

YAT ÇALIřANLARINDA DUYGUSAL EMEK VE İŐ DOYUMU İLİŐKİSİNİN İNCELENMESİ: BODRUM ÖRNEĞİ

Demet KANDEMİR¹

ÖZET

Pandemi sürecinin bir sonucu olarak, bütün dünyada değişen her Őey ile birlikte turizmde tatil yapma alışkanlıkları da değişiklik göstermiş, salgın nedeniyle mesafeli tatil yapmak isteyenlerin yatçılık ve özel deniz turlarına ilgisini arttırmasıyla, yat sektörü yeniden ivme kazanmıştır. Turizmde yatçılık sektörü, günün her saatinde isteklere hazır durumda olunması gereken bir sektördür ve günün her anında duygusal emeğin yoğun olarak yaşandığı bir alandır. Dolayısıyla yat sektörü, diğer sektörlere oranla çalışanların duygularını daha fazla kontrol edip düzenlemelerini gerektirir. Misafirlere, nazik, samimi, ilgili Şekilde davranmak, yapılan işte misafirlerin memnuniyetini sağlayarak olumlu izlenimler yaratmak duygusal çabayı gerektirir. Duygusal emek kavramı, iş rolü kapsamında talep edilen davranış biçimini sergilemek amacı ile duyguların olağan bir biçimde dışavurumunu veya duyguların değiştirilerek ifade edilmesi olarak tanımlanır. Duygusal emek kavramını 1983'te ortaya atan ilk araştırmacı, Hochschild, duygusal emeği iş rolünün bir parçası olarak hislerin yönetimi olarak ifade etmiştir. Bu çalışmanın amacı, Bodrum'daki yat çalışanlarının duygusal emek düzeylerinin belirlemek ve duygusal emeğin iş doyumunu üzerindeki etkisini incelemektir. Veriler, Muğla ilinin Bodrum ilçesinde yatlarda çalışan kişilerden toplanmaktadır. Verilerin turizm sezonunda toplanması anketlerin geri dönüş süresini uzatmıştır. Bodrum Milta Marina, Bodrum Yat Limanı, Yalıkavak Palmarina, Turgutreis D-Marin, İçmeler Tersane Marinaları, Torba, Gündoğan gibi liman ve marinalarda bulunan yatların çalışanlarına 150-200 arasında anket iletilmiş, kısmi dönüşler alınmış, bir kısım dönüşler hala devam etmektedir. Ölçüm aracı olarak Chu ve Muurman (2006)'ın konaklama sektörü için geliştirilip, güvenilirliği test edilmiş ve Türkçeye uyarlanmış 19 ifadeli Duygusal Emek Ölçeği kullanılmıştır (2006:1187). Bu ölçek, Pala (2008) tarafından Türkçeye uyarlaması yapılmıştır. Ölçek, iki boyuttan ve 19 ifadeden oluşmaktadır. Duygusal emek boyutları, derinlemesine davranış ve yüzeysel davranış boyutları olarak belirlenmiştir. İş doyum ölçeği olarak Tezer (1991) tarafından hazırlanan ölçek kullanılmıştır. İş doyum ölçeği 10 ifadeden oluşmaktadır.

Anahtar Kelimeler: Duygusal Emek, İş Doyumu, Yat Personeli.

¹ Muğla Sıtkı Koçman Üniversitesi SBE İşletme ABD Doktora Öğrencisi, ORCID: 0000-0001-5048-1840, demetcan48@gmail.com

Araştırma Makalesi / Research Article – Geliş Tarihi / Received: 13/09/2020 – Kabul Tarihi / Accepted: 09/12/2020

INVESTIGATION OF EMOTIONAL LABOR LEVELS OF BODRUM YACHT EMPLOYEES: THE CASE OF BODRUM

ABSTRACT

As a result of the pandemic impact, the holiday habits in tourism have changed along with everything that has changed all over the world. Due to the pandemic, the interest of those who want to take a social distant holiday in yachting and private sea tours has gained momentum again. The yachting sector in tourism needs to be ready for requests at all time of the day and it is an area where emotional labor is intense at every moment of the day. Therefore, the yacht industry needs employees to control and regulate their emotions. It requires emotional effort to behave kindly, sincerely, carefull manners to the guests and to create positive impressions by ensuring the satisfaction of the guests. Emotional labor is described as the normal expression of emotions or the expression of emotions by changing them in order to display the behavior style that is demanded within the job role. The first researcher who introduced the concept of emotional labor in 1983 is Hochschild who is expressed emotional labor as the management of feelings as a part of the job role. This study aims to investigate the emotional labor level of yacht employees serving in the yachting industry and their effects on the attitudes of the employees. The data were collected from people working on yachts in Bodrum, Muğla province. Because of the high season has extended the response time for survey questions. The survey questions were collected from the crew of the yachts in Bodrum Milta Marina, Yalıkavak Palmarina, Turgutreis D-Marin, İçmeler ATM Shipyard. Approximately 150-200 people were surveyed and returns are still ongoing. Emotional Labor Scale with 19 expressions developed and tested for the hospitality sector of Chu and Muurman (2006) and adapted to Turkish was used as a measurement tool (2006: 1187). This scale was adapted into Turkish by Pala (2008). The scale consists of two dimensions and 19 expressions. Emotional labor dimensions were determined as surface acting and deep acting. The scale prepared by Tezer (1991) was used as the job satisfaction scale. The job satisfaction scale consists of 10 statements.

Keywords: Emotional Labor, Job Satisfaction, Yacht Employees.

GİRİŞ

Dünya, değişmektedir. Pandemi, 2020 yılında dünyada ve Türkiye’de pek çok şeyi kökten değiştirmiş, çok değil sadece birkaç ay öncesindeki alışkanlıklarımızı bir kenara bırakmamıza neden olmuştur. Tatil alışkanlıklarımız da bütün dünyadaki bu salgın hastalık nedeniyle değişmiştir. Türkiye’de turizm sektöründe konaklama işletmelerinin sayısı, ülke coğrafyamızın ve iklimimizin güzelliği gibi nedenlerden dolayı fazladır. Ayrıca en çok talep gören turizm anlayışıdır. Türkiye’de, tatil bölgelerini tercih eden, hem yerli hem de yabancı turistlerin tatillerini geçirme şeklinin büyük bir oranı konaklama işletmelerinin olduğunu görüyoruz. Ancak pandemi sonrasında tatil anlayışımızda değişmeye başlayınca, kalabalıktan uzak kalmayı tercih edenlerin, tatil türü tercihleri yat turizmüne olan ilgiyi arttırmıştır.

Korona virüsün ortaya çıkmasından sonra, insanlar yurt içinde ve yurt dışında tatillerini, otel rezervasyonlarını iptal ettirip, daha güvenli olduğuna inandıkları ve sosyal mesafeli bir tatil arayışında olmaları yat turizmine olan ilgiyi arttırmıştır. Hatta bu dönemde özel tekne kiralama ve satışlarının arttığını da söyleyebiliriz.

Yapmış olduğum saha çalışması sırasında, pandeminin yat sektöründe hizmet anlamında başka sorunları da gündeme getirdiği ulaştığım bir başka bilgi olmuştur. Başta hijyen yani sağlığa uygunluk sorunu ve covid-19 virüsü taşıyabileceği kaygısıyla, müşterilerin daha temkinli olmaya başladıklarını ve isteklerinin daha çok arttığını öğrendim. Bu sorunlardan bir diğeri, işverenlerin bir önceki yıla kıyasla daha az personel çalıştırmalarıdır. 2020 yaz sezonunun diğer yıllara göre bakıldığında, yabancı turistlerin ülkeler arası seyahat kısıtlamasının da etkisiyle azalmış olması, turların iptal edilmesi, belirsizlik ortamı işverenlerin personel alımlarını durdurmalarına neden olmuştur.

Literatürde, yat personeline dair yapılan araştırma yok denecek kadar az sayıdadır. Örnek alabileceğim bir çalışmaya rastlayamadım. Bu anlamda turizmde yat personeline dair yapılacak olan araştırmalara öncülük edebileceği ve yol gösterici olmasını umuyorum. Bu çalışmada pandeminin büyük etkisi ile örneklem büyüklüğü açısından istediğim sayıya ulaşamamış olmamdan kaynaklı olarak, ilerleyen dönemde bu çalışmayı tekrarlamak niyetindeyim.

1. YAT SEKTÖRÜNDE DUYGUSAL EMEK

Günümüz rekabetin en yüksek olduğu sektörlerden biri hizmet sektörüdür. Hizmet sektöründe müşterilerin isteklerini ve beklentilerini en iyi şekilde karşılamak, ayrıca memnuniyetlerini sağlamak amacıyla işverenlerin çalışanlardan yüksek bir beklentileri vardır. Çalışanlardan hissettikleri olumsuz duyguları gizlemesi, müşteri ve ya misafir diye adlandırdıkları yolculara göstermemesi ve iş yerinin onlardan beklediği gibi davranması istenir.

Hizmetler sektörü içerisinde önemli bir yer işgal eden turizm sektörü, duygusal emeğin başat olarak ortaya konduğu sektörlerden biridir. Bu sektörde duygusal emek ve buna bağlı çalışan-müşteri ilişkisi oldukça önemli bir yer tutar. Çünkü hizmetin sonunda müşterinin elde ettiği fayda çoğunlukla soyut olarak ortaya çıkar ve elde edilen deneyimler ya da anılar üzerinden müşteri memnuniyetine yansır. Bu nedenle müşteri memnuniyeti sağlamanın temel koşullarından bir tanesi de çalışanların gösterdikleri duygusal emeğin niteliğidir (Çakmakçı ve Şinasi,2017:151).

Duygusal emek konusu, çalışan ile turist arasındaki etkileşimin rolünden dolayı turizm sektöründe de oldukça önem taşımaktadır (Kim,2008:151). Turizm sektöründe emek yoğun bir çalışma sistemi vardır. Müşterilerle çalışanların temas süreleri oldukça fazla olması, müşteri memnuniyetini sağlamak, devamlılığı sürdürmek ortak amaç olması nedeniyle, işverenlerin çalışanlardan beklenti düzeyi de artmıştır.

Çalışanlardan, müşterilerin işletmede, tesiste ya da turizm faaliyetinin gerçekleştiği yerde, kendilerini özel hissetmelerini sağlamak, yeniden tercih edilmek amacıyla çalışanlardan daha fazla çaba sarf etmeleri beklenmektedir. Beklentilerin bu denli yüksek olduğu bir sektörde, duyguların yönetimi de önem taşımaktadır.

Turizm sektörü içinde önemli bir yeri olan yat turizmi, konaklama işletmelerinin sağladığı hizmetten biraz daha farklıdır. Çalışanların hem çalıştıkları, hem de kaldıkları yerin aynı yer olmasından kaynaklı olarak, yat çalışanları, mesailerinin ancak dinlenmeye zaman ayırdıkları sürelerde bittiğini paylaşırlar. Yaşamın akışı içinde yaşadığı duygularını, ruh durumlarını, aile veya iş arkadaşları ve ortamdaki ilişkilerini, işine yansıtılmak için gösterdikleri gayret daha yüksektir. Çünkü teknedeki yolcularla birlikte yaşamak zorunda olmak, duyguları gizlemeyi ve değiştirmeyi gerektirir.

2. DUYGU KAVRAMI VE İNSAN

Kelime anlamı olarak duyularla algılama, his anlamına gelen duygu kavramı, bir bireyin hareketini belirleyen psikolojik ve aynı zamanda biyolojik bir durumdur. İnsan davranışlarında duygu merkezi bir role sahiptir. Yaşamın her alanında duygu, düşünce, davranış bir bütün olarak var olmakta; bu bütünlüğün bozulması halinde kişi için dengenin bozulmasına neden olmaktadır.

Duygu, insanın yaradılışı ile bağlantılı bir kavram olup, insan yaşamının ayrılmaz bir parçasını oluşturmaktadır. Duygu yönetimi, bireylerin hangi duygulara ne zaman sahip oldukları ve bu duyguları nasıl deneyimleyip ifade ettiklerini anlama ve etkileme süreci olarak tanımlanmaktadır. Duygular bireyin sosyal davranışlarını doğrudan etkileyen unsurlar olduğu için insanlar karşılaştıkları durumlar ile ilgili olarak olumlu ve olumsuz duygular geliştirebilirler veya bu duygularda azalma veya artma olabilir (Sığırı ve Gürbüz,2015:82). Sosyal çevresinde olduğu gibi, günlük hayatımızda en büyük yeri kaplayan iş hayatında duygularımızın yeri vardır. Çünkü organizasyonlar insan faktörünün olduğu yerlerdir ve insanın olduğu her yerde duygular var olacaktır.

Duyguların hayatımızda ne kadar büyük rolü olduğunu düşünürseniz, yakın zamana kadar örgütsel davranış alanında duygulara çok az önem verilmiş olmasını şaşırırsınız. Neden? Bunun için iki olası açıklamamız var. Birincisi mantıklı olma efsanesidir. Yakın zamana kadar iş yapma şeklimiz, duygularımızı baskılamamızı gerektiriyordu. İyi işletilen bir örgütte, çalışanların, mantığın karşısında olarak görülen endişe, korku, kızgınlık, sevgi, nefret, keyif, üzüntü ve benzeri duyguları göstermesine izin verilmezdi. Yöneticiler, duyguların günlük hayatın ayrılmaz bir parçası olduğunu bilmelerine rağmen, duygulara izin verilmeyen kuruluşlar yaratmaya çalışmışlardır. Tabii ki, bu gerçekte mümkün değildir. İkinci çalışma ise, duyguların her türünün yıkıcı olduğudur. Araştırmacılar özellikle öfke gibi güçlü olumsuz duyguların, çalışanın verimli iş yapma yetisine sekte vurduğunu söylemektedir. Duygular yapıcı ve performans artırıcı olduğu düşüncesi ise çok az düşünülmekteydi. Özellikle yanlış zamanda açığa çıktıklarında bazı duygular performansı olumsuz etkileyebilir.

Ancak çalışanlar her gün işe duygularını da getirirler ve duyguların örgütsel davranıştaki rolünü göze almayan hiçbir çalışma, tam olmayacaktır (Robbins ve Judge,2017:100).

Klasik yönetim tarzından günümüze gelene kadar duyguların örgütsel yaşamda yeri yoktu. Örgüt bir cihaz gibi düşünülmemekte, insan faktörü göz önüne alınması sebebiyle duyguları ikinci plana atmaktaydı. Hawthorne çalışmaları sonrasında yapılan deneylerde insan psikolojisi; işin içine girmeye; daha sonraki pek çok çalışmalarda da insana, duygulara, önemine ve etkilerine dair çalışmalar yapılmıştır. Hawthorne araştırmaları, insanların fiziksel etkenlerle verimlerini ölçmek isteyen bir çalışma iken iyileştirmeler ve değişkenler olmamasına rağmen verimlilik artması sonucunda insanı göz ardı ettiklerinin bir göstergesi olmuştur. Hawthorne araştırmaları sonucunda elde edilen en önemli bulgu “örgütün sosyal bir sistem olduğu ve insan unsurunun bu sistemin en önemli elemanı olduğudur” (Dalay,2013).

Homans’ın insan grubu yaklaşımında üç öge vardır. Bunlar faaliyetler, karşılıklı ilişkiler ve duygulardır. Bu kavramların birbirinden ayrı olmalarına karşın, iş grubu içinde birbirleriyle sıkı ilişkileri vardır. Bir sosyal örgütten söz edebilmek için bu örgütü oluşturan kişilerin yaptığı işlerle ilgili olarak birtakım faaliyetleri, bu faaliyetleri de yaparken karşılıklı ilişkilerde ya da etkileşimde bulunmaları söz konusudur. Ancak bu iki etmene ilave olarak insanın duygusal bir yaratık olduğunu da ifade etmek gerekir (Eren,2009:42-43).

Günümüzde küreselleşen dünya ile birlikte pek çok sektörde müşteriye memnun edebilmek adına, beklentiler ön plana alınmaktadır. Her sektörün ve her firmanın amacı müşteri memnuniyetini en üst düzeye çıkarmak ve sürdürülebilirliği sağlamaktır. Özellikle müşteri memnuniyetinin önde olduğu hizmet sektörü, birebir müşterilerle temas olan sektörler arasındadır. Hizmet sektörü içinde, turizm, sağlık, bankacılık ve sigortacılık, satış şirketleri, eğitim kurumları, telekomünikasyon, ulaşım, hızlı tüketim gibi pek çok alanda görülmektedir. Amaç sadece hizmet vermek değil, aynı zamanda bedensel ve zihinsel emekle birlikte, duygusal olarak çaba göstermeyi gerektirir.

Bu çalışmaların sonuçları bize duygusal emeğin performans üzerinde etkisi olduğunu, duygusal anlamda harcadıkları çabanın etkisini incelemeye ittiğini; rekabetin artmasıyla birlikte artık her sektörde konulan hedeflere, performansa dayalı prensibin benimsendiğini bizlere göstermektedir. Bu anlamda istek ve beklentilerin her geçen gün arttığı ve değiştiği, hedeflerin her geçen gün bir önceki hedefin üzerine konulduğu hizmet sektöründe çalışanlar için, yapılan çalışmalar daha fazla anlam kazanmaktadır. Özetle duygusal emek kavramı, hizmet sektöründeki çalışanların sarf ettikleri emeğin etkisini incelemeye dayanmaktadır.

3. DUYGUSAL EMEK KAVRAMI

Duygusal emek kavramı Arlie R. Hochschild tarafından *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling* (Yönetilen Kalp: İnsan Duygularının Ticarileştirilmesi) adlı eserinde ilk kez ifade edilmiştir (Hochschild,1983:7). Literatürde pek çok tanım olmakla birlikte ilk tanımı 1983 yılında Hochschild yapmıştır.

Literatürde Hochschild, Ashforth ve Humprey, Morris ve Feldman ve Grandey duygusal emek alanında en çok kabul gören çalışmalardır. Aşağıda bu araştırmacıların tanımlamaları ve yaklaşımları yer almaktadır:

1- Hochschild duygusal emeği, açıkça gözlemlenebilir yüz ve bedensel davranışlar sergilemek üzere duyguların yönetimi. Bir ücret karşılığında satılması nedeniyle maddi değere sahiptir (Hochschild,1983:7).

2- Ashforth ve Humprey duygusal emeğin; duyguların yönetiminden ziyade gözlemlenebilir davranışlardan oluştuğunu ifade etmişlerdir (Ashforth ve Humprey, 1993: 89).

3- Duygusal emek konusunda geliştirilen 3. yaklaşım Morris ve Feldman yaklaşımıdır. Yazarlar kavramı kişiler arası ilişkilerde örgütün istediği duyguları sergileyebilmek için harcadığı çaba, planlama ve kontrol şeklinde tanımlamışlardır (Morris ve Feldman,1996: 987).

4- Grandey duygusal emek kavramını, örgütsel amaçlara uyum sağlamada hem içsel hem de dışsal düzenlemesi süreci olarak tanımlamıştır (Grandey,2000: 98).

3.1. Duygusal Emek Yaklaşımları

Duygusal emek yaklaşımları olarak yaygın kabul gören dört temel yaklaşım öne çıkmaktadır. Bu başlıkta, duygusal emek kavramı ile ilgili alanyazının oluşmasında önemli katkıları olan yaklaşımları yıllarına göre 1983 yılında Hochschild'in çalışması, 1993 yılında Ashforth ve Humphrey'in çalışması, 1996 yılında A. Morris ve Feldman'ın çalışması ve son olarak 1999 yılında Grandey'in çalışması duygusal emek üzerine geliştirilen yaklaşımlardır. Çalışmada, duygusal emek kavramının öncüsü Hochschild'in yaklaşımına ve boyutlarına yer verilerek araştırma gerçekleştirilmiştir.

Duygusal emek kavramını ele alan ilk kişi A. B. Hochschild'dir. Hochschild bu alanda ilk çalışmayı yapan kişidir. Kendisinden sonra bu alandaki çalışmalar artmış, kavramın tanımlanması, araştırma konusu açısından başka değişkenlerle beraber ilişkilendirilmiştir. Hochschild iş gereği, duyguların herkes tarafından gösterilebilecek biçimde düzenlenmesi ve bu yönde mimikleri ve jestleri kullanarak gösteride bulunulması olarak tanımlamış ve duygusal emeğin bir ücret karşılığında alınıp satılabilen bir mala dönüştüğünü dolayısıyla bir mübadele değeri olduğunu belirtmiştir (Hochschild, 1983;7, Hochschild, 1983:118-119). En genel tanımı ile duygusal emek, müşterilere iyi hizmet vermek için çalışanların müşterilerle ilişki içerisinde iken duygularını yönetmeleri ve bu yönetme sırasında gösterdikleri emeğe duygusal emek denir. Duygusal emek kavramı bireyler arası karşılıklı ilişkide, çalışanın örgüt tarafından istenen duyguları sergilemesi olarak tanımlanmaktadır (Robbins, 2005:114).

Hochschild (1983), duygusal emek kavramını kapsamlı bir şekilde tanımlamıştır. Ona göre duygusal emek, işi gereği çalışanların müşterilerle ilgilenirken yüz ve beden ifadelerini gösteren duygularını yönetmeleri anlamına gelmektedir. Başka bir deyişle duygusal emek, bir rol yapma davranışı sonucu ortaya çıkan emektir. Bu çerçevede Hochschild, çalışanları bir tiyatro sahnesindeki oyunculara benzetmektedir.

Tıpkı sahnelenmiş bir oyunda belli bir senaryo doğrultusunda oyuncuların hareket etmesi gibi çalışanlar da iş yeri tarafından belirlenmiş olan belli davranış kalıplarına göre duygularını kontrol edebilmelidir (Çakmakçı ve Öztürk,2017:153).

Birçok sektör ve meslek dalında çalışanların önceden kendilerine tanımlanmış kalıplar çerçevesinde, kişisel duygularını yönetmek durumunda olduğunu dile getiren Hochschild (2003), özellikle hizmet sektörü çalışanlarının davranışlarının bir nevi kurallar doğrultusunda sergilenen rollere büründüğüne işaret etmektedir. Bu bağlamda, çalışanların müşterilere karşı göstermemeleri gereken davranışların, uygun ve uygun olmayan biçimde örgüt tarafından nitelendirilmesiyle ortaya çıkan kuralları da *Duygusal Davranış Kuralları* (Emotional Display Rules) olarak adlandırmaktadır (Saltık,2014:14). Hochschild'e göre (2003), örgüt tarafından belirlenen bu duygusal davranış kuralları gerçekleştirme sırasında, duygularını kontrol etmeye başlayan çalışanlarıniki farklı tepki vereceğini öne sürmektedir. Yüzeysel Davranış ve Derinlemesine Davranış olarak iki kontrol üzerinde durulur.Bu iki faktör aynı zamanda duygusal emeğin boyutlarını oluşturmaktadır.

3.2. Duygusal Emek Boyutları

3.2.1. Yüzeysel Davranış (Surface Action)

Yüzeysel Davranma (surface act), hissedilen duyguyu değiştirmeden sadece verilen tepkinin ayarlanmasıdır (Ünler Öz, 2007:3-4). Uygun olarak tanımlanan duygunun içselleştirilmeden tepki verilmesini ifade etmektedir. İçselleştirme söz konusu olmadığı için yüzeysel olarak adlandırılmıştır. Çalışanlar, gerçekte o şekilde hissetmeksizin durumun gerektirdiği duygu ifadelerini göstermek yoluyla davranışlarını değiştirmektedir (Saltık,2014:14).

Literatüre göre, yüzeysel rol yapmada, çalışanlar dış görünüşlerinde değişiklik yaparak (yüz ifadeleri, el kol hareketleri ve ses tonu) aslında hissetmedikleri ancak göstermeleri gereken duyguları ifade etmeye çalışırlar. Yüzeysel rol yapma, hiç olmayan bir duygunun sergilenmesi veya hissedilen bir duygunun hiç sergilenmemesi şeklinde olabileceği gibi, hissedilen duygunun niceliksel olarak değiştirilmesi şeklinde de olabilir (Çukur ve Şahin,2007:484).

Hochschild'in (1983) yüzeysel davranış olarak adlandırdığı içsel duygularını değiştirmeksizin duygusal davranışlarını değiştirme durumu kavramsal olarak duygusal çelişki ile ilişkilidir ve bu iki kavram birbirinin yerine geçebilmektedir (A. Morris ve Feldman, 1997; Kruml ve Geddes, 2000; Zapf, 2002; O. Karatepe ve Aleshinloye, 2009; Aktaran Saltık,2014:28).

3.2.2. Derinlemesine Davranış (Deep Action)

Derinlemesine düşünerek davranma çalışanın hissettiği duyguyu gözden geçirip yeniden düşünerek göstermekle yükümlü olduğu duyguyu bizzat yaşaması yani samimi davranmasını sağlayan duygu kontrolüdür. Yüzeysel davranmada bireyler dış görünümü dikkate alırken, derinlemesine davranmada bireyler içsel süreçlerini harekete geçirirler (Ünler Öz,2007:4). Derinlemesine davranış, uygun olarak tanımlanan duygunun bizzat yaşanarak tepki verilmesini ifade etmektedir. Başka bir deyişle, çalışanın asıl duygularını, duygusal davranış kuralları doğrultusunda derinlemesine düşünmek suretiyle değiştirerek, göstermekle yükümlü olduğu duygu haline getirmesi ve böylelikle duygunun içselleştirilerek yaşanması sürecidir (Saltık,2014:15). Bu tür davranış sergilemede kişi, duygularını gerekliliklere (işletme beklentilerine)göre ayarlama yoluna gitmekte ve hissedilmesi gereken duygulara sahip olabilmek için çaba harcamaktadır. Bu süreçte kişi, içsel süreçlerini harekete geçirmeye çalışmakta ve duygularını istenilen yönde kontrol etme mücadelesi vermektedir (Hochschild, 1983:37)

Çalışanların “duygusal emek davranışı, özellikle de derin davranış sergileyebilmek adına güç harcayarak bir nevi mücadele içerisinde geçirdikleri bu zorlu süreç Duygusal Çaba” olarak adlandırılmakta ve kavramsal olarak derin davranış ile özdeşleştirilmektedir (Kruml ve Geddes, 2000: 9; J. Lee ve Ok, 2012: 1102; Aktaran Saltık,2014:29).

Hochschild’in duygusal emek ile ilgili ilk bulgusu, sonuçlarına ilişkindir. Müşteri ile karşı karşıya oldukları anda, çalışanların psikolojik durumları ne olursa olsun, müşteriye karşı devamlı olumlu tutum içinde olma yükümlülüğü, kişilerde hissetmedikleri duyguları göstermek ya da bu duyguları samimi olarak hissetmek için çaba göstermek zorunluluğu yaratmaktadır. Hochschild, özellikliyüzeysel davranmanın hissedilen duygu ile gösterilen duygu arasında bir fark yaratmasının duygusal çelişki (emotional dissonance) oluşmasına sebep olduğunu ve sonuçlarının tahrip edici olduğunu söylemektedir (Ünler Öz,2007:4). Kişiler özellikle derinlemesine rol yapmada, uyumsuzluğun varlığına rağmen istenilen duyguları sergileyebilmek için mücadele içine girmektedirler. Bu mücadele süreci ise, duygusal çaba olarak adlandırılmaktadır (Kruml ve Geddes, 2000:177-188). Kısacası, duygusal emeğin, yüzeysel rol yapma boyutunun sonucu duygusal çelişki; derinlemesine davranış boyutunun sonucu duygusal çaba olarak adlandırılır.

4. ÇALIŞMANIN YÖNTEMİ, AMACI VE ÖNEMİ

Duygusal emek konusunda pek çok farklı disiplinlerde çalışmalar yapılmıştır. Turizm alanında konaklama işletmelerinde çalışanların duygusal emek faktörlerine ilişkin araştırmalar mevcuttur. Bu çalışmalardan Pala 2008 yılında duygusal emek faktörünü konaklama işletmeleri açısından ele aldığı bir yüksek lisans tezi vardır. Alanda örnek teşkil eden bir çalışmadır. Ancak turizm sektöründe önemli yeri olan yat turizmi çalışanlarına dair bir araştırma çok fazla çalışılmış bir konu değildir. Bu anlamda çalışmanın bu alanda araştırma yapan araştırmacılara yol gösterici olabilir.

4.1. Ölçme Aracı

Araştırmanın yöntemi olarak veriler birinci elden toplanacağı için geniş gruplar üzerinde yürütülen *survey* yöntemi kullanılmıştır. Veri toplama tekniği olarak anket tekniğinin kullanımıyla evreni temsil etmeye yeterli bir örneklem büyüklüğü seçilmiştir.

Çalışmada ölçüm aracı olarak Chu ve Muurman (2006)'ın konaklama sektörü için geliştirilip, güvenilirliği test edilmiş ve Türkçeye uyarlanmış 19 ifadeli Duygusal Emek Ölçeği kullanılmıştır (2006:1187). Ölçeğin, Pala (2008) tarafından Türkçeye uyarlaması yapılmıştır.

Duygusal emek ölçeği, iki boyuttan ve 19 ifadeden oluşmaktadır. Duygusal emek boyutları, derinlemesine davranış ve yüzeysel davranış boyutları olarak belirlenmiştir. İfadelerin 9'u duygusal çaba faktörünü, 11'i duygusal çelişki faktörünü oluşturur. İş doyum ölçeği olarak Tezer tarafından 1991'de hazırlanan 10 ifadeli iş doyum ölçeği kullanılmıştır. Anketler, cevaplayıcılarla yüz yüze görüşerek doldurulmuştur.

4.2. Araştırma Evreni ve Örnekleme

Araştırmanın örneklemini Bodrum yarımadasında bulunan liman ve özel marinalarda çalışan deniz personelleri oluşturmaktadır. Müşteri ile yüz yüze temas kuran personelin seçimine önem verilmiştir. Anketler yüz yüze yapılmıştır. Araştırma verilerinin yüz yüze temas kuran öğrencilerden toplanma nedeni, “duygusal emek konusunun özünde turist ile çalışan arasındaki bir etkileşimin ürünü” olması (Nunan vs.,2005:71; Groth vd.,2006:220; Aktaran Avcı ve Boylu,2010:23). Anketler Bodrum yarımadasında Bodrum Limanı, Milta Marina, Torba Limanı, Gündoğan Limanı, Türkbükü Limanı, kısıtlı olsa da Yalıkavak Palmarina, Turgutreis D-Marin, Yalıçiftlik Sea Garden kooperatifi, Kumbahçe limanı içerisindeki teknelerden toplanmıştır.

4.3. Araştırmanın Verilerinin Toplanması

Anketler gerçekleştirilmeden önce ticari teknelerin olduğu limanlar tespit edilmiştir. Aynı zamanda özel tekneler ve yatlara da mümkün oldukça anketler ulaştırılmıştır. Hedeflenen anket sayısı 390'dır. Sahaya dağıtılan anket sayısı 390'dır. Gerçekleşen anket 217'dir. 185 anket geçerlidir. 32 anket eksik ve hatalı doldurulması sebebiyle değerlendirilememiştir.

4.4. Araştırmanın Kısıtlılıkları

İlk etapta araştırma verilerinin elektronik ortamda toplanması planlanmıştır. Anketteki ifade sayılarının fazla olması, anketlerisanal olarak yapılmasını güçleştirmiştir. Sezon yoğunluğu içinde olunmasından kaynaklı olarak sanal dönüşlerin gerçekleştirilmeyeceği anlaşılmıştır. Ankete zaman ayıramayacaklarına dair geri dönüşler aldıktan sonra anketlerinyüz yüze görüşmeler yaparak iletilmesine karar verilmiştir. Veri toplamada, seyirde olan çalışanlara, fiziksel olarak ulaşamamak veriye erişilebilirliği düşürse de, yüz yüze anket yapılması, kişilerin fiziksel olarak karşılımlarında olmak anketin geri çevrilmesini engellemiş ve anketleredönüşlerolumlu olmuştur. Anketin yüz yüze yapılmasının bir diğer nedeni, yabancı kaynaklardan çeviri yapılarak oluşturulan soruların, Türkçe ifadelerinde anlam karmaşası ve çeviriden kaynaklı yanlış anlaşılmalara sebep olabileceğinden, anlaşılmayan noktalara anında cevap verebilmek adına bu şekilde ilerlenmiştir.

Amacım, konaklama işletmeleri için yapılan 19 ifadeli duygusal emek ölçeği ile 10 soruluk iş doyumu ölçeğini kullanmaktır. Bu anketler hazırlanarak, sahada 25 günlük bir çalışma 217 anket doldurulmuştur. Araştırmanın yapıldığı dönem tüm dünyada ve Türkiye’de Covid-19 virüsünün neden olduğu koronavirüs salgın dönemine denk gelmiştir. Pandemi nedeniyle iptal olan rezervasyonlar, seyahat engelleri nedeniyle turistlerin ülkeye giriş yapamaması, sektörün içinde bulunduğu belirsizlik gibi nedenlerle bu sene geçtiğimiz yıllara kıyasla çok az personel çalıştırıldığı öğrenilmiştir. Yüz yüze anketler yapılırken yaşadığım bir diğer zorluk, covid-19 virüsü taşıyıcısı olabileceği ihtimali ile marina ve teknelere giriş kısıtlaması olmuştur. Mümkün olunan yerlerde, anketler kişilere iletilip bir diğer gün alınmış ya da dışarıda beklenerek doldurulmuştur. Anket kâğıdında virüs olabileceği gerekçesiyle, geridönüş alamadığım veya anket reddi karşılaştığım güçlükler arasındadır. Tüm bu nedenler, örneklem büyüklüğümü düşürmüştür. Araştırmaya katılımın azalmasına neden olmuştur. Pandeminin kontrol altına alınmasının ardından bu çalışmayı tekrar yaparak, farklı sonuçlar elde edip edemeyeceğimizi tekrar görmek hedefim olacaktır.

4.5. Araştırmanın Bulguları

Araştırmanın bulgularında örneklemin demografik özellikleri, örneklemin mesleki deneyimleri, eğitim durumları aşağıdaki sunulmuştur. Araştırmanın değişkenleri yaş, cinsiyet, medeni durum, eğitim durumu, sektördeki tecrübe yani çalışma yılı olarak belirlenmiştir.

Tablo 1: Araştırmanın Demografik Özellikleri

Demografik Özellikler		Gözlem Sayısı	Oran (%)
Yaş	30 yaş ve altı	58	31,4
	31-40 yaş	64	34,6
	41-50 yaş	38	20,5
	51 yaş ve üstü	25	13,5
Cinsiyet	Kadın	10	5,4
	Erkek	175	94,6
Medeni Durum	Bekar	84	45,4
	Evli	101	54,6
Eğitim Durumu	İlkokul	26	14,1
	Ortaokul	25	13,5
	Lise	92	49,7
	Önlisans	25	13,5
	Lisans	17	9,2
Tecrübe	5yıl ve altı	35	18,9
	6-10yıl	40	21,6
	11-20yıl	55	29,7
	21-30yıl	39	21,2
	31yıl ve üstü	16	8,6
Toplam		185	100

Tablo 1'e göre araştırma kapsamında 217 kişiyle anket yapılmış. Bunların 185'i geçerli sayılmıştır. Ankete katılan kişilerin; %31,4'ü 30 yaş ve altı, %34,6'sı 31-40 yaş, %20,5'i 41-50 yaş, %13,5'i 51 yaş ve üstündedir. %5,4'ü kadın ve %94,6'sı erkektir. %45,4'ü bekar ve %54,6'sı evlidir. %14,1'i ilkokul, %13,5'i ortaokul, %49,7'si lise, %13,5'i ön lisans, %9,2'si lisans mezunudur. Araştırmaya katılan 185 kişiden %18,9'unun 5 yıl ve altında, %21,6'sının 6-10 yıl, %29,7'sinin 11-20 yıl, %2,2'sinin 21-30 yıl ve %8,6'sının ise 31 yıl ve üstünde mesleğini yapmaktadır. Özetlersek, araştırmaya katılan kişilerin genellikle 31-40 yaş aralığında, erkek, evli, lise mezunu ve 11-20 yıldır mesleğini yaptığı söylenebilir.

Tablo 2: Duygusal Emek Boyutları Tanımlayıcı İstatistikleri

	Duygusal Çaba	Duygusal Çelişki
Ortalama	3,3514	3,9622
Varyans	0,512	0,58
Standart sapma	0,7153	0,7616
Medyan	3	4
Mod	3	4
Minimum	2	2
Maksimum	5	5
Skewness	0,086 – 0,179(se)	-0,235 – 0,179(se)
Kurtosis	-0,211 – 0,035(se)	-0,526 – 0,355(se)

Tablo 2'de görüldüğü gibi araştırmaya katılan kişilerin verdikleri cevaplar üzerinden; duygusal çaba boyutunda yapılan puanlama sonucunda söz konusu ölçeğin aritmetik ortalaması 3,3514, varyansı 0,512, standart sapması 0,7153, duygusal çelişki boyutunda yapılan puanlama sonucunda ortalaması 3,9622, varyansı 0,580, standart sapması 0,7616 olarak hesaplanmıştır. Ayrıca Tablo 2'de yer alan Skewness ve Kurtosis değerleri serinin dağılımı hakkında yorum yapmamızı sağlayan istatistiksel bir ölçüttür. Duygusal çaba ve duygusal çelişki için yapılan normallik testi sonucu Skewness ve Kurtosis değerleri -1,64 ve +1,64 aralıklarında olduğu için ölçeklerin istatistiksel açıdan normal dağıldığını söyleyebiliriz.

Tablo 3: Duygusal Emek Boyutlarına Göre Kişilerin Cevap Dağılımı

	Boyutlar	Gözlem Sayısı	Oran (%)
Duygusal Çaba	Hiçbir Zaman	0	0
	Oldukça Nadiren	18	9,7
	Bazen	92	49,7
	Oldukça Sık	67	36,2
	Her zaman	8	4,3
	Hiçbir Zaman	0	0
Duygusal Çelişki	Oldukça Nadiren	4	2,2
	Bazen	45	24,3
	Oldukça Sık	90	48,6
	Her zaman	46	24,9
Toplam		185	100

Tablo 3'e göre araştırmaya katılan bireylerin ortalama olarak Duygusal Çaba boyutunda "Hiçbir Zaman" cevabını vermedikleri, %9,7'sinin "Oldukça Nadiren", %49,7'sinin "Bazen", %36,2'sinin "Oldukça Sık", %4,3'ünün ise "Her Zaman" cevabını verdiği görülmüştür. Yine Tablo 3'e göre araştırmaya katılan bireylerin ortalama olarak Duygusal Çelişki boyutunda "Hiçbir Zaman" cevabını vermedikleri, %2,2'sinin "Oldukça Nadiren", %4,3'ü "Bazen", %48,6'sının "Oldukça Sık", %24,9'unun ise "Her Zaman" cevabını verdiği görülmüştür.

Tablo 4: İş Doyumunun Tanımlayıcı İstatistikleri

İş Doyum Ölçeği	
Ortalama	3,2
Varyans	0,389
Standart sapma	0,6238
Medyan	3
Mod	3
Minimum	2
Maksimum	4
Skewness	-0,168 – 0,179(se)
Kurtosis	-0,548 – 0,355(se)

Tablo 4'te görüldüğü gibi araştırmaya katılan kişilerin verdikleri cevaplar üzerinden; İş Doyum Ölçeği ortalaması 3,20, varyansı 0,389, standart sapması 0,6238 olarak hesaplanmıştır. Ayrıca Tablo 4'te yer alan Skewness ve Kurtosis değerleri serinin dağılımı hakkında yorum yapmamızı sağlayan istatistiksel bir ölçüttür. Duygusal çaba ve duygusal çelişki için yapılan normallik testi sonucu Skewness ve Kurtosis değerleri -1,64 ve +1,64 aralığında olduğu için ölçeklerin istatistiksel açıdan normal dağıldığını söyleyebiliriz.

Tablo 5: Güvenilirlik Analizi

Cronbach's Alfa	N
0,83	35

Bu çalışmada kullanılan likert tipi ölçeklerin tutarlılığını ölçmede kullanılan araçlardan biri Cronbach's Alpha katsayısıdır. Buna göre alpha (α) katsayısı 0,7'den büyük olmalıdır (Pallant, 2005). Tablo 5'e göre uygulanan anketler için yapılan güvenilirlik analizleri sonucunda anketin oldukça güvenilir olduğu söylenebilir.

Tablo 6: İş Doyumunun Duygusal Emek Boyutlarının Puan Ortalamalarının Karşılaştırılması

	İDÖ	Ortalama \pm Standart sapma	Test İstatistiği, p
Duygusal Çelişki	Oldukça nadiren	3,500 \pm 0,5773	7,312 0,00
	Bazen	2,9778 \pm 0,5834	
	Oldukça sık	3,1333 \pm 0,6395	
	Her zaman	3,5217 \pm 0,5050	
Duygusal Çaba	Oldukça nadiren	3,2222 \pm 0,5483	6,817 0,00
	Bazen	3,0652 \pm 0,6077	
	Oldukça sık	3,2836 \pm 0,6229	
	Her zaman	4,0000 \pm 0,000	

Tablo 6'da İş Doyumu Ölçeğinin, Duygusal Emek Ölçeğinin boyutları olan Duygusal Çelişki ve Duygusal Çabaya göre değişiklik gösterip göstermediği hipotezini test etmek için ki kare analizi yapılmıştır. Analiz sonucunda, anlamlılık değeri ($p=0,00$) 0,05 değerinden küçük olduğundan İDÖ ile Duygusal çelişki ve duygusal çaba ile arasında istatistiksel açıdan anlamlı ilişki olduğu söylenebilir.

Tablo 7: İş Doyumunun Duygusal Emek Boyutlarından Duygusal Çaba İle Arasındaki İlişki

		Duygusal Çaba				Toplam
		Oldukça nadiren	Bazen	Oldukça sık	Her zaman	
İDÖ	Pek az	1	14	6	0	21
	Bazen	12	58	36	0	106
	Bütün durumlarda	5	20	25	8	58
Toplam		18	92	67	8	185

Tablo 7’de ölçeklerin cevap dağılımları verilmiştir. Buna göre İş Doyum ölçeğinde ortalama puanlar üzerinden toplam 21 kişi “pek az”, 106 kişi “bazen”, 58 kişi ise “hemen hemen bütün durumlarda” cevabını vermiştir. DEÖ’nün duygusal çaba boyutunda ise ortalama puanlar üzerinden toplam 18 kişi “oldukça nadiren”, 92 kişi “bazen”, 67 kişi “oldukça sık” ve 8 kişi ise “her zaman” cevabını vermiştir.

Tablo 8: İş Doyumu ile Duygusal Çabaya İlişkin Ki-Kare Testi

Gruplar	Ki kare	sd	p
İDÖ ile Duygusal Çaba	24,099	6	0,001

$H_0 = \text{İş Doyumu ile Duygusal Çaba arasında ilişki yoktur.}$

$H_1 = \text{İş Doyumu ile Duygusal Çaba arasında ilişki vardır.}$

Hesaplanan ki-kare istatistiğinde, p değeri 0,05 anlam düzeyi ile karşılaştırılır. p değeri eğer 0,05 değerinden küçük ise karşılaştırılan değerler arasında anlamlı ilişki olduğu söylenebilir. Bu bilgiden hareketle Tablo 8’de verilen p değeri (0,001) 0,05’den küçük olduğu için karşılaştırılan değişkenler anlamlı farklılık göstermektedir. Bir diğer ifade ile İş Doyumu ve Duygusal Çaba arasında anlamlı ve pozitif bir ilişki olduğu istatistiksel açıdan söylenebilir. H1 hipotezi kabul edilmiştir.

Tablo 9: İş Doyumunun Duygusal Emek Boyutlarından Duygusal Çelişki ile Arasındaki İlişki

		Duygusal Çelişki				
		Oldukça nadiren	Bazen	Oldukça sık	Her zaman	Toplam
İDÖ	Pek az	0	8	13	0	21
	Bazen	2	30	52	22	106
	Bütün durumlarda	2	7	25	24	58
Toplam		4	45	90	46	185

Tablo 9’da ölçeklerin cevap dağılımları verilmiştir. Buna göre İş Doyum ölçeğinde ortalama puanlar üzerinden toplam 21 kişi “pek az”, 106 kişi “bazen”, 58 kişi ise “hemen hemen bütün durumlarda” cevabını vermiştir. DEÖ’nün duygusal çelişki boyutunda ise ortalama puanlar üzerinden toplam 4 kişi “oldukça nadiren”, 45 kişi “bazen”, 90 kişi “oldukça sık” ve 46 kişi ise “her zaman” cevabını vermiştir.

Tablo 10: İş Doyumunun Duygusal Çelişkiye İlişkin Ki-Kare Testi

Gruplar	Ki kare	sd	p
İDÖ ile Duygusal Çelişki	20,275	6	0,002

$H_0 =$ İş Doyumu ile Duygusal Çelişki arasında ilişki yoktur.

$H_1 =$ İş Doyumu ile Duygusal Çelişki arasında ilişki vardır.

Hesaplanan ki-kare istatistiğinde, p değeri 0.05 anlam düzeyi ile karşılaştırılır. p değeri eğer 0,05 değerinden küçük ise karşılaştırılan değerler arasında anlamlı farklılık olduğu söylenebilir. Bu bilgiden hareketle Tablo 7’de verilen p değeri (0,001) 0,05’ten küçük olduğu için karşılaştırılan değişkenler anlamlı farklılık göstermektedir. Bir diğer ifade ile İDÖ ve Duygusal Çelişki arasında anlamlı bir ilişki olduğu istatistiksel açıdan söylenebilir. H_1 hipotezi kabul edilmiştir.

SONUÇ VE TARTIŞMA

Yaptığım çalışmada, duygusal emeğin yat çalışanları iş tatmini ile ilgili ilişkilerini ortaya çıkarmak hedeflenmiştir. Bu bağlamda öncelikle duygusal emek, iş tatmini yazınları incelenmiştir. Yazında, duygusal emek boyutlarının iş tatmini üzerinde etkisi incelendiğinde farklı sonuçlara rastlarız. Duygusal çelişkinin iş tatmini üzerinde pozitif yönlü dolaylı bir etki yarattığı; duygusal çabanın iş tatmini üzerinde istatistiksel olarak anlamlı bir dolaylı etkiye sahip olmadığı görülebilir. Bazı araştırmalarda da duygusal çabanın anlamlı bir etkisi olmadığı ya da negatif çıktığı farklı sonuçlar çıkmaktadır. Hochschild (1983) duygusal emeğin iş tatminini azalttığını araştırmada belirtir. Hochschild, duyguların ticari amaçla kullanılmasının iş tatminini doğal olarak azaltacağını iddia etmiştir (1983). Grandey (1999) ise çalışmada iş tatmini ve derinlemesine rol arasında negatif yönlü bir ilişki olduğu sonucuna varmıştır. Fakat Wharton (1993) gerçekleştirmiş olduğu çalışmada iş tatmini ve derinlemesine rol arasında pozitif yönlü bir ilişki bulmuştur. Literatürde bu farklılıkların nedeninin ise çalışmanın gerçekleştirilmiş olduğu sektör olduğu belirtilmiştir. Çelik ve Topsakal’ın (2016) analiz sonuçlarına göre, duygusal emek boyutları olan yüzeysel rol ve derinlemesine rol ile iş tatmini arasında pozitif yönlü bir ilişki olduğu belirlenmiştir (Çelik ve Topsakal,2016:211).

Karakaş vd. (2016)’nin öğretmenlerin iş doyumları üzerine yaptıkları araştırmanın sonucunda, duygusal emek davranışları ile işdoyum düzeyleri arasında pozitif yönde ilişkinin olduğu görülmüştür sonucuna varılmaktadır (Karakaş vd.,2016:185). Yine Karakaş’ın (2018) kamu çalışanlarına dair yaptığı araştırmada ise yüzeysel davranış boyutunun iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkiye sahip olduğu fakat derinlemesine davranış boyutunun iş tatmini üzerinde anlamlı bir etkisi olmadığı sonucuna ulaşılmıştır (Karakaş,2018:120).

Saltık'ın (2014) konaklama işletmelerinde, duygusal emek faktörlerinin iş doyumunu üzerindeki etkisini incelediği doktora tezinde, düşünüldüğünden farklı olarak her iki faktöründe iş doyumunda olumlu etkiye sahip olduğunu yazmıştır. Literatüre bakıldığında araştırmaların genelinde duygusal çaba ile iş tatmini arasında anlamlı ve düz yönlü bir ilişkiye işaret ettiği görülmektedir (Adelmann, 1995; Brotheridge ve Grandey, 2002; Brotheridge ve R. Lee, 2002; Zapf, 2002; Zapf ve Holz, 2006; Chau vd., 2009; Chu vd., 2012; Lam ve Chen, 2012). Araştırma sonucu literatür ile uyumludur. Duygusal çelişki duygusal tükenmişlik ilişkisinde açıklandığı üzere, turizm işletmelerinde çalışanların kendilerini korumak adına bilinçli bir şekilde yüzeysel davranışı seçmeleri, duygusal çelişki düzeyi arttıkça iş tatmininin de artmasına neden olabilmektedir (Wharton, 1993; Chu vd., 2012). Bu durum, literatürde duygusal emeğin olumsuz sonuçlara neden olan boyutu olarak nitelendirilme eğilimi fazla olan duygusal çelişkinin, düşünüldüğünün tersine olumlu sonuçlara da neden olabileceğini göstermesi açısından anlamlıdır (Saltık, 2014:125). Yat çalışanlarına yaptığım araştırmamın sonucunda, duygusal emek boyutları ile iş tatmini arasındaki ilişkiye bakıldığında analiz sonuçları duygusal çelişki ve duygusal çabanın iş tatmini üzerinde anlamlı ve olumlu bir etkiye sahip olduğu anlaşılmıştır.

Turizm sektörü içerisinde yeri olan bir sektör de yat turizmidir. Yat turizminin en büyük zorluğu, müşteriler ve mürettebatın aynı yerde konaklamalarıdır. Belli bir mesai saati olmaması bir diğer zorluktur. Hizmet, müşterilerin odalarına çekilmesine göre sürer, ertesi gün uyanış ile birlikte başlar. Yat turizminde temel hedef karlılıktır. Hedeflerine ulaşmak isteyen yatlar, çalışanların müşterilere kendilerinden beklenen şekilde davranmasını isterler. Çalışan açısından günün 18 saatten fazla çalışıyor olmak zaman zaman yat çalışanlarını yormakta, kendi karakterlerine uymayan duyguları göstermek ya da hissettiklerini gizlemek zorunda kalacaktır. Ticari yatlarda başarı ve süreklilik için, müşteri memnuniyeti ilk sırada yer aldığından, tekrar tercih edilmek amaçtır. Tercih edilmek, finansal anlamda artışı, finansal artış çalışan ve işverenin iş tatmininin arttırır. Özel yatlarda da benzer durum söz konusudur. Çalışanların takdir edilmesi ve finansal anlamda iyileştirmeler, destekler motivasyonu arttırarak; gizlenen ve kontrol edilen duygular, çalışanlara bu anlamda olumlu bir dönüş sağlayacaktır.

Müşterilere samimi, yakın ve duygusal olarak anlayış içerisinde olmak, kaliteli hizmet, memnuniyeti arttıran en önemli unsurlardır. Çalışanların motive olma şekli hem takdir hem de ücret olmasından kaynaklı olarak, duygusal emek gösteren çalışanlar her iki etkene eriştiğinde, iş tatmini açısından pozitif yönlü bir etkileşim olması söz konusudur. İşverenler ya da kaptan, yat personelinden memnun olduğunu görmesi, çalışanın işinin devamlılığı ve bu yat çalışanın tercih edilebilirliğini, maaş düzeyini de arttırmada etkindir. Referans olarak, çalışan hakkında olumlu bir görüşe sahip oldukları için, duygusal emek dolaylı yoldan çalışanları olumlu anlamda etkilemektedir.

KAYNAKÇA

- ASFORTH, B. E. ve R. H. Humphrey. (1993). Emotional Labor in Service Roles: The Influence of Identity. *Academy of Management Review*, 18 (1), 88-115.
- AVCI, U. ve Boylu, Y. (2010), Türk Turizm Çalışanları İçin Duygusal Emek Geçerleşmesi. *SOID Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*. 7 (2), 21.
- CHU, K. H. L. ve S. K. Murrman. (2006). Development and Validation of the Hospitality Emotional Labor Scale. *Tourism Management*, 27, 1181-1191.
- ÇAKMAKCI E. ve Öztürk Ş., (2017). Duygusal Emegin Otel Çalışanları Üzerinden Kavramsal Boyutları ile Tartışılması, *SDÜ Fen-Edebiyat Fakültesi Sosyal Bilimler Dergisi*,40, 149-163.
- ÇELİK, P. ve Topsakal, Y., (2016). Duygusal Emegin İş Tatmini ve Duygusal Tükenme ile İlişkisi: Antalya Destinasyonu Otel Çalışanları Örneği, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 8 (4), 202-218.
- ÇUKUR, Ş. C. ve Şahin, Z. (2007). “Duygusal İşçilik Bağlamında Duygu ve Kültür İlişkisi”, (Editörler: Ramazan Erdem ve Cem Ş. Çukur), *Yönetmel-Örgütsel Davranış*, Ankara: Türk Psikologlar Derneği Yayınları.
- DALAY, G. Neoklasik (Davranışsal) Yönetim Teorileri, <http://ismaildalay.blogspot.com/2013/11/neoklasik-davranssal-yonetim-teorileri.html>.
- EREN, E. (2009). *Örgütsel Davranış ve Yönetim Psikolojisi*, İstanbul: Beta Yayınları.
- GRANDEY, A.A. (2000). Emotion Regulation in The Workplace: A New Way to Conceptualize Emotional Labor, *Journal of Occupational Health Psychology*, 5 (1): 95-110.
- GIARDINI, A. ve Frese, M. (2006). Reducing The Negative Effects of Emotion Work in Service Occupations: Emotional Competence as a Psychological Resource, *Journal of Occupational Health Psychology*, 11: 63-75.
- HOCHSCHILD, A.R. (1983). *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*, Berkeley: University of California Press.
- HOCHSCHILD, A.R. (2003). *The Managed Heart: Commercialization of Human Feeling*, Berkeley: University of California Press.
- KARAKAŞ, A., Tösten, R., Kansu, V., ve Aydın, A.S., (2016). “Öğretmenlerin Duygusal Emek Davranışlarının İş Doyumlarına Etkisi”. *Elektronik Sosyal Bilimler Dergisi*. Cilt. 15, Sayı. 56.
- KARAKAŞ, A. (2017). Duygusal Emek, Tükenmişlik ve İşten Ayrılma Niyeti Arasındaki İlişki: Otel İşletmesi Çalışanları Üzerine Bir Araştırma, *İşletme Araştırmaları Dergisi*, 9(1):80-112.
- KIM, H.J. (2008). Hotel service providers’ emotional labor: The antecedents and effects on burn out. *International Journal of Hospitality Management* 27, 151-161.
- MORRIS, J.A. ve Feldman C.D. (1996). The Dimensions, Antecedents and Consequences of Emotional Labor, *Academy of Management Review*, 21 (4): 986-1010.
- PALA, T. (2008). Turizm İşletmelerinde Çalışanların Duygusal Emek Düzeyi ve Boyutları, *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi*, Mersin Üniversitesi, Mersin.
- ROBBINS, S.P. ve Judge, T.A.(2017). *Örgütsel Davranış*. Çev.,İnci Erdem, İstanbul, Nobel Yayınları.

- SALTIK, I.A. (2014). Duygusal Emegın Duygusal Tükenmişlik ve İş Tatmini Üzerine Etkileri: Konaklama İşletmelerine Yönelik Görgül Bir Araştırma, Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Ana Bilim Dalı, Doktora Tezi, Muğla.
- SEÇER, Ş., (2005), “Çalışma Yaşamında Duygular ve Duygusal Emek: Sosyoloji, Psikoloji ve Örgüt Teorisi Açısından Bir Değerlendirme”, İktisat Fakültesi Sosyal Siyaset Konferansları, Prof. Dr. Nevzat Yalçıntaş’a Armağan Özel Sayısı, 50. Kitap, İstanbul: İÜ Yayınevi, s.813-834.
- SİĞRI, Ü. ve Gürbüz, S. (2015). Örgütsel Davranış. İstanbul: Beta Yayınları.
- TÜLAY, G., Güney, E., Taşkiran E., Özkul E. (2015) Çalışanların Duygularını Yönetme Becerilerinin Örgütsel Vatandaşlık Davranışı Üzerindeki Etkisi Sabiha Gökçen Havalimanı Çalışanları Üzerine Bir Araştırma.Balıkesir Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi. 18(34), 99-132.
- ÜNLER-ÖZ, E. (2007). Duygusal Emek Davranışlarının Çalışanların İş Sonuçlarına Etkisi, Yayımlanmış Doktora Tezi, Marmara Üniversitesi, İstanbul: Beta Yayıncılık.