



7. ÖRGÜTSEL DAVRANIŞ KONGRESİ

01>02 KASIM 2019

BURDUR MEHMET AKİF ERSOY
ÜNİVERSİTESİ

BİLDİRİLER KİTABI

Editörler

Doç. Dr. Ali Murat ALPARSLAN
Arş. Gör. Dorukcan PEHLİVAN
Öğr. Gör. Seher YASTIOĞLU
Arş. Gör. Ömer Faruk OKTAR
Arş. Gör. Funda KIRAN

Düzenleyen

Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Bucak İşletme Fakültesi

odk.mehmetakif.edu.tr 



ÖRGÜTSEL DAVRANIŞ

MAKÜ

BURDUR MEHMET AKİF ERSOY ÜNİVERSİTESİ

7. ÖRGÜTSEL DAVRANIŞ KONGRESİ
BİLDİRİLER KİTABI
1-2 KASIM 2019 / BURDUR

© Her hakkı saklıdır. Bu kitabın tamamı ya da bir kısmı, yazarlarının izni olmaksızın, elektronik, mekanik, fotokopi ya da herhangi bir kayıt sistemi ile çoğaltılamaz, yayınlanamaz, depolanamaz. Bu kitaptaki bilgilerin her türlü sorumluluğu yazarına aittir.

Düzenleyen

Burdur Mehmet Akif Ersoy Üniversitesi
Bucak İşletme Fakültesi

Eser Adı

7. Örgütsel Davranış Kongresi Bildiriler Kitabı

Derleyen

Arş. Gör. Dorukcan PEHLİVAN

Elektronik Yayın Formatı

PDF

İnternet Adresi

www.odk.mehmetakif.edu.tr

ÇALIŞANLARIN DUYGUSAL ZEKÂLARININ BİREYSEL YENİLİKÇİLİKLERİ ÜZERİNE ETKİSİ

Araştırma Görevlisi Fatma Halide Tuncer

İbn Haldun Üniversitesi, halide.tuncer@ihu.edu.tr

Dr. Öğretim Üyesi Rıza Demir

İstanbul Üniversitesi, rdemir@istanbul.edu.tr

Özet

İşletmelerin yeni teknoloji ve uygulamaları takip etmesi günümüzün rekabetçi koşullarına ayak uydurabilmeleri için kaçınılmazdır. Firmalarda çalışanların bireysel yenilikçilik özelliğine sahip olması işletmenin yaratıcı ürün ve hizmet geliştirmesine yardımcı olacak bir faktördür. Bireylerin iş başarısı üzerindeki faydası sayısız çalışmalar tarafından kanıtlanmış olan duygusal zekâ kavramının bireysel yenilikçilik özelliğine etki edip etmediği ise araştırılması gereken bir konu olarak karşımıza çıkmaktadır. Bu bağlamda yapılan araştırma, çalışanların duygusal zekâlarının bireysel yenilikçilikleri üzerindeki etkisini incelemek amacıyla gerçekleştirilmiştir. İstanbul'daki teknokentlerde faaliyet gösteren farklı sektörlerden firmalarda çalışan 164 kişinin katıldığı araştırma sonucuna göre, duygusal zekânın “iyi oluş” ve “sosyallik” boyutunun bireysel yenilikçiliğe pozitif yönde etki ettiği belirlenmiştir.

Anahtar Kelimeler - Duygusal Zekâ, Bireysel Yenilikçilik, Teknokent, Teknoloji.

1. Giriş

Araştırmanın temel amacı, yenilikçilik ile doğrudan bağlantılı olan teknoloji firmalarında çalışanların duygusal zekâ yeteneklerinin bireysel yenilikçilikleri üzerindeki etkisini tespit etmektir. Duygusal zekânın bireylerin yenilikçilik düzeylerine olan etkisi tespit edildikten sonra özellikle yeni ürün ve hizmet geliştiren firmaların çalışma hayatında duygusal zekâ konusundan nasıl faydalanabileceklerine dair öneriler sunulmuştur. Duygusal zekâ açısından demografik faktörlere göre farklılık olup olmadığının incelenmesi de araştırmanın alt amaçları arasında gösterilebilir. Literatürde yer alan duygusal zekâ ve bireysel yenilikçilikle ilgili çalışmalar, söz konusu değişkenler arasında sıklıkla bir pozitif ilişki tespit etmiştir. Ancak, duygusal zekânın çalışmamızda kullanılan

alt boyutları itibariyle bireysel yenilikçiliğe etkisinin araştırılmadığı görülmektedir. Ayrıca; teknokent çalışanlarının duygusal zekâsının, yenilikçilik düzeyleri üzerindeki etkisinin yüksek olması beklenirken, böyle bir araştırmaya teknokentler özelinde rastlanmamıştır. Bu nedenle araştırma; teknokentlerde faaliyet gösteren kuruluş amacı itibariyle yeni ürün veya hizmet üreten firmalardaki çalışanlar kapsamında, modern iş dünyasında öne çıkan duygusal zekâ becerisinin kişisel olarak yenilikçilik düzeylerine yaptığı katkıyı anlamayı sağlamaktadır.

2. Kavramsal Çerçeve

Araştırma kapsamında iki değişken yer almaktadır. Bu değişkenlerden biri duygusal zekâdır. Duyguların ve zekânın ayrı kavramlar olduğuna dair yaygın kabule rağmen 1920'lerin başında literatüre giren “duygusal zeka” (Mayer v.d., 2000); bir kişinin kendisinin ve başkalarının duygularını doğru algılaması, değerlendirmesi, ifade etmesi ve bu duyguları düzenleyerek duygusal ve zihinsel gelişim sağlama yeteneğidir (Mayer ve Salovey, 1997). Konuyla ilgili literatürde duygusal zekâ, geliştirilen belirli modellerde farklı alt boyutlar çerçevesinde incelenmiştir. Çalışma kapsamında Petrides ve Furnham tarafından geliştirilen Kişilik Özelliği Modeli'nden yararlanılmıştır. Petrides ve Furnham Modeli'ne göre duygusal zekâ; “iyi oluş”, “öz-kontrol”, “duygusallık” ve “sosyallik” olmak üzere dört boyuttan oluşmaktadır. İyi oluş, kişinin özgüvenli, mutlu ve iyimser olma halini ifade eder. Öz-kontrol boyutu, duygu kontrolü yapabilmek, stresi yönetebilmek ve dürtülerini kontrol edebilmek anlamına gelmektedir. Bir diğer boyut olan duygusallık, başkalarının ve kendinin duygularını algılama, ifade etme ve empati geliştirerek ilişki kurabilme özelliklerinden oluşur. Sosyallik boyutu ise, sosyal farkındalık içinde başkalarının duygularını yönlendirmeyi ve kararlılıkla yeni koşullara uyum gösterebilmeyi temsil etmektedir (Sanchez v.d., 2010).

Araştırmanın ikinci değişkeni “bireysel yenilikçilik”tir. Bireysel yenilikçilik, kişinin değişiklik yapmaya yönelik hevesli tutumunu ve yeni şeyleri denemeye ilişkin istekliliğini ifade eden bir kişilik özelliğidir (Zhibin ve Filieri, 2015). Literatürde öne çıkan Hurt v.d.'nin çalışmalarına göre bireysel yenilikçilik değişime direnç, fikir önderliği, deneyime açıklık, risk alma unsurlarından oluşmaktadır (Hurt v.d., 1977).

3. Araştırmanın Yöntemi

3.1. Araştırmanın Evreni ve Örneklemi

İstanbul'da bulunan Boğaziçi Teknopark, İTÜ ARI Teknokent, Yıldız Teknopark, Teknopark İstanbul ve İstanbul Teknokent'te faaliyet gösteren çeşitli sektörlerden firmalarda çalışanlar araştırmanın evrenini temsil etmektedir. Örneklem yöntemi olarak, araştırmacılara zaman ve erişilebilirlik açısından uygun olduğu için kolayda örneklem tercih edilmiştir.

3.2. Veri Toplama Aracı

Araştırmanın veri toplama aracı olarak kullanılan anketin ilk bölümünde; Petrides ve Furnham (2001) tarafından geliştirilen ve Ulutaş (2017) tarafından Türkçeye uyarlanan “Duygusal Zekâ Özelliği Ölçeği-Kısa formu (DZÖÖ-KF)” kullanılmıştır. Ölçek, duygusal zekâyı otuz ifade ve dört boyut ile ölçmektedir. 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 hazırlanan ölçeğin dört boyutu bulunmaktadır. Anket formunun üçüncü bölümünde ise; katılımcılara demografik özelliklerine yönelik sorular sorulmuştur. Buna göre; yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu, sektörde çalışma süresi, işletmede çalışma süresi ve herhangi bir yönetsel görevinin olup olmadığı cevaplanması istenen bilgilerdir.

3.3. Veri Analizi

Ankette, “1: Hiç Katılmıyorum; 2: Katılmıyorum; 3: Kararsızım; 4: Katılıyorum; 5: Tamamen Katılıyorum” seçeneklerinden oluşan beşli Likert ölçeği kullanılmıştır. Toplanan veriler SPSS Statistics 20 paket programında analiz edilmiştir. Araştırmanın hipotezlerinin test edilmesi için kullanılan istatistik teknikler; T-Testi, Anova, Pearson Korelasyon ve Regresyon Analizi'dir. Ayrıca, çalışanların ilgili tüm konulara yönelik tercih ve görüşlerinin belirlenebilmesi amaçlanmış olup, bu kapsamda bazı tanımlayıcı istatistik analizlerden (frekans, yüzde dağılımları, aritmetik ortalama, standart sapma) faydalanılmıştır.

Ölçeklerin güvenilirliği içinse Cronbach's Alpha güvenilirlik değerleri hesaplanmıştır. Verilerin güvenilirliğine ilişkin sonuçlar Tablo 1. 'de görülebilir.

Tablo 1: Ölçeklere Yönelik Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Ölçekler	Madde Sayıları	Cronbach's Alpha Değerleri
Duyusal 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 araştırmalar açısından iyi derecede güvenilir olduğu söylenebilir (Kalaycı, 2018).

4. Bulgular

Araştırma kapsamında; teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâları ile bireysel yenilikçilikleri arasındaki ilişki ve etki tespit edilmeye çalışılmıştır.

H1: Teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâları ile bireysel yenilikçilikleri arasında ilişki vardır.

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. Buna göre; H1 hipotezi kabul edilmiştir.

H1a: 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 H1a hipotezi kabul edilmiştir. Buna göre, teknoloji şirketlerinde çalışanların, duygusal zekâlarının iyi oluş boyutu ile bireysel yenilikçilikleri arasındaki ilişkiden söz edilebilir.

H1b: 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 H1b hipotezi kabul edilmiştir.

H1c: 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 H1c hipotezi kabul edilmiştir.

H1d: 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 H1d hipotezi kabul edilmiştir. Buna göre, teknoloji şirketlerinde çalışanlar için duygusal zekânın sosyallik boyutu ile bireysel yenilikçilikleri arasında ilişki olduğu söylenebilir.

H2: Teknoloji şirketlerinde çalışanların duygusal zekâların bireysel yenilikçiliklerini etkilemektedir.

Yapılan regresyon analizi sonucu R2 değeri 0,364 olarak bulunmuştur. Yani, 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 H2 hipotezi kabul edilmiştir. Varyans analizinin sonuçlarına göre ise F istatistiği 22,790 ve bu değer anlamlılık düzeyi 0,00'dır. Anlamlılık değeri 0,05'ten küçük olduğu için modelin istatistiksel olarak tümüyle anlamlı olduğu sonucuna ulaşılabılır. Buna göre bireysel yenilikçiliği duygusal zekâ ile açıkladığımız model anlamlı bir modeldir.

Tablo 3: Regresyon Analizine Yönelik Parametre Tahminleri						
Model	Standartlaşmamış katsayılar		Standartlaşmış katsayılar		T	Anlamlılık Değeri
	B	Std. Hata	Beta			
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						
p<0.05 için *, p<0.01 için ** ve p<0.001 için ***						

Tablo 3. 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:

$$\text{Bireysel Yenilikçilik} = 1,115 + (0,276 \times \text{İyi Oluş}) + (0,245 \times \text{Sosyallik})$$

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

Çalışmada son olarak katılımcıların demografik özelliklerine ait bilgiler toplanmıştır. Buna göre; katılımcıların 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) mezundur. Yaş durumlarına göre, 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 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.

5. Sonuç ve Tartışma

Araştırma, teknokentlerde faaliyet gösteren teknoloji firmalarında çalışanların duygusal zekâlarının bireysel yenilikçiliklerine etki edip etmediğini belirlemek amacıyla yürütülmüştür. Duygusal zekânın boyutları itibariyle tek tek incelendiği çalışma sonucundan elde edilen bulgulara göre; duygusal zekâ ile bireysel yenilikçilik arasında pozitif yönlü, orta kuvvette ve anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir. Duygusal zekânın “iyi oluş, öz kontrol, duygusallık, sosyallik” boyutlarından “iyi oluş ve sosyallik” boyutunun çalışanların bireysel yenilikçiliklerini olumlu yönde etkilediği görülmüştür. Böylece, duygusal zekâsı yüksek çalışanların yenilik yapmaya daha yatkın olduğu söylenebilir. Araştırmada yararlanılan Petrides ve Furnham modelinde iyi oluş kavramı öz güven, mutlu olma özelliği ve iyimserlik ile açıklanmaktadır. Buna göre, yaptığı işe ve kendine güvenen, işinden memnun, yaşamında olumlu noktalara odaklanan kişilerin yenilikçilik özelliğinin yüksek olduğunu anlaşılmaktadır. Benzer şekilde, kendini motive eden, insanlarla iyi ilişkiler kuran, duygularını yöneten, yeni koşullara kolay alışan kişilerin bu

özellikleri sosyallik boyutu ile ifade edilmekte olup, bireysel yenilikçiliklerini artırdığı sonucuna ulaşılmıştır.

Literatürde bazı çalışmalar iyi oluşun ve sosyalliğin yenilikçilikle ilişkisini ortaya koyar. Örneğin, Honkaniemi v.d. (2015) yüksek düzeyde iyi oluşun yenilikçiliği artırdığını, düşük düzeydeki iyi oluşunsa yenilikçiliği azalttığı sonucuna ulaşmıştır. Büyükbeşe v.d. (2017), sosyalliğin diğer bir ifadesi olan duyguların kullanımı ile yenilikçilik arasındaki ilişkiyi vurgulamıştır. Bir bütün olarak duygusal zekânın bireysel yenilikçilik üzerindeki olumlu etkisi de çeşitli araştırmalar tarafından kanıtlanmıştır (Büyükbeşe vd. 2017; Sakkijha v.d. 2015).

Demografik faktörler açısından bakıldığında, duygusal zekânın öz kontrol boyutu itibariyle cinsiyete ve yaşa göre farklılaştığı görülmüştür. Araştırmanın başında beklenen şekilde, erkeklerin öz kontrolü kadınlara göre ve yaşlıların öz kontrolü gençlere göre biraz daha yüksek çıkmıştır. Eğitim durumuna göre duygusal zekânın durumu incelendiğinde; iyi oluş ve sosyallik boyutlarının farklılaştığı sonucuna ulaşılmıştır. Buna göre; lisansüstü mezunlarının her iki boyut itibariyle de daha iyi oldukları söylenebilir. Diğer bir değişle, eğitim düzeyi duygusal zekâ konusunda insanlara fayda sağlayan bir faktör olarak öne çıkmaktadır. Yönetsel görevi olanların yönetsel görevi bulunmayanlara kıyasla duygusal zekâsı, duygusal zekânın tüm boyutları itibariyle daha yüksek çıkmıştır. Duygusal zekânın literatürde sıklıkla liderlikle çalışıldığı göz önüne alınacak olursa yöneticilerin duygusal zekâsının görece yüksek çıkması beklenir bir sonuçtur. Bununla birlikte, medeni durumun duygusal zekâ düzeyinde herhangi bir farklılık oluşturmadığı anlaşılmıştır.

Özetle, duygusal zekânın bireylerin belirli özellikleri üzerindeki etkisinin çeşitli araştırmalar tarafından ortaya çıkartılmasıyla çok sayıda uluslararası şirket gerek personel gerek yönetici seçimlerinde duygusal zekâyı önemli bir unsur olarak değerlendirmeye başlamıştır. Artık büyük firmalar işe alım sürecinde adayların teknik ve uzmanlık bilgisinin yanında duygusal zekâ düzeyini anlamaya yönelik görüşmeler yapmaktadır. Ülkemizde de özellikle teknoloji odaklı yerli firmaların benzer şekilde duygusal zekâsı yüksek çalışanlara sahip olması teknolojik ve ekonomik açıdan gelişimlerine yardımcı olacaktır. Bu konuda insan kaynakları departmanlarına büyük rol düşmektedir. Adayların duygusal zekâ yeterliliklerini test edici pratik uygulamaları araştırabilir, mevcut

çalışanlar için tasarladıkları geliştirici eğitimlerin arasına duygusal zekâ düzeyini artıran çeşitli programlar hazırlayabilirler. İşletmelerin çalışanlarında söz konusu yeterliliğin olması kısa vadede kurumsal açıdan ekonomik sürdürülebilirliğe imkân tanıyacak; uzun vadede ise ülkenin sosyo-ekonomik gelişimine katkı sağlayacaktır.

Bu araştırma, duygusal zekâyı hem bir yetenek hem de kişilik ile kurduğu güçlü ilişkiden dolayı kişisel bir karakter özelliği olarak ele alan ve literatüde az sayıda çalışmanın bulunduğu Petrides - Furnham modelini kullanarak literatürün genişlemesine katkı sağlamıştır. Bununla beraber evrenin üniversitelere bağlı teknokentlerdeki çalışanlardan oluşması araştırmanın bir sınırlılığıdır. Ancak bu sınırlılık çalışma sonuçlarının homojen bir grup bağlamında yorumlanmasını sağladığı için çalışmanın güçlü yönü olarak da düşünülebilir. Bir diğer sınırlandırma ise; çeşitli illerde dağınık şekilde konumlanan teknokentlerde İstanbul'a kıyasla daha az sayıda firma yer aldığından, araştırmanın il bazında yapılmasıdır.

Kaynakça

- Büyükbeşe, T. Direkçi, E. Erşahan B. (2017), Üniversite Öğrencilerinin Duygusal Zekâlarının İletişim Becerilerine ve Bireysel Yenilikçilik Seviyelerine Etkisi, *Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 7(3), 221-236.
- Castro, F. Gomes, J. De Sousa, F. C. (2012), Do Intelligent Leaders Make a Difference? The Effect of a Leader's Emotional Intelligence on Followers' Creativity, *Creativity and Innovation Management*, 21(2), 171-182.
- Honkaniemi, L. Lehtonen, M.H. ve Hasu, M. (2015), Well-Being and Innovativeness: Motivational Trigger Points For Mutual Enhancement, *European Journal of Training and Development*, 39(5), 393-40.
- Hurt, H. T., Joseph, K., ve Cook, C. D. (1977), Scales For The Measurement Of Innovativeness. *Human Communication Research*, 4, 58-65.
- Kalaycı, Ş. (2018). Spss Uygulamalı Çok Değişkenli İstatistik Teknikleri, Ankara: Dinamik Akademi Yayın Dağıtım.

- Kılıçer, K. Ve Odabaşı, H. F. (2010), Bireysel Yenilikçilik Ölçeği (Byö): Türkçeye Uyarlama, Geçerlik Ve Güvenirlik Çalışması, *Hacettepe Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi*, 38, 150-164.
- Mayer, J. D. Ve Peter S. (1997), Emotional Development And Emotional Intelligence: Educational Implications, New York: Basic Books.
- Sakkijha, J. M. Hamdan, R. M. Al-Nabulsi, T. M. Alzougool, B. (2015), The Impact of Emotional Intelligence on Employees' Creativity in the Innovation Companies in Jordan, *Ubiquitous Computing and Communication Journal*, 9(3), 1472-1477.
- Sanchez-Ruiz, M., J., Perez-Gonzalez, J., C., Petrides, K. V. (2010), Trait Emotional Intelligence Profiles Of Students From Different University Faculties, *Australian Journal Of Psychology*, 62(1), 51-57.
- Ulutaş, İ. (2017), Psicometric Properties Of The Trait Emotional Intelligence Questionnaire (Teiqe) In Turkish, *Current Psychology*.
- Zehir, C. Gemici, E. Köle, M. (2017), Emotional and Learning Capability And Their Impact On Team Performance and Product Innovativeness In R&D Teams, *Journal of Business, Economics and Finance*, 6 (2).
- Zhibin, L. Filieri, R. (2015), 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*, 81, 158-168.