



ARAŞTIRMA MAKALESİ

Turizm İşletmelerinde Yaratıcılık ve Örgüt Performansı İlişkisinde Duygusal Zekânın Rolü

Dr. Öğr. Üyesi Cemile ŞEKER, Yakın Doğu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Lefkoşa, KKTC, e-posta: cemile.seker@neu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9150-6845>

Öğretim Görevlisi Damla KARADAYI, Yakın Doğu Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Lefkoşa, KKTC, e-posta: damla.karadayi@neu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-9695-1720>

Dr. Öğr. Üyesi Begüm YALÇIN, İstanbul Beykent Üniversitesi, Meslek Yüksekokulu, İstanbul, e-posta: begumyalcin@beykent.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3149-4854>

Öz

Turizm işletmelerinde sürdürülebilir başarı, yenilikçi ve rekabetçi bir yapının oluşturulmasıyla mümkündür. Bu süreçte yaratıcılık ve duygusal zekâ, çalışanların performansını doğrudan etkileyen önemli faktörler arasında yer almaktadır. Bu çalışma, yaratıcılık ile örgüt performansı arasındaki ilişkide duygusal zekânın rolünü incelemeyi amaçlamaktadır. Bu amaç doğrultusunda, Yakın Doğu Üniversitesi Turizm Fakültesi'nde öğrenim gören, staj deneyimi bulunan veya yarı zamanlı olarak çalışan 92 öğrenciye anket yöntemiyle ulaşılarak veriler toplanmıştır. Elde edilen veriler, SPSS programı aracılığıyla gerçekleştirilmiş; güvenilirlik analizi, açıklayıcı faktör analizi, korelasyon ve hiyerarşik regresyon analizleri uygulanmıştır. Araştırma bulguları, yaratıcılığın hem örgüt performansını hem de duygusal zekâyı pozitif yönde etkilediğini göstermektedir. Ancak, duygusal zekâ, yaratıcılığın örgüt performansı üzerindeki etkisinde anlamlı bir aracı rol üstlenmemiştir. Çalışma, turizm sektöründe yaratıcılık, duygusal zekâ ve örgüt performansı arasındaki ilişkilere dair literatüre katkı sunarken, turizm işletmelerinin insan kaynakları ve liderlik stratejilerini şekillendirmelerine ışık tutabilir.

Anahtar Kelimeler: Yaratıcılık, Duygusal Zekâ, Örgüt Performansı, Sürdürülebilirlik.

Makale Gönderme Tarihi: 08.02.2025

Makale Kabul Tarihi: 20.03.2025

Önerilen Atf:

Şeker, C., Karadayı, D. ve Yalçın, B. (2025). Turizm İşletmelerinde Yaratıcılık ve Örgüt Performansı İlişkisinde Duygusal Zekânın Rolü, *Türk Turizm Araştırmaları Dergisi*, 9(1): 53-72.



Journal of Turkish Tourism Research

2025, 9(1): 53-72.

DOI: [10.26677/TR1010.2025.1529](https://doi.org/10.26677/TR1010.2025.1529)

ISSN: 2587-0890 Journal Homepage: <https://www.tutad.org>



RESEARCH PAPER

The Role of Emotional Intelligence in the Relationship Between Creativity and Organizational Performance in Tourism Enterprises

Assistant Prof. Dr. Cemile ŞEKER, Near East University, Faculty of Tourism, Lefkoşa, KKTC, e-mail: cemile.seker@neu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-9150-6845>

Lecturer Damla KARADAYI, Near East University, Faculty of Tourism, Lefkoşa, KKTC, e-mail: damla.karadayi@neu.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0009-0004-9695-1720>

Assistant Prof. Dr. Begüm YALÇIN, İstanbul Beykent University, Vocational School, İstanbul, e-mail: begumyalcin@beykent.edu.tr

ORCID: <https://orcid.org/0000-0002-3149-4854>

Abstract

Sustainable success in tourism businesses is possible by creating an innovative and competitive structure. In this process, creativity and emotional intelligence are among the important factors that directly affect the performance of employees. This study aims to examine the role of emotional intelligence in the relationship between creativity and organizational performance. In line with this purpose, data were collected by reaching 92 students who are studying at the Faculty of Tourism of Near East University, who have internship experience or who work part-time. The data obtained were analyzed using SPSS software; reliability analysis, explanatory factor analysis, correlation and hierarchical regression analyses were applied. Research findings show that creativity positively affects both organizational performance and emotional intelligence. However, emotional intelligence did not play a significant mediating role in the effect of creativity on organizational performance. The study contributes to the literature on the relationships between creativity, emotional intelligence and organizational performance in the tourism sector and may shed light on the shaping of human resources and leadership strategies of tourism enterprises.

Keywords: Creativity, Emotional Intelligence, Organizational Performance, Sustainability.

Received: 08.02.2025

Accepted: 20.03.2025

Suggested Citation:

Şeker, C., Karadayı, D. and Yalçın, B. (2025). The Role of Emotional Intelligence in the Relationship Between Creativity and Organizational Performance in Tourism Enterprises, *Journal of Turkish Tourism Research*, 9(1): 53-72.

GİRİŐ

Modern iş dnyasında, bir iŐletmenin sürdürülebilir bir rekabet üstünlüğü elde etme kapasitesi, finansal kaynaklarının yanı sıra çalışanların duygusal zekâsı ve yaratıcı düşünme yetenekleriyle de yakından bağlantılıdır (Carmeli vd., 2006; Anderson vd., 2014). Yoğun rekabetin hâkim olduğu küresel pazarda, işletmelerin yenilikçi davranışı ve değişime hızla uyum sağlama potansiyeli, yaratıcılığı teşvik eden ve yüksek düzeyde duygusal zekâya sahip bir çalışma ortamının varlığına bağlıdır (Ikart, 2023). Özellikle son yıllarda, yaratıcı düşüncenin yalnızca Ar-Ge departmanlarında değil, tüm işletme genelinde stratejik bir avantaj olarak görülmesi gerektiği fikri giderek popülerlik kazanmıŐtır (Alawamleh vd., 2022).

Yaratıcılık, kişisel bir beceri olmanın yanı sıra, örgütsel performansı artırmak için hayati bir kaldıraç iŐlevi görmektedir (Amabile ve Pratt, 2016; Gilson, 2024). Yaratıcı fikirler, süreç inovasyonundan ürün geliştirmeye kadar, örgüt baŐarısı üzerinde doğrudan bir etkiye sahiptir (Zhou ve George, 2001). Bu süreçte, çalışanların duygusal zekâsı da yaratıcı performansı teşvik eden kritik bir unsur olabilir. Duygusal zekâya sahip kişiler, hem kendi duygularını yönetebilir hem de iş arkadaŐlarının duygusal durumlarını doğru bir Şekilde değerlendirerek olumlu sosyal ilişkiler kurabilirler (Miao vd., 2017). Bu yetenek, yaratıcı süreçleri teşvik ederek örgütsel performansı artırabilir.

Son yıllarda yapılan araştırmalar, yaratıcılık ile örgütsel performans arasındaki doğrudan iliŐkiye ek olarak, bu süreçte duygusal zekânın aracı rol üstlenebileceğini ne sürmektedir (Rahman vd., 2020; Sözbilir, 2023). Araştırmalar, duygusal zekânın yaratıcı problem çözme becerilerini geliştirdiğini ve bunun da özellikle biliŐim, sağlık ve hizmet sektörlerinde yenilikçi çıktılar yoluyla kurumsal performansı artırdığını göstermektedir (Xu vd., 2019). Bununla birlikte, bu bağlantının her zaman net ve sağlam olmadığı; sürecin örgüt iklimi, liderlik tarzı ve kültürel unsurlardan da etkilendiği vurgulanmaktadır (Ahmad vd., 2023; Paredes-Saavedra vd., 2024). Bu noktada, yaratıcı düşünme ile örgütsel performans arasındaki etkileşiminin ve bu etkileŐimin duygusal zekâya aracılığıyla nasıl ŐekillendiĐi, bütüncül bir bakış açısıyla incelenmesi gerekmektedir. Mevcut literatürde bu konudaki araştırmaların çoğu birey ya da ekip düzeyinde yapılmıştır, ancak yaratıcılığın örgüt performansı üzerindeki yansımalarını duygusal zekâ ile birlikte inceleyen çok fazla çalışma bulunmamaktadır (Hlsheger vd., 2009; Gilson, 2024; Sun vd., 2024). Dolayısıyla bu araştırma, örgüt performansını, hem yaratıcı düşünme hem de duygusal zekâ bağlamında bütüncül bir Şekilde inceleyerek literatüre zgn bir katkı sağlamayı amaçlamaktadır.

Araştırmanın nemi, modern iş dnyasının sürekli değişen dinamikleri iŐıĐında, işletmelerin rekabet üstünlüğü elde edebilmesi için çalışanların hem yaratıcı hem de duygusal zekâya sahip olmasının artık bir zorunluluk olmasından kaynaklanmaktadır. Bu bağlamda, yaratıcı düşünce ve duygusal zekânın örgütsel performansı nasıl etkilediğini bilmek hem akademik araştırmalar hem de pratik uygulamalar için önemli sonuçlar doğuracaktır. Ayrıca, yaratıcı düşünme ve duygusal zekâ gibi insan merkezli yetkinliklerin stratejik yönetim tekniklerine nasıl dâhil edileceği konusunda yöneticilere rehberlik edecektir (Munawar vd., 2024).

Bu alıŐma, yaratıcı düşünme, duygusal zekâ ve örgüt performansı arasındaki ilişkileri birlikte inceleyerek, bu ilişkilerin niteliğini ortaya koymayı amaçlamaktadır. Çalışmanın zgn yn, turizm sektörüne özgü dinamikler ve müŐterilerle yoğun yüz yüze etkileŐimin olduğu bir hizmet ortamında, çalışanların yaratıcı düşünme yetenekleri ve duygusal zekâlarının nasıl birlikte çalışarak bir sinerji yarattığını ve sinerjinin örgütsel performansı nasıl etkilediğini ortaya koymaya çalıŐmasıdır. Bu kapsamda, yaratıcı düşünme ve duygusal zekâ gibi kişisel becerilerin, turizm işletmelerinde stratejik bir insan kaynakları yönetimi aracı olarak nasıl

konumlandırılabilmesine ilişkin spesifik öneriler geliştirilmesi de çalışmanın uygulamaya yönelik önemli katkılarından biri olacaktır.

KAVRAMSAL VE KURAMSAL ÇERÇEVE

Yaratıcılık, çok boyutlu ve tanımlanması zor bir kavram olarak farklı disiplinlerde ele alınmaktadır (Onur ve Zorlu, 2017; Karabulut Temel, 2018). Tarihsel süreçte önce sanat ve felsefe alanlarında ele alınan yaratıcılık kavramı, günümüzde psikoloji, eğitim, yönetim ve örgütsel davranış gibi farklı disiplinlerde de kapsamlı şekilde incelenmektedir (Onur ve Zorlu, 2017; Karabulut Temel, 2018). Literatürde yaratıcılık, bireysel özellikler, çevresel faktörler ve örgütsel iklim gibi çok çeşitli unsurlarla ilişkilendirilmekte ve yaratıcılığı etkileyen faktörlerin farklı bağlamlarda farklı etkiler yaratabileceği vurgulanmaktadır (Gümüş ve Belkıs, 2021). Ancak yaratıcılık düzeylerini etkileyen duygusal faktörlere ve özellikle duygusal zekâyâ yönelik çalışmaların sınırlı olduğu dikkat çekmektedir.

Duygusal zekâ, bireylerin kendi duygularını tanıma, yönetme ve başkalarının duygularını anlama kapasitesi olarak tanımlanan ve örgütsel bağlamda çalışanların performansı, iletişimi ve iş tatmini üzerinde önemli etkiler yaratan bir kavramdır (Goleman, 1996; Bekmezci vd., 2014). Yapılan çalışmalar, duygusal zekâsı yüksek bireylerin çatışmaları yönetme, ekip çalışmasına uyum sağlama ve iş tatmini düzeylerini artırma konusunda daha başarılı olduklarını ortaya koymaktadır (Aslan ve Özata, 2006; Onay ve Uğur, 2011). Bununla birlikte, duygusal zekânın yaratıcılık üzerindeki etkisini inceleyen çalışmaların henüz yeterince derinleşmediği, bu ilişkinin arkasındaki süreçlerin daha fazla açıklanması gerektiği belirtilmektedir (Arı, 2023). Bu eksiklik, mevcut çalışmanın temel çıkış noktalarından birini oluşturmaktadır.

Örgütsel performans ise, örgütlerin belirlenen hedeflere ulaşma düzeyini ifade eden ve günümüzde rekabet avantajı elde etmenin kritik bir unsuru olarak değerlendirilen bir kavramdır (Turunç, 2006). Örgütlerin performansını artırmada yenilikçi fikirler geliştirme ve değişime uyum sağlama yeteneği giderek daha fazla önem kazanırken, bu süreçte çalışanların yaratıcılık düzeyleri ve duygusal kapasiteleri kilit faktörler olarak öne çıkmaktadır. Özellikle belirsizliklerin arttığı ve sürekli değişimin yaşandığı günümüz iş dünyasında, duygusal zekâ ve yaratıcılığın örgütsel performansa dolaylı ve doğrudan etkileri literatürde giderek daha fazla vurgulanmaktadır (Cengiz vd., 2006; Özdamar ve Doğrul, 2023). Ancak, yaratıcılık ve duygusal zekânın örgütsel performans üzerindeki etkileşimini bütüncül bir bakış açısıyla ele alan çalışmaların sınırlı olduğu, bu ilişkinin çok boyutlu ve dinamik yapısının derinlemesine incelenmediği görülmektedir.

Bu çalışmada ele alınan üç temel değişken (yaratıcılık, duygusal zekâ ve örgütsel performans) arasındaki ilişkileri anlamak için teorik bir çerçeve de oluşturulmuştur. Sistem teorisi, örgütlerin birbirine bağlı alt sistemlerden oluştuğunu ve bu sistemlerin birindeki değişimin diğerlerini de etkilediğini vurgular (Katz ve Kahn, 2015). Bu bakış açısıyla, çalışanların duygusal zekâsının yaratıcılığı ve bu süreç üzerinden örgütsel performansı etkileyebileceği söylenebilir. Duygusal zekâ düzeyi yüksek bireylerin stresle başa çıkma, ilişkileri yönetme ve yaratıcı problem çözme becerilerinin daha gelişmiş olduğu, bu durumun da tüm örgüt sistemini olumlu etkilediği ifade edilmektedir (Ustakara ve Yıldız, 2020).

İnsani ilişkiler teorisi ise, örgütsel performansın, çalışanların tatmin ve motivasyon düzeyleri ile doğrudan ilişkili olduğunu savunur (Mayo, 2014). Duygusal zekâ, bu motivasyon ve tatmin düzeylerini artıran önemli bir unsur olarak değerlendirilir. Duygusal zekâsı yüksek bireylerin, işbirliğine yatkınlıkları ve empati becerileri sayesinde yaratıcı fikirlerin gelişmesine daha fazla katkı sundukları belirtilmektedir (Goleman, 1996).

Yenilikçi yönetim teorisi ise, örgütlerin rekabet avantajı elde etmek ve performanslarını artırmak için yaratıcı ve yenilikçi fikirleri teşvik eden bir örgüt kültürü oluşturması gerektiğini savunur (Amabile, 2018). Bu bağlamda, duygusal zekâ, çalışanların yaratıcılık potansiyelini ortaya çıkarma ve destekleme sürecinde kritik bir rol oynamaktadır. Duygusal zekâsı yüksek liderler, yaratıcı fikirleri teşvik eden destekleyici bir örgüt iklimi yaratabilmekte ve çalışanların yaratıcı performanslarını artırabilmektedir.

Özetle, literatürde yaratıcılık, duygusal zekâ ve örgütsel performans birbirinden bağımsız olarak çokça incelenmiş olmakla birlikte, bu üç değişkenin birbiriyle etkileşimini ve özellikle duygusal zekânın aracılık rolünü ele alan çalışmaların sınırlı olduğu görülmektedir. Bu durum, mevcut çalışmanın hem literatürdeki önemli bir boşluğu doldurma hem de örgütlerin yaratıcı ve sürdürülebilir performansını artırmada duygusal zekâ ve yaratıcılığın birlikte nasıl kullanılabileceğine yönelik pratik öneriler sunma potansiyelini ortaya koymaktadır. Dolayısıyla bu araştırma, duygusal zekâ, yaratıcılık ve örgütsel performans ilişkisini bütüncül bir bakış açısıyla ele alarak, alanyazına önemli bir katkı sunmayı amaçlamaktadır.

Literatür Taraması ve Hipotezlerin Geliştirilmesi

Literatürün kapsamlı bir şekilde incelenmesi yaratıcılık, duygusal zekâ ve örgüt performansı arasındaki bağlantıları inceleyen araştırmaların analiz edilmesini sağlamıştır. Bu değişkenler arasındaki dinamikleri açıklayan sonuçlar bu bölümde derinlemesine açıklanmaktadır.

Şeker ve Kaya'nın (2024) çalışması, yaratıcılık ve örgüt performansı arasında güçlü bir ilişki olduğunu ortaya koymuştur. Çalışmaları, yaratıcı kişilerin yenilikçi düşünce kapasitesinin örgütsel performansı ve iş süreçlerini nasıl geliştirdiğini göstermiştir. Yaratıcılığın sadece kişisel bir yetenek olmadığı, aynı zamanda örgütsel süreçleri teşvik etmesi gereken bir faktör olduğunun altı çizilmiştir. Özellikle, yenilikçiliği destekleyen bir kültür geliştiren örgütler, çalışanların tam potansiyellerine ulaşmalarına yardımcı olmada kritik bir rol oynamaktadır. Benzer şekilde, Durnali ve arkadaşları (2023) tarafından yapılan çalışmada, yaratıcı düşünme ve girişimcilik becerilerinin duygusal zekâdan olumlu yönde etkilendiği bulunmuştur. Çalışmaya göre, yüksek duygusal zekâya sahip kişiler belirsizlikle başa çıkma ve yaratıcı çözümler bulma konusunda daha beceriklidir. Bu bağlamda, bireylerin yaratıcı bakış açılarını teşvik ederek, duygusal zekânın dolaylı olarak örgütsel performansını artırdığı söylenebilir. Yüksek duygusal zekâya sahip bireylerin belirsizlik ve kriz zamanlarında yaratıcı çözümler üretme konusunda daha uyumlu ve başarılı olmaları da dikkat çekicidir.

Mumcu ve Yiğit (2022) tarafından yapılan bir diğer çalışmada, duygusal zekânın bireylerin başkalarının duygularını anlama, kendi duygularını fark etme ve duygusal düzenleme becerileri ile bireysel iş performansı arasındaki ilişkisi incelenmiştir. Sonuçlar, iş süreçlerinde duygular etkili bir şekilde kullanıldığında çalışanların motivasyonunun ve verimliliğinin arttığını ve duygusal zekânın iş performansı üzerinde doğrudan bir etkisi olduğunu göstermiştir. Bu kapsamda, duygusal zekânın sadece bireysel performansı değil, ekip çalışmasını ve örgütsel uyumu da olumlu yönde etkilediği görülmektedir. Ulutürk'ün (2021) duygusal zekâ, iş performansı ve iş tatmini arasındaki ilişkiyi incelediği araştırmasına göre, duygusal zekâ çalışanların işlerine olan bağlılıklarını ve işlerinden duydukları memnuniyeti artırmakta, bu da örgütsel performansı iyileştirmektedir. İş tatmininin yüksek olduğu örgütlerde çalışan bağlılığının da yüksek olduğu, bunun da uzun vadede örgütsel yaratıcılığı ve performansı artırdığı ortaya konmuştur.

İnce ve arkadaşları (2015) tarafından yapılan çalışmada, duygusal zekânın alt boyutlarından duygusal değerlendirme ile çalışan performansı arasında yüksek ve pozitif bir korelasyon olduğu

bulunmuştur. Bununla birlikte, çalışan performansı ile duygusal kullanım ve iyimserlik/duygular düzenleme alt boyutları arasında düşük bir korelasyon olduğu tespit edilmiştir. Bu durum, duygusal zekânın belirli bileşenlerinin çalışanların performansı üzerinde farklı düzeylerde etki yarattığını göstermektedir.

İşletmelerde inovasyonun ana kaynağı işgücüdür. Ancak, yaratıcılığın gelişmesi için destekleyici bir çalışma ortamı gereklidir. Çalışanların yaratıcı düşünme süreçlerine katkıda bulunabilmesi için örgüt kültürünün yeniliği teşvik eden bir yapıda olması gerekmektedir. Yılmaz ve Karahan tarafından 2010 yılında Uşak tekstil sektöründe yapılan bir araştırmaya göre, vizyon odaklı liderlik uygulamaları örgütsel yaratıcılığı artırmakta, bu da çalışanların performansını iyileştirmektedir. Çalışmanın bulgularına göre, çalışan merkezli bir liderlik tarzı yerine vizyoner bir liderlik tarzı seçildiğinde, yaratıcı ve yenilikçi bir örgütsel atmosfer teşvik edilmektedir. Duygusal zekâ ve örgütsel başarı arasındaki ilişkiyi inceleyen diğer araştırmalara göre, yüksek duygusal zekâyâ sahip kişiler güçlü liderlik özellikleri sergilemekte, işbirliğini ve ekip çalışmasını teşvik etmekte ve olumlu bir çalışma ortamı yaratmaktadır. Jordan ve Troth (2004) tarafından yapılan bir araştırmaya göre, duygusal zekâ çalışanların bağlılığını artırmakta, stres yönetimi becerilerini güçlendirmekte ve örgütsel değişim süreçlerinin üstesinden gelmeyi kolaylaştırmaktadır. Bu sonuçlara göre, duygusal zekâ hem bireysel hem de örgütsel performansı etkileyen önemli bir faktördür. Buna ek olarak, işletmelerde yaratıcı bir kültürün oluşmasında liderlerin duygusal zekâ seviyelerinin önemli bir rol oynadığı görülmektedir. Yüksek duygusal zekâyâ sahip liderler, işgücünde yenilikçi fikirlerin gelişimini kavrama, yönlendirme ve teşvik etme konusunda daha beceriklidir. Dolayısıyla, şirketler duygusal zekâyâ sahip liderliği teşvik ederek inovasyon süreçlerinin etkinliğini artırabilir.

Yapılan kuramsal açıklamalar ve literatür taraması ışığında, önceki araştırmalardan elde edilen bulgulara dayalı olarak bu çalışmanın hipotezleri şu şekilde oluşturulmuştur:

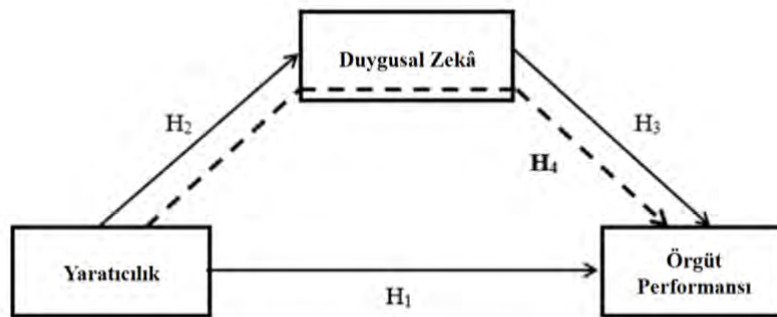
H₁: Yaratıcılığın örgüt performansı üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır.

H₂: Yaratıcılığın duygusal zekâ üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır.

H₃: Duygusal zekânın örgüt performansı üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır.

H₄: Yaratıcılık ile örgüt performansı arasındaki ilişkide duygusal zekânın aracılık rolü vardır.

Bu hipotezler, çalışan performansını artırmak ve kurumları daha etkin bir şekilde yönetmek için yaratıcılık, duygusal zekâ ve örgütsel performans arasındaki bağlantıları araştırmayı amaçlamaktadır. Ayrıca sonuçlar, işletmelerin yaratıcı ve uzun vadeli performans hedeflerine ulaşmalarına yardımcı olacak stratejik öneriler sunacaktır.



Şekil 1. Araştırmanın Modeli

Araştırmada yer alan literatür ve bu bağlamda öne sürülen hipotezler doğrultusunda değişkenler arasındaki ilişkilerin belirlenmesi amacıyla araştırmanın modeli Şekil 1'deki gibi kurulmuştur. Buna göre modelde üç farklı ilişki söz konusudur. Bu ilişkilerden birincisi yaratıcılık ile örgüt performansı arasındaki ilişki, ikincisi yaratıcılık ile duygusal zekâ arasındaki ilişki, üçüncüsü ise duygusal zekâ ile örgüt performansı arasındaki ilişkidir. Ek olarak modelde, duygusal zekâ, yaratıcılık ile örgüt performansı arasındaki ilişki üzerinde aracı değişken olarak gösterilmiştir.

YÖNTEM

Bu araştırmada değişkenler arasındaki ilişkilerin ortaya konulabilmesi amacıyla nicel araştırma yöntemi esas alınmıştır. Bu bölümde araştırmanın amacı ve önemi, evren ve örnekleme, veri toplama araçları ile veri analizi süreci hakkında detaylı bilgiler sunulmaktadır.

Araştırmanın Amacı ve Önemi

Bu çalışma, turizm işletmelerinde yaratıcılığın örgüt performansı üzerindeki etkisi ve bu etkide duygusal zekânın rolünü ortaya koymayı amaçlamaktadır. Günümüz rekabetçi turizm sektöründe işletmelerin sürdürülebilir başarı elde edebilmesi için yenilikçi ve yaratıcı çözümler geliştirmesi gerekmektedir. Bu bağlamda, çalışanların duygusal zekâ düzeylerinin, yaratıcılık süreçlerini ve dolayısıyla örgüt performansını nasıl şekillendirdiği önemli bir araştırma konusudur. Çalışma, teorik katkı sağlamanın yanı sıra, turizm işletmelerinin insan kaynakları yönetimi ve liderlik stratejilerine rehberlik edebilecek bulgular sunmayı hedeflemektedir.

Evren ve Örneklem

Araştırmanın evrenini, Kuzey Kıbrıs Türk Cumhuriyeti'nin Lefkoşa ilinde faaliyet gösteren Yakın Doğu Üniversitesi'nin Turizm Fakültesi'nde öğrenim gören, stajını tamamlamış veya yarı zamanlı olarak çalışan öğrenciler oluşturmaktadır. Bu evrenin seçilmesinin temel nedeni, turizm sektöründe kariyer yapmayı hedefleyen bireylerin yaratıcılık, duygusal zekâ ve örgüt performansı ile ilgili deneyimlerini anlamaya yönelik uygun bir bağlam sunmasıdır. Yakın Doğu Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencileri, aldıkları akademik eğitim ve uygulamalı deneyimler sayesinde sektöre dair bilgi ve beceri kazanmaktadır. Özellikle staj yapmış veya yarı zamanlı çalışan öğrenciler, turizm işletmelerindeki örgütsel dinamikleri doğrudan gözleme ve deneyimleme fırsatına sahip oldukları için araştırmanın konusu açısından önemli bir hedef kitleyi oluşturmaktadır. Bu nedenle, çalışmanın bulgularının turizm sektöründeki genç profesyonellerin yaratıcı düşünme süreçleri ve duygusal zekâ düzeyleri ile örgütsel performansa katkılarını anlamada değerli içgörüler sunacağı düşünülmektedir. Bu bağlamda, stajını tamamlamış olma ve yarı zamanlı olarak çalışma gibi kriterler doğrultusunda amaçlı örnekleme yöntemi kullanılarak, Yakın Doğu Üniversitesi'nin Turizm Fakültesi'nde öğrenim gören 92 öğrenciye ulaşılarak veriler toplanmıştır.

Örneklem büyüklüğünün belirlenmesi ve genellenebilirlik açısından yeterliliği için, evrenin toplam büyüklüğüne göre bir örneklem hesaplaması yapılmıştır. Bu doğrultuda stajını tamamlamış olma veya yarı zamanlı olarak çalışma gibi kriterleri sağlayan 100 öğrenci bulunmaktadır. Cohen (2013), korelasyonel analizlerde 30 ila 100 katılımcının genellikle anlamlı ve geçerli sonuçlar elde etmek için yeterli olduğunu ifade etmektedir. Ayrıca, Hair ve arkadaşları (2010), yapısal eşitlik modellemesi (SEM) gibi karmaşık analizlerde bile 100 ve daha küçük örneklem büyüklüklerinin geçerli sonuçlar verebileceğini belirtmektedir. Bu doğrultuda, 92 katılımcı sayısının çalışmamız için yeterli bir büyüklük sunduğu söylenebilir.

Araştırma katılımcılarının demografik özellikleri incelendiğinde, cinsiyet dağılımına göre katılımcıların %50,6'sının kadın, %49,4'ünün ise erkek olduğu tespit edilmiştir. Yaş grubuna göre dağılımlar incelendiğinde, araştırmaya en fazla katılım gösteren öğrencilerin 20 ve altı yaş grubunda (43) olduğu belirlenmiştir. Bu yaş grubunu sırasıyla; 21-30 yaş arası (36 kişi), 31-40 yaş arası (5 kişi) ve 41-50 yaş arası (1 kişi) takip etmiştir. Son olarak katılımcıların %94,1'inin bekar ve %5,9'unun ise evli olduğu tespit edilmiştir.

Veri Toplama Araçları

Araştırmanın verileri anket yöntemiyle toplanmıştır. Katılımcılara, internet üzerinden erişilen dijital anket aracılığıyla sorular yöneltilmiştir. Bu şekilde, katılımcıların zaman kısıtlamaları dikkate alınarak anketin tüm kitleye ulaştırılması sağlanmıştır. Anket, hem bireysel hem de grup düzeyinde çalışarak, yaratıcılık, duygusal zekâ ve örgüt performansı arasındaki ilişkileri detaylı şekilde ölçmeyi hedeflemiştir.

Araştırmada orijinaline uygun olarak Yaratıcılık Ölçeği, Duygusal Zekâ Ölçeği ve Örgüt Performansı Ölçeği olmak üzere üç farklı ölçek kullanılmıştır. Ayrıca, katılımcıların demografik özelliklerini belirlemek amacıyla üç soru sorulmuştur. Anket formunun uygulanması için İstanbul Gelişim Üniversitesi Etik Kurulu'ndan, 09.02.2024 tarih ve 2024-02-93 sayılı kararı ile Etik Kurul Onayı alınmıştır. Ölçeklerle ilgili detaylı bilgiler ise şu şekildedir:

Yaratıcılık değişkenini ölçebilmek için George ve Zhou (2001) tarafından geliştirilen algıya dayalı olan "Yaratıcılık Ölçeği" kullanılmıştır. Bu ölçeğin Türkçe uyarlaması, Gümüşlüoğlu ve İlsev (2007) tarafından gerçekleştirilmiştir. Söz konusu ölçek, tek boyutlu olup, 13 maddeden oluşmaktadır. Duygusal Zekâ değişkenini ölçebilmek için Schutte ve arkadaşları (1998) tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Bu ölçeğin Türkçe uyarlaması, Tatar ve arkadaşları (2011) tarafından yapılmıştır. Duygusal Zekâ ölçeği, tek boyut olup, 33 maddeden oluşmaktadır. Örgüt performansını ölçmek amacıyla ise Çaloğlu'nun (2016) doktora çalışmasında kullanılan ölçek tercih edilmiştir. Ölçek, 7 maddeden oluşmaktadır. Ölçeğin orijinali Baker ve Sinkula (1999a, 1999b) tarafından hazırlanan çalışmadan elde edilmiştir.

Verilerin Analizi

Bu çalışmada elde edilen verilere yönelik istatistiksel analizler, SPSS paket programı kullanılarak gerçekleştirilmiştir. Analizler öncesinde, verilerin normal dağılıma uygun olup olmadığını belirlemek amacıyla öncelikle normallik testi gerçekleştirilmiştir. Daha sonra, tüm ölçeklerin iç tutarlılığını değerlendirmek için güvenilirlik testi uygulanmış, ölçeklerin yapı geçerliliğini tespit etmek için keşfedici faktör analizi yapılmıştır. Değişkenler arasındaki ilişkilerin incelenmesi amacıyla korelasyon analizi gerçekleştirilmiş ve nihayetinde, hipotezlerin testi amacıyla hiyerarşik regresyon analizi yapılmıştır.

BULGULAR

Bu bölümde, araştırma kapsamında elde edilen bulgular sunulmuş ve hipotezlerin testine yönelik analizlerin sonuçları detaylı bir şekilde açıklanmıştır. Bulgular, araştırma sorularını yanıtlamaya ve kuramsal modelde öngörülen ilişkilerin geçerliliğini test etmeye yöneliktir.

Ölçeklere İlişkin Normallik Testi

Analizlere başlamadan önce, verilerin normal dağılıma sahip olup olmadığına karar verilmesi gerekmektedir. Zira hangi testin uygulanacağına (parametrik veya non-parametrik) karar verilmesi gerekmektedir. Eğer veriler normal dağılım gösteriyorsa, parametrik testlerin kullanımı mümkün olacaktır (Gürbüz ve Şahin, 2017). Verilerin normal dağılım gösterip göstermediğini belirlemenin en yaygın yöntemlerinden biri, çarpıklık ve basıklık değerlerinin incelenmesidir. Basıklık ve çarpıklık değerlerinin $\pm 1,5$ aralığında olması durumunda, verilerin normal dağılım gösterdiği kabul edilir (Tabachnick vd., 2013).

Tablo 1. Ölçeklere İlişkin Normallik Testi Sonuçları

Ölçekler	Ort.	Standart Sapma	Çarpıklık (S)	Basıklık (K)
Yaratıcılık	4,233	0,530	-0,231	-0,035
Duygusal Zekâ	4,049	0,472	0,368	-0,351
Örgüt Performansı	3,415	0,719	-0,119	0,614

Tablo 1'de yer alan çarpıklık ve basıklık değerleri incelendiğinde, bu değerlerin $\pm 1,5$ aralığında olduğu gözlemlenmektedir. Bu bulguya dayanarak, normal dağılım koşulunun sağlandığı sonucuna varılabilir. Dolayısıyla, analizlerde parametrik yöntemlerin kullanılması uygun olacaktır.

Ölçeklere İlişkin Güvenirlik Analizi

Sosyal bilimler araştırmalarında, ölçeklerin tutarlılığının değerlendirilmesi ve ölçek maddeleri arasındaki iç tutarlılığın belirlenmesi önemlidir. Bu amaçla, en yaygın kullanılan analiz yöntemlerinden biri güvenilirlik analizidir. Güvenirlik analizinde, iç tutarlılığın ölçülmesinde en sık başvurulan yöntem Cronbach alfa değerinin hesaplanmasıdır. Bu değer, genellikle 0,70 veya daha yüksek olması gerekmektedir (Gürbüz ve Şahin, 2017: 155-158). Tablo 2'de tüm ölçeklere ilişkin güvenilirlik analizi sonuçları sunulmuştur.

Tablo 2. Ölçeklere İlişkin Güvenirlik Analiz Sonuçları

Ölçekler	Madde Sayısı	Cronbach's Alpha (α)
Yaratıcılık Ölçeği	13	0,927
Duygusal Zekâ Ölçeği	32	0,923
Örgüt Performansı Ölçeği	7	0,892

Tablo 2'ye göre Cronbach's Alpha değerleri yaratıcılık ölçeği için 0,927, duygusal zekâ ölçeği için 0,923 ve son olarak örgüt performansı ölçeği için 0,892 olarak saptanmıştır. Bu bulgular doğrultusunda, araştırma kapsamında kullanılan ölçeklerin yeterli ve yüksek düzeyde güvenilir olduğu ifade edilebilir.

Keşfedici Faktör Analizi

Ölçeğin yapı geçerliliğini istatistiksel olarak belirlemek amacıyla Keşfedici Faktör Analizi (EFA) yöntemi uygulanmıştır. Ölçeğin faktör analizine uygunluğunu test etmek için önce KMO (Kaiser-Meyer-Olkin) testi ve Bartlett testi gerçekleştirilmiştir. KMO katsayısı, örneklem büyüklüğünün uygunluğunu değerlendirmek için kullanılır. Kaiser, elde edilen KMO değerlerinin 1'e yakın olduğunda mükemmel kabul edileceğini, 0,50'nin altındaki bir değer ise kabul edilemez olduğu belirtilmektedir. KMO değerleri için ise 0,90 ve üzeri mükemmel, 0,80 çok iyi, 0,70 ile 0,60 arası orta, 0,50 zayıf olarak kabul edilmektedir (Tavşancıl, 2005).

Tablo 3. Yaratıcılık Ölçeği KFA Sonuçları

Ölçek Maddeleri	1
Y1	0,697
Y2	0,815
Y3	0,810
Y4	0,861
Y5	0,754
Y6	0,840
Y7	0,801
Y8	0,737
Y9	0,794
Y10	0,782
Y11	0,787
Y12	0,816
Y13	0,787
Toplam Açıklanan Varyans %	62,71
KMO	0,923
Barlett X ²	845,865
p	0,000

*p<0,05

Tablo 4. Örgüt Performansı Ölçeği KFA Sonuçları

Ölçek Maddeleri	1
ÖP1	0,765
ÖP2	0,853
ÖP3	0,833
ÖP4	0,687
ÖP5	0,749
ÖP6	0,809
ÖP7	0,768
Toplam Açıklanan Varyans %	61,173
KMO	0,819
Barlett X ²	348,746
p	0,000

*p<0,05

Tablo 3'te sunulan KMO ve Bartlett testi sonuçlarına göre, yaratıcılık ölçeğinin KMO değeri 0,923 olarak belirlenmiş olup, bu değer 0,50'den büyük olduğu için faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir. Ayrıca, Bartlett's Testi sonucu anlamlı bulunmuş olup, $X^2=845,865$ ve $p<0,05$ değeri elde edilmiştir. Bu bulgulara göre, ölçek keşifsel faktör analizine uygundur. Toplam açıklanan varyans oranı ise %62,710 olarak hesaplanmıştır. Ölçek, 13 maddeden oluşan tek bir boyut olarak yapılandırılmış ve bu süreçte herhangi bir madde çıkarılmamıştır.

Tablo 5. Duygusal Zekâ Ölçeği KFA Sonuçları

Ölçek Maddeleri	1
DZ1	0,664
DZ2	0,774
DZ3	0,692
DZ4	0,703
DZ5	0,369
DZ6	0,676
DZ7	0,706
DZ8	0,720
DZ9	0,670
DZ10	0,570
DZ11	0,490
DZ12	0,625
DZ13	0,619
DZ14	0,689
DZ15	0,693
DZ16	0,637
DZ17	0,713
DZ18	0,722
DZ19	0,592
DZ20	0,668
DZ21	0,568
DZ22	0,728
DZ23	0,772
DZ24	0,754
DZ25	0,743
DZ26	0,634
DZ27	0,634
DZ28	0,348
DZ29	0,607
DZ30	0,722
DZ31	0,609
DZ32	0,689
DZ33	0,241
Toplam Açıklanan Varyans %	42,08
KMO	0,834
1837,662	1837,662
p	0,000

* $p<0,05$

Tablo 4'te sunulan KMO ve Bartlett testi sonuçlarına göre, örgüt performansı ölçeğinde KMO değeri 0,819 olarak belirlenmiştir ve bu değer, 0,50'den büyük olduğu için faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir. Ayrıca, Bartlett's Testi sonucu anlamlı bulunmuş olup, $X^2=348,746$ ve $p<0,05$ değeri elde edilmiştir. Bu bulgular, ölçeğin keşifsel faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir. Ölçek tek boyutlu olarak değerlendirilmiş olup, toplamda 7 maddeden oluşmaktadır ve bu süreçte herhangi bir madde çıkarılmamıştır. Toplam açıklanan varyans oranı ise %61,173 olarak hesaplanmıştır.

Tablo 5'te sunulan KMO ve Bartlett testi sonuçlarına göre, duygusal zeka ölçeğinde KMO değeri 0,834 olarak hesaplanmış ve bu değer, 0,50'den büyük olduğu için faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir. Ayrıca, Bartlett's Testi sonucu anlamlı bulunmuş olup, $X^2=1837,662$ ve $p<0,05$ değeri elde edilmiştir. Bu bulgular, ölçeğin keşifsel faktör analizine uygun olduğunu göstermektedir. Ölçek tek boyutlu olup, toplamda 33 maddeden oluşmaktadır. Ancak, faktör yükü düşük olan 33. madde, ölçekten çıkarılmıştır. Toplam açıklanan varyans oranı ise %42,080 olarak belirlenmiştir.

Korelasyon Analizi

Araştırma modelinin ve hipotezlerinin test edilmesi amacıyla öncelikle değişkenler arasındaki anlamlı korelasyon ilişkilerinin belirlenmesi gerekmektedir. Bu doğrultuda yapılan Korelasyon Analizi sonuçları Tablo 6'da sunulmaktadır.

Tablo 6. Korelasyon Analiz Sonuçları

	Yaratıcılık	Duygusal Zekâ	Örgüt Performansı
Yaratıcılık	1	-0,712	0,362
Duygusal Zekâ		1	0,381
Örgüt Performansı			1

Pearson korelasyon testi sonuçlarına göre, yaratıcılık ile örgüt performansı arasında ($r=0,362$, $p<0,01$) pozitif yönlü anlamlı bir ilişki bulunmuştur. Ayrıca, yaratıcılık ile duygusal zekâ arasında ($r=-0,712$, $p<0,01$) negatif yönlü anlamlı bir ilişki olduğu görülmektedir. Son olarak, duygusal zekâ ile örgüt performansı arasında ($r=0,381$, $p<0,01$) pozitif yönlü anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir.

Hiyerarşik Regresyon Aracı Etki Testi

Bağımsız değişkenin etkisini bağımlı değişkene kaydıran faktörlere aracı değişken denir. Başka bir deyişle, aracı değişken, bağımsız değişkenin etkisini alır ve bunu bağımlı değişkene ileterek aradaki ilişkiyi açıklar. Nedensel Adım Yaklaşımı'na göre, aracılık etkisinin belirlenebilmesi için, bağımsız değişken, bağımlı değişken ve aracı değişken arasındaki ilişkilerin anlamlı olması şarttır. Bağımsız ve bağımlı değişkenler arasındaki doğrudan etki, aracı değişken analize dahil edildiğinde artık anlamlı değilse tam aracılık etkisinden söz edilebilir; etki azalırsa kısmi aracılık etkisinden söz edilebilir (Gürbüz ve Şahin, 2017: 285).

Tablo 7. Duygusal Zekâ Aracılık Testi Sonuçları

Değişkenler	Örgüt Performansı	Duygusal Zekâ
Model1	β	β
Yaratıcılık	0,362	x
p	0,001	x
F	12,531	x
R ²	0,131	x
Düzeltilmiş R ²	0,121	x
Model2	β	β
Yaratıcılık	x	0,712
p	x	0,001
F	x	85,47
R ²	x	0,507
Düzeltilmiş R ²	x	0,507
Model 3	β	β
Duygusal Zekâ	0,381	x
p	0,001	x
F	14,119	x
R ²	0,145	x
Düzeltilmiş R ²	0,135	x
Model 4 (Aracılık)	β	β
Yaratıcılık	0,184	x
p	0,205	x
F	7,928	x
R ²	0,162	x
Düzeltilmiş R ²	0,142	x
	β	β
Duygusal Zekâ	0,250	
p	0,086	x
F	7,928	x
R ²	0,162	x
Düzeltilmiş R ²	0,142	x

Analiz sonuçlarına göre, Model 1 değerlendirildiğinde yaratıcılığın örgüt performansı üzerindeki etkisinin ($\beta= 0,362$ $p<0,05$) pozitif yönlü ve istatistiksel olarak anlamlı olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda, “H1: Yaratıcılığın örgüt performansı üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır.” hipotezi kabul edilmiştir.

Model 2 incelendiğinde, yaratıcılığın duygusal zekâ üzerindeki etkisinin ($\beta= 0,712$, $p<0,05$) pozitif yönlü ve anlamlı olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda, “H2: Yaratıcılığın duygusal zekâ üzerinde anlamlı ve pozitif etkisi vardır.” hipotezi kabul edilmiştir.

Model 3 incelendiğinde, duygusal zekânın örgüt performansı üzerindeki etkisinin ($\beta= 0,381$ $p<0,05$) pozitif yönde ve anlamlı olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda, “H3: Duygusal zekânın örgüt performansı üzerinde anlamlı ve pozitif bir etkisi vardır.” hipotezi kabul edilmiştir.

Model 4’te ise yaratıcılık ve duygusal zekânın birlikte örgüt performansı üzerindeki etkisi değerlendirildiğinde, duygusal zekânın etkisinin ($\beta= 0,250$, $p>0,05$) istatistiksel olarak anlamsız olduğu görülmektedir. Bu doğrultuda, “H4: Yaratıcılık ile örgüt performansı arasındaki ilişkide duygusal zekânın aracılık rolü vardır.” hipotezi ret edilmiştir. Özetle, yaratıcılığın örgüt performansı üzerindeki etkisinde duygusal zekânın aracılık rolü olmadığı sonucuna ulaşılmıştır.

TARTIŞMA

Bu araştırmada, turizm işletmelerinde yaratıcılığın örgüt performansına etkisi ve bu etkide duygusal zekânın rolü bütüncül bir çerçevede incelenmiştir. Araştırma bulguları, yaratıcı düşüncenin örgüt performansını anlamlı ve pozitif yönde etkilediğini ortaya koymuştur. Günümüz rekabet ortamında, özellikle hizmet sektöründe faaliyet gösteren işletmeler için sürdürülebilir bir rekabet avantajı elde etmenin temel gerekliliklerinden biri, yenilikçi çözümler geliştirmektir (Anderson vd., 2014). Turizm işletmelerindeki müşterilerin sürekli değişen beklentileri ve yüksek kaliteli hizmetlerin rekabet avantajı elde etmede oynadığı hayati rol göz önüne alındığında, yaratıcı düşünme yalnızca kişisel bir beceri değil, aynı zamanda stratejik bir ihtiyaçtır (Zhu vd., 2023). Çalışanların yaratıcı düşünme becerisi, müşteri ihtiyaçlarına yeni çözümler üretmeyi, hizmet prosedürlerini geliştirmeyi ve rakiplerden farklı kılan ayırt edici değer önerileri oluşturmayı kolaylaştırır. Bu süreçler, müşteri memnuniyetini ve hizmet kalitesini artırarak örgütsel performans üzerinde doğrudan katkı sağlamaktadır. Literatürde de yaratıcı düşüncenin örgüt performansı üzerindeki etkisinin, hizmet inovasyonu, müşteri memnuniyeti ve süreç verimliliği gibi çok yönlü unsurlarla bağlantılı olduğu belirtilmektedir (El-Kassar vd., 2022; Gomes vd., 2022; Setyaningrum vd., 2023; Gilson, 2024).

Araştırmanın bir diğer bulgusu, yaratıcılığın duygusal zekâ üzerindeki pozitif etkisidir. Bu sonuç, yaratıcı düşünme ile duygusal zekânın dinamik ve karşılıklı bir etkileşim içinde olduğunu gösteren son araştırmalarla tutarlıdır (Geher vd., 2017; Gupta ve Bajaj, 2017; Xu vd., 2019). Yaratıcılık süreci, bireylerin empati, açık iletişim ve duygusal farkındalık gibi becerilerini geliştirmelerine katkı sağlar. Yaratıcı çözümler üretmek, teknik bir süreç olmanın yanı sıra sorunları ve beklentileri derinlemesine anlamayı gerektiren sosyal ve duygusal bir süreçtir. Turizm sektörünün müşteri odaklı olduğu düşünüldüğünde, yaratıcı çalışanların aynı zamanda yüksek duygusal zekâyâ sahip olmasının sunulan hizmetlerin kalitesini artıracığı açıktır. Müşteriyle empati kurabilen, stres yönetiminde başarılı olan ve takım içi uyumu güçlendiren yaratıcı çalışanlar, hem bireysel hem de örgütsel performansa önemli katkılar sunmaktadır. Dolayısıyla, yaratıcı düşünme ile duygusal zekâ arasında çift yönlü ve pekiştirici bir etkileşim söz konusudur.

Araştırmada elde edilen bir diğer önemli bulgu, duygusal zekânın örgüt performansını anlamlı ve pozitif yönde etkilediğidir. Bu sonuç, özellikle insan temelli hizmet sektörlerinde duygusal

zekânın stratejik önemini vurgulayan mevcut literatürle paralellik göstermektedir (Krn ve Séllei, 2021; Supramaniam ve Singaravello, 2021; Deshpande ve Srivastava, 2023; Hasibuan vd., 2024). Kişinin kendi duygularını tanımlaması ve kontrol etmesi, başkalarının duygularını anlaması ve etkili iletişim kurması gibi becerilerin tümü duygusal zekânın bir parçasıdır. Bu yetenekler, daha yüksek müşteri memnuniyetinin yanı sıra ekip uyumunun ve personel işbirliğinin geliştirilmesine katkıda bulunur. Turizm işletmelerinde, çalışanların yüksek duygusal zekâya sahip olması, yalnızca bireysel performansı değil, hizmet süreçlerinin genel kalitesini de artırmaktadır. Ayrıca, duygusal zekâ problem çözme ve yenilikçi karar alma süreçlerinde de kritik bir rol oynar. Kriz durumlarında duygularını yönetebilen ve stresle başa çıkabilen çalışanlar, analitik ve yaratıcı çözümler geliştirme konusunda daha başarılı olmaktadır (Uzair ve Bhaumik, 2023). Özellikle pandemi sonrası dönemde turizm sektöründe yaşanan belirsizlikler, duygusal zekânın kriz yönetimindeki kritik rolünü bir kez daha gözler önüne sermiştir (Sadovyy vd., 2021; Sun vd., 2021; Iqbal vd., 2021).

Çalışmanın dikkat çeken son bulgusu ise, duygusal zekânın, yaratıcılık ile örgüt performansı arasındaki ilişkide anlamlı bir aracılık rolü üstlenmediğini göstermesidir. Bu durum, yaratıcı fikirlerin performansa dönüşme sürecinde, bireysel özellikler kadar, örgüt kültürü, yönetsel destek ve inovasyon iklimi gibi yapısal unsurların belirleyici olabileceğine işaret etmektedir (Amabile, 2018). Özellikle turizm işletmelerinde, yaratıcı fikirlerin uygulamaya geçirilmesi sürecinde, çalışanların desteklenmesi, yaratıcı önerilerin teşvik edilmesi ve yöneticilerin yenilikçi fikirlere açık bir tutum sergilemesi büyük önem taşımaktadır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Araştırma sonuçları, turizm işletmelerinde yaratıcı düşünme süreçlerini destekleyen bir örgüt kültürü oluşturmanın ve yaratıcı çalışanları teşvik edici insan kaynakları uygulamalarına öncelik vermenin, performansı artırmada kilit rol oynadığını göstermektedir. Ayrıca, çalışanların duygusal zekâlarını geliştirmeye yönelik eğitim ve gelişim programları, yalnızca bireysel performansı değil, müşteri memnuniyetini ve ekip içi uyumu da güçlendirecek bir kaldıraç etkisi yaratabilir. Ancak, yaratıcı davranış ile örgüt performansı arasındaki ilişkiyi sadece bireysel özellikler üzerinden açıklamak yetersiz kalabilir. Turizm işletmelerinin dinamik yapısı ve çevresel faktörler de bu ilişki üzerinde etkili olabileceğinden, gelecekteki araştırmalarda örgütsel destek, liderlik tarzı ve inovasyon kültürü gibi unsurların aracılık ve düzenleyici rollerinin derinlemesine incelenmesi önerilmektedir.

Sonuç olarak, bu araştırma turizm sektöründe yaratıcı düşünce ve duygusal zekânın örgüt performansına etkisini bütüncül bir yaklaşımla ele alarak literatüre önemli katkılar sunmaktadır. Yoğun rekabetin yaşandığı bu sektörde, yaratıcı ve duygusal zekâsı yüksek insan kaynağına sahip olmak, işletmelerin sürdürülebilir rekabet avantajı sağlamasında kritik bir başarı faktörü olarak değerlendirilmektedir. Bu nedenle, turizm işletmelerinin işe alım ve yetenek yönetimi süreçlerinde yaratıcı düşünme ve duygusal zekâ gibi yetkinlikleri ölçen değerlendirme araçlarını daha etkin kullanmaları, hem bireysel hem de örgütsel performansı artıracak stratejik bir yaklaşım olacaktır.

Hakem Değerlendirmesi: Dış bağımsız.

Destek Bilgisi: Herhangi bir kurum ve/veya kuruluştan destek alınmamıştır.

Çıkar Çatışması: Yazarlar arasında çıkar çatışması yoktur.

Etik Onayı: Bu çalışmanın tüm hazırlanma süreçlerinde etik kurallara riayet edildiğini yazar(lar) beyan eder. Aksi bir durumun tespiti halinde Türk Turizm Araştırmaları Dergisi'nin hiçbir sorumluluğu olmayıp, tüm sorumluluk makale yazar(lar)ına aittir.

Etik Kurul Onayı: İstanbul Gelişim Üniversitesi Etik Kurulundan 09.02.2024 tarih ve 2024-02-93 sayılı karar numarası ile izin alınmıştır.

Araştırmacıların Katkı Oranı: Yazarlar çalışmaya eşit oranda katkı sağlamıştır.

KAYNAKÇA

Ahmad, T., Hamid, A. R., Abbas, A., Anwar, A., Ekowati, D., Fenitra, R. M., and Suhariadi, F. (2023). Empowering leadership: role of organizational culture of self-esteem and emotional intelligence on creativity. *Journal of Management Development*, 42(3), 201-214.

Alawamleh, M., Al-Hussaini, M., and Bani Ismail, L. (2022). Open innovation in the food industry: trends and barriers—a case of the Jordanian food industry. *Journal of Global Entrepreneurship Research*, 12(1), 279-290.

Amabile, T. M., and Pratt, M. G. (2016). The dynamic componential model of creativity and innovation in organizations: Making progress, making meaning. *Research in Organizational Behavior*, 36, 157-183.

Amabile, T. M. (2018). *Creativity in context: Update to the social psychology of creativity*. (1st Edition) New York: Routledge.

Anderson, N., Potočník, K., and Zhou, J. (2014). Innovation and creativity in organizations: A state-of-the-science review, prospective commentary, and guiding framework. *Journal of Management*, 40(5), 1297-1333.

Arı, S. (2023). Yaratıcı düşünme süreçlerinde duygusal zeka, öz farkındalık ve içsel motivasyonun yeri. *İnönü Üniversitesi Kültür ve Sanat Dergisi*, 9(2), 30-42.

Aslan, Ş., ve Özata, M. (2006). Sağlık yöneticilerinde duygusal zekâ boyutlarının Cooper Sawaf haritasıyla araştırılması. *Hacettepe Sağlık İdaresi Dergisi*, 9(2), 197-222.

Baker, W. E., and Sinkula, J. M. (1999a). Learning orientation, market orientation, and innovation: Integrating and extending models of organizational performance. *Journal of Market-Focused Management*, 4(4), 295-308.

Baker, W. E., and Sinkula, J. M. (1999b). The synergistic effect of market orientation and learning orientation on organizational performance. *Journal of the Academy of Marketing Science*, 27, 411-427.

Bekmezci, H., Apay, S. E., ve Özkan, H. (2014). Duygusal zekâ ve ebelik. *Sağlık Bilimleri ve Meslekleri Dergisi*, 1(2), 95-101.

Carmeli, A., and Josman, Z. E. (2006). The relationship among emotional intelligence, task performance, and organizational citizenship behaviors. *Human Performance*, 19(4), 403-419.

Cengiz, E., Acuner, T., ve Baki, B. (2006). Liderlerin sahip oldukları duygusal zekanın örgütsel yaratıcılık üzerine etkileri: bir model önerisi. *Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(1), 421-433.

Cohen, J. (2013). *Statistical power analysis for the behavioral sciences*. (2nd Edition) New York: Routledge.

Çaloğlu, H. (2016). Learning orientation and market information processing: Effects on marketing and organizational outcomes. Boğaziçi Üniversitesi, Yayınlanmış Doktora Tezi, İstanbul.

Deshpande, P., and Srivastava, A. P. (2023). A study to explore the linkage between green training and sustainable organizational performance through emotional intelligence and green work life balance. *European Journal of Training and Development*, 47(5/6), 615-634.

Durnali, M., Orakci, Ş., and Khalili, T. (2023). Fostering creative thinking skills to burst the effect of emotional intelligence on entrepreneurial skills. *Thinking Skills and Creativity*, 47, 101200.

El-Kassar, A. N., Dagher, G. K., Lythreathis, S., and Azakir, M. (2022). Antecedents and consequences of knowledge hiding: The roles of HR practices, organizational support for creativity, creativity, innovative work behavior, and task performance. *Journal of Business Research*, 140, 1-10.

Geher, G., Betancourt, K., and Jewell, O. (2017). The link between emotional intelligence and creativity. *Imagination, Cognition and Personality*, 37(1), 5-22.

George, J. M., and Zhou, J. (2001). When openness to experience and conscientiousness are related to creative behavior: an interactional approach. *Journal of Applied Psychology*, 86(3), 513.

Gilson, L. L. (2024). Why be creative: A review of the practical outcomes associated with creativity at the individual, group, and organizational levels. *Handbook of Organizational Creativity*, 303-322.

Goleman, D. (1996). Emotional intelligence. Why it can matter more than IQ. *Learning*, 24(6), 49-50.

Gomes, G., Seman, L. O., Berndt, A. C., and Bogoni, N. (2022). The role of entrepreneurial orientation, organizational learning capability and service innovation in organizational performance. *Revista de Gestão*, 29(1), 39-54.

Gupta, R., and Bajaj, B. (2017). The relationship between leader's emotional intelligence and employee creativity: A conceptual framework of mechanism. *Procedia Computer Science*, 122, 471-477.

Gümüş, Y. E., ve Belkis, Ö. (2021). Sahne Sanatları Öğrencilerinin Yaratıcılık Kavramına İlişkin Metaforik Algıları. *Conservatorium*, 8(2), 179-201.

Gümüşluoğlu, L., and İlsev, A. (2009). Transformational leadership, creativity, and organizational innovation. *Journal of Business Research*, 62(4), 461-473.

Gürbüz, S., ve Şahin, F. (2017). Sosyal bilimlerde araştırma yöntemleri (Gözden geçirilmiş ve güncellenmiş 4. baskı). Ankara: Seçkin Yayıncılık.

Hair Jr, J. F., Black, W. C., Babin, B. J., and Anderson, R. E. (2010). Multivariate data analysis. In *Multivariate data Analysis* (pp. 785-785).

Hasibuan, J. S., Sari Nasution, A. S., and Sari, M. (2024). Organizational Citizenship Behavior as A Moderator in Employee Performance: A Study on Emotional Intelligence and Job Satisfaction. *International Journal of Sustainable Development & Planning*, 19(1), 365-374.

Hülsheger, U. R., Anderson, N., and Salgado, J. F. (2009). Team-level predictors of innovation at work: a comprehensive meta-analysis spanning three decades of research. *Journal of Applied Psychology, 94*(5), 1128-1145.

Ikart, E. (2023). Emotional intelligence: why its matters in change leadership and innovation in the 21st century styles of work. *Int J Bus Innov, 2*, e34732.

Iqbal, J., Qureshi, N., Ashraf, M. A., Rasool, S. F., and Asghar, M. Z. (2021). The effect of emotional intelligence and academic social networking sites on academic performance during the COVID-19 pandemic. *Psychology Research and Behavior Management, 14*, 905-920.

İnce, M., Gül, H., ve Yavuz Gözükar, M. (2015). Duygusal zekâ ile işgören performansı arasındaki ilişkiler üzerine ampirik bir araştırma. *Gümüşhane University Electronic Journal of the Institute of Social Science/Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Elektronik Dergisi, 6*(12), 226-245.

Jordan, P. J., and Troth, A. (2011). Emotional intelligence and leader member exchange: The relationship with employee turnover intentions and job satisfaction. *Leadership & Organization Development Journal, 32*(3), 260-280.

Karabulut Temel, E. (2018). Yaratıcılık. Ankara: Akademisyen Kitapevi.

Katz, D., and Kahn, R. (2015). The social psychology of organizations. In *Organizational Behavior 2* (pp. 152-168). (1 st Edition) New York: Routledge.

Krén, H., and Séllei, B. (2021). The role of emotional intelligence in organizational performance. *Periodica Polytechnica Social and Management Sciences, 29*(1), 1-9.

Mayo, E. (2014). *The social problems of an industrial civilisation*. (1 st Edition) London: Routledge.

Miao, C., Humphrey, R. H., and Qian, S. (2017). A meta-analysis of emotional intelligence and work attitudes. *Journal of Occupational and Organizational Psychology, 90*(2), 177-202.

Mumcu, A., ve Yiğit, S. (2022). Daha iyi bireysel iş performansı arayışında duygusal zekânın etkisinin test edilmesi. *Manas Sosyal Araştırmalar Dergisi, 11*(1), 230-245.

Munawar, S., Yousaf, H. Q., Ahmed, M., and Rehman, S. (2024). The impact of emotional intelligence, servant leadership, and psychological safety on employee's innovative behavior with the moderating effect of task interdependence in Lahore, Pakistan. *Current Psychology, 43*(9), 8186-8199.

Onay, M., ve Uğur, B. (2011). Sağlıkta memnuniyetin sessiz sihri: "duygusal zeka". *Organizasyon ve Yönetim Bilimleri Dergisi, 3*(2), 23-34.

Onur, D., ve Zorlu, T. (2017). Yaratıcılık kavramı ile ilişkili kuramsal yaklaşımlar. *İnsan ve Toplum Bilimleri Araştırmaları Dergisi, 6*(3), 1535-1552.

Özdamar, Ş., ve Doğrul, B. Ş. (2023). Duygusal Zekânın İşgörenlerin Performansı Üzerindeki Etkisinde Lider-Üye Etkileşiminin Aracılık Rolü: Perakende Sektöründe Bir Araştırma. *Akademik Araştırmalar ve Çalışmalar Dergisi (AKAD), 15*(29), 270-292.

Paredes-Saavedra, M., Vallejos, M., Huancahuire-Vega, S., Morales-García, W. C., and Geraldo-Campos, L. A. (2024). Work Team Effectiveness: Importance of Organizational Culture, Work Climate, Leadership, Creative Synergy, and Emotional Intelligence in University Employees. *Administrative Sciences*, 14(11), 280.

Rahman, M. S., Ferdausy, S., Al-Amin, M., and Akter, R. (2020). How does emotional intelligence relate to transformational leadership, creativity, and job performance?. *Society & Sustainability*, 2(1), 1-15.

Sadovyy, M., Sánchez-Gómez, M., and Bresó, E. (2021). COVID-19: How the stress generated by the pandemic may affect work performance through the moderating role of emotional intelligence. *Personality and Individual Differences*, 180, 110986.

Setyaningrum, R. P., Kholid, M. N., and Susilo, P. (2023). Sustainable SMEs performance and green competitive advantage: The role of green creativity, business independence and green IT empowerment. *Sustainability*, 15(15), 12096.

Schutte, N. S., Malouff, J. M., Hall, L. E., Haggerty, D. J., Cooper, J. T., Golden, C. J., and Dornheim, L. (1998). Development and validation of a measure of emotional intelligence. *Personality and Individual Differences*, 25(2), 167-177.

Sözbilir, F. (2023). The impact of emotional intelligence and organizational identification on creativity performance. *International Journal of Organizational Leadership*, 12(3), 254-268.

Sun, H., Wang, S., Wang, W., Han, G., Liu, Z., Wu, Q., and Pang, X. (2021). Correlation between emotional intelligence and negative emotions of front-line nurses during the COVID-19 epidemic: A cross-sectional study. *Journal of Clinical Nursing*, 30(3-4), 385-396.

Sun, Y., Chen, S., and Wang, R. (2024). Research on the cross-level influence mechanism of team emotional intelligence on employees' creative self-efficacy and innovation performance: The moderating effect of team identification. *Current Psychology*, 43(11), 9553-9566.

Supramaniam, S., and Singaravelloo, K. (2021). Impact of emotional intelligence on organisational performance: An analysis in the Malaysian Public Administration. *Administrative Sciences*, 11(3), 76.

Şeker, C., ve Kaya, A. (2024). Çalışanların Duygusal Zekâsının Örgüt Performansına Etkisi. *Uluslararası Akademik Birikim Dergisi*, 7(1), 1-9.

Tabachnick, B. G., Fidell, L. S., and Ullman, J. B. (2013). Using multivariate statistics (Vol. 6, pp. 497-516). Boston, MA: Pearson.

Tatar, A., Tok, S., ve Saltukoğlu, G. (2011). Gözden geçirilmiş Schutte duygusal zeka ölçeğinin Türkçe'ye uyarlanması ve Psikometrik özelliklerinin incelenmesi. *Klinik Psikofarmakoloji Bülteni-Bulletin of Clinical Psychopharmacology*, 21(4), 325-338.

Tavşancıl, E. (2010). *Tutumların ölçülmesi ve SPSS ile veri analizi*. Nobel Akademik Yayıncılık.

Turunç, Ö. (2006). Bilgi teknolojileri kullanımının işletmelerin örgütsel performansına etkisi hizmet sektöründe bir araştırma. *Toros Üniversitesi İİSBF Sosyal Bilimler Dergisi, 3(5), 225-247.*

Ulutürk, F. (2021). Çalışanların duygusal zeka seviyeleri ile iş tatminleri ve iş performansları arasındaki ilişki: Ankara OSB'lerinde bir araştırma (Doktora tezi). İstanbul Gelişim Üniversitesi, Lisansüstü Eğitim Enstitüsü, İşletme Anabilim Dalı.

Ustakara, F., ve Yıldız, Y. (2020). Örgüt kuramının bir parçası olan sistem yaklaşımı çerçevesinde bir yönetim fonksiyonu olarak halkla ilişkiler ve önemi. *Simetrik İletişim Araştırmaları Dergisi, 1(4), 180-194.*

Uzair, Z., and Bhaumik, A. (2023). The Relationship between Teachers' Emotional Intelligence, Job Stress on Job Performance in Higher Education Institutions in the United Arab Emirates During the COVID-19 Pandemic. *SAR Journal (2619-9955), 6(1), 28-36.*

Xu, X., Liu, W., and Pang, W. (2019). Are emotionally intelligent people more creative? A meta-analysis of the emotional intelligence–creativity link. *Sustainability, 11(21), 6123.*

Yılmaz, H., ve Karahan, A. (2010). Liderlik davranışı, örgütsel yaratıcılık ve işgören performansı arasındaki ilişkilerin incelenmesi: Uşak'ta bir araştırma. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi, 17(2), 145-158.*

Zhou, J., and George, J. M. (2001). When job dissatisfaction leads to creativity: Encouraging the expression of voice. *Academy of Management Journal, 44(4), 682-696.*

Zhu, D., Lin, M. T., Thawornlamlert, P. K., Subedi, S. B., and Kim, P. B. (2023). The antecedents of employees' innovative behavior in hospitality and tourism contexts: A meta-regression approach. *International Journal of Hospitality Management, 111, 103474.*