Kılıçer ve Odabaşı tarafından Türkçe'ye çevrilen "Bireysel Yenilikçilik Ölçeği"ni uygulayarak öğretmenlerin yenilik düzeylerini incelemeyi amaçlamıştır. Elde edilen verilerin analizi sonucu, öğretmenlerin ortalama bir yenilikçilik düzeyinin olduğu görülmüştür. Bu durumda, öğretmenlerin yeni öğretim yöntem ve tekniklerden yararlandıklarını yahut yeni yöntem ve teknikleri uygulamaları halinde başarılı olacakları çıkarsanabilir. Ayrıca; cinsiyet, kıdem yılı, çalışılan kurum ve yerleşim yeri faktörleri karşılaştırıldığında, yalnızca öğretmenlerin çalıştığı yerleşim yeri açısından yenilikçilik farlılaşmaktadır.

Adıgüzel v.d. (2014), öğretmen adaylarının bireysel yenilikçiliğinin öğrenmeye ilişkin tutumlarıyla olan ilişkisini merak etmiştir. Araştırmanın ana kütlesi Harran Üniversitesi Pedagojik Formasyon Eğitimi Sertifika Programında kayıtlı öğrenci, yani öğretmen adayı oluşturmaktadır. 185 gönüllü öğretmenden "Bireysel Yenilikçilik Ölçeği" ve "Öğrenmeye İlişkin Tutum Ölçeği" kullanılarak toplanan veriler incelenmiştir. Sonuçta, öğretmen adayları üçüncü düzey yenilikçiliği temsil eden "sorgulayıcı" kategorisinde çıkmış ve bireysel yenilikçilik düzeyleri ile öğrenmeye ilişkin tutumları arasında pozitif yönde orta seviyede bir ilişki tespit edilmiştir.

ÜÇÜNCÜ BÖLÜM

DUYGUSAL ZEKÂNIN BİREYSEL YENİLİKÇİLİĞE ETKİSİ ÜZERİNE BİR ARAŞTIRMA

Bu bölümde; araştırmanın konusu, önemi, amacı, kapsamı, varsayımları ve sınırları incelenecek; araştırmanın metodolojisi içerisinde, araştırmanın modeline, veri toplama yöntemine, hipotezlerine, veri analizi ve araştırmada kullanılan istatistiki teknikler ile araştırmanın bulguları ve yorumlarına yer verilecektir.

3.1. ARAŞTIRMANIN KONUSU, ÖNEMİ VE AMACI

Araştırmanın konusu, İstanbul'da teknokentlere bağlı olarak faaliyet gösteren firmalarda çalışanların duygusal zeka ve bireysel yenilikçilik düzeylerini tespit etmek, duygusal zekâ ve boyutları ile bireysel yenilikçilik ve boyutları arasındaki ilişkileri incelemek ve duygusal zekânın bireysel yenilikçilik üzerindeki etkisini ortaya koymaktır. Çalışma kapsamında ayrıca, duygusal zekâ ve bireysel yenilikçilik değişkenlerinde demografik özellikler bakımından bir fark olup olmadığı değerlendirilecektir.

Duygusal zekâ, bireylerin gerek iş dünyasında gerek özel hayatta bir iç denge kurmaları ve çevreleriyle olan ilişkilerini düzenlemeleri açısından merkezi bir role sahiptir. Özellikle entelektüel birikimin ya da teknik yeteneklerin sağlayamadığı kadar fazla tatmin gerçekleştiren, hayattaki başarıyı doğrudan etkileyen öğrenilmiş beceriler olması sebebiyle duygusal zekâ, günümüzde yoğun biçimde ilgi görmektedir. Bu nedenle, duygusal zekânın öğrenilmesi, olumsuz durumlara karşı başa çıkma yollarının ve doğru iletişim biçimlerinin geliştirilmesi önemlidir. Çalışanların yüksek duygusal zekâya sahip olmaları uzun vadede üretimin kalitesinde ve işletmelerin büyümesinde olumlu katkı sağlayacaktır. Firmalarda her düzeydeki personellerin duygusal zekâsının yükseltilmesi ya da yeni işe alımlarda önemli bir unsur olarak değerlendirilmesi; firma yönetimini çalışan performansındaki ve maddi yapıdaki iyileşme açısından, çalışanları kariyer yollarında kayda değer bir başarı göstermeleri açısından, müşterileri ise kaliteli ürün ve hizmete ulaşabilme açısından memnun edecektir. Diğer taraftan, çağımızda bilginin sürekli değişerek gelişen özelliği,

bireylerin kendilerini de geliştirmesini, eğitmesini ve yeniliklere açık bir tutum sergilemesini yani, yenilik üreten bir konumda bulunmasını gerekli hale getirmektedir. Bu ihtiyaç doğrultusunda bireylerin iş yaşantısında ne düzeyde yenilikçi davranış sergilediği ortaya konulmalıdır.

Literatüre bakıldığında duygusal zekâ; liderlik, tükenmişlik, örgütsel bağlılık gibi farklı işletmecilik kavramlarıyla bir arada değerlendirilmekte, bireysel yenilikçilik üzerine de etkisi ve ilişkisinin ele alındığı görülmektedir. Söz konusu iki değişkenin aralarında pozitif bir ilişki tespit edilmiştir. Ancak, duygusal zekânın çalışmamızda kullanılan alt boyutları itibariyle bireysel yenilikçiliğe etkisinin araştırılmadığı görülmektedir. Bunun yanında; teknokent çalışanlarının duygusal zekâsının, yenilikçilik düzeyleri üzerindeki etkisinin yüksek olması beklenirken, böyle bir araştırmaya teknokentler özelinde rastlanmamıştır. Bu yüzden araştırma; teknokentlerde faaliyet gösteren kuruluş amacı itibariyle yeni ürün veya hizmet üreten firmalardaki çalışanlar kapsamında, duygusal zekâ gibi bir temel yetenekler kümesinin, kişisel olarak yenilikçilik düzeylerine yaptığı katkıyı anlamayı sağlayacaktır.

Araştırmanın temel amacı; duygusal zekânın bireysel yenilikçilik ile ilişkisini ve bireysel yenilikçilik üzerine etkisini ortaya çıkarmaktır. Araştırma sonucunda beklenen ilişki tespit edildikten sonra duygusal zekânın hangi alt boyutlarının bireysel yenilikçiliğe yönelik hangi alt boyutlar ile ilişkili olduğu ortaya konulacaktır. Duygusal zekânın bireylerin yenilikçilik düzeylerine olan etkisinin bulunması durumunda ise, özellikle yenilik üreten firmaların işe alım kararlarında duygusal zekânın ön plana çıkarılmasının gerekliliğine vurgu yapılacaktır. Gerek duygusal zekâ gerekse de bireysel yenilikçilik açısından demografik faktörlere göre farklılık olup olmadığının incelenmesi de araştırmanın alt amaçları arasında belirtilebilir.

3.2. ARAŞTIRMANIN KAPSAMI

Ülkemizde, yenilikçiliğe dayalı ekonomik kalkınma gerçekleştirmek için araştırma geliştirme (Ar-Ge) faaliyetleri oldukça destek görmektedir. Yenilikçilik doğası gereği teknolojik gelişmelere zemin hazırlar. Teknolojik gelişmelerse yeni bilginin ortaya çıkmasını ve hem toplumsal hem bireysel kazanımların elde edilmesini

sağlar. Bilgi üretimi yapan Ar-Ge birimleri Teknoloji Geliştirme Bölgeleri'nde yoğunlaşmaktadır. Teknokentlerin de içinde olduğu bu bölgeler sayesinde Ar-Ge ve yenilikler üzerine yoğun şekilde çalışılabilmektedir. Dolayısıyla yenilikçilik konusunu inceleyen bu çalışma kapsamına teknokentlerin alınması uygun bulunmuştur.

Tez çalışmasının anakütlesi olarak; İstanbul ilinde yer alan Boğaziçi Teknopark, İTÜ ARI Teknokent, Yıldız Teknopark, Teknopark İstanbul ve İstanbul Teknokent çatısı altında faaliyet gösteren firmalardaki çalışanlar belirlenmiştir. İstanbul ili haricindeki teknokentler ise araştırmanın kapsamı dışında bırakılmıştır. Buna göre; il genelinde belirtilen bir özel ve dört devlet üniversitesinin işbirlikçisi konumundaki teknokentlerinde faaliyet gösteren firmaların, her kademeden çalışanları araştırma kapsamındaki kişiler olarak ifade edilebilir. Ayrıca; Boğaziçi Üniversitesi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul Ticaret Üniversitesi ve İstanbul Üniversitesi teknokentlerinde firmaların yanında, girişimcilerin şirketleşme ve desteklenmesinde görevli "kuluçka merkezleri" ve üretilen teknolojinin çıkış noktasından nihai hale gelene kadarki süreci yöneten "teknoloji transfer ofisleri" de yenilikçilik faaliyetine sağladığı katkılardan dolayı araştırmanın anakütlesine dâhil edilmiştir.

Araştırma kapsamında ilk olarak İstanbul ilinde kuruluşunu tamamlamış ve aktif olarak çok sayıda firmaya ev sahipliği yapan teknokentlerin listesi çıkarılmıştır. Teknokenti olduğu tespit edilen beş üniversitenin teknokent yönetimleriyle irtibata geçilmeye çalışılmış, tezde kullanılmak üzere veri toplanması konusunda İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü'nden alınan izin yazısı ve araştırma anketi, firmaların üst yönetimlerine e-posta aracılığıyla gönderilmiştir. Araştırmaya katılımı artırmak için firmaların tercihlerine göre, elektronik ortamda olduğu gibi basılı şekilde de ilgili kişilere ulaştırılan anket formlarında, kimlik ve kurum bilgisi istenmemiş ve toplanan verilerin yalnızca akademik amaçla kullanılacağı belirtilmiştir. Zaman kısıtı göz önüne alınarak kolayda örnekleme yöntemi seçilmiştir. Bilişimden enerjiye, biyo-teknolojiden çevre teknolojilerine çok çeşitli sektörlerde faaliyet gösteren yenilikçi firmalarda görev alan 164 kişinin anket formunu doldurması sağlanmıştır. Bu 164 kişinin 98'ine internet ortamından, kalan 66'sına ise firmaların insan kaynakları departmanları aracılığıyla anketler ulaştırılmıştır. Sonuç itibariyle araştırma 164 kişi

kapsamında gerçekleştirilmiştir. Örneklem büyüklüğünün faktör analizi, madde analizi gibi işlemler dikkate alınarak madde sayısının en az iki kat, tercihen de 10 kat olması önerilmektedir (Kline, 1994). Anket formunda kullanılan toplam 50 ifade olduğundan ve araştırma için bunun en az iki katı olan 100 katılımcı gerektiğinden araştırma kapsamında ulaşılan 164 kişinin yeterli olduğu söylenebilir.

3.3. ARAŞTIRMA VARSAYIMLARI VE SINIRLARI

Araştırma kapsamı, üniversitelere bağlı teknokentlerdeki çalışanlar ile sınırlandırılmıştır. Araştırma geliştirme alanında diğer bir yapılanma biçimi olarak faaliyet gösteren "Özel Sektör Ar-Ge Merkezleri" araştırmanın teknokentler üzerine yapılmak istenmesi, yani odağın bozulmaması amacıyla kapsam dışı bırakılmıştır. Bir diğer sınırlandırma ise; çeşitli illerde dağınık şekilde konumlanan teknokentlerde İstanbul'a kıyasla daha az sayıda firma yer aldığından, araştırmanın il bazında yapılmasıdır. Zaman kısıtı nedeniyle kısa sürede ve İstanbul dışındaki teknokentlerden yeterli sayıda firmaya ulaşılamayacağı düşünülmüştür. Bu sebeple veriler sadece Türkiye'nin Ar-Ge, yenilikçilik ve teknoloji açısından en gelişmiş ilinin İstanbul olduğu varsayımı altında seçilen İstanbul ilindeki teknokentlerde yer alan firmalardan elde edilmiştir. Anketlerde yer alan ifadelerin katılımcılar tarafından samimi ve dürüst şekilde değerlendirildiği varsayılmıştır. Ayrıca yukarıda ve kapsam kısmında belirtilen hususlar çerçevesinde ve kullanılan örneklem yöntemi nedeniyle, araştırma ile elde edilen bulguların tüm Türkiye ve anakütleden ziyade, örneklem/katılımcıların tutumlarını yansıttığının kabul edilmesi uygun olacaktır.

3.4. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

Araştırmanın metodolojisi başlığı altında araştırmanın modeline, veri toplama yöntemine, hipotezlerine, veri analizi ve araştırmada kullanılan istatistiki tekniklere, araştırmanın bulgularına ve yorumlara yer verilecektir.

3.4.1. Araştırmanın Modeli

Tez için oluşturulan araştırma modelinin değişkenleri şunlardır:

<u>Bağımsız değişken;</u>

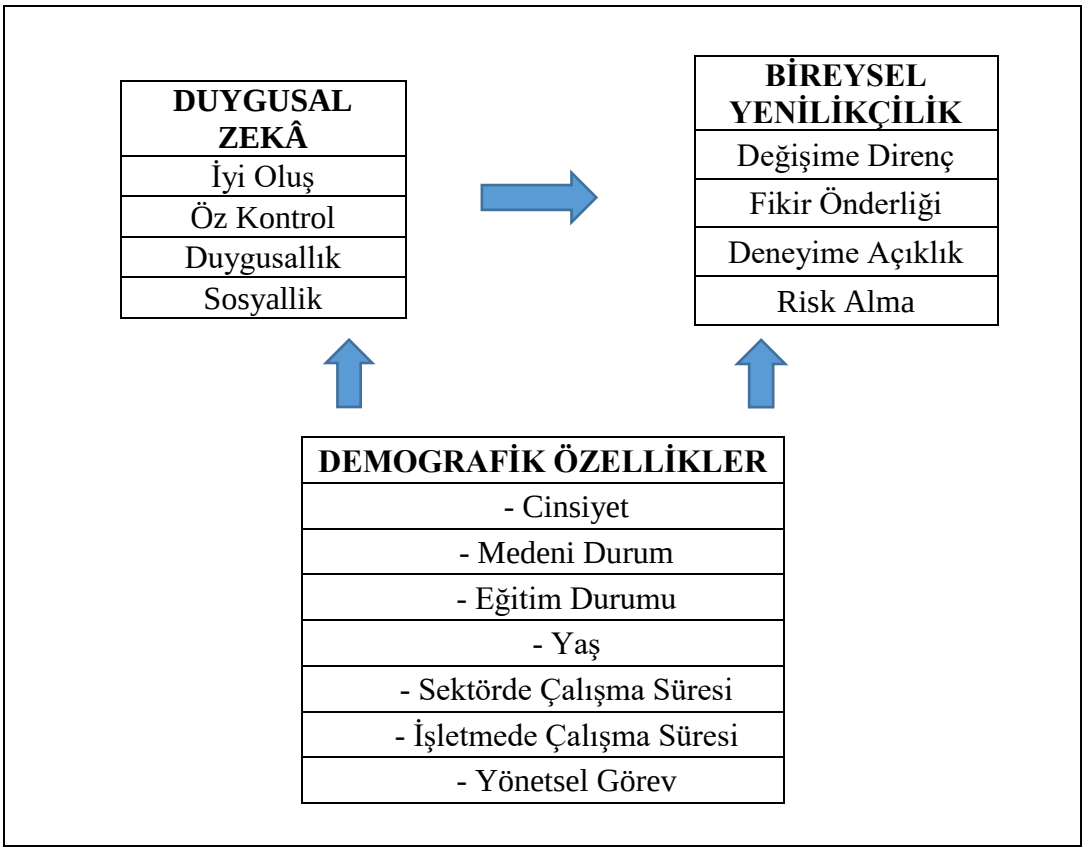
- Duygusal Zekâ ve alt boyutları (iyi oluş, öz kontrol, duygusallık, sosyallik)

Bağımlı değişken:

- Bireysel Yenilikçilik ve alt boyutları (değişime direnç, fikir önderliği, deneyime açıklık, risk alma)

Araştırmada, teknokentlerde yer alan firmalardaki farklı kademelerde çalışanların duygusal zekâsının bireysel yenilikçilik ile ilişkisinin ve bireysel yenilikçilik üzerine etkisinin öğrenilmesi amaçlanmıştır. Bazı demografik faktörlere göre (cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu, yaş, sektörde çalışma süresi, işletmede çalışma süresi, yönetsel görev durumu) bu iki değişkende farklılıkların olup olmadığının tespit edilmesi araştırmanın alt amacını teşkil etmektedir. Araştırma, nicel araştırmalardan tanımlayıcı araştırma türündedir. Tanımlayıcı araştırma, iki ya da daha çok değişken arasındaki ilişkiyi bu değişkenlere müdahale etmeksizin ve neden – sonuç ilişkisi aranmadan inceleyen araştırmalardır. Araştırmanın türü, değişkenler arasındaki ilişkilerin tanımlanmasından dolayı "betimsel" olarak da görülebilir (Büyüköztürk v.d.,2016:185).

Şekil 3.1. : Araştırmanın Modeli



3.4.2. Veri Toplama Yöntemi ve Aracı

Tanımlayıcı istatistiki yöntemin araştırmada veri toplama aracı olarak anket yöntemi kullanılmıştır. Anket yöntemi; kişisel özellik, ilgi, tutum, davranış ve inanç gibi özellikleri betimlemek amacıyla az ya da çok sayıda sorudan oluşturulan araştırma materyalidir (Büyüköztürk v.d.,2016:124). Anket yönteminin tercih edilme sebebi, kısıtlı zamanda daha fazla kişiye ulaşılabilmesi ve üzerinde istatistiki değerlendirmeler yapılabilmesidir. Yöntemin bir diğer seçilme sebebi, literatürde tezin konusunun yaygın olarak anket yoluyla ölçülmüş olmasıdır.

Anket formu üç bölümden oluşmaktadır. Birinci bölümünde, Petrides ve Furnham (2001) tarafından geliştirilen, Ulutaş (2017) tarafından Türkçeye uyarlanan ve Deniz, Özer ve Işık (2013) tarafından geçerlilik güvenilirlik analizleri yapılan "Duygusal Zekâ Özelliği Ölçeği-Kısa formu (DZÖÖ-KF)" kullanılmıştır. Analizlerde ölçeğin tamamı için iç tutarlılık güvenirlik katsayısı 0,81; test-tekrar test güvenirlik katsayısı da 0,86 olarak bulunmuştur. Bu sonuçlara bakarak DZÖÖ-KF'nin Türkçe uyarlamasının geçerli ve güvenilir bir ölçme aracı olduğu sonucu çıkarılmaktadır. Bu ölçek duygusal zekâ ile ilgili algıyı 30 ifade ve iyi oluş, öz kontrol, duygusallık ve sosyallik olmak üzere dört boyut ile ölçmektedir. "İyi Oluş" alt faktörü 6 ifadeden (5, 20, 9, 24, 12, 27); "Öz Kontrol" alt faktörü 6 ifadeden (4, 19, 7, 22, 15, 30); "Duygusallık" alt faktörü 8 ifadeden (1, 16, 2, 17, 8, 23, 13, 28) ve "Sosyallik" alt faktörü toplam 6 ifadeden (6, 21, 10, 25, 11, 26) oluşmaktadır.

İkinci bölümde, çalışanların bireysel yenilikçiliklerini belirlemeye yönelik Hurt, Joseph ve Cook (1977)'un geliştirerek Kılıçer ve Odabaşı (2010)'nın Türkçe'ye uyarladığı ve aynı zamanda geçerlilik güvenilirlik çalışmasını yaptığı "Bireysel Yenilikçilik Ölçeği" (BYÖ) yer almaktadır. Toplamda 20 ifadeli olarak geliştirilen ölçeğin "Değişime Direnç" boyutu sekiz maddeden (4, 6, 7, 10, 13, 15, 17, 20), "Fikir Önderliği" boyutu beş maddeden (1, 8, 9, 11, 12), "Deneyime Açıklık" boyutu beş maddeden (2, 3, 5, 14, 18) ve "Risk Alma" boyutu iki maddeden (16 ve 19) oluşmaktadır. Ankette "1: Hiç Katılmıyorum; 2: Katılmıyorum; 3: Kararsızım; 4: Katılıyorum; 5: Tamamen Katılıyorum" seçeneklerinden oluşan beşli likert ölçeği kullanılmıştır.

Anket formunun üçüncü bölümünde ise katılımcıların demografik özelliklerine yönelik sorular bulunmaktadır. Buna göre; yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu, sektörde çalışma süresi, işletmede çalışma süresi ve herhangi bir yönetsel görevinin olup olmadığı cevaplanması istenen bilgilerdir. Anket formunun cevaplanma oranını düşürmemesi için bazı sorulara (çalışılan kurum, v.b.) bilhassa yer verilmemiştir.

Anket formu hazırlandıktan sonra, İstanbul'da toplam 22 üniversite öğrencisi üzerinde pilot bir uygulama gerçekleştirilmiştir. Böylelikle asıl uygulamanın provası niteliğinde bir sınama yapılmış, soruların açık ve anlaşılır olduğu yönünde görüş alınmıştır. Asıl araştırma için anketler, teknokent firmalarının üst yönetiminden izin alınarak firma çalışanlarına araştırmacı tarafından hem basılı formun iletilmesi yoluyla, hem de internet üzerinden e-posta yoluyla 5 Ocak - 5 Nisan 2018 tarihleri arasında uygulanmıştır. Katılımcılardan seçeneklerin arasından kendilerine en uygun olanı işaretlemeleri istenmiştir.

3.4.3. Araştırmanın Hipotezleri

Araştırmanın amaçları, hipotezlerin geliştirilme sürecinin dayanağını oluşturur. Temel amaca göre araştırmanın öncelikli hipotezleri, katılımcıların duygusal zekâ ile bireysel yenilikçilik seviyeleri arasındaki ilişki, duygusal zekânın bireysel yenilikçiliğe etkisi ve bu iki değişkenin bazı demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediğidir. Buna doğrultuda, test edilecek temel hipotezler aşağıdaki gibidir.

H_1: Teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâlarıyla bireysel yenilikçilikleri arasında ilişki vardır.

H_2: Teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâlarının alt boyutları ile bireysel yenilikçilikleri arasında ilişki vardır.

H_{2a}: Teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâlarının iyi oluş boyutu ile bireysel yenilikçilikleri arasında ilişki vardır.

H_{2b}: Teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâlarının öz kontrol boyutu ile bireysel yenilikçilikleri arasında ilişki vardır.

H_{2c}: Teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâlarının duygusallık boyutu ile bireysel yenilikçilikleri arasında ilişki vardır.

H_{2d}: Teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâlarının sosyallik boyutu ile bireysel yenilikçilikleri arasında ilişki vardır.

H_3: Teknoloji şirketlerinde çalışanların bireysel yenilikçiliklerinin alt boyutları ile duygusal zekâları arasında ilişki vardır.

H_{3a}: Teknoloji şirketlerinde çalışanların bireysel yenilikçiliklerinin değişime direnç boyutu ile duygusal zekâları arasında ilişki vardır.

H_{3b}: Teknoloji şirketlerinde çalışanların bireysel yenilikçiliklerinin fikir önderliği boyutu ile duygusal zekâları arasında ilişki vardır.

H_{3c}: Teknoloji şirketlerinde çalışanların bireysel yenilikçiliklerinin deneyime açıklık boyutu ile duygusal zekâ düzeyleri arasında ilişki vardır.

H_{3d}: Teknoloji şirketlerinde çalışanların bireysel yenilikçiliklerinin risk alma boyutu ile duygusal zekâları arasında ilişki vardır.

H_4: Teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâlarının bireysel yenilikçilikleri üzerine etkisi vardır.

Bunlarla birlikte teknoloji şirketlerinde duygusal zekânın ve bireysel yenilikçiliğin boyutlar itibariyle bazı demografik özelliklere göre farklılık gösterip göstermediği, hipotezler geliştirilerek test edilmiştir. Buna göre; iyi oluş, öz kontrol, duygusallık ve sosyallik ile değişime direnç, fikir önderliği, deneyime açıklık, risk alma alt faktörlerinin yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu, sektörde çalışma süresi, mevcut işletmede çalışma süresi ve yönetsel görev duruma göre farklılaşıp farklılaşmadığı aşağıdaki ilgili hipotezler ile sınanmaktadır.

H_5: Teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâları demografik faktörlere göre farklılaşmaktadır.

H_{5a}: Teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâları cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.

H_{5b}: Teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâları medeni durumlarına göre farklılaşmaktadır.

H_{5c}: Teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâları eğitim durumlarına göre farklılaşmaktadır.

H_{5d}: Teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâları yaş bakımından farklılaşmaktadır.

H_{5e}: Teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâları sektörde çalışma süresi bakımından farklılaşmaktadır.

H_{5f}: Teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâları mevcut işletmede çalışma süresi bakımından farklılaşmaktadır.

H_{5g}: Teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâları yönetsel görev bakımından farklılaşmaktadır.

H_6: Teknoloji şirketlerinde çalışanların bireysel yenilikçilikleri demografik faktörlere göre farklılaşmaktadır.

H_{6a}: Teknoloji şirketlerinde çalışanların bireysel yenilikçilikleri cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.

H_{6b}: Teknoloji şirketlerinde çalışanların bireysel yenilikçilikleri medeni durumlarına göre farklılaşmaktadır.

H_{6c}: Teknoloji şirketlerinde çalışanların bireysel yenilikçilikleri eğitim durumlarına göre farklılaşmaktadır.

H_{6d}: Teknoloji şirketlerinde çalışanların bireysel yenilikçilikleri yaş bakımından farklılaşmaktadır.

H_{6e}: Teknoloji şirketlerinde çalışanların bireysel yenilikçilikleri sektörde çalışma süresi bakımından farklılaşmaktadır.

H_{6f}: Teknoloji şirketlerinde çalışanların bireysel yenilikçilikleri mevcut işletmede çalışma süresi bakımından farklılaşmaktadır.

H_{6g}: Teknoloj şirketlerinde çalışanların bireysel yenilikçilikleri yönetsel görev bakımından farklılaşmaktadır.

3.4.4. Veri Analizi ve Araştırmada Kullanılan İstatistiki Teknikler

Araştırmada; duygusal zekânın boyutları ile bireysel yenilikçilik unsurlarına ilişkin değerlendirmelerde bulunmak için yöneticiler dâhil çalışanlardan toplanan veriler incelenmektedir. Bunun için, teknoloji şirketlerinden seçilen 164 katılımcının, duygusal zekâ ve bireysel yenilikçilik düzeylerini belirleyecek anket formunda duygusal zekâya yönelik 30, bireysel yenilikçiliğe yönelik 20 olmak üzere toplamda 50 ifadeye ve bunların dışında demografik özelliklere ilişkin bazı bilgilere yer verilmiştir. 5 basamaklı likert türü hazırlanan ölçeklerde en olumsuz cevap 1 puan, en olumlu cevap ise 5 puan alacak şekilde analize sokulmuş ve araştırmanın amaç ve kapsamı doğrultusunda analizin gerçekleşmesi için veriler ilgili bilgisayar programına girilmiştir.

Araştırma kapsamında geliştirilen hipotezlerin test edilmesi için kullanılan istatistiki teknikler; T-Testi, Anova, Pearson korelasyon ve regresyon analizidir. Ayrıca çalışanların ilgili tüm konulara yönelik tercih ve görüşlerinin belirlenebilmesi amaçlanmış ve bu kapsamda bazı tanımlayıcı istatistiki analizlerden (frekans, yüzde dağılımları, aritmetik ortalama, standart sapma) faydalanılmıştır.

Katılımcıların demografik özellikleriyle ilgili ifadelerden; cinsiyet, medeni durum ve herhangi bir yönetsel görevinin olup olmadığı değişkenleri için nominal (sınıflama) ölçek; eğitim durumu, yaş, sektörde çalışma süresi ve mevcut işletmede çalışma süresi içinse ordinal (sıralama) ölçek kullanılmıştır. Elde edilen tüm veriler ilgili bilgisayar programına uygun şekilde girilmiş, katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek üzere tanımlayıcı istatistiki analizlere başvurulmuştur. Anket formunun sonunda katılımcıların yönetsel görevlerinin bulunması halinde yazdıkları görevlere ilişkin bilgiler ise araştırmanın sonuç ve öneriler kısmında birlikte değerlendirilmiştir.

3.5. ARAŞTIRMANIN BULGULARI VE YORUMLARI

Araştırmanın bulguları ve yorumlarına ilişkin değerlendirmeler üç başlık altında toplanmıştır. İlk olarak “Demografik Bulgular” kısmında; çalışanların bazı demografik özelliklerini yansıtan bilgiler yer almaktadır. İkinci başlık olan

“Tanımlayıcı İstatistikler” başlığı; çalışanların duygusal zekâ ve bireysel yenilikçilik düzeyleri hakkında bilgileri içermektedir. Üçüncü olarak “Araştırma Hipotezlerine İlişkin Analizler” başlığı altında ise; geliştirilen hipotezlere yönelik analiz sonuçlarına yer verilmiştir.

3.5.1. Örneklem Grubunun Demografik Özelliklerine İlişkin Bulgular

Araştırma kapsamında İstanbul’daki 5 üniversiteye (Boğaziçi Üniversitesi, İstanbul Teknik Üniversitesi, Yıldız Teknik Üniversitesi, İstanbul Ticaret Üniversitesi ve İstanbul Üniversitesi) bağlı toplam 5 teknokentte faaliyet gösteren firmaların çalışanlarından toplam 164 geri bildirim alınmıştır.

Araştırmaya katılanların 80’i kadın (%48,8); 84’ü erkektir (%51,2). Medeni durumuna bakıldığında, 78’inin bekâr (%47,6), 86’sının evli (%52,4) olduğu görülmektedir. Eğitim durumu açısından katılımcılar arasında; 20 kişi ortaokul ve lise (%12,2), 103 kişi lisans (%62,7), 41 kişi lisansüstü (%25,0) mezunudur. Yaş durumlarına göre incelendiğinde 18-25 yaş arasında 20 kişinin (%12,2), 26-30 yaş arasında 46 kişinin (28,0), 31-35 yaş arasında 40 kişinin (%24,4), 36-40 yaş arasında 32 kişinin (%19,5), 41 ve üstünde de 26 kişinin (%15,9) olduğu görülmektedir. Sektörde çalışma süresi açısından; 3 yıldan az çalışan 48 kişi (%29,3), 4-7 yıl arasında çalışan 42 kişi (%25,6), 8-10 yıl arasında çalışan 21 kişi (%12,8), 10 yıldan fazla çalışan 53 kişi (%32,3) bulunmaktadır. İşletmede çalışma süresi açısından ise; 1 yıldan az çalışan 36 kişi (%22,0), 1-3 yıl arasında çalışan 59 kişi (%36,6), 4-7 yıl arasında çalışan 42 kişi (%25,6), 8 yıldan fazla çalışan 27 kişi (%16,5) bulunmaktadır. Katılımcılara yönetsel görevinin bulunup bulunmadığı sorulduğunda 61 kişinin yönetsel görevi olduğu (%37,2), 103 kişinin olmadığı (%62,8) tespit edilmiştir. Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin tanımlayıcı istatistik sonuçları Tablo 3.1.’de özetlenmiştir.

Tablo 3.1. :Araştırmaya Katılanların Demografik Özellikleri

Demografik Özellikler		N	Yüzde (%)
Cinsiyet	Kadın	**80**	**48,8**
	Erkek	**84**	**51,2**
Medeni Durum	Bekar	**86**	**52,4**
	Evli	**78**	**47,6**
Eğitim Durumu	Ortaokul ve lise	**20**	**12,2**
	Lisans	**103**	**62,7**
	Lisansüstü	**41**	**25,0**
Yaş	18-25	**12,2**	**20**
	26-30	**28,0**	**46**
	31-35	**24,4**	**40**
	36-40	**19,5**	**32**
	41 ve üstü	**15,9**	**26**
Sektörde Çalışma	3 yıldan az	**36**	**29,3**
	4-7 yıl	**59**	**25,6**
	8-10 yıl	**42**	**12,8**
	10 yıldan az	**27**	**32,3**
İşletmede Çalışma	1 yıldan az	**36**	**22,0**
	1-3yıl	**59**	**36,0**
	4-7yıl	**42**	**25,6**
	8 yıldan fazla	**27**	**16,5**
Yönetsel Görev	Var	**61**	**37,2**
	Yok	**103**	**62,8**
Toplam		**164**	**100**

Ölçeklere Yönelik Geçerlilik ve Güvenilirlik Sonuçları

Araştırmadaki ölçeklerin geçerliliğinin tespiti içerik geçerliğinden faydalanılarak yapılmıştır. Ölçeklerde yer alan ifadeler (maddeler) ile ölçülmek istenen konunun örtüşüp örtüşmediği, değerlendirilecek alanı temsil ettiği düşünülen ifadelerin araştırma amacına uygun bir araç olup olmadığı içerik geçerliği adı verilen bir yöntemle "uzman görüşü" ne dayanarak belirlenmektedir. Bu çalışmada da, araştırmacının konuyla ilgili seçtiği içerik geçerliliği yapılmış, ölçeklerden oluşan anket formu uzman kişilere sunulmuştur. Akademik alanlardaki çalışmaları

doğrultusunda deneyimlerinden faydalanmak üzere görüşü alınan öğretim üyelerinin onayıyla anket formuna nihai şekli verilmiştir.

Ölçeklerin güvenilirliği içinse Cronbach's Alpha güvenilirlik değerleri hesaplanmıştır. Verilerin güvenilirliğine ilişkin sonuçlar Tablo 3.2. 'de görülebilir.

Tablo 3.2. : Ölçeklere Yönelik Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Ölçekler	Madde Sayıları	Cronbach's Alpha Değerleri
Duygusal Zekâ Ölçeği	**30**	**0,852**
İyi Oluş	**6**	**0,713**
Öz kontrol	**6**	**0,671**
Duygusallık	**8**	**0,502**
Sosyallik	**6**	**0,666**
Bireysel Yenilikçilik Ölçeği	**20**	**0,879**
Değişime Direnç	**8**	**0,841**
Fikir Önderliği	**5**	**0,761**
Deneyime Açıklık	**5**	**0,779**
Risk Alma	**2**	**0,602**

Buna göre; Cronbach alpha değerlerinin sosyal bilimlerde gerçekleştirilen raştırmalar açısından iyi derecede güvenilir olduğu söylenebilir (Kalaycı, 2018).

3.5.2. Araştırma Değişkenlerine İlişkin Tanımlayıcı İstatistikler

Bu kısımda çalışanların duygusal zekâ düzeyleri ile bireysel yenilikçilik düzeylerine ilişkin tanımlayıcı istatistikler ele alınmıştır.

Katılımcıların duygusal zekâ ve boyutlarına yönelik verdikleri cevaplar ile bireysel yenilikçilik ve boyutlarına ilişkin cevapları incelendiğinde genel olarak hem duygusal zekâ hem bireysel yenilikçilik anlamında orta ile iyi arasında bir düzeyde oldukları söylenebilir. Analiz sonuçları Tablo 3.3'de ayrıntılı şekilde gösterilmiştir.

Tablo 3.3. : Duygusal Zekâ ve Bireysel Yenilikçiliğe Yönelik Analiz Sonuçları

	n	Ort.	Std. Sapma
Duygusal Zekâ	**164**	**3,78**	**,41**
- İyi Oluş	164	3,13	,39
- Öz kontrol	164	3,59	,58
- Duygusallık	164	3,95	,46
- Sosyallik	164	3,63	,61
Bireysel Yenilikçilik	**164**	**3,76**	**,50**
- Değişime Direnç	164	3,69	,70
- Fikir Önderliği	164	3,13	,39
- Deneyime Açıklık	164	3,97	,57
- Risk Alma	164	3,40	,82

1: Hiç katılmıyorum, 2: Katılmıyorum, 3: Kararsızım, 4: Katılıyorum, 5: Tamamen katılıyorum

Katılımcılardan alınan cevaplar doğrultusunda duygusal zekânın iyi oluş boyutu için çalışanların olumlu ya da olumsuz bir yatkınlıklarının olmadığını söylemek mümkündür. Öz kontrol ve sosyallik açısından orta ile iyi arasında, duygusallık boyutu itibariyle ise iyi durumdadırlar. Bu bağlamda, duygusal zekânın tüm boyutlarından katılımcıların en doğru cevapları verdikleri boyut "duygusallık" boyutudur.

Bireysel yenilikçilik düzeyleri incelenen katılımcıların risk alma ve fikir önderliği anlamında orta düzeyde oldukları görülmüştür. Değişime direnç konusunda orta ile iyi arasında olup, deneyime açıklık açısından iyi durumdadırlar. Buna göre en iyi sonuçların alındığı bireysel yenilikçilik boyutunun "deneyime açıklık" olduğu söylenebilir.

3.5.3. Araştırma Hipotezlerine İlişkin Analizler

Bu kısımda, tez çalışması için gerçekleştirilen araştırmaya ilişkin hipotezlerin değerlendirmesi yapılacaktır. Geliştirilen hipotezler; ilişki ve etki analizleri ve farklılık analizleri olmak üzere iki başlık altında incelenmiştir.

3.5.3.1. İlişki ve Etki Analizleri

Söz konusu başlık altında teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâları ile bireysel yenilikçilikleri arasındaki ilişki incelenirken bu değişkenlerin alt boyutları

itibariyle de birbirleriyle olan ilişkisine yer verilmiştir. Ardından duygusal zekânın bireysel yenilikçilik üzerine etkisi analiz edilmiştir.

- H_1: Teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâları ile bireysel yenilikçilikleri arasında ilişki vardır.

Katılımcıların, sahip oldukları duygusal zekâ ve bireysel yenilikçilikleri arasında anlamlı bir ilişkinin varlığı aranmıştır. İlişkinin gücü Pearson korelasyon analizi ile saptanmıştır. Söz konusu değişkenler arasındaki ilişki Tablo 3.4'de incelenebilir.

Tablo 3.4. : Araştırma Değişkenleri Arasındaki İlişkiler

		Bireysel Yenilikçilik (Genel)
Duygusal Zekâ (Genel)	Pearson K.	,608
	Anlamlılık D.	,000
	N	164

Tabloda görüldüğü gibi, duygusal zeka ile bireysel yenilikçilik arasındaki korelasyon 0,00 önem seviyesinde anlamlı çıkmış ve söz konusu değişkenler arasında orta düzeyde ilişki bulunmuştur. Pearson korelasyon analizi sonucuna göre katılımcıların duygusal zekaları ile bireysel yenilikçilikleri arasında istatistiki olarak anlamlı ($p=0,000<0,05$), **pozitif yönlü** ve **orta düzeyde** (**r=0,608**) bir ilişki vardır (Kalaycı, 2018: 116). Buna göre; **H1 hipotezi kabul edilmiştir.** Bu bulgu ilgili araştırmalarla tutarlılık göstermektedir. Ale ve Abiola (2017), çalışmalarında duygusal zekâ ile girişimcilerin bireysel yenilikçilikleri arasında pozitif ve anlamlı bir ilişki olduğunu bulmuştur. Üniversite öğrencilerinin duygusal zekâ ve bireysel yenilikçiliğini inceleyen Büyükbeşe (2017), duygusal zekânın iyimserlik ve duyguların kullanımı boyutları ile yenilikçilik arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu sonucuna ulaşmıştır. Zhang vd. (2015), duygusal zekâyla yenilikçilik performansı arasındaki ilişkinin pozitif olarak önemli derecede anlamlı olduğu sonucuna ulaşmıştır. Chin vd. (2013) ise duygusal zekânın duyguları tanıma ve duyguların ifadesi boyutları ile yaratıcılık ve yenilikçilik arasında anlamlı ilişki tespit etmekle birlikte ilişkinin yönünün negatif olduğunu bulmuştur. Böylece, bu konuda yaygın biçimde pozitif ilişkinin olduğu görülen literatürde farklı bir sonuca yer verilmiştir.

- H_2: Teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâlarının alt boyutları ile bireysel yenilikçilikleri arasında ilişki vardır.

Araştırmada ikinci hipotez doğrultusunda çalışanların duygusal zekâlarının alt boyutları ile bireysel yenilikçilikleri arasındaki ilişkiye bakılmıştır. Duygusal zekâ düzeylerini belirlemek amacıyla kullanılan ölçekte dört alt boyut olduğundan, duygusal zekânın alt boyutları ile bireysel yenilikçilik arasındaki ilişki, dört alt hipotez doğrultusunda incelenmiştir. Analiz sonuçları Tablo 3.5.'de sunulmuştur.

Tablo 3.5. : Duygusal Zekâ Boyutları ile Bireysel Yenilikçilik Arasındaki İlişkiler

Duygusal Zekâ Boyutları	Bireysel Yenilikçilik (Genel)	
İyi Oluş	Pearson K.	,495
	Anlamlılık D.	,000
	N	164
Öz kontrol	Pearson K.	,356
	Anlamlılık D.	,000
	N	164
Duygusallık	Pearson K.	,389
	Anlamlılık D.	,000
	N	164
Sosyallik	Pearson K.	,495
	Anlamlılık D.	,000
	N	164

-H_{2a}: *Teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâlarının iyi oluş boyutu ile bireysel yenilikçilikleri arasında ilişki vardır.*

Pearson korelasyon analizi sonuçlarına göre; duygusal zekanın iyi oluş alt boyutu ile bireysel yenilikçilik arasında istatistiki olarak anlamlı (p=0,000<0,05), **pozitif yönlü** ve **orta kuvvette** (r=0,495) bir ilişki vardır. Bu çerçevede **H_{2a} hipotezi kabul edilmiştir**. Buna göre, teknoloji şirketlerinde çalışanların, duygusal zekâlarının iyi oluş boyutu ile bireysel yenilikçilikleri arasındaki ilişkiden söz edilebilir.

-H_{2b}: *Teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâlarının öz kontrol boyutu ile bireysel yenilikçilikleri arasında ilişki vardır.*

Pearson korelasyon analizi sonuçlarına göre; duygusal zekanın öz kontrol alt boyutu ile bireysel yenilikçilik arasında istatistiki olarak anlamlı (p=0,000<0,05), **pozitif yönlü** ve **zayıf kuvvette** (r=0,356) bir ilişki ortaya çıkmıştır. Bu çerçevede **H_{2b}**

hipotezi kabul edilmiştir. Buna göre, teknoloji şirketlerinde çalışanların, duygusal zekâlarının öz kontrol boyutu ile bireysel yenilikçilikleri arasında ilişki olduğu sonucu çıkarılabilir.

-H_{2c}: *Teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâlarının duygusallık boyutu ile bireysel yenilikçilikleri arasında ilişki vardır.*

Pearson korelasyon analizi sonuçlarına göre; duygusal zekanın duygusallık alt boyutu ile bireysel yenilikçilik arasında istatistiki olarak anlamlı (p=0,000<0,05), **pozitif yönlü** ve **zayıf kuvvette** (r=0,389) bir ilişkiden söz edilebilir. Bu çerçevede **H_{2c} hipotezi kabul edilmiştir**. Buna göre, teknoloji şirketlerinde çalışanların, duygusal zekâlarının duygusallık boyutu ile bireysel yenilikçilikleri arasında ilişki olduğu sonucu çıkarılabilir.

-H_{2d}: *Teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâlarının sosyallik boyutu ile bireysel yenilikçilikleri arasında ilişki vardır.*

Pearson korelasyon analizi sonuçlarına göre; duygusal zekanın sosyallik alt boyutu ile bireysel yenilikçilik arasında istatistiki olarak anlamlı (p=0,000<0,05), **pozitif yönlü** ve **orta kuvvette** (r=0,495) bir ilişki mevcuttur. Bu çerçevede **H_{2d} hipotezi kabul edilmiştir**. Buna göre, teknoloji şirketlerinde çalışanlar için duygusal zekânın sosyallik boyutu ile bireysel yenilikçilikleri arasında ilişki olduğu söylenebilir.

Sonuçlar değerlendirildiğinde dört alt boyut için geliştirilen alt hipotezlerin hepsi ayrı ayrı kabul edildiğinden H_2 hipotezi kabul edilmiştir. Zira H_2 hipotezinde yer alan duygusal zekânın alt boyutları ile bireysel yenilikçilik düzeyi arasında ilişki olduğu öngörüsü doğrulanmıştır.

-H_3: Teknoloji şirketlerinde çalışanların bireysel yenilikçiliklerinin alt boyutları ile duygusal zekâları arasında ilişki vardır.

Araştırmanın üçüncü hipotezi itibariyle, bireysel yenilikçiliğin alt boyutları ile duygusal zekâ arasındaki ilişkilere bakılmıştır. Bireysel yenilikçiliği belirlemek amacıyla kullanılan ölçekte dört alt boyut olduğundan, bireysel yenilikçiliğin alt boyutları ile duygusal zeka arasındaki ilişki, dört alt hipotez doğrultusunda incelenmiştir. Analiz sonuçları Tablo 3.6.'da sunulmuştur.

Tablo 3.6. : Bireysel Yenilikçilik Boyutları ile Duygusal Zekâ Arasındaki İlişkiler

Bireysel Yenilikçilik Boyutları	Duygusal Zeka (Genel)	
Değişime Direnç	Pearson K.	,392
	Anlamlılık D.	,000
	N	164
Fikir Önderliği	Pearson K.	,602
	Anlamlılık D.	,038
	N	164
Deneyime Açıklık	Pearson K.	,558
	Anlamlılık D.	,000
	N	164
Risk Alma	Pearson K.	,328
	Anlamlılık D.	,000
	N	164

-H_{3a}: *Teknoloji şirketlerinde çalışanların bireysel yenilikçiliklerinin değişime direnç boyutu ile duygusal zekâları arasında ilişki vardır.*

Pearson korelasyon analizi sonuçlarına göre; bireysel yenilikçiliğin değişime direnç alt boyutu ile duygusal zeka arasında istatistiki olarak anlamlı (p=0,000<0,05), **pozitif yönlü** ve **zayıf kuvvette** (r=0,392) bir ilişki vardır. Bu bilgiler göz önüne alınarak **H_{3a} hipotezi kabul edilmiştir**. Teknoloji şirketlerinde çalışanların, bireysel yenilikçiliğin değişime direnç boyutu ile duygusal zekâları arasındaki ilişkiden söz edilebilir.

-H_{3b}: *Teknoloji şirketlerinde çalışanların bireysel yenilikçiliklerinin fikir önderliği boyutu ile duygusal zekâ düzeyleri arasında ilişki vardır.*

Pearson korelasyon analizi sonuçlarına göre; bireysel yenilikçiliğin fikir önderliği alt boyutu ile duygusal zeka arasında istatistiki olarak anlamlı (p=0,038<0,05), **pozitif yönlü** ve **orta kuvvette** (r=0,602) bir ilişki bulunmuştur. Bu bilgiler göz önüne alınarak **H_{3b} hipotezi kabul edilmiştir**. Teknoloji şirketlerinde çalışanlar için bireysel yenilikçiliğin fikir önderliği boyutu ile duygusal zekâ düzeyleri arasında bir ilişki olduğu sonucu çıkarılabilir.

-H_{3c}: *Teknoloji şirketlerinde çalışanların bireysel yenilikçiliklerinin deneyime açıklık boyutu ile duygusal zekâ düzeyleri arasında ilişki vardır.*

Pearson korelasyon analizi sonuçlarına göre; bireysel yenilikçiliğin deneyime açıklık alt boyutu ile duygusal zeka arasında istatistiki olarak anlamlı (p=0,000<0,05), **pozitif yönlü** ve **orta kuvvette** (r=0,558) bir ilişki bulunmuştur. Bu bilgiler göz önüne alınarak **H_{3c} hipotezi kabul edilmiştir.** Teknoloji şirketlerinde çalışanlar için bireysel yenilikçiliğin deneyime açıklık boyutu ile duygusal zekâ düzeyleri arasında bir ilişki olduğu sonucu çıkarılabilir.

-H_{3d}: *Teknoloji şirketlerinde çalışanların bireysel yenilikçiliklerinin risk alma boyutu ile duygusal zekâ düzeyleri arasında ilişki vardır.*

Pearson korelasyon analizi sonuçlarına göre; bireysel yenilikçiliğin risk alma alt boyutu ile duygusal zeka arasında istatistiki olarak anlamlı (p=0,000<0,05), **pozitif yönlü** ve **zayıf kuvvette** (r=0,328) bir ilişki bulunmuştur. Bu bilgiler göz önüne alınarak **H_{3d} hipotezi kabul edilmiştir.** Teknoloji şirketlerinde çalışanlar için bireysel yenilikçiliğin risk alma boyutu ile duygusal zekâları arasında bir ilişki olduğu sonucu çıkarılabilir.

Sonuçlar değerlendirildiğinde dört alt boyut için geliştirilen alt hipotezlerin hepsi ayrı ayrı kabul edildiğinden H_3 hipotezi kabul edilmiştir. Zira H_3 hipotezinde yer alan bireysel yenilikçiliğin alt boyutları ile duygusal zekâ düzeyi arasında ilişki olduğu öngörüsü doğrulanmıştır.

-H_4: Teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâlarının bireysel yenilikçilikleri üzerine etkisi vardır.

Tablo 3.7. : Regresyon Analizine Yönelik Model Özeti

Model özeti [b]										
Model				Tahminin	Değişim İstatistikleri					
	R	R^2	Düzelt. R^2	Std. Hatası	R^2 Değişim	F Değeri	df1	df2	F (İst. Anl.)	Durbin-Watson
1	0,604[a]	0,364	0,348	0,40896	0,364	22,790	4	159	.000	1,906
a. Bağımsız Değişkenler: Öz Kontrol, Duygusallık, Sosyallik, İyi Oluş										
b. Bağımlı Değişken: Bireysel Yenilikçilik										

Katılımcıların duygusal zekâlarının bireysel yenilikçilikleri üzerinde etkili olup olmadığını belirlemek amacıyla regresyon analizi yapılmıştır. Tablo 3.7.'de de

görüldüğü üzere regresyon analizi sonucu R^2 değeri 0,364 olarak bulunmuştur. Bu sonuca göre bağımlı değişkendeki %36'lık değişim modele dâhil edilen bağımsız değişkenler tarafından açıklanmaktadır. Buna göre bireysel yenilikçiliğe yönelik değişimin %36'sı, modele dâhil edilen duygusal zekânın alt boyutları tarafından açıklanmaktadır. Böylelikle H_4 hipotezi kabul edilmiştir. Durbin-Watson katsayısının, 1.5 ile 2.5 değer arasında olması (1,906) ise modele dahil edilen değişkenlerin kendi aralarında bir otokorelasyon olmadığını göstermektedir (Kalaycı vd., 2005: 264).

Duygusal zekânın bireysel yenilikçiliğe yönelik olumlu yöndeki etkisi, bu çalışma çalışma dışında Büyükbeşe vd. (2017) ve Sakkijha v.d. (2015) tarafından da bulunmuştur. Organizasyonların yaratıcılıkları, yenilikçiliklerinde esas teşkil ettiği için duygusal zekânın yaratıcılığa etkisinin olduğunu gösteren Castro vd. (2012)'ni de konumuzla ilgili referans olarak kabul edebiliriz. Ayrıca, duygusal zekânın duygusal kapasiteyi içermesinden dolayı duygusal kapasitenin, boyutları itibariyle bireysel yenilikçilikle benzeşen ürün yenilikçiliği üzerine etkisi hipotezimizi destekler niteliktedir (Zehir v.d., 2017).

Tablo 3.8. : Regresyon Analizine Yönelik Varyans Analizi Sonuçları

Varyans Analizi[b]						
Model		Kareler toplamı	Serbestlik Derecesi	Kareler ortalaması	F	Anlamlılık Değeri
1	Regresyon	15,247	4	3,812	22,790	,000[a]
	Artık/Kalan	26,593	159	,167		
	Toplam	41,839	163			
a. Bağımsız Değişkenler (Sabit): Öz Kontrol, Duygusallık, Sosyallik, İyi Oluş						
b. Bağımlı Değişken: Bireysel Yenilikçilik						

Tablo 3.8.'e bakıldığında ise F istatistiği ve bu değerin anlamlılık düzeyi görülmektedir. Tabloya göre anlamlılık değeri 0,05'ten küçük olduğu için modelin istatistiksel olarak tümüyle anlamlı olduğu sonucuna ulaşılabilir. Buna göre bireysel yenilikçiliği duygusal zekâ ile açıkladığımız model anlamlı bir modeldir.

Modelin tahmini sonucu elde edilen parametre değerleri ve bunlara ilişkin t değerleri ise Tablo 3.9. üzerinde görülebilir.

Tablo 3.9. : Regresyon Analizine Yönelik Parametre Tahminleri

Model		Standartlaşmamış katsayılar		Standartlaşmış katsayılar		
		B	**Std. Hata**	**Beta**	**T**	**Anlamlılık Değeri**
1	(sabit)	1,115	0,311		3,581	0,000
	İyi Oluş	0,276	0,069	0,307	4,013	0,000
	Öz Kontrol	0,043	0,065	0,050	0,666	0,506
	Duygusallık	0,135	0,080	0,125	1,699	0,091
	Sosyallik	0,245	0,063	0,295	3,881	0,000

a. Bağımlı Değişken: Bireysel Yenilikçilik

Tablo 3.9. incelendiğinde parametrelere ait t değerlerinden modele dâhil edilen iyi oluş ve sosyallik boyutlarının ayrı ayrı $p<0,01$ düzeyinde anlamlı olduğu görülmektedir. Standartlaşmamış katsayılar başlığı altında yer alan Beta değerleri ise bağımsız değişkenler içerisinde bir önem sıralaması vermektedir. Buna göre katılımcıların bireysel yenilikçilik düzeylerini en çok etkileyen değişkenlerin sırasıyla iyi oluş ve sosyallik olduğu görülmektedir. Modele en büyük katkıyı 0,276'lık değeri ile iyi oluş boyutu yapmıştır. Sosyallik boyutunun modele katkısı ise 0,245 düzeyindedir. Bir başka ifade ile iyi oluştaki bir birimlik artış bireysel yenilikçilikte 0,276 birimlik artışa ve sosyallikte bir birimlik artış bireysel yenilikçilikte 0,245 birimlik artışa neden olmaktadır. Modele ilişkin tahmin sonucu ise aşağıdaki gibi ifade edilebilir:

Bireysel Yenilikçilik = 1,115 + (0,276 x İyi Oluş) + (0,245 x Sosyallik)

Modele göre katılımcıların iyi oluş durumlarının bireysel yenilikçiliği nispeten daha çok etkilediği görülmektedir.

3.5.3.2. Farklılık Analizleri

Farklılık analizleri başlığı altında öncelikle duygusal zekânın cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu, yaş, sektörde çalışma süresi, mevcut işletmede çalışma süresi ve yönetsel görevin olması gibi bağımsız değişkenlere göre farklılaşıp farklılaşmadığı

geliştirilen hipotezler ile belirlenmeye çalışılmıştır. Ardından aynı bağımsız değişkenlerle olan farklılık analizi bireysel yenilikçilik için yapılmıştır.

-H_5: Teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâları demografik faktörlere göre farklılaşmaktadır.

Araştırmanın bu hipoteziyle duygusal zekâ düzeyinin demografik faktörlere göre değişimi dört alt hipotez doğrultusunda incelenmiştir. Demografik faktörlerden cinsiyet, eğitim durumu ve yaş ile ilgili H_{5a}, H_{5c} ve H_{5d} hipotezleri kısmen kabul edildiği ve yönetsel görevle ilgili H_{5g} hipotezi tamamen kabul edildiği için H_5 hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

-H_{5a}: Teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâları cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.

Teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâlarının cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için T testi yapılmıştır. Testin sonucunda (varyansların eşit olduğu durumda) Tablo 3.10.'dan anlaşılabileceği gibi duygusal zekânın alt boyutlarından iyi oluş ($t=-0,831$; $p>0,05$), duygusallık ($t=-0,134$; $p>0,05$) ve sosyallik ($t=-1,823$; $p>0,05$) alt boyut değerlerinin cinsiyet değişkenine göre anlamlı seviyede farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Cinsiyet değişkenine göre öz kontrol ($t=-2,827$; $p<0,05$) alt boyutunda ise Varyans Analizi'nin sonuçları incelenmiş ve anlamlılık değeri 0,05'in altında olduğu için ilgili boyutun cinsiyete göre farklılaştığı tespit edilmiştir. Kısaca açıklanacak olursa erkeklerin öz kontrolleri ($\bar{x}=3,71$), kadınlara göre ($\bar{x}=3,46$) anlamlı düzeyde daha yüksek çıkmıştır. Bu nedenle duygusal zekânın cinsiyet değişkenine göre farklılaştığını öne süren **H_{5a} hipotezi kısmen kabul edilmiştir.**

Tablo 3.10. : Cinsiyete Göre Duygusal Zekâya Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler ve Farklılıklar

Alt Boyutlar	Cinsiyet	n	$\bar{x}$ (Ort.)	Std. Sapma	t	p
İyi oluş	Kadın	80	3,11	,408	-,831	,407
	Erkek	84	3,16	,389		
Öz kontrol	Kadın	80	**3,46**	,632	-2,827	**,005**
	Erkek	84	**3,71**	,513		
Duygusallık	Kadın	80	3,95	,516	-,134	,894
	Erkek	84	3,95	,418		
Sosyallik	Kadın	80	3,54	,731	-1,823	,074
	Erkek	84	3,71	,454		
DUYGUSAL ZEKÂ	Kadın	80	3,72	,486	-1,844	,070
	Erkek	84	3,84	,323		

-H_{5b}: Teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâları medeni durumlarına göre farklılaşmaktadır.

Teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâlarının medeni duruma göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için T testi uygulanmıştır. Tablo 3.11.'den de anlaşılabileceği gibi medeni duruma göre duygusal zekânın iyi oluş (t=-0,330; p>0,05), öz kontrol (t=-0,856; p>0,05), duygusallık (t=0,419; p>0,05) ve sosyallik (t=-0,675; p>0,05) alt boyutlarında farklılık yoktur. Genel olarak duygusal zekâ değişkeni de medeni durum değişkenine göre farklılık göstermediğinden **H_{5b} hipotezi reddedilmiştir** (t=-0,559; p>0,05).

Tablo 3.11. : Medeni Duruma Göre Duygusal Zekâya Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler ve Farklılıklar

Alt Boyutlar	Medeni Durum	n	$\bar{x}$ (Ort.)	Std. Sapma	t	p
İyi oluş	Bekâr	78	3,12	,394	-,330	,742
	Evli	86	3,14	,403		
Öz kontrol	Bekâr	78	3,55	,556	-,856	,394
	Evli	86	3,62	,613		
Duygusallık	Bekâr	78	3,97	,432	,419	,675
	Evli	86	3,94	,499		
Sosyallik	Bekâr	78	3,59	,594	-,675	,501
	Evli	86	3,66	,625		
DUYGUSAL ZEKÂ	Bekâr	78	3,76	,361	-,559	,577
	Evli	86	3,80	,457		

-H_{5c}: Teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâları eğitim durumlarına göre farklılaşmaktadır.

Teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâlarının eğitim durumuna göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için Tek yönlü Varyans Analizi (One-way ANOVA testi) yapılmıştır. Varyans Analizine Levene testinin sonuçları değerlendirilerek başlanmıştır. Bunun için Varyans Analizi'nin temel varsayımı olan varyansların homojenliğine (anlamlılık değerlerinin 0,05'ten büyük olması) bakılmış ve duygusal zekâ için eğitim durumları arasında varyansların homojen olduğu belirlenmiştir. Varyans Analizi'nin sonuçları değerlendirildiğinde ise iyi oluş ve sosyallik boyutlarının anlamlılık değerinin 0,05'in altında olduğu görülmüştür. Buna göre; **iyi oluş** ($p<0,05$) ve **sosyallik** ($p<0,05$) boyutlarında eğitim durumuna göre farklılık olduğu söylenebilir. Eğitim durumlarına yönelik farklılığın hangi eğitim seviyesindeki gruplar arasında olduğunu belirlemek amacıyla kullanılan Post Hoc testlerinden Tukey testi sonuçları incelendiğinde;

İyi oluş boyutu için; "ortaöğretim ve lise" ile "lisans" mezunları arasında ($p=0,04$) farklılık olduğu gibi "ortaöğretim ve lise" ile "lisansüstü" mezunları arasında da ($p=0,39$) farklılık mevcuttur. Tanımlayıcı istatistikler incelendiğinde iyi oluş anlamında lisans ve lisansüstü mezunlarının daha iyi durumda olduğu söylenebilir.

Sosyallik boyutu için; "ortaöğretim ve lise" ile "lisans" mezunları arasında (p=0,115) anlamlı bir farklılık tespit edilmemiştir. Ancak, "ortaöğretim ve lise" ile "lisansüstü" mezunları arasında (p=0,003) bir farklılık olduğu görülmüştür. Bununla birlikte, "lisans" ile "lisansüstü" mezunları arasında (p=0,072) anlamlı düzeyde bir farklılık bulunamamıştır. Sonuç olarak; sosyallik itibariyle lisansüstü mezunlarının daha iyi durumda olduğu görülmüştür. Bu çerçevede **H_{5c} hipotezi kısmen kabul edilmiştir.**

Tablo 3.12. : Eğitim durumuna Göre Duygusal Zekâya Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler ve Farklılıklar

Alt Boyutlar	Eğitim Durumu	n	$\bar{x}$ (Ort.)	Std. Sapma	F	p
İyi oluş	Lise ve Ortaöğretim	20	**2,88**	0,512	1,821	**,006**
	Lisans	103	**3,18**	0,385		
	Lisansüstü	41	**3,14**	0,320		
	Toplam	164	3,13	0,398		
Öz kontrol	Lise ve Ortaöğretim	20	3,77	0,578	5,281	,177
	Lisans	103	3,53	0,576		
	Lisansüstü	41	3,65	0,605		
	Toplam	164	3,59	0,586		
Duygusallık	Lise ve Ortaöğretim	20	3,87	0,455	1,753	,239
	Lisans	103	3,92	0,452		
	Lisansüstü	41	4,05	0,505		
	Toplam	164	3,95	0,467		
Sosyallik	Lise ve Ortaöğretim	20	**3,31**	0,727	5,673	**,004**
	Lisans	103	**3,60**	0,592		
	Lisansüstü	41	**3,84**	0,520		
	Toplam	164	3,63	0,610		
DUYGUSAL ZEKÂ	Lise ve Ortaöğretim	20	3,74	0,390	1,821	,165
	Lisans	103	3,74	0,412		
	Lisansüstü	41	3,88	0,419		
	Toplam	164	3,78	0,413		

-H_{5d}: Teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâları yaş bakımından farklılaşmaktadır.

Teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâlarının yaşa göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için Tek yönlü Varyans Analizi (One-way ANOVA testi) yapılmıştır. Varyans Analizine Levene testinin sonuçları değerlendirilerek başlanmıştır. Bunun için Varyans Analizi'nin temel varsayımı olan varyansların homojenliğine (anlamlılık değerlerinin 0,05'ten yüksek olması) bakılmıştır ve Varyansların homojen olduğu belirlenen boyutlar için Varyans Analizi'nin sonuçları incelenmiştir.

Varyans Analizi'nin sonuçları değerlendirildiğinde **öz kontrol** boyutunun anlamlılık değerinin 0,05'in altında olduğu görülmüştür. Bu sebeple, öz kontrole dair hangi yaş grupları arasında farklılık olduğunu belirlemek amacıyla kullanılan Post Hoc testlerinden Tukey testinin sonuçları incelenmiştir. Çıkan sonuçlara göre; "18-25" yaş grubu ile "41 ve üstü" yaş grubu arasında ($p=0,024$) anlamlı bir farklılık vardır. Ancak, "26-30", "31-35", "36-40", "46 ve üstü" yaş grupları arasında fark bulunamamıştır. Sonuç itibariyle "41 yaş ve üstü" katılımcılarda öz kontrolün daha iyi olduğu söylenebilir.

Varyansların homojen dağılmadığı iyi oluş boyutuna ($p>0,05$) göre, yaş grupları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı Post Hoc testlerinden Tamhane testi sonuçları yoluyla öğrenilmiş ve hiçbir yaş grubunda farklılığa rastlanmamıştır.

Tablo 3.13.'de görülebileceği üzere elde edilen sonuçların tümü değerlendirildiğinde yaşa bağlı olarak teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâlarının ($\bar{x}=3,78$) iyiye yakın olduğu ve gruplar arasında yaş değişkenine göre sadece öz kontrol itibariyle farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bu çerçevede **H_{5d} hipotezi kısmen kabul edilmiştir.** Mayer v.d. bu çalışmayı destekleyecek şekilde, duygusal zekânın yetişkinlerde gençlere kıyasla daha yüksek çıktığını belirtmiştir (Mayer v.d., 1999: 290-292).

Tablo 3.13. : Yaşa Göre Duygusal Zekâya Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler ve Farklılıklar

Alt Boyutlar	Yaş	n	$\bar{x}$ (Ort.)	Std. Sapma	F	p
İyi oluş	18-25	20	3,92	,495	0,632	0,641
	26-30	46	3,76	,435		
	31-35	40	3,75	,660		
	36-40	32	3,80	,768		
	41 ve üstü	26	3,93	,626		
	Toplam	164	3,81	,603		
Öz kontrol	18-25	20	**3,30**	,390	3,459	**0,010**
	26-30	46	3,47	,602		
	31-35	40	3,59	,655		
	36-40	32	3,75	,495		
	41 ve üstü	26	**3,82**	,565		
	Toplam	164	3,59	,586		
Duygusallık	18-25	20	3,95	,439	0,562	0,691
	26-30	46	3,90	,485		
	31-35	40	3,90	,468		
	36-40	32	4,01	,473		
	41 ve üstü	26	4,03	,463		
	Toplam	164	3,95	,467		
Sosyallik	18-25	20	3,59	,593	0,599	0,664
	26-30	46	3,59	,570		
	31-35	40	3,63	,615		
	36-40	32	3,57	,707		
	41 ve üstü	26	3,79	,572		
	Toplam	164	3,63	,610		
DUYGUSAL ZEKÂ	18-25	20	3,71	,271	2,053	0,090
	26-30	46	3,70	,360		
	31-35	40	3,75	,463		
	36-40	32	3,83	,478		
	41 ve üstü	26	3,96	,390		
	Toplam	164	3,78	,413		

-H_{5e}: Teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâları sektörde çalışma süresi bakımından farklılaşmaktadır.

Teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâlarının sektörde çalışma sürelerine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için Tek yönlü Varyans Analizi (One-way ANOVA testi) yapılmıştır. Varyans Analizine Levene testinin sonuçları değerlendirilerek başlanmıştır. Bunun için Varyans Analizi'nin temel

varsayımı olan varyansların homojenliğine (anlamlılık değerlerinin 0,05'ten büyük olması) bakılmış ve varyansların homojen olduğu görülmüştür.

Varyans Analizi'nin sonuçları değerlendirildiğinde hem duygusal zekânın hem boyutlarının anlamlılık değerinin 0,05'in üstünde olduğu ve sektörde çalışma süreleri arasında farklılığın olmadığı görülmüştür.

Sonuç olarak, sektörde çalışma süresine bağlı olarak teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâlarının ($\bar{x}$=3,78) iyiye yakın olduğu, aynı zamanda duygusal zekânın gruplar arasında sektörde çalışma süresi değişkenine göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Bu çerçevede **H_{5e} hipotezi reddedilmiştir.**

Tablo 3.14. : Sektörde Çalışma Süresine Göre Duygusal Zekâya Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler ve Farklılıklar

Alt Boyutlar	Sektörde Çalışma Süresi	n	$\bar{x}$ (Ort.)	Std. Sapma	F	p
İyi oluş	3 yıldan az	48	3,80	,577	0,948	0,419
	4-7 yıl	42	3,69	,513		
	8-10 yıl	21	3,86	,548		
	10 yıldan az	53	3,89	,703		
	Toplam	164	3,81	,603		
Öz kontrol	3 yıldan az	48	3,46	,626	2,254	0,084
	4-7 yıl	42	3,53	,569		
	8-10 yıl	21	3,60	,568		
	10 yıldan az	53	3,75	,548		
	Toplam	164	3,59	,586		
Duygusallık	3 yıldan az	48	3,96	,462	1,287	0,281
	4-7 yıl	42	3,88	,509		
	8-10 yıl	21	3,84	,389		
	10 yıldan az	53	4,04	,461		
	Toplam	164	3,95	,467		
Sosyallik	3 yıldan az	48	3,56	,098	1,788	0,152
	4-7 yıl	42	3,51	,095		
	8-10 yıl	21	3,63	,124		
	10 yıldan az	53	3,78	,072		
	Toplam	164	3,63	,047		
DUYGUSAL ZEKÂ	3 yıldan az	48	3,72	,450	2,036	0,111
	4-7 yıl	42	3,71	,345		
	8-10 yıl	21	3,76	,409		
	10 yıldan az	53	3,89	,418		
	Toplam	164	3,78	,413		

-H_{5f}: Teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâları mevcut işletmede çalışma süresi bakımından farklılaşmaktadır.

Teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâlarının mevcut işletmede çalışma sürelerine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için Tek yönlü Varyans Analizi (One-way ANOVA testi) yapılmıştır. Varyans Analizine Levene testinin sonuçları değerlendirilerek başlanmıştır. Bunun için Varyans Analizi'nin temel varsayımı olan varyansların homojenliğine (anlamlılık değerlerinin 0,05'ten büyük olması) bakılmış ve varyansların homojen olduğu görülmüştür. Varyans Analizi'nin sonuçları değerlendirildiğinde hem duygusal zekânın hem de alt boyutlarının anlamlılık değerinin 0,05'in üstünde olduğu ve mevcut işletmede çalışma süreleri arasında farklılığın olmadığı görülmüştür.

Sonuç olarak, işletmede çalışma süresine bağlı olarak teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâlarının ($\bar{x}$=3,78; p>0,05) iyiye yakın olduğu, aynı zamanda duygusal zekânın gruplar arasında işletmede çalışma süresi değişkenine göre farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Bu çerçevede **H_{5f} hipotezi reddedilmiştir.**

Tablo 3.15. : İşletmede Çalışma Süresine Göre Duygusal Zekâya Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler ve Farklılıklar

Alt Boyutlar	İşletmede Çalışma Süresi	n	$\bar{x}$ (Ort.)	Std. Sapma	F	p
İyi oluş	1 yıldan az	36	3,70	,716	0,784	0,505
	1-3 yıl	36	3,82	,544		
	4-7 yıl	59	3,82	,610		
	8 yıldan fazla	42	3,93	,554		
	Toplam	164	3,81	,603		
Öz kontrol	1 yıldan az	36	3,45	,586	1,836	0,143
	1-3 yıl	36	3,72	,557		
	4-7 yıl	59	3,55	,616		
	8 yıldan fazla	42	3,54	,574		
	Toplam	27	3,59	,586		
Duygusallık	1 yıldan az	36	3,94	,545	1,836	0,143
	1-3 yıl	36	3,95	,398		
	4-7 yıl	59	3,89	,533		
	8 yıldan fazla	42	4,05	,391		
	Toplam	27	3,94	,467		
Sosyallik	1 yıldan az	36	,652	,652	0,606	0,612
	1-3 yıl	36	,621	,621		
	4-7 yıl	59	,593	,593		
	8 yıldan fazla	42	,570	,570		
	Toplam	27	,610	,610		
DUYGUSAL ZEKÂ	1 yıldan az	36	3,62	,462	1,003	0,393
	1-3 yıl	36	3,62	,379		
	4-7 yıl	59	3,57	,430		
	8 yıldan fazla	42	3,74	,389		
	Toplam	27	3,63	,413		

-H_{5g}: Teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâları yönetsel görev bakımından farklılaşmaktadır.

Teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâlarının yönetsel göreve göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için T testi yapılmıştır. Testin sonucunda duygusal zekânın alt boyutlarından iyi oluş ($t=2,555$; $p<0,05$), öz kontrol ($t=1,904$; $p<0,05$), duygusallık ($t=2,453$; $p<0,05$) ve sosyallik ($t= 2,635$; $p<0,05$) alt boyut değerlerinde yönetsel görev değişkenine göre farklılık olduğu bulunmuştur. Tablo 3.16.'da verilen sonuçlar incelendiğinde yönetsel görevi olanların hem genel duygusal zekâlarının hem de iyi oluş, öz kontrol, duygusallık ve sosyallik düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu nedenle **H_{5g} hipotezi kabul edilmiştir.**

Tablo 3.16. : Yönetsel Göreve Göre Duygusal Zekâya Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler ve Farklılıklar

Alt Boyutlar	Yönetsel Görev	n	$\bar{x}$ (Ort.)	Std. Sapma	t	p
İyi oluş	Var	61	**3,96**	,610	2,555	**0,012**
	Yok	103	**3,72**	,582		
Öz kontrol	Var	61	**3,70**	,607	1,904	**0,059**
	Yok	103	**3,52**	,566		
Duygusallık	Var	61	**4,06**	,495	2,453	**0,015**
	Yok	103	**3,88**	,438		
Sosyallik	Var	61	**3,79**	,505	2,635	**0,009**
	Yok	103	**3,53**	,648		
DUYGUSAL ZEKÂ	Var	61	**3,91**	,410	3,180	**0,02**
	Yok	103	**3,70**	,410		

-H_6: Teknoloji şirketlerinde çalışanların bireysel yenilikçilikleri demografik faktörlere göre farklılaşmaktadır.

Araştırmanın bu hipotezi ile bireysel yenilikçilik düzeyinin demografik faktörlere göre değişimi dört alt hipotez doğrultusunda incelenmiştir. Buna göre; cinsiyete göre değişimi ifade eden H_{6a} ve yönetsel göreve dair değişimi ifade eden H_{6g} hipotezi kısmen kabul edildiği için H6 hipotezi kısmen kabul edilmiştir.

-H_{6a}: Teknoloji şirketlerinde çalışanların bireysel yenilikçilikleri cinsiyetlerine göre farklılaşmaktadır.

Teknoloji şirketlerinde çalışanların bireysel yenilikçiliklerinin cinsiyete göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için T testi yapılmıştır. Tablo 3.17.'den anlaşılacağı gibi bireysel yenilikçiliğin alt boyutlarından değişime direnç (t=-0,997; p>0,05), fikir önderliği (t=-0,691; p>0,05) ve deneyime açıklık (t=-1,047; p>0,05) alt boyut değerlerinin cinsiyet değişkenine göre anlamlı seviyede farklılık göstermediği tespit edilmiştir. Cinsiyet değişkenine göre risk alma (t=-2,227, p>0,05) alt boyutunda ise istatistiksel olarak anlamlı bir farklılık olduğu görülmüştür. Erkeklerin risk alma ortalamaları ($\bar{x}$=3,54), kadınlara göre ($\bar{x}$=3,26) anlamlı düzeyde daha yüksek çıkmıştır.

Bireysel Yenilikçilik cinsiyet değişkenine göre risk alma boyutu itibariyle farklılık gösterdiği için **H_{6a} hipotezi kısmen kabul edilmiştir.**

Tablo 3.17. : Cinsiyete Göre Bireysel Yenilikçiliğe Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler ve Farklılıklar

Alt Boyutlar	Cinsiyet	n	$\bar{x}$ (Ort.)	Std. Sapma	t	p
Değişime Direnç	Kadın	80	3,64	,724	-,997	,320
	Erkek	84	3,75	,677		
Fikir Önderliği	Kadın	80	3,78	,608	-,691	,490
	Erkek	84	3,84	,599		
Deneyime Açıklık	Kadın	80	3,92	,602	-1,047	,297
	Erkek	84	4,02	,546		
Risk Alma	Kadın	80	**3,26**	,845	-2,227	**,027**
	Erkek	84	**3,54**	,793		
BİREYSEL YENİLİKÇİLİK	Kadın	80	3,71	,520	-1,419	,158
	Erkek	84	3,82	,489		

-H_{6b}: Teknoloji şirketlerinde çalışanların bireysel yenilikçilikleri medeni durumlarına göre farklılaşmaktadır.

Teknoloji şirketlerinde çalışanların bireysel yenilikçiliklerinin medeni duruma göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için T testi uygulanmıştır. Tablo 3.17.'den de anlaşılabileceği gibi medeni durum itibariyle bireysel yenilikçiliğin değişime direnç (t=0,539, p>0,05), fikir önderliği (t=1,287, p>0,05), deneyime açıklık (t=0,516, p>0,05) ve risk alma (t=-0,539, p>0,05) alt boyutlarının hiçbirinde anlamlı farklılık yoktur. Genel bireysel yenilikçiliğe (t=0,739, p>0,05) yönelik sonuçlar da medeni durum itibariyle farklılık göstermemektedir. Bu çerçevede **H_{6b} hipotezi reddedilmiştir.**

Tablo 3.17. : Medeni Duruma Göre Bireysel Yenilikçiliğe Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler ve Farklılıklar

Alt Boyutlar	Medeni Durum	n	x̄ (Ort.)	Std. Sapma	t	p
Değişime Direnç	Bekâr	78	3,73	,714	,539	,590
	Evli	86	3,67	,691		
Fikir Önderliği	Bekâr	78	3,87	,526	1,287	,200
	Evli	86	3,75	,662		
Deneyime Açıklık	Bekâr	78	4,00	,513	,516	,606
	Evli	86	3,95	,626		
Risk Alma	Bekâr	78	3,37	,823	-,539	,591
	Evli	86	3,44	,838		
BİREYSEL YENİLİKÇİLİK	Bekâr	78	3,79	,466	,739	,461
	Evli	86	3,74	,541		

-H_{6c}: Teknoloji şirketlerinde çalışanların bireysel yenilikçilikleri eğitim durumlarına göre farklılaşmaktadır.

Teknoloji şirketlerinde çalışanların bireysel yenilikçiliklerinin eğitim durumuna göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için Tek yönlü Varyans Analizi (One-way ANOVA testi) yapılmıştır. Varyans Analizine Levene testinin sonuçları değerlendirilerek başlanmıştır. Bunun için Varyans Analizi'nin temel varsayımı olan varyansların homojenliğine (anlamlılık değerlerinin 0,05'ten büyük olması) bakılmış ve bireysel yenilikçilik için eğitim durumları arasında varyansların homojen olduğu belirlenmiştir. Analizin sonuçları değerlendirildiğinde ise anlamlılık değeri 0,05'in altında hiçbir boyut tespit edilememiştir.

Tablo 3.19'de görülebileceği üzere, eğitim durumu ne olursa olsun teknoloji şirketlerinde çalışanların bireysel yenilikçiliklerinin ($\bar{x}$=3,76; p>0,05) iyiye yakın olduğu ve genel bireysel yenilikçilik puanları değerlendirildiğinde gruplar arasında eğitim durumu değişkenine göre farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Bu çerçevede **H_{6c} hipotezi reddedilmiştir.**

Tablo 3.19. : Eğitim durumuna Göre Bireysel Yenilikçiliğe Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler ve Farklılıklar

Alt Boyutlar	Eğitim Durumu	n	$\bar{x}$ (Ort.)	Std. Sapma	F	p
Değişime Direnç	Lise ve Ortaöğretim	20	3,61	0,651	0,784	0,075
	Lisans	103	3,67	0,688		
	Lisansüstü	41	3,81	0,755		
	Toplam	164	3,69	0,700		
Fikir Önderliği	Lise ve Ortaöğretim	20	3,54	0,622	2,983	0,053
	Lisans	103	3,81	0,588		
	Lisansüstü	41	3,93	0,602		
	Toplam	164	3,81	0,603		
Deneyime Açıklık	Lise ve Ortaöğretim	20	3,77	0,746	2,517	0,084
	Lisans	103	3,96	0,566		
	Lisansüstü	41	4,11	0,471		
	Toplam	164	3,97	0,574		
Risk Alma	Lise ve Ortaöğretim	20	3,15	1,001	1,686	0,188
	Lisans	103	3,39	0,799		
	Lisansüstü	41	3,56	0,799		
	Toplam	164	3,40	0,829		
BİREYSEL YENİLİKÇİLİK	Lise ve Ortaöğretim	20	3,58	0,485	2,633	0,075
	Lisans	103	3,75	0,501		
	Lisansüstü	41	3,89	0,508		
	Toplam	164	3,76	0,506		

-H_{6d}: Teknoloji şirketlerinde çalışanların bireysel yenilikçilikleri yaş bakımından farklılaşmaktadır.

Teknoloji şirketlerinde çalışanların bireysel yenilikçiliklerinin yaşa göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için Tek yönlü Varyans Analizi (One-way ANOVA testi) yapılmıştır. Varyans Analizine Levene testinin sonuçları değerlendirilerek başlanmıştır. Bunun için Varyans Analizi'nin temel varsayımı olan varyansların homojenliğine (anlamlılık değerlerinin 0,05'ten büyük olması) bakılmış ve Varyansların homojen olduğu belirlenen boyutlar için Varyans Analizi'nin sonuçları incelenmiştir. Varyans Analizi'nin sonuçlarına göre, homojen dağılım gösteren hiçbir boyutun anlamlılık değeri 0,05'in altında değildir. Bu sebeple, yaş grupları arasında farklılık olmadığı söylenebilir. Varyansların homojen dağılmadığı

genel bireysel yenilikçilik ve fikir önderliği alt boyutuna (p>0,05) göre yaş grupları arasında anlamlı bir farklılık olup olmadığı Post Hoc testlerinden Tamhane testi sonuçları yoluyla öğrenilmiş ve ilgili yaş grupları arasında da anlamlı bir farklılığa rastlanmamıştır. Tablo 3.20.'de görülebileceği üzere Anova Test sonuçları değerlendirildiğinde yaşa bağlı olarak teknoloji şirketlerinde çalışanların bireysel yenilikçiliklerinin ($\bar{x}$=3,76; p>0,05) iyiye yakın olduğu ve genel çerçevede değerlendirildiğinde gruplar arasında yaş değişkenine göre farklılık olmadığı tespit edilmiştir. Bu çerçevede **H_{6d} hipotezi reddedilmiştir.**

Tablo 3.20. : Yaşa Göre Bireysel Yenilikçiliğe Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler ve Farklılıklar

Alt Boyutlar	Yaş	n	$\bar{x}$ (Ort.)	Std. Sapma	F	p
Değişime Direnç	18-25	20	3,79	,739	2,048	0,090
	26-30	46	3,53	,674		
	31-35	40	3,58	,675		
	36-40	32	3,83	,772		
	41 ve üstü	26	3,93	,599		
	Toplam	164	3,69	,700		
Fikir Önderliği	18-25	20	3,92	,495	0,632	0,641
	26-30	46	3,76	,435		
	31-35	40	3,75	,660		
	36-40	32	3,80	,768		
	41 ve üstü	26	3,93	,626		
	Toplam	164	3,81	,603		
Deneyime Açıklık	18-25	20	3,97	,450	0,220	0,927
	26-30	46	3,97	,486		
	31-35	40	3,91	,637		
	36-40	32	4,01	,638		
	41 ve üstü	26	4,03	,649		
	Toplam	164	3,97	,574		
Risk Alma	18-25	20	3,37	,792	0,295	0,881
	26-30	46	3,31	,805		
	31-35	40	3,41	,861		
	36-40	32	3,50	,967		
	41 ve üstü	26	3,48	,699		
	Toplam	164	3,40	,829		
BİREYSEL YENİLİKÇİLİK	18-25	20	3,82	,430	1,340	0,257
	26-30	46	3,68	,391		
	31-35	40	3,69	,540		
	36-40	32	3,83	,637		
	41 ve üstü	26	3,91	,492		
	Toplam	164	3,76	,506		

-H_{6e}: Teknoloji şirketlerinde çalışanların bireysel yenilikçilikleri sektörde çalışma süresi bakımından farklılaşmaktadır.

Teknoloji şirketlerinde çalışanların bireysel yenilikçiliklerinin sektörde çalışma sürelerine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için Tek yönlü Varyans Analizi (One-way ANOVA testi) yapılmıştır. Varyans Analizine Levene testinin sonuçları değerlendirilerek başlanmıştır. Bunun için Varyans Analizi'nin temel varsayımı olan varyansların homojenliğine (anlamlılık değerlerinin 0,05'ten büyük olması) bakılmış ve varyansların homojen olduğu görülmüştür.

Tablo 3.21.'den anlaşılabileceği gibi Varyans Analizi'nin sonuçlarının incelenmesiyle hem bireysel yenilikçiliğin hem de bireysel yenilikçiliğe yönelik alt boyutların anlamlılık değerinin 0,05'in üstünde olduğu ve sektörde çalışma süreleri açısından farklılığın bulunmadığı görülmüştür. Bu çerçevede, sektörde çalışma süresine bağlı olarak teknoloji şirketlerinde çalışanların bireysel yenilikçiliğinin ($\bar{x}$=3,76; p>0,05) iyiye yakın olduğu ve genel bireysel yenilikçilik puanları değerlendirildiğinde gruplar arasında sektörde çalışma süresi değişkenine göre farklılık olmadığı tespit edilerek **H_{6e} hipotezi reddedilmiştir.**

Tablo 3.21. : Sektörde Çalışma Süresine Göre Bireysel Yenilikçiliğe Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler ve Farklılıklar

Alt Boyutlar	Sektörde Çalışma Süresi	n	x̄ (Ort.)	Std. Sapma	F	p
Değişime Direnç	3 yıldan az	48	3,61	,739	0,701	0,553
	4-7 yıl	42	3,72	,606		
	8-10 yıl	21	3,59	,711		
	10 yıldan az	53	3,79	,735		
	Toplam	164	3,69	,700		
Fikir Önderliği	3 yıldan az	48	3,80	,577	0,948	0,419
	4-7 yıl	42	3,69	,513		
	8-10 yıl	21	3,86	,548		
	10 yıldan az	53	3,89	,703		
	Toplam	164	3,81	,603		
Deneyime Açıklık	3 yıldan az	48	3,93	,550	0,484	0,694
	4-7 yıl	42	3,91	,444		
	8-10 yıl	21	4,02	,707		
	10 yıldan az	53	4,03	,634		
	Toplam	164	3,97	,574		
Risk Alma	3 yıldan az	48	3,56	,832	0,463	0,227
	4-7 yıl	42	3,34	,774		
	8-10 yıl	21	3,23	,967		
	10 yıldan az	53	3,47	,799		
	Toplam	164	3,57	,829		
BİREYSEL YENİLİKÇİLİK	3 yıldan az	48	3,71	,51200	0,890	0,448
	4-7 yıl	42	3,71	,38913		
	8-10 yıl	21	3,75	,55399		
	10 yıldan az	53	3,85	,56305		
	Toplam	164	3,76	,50664		

-H_{6f}: Teknoloji şirketlerinde çalışanların bireysel yenilikçilikleri mevcut işletmede çalışma süresi bakımından farklılaşmaktadır.

Teknoloji şirketlerinde çalışanların bireysel yenilikçiliklerinin mevcut işletmede çalışma sürelerine göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için Tek yönlü Varyans Analizi (One-way ANOVA testi) yapılmıştır. Varyans Analizine Levene testinin sonuçları değerlendirilerek başlanmıştır. Bunun için Varyans Analizi'nin temel varsayımı olan varyansların homojenliğine (anlamlılık değerlerinin 0,05'ten büyük olması) bakılmış ve bireysel yenilikçilik için işletmede çalışma süreleri arasında varyansların homojen olduğu görülmüştür.

Tablo 3.22.'da yer alan Varyans Analizi'nin sonuçları değerlendirildiğinde hem bireysel yenilikçiliğin hem de alt boyutlarının anlamlılık değerinin 0,05'in üstünde olduğu ve işletmede çalışma süreleri arasında farklılığın olmadığı görülmüştür. Bu çerçevede, işletmede çalışma süresine bağlı olarak teknoloji şirketlerinde çalışanların bireysel yenilikçiliğinin ($\bar{x}$=3,76; p>0,05) iyiye yakın olduğu ve genel bireysel yenilikçilik puanları değerlendirildiğinde gruplar arasında işletmede çalışma süresi değişkenine göre farklılık olmadığı tespit edilerek **H_{6f} hipotezi reddedilmiştir.**

Tablo 3.22. : İşletmede Çalışma Süresine Göre Bireysel Yenilikçiliğe Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler ve Farklılıklar

Alt Boyutlar	İşletmede Çalışma Süresi	n	$\bar{x}$ (Ort.)	Std. Sapma	F	p
Değişime Direnç	1 yıldan az	36	3,71	,775	0,153	0,330
	2-3 yıl	36	3,80	,634		
	4-7 yıl	59	3,66	,701		
	8 yıldan fazla	42	3,50	,729		
	Toplam	164	3,69	,700		
Fikir Önderliği	1 yıldan az	36	3,70	,716	0,784	0,505
	1-3 yıl	36	3,82	,544		
	4-7 yıl	59	3,82	,610		
	8 yıldan fazla	42	3,93	,554		
	Toplam	27	3,81	,603		
Deneyime Açıklık	1 yıldan az	36	3,93	,462	1,27	0,944
	1-3 yıl	36	4,01	,623		
	4-7 yıl	59	3,96	,556		
	8 yıldan fazla	42	3,97	,509		
	Toplam	27	3,97	,664		
Risk Alma	1 yıldan az	36	3,40	,800	0,218	0,884
	1-3 yıl	36	3,47	,863		
	4-7 yıl	59	3,35	,751		
	8 yıldan fazla	42	3,35	,938		
	Toplam	27	3,4085	,829		
BİREYSEL YENİLİKÇİLİK	1 yıldan az	36	3,73	,571	0,437	0,727
	1-3 yıl	36	3,82	,470		
	4-7 yıl	59	3,74	,472		
	8 yıldan fazla	42	3,71	,557		
	Toplam	27	3,76	,506		

-H_{6g}: Teknoloji şirketlerinde çalışanların bireysel yenilikçilikleri yönetsel görev bakımından farklılaşmaktadır.

Teknoloji şirketlerinde çalışanların bireysel yenilikçiliklerinin yönetsel göreve göre farklılık gösterip göstermediğini belirlemek için T testi yapılmıştır. Testin sonuçlanmasıyla genel bireysel yenilikçiliğin (t=3,872; p<0,05) ve bireysel yenilikçiliğin alt boyutlarından değişime direncin (t=3,279; p<0,05), deneyime açıklığın (t=2,900; p<0,05) ve risk almanın (t=2,489; p<0,05) yönetsel görev değişkenine göre farklılık gösterdiği tespit edilmiştir. Tablo 3.23.'de verilen sonuçlar incelendiğinde yönetsel görevi olanların hem genel bireysel yenilikçiliklerinin hem de değişime direnç, deneyime açıklık ve risk alma düzeylerinin daha yüksek olduğu görülmektedir. Bu nedenle **H_{6g} hipotezi kısmen kabul edilmiştir.**

Tablo 3.23. : Yönetsel Göreve Göre Bireysel Yenilikçiliğe Yönelik Tanımlayıcı İstatistikler ve Farklılıklar

Alt Boyutlar	Yönetsel Görev	n	$\bar{x}$ (Ort.)	Std. Sapma	t	p
Değişime Direnç	Var	61	**3,92**	,694	3,279	**0,001**
	Yok	103	**3,56**	,672		
Fikir Önderliği	Var	61	3,96	,610	2,555	0,12
	Yok	103	3,72	,582		
Deneyime Açıklık	Var	61	**4,14**	,523	2,900	**0,004**
	Yok	103	**3,87**	,583		
Risk Alma	Var	61	**3,61**	,838	2,489	**0,014**
	Yok	103	**3,28**	,803		
BİREYSEL YENİLİKÇİLİK	Var	61	**3,95**	,512	3,872	**0,00**
	Yok	103	**3,65**	,470		

SONUÇ, GENEL DEĞERLENDİRME VE ÖNERİLER

Bilim ve teknolojiye dayalı yeni ürün, hizmet, fikir veya süreçlerin oluşturulmasına destek veren işletmeler, ekonomik sürdürülebilirlikle ilgili gelişme sağlarken rekabet üstünlüğü elde edebilmeleri kolaylaşmaktadır. İşletmeleri kaçınılmaz olarak rekabet içine sokan küresel düzen içinde, entelektüel sermaye unsurlarından; insan sermayesi ve yapısal sermaye kavramları yenilik üretiminde öne çıkmaktadır (Büyükbeşe v.d., 2017: 233). Önemli bir yetenek olarak duygusal zeka çalışanların bilgi, yetenek, motivasyon ve görev birikimlerinden oluşan insan sermayesine dahil edilebilecek entelektüel sermaye açısından itici bir güç konumundadır. Çalışanlar sahip olduğu bilgi, yetenek ve tecrübelerini işletmeye faydalı olacak veri tabanları, örgütsel planlar, telif hakları gibi yapısal sermayeye dönüştürür. Yapısal sermaye de organizasyon sayesinde insan sermayesinin gelişmesine ortam hazırlar ve bireylerin yenilikleri ortaya çıkarmasına imkân tanır (Görmüş, 2009: 64-65). Bu bağlamda bireysel yenilikçiliği etkilediği düşünülen duygusal zekâ, çalışanları iş hayatında daha özgün, olumlu, sosyal ve üretken insanlar olmalarına katkı sağlayacaktır. World Economic Forum, İşlerin Geleceği (The Future of Jobs) başlıklı raporunda günümüz dünyasının insanları istihdam ederken aradığı en kritik yeteneklerin başında ikna etme becerisi, duygusal zekâ ve bildiklerini başkalarına öğretme gibi sosyal yeteneklerin geldiğini belirtmiştir (World Economic Forum, 2016).

İlgili tez çalışmasında Boğaziçi Teknopark, İTÜ ARI Teknokent, Yıldız Teknopark, Teknopark İstanbul ve İstanbul Teknokent'te faaliyet gösteren teknoloji firmalarında çalışanların duygusal zekâlarının yenilikçiliklerine etki edip etmediği araştırılmıştır. Bu amaçla öncelikle duygusal zekânın tüm boyutlarının (iyi oluş, öz kontrol, duygusallık ve sosyallik) bireysel yenilikçilik ile ilişkisine ve bireysel yenilikçiliğin tüm boyutlarının (değişime direnç, fikir önderliği, deneyime açıklık ve risk alma) duygusal zekâ ile ilişkisine bakılmıştır. Temel olarak duygusal zekâ bağımsız değişkeninin, bireysel yenilikçilik bağımlı değişkenine etkisi analiz edilmiştir. Ayrıca söz konusu değişkenlerin teknoloji firmalarında çalışanlar için cinsiyete, medeni duruma, eğitim durumuna, yaşa, sektörde çalışma süresine, mevcut

işletmede çalışma süresine ve yönetsel görevin varlığına göre farklılaşıp farklılaşmadığına bakılmıştır.

Araştırmada, çalışanların duygusal zekâları ve bireysel yenilikçilikleri gerek kişilik yapıları ve yetenekleri gerekse başkalarıyla kurdukları ilişkileri kapsayacak şekilde oluşturulan anketler yoluyla incelenmiştir. Kuramsal olarak duygusal zekâya ait yeteneklerle bireysel yenilikçilik arasında anlamlı ve güçlü bir ilişki bulunmaktadır. Bu bağlamda, çalışanların söz konusu yetenekleri meslek hayatlarında kullanmaları sonucu kayda değer bir fayda görmeleri; aynı zamanda duygusal zekâsı yüksek, hayata olumlu bakan, duygu ve stres kontrolü yapan, kendisinin ve başkalarının duygularını tanıyan, sağlam insan ilişkileri kuran çalışanların, bireysel yenilikçilik konusunda daha başarılı olmaları beklenmiştir.

İşletmelerin ülke ekonomisiyle beraber büyümesinde yadsınamaz bir rolü olan yenilikçilik faaliyetlerinin artırılması için, yenilikçiliğe etki eden unsurların literatüre kazandırılması önem taşımaktadır. Bu amaçla toplamda 164 çalışan ile gerçekleştirilen araştırmadan elde edilen ve ilgili kısımlarda bahsedilen sınırlılıklar göz önüne alınarak değerlendirilmesi gereken sonuçlar aşağıda ana hatlarıyla belirtilerek yorumlanmıştır.

Araştırma ile elde edilen bulgulara göre; katılımcıların duygusal zekâ ortalamalarının genel olarak iyiye yakın olduğu net bir şekilde görülmüştür. Buna göre, teknoloji firmalarında çalışanların ortanın üzerinde bir duygusal zekâya sahip olduğu söylenebilir. Günümüzde birçok sektör personel tercihini yaparken bilinçli ya da bilinçsiz şekilde duygusal zekâsı yüksek kişileri tercih etmektedir. Teknoloji işiyle ilgili yazılımcı, mühendis, Ar-Ge elemanı ya da teknisyen gibi kadrolarda çalışanların da duygusal zekâ anlamında iyi ya da iyiye yakın olması beklenmektedir. Duygusal zekânın boyutları itibariyle incelendiğinde katılımcıların başkalarının ve kendisinin duyularını anlayabilme ve empati gibi yetenekleri içeren "duygusallık" özelliğinin iyi durumda olduğu görülmüştür. Duygusallık konusunda iyi olan kişilerin çalışma ortamında sorunsuz ilişkiler kurabilmesi bu özelliğin bir gereği olarak karşımıza çıkmaktadır. Öz kontrol ve sosyallik boyutlarına verilen cevaplara göre katılımcılar orta ile iyi arasındadır. Teknokent gibi iletişime oldukça kapalı çalışma ortamlarında söz konusu özelliklerin düşük çıkmaması memnun edici bir sonuçtur. Bununla birlikte; duygusal zekânın "iyi oluş" boyutu için verilen cevapların orta seviyede olduğu

belirlenmiştir. İş ortamında doyum sağlayan bireylerin hayattan duydukları memnuniyetin daha yüksek olduğu bilinmektedir. Buna göre, yaşam memnuniyeti ve iyimserlik gibi özellikleri kapsayan bireylerin "iyi oluş" düzeyleri üzerinde teknokentlerdeki yoğun ve stresli çalışma koşullarının etkili olduğunu söylemek mümkündür. Tanımlayıcı istatistiklere göre, katılımcıların bireysel yenilikçilik ortalamaları incelendiğinde iyiye yakın bir durumda oldukları görülmüştür. Araştırmanın yapıldığı şirketlerin teknoloji ile uğraştıkları düşünülecek olursa bireysel yenilikçilik düzeyinin düşük çıkmaması beklenen bir sonuçtur. Bireysel yenilikçiliğin boyutları arasında "deneyime açıklık" boyutu iyi durumdadır. Teknoloji firmasında çalışanların yeniliği aramaya ve denemeye karşı yatkınlığının iyi düzeyde olduğu söylenebilir. Katılımcıların cevapları "değişime direnç" konusunda orta ile iyi arasındadır ve bireylerin yeniliğe karşı kaygılarını yansıttığı için düşük olacağı tahmin edilmekteydi. Fakat sonuçlar bu tahminin aksine biraz yüksek bulunmuştur.

Duygusal zekâ ile bireysel yenilikçilik arasındaki tespit edilen ilişki pozitif yönlü, orta kuvvette ve anlamlı bir ilişkidir. Yani, duygusal zekânın bireysel yenilikçilikle arasında artış ve azalışları paralel şekilde hareket eden ortalama bir ilişkinin olduğundan söz edilebilir. Boyutlar açısından incelendiğinde; duygusal zekânın bireysel yenilikçilik ile en ilişkili boyutu 'iyi oluş' olarak belirlenmiş, iyi oluşu yüksek insanların bireysel yenilikçiliklerinin de yüksek olduğu görülmüştür. Bireysel yenilikçilikle orta düzeyde ilişki içinde bulunan ikinci boyut 'sosyallik'tir. Sosyallik yönü gelişmiş kişilerin yenilikçilik yapabildiği fark edilmiştir. Bunların dışında 'duygusallık' ve 'öz kontrol' boyutlarının bireysel yenilikçilikle nispeten daha zayıf ilişkilerinin olduğu görülmüştür. Benzer şekilde bireysel yenilikçiliğin de boyutları ile genel duygusal zekâ arasındaki ilişki test edilmiş, ulaşılan sonuçlara göre; 'fikir önderliği' duygusal zekâ ile en ilişkili olan yenilikçilik unsurudur. Bir çalışanda fikir önderliği duygusal zekâsı ile birlikte artıp azalmaktadır. Diğer boyutlar açısından da sırasıyla 'deneyime açıklık', 'değişime direnç' ve 'risk alma'nın duygusal zekâ ile ilişkili olduğu tespit edilmiştir.

Temel araştırma sorusunu teşkil eden "teknoloji firması çalışanlarının duygusal zekâlarının bireysel yenilikçilikleri üzerinde etkisi var mıdır?" sorusu, etkinin olduğu yönünde cevap bulmuştur. Buna göre, duygusal zekânın "iyi oluş, öz kontrol,

duygusallık ve sosyallik" boyutlarından "iyi oluş ve sosyallik" boyutunun çalışanları yeniliklere daha yatkın hale getirdiği ve bireysel yenilikçiliklerini olumlu yönde etkilediğini göstermiştir. Buna göre; geliştirilebilen bir yetenek olan duygusal zekânın "iyi oluş ve sosyallik" yeteneklerinin geliştirilmesiyle bireysel yenilikçiliğin artabileceği yorumu yapılabilir. Bireysel yenilikçiliği en fazla "iyi oluş" etkilemektedir. Bunun sebebi bize göre; iyi oluşu temsil eden; özgüven, hayattan memnuniyet ve iyimserlik özelliklerine sahip çalışanların çevrelerinden bağımsız şekilde kendilerine güvenmeleri ve daha özgür düşünebilmeleri sayesinde yaratıcılık becerilerinin gelişmiş olmasından kaynaklanmaktadır. Özgüveni yüksek insanlar yaptıkları işte daima başarı hissi duyarak iyimser bakış açılarıyla olumsuzlukların üstesinden kolaylıkla gelirler. Bu da onları risk alabilen, değişime açık ve bireysel anlamda yenilikçi insanlar yapar. Bireysel yenilikçiliği olumlu yönde etkileyen bir diğer boyut sosyalliktir. Sosyalliğin, insanlarla doğru iletişim kurmaya yardımcı olan önemli bir yönü vardır. Örneğin, bir şirkette çalışanlar arasında sosyallik yeteneği yüksek kişiler iş arkadaşlarıyla olumlu ilişkiler geliştirir ve onların duyguları üzerinde etkilidir. Duyguların, karar süreci içinde yer alıyor olması başkalarının duygularını etkileme gücünü içeren sosyallik özelliğine sahip kişilerin, karar mercii olmasalar bile kendilerini bu sürece dâhil edebilmesi anlamına gelmektedir. Aynı zamanda sosyal kişilerin duyguları yönlendirebilme özelliği bireysel yenilikçiliğin fikir önderliği boyutu ile benzerlik göstermektedir. Sosyallik yönü güçlü bireyler ayrıca, kararlı ve kendilerini motive etme konusunda oldukça başarılıdır. Yeni koşullara rahatlıkla uyum sağlarlar. Bu özellikler henüz topluma yayılmamış yeniliklerin benimsenmesinde öncü olmalarına ve çalışmalarını yenilikçiliğe odaklanarak sürdürmelerine yardımcı olur. Yani, sosyallik yeteneğinin yüksek olması bireylerin yenilikçilik özelliği üzerinde iyi oluştan sonra ikinci derecede etkilidir. Özetle; teknoloji şirketlerinde çeşitli pozisyonlarda çalışanlar ile yapılan anketlerin analiz edilmesi sonucunda duygusal zekânın "iyi oluş" ve "sosyallik" boyutunun, bireysel yenilikçilik üzerinde etkili olduğu tespit edilmiştir.

Duygusal zekânın bazı demografik özelliklere göre değişip değişmediği ayrıca analiz edilmiştir. Öz kontrol boyutu itibariyle duygusal zekânın cinsiyete ve yaşa göre farklılaştığı görülmüştür. Araştırmanın başında beklediğimiz şekilde, erkeklerin öz

kontrolü kadınlara göre ve yaşlıların öz kontrolü gençlere göre biraz daha yüksek çıkmıştır. Bunun sebebi, duygusal yoğunluğu erkeklere nazaran fazla olan kadınların öz kontrolün temeli olan duygu kontrolünde erkeklerden çok zorlanmaları; yaş açısından ise gençlerin büyüklerle karşılaştırıldığında daha tecrübesiz, heyecanlı ve stresli olmalarıdır. Eğitim durumuna göre duygusal zekânın durumu incelendiğinde; iyi oluş ve sosyallik boyutlarının farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre; lisanüstü mezunlarının her iki boyut itibariyle de daha iyi oldukları söylenebilir. Yönetsel görevi olanların, yönetsel görevi bulunmayanlara kıyasla duygusal zekâsı, duygusal zekânın tüm boyutları itibariyle daha yüksek çıkmıştır. Nasıl ki yönetimden sorumlu kişilerin liderlik vasıflarının yüksek olması kabul edilebilen bir sonuçsa, kendini ve başkalarını kontrol etmekte başarılı, empati yeteneği gelişmiş ve kararlı kişilerin duygusal zekasının yüksek olması da beklenen bir sonuçtur. Ancak; medeni durum, sektörde ve işletmede çalışma süresi değerlendirildiğinde, bu faktörlerin duygusal zekâda herhangi bir farklılık oluşturmadığı anlaşılmıştır.

Bireysel yenilikçilik demografik faktörlerle birlikte ele alındığında; cinsiyete göre risk alma boyutunda; yönetsel göreve göre değişime direnç, deneyime açıklık ve risk alma boyutlarında farklılık saptanmıştır. Bu sonuçlarla ilgili; erkeklerin risk almaya kadınlara kıyasla daha yatkın olmaları cinsiyete ait bir farklılık şeklinde yorumlanabileceği gibi, çevresel etkenlerle beraber yetiştirilme tarzının bir sonucu olarak da görülebilir. Yönetim görevi olanların deneyime açık, değişmeye direnmeyen ve risk alabilen yapıda olmaları bulundukları pozisyon gereği edinmeleri beklenen özelliklerdendir. Bunların yanı sıra; eğitim durumu, medeni durum, yaş, işletmede ve sektörde çalışma süresine göre bireysel yenilikçiliğin değişmediği tespit edilmiştir. Dolayısıyla her eğitim grubundan, her yaştan insanın, çalışma süresi ve medeni durumuna bakılmaksızın yenilikçi olmasının mümkün olduğu söylenebilir.

Her birey belirli düzeylerde duygusal zekâya sahiptir. Kişilerin duygusal durumu, duygusal zekâsının seviyesi ölçüsünde sosyal ilişkiler, çalışma performansı, örgüte bağlılık, verimlilik, motivasyon, iş tatmini, iş performansı, işe olan sadakat ve örgütsel vatandaşlık davranışı gibi çalışanlara ait tutumlara olumlu şekilde yansır. Bilhassa yeni teknolojiyle uğraşan işletmelerin söz konusu değerlere sahip duygusal zekâsı yüksek çalışanlarla iş yapması daha üretken, yenilikçi, özgür ve özgün

olmalarının yolunu açar. Bunun yanında; duygusal zekâda genel olarak bilişsel ile duygusal olmak üzere iki temel özellik bulunmaktadır. Bilişsellik kısmı duyguların ifadesi ve idare edilmesiyle ilgili zihinsel yetenekleri kapsar ve bu yetenek özü itibariyle problem çözme gibi kişinin doğru, hızlı ve yenilik gerektiren şekilde düşünme kapasitesini oluşturur. Buna bağlı olarak, duygusal zekâsı yüksek çalışanların duygusal yönü dışında bilişsel yönünün gelişmiş olması da bireysel yenilikçilikleri konusunda kendilerine fayda sağlayacağı anlamına gelmektedir. Tüm bu nedenlerden ötürü duygusal zekâya, organizasyonların hedefleri doğrultusunda belirlenen performans değerlendirme kriterleri arasında yer verilebileceği gibi henüz personel alımı gerçekleştirilmeden işle ilgili aranan işe alım kriterlerinden biri olarak belirlenebilir. Ayrıca, organizasyonların personelleri için tasarladıkları geliştirici eğitimlerin arasında duygusal zekâ eğitiminin de bulunması önerilir. İşletmelerin çalışanlarında söz konusu duygusal yeterliliklerin olması, kısa vadede kurumsal açıdan büyüme ve ekonomik sürdürülebilirliğe imkân tanıyacak, uzun vadade ise ülkenin sosyo-ekonomik gelişimine katkı sağlayacaktır.

KAYNAKÇA

Acar, Füsun T.: Duygusal Zeka Yeteneklerinin Göreve Yönelik ve İnsana Yönelik Liderlik Davranışları İle İlişkisi: Banka Şube Müdürleri Üzerine Bir Alan Araştırması, İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Doktora Tezi, 2001.

Açıkgöz, Bernur; Muter, Canan: "Yenilikçiliğe Yönelik Devlet Uygulamaları ve AB Karşılaştırması", **Celal Bayar Üniversitesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi**, , C.XV, No:1, 2008, s.59-74.

Adıgüzel, Abdullah; Kaya, Ahmet; Balay, Refik; Göçen, Ahmet: "Öğretmen Adaylarının Bireysel Yenilikçilik Özellikleri ile Öğrenmeye İlişkin Tutum Düzeyleri", **Milli Eğitim**, No:204, 2014, s.135-154.

Agarwal, Ritu; Prasad, Jayesh: "A Conceptual and Operational Definition o f Personal Innovativeness in the Domain o f Information Technology", **Information Systems Research,** Vol.IX, No:2, 1998, pp.204-215.

Agdem : "Yenilik Gerekli Mi?", (Çevrimiçi) https://pvp.tc/L9Oa, 5 Ocak 2018.

Ajzen, Icek: "The Theory Of Planned Behavior", **Orgnizational Behavior and Human Decision Processes**, Vol.L, 1991, pp.179-211.

Ali Gürsoy: Yenilik Yönetiminde Yöneticilerin Duygusal Zekâ Yeteneklerinin Rolü, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Doktora Tezi, 2014.

Altındağ, Erkut; Kösedağı, Yeliz: "The Relationship between Emotional Intelligence of Managers, Innovative Corporate Culture and Employee

Performance". **Social and Behavioral Sciences**, Vol.CCX, 2015, pp.270 - 282.

Altıntaş, Özkan C.: Duygusal Zekâ Elemanlarının Liderlik Tarzları ve Örgütsel Sonuçlar Üzerindeki Etkisi: Isparta İli İlköğretim Okullarında Bir Uygulama, Gebze Yüksek Teknoloji Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Doktora Tezi, 2009.

Armbruster, Heidi; Bikfalvi, Andrea; Kinkel, Steffen; Lay, Gunter: "Organizational Innovation: The Challenge Of Measuring Non-Technical Innovation In Large-Scale Surveys", **Technovation**, Vol.XXVII, No:10, 2008, pp.644-657.

Arslantaş, Cem, C: "Girişimcilikte Yaratıcılık ve Yenilik", **Yönetim**, C.XII, No: 38, 2001, s.17-23.

Ashkanasy, Neal M. Ve Dasborough, Marie T.: "Emotional Awareness and Emotional Intelligence in Leadership Teaching", **Journal of Education for Business**, Vol.79, No:1, 2003, pp.18-22.

Aslan, Ezgi: Kırsal Turizmde Yenilik Ve Kırsal Turizm İşletmecilerinin Bireysel Yenilikçilik Düzeylerinin Çeşitli Değişkenler (Katılımcılara Ve İşletmelere İlişkin) Açısından İncelenmesi: Kocaeli/Kartepe Örneği, Kırklareli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, 2017.

Ayers, Doug; Dahlstrom, Robert ve Skinner, Steven J: "An Exploratory Investigation of Antecedents to Organizational New Product Success", **Journal of Marketing Research**, Vol.34, No:1, 1997, pp. 107-116.

Baltaş, Zuhal: **Duygusal Zekâ,** İstanbul, Remzi Kitabevi, 2015.

Bar-On, Reuven: "The Bar-On model of Emotional-Social Intelligence (ESI)", **Psicothema**, Vol.XVIII, 2006, pp.13-25.

Başaran, Semra; Keleş, Süleyman: "Yenilikçi Kimdir? Öğretmenlerin Yenilikçilik Düzeylerinin İncelenmesi", **Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, C.30, No:4, 2015, s.106-118.

Boyatzis, Richard; Goleman, Daniel; Rhee, Kenneth: "Clustering Competence in Emotional Intelligence: Insights From the Emotional Competence Inventory (ECI)", **Handbook of Emotional Intelligence**, 2000, pp.343-262.

Bukhari, Mohd; Munif, Azmil; Mohd Faiz, Hilmi: "Challenges And Outcome Of Innovative Behavior: A Qualitative Study Of Tourism Related Entrepreneurs", **Journal of Technology Management and Innovation**, Vol.VII, No:2, 2012, pp.131-143.

Büyükbeşe, Tuba; Direkçi, Emre; Erşahan, Burcu: "Üniversite Öğrencilerinin Duygusal Zekâlarının İletişim Becerilerine ve Bireysel Yenilikçilik Seviyelerine Etkisi", **Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi,** C.VII, No:3, 2017, s.221-236.

Büyüköztürk, Şener; K. Çakmak, Ebru; Akgün, Özcan E.; Karadeniz, Şirin; Demirel, Funda: **Bilimsel Araştırma Yöntemleri**, Ankara, Pegem Akademi, 2016.

Belleau, Bonnie D.; Summers, Teresa A.: "Comparison Of Selected Computer Attitude Scales", **Journal of Consumer Studies and Home Economics**, Vol.XVII, 1993, pp.275-282.

Leung, Louis: "Lifestyles And The Use Of New Media Technology In Urban China", **Elecommunications Policy**, Vol.XXII, No:9, 1998, pp.781-790.

Campbell, Joseph: **Kahramanın Sonsuz Yolculuğu**, İstanbul, Kabalcı Yayınevi, 2010.

Castro, Francisca; Gomes, Jorge; De Sousa, Fernando C.: "Do Intelligent Leaders Make a Difference? The Effect of a Leader's Emotional Intelligence on Followers' Creativity", **Creativity and Innovation Management**, Vol.XXI, No:2, pp.171-182.

Chan, David W.: "Emotional Intelligence: Implications for Educational Practice in Schools", **Educational Research Journal**, Vol.XVII, No:2, 2002.

Codier, Estelle, Freitas, Beth ve Muneno, Lynn : "Developing Emotional Intelligence Ability in Oncology Nurses: A Clinical Rounds Approach", **Oncology Nursing Forum**, Vol.XL., No:1, 2013.

Cooper, Robert K.; Sawaf, Ayman: **Liderlikte Duygusal Zekâ**, Çev. Banu Sancar, İstanbul, Sistem Yayıncılık, 1997.

Cooper, Robert K.: "Applying Emotional Intelligence In The Workplace", **Training & Development**, December, 1997, (Çevrimiçi) https://pvp.tc/L9Ou, 11 Mayıs 2018.

Cooper, Juett R.: "A Multidimensional Approach To The Adoption of Innovation, Management Decision", **Management Decision**, Vol.XXXVI, No:8, 1998, pp.493-502.

Cote, Stephane: "Emotional Intelligence in Organizations", **Annual Review of Organizational Psychology and Organizational Behavior**, Vol.I, No:I, 2014, pp.459–88.

Craig, Smith; Lazarus, Richard : "Emotion and Adaptation", **Handbook of Personality: Theory and Research**, Ed. by. Oliver P. John, Richard W. Robins, Lawrence A. Pervin, New York, Guilford, 1990, p.609-637.

Çakar, Ulaş: Duygusal Zekânın Dönüşümcü Liderlik Üzerindeki Etkisi, T.C. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Anabilim Dalı Yönetim ve Organizasyon Programı, İzmir, Yüksek Lisans Tezi, 2002.

Çakar, Ulaş; Arbak, Yasemin: "Modern Yaklaşımlar Işığında Değişen Duygu- Zekâ İlişkisi ve Duygusal Zekâ", **Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü**, C.VI, No 3, 2004, s.23-48.

Çetinkaya, Özlem; Alparslan, Ali M.: "Duygusal Zekânın İletişim Becerileri Üzerine Etkisi: Üniversite Öğrencileri Üzerine Bir Araştırma", **Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi**, C.XVI, No:1, 2011, s.363-377.

Çıtak, Süleyman: Duygusal Zekâ İle Yenilikçi İş Anlayışı Arasındaki İlişki Üzerine Bir Araştırma Mersin İli Örneği, Toros Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Yüksek Lisans Tezi, 2017.

Daghfous, Naoufel; Petrof, John V.; Pons, Frank: "Values and adoption of innovations: a cross-cultural study", **Journal of Consumer Marketing**, Vol.XVI, No:4, 1999, pp.314-331.

Davis, Fred D.: "Perceived Usefulness, Perceived Ease of Use, and User Acceptance of Information Technology**", Management Information Systems Research Center (MIS Quarterly)**, Vol. XIII, No:3, 1989, pp. 319-340.

Deniz, M. Engin; Özer, Esin; Işık, Erkan: "Duygusal Zekâ Özelliği Ölçeği–Kısa Formu: Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması", **Eğitim ve Bilim,** C.XXXVIII, No:169, 2013, s.407-419.

Deniz, M. Engin; Yılmaz, Ercan:	"Üniversite Öğrencilerinde Duygusal Zekâ ve Stresle Başa Çıkma Stilleri Arasındaki ilişkinin incelenmesi", **Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi**, C.III, No:25, 2006, s.21-23.
Drever, James:	**A Dictionary of Psychology**, Harmondsworth, England: Penguin, 1952,
Drucker, Peter F.:	"The Discipline of Innovation", **Harvard Business Review**, Vol.LXIII, No:3, 1985, pp. 67-72.
Drucker, Peter F.:	**Innovation And Entrepreneurship: Practice And Principles**, Burlington: Elsevier, 2007.
MsXLabs Eğitim, Teknoloji ve Eğlence Forumları:	Duygu ve Duygu Çeşitleri, 21 Ekim 2008, (Çevrimiçi) https://pvp.tc/L9OR , 13 Mayıs 2018.
Ekonomik İşbirliği ve Kalkınma Örgütü; Avrupa Birliği İstatistik Ofisi:	**Oslo Kılavuzu**, **Yenilik Verilerinin Toplanması ve Yorumlanması İçin İlkeler**, Tübitak, 2006.
Elçi, Şirin:	**İnovasyon: Kalkınmanın ve Rekabetin Anahtarı**, Ankara, Nova Medya Yayıncılık, 2006.
Fatt, James P. T. :	"Emotional Intelligence: For Human Resource Managers", **Management Research News**, Vol. 25, No:11, 2002, pp.57-74.
Fishbein, M., ; Ajzen, I.:	**Belief, Attitude, Intention, and Behavior: An Introduction to Theory and Research**, MA: Addison-Wesley,1975, (Çevrimiçi) http://people.umass.edu/aizen/f&a1975.html, 5 Mart 2018.

Gardner, Howard: **Frames of Mind: A Theory of Multiple Intelligence**, New York, Basic Books, 1993.

Galbraith, Jay R.: "Designing The Innovating Organization", **Organization Dynamics**, Vol.10, No:3, 1982, pp.5-25.

Goldenberg, Irina; Matheson, Kimberly; Mantler, Janet: "The Assessment of Emotional Intelligence: A Comparison of Performance-Based and Self-Report Methodologies", **Journal Of Personality Assessment**, Vol.LXXXVI, No:1, 2010, pp.33-45.

Goldsmith, Ronald E.; Foxall, Gordon R.: "The Measurement of Innovativeness", **The International Handbook on Innovation,** Ed. by Larisa V. Shavinina, 2003, Elsevier Science Ltd., pp.321-330.

Goleman, Daniel: **Duygusal Zekâ: Neden IQ'dan Daha Önemlidir?**, Çev. Banu Seçkin Yüksel, İstanbul, Varlık Yayınları, 2017.

Goleman, Daniel: "What Makes a Leader?", **Harvard Business Review**, 2004, (Çevrimiçi) https://hbr.org/2004/01/what-makes-a-leader, 17 Kasım 2017.

Goleman, Daniel: **İş Başında Duygusal Zekâ**, Çev. Handan Balkara, Yüksel, İstanbul, Varlık Yayınları, 2007.

Goyal, Ajay; Akhilesh, K.B.: "Interplay among innovativeness, cognitive intelligence, emotional intelligence and social capital of work teams", **Team Performance Management: An International Journal**, Vol.XIV, No:3/4, 2008, pp.134-146.

Gökalp, Nurten: "Akıl Duygu İlişkisine İki Farklı Bakış: Aristotales, Descartes", 2010, (Çevrimiçi) https://www.cafrande.org/akil-duygu-iliskisine-iki-farkli-bakis-aristoteles-ve-descartes/, 06 Nisan 2018.

Gömleksiz, Mehmet N.; Kan, Ayşe Ü.: "Eğitimde Duyuşsal Boyut ve Duyuşsal Öğrenme", International Periodical For The Languages, **Literature and History of Turkish or Turkic,** Vol.VII, No:1, 2012, pp.1159-1177.

Görmüş, Alparslan Ş.: "Entelektüel Sermaye Ve İnsan Kaynakları Yönetiminin Artan Önemi", **Afyon Kocatepe Üniversitesi İ.İ.B.F. Dergisi**, C.XI, No:1, 2009, s.57-75.

Gross, James J.: "Emotion Regulation: Past, Present, Future", **Cognition and Emotion**, Vol.XIII, No:5, pp.551-573.

Güncel Psikoloji: "Ekman'ın Evrensel Duygular Teorisi", 2015, (Çevrimiçi) https://www.guncelpsikoloji.net/sosyal-psikoloji/ekman-in-evrensel-duygular-teorisi-h713.html, 18 Mayıs 2018.

Gürbüz, Sait; Yüksel, Murad: "Çalışma Ortamında Duygusal Zekâ: İş Performansı, İş Tatmini, Örgütsel Vatandaşlık Davranışı ve Bazı Demografik Özelliklerle İlişkisi", **Doğuş Üniversitesi Dergisi**, C.IX, No:2, 2008, s.74-190.

Gürsoy, Ali: Yenilik Yönetiminde Yöneticilerin Duygusal Zekâ Yeteneklerinin Rolü, Atatürk Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Doktora Tezi, 2014.

Handa, Meenakshi; Gupta, Nirupma: "Gender Influence on the Innovativeness of Young Urban Indian Online Shoppers", **Vision: The Journal of Business Perspective**, Vol.XII, No:2, 2009, pp.25-32.

Hanzaee, Kambiz H.; Mirvaisi, Majid: "A Survey On Impact Of Emotional Intelligence, Organizational Citizenship Behaviors And Job Satisfaction On Employees' Performance In Iranian Hotel Industry", **Management Science Letters,** 3, 2013, pp.1395-1402.

Herece, Firdevs G.: Duygusal Zekâ ile Tükenmişlik Arasında Bir İlişki: Kamu Sektöründe Bir Uygulama, Çankaya Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı, Doktora Tezi, 2016.

Hirschman, Elizabeth C: "Innovativeness, Novelty Seeking, and Consumer Creativity", **Journal of Consumer Research**, Vol.VII, No:3, 1980, pp. 283-295.

Hurley Robert F.; Hult, G.Tomas M.; Knight, Gary.A.: "Innovativeness and Capacity to Innovate in a Complexity of Firm-Level Relationships: A Response to Woodside (2004)", **Industrial Marketing Management**, 2005, Vol.XXXIV, No:3, pp.281–283.

Hurley, Robert F.; Hult, G. Tomas M.: "Innovation, Market Orientation, and Organizational Learning: An Integration and Empirical Examination", **Journal of Marketing**, Vol.LXII, No:3, 1998, pp.42-54.

Hurt, H. Thomas; Joseph, Katherine; Cook, Chester. D.: "Scales For Measurement of Innovativeness", **Human Communication Research**, Vol.IV, No:1, 1977, pp.58-65.

Ilgın, Burcu: Örgütsel Vatandaşlık Davranışlarının Oluşumunda ve Sosyal Kaytarma ile İlişkisinde Duygusal Zekâ ve Lider Üye Etkileşiminin Rolü, Hacettepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Doktora Tezi, 2010.

Işık, Cem; Işık, Zennube; Tırak, Leyla: "Turizm Amaçlı Konaklama İşletmelerinde Duygusal Emek ile Bireysel Yenilikçilik İlişkisi: Palandöken Örneği", **Uluslararası Ekonomi ve Yenilik Dergisi**, C.II, No:2, 2016, s.117-133.

Jensen, Eric: **Teaching with the Brain in Mind**, Virginia, USA, Association for Supervision and Curriculum Development, 2005.

Kalaycı, Şeref: **SPSS Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri**, Dinamik Akademi Yayın Dağıtım, 2018.

Kanbur, Aysun; Kanbur, Engin: "Yenilik Kaynaklarının Kullanılma Düzeyinde Beyaz Yakalılar Arasındaki Farklılıkların İncelenmesi", **Uluslararası Yönetim ve Sosyal Araştırmalar Dergisi,** C.I, No:1, 2014, s.10-23.

Karen Van Der Zee; Melanıe Thıjs; Lolle Schakel: "The Relationship of Emotional Intelligence with Academic Intelligence and the Big Five", **European Journal of Personality**, Vol.CXXV, 2002, pp.103-125.

Kavas, Metin: " Bireysel Yenilikçi Kişilik Özelliği ve İnovatif Davranışa Etki Eden Faktörlere Yönelik Nicel Ve Nitel Bir Araştırma", **Kara Harp Okulu Bilim Dergisi**, C.XXVII, No:2, 2017, s.137-156.

Kavcar, Barış: Duygusal Zekâ İle Akademik Başarı ve Bazı Demografik Değişkenlerin İlişkileri: Bir Devlet Üniversitesi Örneği, Ankara Üniversitesi Sosyal

Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Doktora Tezi, 2011.

Kavrakoğlu, İbrahim: **İnovasyon/Yönetimde Devrimin Rehberi**, Alteo Yayınları, 2006.

Kılıçer, Hasan: Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Öğretmen Adaylarının Bireysel Yenilikçilik Profilleri, Bilgisayar ve Öğretim Teknolojileri Eğitimi Anabilim Dalı, Eskişehir Anadolu Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Eskişehir, Doktora Tezi, 2011.

Kılıçer, Kerem; Odabaşı, Hatice F.: "Bireysel Yenilikçilik Ölçeği (BYÖ): Türkçeye Uyarlama, Geçerlik ve Güvenirlik Çalışması", **Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, C.XXXVIII, 2010, s.150-164.

Kinnunen, Jussi: "Gabriel Tarde as a Founding Father of Innovation Diffusion Research", **Acta Sociologica**, Vol.39, No:1, t.y.

Kline, Paul: **An Easy Guide To Factor Analysis.** New York, Routledge, 1994.

Konakay, Gönül: Duygusal Zekânın Akademisyenlerde Tükenmişlik ile İlişkisinin İncelenmesi, Kocaeli Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Programı, Yönetim ve Organizayon, Doktora Tezi, 2010.

Korucu, Agah T.; Olpak, Yusuf Z.: "Öğretmen Adaylarının Bireysel Yenilikçilik Özelliklerinin Farklı Değişkenler Açısından İncelenmesi", **Eğitim Teknolojisi Kuram ve Uygulama**, C.5, No:1, 2015, s.111-127.

Kotler, Philip: **Marketing Management,** Prentice Hall International Inc., 1999.

Köse, Bekir: Tüketici Yenilikçiliği ve Yeniliklerin Benimsenmesi: Bir Yenilik Olarak Mobil İnternet, Afyon Kocatepe Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, Doktora Tezi, 2013.

Özdemir, Kutay; Özkul, Ahmet S.: "The Relationship Between Emotional Intelligence Dimensions And Leadership Practices: A Study On White-Collar Employees In Defense Industry", **Suleyman Demirel University The Journal of Faculty of Economics and Administrative Sciences**, Vol.XXI, No:4, 2016, pp.1449-1463.

Lin, Zhibin; Filieri, Raffaele: "Airline passengers' continuance intention towards online check-in services: The role of personal innovativeness and subjective knowledge", **Transportation Research Part E: Logistics and Transportation Review**, 2015, Vol.LXXXI, pp.158-168.

Lopes, Paulo N., Salovey, P., Straus R.: "Emotional Intelligence, Personality, and the Perceived Quality of Social Relationships", **Personality and Individual Differences**, Vol.XXXV, 2003, pp.1018-1034.

Mayer, John D.; Salovey, Peter; Caruso, David, R.; Sitarenios, Gill: "Emotional Intelligence as Standard Intelligence", **American Psychological Associaition**, Vol.I, No:3, 2001, pp. 232-242.

Mayer, John D.; Cobb, Casey D.: "Educational Policy on Emotional Intelligence: Does It Make Sense?", **Educational Psychology Review**, Vol.XII, No:2, 2000, pp.163-183.

Mayer, John D.; Caruso, David R.; Salovey, Peter: "Emotional Intelligence Meets Tradational Standarts for an Intelligence", **Intelligence**, Vol.XXVII, No:4, 1999, pp.267-298.

Mayer, John, D.; Salovey, Peter:	**Emotional Development And Emotional Intelligence: Educational Implications**, Ed. By. Peter Salovey, David J. Sluyter, New York, Basic Books, 1997.
Mayer, John D.; Salovey, Peter:	"Emotional intelligence and regulation of feelings the construction", **Applied & Preventive Psychology**, Vol.IV, 1995, pp.197-2008.
Mayer, John D.; Salovey, Peter:	"Emotional Intelligence", **Imagination Cognition and Personality,** 1990, pp.185-211.
Miao, Chao; Humphrey, Ronald H.; Qian, Shanshan:	"Are The Emotionally İntelligent Good Citizens Or Counterproductive? A Meta-Analysis Of Emotional İntelligence And İts Relationships With Organizational Citizenship Behavior And Counterproductive Work Behavior", **Personality and Individual Differences**, Vol.CXVI, 2017, pp.144-156.
Midglye, David F. ve Dowling, Grahame R.:	"Innovativeness: The Concept and Its Measurement", **Journal of Consumer Research**, Vol.IV, No:4, 1978, pp.229-242.
Mumcuoğlu, Özlem:	"Bar-On Duygusal Zekâ Testi'nin Türkçe Dilsel Eşdeğerlik Güvenirlik ve Geçerlik Çalışması", Marmara Üniversitesi, Yüksek Lisans Tezi, 2002.
Mohr, Jakki J.; Sengupta Sanjit, Slater Stanley:	**Marketing of High-Technology Products and Innovations**, Prentice Hall, 2009.
Noh, Noraini M; Hamzah Mahizer; Abdullah Norazilawati:	"The Influence of Demographic Factor on Personal Innovativeness Towards Technology Acceptance", **Malaysian Online Journal of Educational Technology**, Vol.IV, 2011.

Nikolaou Ioannis; Tsaousis Ioannis : “Emotional Intelligence in The Workplace: Exploring Its Effects On Occupational Stress and Organizational Commitment”, **The International Journal of Organizational Analysis**, Vol.X, No:4, 2002, pp.327-342.

Ngah, Rohana; Salleh, Zarina: “Emotional Intelligence and Entrepreneurs’ innovativeness towards Entrepreneurial Success: A Preliminary Study”, **American Journal of Economics**, Vol. V, No:2, 2015, pp. 285-290.

Nybakk, Erlend: “Entrepreneurial Attitude, Innovation And Performance Among Norwegian Nature-Based Tourism Enterprises”, **Eric Hansen Forest Policy and Economics**, Vol.X, 2008, pp. 473–479.

OECD; Eurostat: **Oslo Manual, Guidelines for Collecting and Interpreting Innovation Data**, Organisation for Economic Co-operation and Development, 2005, pp.1-113.

Oginska-Bulık, Nina: “Emotional Intelligence In The Workplace: Exploring Its Effects On Occupational Stress And Health Outcomes In Human Service Workers” **International Journal of Occupational Medicine and Environmental Health**, Vol.XVIII, No 2, 2005, pp.167-175.

Oğuztürk, Bekir S.: Türkoğlu, Musa: “Yenilik ve Yenilik Modelleri”, **Doğu Anadolu Bölgesi Araştırmaları**, 2004, s.14-20.

Ulutaş, İlkay: “Psicometric Properties of the Trait Emotional Intelligence Questionnaire (TEIQe) in Turkish”, **Curr Psychol**, Springer, 2017.

Pelenk, Saadet, E.: "Bireysel Yenilikçi Davranışların Bireysel İş Performansı Üzerindeki Etkisi: Teknoloji Çalışanları Üzerinde Bir Araştırma", **Journal of Emerging Economies and Policy**, Vol.II, No:2, 2017, pp.2-14.

Petrides, K. V.; Furnham, A.: " The Role of Trait Emotional Intelligence in a Gender-Specific Model of Organizational Variables", **Journal of Applied Social Psychology**, Vol.XXXVI, No:2, 2006, pp.552–569.

Petrides, K. V.; Furnham, A.: "Trait emotional intelligence: psychometric investigation with reference to established trait taxonomies", **European Journal of Personality**, No:15, 2001, pp.425-448.

Petrides, K. V.; Furnham, A.: "On the dimensional structure of emotional intelligence", **Personality and Individual Differences 29**, Vol. IV, No: 4, 2000, pp.313-320.

Poon, James; Fatt, Teng.: "Emotional Intelligence: For Human Resources Managers", **Managment Research News**, Vol.XXV, No:11, 2002, pp.57-74.

Potocana, Vojko; Nedelkoa, Zlatko: "Innovativeness of IT Managers - Exploring Influences of Personal Values on IT Managers' Innovativeness", **Procedia Technology**, Vol.IX, 2013, pp.291-303.

Püsküllüoğlu, Ali: **Türkçe Sözlük**, Doğan Kitap, 2000.

Rogers, Everett. M.: **Diffusion of Innovations**, Macmillian Publishing Co., 1995.

Rogers, Everett: "Diffusion of Preventive Innovations", **Addictive Behaviors**, Vol.XXVII, 2002, pp.989-993.

Sağsan, Mustafa: "Bilişim Sektöründeki Firmaların Örgütsel Tasarımlama Yaklaşımı Çerçevesinde Yenilik Yapma Eğilimleri" Başkent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü İşletme Anabilim Dalı, 2008. Yayınlanmamış Doktora Tezi.

Sakkijha, Jumana M.; Hamdan, Rahmeh M.; Al-Nabulsi, Tala M.; Alzougool, Basil: "The Impact of Emotional Intelligence on Employees' Creativity in the Innovation Companies in Jordan", **Ubiquitous Computing and Communication Journal**, Vol.IX, No:3, 2015, pp.1472-1477.

Salovey, Peter; Mayer, John D.: "Emotional Intelligence", **Imagination, Cognition and Personality,** Vol.IX, No:3, 1990.

Sánchez-Ruiz, María J.; Pérez-González, Juan C.; Petrides, K. V: "Trait Emotional Intelligence Profiles of Students From Different University Faculties" 2010, **Australian Journal of Psychology**, Vol.LXII, No:1, 2010, pp. 51–57.

Scherer, Klaus R.: **Emotion**, **Introduction To Social Psychology: A European Perspective,** 3rd. Ed., pp.151-191, Oxford: Blackwell, 2002.

Schutte, Nicola.; Malouff, John M.; Thorsteinsson, Einar B.; Navjot, Bhullar; Rooke, Sally E.: "A Meta-Analytic Investigation of The Relationship Between Emotional Intelligence and Health" **Personality and Individual Differences**, Vol.XLII, 2007, pp.921-933.

Schutte, Nicola : Malouff, John M.; Hall, Lena E.; Haggerty, Donald J.; Cooper, Joan T; Golden, Charles J.; Dornheim, Liane : "Development and validation of a measure of emotional intelligence", **Dornheim Personality and Individual Differences**, 1998, pp.167-177.

Singh, Daliph: **Emotional Intelligence at Work**, New Delhi: Response Books, 2006.

Surry, D.W.; Brennan, J. P.: "Diffusion of Instructional Innovations: Five Important, Unexplored Questions", 1998, (Çevrimiçi) http://www.eric.ed.gov/PDFS/ED422892.pdf, 17 Ocak 2018.

Steele, John; Murray, Mike: "Creating, supporting and sustaining a culture of innovation", **Engineering, Construction and Architectural Management**, Vol.XI, No:5, 2004, pp.316-322.

Sternberg, Robert J.: "Concept of Intelligence and Its Role in Lifelong Learning and Success", **American Psychologist**, Vol.VII, No:10, 1997, pp.1030-1037.

Sternberg, Robert J.: "A Borad View of Intelligence: The Theory of Successful Intelligence", **Consulting Psychology Journal: Practice and Research,** Vol.VV, No:3, 2003, pp.139-154.

Szto, Elson: "Innovation Capacity: Working Towards A Mechanism For Improving Innovation Within An Inter-Organizational Network", **The TQM Magazine,** Vol.XII, No:2, 2000, pp. 149-158.

Tatar, Arkun; Özdemir, Hüdanur; Çelikbaş, Behmen: "Gelir Getiren Bir İşte Çalışan ve Çalışmayan Kadınlarda Duygusal Öz-Farkındalık Düzeylerinin İncelenmesi", **İş'te Davranış Dergisi**, C.III, No:1, 2018, s.31-41.

TDK: "Yenilikçilik", 2006, (Çevrimiçi) https://pvp.tc/L9Qr, 22 Şubat 2018.

Thi, Lam, L.; Kirby Susan L.: "Is Emotional Intelligence an Advantage? An Exploration of the Impact of Emotional and General Intelligence on Individual Performance", **The Journal of Social Psychology**, Vol.CXLIII, No:1, 2002, pp.133-143.

Tushman, Michael L; Anderson, Philip: "Technological Discontinuities and Organizational Environments", **Administrative Science Quarterly**, Vol.XXXI, No: 3, 1986, pp. 439-465.

Usluel, Yasemin Koçak; Mazman, Sacide Güzin: "Eğitimde Yeniliklerin Yayılımı, Kabulü ve Benimsenmesi Sürecinde Yer Alan Öğeler: Bir İçerik Analizi Çalışması", **Çukurova Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi**, C.III, 39, 2010.

Uzkurt, Cevahir: **Yenilik (İnovasyon) Yönetimi Ve Yenilikçi Örgüt Kültürü (Kültürel, Yönetimsel Ve Makro Yaklaşım)**, Beta Yayınları, 2017.

Walsh Mary M., Lynch, Patrick; Harrington, Denis: "A Capability-Based Framework For Tourism Innovativeness", **Irish Journal of Management**, Vol.XXXI, No:1, 2011, pp.21-41.

Wolff, Steven B.: "Emotional Competence Inventory (ECI) Technical Manual", **Hay Group, McClelland Center for Research and Innovation**, Prepared DBA, 2005.

World Economic Forum: **The Future of Jobs: Employment, Skills and Workforce Strategy for the Fourth Industrial Revolution**, Global Challenge Insight Report, World Economic Forum, January 2016.

Vanberg Viktor: Innovation, Cultural Evolution, And Economic Growth, **Explaining Process and Change, Approaches to Evolutionary Economics**, Edit. By. Ulrich Witt, Michigan, USA, University Press, 1992.

Venkatesh, Viswanath; Morris, Michael G.; Davis, Gordon B., Davis, Fred D.: "User Acceptance of Information Technology: Toward a Unified View", **", Management Information Systems Research Center (MIS Quarterly)**, Vol.XXVII, No: 3, 2003, pp. 425-478.

Yaşlıoğlu, Murat M.; Pekdemir Işıl; Toplu: "Duygu, Duygusal Zekâ ve Çatışma Yönetimi Yöntemleri Arasındaki İlişki ve Bu İlişkide Lider Üye Etkileşiminin Rolü", **Yönetim Bilimleri Dergisi,** C.II, No:22, 2013, s.191-220.

Yelkikalan, Nazan: "21. Yüzyılda Girişimcinin Yeni Özelliği: Duygusal Zekâ", ÇOMÜ Dergileri, **Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi**, C.I, No: 2, 2006.

Yeloğlu, Hakkı O. : " Örgüt, Birey, Grup Bağlamında Yenilik ve Yaratıcılık Tartışmaları, **Ege Akademik Bakış**, C. VII, No:1, 2007, s.133-152.

Zehir, Cemal; Gemici, Evrim; Köle, Mahmut: "Emotional and Learning Capability And Their Impact On Team Performance and Product Innovativeness In R&D Teams", **Journal of Business, Economics and Finance**, Vol.6, No:2, 2017.

Zehrer, Anita: "Innovativeness in Tourism: "The Perception of Innovation Awards Participants", **Journal of Tourism**, Vol.XIV., No:1, 2013, pp.11-29.

Zhou, Kevin Z.; Yim, Chi Kin (Bennett); Tse, David K.: "The Effects of Strategic Orientations on Technology- and Market-Based Breakthrough Innovations", **Journal of Marketing**, Vol.LXIX, No:2, 2005, pp.42-60.

EK-1

Değerli Katılımcı,

Bu araştırma; çalışanların duygusal zekâları ile bireysel yenilikçilik özellikleri arasındaki ilişkilerin belirlenmesi amacıyla yapılmaktadır. Araştırma kapsamında kişisel bilgiler tamamen akademik amaçla toplanacak ve araştırmacılar dışında hiçbir kişi ya da kurum ile paylaşılmayacaktır. Araştırmanın geçerliliği ve güvenilirliği açısından her sorunun cevaplanmasının önemli olduğunu belirtir, gösterdiğiniz anlayış ve destek için teşekkür ederiz.

Fatma Halide TUNCER **Dr. Öğr. Üyesi Rıza DEMİR**
(Tez Danışmanı)

BÖLÜM A: DUYGUSAL ZEKA

Lütfen aşağıdaki her ifadeyi, o ifadeye katılma ya da katılmama derecenizi en iyi yansıtan rakamı daire içine alarak cevaplayınız.						
[1] : Hiç katılmıyorum [2] :Katılmıyorum [3] : Kararsızım [4] : Katılıyorum [5] : Tamamen katılıyorum						
1	Duygularımı kelimelerle ifade etmek benim için sorun değildir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2	Olayları başkasının bakış açısından görmek genellikle bana zor gelir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
3	Genelde yüksek motivasyonlu birisiyim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
4	Duygularımı kontrol etmek genellikle bana zor gelir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
5	Genelde hayatı zevkli bulmam.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
6	İnsanlarla etkin bir şekilde başa çıkabilirim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
7	Verdiğim kararları çok sık değiştiririm.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
8	Çoğu zaman ne hissettiğimi anlayamam.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
9	Birçok iyi özelliğe sahip olduğumu düşünüyorum.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
10	Genellikle kendi haklarımı savunmakta zorlanırım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
11	Başkalarının duygularını etkileyebilirim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
12	Çoğu şey hakkında genellikle karamsar düşünürüm.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
13	Yakınımdakiler sık sık kendilerine iyi davranmadığımdan yakınır.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
14	Yeni durumlara uyum sağlamam çok zordur.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
15	Genelde stresle başa çıkabilirim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
16	Yakınlarıma şefkatimi göstermekte genelde zorlanırım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
17	Kendimi başkalarının yerine koyup onların duygularını hissedebilirim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
18	Motivasyonumu korumakta zorlanırım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
19	İstediğimde duygularımı kontrol altına almanın yollarını genellikle bulabilirim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
20	Genelde hayatımdan memnunum.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
21	Kendimi iyi bir arabulucu olarak tanımlayabilirim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
22	Sonradan pişman olacağım şeyler yaparım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
23	Genellikle içimden geçen duygulara dikkat ederim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
24	Birçok güçlü yanım olduğuna inanırım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
25	Tartışırken haklı olduğumu bilsem dahi geri çekilirim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
26	Başka insanların duyguları üzerinde hiç bir etkim yokmuş gibi gelir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
27	Olayların genelde iyi sonuçlanacağına inanırım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
28	Yakınlarıma dahi bağlanmak benim için zordur.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
29	Kendi becerilerimi yeni durumun gerekliliklerine göre uydurabilirim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
30	Çoğu zaman çok sakin ve mutluyumdur.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

BÖLÜM B: BİREYSEL YENİLİKÇİLİK

Lütfen aşağıdaki her ifadeyi, o ifadeye katılma ya da katılmama derecenizi en iyi yansıtan rakamı daire içine alarak cevaplayınız.

[1] : Hiç katılmıyorum [2] :Katılmıyorum [3] : Kararsızım [4] : Katılıyorum [5] : Tamamen katılıyorum

1	Arkadaşlarım öneri veya bilgi almak için sık sık bana başvururlar.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
2	Yeni fikirleri denemekten hoşlanırım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
3	Bir şeyi yapmanın yeni yollarını ararım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
4	Genellikle yeni fikirleri kabullenmekte temkinliyimdir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
5	Bir sorunu çözerken yanıt açık olmadığı zaman çözüm için çoğu kez yeni yöntemler geliştiririm.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
6	Yeni icatlara ve yeni düşünce tarzlarına karşı şüpheciyimdir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
7	Çevremdeki insanların büyük bir çoğunluğunun kabul ettiğini görene kadar yeni fikirlere pek itibar etmem.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
8	Arkadaş grubum içinde etkili bir birey olduğumu düşünürüm.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
9	Düşüncelerimde ve davranışlarımda kendimi yaratıcı ve özgün görürüm.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
10	Genellikle arkadaş grubum içinde yeni bir şeyi kabul eden son kişilerden biri olduğumu düşünüyorum.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
11	Yaratıcı bir kişiliğe sahibimdir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
12	Ait olduğum grubun liderlikle ilgili sorumluluklarını almaktan hoşlanırım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
13	Çevremdeki bireylerde işe yaradığını görene kadar bir işi yapmanın yeni yollarını kabullenmekte isteksiz davranırım.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
14	Düşüncelerimde ve davranışlarımda özgün olmayı heyecan verici bulurum.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
15	Eski usul yaşam tarzının ve işleri eski yöntemlerle yapmanın en iyisi olduğunu düşünürüm.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
16	Belirsizlikler ve çözülmemiş problemler beni güdüler.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
17	Yenilikleri dikkate almadan önce diğer insanların o yeniliği kullandığını görmeliyim.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
18	Yeni fikirlere açığımdır.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
19	Cevabı belirsiz sorular beni heyecanlandırır.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)
20	Yeni fikirlere karşı çoğunlukla şüpheciyimdir.	(1)	(2)	(3)	(4)	(5)

BÖLÜM C: SOSYO-DEMOGRAFİK ÖZELLİKLER

Cinsiyetiniz? ( ) Kadın ( ) Erkek	**Medeni Haliniz?** ( ) Bekar ( ) Evli
Eğitim Durumunuz? ( ) Ortaöğrenim ( ) Lise ( ) Lisans ( ) Lisansüstü	**Yaşınız?** ( ) 18–25 ( ) 26–30 ( ) 31–35 ( ) 36–40 ( ) 41–45 ( ) 46 ve yukarısı
Bu sektörde çalışma süreniz? ( ) 1 yıldan az ( ) 1–3 yıl ( ) 4–7 yıl ( ) 8–10 yıl ( ) 10 yıldan fazla	
Mevcut işletmenizde çalışma süreniz? ( ) 1 yıldan az ( ) 1–3 yıl ( ) 4–7 yıl ( ) 8–10 yıl ( ) 10 yıldan fazla	
Yönetsel bir göreviniz var mı? Varsa lütfen belirtiniz:	