TİASAD

Türk & İslam Dünyası Sosyal Araştırmalar Dergisi
The Journal of Turk & Islam World Social Studies

Yıl: 8, Sayı: 28, Mart 2021, s. 145-155

Ayşen AVCI

Ondokuz Mayıs Üniversitesi, aysenu088@gmail.com

İŞLETMELERDE DUYGUSAL ZEKANIN YENİLİĞE ETKİSİ

Özet

Yapılan çalışmada literatür taraması yapılarak işletmelerde çalışanların ve yöneticilerin duygusal zekalarının yenilikçiliklerini ne derece etkiledikleri ve duygusal zekanın yenilikçilik üzerinde ne derece etkili olduğu araştırılmaktadır. Çalışmada ilk olarak duygusal zekanın önemi, tarihsel gelişimi ve duygusal zekanın boyutları açıklanmaya çalışılmaktadır. Daha sonra değişen dünyada işletmelerin rekabet avantajı sağlayabilmeleri ve sürdürülebilirlik sağlayabilmeleri açısından önemli olan yenilikçilik kavramı açıklanarak yenilikçiliğin uygulanma süreçleri ve stratejileri hakkında bilgi verilmektedir. Son olarak da duygusal zeka ve yenilikçilik ilişkisi incelenerek aralarındaki ilişki ortaya koyulmaya çalışılmaktadır. Yapılan araştırmalar sonucunda yüksek duygusal zekaya sahip çalışanların yüksek yenilikçilik eğilimleri olduğu görülmektedir.

Anahtar Kelimeler: Duygusal Zeka, Duygusal Zeka Boyutları, Yenilikçilik

THE EFFECT OF EMOTIONAL INTELLIGENCE ON INNOVATION IN BUSINESS

Abstract

In this study, literature review is conducted to investigate the extent to which emotional intelligence of employees and managers affect their innovativeness and to what extent emotional intelligence is effective on innovativeness. First of all, the importance of emotional intelligence, its historical development and the dimensions of emotional intelligence are tried to be explained. Then, the concept of innovation, which is important for businesses to gain competitive advantage and ensure sustainability in the changing world, is explained and information is given about the implementation processes and strategies of innovation. Finally, the relationship between emotional intelligence and innovativeness is examined and the relationship between them is tried to be revealed. As a result of the researches,

it is seen that employees with high emotional intelligence have high innovative tendencies.

Keywords: Emotional Intelligence, Emotional Intelligence Dimensions, Innovation

GİRİŞ

Globalleşen dünyada artan rekabetle birlikte müşteri istek ve ihtiyaçlarının artması işletmeleri yenilikçi olmaya itmektedir (örücü vd., 2011).Günümüzde radikal değişiklikler göz önünde bulundurulduğunda toplumun değişimlerine ayak uydurmanın yanında daha iyi bir gelecek için değişimleri önceden tahmin eden ve değişimleri uygulayan firmalar başarılı olmaktadır (Tapour, 2018). Yenilikçi firmalar Pazar ihtiyaçlarını önceden tahmin ederek müşteri beklentilerinin üstüne çıkarak pazarda başarılı olabilmektedirler (Tsakalerou, 2016). İşletmelerin başarısı yenilikçi olmalarının yanında duygusal zekalarına da bağlı olmaktadır (Altındağ ve Köseadağı, 2015).

Artan teknolojiyle beraber işletmelerin başarısını arttırmada etkili olan çalışanların yaratıcılığı olmaktadır. Çalışanların duygusal zekaları da yaratıcılıklarını etkilemektedir (Sakkijha vd., 1992). Duygusal zeka, kişinin duygularını tanımlama, kullanma, yönetme ve başkalarının duygularını anlama yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Kaur, 2012). İşletmenin başarılı olmasını sağlayacak yenilikçiliğin artırılması duygusal zekayla ilgili olmaktadır (Tapour, 2018). Çalışanların yaratıcılığının geliştirilmesinde önemli rol oynayan duygusal zeka, işletmenin yenilikçi olmasını ve daha güçlü hedeflere ulaşmasını sağlamaktadır. Buna ek olarak pazarın ihtiyaçlarına yanıt verme hızı, ürün ömürlerindeki kısaltmalar, ürün ve hizmet kalitesi, tasarım, yeni ürün ve hizmetlerin geliştirilmesi, müşteri isteklerine göre ürün ve hizmet üretimi, yeni yönetim ve organizasyon modelleri gibi pek çok faktör de çok önemlidir(Kahramanoğlu,2020)(a).

Çalışmanın amacı duygusal zekanın ve duygusal zekanın alt boyutlarının işletmelerin yenilikçi davranışları üzerindeki etkisini göstermektir.

1. DUYGUSAL ZEKA

Hem özel hayatta hem de iş hayatında oldukça önemli olan duygusal zeka son zamanlarda üzerinde oldukça durulan bir konu haline gelmektedir (Durak, 2018). Goleman (1995) duygu kavramını, ruhsal ve fiziksel durumlara bağlı hisler ve düşünceler olarak tanımlamaktadır (Kalfaoğlu, 2018). Lam ve Kirby (2002) ise zeka kavramını, herhangi bir bilgiyi yeni durumlarda kullanabilme becerisi olarak tanımlamaktadır (Uluköy vd., 2016). Zeki bir şekilde duyguları kullanmak ise duygusal zeka kavramını oluşturmaktadır (Uluköy vd., 2016).

Yale ve Hampshire Üniversitesi'nde psikolog olan Slovey ve Mayer tarafından 1990 yılında ilk olarak ortaya çıkan duygusal zeka kavramı, kişinin kendi ve başkalarının duygularını anlaması, duyguları ayırması ve bu duyguları davranışlarında kullanma yeteneği olarak tanımlanmaktadır (Acar ve Uslu, 2017). Slovey ve mayer duygusal zekayı, duyguları ifade etmek, duyguları anlamak, duyguları kullanmak üzere 3 bölümde incelemektedir. Duyguları ifade etmek, kişinin kendi ve başkalarının duygularının farkında olmasını, duyguları anlamak, duygular arasında geçiş yapmayı ve duyguları kullanmak ise duygulara ulaşma yeteneğini ifade etmektedir (Yelikan, 2006; Ford & Martin, 2001).

Goleman (2016) duygusal zekayı yetenek ve yetenekleri etkileyen güç olarak tanımlamaktadır (Yüce ve Meriç, 2017). Diğer bir ifadeyle duygusal zeka, bireyin kendisini tanıma, empati kurabilme ve duygularını yönetebilme becerisi olarak da tanımlanmaktadır (Durak, 2018). Bar-On (2005) duygusal zekayı kişinin çevresinden gelen zorluklarla baş edebilmesini sağlayan duygusal yeterlilik olarak tanımlamaktadır (Doğan ve Şahin, 2007). Başka bir ifadeyle duygusal zeka, duyguları, fikirlerle ve faaliyetlerle bütünleştirme olarak tanımlanmaktadır (Eröz, 2013).

Aşağıdaki tabloda duygusal zekanın yıllar itibariyle gelişimi verilmektedir.

Tablo 1: Duygusal Zekanın Gelişimi

Yıl	Bilim A6damı	Gelişimi
1920	Thorndike	Sosyal zeka kavramının ilk olarak öne sürülmesi
1935	Edgar Doll	Çocuklarda sosyal zeka davranışını ölçen ilk testi geliştirmesi
1940	Wechsler	Genel zekanın düşünce sorunlarıyla ilgili olmayan her türlü kısmının ölçümünün yapılabileceğini öne sürmesi
1948	R.W. Leeper	Duygusal düşünce kavramının mantıklı düşünceye etkisi olduğunu öne sürmesi
1950	Abraham Maslow	“İnsan Modeli” adlı çalışmasıyla konuyla ilgili yeni araştırmalar yapılmasını teşvik etmesi
1980	Bar-On	Duygusal zekanın kapsamını oluşturmak için çalışmalara başlaması
1983	Howard Gardner	Çoklu zekalar ve intra fizik kapasite kavramlarını öne sürmesi
1985	Wayne Payne	Doktora tezinde “Duygunun İncelenmesi: Duygusal Zekanın Geliştirilmesi” kavramlarını kullanması
1985	Bar-On	Doktora tezinde “duygusal zeka” kavramını ilk ortaya koyan kişi olması
1990	Slovey & Mayer	Duygusal zekanın resmi olarak literatüre ilk kez girmesi
1997	Slovey & Mayer	Duygusal zekayı, duyguları doğru anlama, duyguları geliştirme, duyguları düzenleme ve duyguları kullanmayı sağlama yeteneği olarak tanımlaması
1995	Goleman	İlk “Duygusal Zeka” adlı kitabı ortaya çıkarması
1998	Goleman	“İş Başında Duygusal Zeka” adlı kitabı çıkararak duygusal zekanın bilişsel zekadan daha önemli olduğunu, duygusal zekanın yetersiz kaldığı durumlarda kişinin sosyal çevresinde sorun yaşayacağı belirtilmektedir.

Kaynak: Eröz (2013)’ den uyarlanmaktadır.

Tablo 1’de gösterildiği gibi duygusal zeka terimi ilk olarak Thorndike’ nin 1920 yılında yayınladığı “Sosyal Zeka” kavramından türemektedir. Aynı Goleman “İş Başında Duygusal Zeka” adlı kitabıyla duygusal zekanın önemini vurgulamaktadır. Goleman duygusal zekayı dünyaya duyuran ilk bilim adamı, Bar-On ilk duygusal zeka ölçeğini geliştiren bilim adamı ve Mayer ve Slovey ise duygusal zekanın literatürde yer almasını sağlayan bilim adamları olarak bilinmektedirler (Delice ve Günbeyi, 2013; Avcı, 2020).

Duygusal zeka yetenek ve kişisel özelliklerin karışımı olarak ifade edilen karma model olmak üzere ikiye ayrılmaktadır. Yetenek modelinde bireyin zihinsel becerilerine odaklanılırken karma modelde bireyin zihinsel yeteneklerinin yanında kişisel özelliklerine de odaklanılmaktadır. Mayer ve Slovey yetenek tabanlı duygusal zeka modelini benimserken Bar-On ve Goleman karma duygusal zeka modelini benimsemektedir (Doğan ve Şahin, 2007).

Aşağıdaki tabloda farklı duygusal zeka modellerini kullanan Goleman, Bar-On, Slovey ve Mayer’ e göre duygusal zeka boyutları verilmektedir.

Tablo 2: Duygusal Zekanın Boyutları

Bar-On (Karma Model)	Goleman (Karma Model)	Slovey, Mayer & Cruso (Yetenek Modeli)
Kişisel yetenekler	Duyguları tanımak	Duyguları fark etmek
Kişiler arası yetenekler	Duyguları yönetmek	Fikirleri yönetmek
Adapte olma yeteneği	Başkalarının duygularını anlamak	Duyguları anlama
Stresle baş edebilme becerisi	Duyguları harekete geçirmek	Duyguları yönetmek
Genel duygu hali	Sosyal beceri	

Kaynak: Delice ve Günbeyi (2013); Avcı (2020)’ den uyarlanmaktadır.

Goleman, Mayer, Slovey & Crusto modelinden esinlenerek duygusal zekanın boyutlarını geliştirmekte ve duyguları tanımak, duyguları yönetmek, başkalarının duygularını anlamak, duyguları harekete geçirmek ve sosyal beceri olmak üzere 5 boyutta incelemektedir (Çakar ve Arbak, 2004). Goleman’ ın 5 temel boyutu aşağıdaki açıklanmaktadır.

- 1. Duyguları Tanımak:** Bireyin kendi duygularının farkında olması ve kendi duygularının etkisini bilmesi olarak tanımlanmaktadır (Aysel, 2006: 88).
- 2. Duyguları Yönetmek:** Kişinin kendi duygularının kölesi olmadan ya da duygularını bastırmadan duygularını yönetmesi olarak tanımlanmaktadır (Doğan ve Demiral, 2007).
- 3. Başkalarının Duygularını Anlamak:** Kendimizi başkalarının yerine koyarak onların ne düşündüğünü anlamayı, empati yapmayı ifade etmektedir (Acar ve Uslu, 2017).
- 4. Duyguları Harekete Geçirmek:** Bir amaç doğrultusunda duyguları birleştirmeyi, duygulara yön vermeyi içeren motivasyon olarak tanımlanmaktadır (Durak, 2018).

5. **Sosyal Beceri:** Bireyin başkalarının davranışlarını ikna ederek kendi istediği şekilde yönlendirebilmesi olarak tanımlanmaktadır (Delice ve Günbeyi, 2013).

Yukarıdaki boyutlar kişiden kişiye farklılık göstermektedir. Kişinin bu boyutları geliştirmesi hem özel hayatında hem de iş hayatında önemli derecede etkili olmaktadır (Durak, 2018).

2. YENİLİKÇİLİK

Girişimciliğin temelini oluşturan yenilikçilik şirketlerin varlıklarını sürdürebilmeleri ve rekabet üstünlüğü sağlayabilmeleri açısından şirketler için önemli bir kavram olmaktadır (Alan ve Yeloğlu, 2013). Aynı zamanda yenilikçilik, işletmelere rekabet avantajı sağladığı için de işletmeler için oldukça önemli olmaktadır (Tapour, 2018; Weerawardena vd., 2006). Yenilikçilik, mevcut bilgileri kullanarak daha kaliteli, daha gelişmiş, daha işlevsel yeni ürünler, üretim süreçleri ve yönetim uygulamalarının geliştirilmesi olarak tanımlanmaktadır (Altındağ ve Köseadağ, 2015). Diğer bir ifadeyle yenilik, toplum tarafından kabul edilen daha iyi süreçler, teknolojiler, ürünler yaratılması olarak tanımlanmaktadır (Kaur, 2012).

Pazardaki aktörlerin her geçen gün artması, kaynakların kıtlaşması, teknolojinin hızla gelişmesi, arzın artması, rakip ürünlerin fiyatlarının birbirine yaklaşması sonucu, işletmeler pek çok değişikliğe ayak uydurmak durumundadır. Rakiplerinden farklı bir konumda olmak isteyen işletmeler ise, değişimin öncüsü olmak zorundadır. Günümüzün çetin rekabet koşullarında, işletmelerin ayakta kalabilmesini ve sürdürülebilir rekabet üstünlüğü elde edebilmesini sağlayacak en önemli anahtar, yenilikçilik yeteneğine sahip olmaktır. Bu yüzden işletmeler yenilikçi olmaya son derece önem vermektedir (Kahramanoğlu, 2020)(b).

Bir organizasyon içinde yaratıcı fikirlerin başarılı bir şekilde uygulanması yenilik olarak kabul edilmektedir. Bu tanımdan da anlaşılacağı üzere yaratıcılık yenilikçiliğin başlangıcı olarak kabul edilir (Zhang vd., 2015). Ancak tek başına yaratıcılığın yenilik için tek başına yeterli olmadığını söyleyen Lapiere (1965), yeniliği farklı kişiler tarafın yaratılan icat olarak tanımlamaktadır (Alan ve Yeloğlu, 2013). Birçok işletme sadece yenilikle beraber rekabet avantajı sağlamayı başaramaz. İşletme yeniliğin yanında işletme var olan kaynaklarını etkin bir şekilde kullanarak rekabet avantajı elde edebilmektedir (Cooper, 1998; Alan ve Yeloğlu, 2013).

Marino ve Zmud (1982) yeniliği başlangıç ve uygulama aşaması olarak 2'ye ayırmaktadır. Başlangıç aşaması, bilgi toplama, sorun algılama, değerlendirme, tutum oluşturma ve kaynak elde etme ile ilgili faaliyetlerden oluşurken uygulama aşaması, yenilik ve işletmelerdeki değişiklikler organizasyonun rutin bir özelliği haline geldiğinde yeniliğin sürekli kullanımı ile ilgili tüm öğelerden oluşmaktadır (Goyal & Akhilesh, 2007).

Aşağıdaki tabloda Rogers'ın yenilik yönetim süreci verilmektedir.

Tablo 3: Yenilik Yönetim Süreci

Başlangıç		Uygulama		
Gündem oluşturma	Uyum	Yeniden yapılandırma	Netleştirme	Rutinlik
Fırsatları görmek Problemi çözmek	Yaratıcı düşüncelerin ortaya çıkması Problemler hakkında bilgi edinilmesi	Köklü değişimler yapılması Ürünün oluşturulması ve pazara sunulması	Müşteri düşüncelerinin dikkate alınması Çevrenin ürünü etkileme derecesinin belirlenmesi	Çalışanların yenilikçi düşüncelerinin artırılması İşletmenin yeniliğe açık olması İşletmenin yenilikçiliğe müsaade etmesi

Kaynak: Naktiyok ve Gürsoy (2014)'den uyarlanmaktadır.

Tabloda görüldüğü üzere Rogerss gündem oluşturma, uyum, yeniden yapılandırma, netleştirme ve rutinlik olmak üzere yenilikçilik sürecini 5 aşamada incelemektedir (Naktiyok ve Gürsoy, 2014).

Scott ve Brucea (1994) yenilik kavramının, problemi tanıma ve çözümlerin üretilmesi, sponsorluk aranması ve fikrin desteklenmesi, Fikrin tamamlanması olmak üzere 3 aşamadan oluştuğunu söylemektedir (Zhang vd., 2015). Jansenn ise yeniliği, fikir üretme, fikir geliştirme ve fikir gerçekleştirme olmak üzere 3 aşamadan oluştuğunu söylemektedir (Zhang vd., 2015; Janssen, 2000; Janssen & Van Yperen, 2004). Jansenn'a göre bu aşamalar, işletmelerin etkinliği ve gelişimi için oldukça önemli kabul edilmektedir (Zhang vd., 2015; West & Farr, 1989; Woodman vd., 1993).

İşletmelerde çalışanların ve yöneticiler yenilikçilikte başarılı olmak için;

- Gelecek eğilimli olmak
- Pazar odaklı olmak
- Yeni değerler üretmek
- Yeni bir iş modeli üretmek
- Araştırmacı olmak
- Ortak çalışabilmek
- Değişik düşüncelere açık olmak
- Yaratıcılık

- Yeni fırsatları görmek
- Misyon ve vizyona göre yenilik yapmak
- Bugünden yarını düşünmek için çalışmak
- Dışa dönüklük

ilkerini kullanmaları gerekmektedir (Demirel ve Seçkin, 2008; Johnston,2003).

Kongar (1995)’ a göre işletmelerin yenilikçiliği uygulamada işletmelerin rekabetçi ortamda varlığını sürdürmeleri, piyasada işletmelerin lider olmaları ve işletmelerin karlılığını arttırmaları olmak üzere 3 tane amacı olmaktadır (Örücü vd., 2011). Bu amaçlar doğrultusunda işletmelerin yenilik yapması işletmenin varlığını sürdürmesi, kar sağlama ve pazarda üstünlük sağlama açısından önemli olmaktadır.

Aşağıdaki tabloda yenilikçilik stratejileri ve tanımları verilmektedir.

Tablo 4: Yenilikçilik Stratejileri

Strateji	Tanım
Saldırgan Yenilikçilik Stratejisi	Rakip işletmelerden daha önce yeni ürün veya üretim sürecini fark ederek pazarda öncü olan işletmeler olarak tanımlanmaktadır.
Savunmacı Yenilikçilik Stratejisi	Genelde pazara ilk giren olmayı istememektedirler. Daha çok ilk olanların hatalarından ve açtıkları pazardan faydalanmak istemektedirler. İşletme mevcut üründen faydalanırken ayı zamanda yeni ürün için de araştırma yapmaktadır.
Taklitçi yenilikçilik stratejisi	Yenilikleri mesafeli olarak izleyen ve mevcut kaynakları kullanan işletmeler olarak ifade edilmektedir. Bu tip işletmeler yeni ürünlerin patent sürelerinin bitmesini beklemektedirler. Paten süresi bittiğinde ve pazarda yer bulabildiklerinde kar edebilmektedirler.

Kaynak: Örücü vd. (2011); Barutçugil (1981)’den uyarlanmaktadır.

Tabloda görüldüğü üzere saldırgan yenilikçilik pazara ilk olarak girmeyi ifade ederken savunmacı yenilikçilik Pazar ilk girenlerin hatalarından faydalanmayı ve taklitçi yenilikçilik ise pazara ilk girenleri taklit ederek pazarda kalmayı amaçlayan stratejilerdir.

3. DUYGUSAL ZEKA VE YENİLİKÇİLİK ARASINDAKİ İLİŞKİ

Freud’un “birincil süreç teorisi ve Jung’un “fantezi düşüncesi” kavramlarından itibaren duygusal ve yaratıcı süreçler ayrılmaz bir şekilde birleşmiş durumdadır. Araştırmalara göre olumsuz ve olumlu duyguların yaratıcılıkta değişime neden olması sebebiyle duygular işletmelerin yenilik süreçleriyle doğrudan ilgili olduğu öne sürülmektedir (Amabile vd., 2005;

Aritzeta, 2011). Suliman ve Al-Shaikh de aynı şekilde işletmelerde yaratıcılığı ve yenilikçiliği arttırdığını söylemektedir (Ngah & Sallah, 2015).

Jones (2001), yeniliğin sadece yeni bir şeyler üretmek olarak algılanmaması gerektiğini, yenilikte asıl önemli olanının yeniliğin sürdürülebilir olması olduğunu söylemektedir. Yeniliğin sürdürülebilir olması da yöneticilerin duygusal zekalarıyla doğrudan ilgili olmaktadır (Naktiyok ve Gürsoy, 2014). Bunun yanında içsel ve dışsal motivasyonda yenilikçilik üzerinde önemli etkiye sahip olmaktadır. Goleman (1995) ve Mayer vd. (2000) duygusal zekanın hem içsel hem de dışsal motivasyonu etkilediğini bu yüzden de yenilikçilik üzerinde duygusal zekanın etkisi olduğunu vurgulamaktadırlar (Hu vd., 2018).

Laursen vd. (2012) çalışmasında yüksek düzeyli duygusal zekanın yüksek düzeyli yenilikçiliğe yol açtığı sonucuna ulaşmaktadır (Tajpour vd., 2018). Aynı şekilde Ahmetoğlu vd. de duygusal zekası yüksek kişilerin yaratıcılıkta daha etkin olduğunu böylece yenilikçilik faaliyetlerini daha etkin bir şekilde gerçekleştirdiklerini söylemektedir (Ngah & Salleh, 2015). Ayrıca yüksek duygusal zekaya sahip çalışanlar, fikirlerini paylaşma, çalışma arkadaşlarından öneri ve yardım alma, çalışma arkadaşlarıyla uzun süre işbirliği içerisinde olma eğilimi göstermektedirler. Bu durumda çalışanların yaratıcı ve yenilikçi olmasını beraberinde getirmektedir (Zhang vd., 2014; Suliman & Al-Shaikh, 2007).

SONUÇ

Tajpour vd. (2018) yaptıkları çalışmada duygusal zeka ile yenilikçilik arasında anlamlı bir ilişki olduğunu, çalışanların duygusal zekalarının arttırılmasının yenilikçi faaliyetleri arttırmada etkili olacağı sonucunu bulmaktadırlar (Tajpour vd., 2018). Aynı şekilde Altındağ ve Köseoğlu (2015) çalışmalarına bakıldığında, duygusal zekanın çalışan performansı üzerinde olumlu etkisi olduğu ayrıca duygusal zekası yüksek yöneticilerin daha yenilikçi yaklaşımlar sergilediği görülmektedir (Altındağ ve Köseoğlu, 2015). Sakkijha vd. (1992) benzer şekilde çalışmasında duygusal zeka ile yaratıcılık ve yenilikçilik arasında anlamlı bir ilişki olduğu sonucunu bulmaktadır (Sakkijha vd., 1992). Aritzeta (2011) ise yaptığı çalışmada duygusal zeka ile yaratıcılık arasında zayıf bir ilişki olduğunu söylemektedir (Aritzeta, 2011).

Hu vd. (2018)' göre duygusal zekanın boyutları arasında duyguları tanımanın dışındaki diğer duygusal zeka boyutları yeniliği etkilemektedir. Özellikle duyguları yönetmek ile yenilik arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır. Çalışmaya göre duygunun tanımlanması tam olarak yeniliği etkilemese de yenilikçiliğe teşvik etmek açısından yine önemli olmaktadır (Hu vd., 2018). Büyükbeşe vd. (2017)'nin yaptıkları çalışmalarında ise duygusal zekanın boyutlarından olan pozitiflik ile yenilikçilik arasında anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir (Büyükbeşe., 2017).

Yapılan literatür çalışmalarına bakıldığında işletmelerde duygusal zekanın yenilikçilik üzerinde etkili olduğu ve yenilikçilik faaliyetlerinin arttırılması için duygusal zekanın arttırılması gerekmektedir. İlerde çalışmalarda duygusal zekanın boyutlarının her bir çalışanın yenilikçi yaklaşımı üzerindeki etkisi uygulama yapılarak araştırılabilir.

KAYNAKLAR

- Acar, S., & Uslu, D. (2018). Duygusal Zekâ İle Girişimcilik Niyeti Arasındaki İlişkinin İncelenmesi. *Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi (ASEAD)*, 5(4), 16-32.
- Alan, H., & Yeloğlu, O. (2013). Markalaşma ve yenilikçilik. *İktisadi Yenilik Dergisi*, 1(1), 13-26.
- Altındağ, E., & Köseadağı, Y. (2015). The relationship between emotional intelligence of managers, innovative corporate culture and employee performance.
- Amabile, Teresa M., Sigal G. Barsade, Jennifer S. Mueller, and Barry M. Staw. 2005. "Afect and Creativity at Work." *Administrative Science Quarterly* 50, no. 3: 367–403.
- Aritzeta, A. Emotional Intelligence and Innovation: An Exploratory Study in Organizational Settings. *Behavior and Organizational Change*, 183.
- Aysel, L. (2006). Liderlik ve duygusal zekâ (Master's thesis, Kocaeli Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü).
- Büyükbeye, T., Direkçi, E., & Erşahan, B. (2017). Üniversite öğrencilerinin duygusal zekâlarının iletişim becerilerine ve bireysel yenilikçilik seviyelerine etkisi. *Kahraman Maraş Sütçü İmam Üniversitesi iktisadi ve idari bilimler fakültesi dergisi*, 7(2), 221-236.
- Chin, S. T. S., Raman, K., Yeow, J. A., & Eze, U. C. (2014). The contributing roles of emotional intelligence and spiritual intelligence in entrepreneurial innovation and creativity. *World Journal of Management*, 5(2), 66-77.
- Çakar, U., & Arbak, Y. (2004). Modern Yaklaşımlar Işığında Değişen Duygu-Zeka İlişkisi ve Duygusal Zeka.
- Delice, M., & Günbeyi, M. (2013). Duygusal zekâ ve liderlik ilişkisinin incelenmesi: polis teşkilatı örneği. *Ataturk University Journal of Economics & Administrative Sciences*, 27(1).
- Demirel, Y., & Seçkin, Ö. G. Z. (2008). Bilgi ve bilgi paylaşımının yenilikçilik üzerine etkileri. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 17(1), 189-202.
- Dogan, S., & Demiral, O. (2007). Kurumların Başarısında Duygusal Zekanın Rolü ve Önemi. *Celal Bayar Üniversitesi Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 14(1), 209-230.
- Doğan, S., & Şahin, F. (2007). Duygusal zekâ: tarihsel gelişimi ve örgütler için önemine kavramsal bir bakış. *Journal of the Cukurova University Institute of Social Sciences*, 16(1).
- Durak, İ. (2018). Girişimcilik niyeti ile duygusal zekâ ve bazı sosyo-demografik değişkenler arasındaki ilişki: üniversite öğrencileri üzerine bir araştırma. *MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi*, 7(1), 281-297.
- Ford-Martin, P. (2001). Emotional intelligence. *Gale Encyclopedia of Psychology*.

- Gedizler, g. (2010). İnsan kaynakları yönetiminde ‘duygusal zeka’ölçüm ve modelleri. *Journal of Yaşar University*, 5(18), 2970-2984.
- Goyal, A., & Akhilesh, K. B. (2007). Interplay among innovativeness, cognitive intelligence, emotional intelligence and social capital of work teams. *Team Performance Management: An International Journal*.
- Hu, X., & He, T. (2018). A Study of the Influence of Emotional Intelligence on Individual Innovation Behaviour. *Journal of Applied Management and Investments*, 7(2), 113-124.
- Hu, X., & He, T. (2018). A Study of the Influence of Emotional Intelligence on Individual Innovation Behaviour. *Journal of Applied Management and Investments*, 7(2), 113-124.
- Janssen, O. (2000), “Job demands, perceptions of effort-reward fairness and innovative work behaviour”, *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, Vol. 73 No. 3, pp. 287-302.
- Janssen, O. and Van Yperen, N.W. (2004), “Employees’ goal orientations, the quality of leader-member exchange, and the outcomes of job performance and job satisfaction” *Academy of Management Journal*, Vol. 47 No. 3, pp. 368-384
- Kahramanoğlu, A.(a)(2020) Bireysel Emeklilik Sigortaları Fonlarının Ekonomik Etkileri. *Journal of Social and Humanities Sciences Research*, 7(62), 3508-3516
- Kahramanoğlu, A.(b)(2020) Yenilikçilik Süreçleri ve Sigorta Sektöründe Yansımaları, Ed:Demiryürek K. vd., Girişimcilik ve Yenilikçilikte güncel Yaklaşımlar, Efe Akdemi Yayınevi, 85-111
- Kalfaoğlu, a. g. s. (2018). Duygusal zekâ ile girişimcilik eğilimi ilişkisi: Dega katılımcıları üzerine bir araştırma. The relationship between emotional intelligence and entrepreneurial orientation: a research on dega participants. *Journal of Social And Humanities Sciences Research (JSHSR)*, 5(27), 2827-2845.
- Kaur, N. (2012). Duygusal zeka ve yenilik. *Anusandhanika* , 4 (2), 92.
- Mayer, J. D., & Salovey, P. (1993). The intelligence of emotional intelligence.
- Mayer, J. D., Caruso, D. R., & Salovey, P. (1999). Emotional intelligence meets traditional standards for an intelligence. *Intelligence*, 27(4), 267-298.
- Ngah, R., & Salleh, Z. (2015). Emotional intelligence and entrepreneurs’ innovativeness towards entrepreneurial success: A preliminary study. *American Journal of Economics*, 5(2), 285-290.
- Örücü, E., Kılıç, R., & Savaş, A. (2011). KOBİ’lerde inovasyon stratejileri ve inovasyon yapmayı etkileyen faktörler: bir uygulama.
- 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.
- Suliman, A.M. and Al-Shaikh, F.N. (2007), “Emotional intelligence at work: links to conflict and innovation”, *Employee Relations*, Vol. 29 No. 2, pp. 208-220.

- Sü Eröz, S. (2013). Örgütlerde duygusal zeka. Balıkesir University Journal of Social Sciences Institute, 16(29).
- Tajpour, M., Moradi, F., & Jalali, S. E. (2018). Studying the influence of emotional intelligence on the organizational innovation. International Journal of Human Capital Urban Management, 3(1), 45-52.
- Tsakalerou, M. (2016). Emotional intelligence competencies as antecedents of innovation. Electronic Journal of Knowledge Management, 14(4), 207.
- Ulker, Y., Uluköy, M., Kılıç, R., Yumuşak, S., & Azaklı, S. (2016). Duygusal zekânın girişimcilik üzerine etkisi: Küçük ve orta ölçekli işletmeler üzerine bir analiz. MANAS Sosyal Araştırmalar Dergisi, 5(5), 119-136.
- Ural, A. (2001). Yöneticilerde duygusal zekanın üç boyutu.
- Weerawardena, J., O'Cass, A., & Julian, C. (2006). Does industry matter? Examining the role of industry structure and organizational learning in innovation and brand performance. Journal of business research, 59(1), 37-45.
- West, M.A. and Farr, J.L. (1989), "Innovation at work: psychological perspectives", Social Behaviour, Vol. 4 No. 1, pp. 15-30.
- Woodman, R.W., Sawyer, J.E. and Griffin, R.W. (1993), "Toward a theory of organizational creativity", Academy of Management Review, Vol. 18 No. 2, pp. 293-321.
- Yelkikalan, N., Akatay, A., & Altın, E. (2010). Yeni girişimcilik modeli ve yeni nesil girişimci profili: internet girişimciliği ve Y, M, Z kuşağı girişimci.
- Yüce, A., & Meriç, K. (2017). Duygusal Zekâ İle Girişimcilik Eğilimi Arasındaki İlişkiyi Belirlemeye Yönelik Bir Uygulama. Kafkas University. Faculty of Economics and Administrative Sciences. Journal, 8(16), 433-446.
- Zhang, S. J., Chen, Y. Q., & Sun, H. (2015). Emotional intelligence, conflict management styles, and innovation performance. International Journal of Conflict Management.