ULUSLARARASI SAĞLIK YÖNETİMİ VE STRATEJİLERİ ARAŞTIRMA DERGİSİ
INTERNATIONAL JOURNAL OF HEALTH MANAGEMENT AND STRATEGIES RESEARCH
Cilt/Volume : 4 Sayı/Issue : 1 Yıl/Year : 2018 ISSN -2149-6161

*Usaysad Derg, 2018; 4(1): 1 -14(Araştırma makalesi)*

# DOĞRUDAN PAZARLAMADA DUYGUSAL ZEKA, PERFORMANS ALGISI, MOTİVASYON İLİŞKİSİ[1]

**Erhan Uslu**
Kırıkkale Üniversitesi
erhanu@windowslive.com

**Yrd.Doç.Dr.Cihat Kartal**
Kırıkkale Üniversitesi
dr_cihat_kartal@yahoo.com

**Prof.Dr.Tülin Durukan**
Kırıkkale Üniversitesi
t-durukan@hotmail.com
Makale gönderim-kabul tarihi (15.01.2018-03.02.2018)

**ÖZET**

Çağrı merkezi çalışanlarının duygusal zeka, performans algısı, ve motivasyonları arasındaki ilişkilerin araştırılması bu çalışmanın temel amacıdır. Araştırmada, değişkenler arasındaki ilişkiler incelendiğinden dolayı, ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır. Araştırmanın örneklemini, Ankara ilinde çalışan 371 çağrı merkezi çalışanı oluşturmaktadır. Çalışanların duygusal zeka, performans algısı, ve motivasyon ölçümleri için kendilerine başvurulmuştur. Duygusal zeka ölçümleri Wong&Law tarafından geliştirilen WLEIS ölçeği ile yapılmıştır. Performans algısı ölçümleri için Kirkman&Rosen tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır. Motivasyon ölçümleri ise Mottaz motivasyon ölçeği kullanılarak yapılmıştır. Toplanan veriler SPSS programı kullanılarak analiz edilmiştir. Duygusal zeka ile performans algısı arasında anlamlı ilişki arayan H1 hipotezi, duygusal zeka ile motivasyon arasında anlamlı ilişki arayan H2 hipotezi, ve performans algısı ile motivasyon arasında anlamlı ilişki arayan H3 hipotezi test edilmiştir. Değişkenler arasındaki ilişkilerin tespiti için korelasyon analizi kullanılmıştır. Sonuçta; duygusal zekanın boyutları, motivasyonun unsurları, ve performans algısı değişkenleri arasında çeşitli ilişkiler bulunmuştur. 0.01 anlamlılık düzeyinde *duygusal zeka ile performans algısı arasında* (r = .386), *duygusal zeka ile motivasyon arasında* (r = .273), ve *performans algısı ile motivasyon arasında* (r= .201) pozitif yönlü korelasyon bulunmuştur. H1, H2 ve H3 hipotezleri kabul edilmiştir.

Anahtar kelimeler: duygusal zeka, içsel motivasyon, sosyal motivasyon, örgütsel motivasyon, performans algısı.

[1] "Doğrudan Pazarlama Çalışanlarında Duygusal Zeka, Performans Algısı, Motivasyon İlişkisi: Ankara İli Çağrı Merkezi Çalışanları Örneği" adlı doktora tezinden üretilmiştir.

ULUSLARARASI SAĞLIK YÖNETİMİ VE STRATEJİLERİ ARAŞTIRMA DERGİSİ
INTERNATIONAL JOURNAL OF HEALTH MANAGEMENT AND STRATEGIES RESEARCH
Cilt/Volume : 4 Sayı/Issue : 1 Yıl/Year : 2018 ISSN -2149-6161

# THE RELATIONSHIPS BETWEEN EMOTIONAL INTELLIGENCE&PERCEIVED PERFORMANCE&MOTIVATION IN DIRECT MARKETING

**ABSTRACT**

The main purpose of this research is; searching the relations of emotional intelligence, percieved performance, and motivation levels of call center workers. Relational searching model is used, due to the relations between variables are searhed in this research. The sample is composed of 371 call center workers who are working in Ankara city. Self report scales have been used in order to measure the emotional intelligence, perceived performance, and motivation. The emotional intelligence degrees were measured by using the scale WLEIS which is developed by Wong&Law. The scale which was developed by Kirkman&Rosen was used to measure the perceived performance. The motivation levels was measured by Mottaz motivation scale. The data analized with SPSS. Hypotesis H1 that searching a significant correlation between emotional intelligence and perceived performance, hypothesis H2 that searching a significant correlation between emotional intelligence and motivation, and hypothesis H3 that searching a significant correlation between perceived performance and motivation tested. Correlation analyze was used to test the relations between variables. Finally; various relationships were found between dimensions of emotional intelligence, motivation factors, and perceived performance. Positive correlations between *emotional intelligence and perceived performance* (r=.386), between *emotional intelligence and motivation* (r=.273), and between *perceived performance and motivation* (r=.201) were found (sig. 0.01). H1, H2, and H3 hypothesis were supported by data.

Keywords: emotional intelligence, intrinsic motivation, social motivation, organizational motivation, perceived performance.

## GİRİŞ

Bu çalışma kapsamında, insan kaynaklarının performansı üzerinde etkili olan duygusal zeka ve motivasyon incelenmiştir. Bu çalışma, duygusal zeka yeteneklerinin daha gerekli olduğu bir iş kolu olan doğrudan pazarlama çalışanları arasında yapılmıştır.

İşletmelerin en önemli kaynaklarından birisi insan kaynaklarıdır. İşletmenin başarısı, iş gücünün başarısına önemli oranda bağlıdır. İş gücünün başarısı, birçok unsurun etkisi altındadır. Bu unsurların en önemlilerinden birisi motivasyondur. Motivasyonun performans üzerinde etkisi bulunduğundan dolayı, motivasyonu nelerin etkilediği konusu da performans açısından önem taşımaktadır. İş görenin motivasyonu üzerinde, psikolojik değişkenler, fizyolojik değişkenler, finansal değişkenler, ve örgütsel değişkenlerin etkisi bulunur. İş gören bazen beslenme, barınma gibi fizyolojik ihtiyaçları doğrultusunda motive olur. Bazen de iş görenin psikolojik değişkenleri onun motive olmasını sağlar. Başarılı olma güdüsü ya da çevresiyle iletişim halinde bulunma ihtiyacı insanı motive eden etkenler arasındadır. Bazen, belirli amaçları doğrultusunda motive olan iş gören, bazı durumlarda kendisine adil davranılmadığını algılayıp motivasyonunu kaybeder. Bunların dışında, örgütün sunduğu çeşitli ödüller iş göreni motive etmek amacıyla kullanılmaktadır. Örneğin, daha iyi çalışma koşulları, terfi imkanları, ya da takdir edilme gibi unsurlar, iş görenin daha iyi motive olmasını sağlamaktadır.

İş görenin motivasyon düzeyi, onun duygusal zeka düzeyinden etkilenmektedir. Duygusal zeka "kendi duygularını ve başkalarının duygularını anlayabilme, ve bunun sayesinde duyguları ve davranışları yönlendirebilme yeteneği" olarak tanımlanmaktadır. Duyguları anlama, duyguları ifade etme, empati, duyguları yönlendirme, iletişim, ve motivasyon, duygusal zekayı oluşturan yeteneklerdir. Duygusal zeka bir davranış biçimi değil, bir yetenektir. Daha yüksek duygusal zeka yeteneklerine sahip bir iş gören, hem kendisini hem de başkalarını motive etmek konusunda daha başarılıdır. Kendisi için iyi bir ruh hali yaratmak ve bunu sürdürmek; ve çevresindeki kişileri nelerin harekete geçireceğini sezerek bunları kullanmak, duygusal zeka yetenekleridir.

İş görenin iş yerinde ulaştığı performans sonuçları iki türlüdür; görev performansı ve çevresel performans. Görev performansı, doğrudan işin icra edilmesine ilişkindir. Örneğin, üretimin miktarı ya da kalitesi, işe ilişkin mesleki bilgi ve becerinin kullanılması gibi konular görev performansıyla ilgilidir. Çevresel performans ise, iş görenin iş yerinde sergilediği sosyal ilişkilere ilişkin

performanstır. Örneğin, iş arkadaşları ya da yöneticilerden destek ve yardım görmek, iş yerinde yararlı kişiler arası ilişkiler kurmak gibi sosyal becerilere ilişkin performans çevresel performansla ilgilidir.

Performans üzerinde etkisi bulunan yetenek türü yalnızca duygusal zeka yeteneği değildir. İlaveten, kişinin genel zihinsel yetenekleri performansını önemli ölçüde belirlemektedir. Duygusal zeka hakkında yapılan bazı araştırmalarda duygusal zeka ve bilişsel zeka (ya da genel zihinsel yetenekler) karşılaştırılmış ve hangisinin performans üzerinde daha etkili olduğu ortaya konmaya çalışılmıştır. Duygusal zekanın bilişsel zekaya göre daha yeni bir kavram olması ve popülerlik kazanması gibi sebeplerden dolayı, bilişsel zekanın sınırlı etkisi ve duygusal zekanın büyük etkisi anlatılmaktadır. Bu yöndeki çalışmaların hatası, duygusal zekanın bilişsel zekaya alternatif olmadığını gözden kaçırmalarıdır. Duygusal zeka, bilişsel zekaya alternatif olarak ortaya atılan bir kavram değildir. Duygusal zeka ve bilişsel zeka, birbirlerini tamamlayan yeteneklerdir.

Bilişsel zeka ve duygusal zeka, farklı alanlarda ve farklı işlerde, farklı bileşimlerle gerekli olmaktadır. Örneğin, bir doğrudan pazarlama personeli açısından bilişsel zekaya ihtiyaç vardır; ancak duygusal zekaya daha fazla ihtiyaç vardır. Çünkü doğrudan pazarlama, mevcut ve potansiyel müşterilerle bireysel etkileşim kurulmasını gerektirir. Müşterilerin ihtiyaçlarını anlama, onlara uygun biçimde hitap etme, onları ikna etme, onları bir ürünü satın almak ya da bir sözleşmeyi yenilemek üzere motive etme gibi beceriler, duygusal zeka yetenekleri gerektirmektedir. Buna karşın, herhangi bir kişisel etkileşim içermeyen bir mesleği icra eden iş görenler açısından, duygusal zeka yeteneklerine daha az ihtiyaç duyulmaktadır.

## DUYGUSAL ZEKA

Geçmişten bugüne zeka hakkında bir çok tanımlama yapılmıştır. Ancak zeka hakkında ortak bir tanım bulunmamaktadır. Zeka kavramı soyut bir kavramdır ve genel bir tanımlama yapılamamakla birlikte tanımların ortak noktası zekanın bir tür yetenek ya da yetenekler olduğudur. Zeka tanımlarının odaklandığı esaslar algılama, öğrenme, düşünebilme, uyum sağlama, rasyonel davranma gibi yeteneklerdir. Zeka, bireyin zihinsel süreçlerini ilgilendiren içsel bir kavram olduğu gibi aynı zamanda sosyal boyutu da bulunan bir kavram olarak tanımlanmıştır. Bir takım zeka tanımları zekanın bilişsel ve algısal boyutunu vurgularken bir takım zeka tanımları zekanın uyum sağlama ya da çevreyle etkileşim gibi sosyal boyutunu vurgulamaktadır.

20.yy sonlarında zeka ile başarı ilişkisi üzerine yapılmış olan bir takım çalışmaların bulgularında bilişsel zekanın her zaman tek başına başarı getirmediği konusuna odaklanılmış, duygusal zeka ve sosyal zeka kavramlarına yönelinmiştir. Mayer&Salovey, Goleman, Cooper&Sawaf, ve Bar-On zekanın duygusal boyutuna dikkat çeken önemli çalışmalar yapmışlardır.

Duygusal zeka, bir kavram olarak 20. yy'ın sonunda ortaya atılmış olmasına rağmen, içerik olarak çok eskilere dayanmaktadır. Zekayı, bilişsel zeka (IQ) ve duygusal zeka (EI/EQ) biçiminde iki parçalı olarak düşünmek mümkündür. IQ ve EI kavramları birbirinin alternatifi olarak algılanmamalıdır. Bu kavramlar, ayrı ayrı tek başlarına zekanın tümü hakkında bilgi vermemektedir. IQ, zekanın soyut düşünebilme ve algılama kısmı ile ilgili olurken, EI ise zekanın sosyal boyutu, iletişim becerisi boyutu, ve uyum boyutu hakkında bilgi vermektedir.

Duygusal zekanın ilk tanımını yapan Peter Salovey ve arkadaşlarının tanımı şu şekildedir: "duyguyla muhakeme etme kabiliyeti, duyguyu fark etmek, onu düşünceye dahil etmek, onu anlamak ve yönetmek"(Beceren 2012:146). Salovey&Mayer'in duygusal zeka modeli şu yeteneklerden oluşmaktadır: duyguları tanıma ve ifade etme, duyguları düzenleme, duyguları kullanma.

Salovey ve Mayer duygusal zekayı Gardner'ın kişisel zekalarının bir alt türü olarak açıklamışlardır. Ortaya attıkları duygusal zeka modeli duyguları içermez, bunun yerine, bireyin kendisinin ve başkalarının duygularını teşhis ederek bunları sorun çözmede ve davranışları düzenlemede kullanmasına odaklanır. Bu duygusal zeka teorisini diğer popüler duygusal zeka teorilerinden ayıran önemli bir özelliği, yetenek temelli olmasıdır.

**Duygusal Zekayı Oluşturan Alt Sistemler**

Ortaya çıkışından bu yana birçok teorik ve uygulamalı araştırmaya konu olan duygusal zekanın yapısını açıklamak amacıyla çok sayıda model geliştirilmiştir ve yeni çalışmalar devam

ULUSLARARASI SAĞLIK YÖNETİMİ VE STRATEJİLERİ ARAŞTIRMA DERGİSİ
INTERNATIONAL JOURNAL OF HEALTH MANAGEMENT AND STRATEGIES RESEARCH
Cilt/Volume : 4 Sayı/Issue : 1 Yıl/Year : 2018 ISSN -2149-6161

etmektedir. Bu modeller, duygusal zekayı oluşturan boyutları ve bu boyutların alt unsurlarını içermektedir. Modelleri oluşturan boyutlar arasında benzerlikler ve farklılıklar mevcuttur. Duygusal zeka sistemini oluşturan alt sistemler duyguları algılama, duyguları açıklama, empati, duyguları yönlendirme, etkili iletişim, ve motivasyon olarak ifade edilmektedir.

**Duyguları Algılama:** Salovey ve Mayer'in ortaya attıkları duygusal zeka teorisinde tanımladıkları alanlardan birisi duyguları tanımadır. Bireyin kendi duygularını tanıması, hissettiği duyguları anlayabilmesi ve algılayabilmesidir. İlaveten, bireyin ruh durumunun farkında olması da duygularını tanıma yetisi içerisindedir(Salovey ve Mayer,1990) . Salovey ve Mayer'in *kendi duygularını tanıma* olarak adlandırdığı yetenek, *duyguları algılama* olarak burada uyarlanmaktadır.

Goleman'ın, duygusal zeka teorisini oluşturan kısımlardan birisi olan özbilincin iki alt unsuru, duygusal bilinç ve doğru öz değerlendirmedir. Goleman, duygusal bilinç kavramını "bireyin hissettiği duyguları tanıması" olarak tanımlamıştır. Doğru öz değerlendirme kavramını ise "bu duyguları neden hissettiğini algılayabilmesi" olarak açıklamıştır(Goleman,2011). *Duygusal bilinç* ve *doğru öz değerlendirme* yetenekleri, *duyguları algılama*yı anlatmaktadır.

Bar-On'un duygusal zeka modelinin içsel dünya alanını oluşturan bir alt unsur olan farkındalık alanı, bireyin duygularının farkında olması ve bu duyguları neden hissettiğinin farkında olmasıdır(Stein &Book,2003). *Farkındalık* alanı *duyguları algılama*nın karşılığıdır.

**Duyguları Açıklama**: Salovey ve Mayer'in duygusal zeka teorisinde yer alan duyguları ifade etme yeteneği, bireyin duygularını sözlü veya sözsüz şekilde doğru ve etkili ifade edebilme becerisidir(Salovey ve Mayer,1990). *Duyguları ifade etme* yeteneği, burada *duyguları açıklama* olarak uyarlanmaktadır.

Goleman, özgüveni "bireyin kendini doğru şekilde ifade edebilmesi" şeklinde tanımlamıştır(Goleman,2011). Buna göre *özgüven, duyguları açıklama* yeteneğidir.

Bar-On'un duygusal zeka modelinin içsel dünya alanında yer alan dışa vurum ise, bireyin duygularını ifade edebilme yetisidir(Stein ve Book, 2003). *Dışa vurum* alanı, *duyguları açıklama* ile yakın anlam taşımaktadır.

**Empati:** Duygusal zekanın yapısını anlatan erken çalışmalar arasında öne çıkanlar, empatiyi duygusal zekanın çok önemli bir unsuru olarak aktarmışlardır.

Salovey&Mayer'in duygusal zeka teorisine dahil olan yeteneklerden birisi başkalarının duygularını tanıma ve empati olarak ifade edilmektedir. Empati, başkasının duygularını anlayabilme ve kendini onun yerine koyabilme becerisi olarak tanımlanmaktadır. Yazarlara göre empati, duygusal zeki davranışın esas karakteristiği sayılabilir. Bu beceriler, başkalarının tepkilerini doğru tahmin etmeyi ve uygun karşılık vermeyi sağlar(Salovey&Mayer,1990).

Empatiyi, başkalarının hislerini, ihtiyaçlarını ve endişelerini anlamak olarak tanımlayan Goleman, empatiye işletme ve politika açılarından da bakmıştır. Müşteri ihtiyaçlarını anlamak ya da kitlenin politik eğilimlerini okumak konularına da empati açısından yaklaşmıştır(Goleman,2011).

Bar-On'un teorisini oluşturan bir alan olan dış dünyanın bir unsuru empatidir ve bu yetenek, başkalarıyla ilişki kurma ve sürdürmenin gerektirdiği önemli bir yetenektir(Stein ve Book,2003).

**Duyguları Yönlendirme:** Duygusal zeka konseptinde önemli yeri olan bir yetenek, bireyin kendi duygularına yön verebilme kabiliyetidir. Bu kabiliyet, kişinin, duygularını şekillendirebilmesi yeteneğine dayanmaktadır.

Salovey ve Mayer modelinde, kendi duygularını düzenleme yeteneği de duygusal zekanın bir parçasıdır. Duyguların düzenlenmesi boyutu, duygulara yön vermek ve yönetmek olarak ifade edilebilir. Salovey ve Mayer'e göre, "herkes duygularını yönetebilir, ancak duygusal zekası yüksek bir insan ruh halini ustaca düzenleyip pozitif ruh hali yaratabilir ve bunu sürdürebilir"(Salovey ve Mayer,1990).

Goleman, kendine çekidüzen verme olarak adlandırdığı duygusal zeka yetisini "duygularımızı, işleri kolaylaştıracak şekilde yönetmek; duygusal sıkıntıdan kendini kurtarıp toparlanmak" olarak tarif etmiştir(Goleman, 2011).

Bar-On, bireyin kendini yönlendirebilme becerisini bağımsızlık; pozitif ruh hali yaratıp sürdürmesini ise iyimserlik, olarak tanımlamıştır(Stein ve Book, 2003).

ULUSLARARASI SAĞLIK YÖNETİMİ VE STRATEJİLERİ ARAŞTIRMA DERGİSİ
INTERNATIONAL JOURNAL OF HEALTH MANAGEMENT AND STRATEGIES RESEARCH
Cilt/Volume : 4 Sayı/Issue : 1 Yıl/Year : 2018 ISSN -2149-6161

Salovey ve Mayer'in *kendi duygularını düzenleme*; Goleman'ın *kendine çekidüzen verme*; ve Bar-On'un *bağımsızlık* ve *iyimserlik* adlarını verdikleri duygusal zeka yetenekleri, *duyguları yönlendirme*yi ifade etmektedir.

**Etkili İletişim:** Sosyal zeka kavramı temel alınarak ortaya atılmış olan duygusal zeka, etkili iletişim kurma yeteneği sayesinde insanların duyguları, düşünceleri, ve davranışları üzerinde etki yaratma yeteneğini içermektedir.

Salovey&Mayer'e göre duygusal zekası yüksek bireyler, başkalarının duygularını yönlendirebilecek sosyal becerilere sahiptir. Bu beceriler, başkalarının duygularını düzenleme yeteneği olarak tanımlanmıştır(Salovey&Mayer,1990). Goleman, ilişkilerde duyguları yönetmek ve iletişim halinde olunan kişileri ikna edebilmek gibi yetenekleri sosyal beceri olarak tanımlamıştır(Goleman, 2011).

Bar-On'un modelindeki sosyal ilişkiler alanı, ilişki kurma ve ilişkiyi sürdürme başarısını ifade etmektedir(Stein ve Book,2003).

Salovey ve Mayer'in *başkalarının duygularını düzenleme* yeteneği olarak duygusal zekaya dahil ettikleri, Goleman'ın *sosyal beceri*, Bar-On'un *sosyal ilişkiler* olarak tanımladığı yetenekler, burada *etkili iletişim* adıyla uyarlanmıştır.

**Motivasyon:** Duyguları kullanarak kişinin kendisini ve başkalarını motive etmesi, sorunlara yeni çözümler getirmesi, koşullara uyum sağlaması gibi beceriler duygusal zekanın sağladığı başarılardır.

Salovey&Mayer, bireylerin duyguları kullanarak esneklik, yaratıcılık ve motivasyon sağladıklarını, ve bu sayede sorun çözmede daha başarılı olduklarını öne sürmüşlerdir(Salovey ve Mayer, 1990).

Goleman, kişisel/duygusal yeterliliklerden birisi olarak motivasyonu göstermiştir. Duygusal zeki insanın özelliklerinden birisi, gerektiği zamanlarda inisiyatif kullanarak kuralları esnetmektir(Goleman,2011).

## MOTİVASYON

Motivasyon, bireyin belirli bir amacı gerçekleştirmek üzere kendi isteği ile çaba göstermesi(Koçel 2010:619), ya da amaca ulaşmak üzere bireyi harekete geçiren güçtür(Eren 2009:530).

**İş Motivasyonunu Etkileyen Faktörler**

Motivasyon teorilerine konu edilmiş olan motivasyon faktörleri genellikle (1) psikolojik unsurlar, (2) fizyolojik ihtiyaçlar, (3) finansal kaynaklar, ve (4) örgütle ilgili çeşitli unsurları içermektedir. Motivasyonu etkileyen faktörler bu dört başlık altında aşağıda anlatılmaktadır.

1. **Psikolojik Faktörler:** Motivasyon düzeyi üzerinde etkili olan psikolojik faktörler, bireyin psikolojik hali ve bununla bağlantılı olan duygusal zeka ve performans algısı gibi faktörlerdir.

**Duygusal zeka:** Yüksek duygusal zekaya sahip birey, duyguları kullanarak hem kendisini hem de başkalarını motive edebilir. Duygusal zeka teorilerine göre, duygusal zeki birey, duyguları kullanarak iyi bir ruh hali yaratır ve kendisini ve başkalarını motive eder.

Goleman, duygusal zeka yeteneklerinin motivasyon üzerindeki etkisini şu şekilde ifade etmektedir: hedeflerimizi gerçekleştirmek üzere bizi harekete geçiren şey duygulardır; onlar motivasyonumuzun yakıtıdır(Goleman 2011:137-157).

Duygusal zeka yetenekleri sayesinde birey kendi motivasyon düzeyini yönetebilmektedir(Law vd 2008:12-13).

Duygusal zeka yeteneklerinden birisi olan ruh halini düzenleyebilme yeteneği motivasyonu önemli oranda etkileyen bir psikolojik faktördür. Birey, bu yeteneği sayesinde iyi ruh hali yaratarak ve bunu sürdürerek motive olur; ya da kötü ruh halinden bir an önce kurtularak motivasyonun olumsuz etkilenmesinin önüne geçer.

**Performans algısı:** İyi bir performans sergilediğini algılayan bir iş gören, yaptığı iyi işin sonuçlarından memnun olma duygusu hisseder. Bu his, bir çok motivasyon teorisinde motive edici unsur olarak ifade edilmektedir. İyi bir performans algısı, bireyin bir işi başarma ihtiyacı ile

ULUSLARARASI SAĞLIK YÖNETİMİ VE STRATEJİLERİ ARAŞTIRMA DERGİSİ
INTERNATIONAL JOURNAL OF HEALTH MANAGEMENT AND STRATEGIES RESEARCH
Cilt/Volume : 4 Sayı/Issue : 1 Yıl/Year : 2018 ISSN -2149-6161

bağlantılıdır. Başarma ihtiyacı teorisine göre birey bir başarı elde etmek amacıyla motive olmaktadır. ERG teorisine göre bireyi motive eden unsurlardan birisi gelişme ihtiyacıdır. Amaç belirleme teorisine göre bireyler iyi belirlenmiş ve zorlu amaçlar doğrultusunda daha iyi motive olmaktadırlar. İyi bir performans algısına sahip olan iş gören, bir başarıyı elde etme hissi ile bir dahaki davranışlar için ya da bir dahaki amaçlar için motive olmaktadır. Bireyin iyi performans algısı, doğru yolda ilerlediğinin de göstergesi olarak motivasyonuna katkıda bulunur.

**Psikolojik ve zihinsel değişkenler:** Motivasyon, iş görenlerin stres durumlarının olumlu veya olumsuz etkilerine oldukça açık bir değişkendir(Eroğlu 2010:508).

Psikolojik tatminsizliğe veya kendine güvensizlik hallerine kapılan kişiler kendilerini hayatın akşına bırakabilirler. Bu tür kişiler düşük moral seviyesine sahip olmaktadırlar(Eren 2001:252). Düşük moral, motivasyonu olumsuz etkilemektedir.

Bireyin, bir işi yapabileceğine inanması, onun motive olmasını etkileyen bir faktördür. Vroom'un beklenti teorisi, iş görenin bir işi yapabileceğine inancını, motivasyon düzeyinin belirleyicisi olarak ifade eder. İş görenin bilgisi ve yetenekleri, işi yapabileceğine inancını belirler. İş görenin bilgisi, yetenekleri, ve bilişsel zekası yetersizse, işi yapabileceğine inancı, dolayısıyla da motivasyonu olumsuz etkilenir.

2. **Fizyolojik Faktörler:** Bireylerin fizyolojik ihtiyaçları arasında beslenme ve barınma gibi ihtiyaçları bulunmaktadır. Fizyolojik ihtiyaçların bireyi motive eden unsurlar olduğu görüşü Maslow'un ihtiyaçlar hiyerarşisi teorisine dayanmaktadır. Motivasyonu etkileyen fizyolojik faktörlerden birisi de fiziksel sağlıktır. İşgören, fizyolojik ihtiyaçlarını gidermek için motive olup çalışma davranışı sergiler.
3. **Finansal Faktörler:** İnsanlar hayatlarını devamı için zorunlu olan pek çok şeyi alabilmek için paraya ihtiyaç duyarlar. Ayrıca, zorunlu olmayan pek çok diğer ihtiyacı ve istekleri elde edebilmek için de para bir araçtır. Bireylerin gereksinim duydukları bu araç onları motive etmek için kullanılmaktadır.

   Ücret, en eski ve en bilinen motivasyon aracıdır. Fazla çalışmalar ve çabalar karşılığında prim ödenmesi de çalışanların motivasyonunu artırmaktadır(Keser ve Güler 2016:210-211).
4. **Örgütsel Faktörler:** İş görenlerin motive olmasını sağlayan faktörlerin bir kısmı örgütle bağlantılıdır. Örgütsel faktörler, bireyi psikolojik süreçle motive etmektedir. Ancak bu faktörler zeka, algı, psikolojik hal gibi bireyin kendi psikolojik özelliklerinden kaynaklanmaz. Bunun yerine, örgütten kaynaklanan ve iş göreni psikolojik olarak motive etme özelliği bulunan faktörlerdir.

   Wiley(1995), 'çalışanları neler motive eder' adlı çalışmasında, iş görenleri en çok motive eden beş faktörü şöyle saymıştır: İyi ücret, Yapılan işin takdir edilmesi, İş güvenliği, Terfi ve gelişim, İlgi çekici iş(Wiley 1995:266). Diğer örgütsel faktörler; iletişim, yetki-sorumluluk dengesi, iş tatmini, kararlara katılma, adil örgüt politikası, ve yönetim tarzıdır.

## PERFORMANS

Performansı kısaca "önceden belirlenen amaçlara ulaşmak için gösterilen çaba; ve amaçlara ulaşma derecesi" olarak tanımlamak mümkündür.

Borman ve Motowidlo(1993) performansı görev performansı ve çevresel performans olmak üzere iki bileşene ayırmışlardır. Görev performansı işin kendisi ile doğrudan ilgili olan, işin yapılmasına ilişkin performanstır. Çevresel performans ise iş görenin işinde çevresiyle etkileşimine ve sosyal ilişkilerine ilişkin performanstır(Motividlo&VanScotter 1994:476). Bazı işlerde çevresel performans bileşeni görev performansı bileşenine göre daha önemli olurken, bazı meslek ve işlerde bunun tersi bir durum söz konusudur.

**Performansı Etkileyen Faktörler**

İş görenlerin performansı üzerinde etkili olan birçok faktör bulunmaktadır. Performansı etkileyen faktörlerin bir kısmı kişinin yeteneklerine bağlıdır, bir kısmı ise motivasyona bağlıdır(Viswesvaran; Ed.:Anderson vd. 2009:141; Law vd. 2008:12-13). Örneğin, bireylerin sahip olduğu kişilik özellikleri, genel zihinsel yetenekleri, duygusal yetenekleri, bilgi, beceri, ve uzmanlıkları performans üzerinde etkili olmaktadır. İlaveten, finansal çıkarlar, iş tatmini, örgüt kültürü, yönetim tarzı gibi motivasyon araçları da personelin motive edilmesi amacıyla kullanılan

ULUSLARARASI SAĞLIK YÖNETİMİ VE STRATEJİLERİ ARAŞTIRMA DERGİSİ
INTERNATIONAL JOURNAL OF HEALTH MANAGEMENT AND STRATEGIES RESEARCH
Cilt/Volume : 4 Sayı/Issue : 1 Yıl/Year : 2018 ISSN -2149-6161

faktörlerdir. Bunlardan başka performansı etkileyen tecrübeler, sağlanan kişisel yardımlar, bireyin genel sağlık durumu, ve hatta şans faktörünün bile, ortaya çıkan performans sonucu üzerinde dolaylı bir etkisi bulunmaktadır.

**Yetenekler:** Bunlara örnek olarak kişinin zihinsel yetenekleri, duygusal zekası(empati becerisi, duygularını ve ruh halini düzenleyebilme becerisi gibi), işini icra ederken kullanması gereken teknik bilgi verilebilir.

Performans boyutlarını Borman&Motowidlo(1993) modelinde olduğu gibi görev performansı ve çevresel performans olarak iki bileşene ayırırsak, duygusal zeka yetenekleri daha çok çevresel performans(işyerindeki etkileşime ilişkin performans) üzerinde etkili olurken genel zihinsel yetenekler görev performansı(işin kendisine ilişkin performans) üzerinde daha fazla etkili olmaktadır.

Benzer şekilde, Murphy(1998)'nin iddiasına göre, bilişsel faktörler görev performansıyla, kişilik değişkenleri ise çevresel performansla daha ilişkilidir(Viswesvaran;Ed.:Andersonvd. 2009:160).

Duygusal zekanın iş performansı üzerindeki etkisi genel olarak, bireyin işini icra ederken çevresindeki insanlarla iş birliği kurması, empati yaparak ve iyi ilişkiler kurarak güven sağlaması, bu sayede çevreden destek bulması sayesinde olmaktadır. İlaveten, bireyin kendi duygularını yönlendirme yeteneği sayesinde yüksek motivasyon sağlaması; ve iyi bir ruh hali içerisinde bulunması da iyi bir performans ile sonuçlanmaktadır(Law vd. 2008:8). Bu özellikleri dolayısıyla duygusal zekanın çevresel performans ile ilişkisi, görev performansıyla ilişkisinden daha fazladır.

Performans üzerinde önemli etkisi olan yeteneklerden birisinin genel zihinsel yetenekler olduğu açıktır. Genel zihinsel yeteneklerin, özellikle yüksek öğrenim vasıfları gerektiren işlere ilişkin performans için önemli olduğu, geleneksel bir bulgudur(Landy&Shankster 1994; Ferris, Witt&Hochwarter,2001; Akt: Law vd. 2008:3).

Genel zihinsel yetenekler, Borman&Motowidlo(1993) tarafından tanımlanan performans bileşenlerinden görev performansı ile daha fazla ilişkilidir.

Mesleki performansın temeli, iş için gerekli olan bilgi ve becerilerin öğrenilmesine bağlıdır(Ree vd.;Ed:Anderson vd. 2009:279).

**Motivasyon:**Goleman'a göre sıra dışı performans gösteren kişilerin üç motivasyon yeteneği şunlardır:
-Başarma dürtüsü: gelişmeye ya da mükemmellik düzeyini yakalamaya çalışmak.
-Kendini adamak: kuruluşun ya da grubun vizyon ve hedeflerini benimsemek.
-İnisiyatif ve iyimserlik: fırsatları yakalamak için insanları seferber etmek ve engeller karşısında yılmamak(Goleman 2011:145).

İş görenlerin motive olmasını ve böylece daha iyi bir performans ortaya çıkmasını sağlayan nedenlerden birkaç tanesi şunlardır:
- Birey, belirli ihtiyaçlarını tatmin etmek amacıyla motive olup çaba göstermektedir. Hayatın devam etmesi için gereken maddi ya da manevi ihtiyaçlara ulaşmak amacıyla bireyler çaba göstermektedirler.
- Birey, isteklerine ya da amaçlarına ulaşmak üzere motive olup çaba göstermektedir.
- Birey, bir çıkar elde etmek ya da istemediği bir durumdan kurtulmak amacıyla motive olup çaba göstermektedir. Sergileyeceği performansın sonucunda elde edeceği çıkarı isteyen ya da düşük performansın sonucunda katlanmak zorunda kalacağı olumsuz durumu istemeyen birey bir çaba göstermektedir.
- Birey, bir davranışı sergilemesi gerektiğine inandığı için motive olmaktadır. Koşullara göre, çabalamanın adil ve gerekli olduğunu düşünen birey çaba gösterir.

## DOĞRUDAN PAZARLAMADA DUYGUSAL ZEKA, MOTİVASYON, PERFORMANS

Doğrudan pazarlamayı belirleyen üç özellik bulunmaktadır. İlk olarak; gazete, televizyon gibi kitlesel iletişim yerine, doğrudan pazarlama, müşterileri bireysel olarak hedef almaktadır. İkincisi; reklamda olduğu gibi, markanın tanıtımı ya da olumlu bakışların artırılması amaçlanmaz, doğrudan pazarlama anında sonuç almaya odaklanır. Üçüncü olarak, herhangi bir aracı olmaksızın, üreticiden tüketiciye doğrudan satış yapılmaktadır. Alışveriş yapmak için bir yere gitmek yerine katalogdan ürün seçerek internetten ya da telefonla satın almak, müşteriler için daha kolay olmaktadır ve zaman

ULUSLARARASI SAĞLIK YÖNETİMİ VE STRATEJİLERİ ARAŞTIRMA DERGİSİ
INTERNATIONAL JOURNAL OF HEALTH MANAGEMENT AND STRATEGIES RESEARCH
Cilt/Volume : 4 Sayı/Issue : 1 Yıl/Year : 2018 ISSN -2149-6161

kazanmalarını sağlamaktadır. Satıcı açısından ise, kitlesel reklamcılıkla uğraşmak yerine, doğrudan potansiyel müşterinin hedeflenmesi daha etkili sonuçlar sağlamaktadır ve daha düşük maliyetlidir. Ücretsiz çağrı merkezleri, doğrudan pazarlamanın başarısını artıran faktörlerden birisidir(Cadbury; Ed.Doyle 2002:265-267).

Yüksek performans sergileyen satış personelinin özelliklerini araştıran birçok araştırma, başarılı pazarlamacıların şu üç özelliği bulundurduğunu belirtmiştir(Stevenson; Ed.Doyle 2002:293):

- Yüksek başarı motivasyonu.
- Empati.
- Kendine güven.

Doğrudan pazarlama personeli, müşterilerle sürekli ve birebir iletişim halinde olduğu için, doğrudan pazarlama personelinin duygusal zeka yeteneği ile performansı arasında; işini icra ederken çok fazla iletişim ihtiyacı olmayan iş görene oranla daha büyük bir bağ bulunmaktadır.

Duygusal zeka yetenekleri doğrudan pazarlama çalışanlarının performanslarını aşağıdaki şekillerde etkilemektedir:

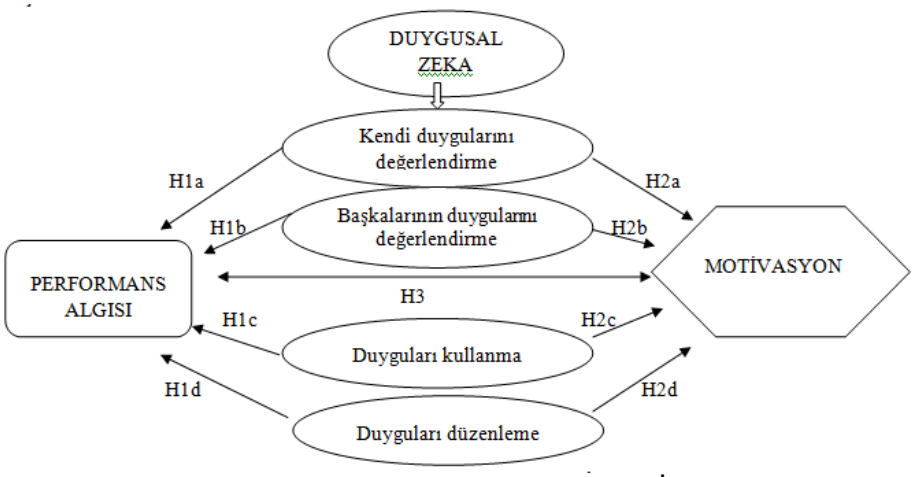
- *Başkalarının duygularını anlama yeteneği ve empati* sayesinde doğrudan pazarlama çalışanı, iletişim halinde olduğu müşterinin duygularını tahmin ederek, ona hitap eden ürün sunumlarını yapabilir. Müşterinin beklentilerini, bir üründen memnuniyetini ya da memnuniyetsizliğini anlayabilmek, pazarlamacı açısından bir avantaj olmaktadır.
- *Başkalarının duygularını düzenleme yeteneği* sayesinde, pazarlamacı müşterinin bir ürüne karşı ilgi duymasını, kendisine güven duymasını, tanıtımı ilgiyle dinlemesini sağlayabilir.
- *Motivasyon yeteneği* sayesinde, pazarlamacı hem kendi motivasyonunu düzenler, hem de müşterileri satın alma davranışı yönünde motive edebilir.
- *Kendi duygularını düzenleyebilme yeteneği* sayesinde kendisi için iyi bir ruh hali yaratıp ve bunu sürdürerek daha yüksek motivasyona ve daha iyi performans sonuçlarına ulaşır.
- *İkna etme yeteneği* sayesinde pazarlama personeli, müşterileri yeni ürün satın alma ya da işletmeye bağlı kalma konusunda ikna eder.

## YÖNTEM

### Araştırma Modeli ve Hipotezler

Araştırma konusu duygusal zeka, performans algısı, motivasyon arasındaki ilişkileri içerdiğinden dolayı, araştırmada ilişkisel tarama modeli kullanılmıştır.

Araştırmada kullanılan ilişkisel tarama modeline ilişkin olarak tasarlanan model aşağıdaki şekilde ifade edilmektedir.




Şekil 1: Duygusal Zeka, Performans Algısı, Motivasyon İlişkileri Modeli

Araştırmanın hipotezleri şu şekilde ifade edilmektedir:
H1:Duygusal zeka ile performans algısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.

H2:Duygusal zeka ile motivasyon arasında anlamlı bir ilişki vardır
H3:Performans algısı ile motivasyon arasında anlamlı bir ilişki vardır.

Araştırmaya ilişkin alt hipotezler aşağıdaki şekilde ifade edilmektedir:
H1a: duygusal zekanın "kendi duygularını değerlendirme" boyutu ile performans algısı arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.
H1b: duygusal zekanın "başkalarının duygularını değerlendirme" boyutu ile performans algısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.
H1c: duygusal zekanın "duyguları kullanma" boyutu ile performans algısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.
H1d: duygusal zekanın "duyguları düzenleme" boyutu ile performans algısı arasında anlamlı bir ilişki vardır.
H2a: duygusal zekanın "kendi duygularını değerlendirme" boyutu ile motivasyon arasında anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.
H2b: duygusal zekanın "başkalarının duygularını değerlendirme" boyutu ile motivasyon arasında anlamlı bir ilişki vardır.
H2c: duygusal zekanın "duyguları kullanma" boyutu ile motivasyon arasında anlamlı bir ilişki vardır.
H2d: duygusal zekanın "duyguları düzenleme" boyutu ile motivasyon arasında anlamlı bir ilişki vardır.

**Evren ve Örneklem**

Araştırmanın evreni Ankara ilinde çalışan yaklaşık 9000 çağrı merkezi çalışanıdır. Örneklerin seçimi için kasti(kararsal) örnekleme yöntemi kullanılmıştır. Örnek sayısı 371'dir.

**Veri Toplama Araçları**

Duygusal zeka düzeyleri; Salovey&Mayer duygusal zeka teorisini temel alan Wong&Law tarafından geliştirilen WLEIS kullanılarak ölçülmüştür. Kendi duygularını değerlendirme, başkalarının duygularını değerlendirme, duyguları kullanma, ve duyguları düzenleme olmak üzere duygusal zekanın dört ayrı boyutu, ve ilaveten genel duygusal zeka düzeyi ölçülmüştür.

16 ifadeden oluşan Wong&Law Duygusal Zeka ölçeğine ait Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı 0,849 olarak hesaplanmıştır, ve bu sayı duygusal zeka ölçeğinin çok yüksek bir güvenilirliğe sahip olduğunu göstermektedir.

Bu araştırmada performans değil, performans algısı ölçülmüştür. Çünkü motivasyon üzerinde etkisi bulunan unsurlardan birisinin performans algısı olduğu düşünülmektedir. Motivasyon performansı etkilerken, iş görenin kendi performansı hakkındaki algısı da onun motivasyonu üzerinde etkili olmaktadır. Motivasyon teorilerinde üzerinde önemle durulan konulardan birisi, bireyin performansı hakkında kendisine geri bildirim sağlanmasıdır. Olumlu geribildirimin motive edici bir unsur olduğu, motivasyon teorilerinde ifade edilmektedir. Kendi performansı hakkında iyi bir algıya sahip olan iş görenin motivasyonu, bundan olumlu etkilenir. Performans algısını ölçmek için, Kirkman&Rosen tarafından geliştirilen ölçek kullanılmıştır.

4 ifadeden oluşan Performans Algısı ölçeğine ait Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı 0,794 olarak hesaplanmıştır, ve bu sayı performans algısı ölçeğinin yüksek bir güvenilirliğe sahip olduğunu göstermektedir.

Motivasyon ise içsel ve dışsal motivasyon unsurları şeklindeki sınıflandırma temel alınarak içsel motivasyon, sosyal motivasyon, ve örgütsel motivasyon olmak üzere üç boyutta ölçülmüştür. Bu ana boyutlar da; başarı-sorumluluk, otonomi, önem, yardımsever arkadaşlık, yardımsever yöneticilik, çalışma koşulları, terfi fırsatları, ücret adaleti, ve sosyal güvenlik olmak üzere dokuz alt unsura ayrılmıştır. Mottaz tarafından geliştirilen motivasyon ölçeği kullanılmıştır.

Mottaz tarafından geliştirilen 24 ifadeden oluşan motivasyon ölçeğine ait Cronbach Alfa güvenilirlik katsayısı 0,907 olarak hesaplanmıştır, ve bu katsayı motivasyon ölçeğinin çok yüksek bir güvenilirliğe sahip olduğunu göstermektedir.

ULUSLARARASI SAĞLIK YÖNETİMİ VE STRATEJİLERİ ARAŞTIRMA DERGİSİ
INTERNATIONAL JOURNAL OF HEALTH MANAGEMENT AND STRATEGIES RESEARCH
Cilt/Volume : 4 Sayı/Issue : 1 Yıl/Year : 2018 ISSN -2149-6161

## BULGULAR

Duygusal Zeka - Performans Algısı – Motivasyon değişkenleri arasındaki ilişkilere dair korelasyon analizi sonuçları aşağıda verilmektedir.

| Korelasyon[b] | | | | |
|---|---|---|---|---|
| | | DUYGUSAL ZEKA | PERFORMANS ALGISI | MOTIVASYON |
| DUYGUSAL ZEKA | Pearson Correlation | 1 | ,386** | ,273** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,000 |
| PERFORMANS ALGISI | Pearson Correlation | ,386** | 1 | ,201** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 |
| MOTIVASYON | Pearson Correlation | ,273** | ,201** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | |
| **. Korelasyon 0.01 düzeyde anlamlıdır (2-tailed). b. N=371 | | | | |

Tablo 1. Duygusal Zeka-Performans Algısı-Motivasyon İlişkileri

Tablo 1.'de, duygusal zeka-performans algısı-motivasyon arasındaki ilişkilere dair korelasyon analizinin sonuçları verilmektedir. Bu sonuçlara göre;

Duygusal zeka ile performans algısı arasında 0.01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü bir ilişki (r = .386) bulunmuştur.

Duygusal zeka ile motivasyon arasında 0.01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü bir ilişki (r = .273) bulunmuştur.

Performans algısı ile motivasyon arasında 0.01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü bir ilişki (r= .201) bulunmuştur.

### Duygusal Zeka Boyutları-Performans Algısı Korelasyon Analizleri

Duygusal zekanın boyutlarının her birisi ile performans algısı arasındaki ilişkileri gösteren korelasyon analizi sonuçları aşağıda verilmektedir.

| Korelasyon[b] | | | | | | |
|---|---|---|---|---|---|---|
| | | PERFORMANS ALGISI | KENDI DUYGULARINI DEGERLENDIRME | BASKALARININ DUYGULARINI DEGERLENDIRME | DUYGULARI KULLANMA | DUYGULARI DUZENLEME |
| PERFORMANS ALGISI | Pearson Correlation | 1 | ,331** | ,178** | ,325** | ,246** |
| | Sig. (2-tailed) | | ,000 | ,001 | ,000 | ,000 |
| KENDI DUYGULARINI DEGERLENDIRME | Pearson Correlation | ,331** | 1 | ,321** | ,383** | ,291** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | | ,000 | ,000 | ,000 |
| BASKALARININ DUYGULARINI DEGERLENDIRME | Pearson Correlation | ,178** | ,321** | 1 | ,230** | ,308** |
| | Sig. (2-tailed) | ,001 | ,000 | | ,000 | ,000 |
| DUYGULARI KULLANMA | Pearson Correlation | ,325** | ,383** | ,230** | 1 | ,396** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | | ,000 |
| DUYGULARI DUZENLEME | Pearson Correlation | ,246** | ,291** | ,308** | ,396** | 1 |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,000 | |

**. Korelasyon 0.01 düzeyde anlamlıdır (2-tailed). b. N=371

Tablo 2. Duygusal Zeka Boyutları-Performans Algısı İlişkileri

ULUSLARARASI SAĞLIK YÖNETİMİ VE STRATEJİLERİ ARAŞTIRMA DERGİSİ
INTERNATIONAL JOURNAL OF HEALTH MANAGEMENT AND STRATEGIES RESEARCH
Cilt/Volume : 4 Sayı/Issue : 1 Yıl/Year : 2018 ISSN -2149-6161

Tablo 2'de duygusal zekanın boyutları ile motivasyonun boyutları arasındaki korelasyon analizine ilişkin sonuçlar verilmektedir. Duygusal zekanın tüm boyutları ile performans algısı arasında 0.01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur. Bu ilişkilerin katsayıları şöyledir:

kendi duygularını değerlendirme – performans algısı r = .331;
başkalarının duygularını değerlendirme – performans algısı r =. 178;
duyguları kullanma - performans algısı r = .325;
duyguları düzenleme – performans algısı r = .246.

**Duygusal Zeka Boyutları-Motivasyon Boyutları Korelasyon Analizleri**

Duygusal zekanın boyutları ile motivasyonun boyutları arasındaki ilişkileri gösteren korelasyon analizi sonuçları aşağıda verilmektedir.

**Korelasyon[b]**

| | | MOTIVASYON | ICSEL MOTIVASYON | SOSYAL MOTIVASYON | ORGUTSEL MOTIVASYON |
|---|---|---|---|---|---|
| KENDI DUYGULARINI DEGERLENDIRME | Pearson Correlation | ,079 | ,181** | ,081 | -,006 |
| | Sig. (2-tailed) | ,127 | ,000 | ,121 | ,904 |
| BASKALARININ DUYGULARINI DEGERLENDIRME | Pearson Correlation | ,213** | ,229** | ,227** | ,139** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,008 |
| DUYGULARI KULLANMA | Pearson Correlation | ,257** | ,309** | ,145** | ,199** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,005 | ,000 |
| DUYGULARI DUZENLEME | Pearson Correlation | ,206** | ,295** | ,146** | ,119* |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,005 | ,022 |
| GENEL DUYGUSAL ZEKA | Pearson Correlation | ,273** | ,366** | ,213** | ,166** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 | ,000 | ,000 | ,001 |

**. Korelasyon 0.01 düzeyde anlamlıdır (2-tailed).
*. Korelasyon 0.05 düzeyde anlamlıdır (2-tailed).
b. N=371

Tablo 3. Duygusal Zeka Boyutları-Motivasyon Boyutları İlişkileri

Tablo 3'e göre, kendi duygularını değerlendirme ile içsel motivasyon unsurları arasında 0.01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü ilişki(r=.181) bulunmuştur

Başkalarının duygularını değerlendirme ile tüm motivasyon unsurları arasında 0.01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü ilişki (motivasyon r=.213; içsel motivasyon r=.229; sosyal motivasyon r=.227; örgütsel motivasyon r=.139) bulunmuştur.

Duyguları kullanma ile tüm motivasyon unsurları arasında 0.01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü ilişki (motivasyon r=.257; içsel motivasyon r=.309; sosyal motivasyon r=.145; örgütsel motivasyon r=.199) bulunmuştur.

Duyguları düzenleme ile motivasyon, içsel motivasyon, ve sosyal motivasyon unsurları arasında 0.01 anlamlılık düzeyinde (motivasyon r= 206; içsel motivasyon r=295; sosyal motivasyon r= .146) ; örgütsel motivasyon unsurları ile arasında ise 0.05 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü ilişki (r= .119) bulunmuştur.

Duygusal zeka ile tüm motivasyon unsurları arasında 0.01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü ilişki (motivasyon r=.273; içsel motivasyon r=.366; sosyal motivasyon r=.213; örgütsel motivasyon r=.166) bulunmuştur.

ULUSLARARASI SAĞLIK YÖNETİMİ VE STRATEJİLERİ ARAŞTIRMA DERGİSİ
INTERNATIONAL JOURNAL OF HEALTH MANAGEMENT AND STRATEGIES RESEARCH
Cilt/Volume : 4 Sayı/Issue : 1 Yıl/Year : 2018 ISSN -2149-6161

**Performans Algısı-Motivasyon Boyutları Korelasyon Analizleri**

Performans algısı ile motivasyonun boyutları arasındaki ilişkileri gösteren korelasyon analizi sonuçları aşağıda verilmektedir.

**Korelasyon[b]**

| | | PERFORMANS ALGISI |
|---|---|---|
| ICSEL MOTIVASYON | Pearson Correlation | ,328** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 |
| SOSYAL MOTIVASYON | Pearson Correlation | ,202** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 |
| ORGUTSEL MOTIVASYON | Pearson Correlation | ,067 |
| | Sig. (2-tailed) | ,199 |

**. Korelasyon 0.01 düzeyde anlamlıdır (2-tailed).
b. N=371

Tablo 4. Performans Algısı-Motivasyon Boyutları İlişkileri

Tablo 4'deki korelasyon analizi sonuçlarına göre, performans algısı ile içsel ve sosyal motivasyon unsurları arasında 0.01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü ilişki (içsel motivasyon r=.328; sosyal motivasyon r=.202) bulunmuştur.

Tablo 5'de, içsel ve sosyal motivasyon boyutlarını oluşturan alt faktörler ile performans algısı arasındaki ilişkileri gösteren korelasyon analizi sonuçları gösterilmektedir. Bu sonuçlara göre, performans algısı ile başarı-sorumluluk(r=.423); otonomi(r=.234); önem(r=.168); destekleyici arkadaşlık(r=.149); ve destekleyici yöneticilik(r=.192) faktörleri arasında 0.01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü ilişki bulunmuştur.

**Korelasyon[b]**

| | | PERFORMANS ALGISI |
|---|---|---|
| BASARI-SORUMLULUK | Pearson Correlation | ,423** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 |
| OTONOMI | Pearson Correlation | ,234** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 |
| ONEM | Pearson Correlation | ,168** |
| | Sig. (2-tailed) | ,001 |
| DESTEKLEYICI ARKADAS | Pearson Correlation | ,149** |
| | Sig. (2-tailed) | ,004 |
| DESTEKLEYICI YONETICI | Pearson Correlation | ,192** |
| | Sig. (2-tailed) | ,000 |

**. Korelasyon 0.01 düzeyde anlamlıdır (2-tailed).
b. N=371.

Tablo 5. Performans Algısı-Motivasyon Faktörleri İlişkileri

## SONUÇ

Çalışmada, çağrı merkezinde çalışan personelin duygusal zeka, performans algısı, ve motivasyon düzeyleri ölçülmüş ve bu ölçümlerle ilgili analizler yapılmıştır. Hipotezlerin test edilmesi amacıyla değişkenler arasındaki ilişkiler korelasyon analizi ile belirlenmiştir. Duygusal zeka; kendi duygularını değerlendirme, başkalarının duygularını değerlendirme, duyguları kullanma, ve duyguları düzenleme boyutlarına göre incelenmiştir. Motivasyon; içsel motivasyon, sosyal motivasyon, ve örgütsel motivasyon boyutlarına göre incelenmiştir. İlaveten, bu motivasyon boyutlarının başarı-sorumluluk, otonomi, önem, destekleyici arkadaşlık, destekleyici yöneticilik, çalışma koşulları, terfi, ücret adaleti, ve sosyal haklar şeklinde alt unsurları bulunmaktadır.

*Duygusal zeka* ile *performans algısı* arasında 0.01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur(r=.381). *Performans algısı* ile; *kendi duygularını değerlendirme*(r=.331); *başkalarının duygularını değerlendirme*(r=.178); *duyguları kullanma*(r=.325); *duyguları düzenleme*(r=.246) boyutları arasında 0.01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü ilişkiler bulunmuştur. Sonuç olarak *H1*

*hipotezi ve tüm alt hipotezleri (H1a, H1b, H1c, H1d*) kabul edilmiştir. Wong&Law(2002)[2] tarafından yapılan benzer bir araştırmada duygusal zeka ile iş performansı arasında pozitif yönlü bir ilişki rapor edilmiştir(r=.21; p<.01). Law&Wong(2008)[3], yine WLEIS kullandıkları çalışmalarında performans ile başkalarının duygularını değerlendirme(r=.26) ; ve duyguları düzenleme(r=.20) arasında pozitif yönlü ilişki bulmuşlardır.

*Duygusal zeka* ile *motivasyon* arasında, 0.01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur(r=.273). *Motivasyon* ile *başkalarının duygularını değerlendirme*(r=.213), *duyguları kullanma*(r=.257), ve *duyguları düzenleme*(r=.206) boyutları arasında 0.01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü ilişkiler bulunmuştur. Sonuç olarak *H2 hipotezi* ve *H2b, H2c, H2d alt hipotezleri* kabul edilmiştir. Buna karşın, motivasyon ile kendi duygularını değerlendirme boyutu arasında ilişki bulunmamıştır. *H2a alt hipotezi* reddedilmiştir. Duygusal zekanın boyutları ile motivasyonun boyutları arasındaki en yüksek korelasyon katsayısı, kendini motive edebilme yetenekleri içeren *duyguları kullanma* boyutu ile *içsel motivasyon* arasındadır(r=.309; p<.01). Motivasyonda kişiler arası ilişkileri ifade eden *sosyal motivasyon* boyutu ile en yüksek korelasyon katsayısına sahip duygusal zeka boyutu ise *başkalarının duygularını değerlendirme* boyutu olmuştur(r=.227; p<.01).

*Performans algısı* ile *motivasyon* arasında, 0.01 anlamlılık düzeyinde pozitif yönlü bir ilişki bulunmuştur(r=.201). Sonuç olarak *H3 hipotezi* kabul edilmiştir. Performans algısı ile örgütsel motivasyon unsurları arasında herhangi bir korelasyon bulunmamıştır. En yüksek katsayıya sahip ilişki ise *performans algısı* ile *başarı-sorumluluk* unsurları arasındadır(r=.423; p<.01).

Bu çalışmada duygusal zeka -performans algısı- motivasyon ve bunlara ilişkin boyutlar arasındaki ilişkiler saptanmıştır, ancak değişkenler arası saptanan ilişkilerin nedenleri üzerinde durulmamıştır. Bu konular, gelecek çalışmalara odak noktası olabilir.

## KAYNAKLAR

Beceren, E.(1998), **Duygusal Ve Sosyal Zekamız**, Postiga Yayınları, İstanbul, 2012

Cooper, R. K., Sawaf, A., **Executive EQ - Emotional Intelligence In Leadership and Organizations**, Perigee, New York.

Çöl, G.(2008), **Algılanan güçlendirmenin işgören performansı üzerine etkileri**, Doğuş Üniversitesi Dergisi, 9(1), ss.35-46.

Doyle, P.(2002), **Marketing Management and Strategy**, 3.edition, Pearson Education.

Eren, E.(2001), **Örgütsel Davranış Ve Yönetim Psikolojisi**, Beta Yayın, İstanbul.

Eren, E.(2009), **Yönetim Ve Organizasyon**, Beta Yayın, İstanbul.

Eroğlu, F.(2010), **Davranış Bilimleri**, Beta Yayın, İstanbul.

Ersarı, G., Naktiyok, A.(2012), **İşgörenin içsel ve dışsal motivasyonunda stresle mücadele tekniklerinin rolü**, Atatürk Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 16 (1):81-101.

Goleman, D.(2003), **Duygusal Zeka Neden IQ'dan Daha Önemlidir?**, 24.basım, çev. Banu Seçkin Yüksel, Varlık yayınları, İstanbul.

Goleman, D.(2016), **Duygusal Zeka Neden IQ'dan Daha Önemlidir?**, 38.basım, çev. Banu Seçkin Yüksel, Varlık yayınları, İstanbul.

Goleman, D.(2011), **İşbaşında Duygusal Zeka**, 9. Basım, çev. Handan Balkara, Varlık Yayınları, İstanbul.

Keser, A., Güler, B. K.(2016), **Çalışma Psikolojisi**, Umuttepe Yayın, Kocaeli.

Koçel, T.(2010), **İşletme Yöneticiliği**, Beta Yayın, İstanbul.

Konrad, S., Hendl, C.(2001), **Duygularla Güçlenmek(EQ)**, çev. Meral Taştan, Hayat Yayıncılık, İstanbul.

Law, K. S., Wong, C., Huang, G. E., Li, X.(2008), **The effects of emotional intelligence on job performance and life satisfaction for the research and development scientists in China**, Asia Pacific Journal of Management 25.1: 51-69.

Morris, C. G., Maisto, A. A.(2005), **Psychology - An Introduction**, Pearson Prentice Hall, New Jersey.

Motowidlo, S. J., Van Scotter, J. R.(1994), **Evidence that task performance should be distinguished from contextual performance**, Journal of Applied Psychology, Vol. 79, no. 4, 475-480.

[2] Wong&Law 2002:263.

[3] Law&Wong 2008:22.

Mottaz, C. J.(1985,Autumn), **The Relative Importance of Intrinsic and Extrinsic Rewards as Determinants of WorkSatisfaction**, The Sociological Quarterly, Vol. 26, No. 3, Special Feature: The Sociology of NuclearThreat, pp. 365-385.

Ree, M. J., Carretta, T. R., Steindl, J. R.(2009), **Bilişsel Yetenek**, çev:Arzu Baykara, Endüstri, İş ve Örgüt Psikolojisi El Kitabı İçinde(Ed:N. Anderson, D. S. Öneş, H. K. Sinangil, C.Viswesvaran), ss:267-283.

Riggio,, D. E.(2014), **Endüstri ve Örgüt Psikolojisine Giriş**, 6.basım, çeviri editörü: Belkıs Özkara, Nobel Yayın, Ankara.

Salovey, P., Mayer, J. D.(1990), **Emotional Intelligence**, Baywood Publishing Co.

Stein, S. J., Book, H. E.(2003), **Duygusal Zeka Ve Başarının Sırrı**, çev. Müjde Işık, Özgür Yayınları, İstanbul.

Viswesvaran, C.(2009), **Bireysel İş Performansı Değerlendirmesi: Geçen Yüzyılın Değerlendirilmesi ve Geleceğe Bir Bakış**, çev:Yonca Toker, Endüstri, İş ve Örgüt Psikolojisi El Kitabı İçinde(Ed:N. Anderson, D. S. Öneş, H. K. Sinangil, C.Viswesvaran), ss:137-156.

Wiley, C.(1997), **What motivates employees according to over 40 years of motivation surveys**, International Journal of Manpower, Vol.18, No. 3, pp:263-280.