

BANKACILIK SEKTÖRÜNDE KİŞİLERARASI İLİŞKİ BOYUTLARININ BEŞ FAKTÖR MODELİ İLE TEST EDİLMESİ: BANKACILIK SEKTÖRÜNDE BİR UYGULAMA

*İbrahim Sani MERT**

*Mehmet Erkan TOKSÖZ***

Öz

Bu çalışma bankacılık sektöründe çalışan personellerin kişilerarası ilişki boyutlarının empati ve duygu farkındalığı açısından beş faktör modelinden hareketle dışadönüklük, uyumluluk ve duygusal denge üzerindeki etkisinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Gaziantep, İstanbul, Ankara, İzmir, Malatya, Diyarbakır, Mersin, Hatay ve Kahramanmaraş illerindeki bulunan bankalarda çalışan personeller çalışmanın veri tabanını oluşturmaktadır. Çalışmada SPSS (Statistical Package For Social Sciences- Sosyal Bilimler İçin İstatistik Paketi) / Windows 22.00 sürümü kullanılarak bankacılık sektöründe çalışan personellerin empati ve duygu farkındalıklarıyla, dışadönüklük, uyumluluk ve duygusal dengeleri arasında ilişkinin olup olmadığını incelemiştir. Bağımlı değişkenler olarak dışadönüklük, uyumluluk ve duygusal denge, bağımsız değişkenler olarak empati ve duygu farkındalığı alınmıştır. Analiz sonucunda dışadönüklük ve uyumluluğun empati ve duygusal farkındalığı etkilemediği, duygusal denge her iki kişilerarası ilişki boyutunu etkilediği saptanmıştır. Duygusal denge faktörünün kişilik özelliklerini taşıyan banka personellerinin müşterilerle empati kurabildiği ve müşterilerle ilişkilerin geliştirilmesinde kendi duygularını ön plana çıkardığı tespit edilmiştir.

Anahtar Kelimeler: Kişilik, kişilerarası ilişki, bankacılık, beş faktör kişilik envanteri, kişilerarası ilişki boyutu

TESTING THE DIFFERENTIAL RELATIONSHIP DIMENSIONS IN THE BANKING SECTOR WITH FIVE FACTOR MODELS: AN APPLICATION IN THE BANKING SECTOR

Abstract

The aim of this study is to examine the effect of the Big Five Factor on extroversion, agreeableness and neuroticism in terms of empathy and emotional awareness of interpersonal relationship dimensions of the staff in the banking sector. Gaziantep, İstanbul, Ankara, İzmir, Malatya, Diyarbakır, Mersin, Hatay and Kahramanmaraş are the databases of the employees working in the banks. Using SPSS (Statistical Package for Social Sciences) / Windows version 22.0, the study examined whether there is a relationship between empathy and emotional awareness extroversion, agreeableness and neuroticism of the staff in banking sector. Extroversion, agreeableness and neuroticism and as dependent variables, and empathy and emotional awareness as independent variables. As a result of the analysis, it was determined that extroversion and agreeableness did not affect empathy and emotional awareness, and neuroticism affected both interpersonal relationship dimensions. It has been found that bank staff with personality traits of the neuroticism factor can empathize with customers and develop their own feelings in the development of relations with customers.

Key words: Personality, interpersonal relationship, banking, big five factor, interpersonal relationship dimension.

* Doç. Dr., Antalya Bilim Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, ibrahim.mert@antalya.edu.tr

** Hasan Kalyoncu Üniversitesi, İktisadi, İdari ve Sosyal Bilimler Fakültesi, erkantoksoz@icloud.com

إختبار أبعاد علاقات الأشخاص فيما بينهم في القطاع المصرفي بواسطة نموذج العوامل الخمسة: تطبيق في القطاع المصرفي

نبذة

تهدف هذه الدراسة إلى تدقيق آثار أبعاد العلاقات بين الأشخاص العاملين في القطاع المصرفي على الإنبساط والإمتثال والتوازن العاطفي على أساس نماذج العوامل الخمسة من حيث التعاطف والوعي العاطفي وبشكل الموظفين العاملون في البنوك في غازي عنتاب واسطنبول وأنقرا ووازمير وملاتيا وديار بكر ومرسين وهاتاي وكهرمان ماراش قاعدة بيانات الدراسة. في هذه الدراسة قمنا بفحص التعاطف والوعي العاطفي (الحزمة الإحصائية للعلوم الاجتماعية) / إصدار SPSS والإنبساط والإمتثال والتوازن العاطفي للموظفين العاملين في القطاع المصرفي باستخدام . تم الإعتماد كمتغيرات متعلقة كل من الإنبساط والإمتثال والتوازن العاطفي والمتغيرات المستقلة كل من التعاطف والشعور Windows 22.00 بالوعي. في نتيجة التحليل تقرر أن الإنبساط والإمتثال لا يؤثران على التعاطف والوعي العاطفي، التوازن العاطفي يؤثر على بُعد العلاقات بين كل شخصين. لقد تقرر أن موظف البنك الذي يحمل سمات الشخصية في عامل التوازن العاطفي يمكن أن يتعاطف مع العملاء ويسلط الضوء على مشاعره في تطوير العلاقات مع العملاء.

الكلمات المفتاحية: الشخصية، العلاقات بين الأشخاص، المصرفية، خمس عوامل لمخزون الشخصية، بعد العلاقات بين الأشخاص

1. GİRİŞ

Küreselleşme ve beraberinde getirdiği değişimler işletmelerde farklılıklara neden olmaktadır. Bundan dolayı “müşteri” kavramı işletmelerin merkezine yerleşmekte ve alınan her türlü kararın odak noktasını oluşturmaktadır. Pazar payından çok müşteri payının önemli hale gelmesi, müşteri memnuniyeti ve sadakatının önem kazanması, mevcut müşterinin değerinin anlaşılması ve elde tutma çabaları, bireysel pazarlamayla kişiye özel ihtiyaçlara göre davranılması, yoğun rekabet ortamı ve teknolojiye yaşanan gelişmeler gibi nedenlerden dolayı müşterilerle sağlam ilişkilerin kurulması ve bu ilişkilerin doğru yönetilmesi önem kazanmıştır. Bunun sonucunda da işletmeler müşterileriyle arasında gelişen ilişkilere oldukça önem vermekte, ilişkileri geliştirmek ve bu ilişkilerin uzun vadeli olması için çaba harcamaktadır. Müşterilerle geliştirilen ilişkiler kolay olmamakla beraber, zaman ve özveri istemektedir.

Müşterilerle kurulacak ilişkide, ilişkinin sağlam, güvene dayalı, uzun vadeli olabilmesinde ilişkiyi kuracak kişinin kişiliği de önemli olabilmektedir. Kişilik, bireyin zihinsel ve fizyolojik özelliklerinin bütünüdür. Bu özellikler kişiden kişiye değişebildiği gibi bireyi diğerlerinden farklı kılar. Çalışma hayatında karşılaşılan kişilerin her biri diğerinden farklıdır ve günün önemli kısmı iş yerinde bu insanlarla geçirilmektedir. İş yerindeki farklı kişilikler örgütsel davranış, düzgün iletişim ve verim açısından oldukça önemli olabilmektedir. Farklı kişiliklere uygun rollerin ve sorumlulukların verilmesi, kişi ve iş yeri açısından oldukça verimli olacaktır.

Çalışan, çalıştığı iş yerini temsil ettiğinden dolayı çalışanın kişiliği müşterinin tercihinde önemli rol oynayabilmektedir. Bundan dolayı kişinin nasıl davrandığı, neler düşündüğü ve bunları müşteriye ifade etme şekli pazarlama açısından oldukça önemli olabilmektedir. Bazı kişiler iş hayatında rekabetçi, hırslı, heyecanlı, düzenli, lider ruhlu, sabırsız olabileceği gibi bazı kişilerde rekabetten kaçan, sakin, sabırlı, düzensiz, duygusal olabilmektedir. Önemli olan kişilerin bu tarz kişilik özelliklerine uygun rol, sorumluluk ve çalışma ortamının sağlanmasıdır. Bunların sağlanmasıyla çalışan çalıştığı yeri en iyi şekilde müşterilere karşı temsil edecek ve müşterilerle sağlam ve güvene dayalı ilişkiler geliştirebilecektir.

Bankacılık sektöründe çalışan personellerin kişilerarası ilişki boyutlarının empati ve duygu farkındalığı açısından beş faktör modelinden hareketle dışadönüklük, uyumluluk ve duygusal denge üzerindeki etkisinin test edilmesinin amaçlandığı bu çalışmanın birinci bölümünde konuyla ilgili yapılan literatür araştırmalarına yer verilecektir. İkinci bölümde beş faktör modeliyle ilgili yapılan çalışmalara yer verilecektir. Üçüncü bölümde konuyla ilgili uygulamalı analiz çalışması yapılacaktır. Bu bölümde araştırmanın modeli, yöntemi tanıtılacak daha sonra analiz sonuçları yorumlanacaktır.

2. BEŞ FAKTÖR KİŞİLİK KURAMI

Bu kuramın temeli Raymond B. Cattell'in "Faktör Analitik Ayırıcı Özellik" kuramına dayanmaktadır. Faktör analitik ayırıcı özellik kuramına göre kişilik açıkça görülen davranışların ölçülmesiyle anlaşılmaktadır (Yanbastı, 1990: 239). Bu kuramın üç veri kaynağı bulunmaktadır. Birincisi günlük yaşamdaki davranışlar ve kişiyi tanıyanların değerlendirmeleridir. İkincisi kişinin kendini ifade etmesinin ölçülmesiyle elde edilen verilerdir (Q-Verisi). Üçüncüsü kişinin zeka, yetenek ya da performans ölçümüyle elde edilen verilerdir (T-Verisi) (Berger, 1984: 113). Bunun sonucunda da 16 temel kişilik özelliği saptanmış olup bu özellikler boyutlandırılmıştır (Özen Kutaniş ve Elçi, 2006: 5). Beş faktör kişilik kuramı Robert R. McCrea ve Paul T. Costa Jr. tarafından 1985 yılında Raymond B. Cattell'in faktör analitik ayırıcı özellik kuramının geliştirilmesiyle ortaya çıkmıştır. Cattell'in 16 faktörlü bu kuramını önce dışadönüklük, açıklık ve duygusal denge olarak üç faktörlü olarak geliştirilmiş daha sonra yapılan çalışmalarla dışadönüklük, duygusal denge, açıklık, uyumluluk ve sorumluluk olmak üzere kişiliğin beş faktörü olduğu ortaya çıkarılmıştır.

Beş faktör kişilik modeli, kişilik özelliklerinin kişiliğe bağlı olarak nasıl değiştiğini göstermektedir. McCrea ve Costa (1999)'ya göre, bu şekilde kişilik özelliklerinin sınıflandırılması yapılmaktadır. Ayrıca modelin temeli, insanların kişisel farklılıklarının her dilde kodlanabileceği, dile yansıtacağı ve dile yansıyan sözcükler sayesinde insanların kişilik yapılarının sınıflandırılacağına dayanır (McCrea ve Costa, Jr. 1999: 139). Beş faktör kişilik modeli, kişiliği açıklarken, bireysel farklılıklara odaklanmış ve kişilerin sergiledikleri gözlemlenebilir davranışları ortaya koymuştur (Tekin vd., 2012: 4617).

Beş Faktör Modeli, kişilik sıfatlarına dayalı geliştirilmiştir (Somer vd., 2002: 22). Dar anlamda Beş Faktör Modeli, kişilik özelliklerinin kişilikle ilişkili değişimin deneysel bir genellemesidir. Modelde çok sayıda derecelendirme ölçekleri vardır. Bu ölçekler kişilikle ilgili özellikleri çok geniş kapsamlı belirttiğinden dolayı, kişilik tanımlamalarının çoğu bu beş faktöre dayandırılır (McCrae ve Costa, Jr. 1999: 139)

Beş Faktör Kişilik Modeline göre kişilik boyutları şöyledir; dışadönüklük (extroversion), uyumluluk (agreeableness), sorumluluk (conscientiousness), açıklık (openness), duygusal denge (neuroticism).

2.1. Dışadönüklük (Extroversion)

Dışa dönük insanlar, içinde buldukları durumlarda abartıya meyilli, hırslı, heyecanlı, hareketli, arkadaş canlısı ve baskın tiplerdir (Develioğlu ve Tekin, 2013: 18). Aynı zamanda dışa dönük olan insanlar diğer insanlarla kolay iletişim kurarlar ve dış dünyaya açıktırlar. Dışa dönüklük boyutunun en önemli iki bileşeni hırslı olma ve arkadaş canlısı olma özelliğidir. Üstün olma ve ödül kazanma isteği bu tarz insanların en büyük motivasyon araçlarıdır. Ayrıca dışa dönük insanlar psikolojik yardım alma konusunda zorlanmazlar (Demirkan, 2006: 59-60). Dışa dönüklük kişilerarası ilişkilerde sosyal uyarınların sayısı ile ilişkilidir. Baskınlık ve aktivite bu faktörün en temel belirleyicileri arasındadır (Somer vd., 2002: 23).

2.2. Uyumluluk (Agreeableness)

Uyumlu insanlar genellikle iş birliği yanlısıdır, nazik ve sevecenlerdir, rekabet yerine birlikte hareket etmeyi severler. Aynı zamanda uyumluluk özelliği baskın olan kişilerde yardımseverlik ön plana çıkar (Develioğlu ve Tekin, 2013: 18).

Uyumluluk boyutu insanların insancılığını ön plana çıkaran bir boyuttur. Bu tarz insanlar kişiler arası çatışmalara girmezler, girdiklerinde uzlaşmacı olarak davranırlar (Demirkan, 2006: 60). Uyumlu olan insanlar sosyalliklerini geliştirmelerinin yanı sıra bunu kendilerine bir hayat felsefesi edinirler (McCrae ve Costa, Jr. 1999: 141).

2.3. Sorumluluk (Conscientiousness)

Sorumluluk faktörüne sahip olan kişiler düzenli, titiz, başarıyı ilke edinmiş, öz disiplinli ve tedbirlidirler (Somer ve diğerleri, 2002:24). Sorumluluk sahibi insanların hem özel hayatlarında hem sosyal hayatta hem de iş hayatlarında karşılaştıkları her türlü görevde başarılı olma olasılıkları çok

yüksektir (Can, 2007:109). Bu boyuta sahip insanlar eyleme geçmeden önce, o işle ilgili her şeyi tüm ayrıntısıyla düşünebilme eğilimi gösterirler (Demirkan, 2006:61).

2.4. Açıklık (Openness)

Açıklık boyutu insanların yeni şeyler yapmaya ve denemeye açık olmasıdır (Çelebi ve Uğurlu, 2014:541). Açıklık boyutuna sahip kişiler zeki, hayal gücü yüksek, sanata meraklıdır. Bu tarz kişiler yeniliklere diğer kişilere göre daha açıktır ve kendilerine has bir yargılama gücü vardır (Develioğlu ve Tekin, 2013:19). Bu özelliklere sahip kişiler iş hayatında yaratıcılıklarından dolayı oldukça başarılıdır ve o işletmeye oldukça yarar sağlarlar (Can, 2007:109). Açık olan insanlar kendilerini tanımlarken daha bağımsız ve kendilerine özgü davranırlar. Aynı zamanda cesurlardır ve çeşitliliği tercih ederler (Demirkan, 2006:63).

2.5. Duygusal Denge (Neuroticism)

Duygusal denge boyutuna sahip kişiler genellikle kaygılı, depresif, sinirli, duygusal ve güvensiz olma faktörlerine sahiplerdir. Bu tarz insanlar, olumsuz duygular yaşama ve bazı davranış şekilleri geliştirirler. İnsanlarla ilişki kurmada ve bu ilişkiyi sürdürmede zorlanırlar (Demirkan, 2006:62).

Bu boyut, olumlu psikolojinin ve duygusal dengeden yoksunluğu ifade eder (Develioğlu ve Tekin, 2013:18). Örgütlerde üst yönetimde görevli kişilerin duygusal istikrar anlamında olumlu özelliklerinin olması gerekmektedir (Can, 2007:110). Bu boyuta meyilli olan kişiler, genellikle karışık duygular içinde oldukları için kuruntulu düşünce ve düşmanca tepki verme gibi eğilimleri vardır (Sommer vd., 2002:24).

3. KİŞİLERARASI İLİŞKİ BOYUTU

Erden İmamoğlu (2009)'na göre kişilerarası ilişki boyutu dört faktöre dayanmaktadır. Bu faktörler onay bağımlılık, empati, başkalarına güven ve duygu farkındalığıdır.

3.1. Onay Bağımlılık

Onay bağımlılık, kişilerarası ilişkilerde insanların başkalarının görüş, tutum ve değerlerinin ön planda tutulduğu bir boyuttur. Bu boyut, insanın kendisini yok farz edecek derecede başka insanların görüş, tutum ve değerlerine odaklanmış, bireyselliğin ve benliğin göz ardı edildiği bir boyuttur. Bundan dolayı onay bağımlılık boyutu kişilerarası ilişkilerde sağlıklı bir yaklaşımı işaret etmektedir. İnsanlar toplu şekilde yaşadıklarından dolayı çevrelerindeki diğer insanların kendileriyle ilgili neler düşündüğünü önemserler. Bunun için de insanları işleri, kıyafetleri, fikirleri ve kendisiyle ilgili daha birçok şeyin karşısındaki insanlar tarafından kabul edilmesini bekler. Bu beklentilere bazı insanlar daha fazla önem verirken, bazıları için çok da önemli değildir. Fakat bu beklenti her insanda yaradılışı gereği daima mevcuttur. Bunun çok fazla olması insanlar üzerinde bir takım psikolojik rahatsızlıklara neden olabilir (Erden İmamoğlu, 2009: 13).

3.2. Empati

Empati, kişinin kendisini başka bir bilincin yerine koyarak söz konusu bilincin duygularını, isteklerini ve düşüncelerini, denemeksizin anlayabilme becerisidir (<http://www.tdk.gov.tr> Erişim: 03/02/2016). Başka bir tanıma göre empati, kişinin kendisini diğer kişinin yerine koyması sonucunda o kişiyi anlaması ve onu anladığını ona hissettirmesidir. Kişinin diğer bireyi anlaması ve bunu ona hissettirmesi bir empati sürecidir ve bu süreç algılama, anlama, hissetme gibi psikolojik ve duygusal bileşenlerden oluşmaktadır (Hasta ve Güler: 2013: 72).

Erden İmamoğlu (2009)'na göre empati boyutunda, başkalarının duygularını anlama, kendi duygularının farkında olma ve bu duyguları uygun bir şekilde karşı tarafa aktarabilme gibi ifadeler yer almaktadır. Empati, sağlıklı kişilerarası ilişki kuramının temelini oluşturmaktadır.

Empati kurabilme düzeyi kişilerarası ilişkilerde sağlıklı bir tarzın kurulması için önemli etmenlerdendir. Empatik becerilerle kişilerarası ilişkiler incelendiğinde, empatik becerileri yüksek olan insanların daha olumlu kişilerarası ilişki tarzı geliştirdikleri ortaya konmuştur. Kişilerarası ilişkilerde açık, saygılı, rasyonel olumlu tarzlar, insanların birbirlerini daha iyi anlamalarını ve topluma uyumlarını kolaylaştırır. Bunun yanında küçümseyici, saygısız kişilerarası ilişki sağlıklı iletişimi güçleştirmektedir (Yüksel, 2008: 9).

Empati bir yetenektir ve öğretilemez. Ancak eğitim verilerek var olan empati yeteneği geliştirilebilir. Empatinin etkili olmasının temel nedeni içtenlik, sıcaklık, kendini açma gibi becerilerle ilişkilidir (Alver, 1998: 59). Empati, kişilerarası ilişkileri etkileyip çatışmanın yaşanmamasını ve insanlar arasında daha sağlam ve daha iyi ilişkiler kurulmasını sağlar. Ayrıca empati olumlu sosyal davranışların gelişmesine katkıda bulunmakta, empatinin yoksunluğu da sosyal yaşamda sorunların çıkmasına neden olur (Hasta ve Güler, 2013: 72).

3.3. Başkalarına Güven

Güven, korku, çekinme ve kuşku duymadan karşıdaki kişiye inanma ve bağlanma duygusu olarak tanımlanmaktadır (<http://www.tdk.gov.tr> Erişim: 11/02/2016). Başkalarına güven, bireyin sağlıklı kişilik özelliği olarak değerlendirilebilir. Aynı zamanda güven, bireylerin diğer insanlarla geliştirdiği ilişkinin sonucunda öznel algılamaları ile gelişen bir yapıdır (Erden İmamoğlu, 2009: 14).

Güven kelimesini daha ayrıntılı ve sosyoloji açısından açıklarsak; toplumun bütününe ilgilendiren yararlı sonuçlar için, bireyleri gönüllü olarak iş birliğine iten ve bu yolla iyi toplumun oluşturulmasını kolaylaştıran temel değerdir (Başak, 2010: 56).

Güven, kişilerarası ilişki kurulurken olması gereken en temel öğelerden birisidir. Kurulan ilişkide karşılıklı her iki tarafın da birbirinde bulunan zayıf yönlerini, çıkarları doğrultusunda kullanmaması gerekir.

Güven farklı biçimlerde ortaya çıkabilir. Genel güven, kişinin karşıdakine genel olarak güvenmesini ifade eder. Kişiliğe dayalı güven, kişilerin karşıdakilerin kişisel özellikleri açısından güveni ifade eder. Sürece dayalı güven, kişilerle tekrarlı olan etkileşimlerden kaynaklandığını ifade eder (Demircan ve Ceylan, 2003: 140-141).

3.4. Duygu Farkındalığı

Duygu farkındalığı, insanların ilişki kurarken bu süreçte kendi duygularını temel alması ve bu duyguları ilişki sürecinde belirleyici olarak değerlendirmesidir. Bunun sonucunda kişiler diğer insanlarla kuracakları ilişkileri başlatma, sürdürme ve sonlandırma aşamalarını ve ilişkinin niteliğini kendi duygularına göre belirlemektedir (Erden İmamoğlu, 2009: 15).

Duyguların ifade edilmesi, sözle ya da beden diliyle kişinin duygularını ifade etmesidir. Önemli olan kişinin duygularını nasıl ifade ettiği değildir, kişinin kendi duygularının farkında olması ve duygularını istediği gibi ifade etmesidir (Kuyumcu, 2012: 5).

Bir bireyin kendi yeteneklerini tanımak ve tanımlamak için geliştirdiği duygusal farkındalık, bilişsel bir gelişim sürecidir. Duygusal farkındalığın temelinde bireysel farklılıkların yansıtıldığı duygusal bilgiler vardır. Bu bilgiler, insanların yaşadıkları dış dünyalarından ve iç gözlem yoluyla iç dünyalarından gelir. Duygusal bilgiler bireyin algılarını etkileyecek bilgilerdir (Lane vd., 1994: 526).

Duygusal farkındalık, kendi duygularını ve bu duyguların kendisinde yarattığı etkileri bilmek ve tanımak, yine bu duyguların güçlü ve zayıf yanlarını bilmek ve farkında olmak ve son olarak da kişinin kendi değerinin farkında olması açısından önem teşkil etmektedir. Çünkü duygusal farkındalık en temel yetenektir ve insanlardaki diğer yetenekler bu duygusal farkındalık üzerine kurulur (Bircan ve Bacanlı, 2005: 63).

İnsanların yaşam doyumu açısından duygularının farkında olması oldukça önemlidir. Duygularının farkında olmayan bireyin, öfkeli bir yaşam tarzına sahip olmasına ve kişilerarası ilişkilerinin bozulmasına yol açar. Duygularının farkında olmamasından kasıt, duyguları ile davranış ilişkisi kuramaması ve bunları çevresiyle eşleştirememesidir (Gençoğlu, 2012: 11). Duygusal farkındalık olmadan da insanlar düşünebilir, herhangi bir tepki verebilir ve bunun sonucunda da kişilerarası ilişkilerde bulunabilirler. Fakat duygu farkındalığı olmadan insanların kendi iç dünyasının farkında olması ve kendi isteklerinin bilincinde olması bunun sonucunda da kendini tanıması oldukça zordur. Duygularının farkında olan insan kendini tanıyan insandır ve sağlıklı ilişkiler geliştirir (Koçak, 2002: 185).

Bu araştırma kapsamında bankacıların kişilik özelliklerinde, kişilerarası ilişki boyutlarından empati ve duygu farkındalığının diğer ilişki boyutları olan onay bağımlılık ve güven ile kıyaslandığında müşterilerle olan ilişkide daha etkili olacağı düşünüldüğünden dolayı bu iki boyut kullanılmıştır. Banka çalışanlarının müşterilerle kurdukları ilişkilerde kendilerini onların yerine koyabilme yetenekleri ve ilişki geliştirilirken duygularını temel alıp almadıkları ölçülmek istenmiştir. Çalışanların ilişkilerde duygularını mı ön planda tuttuğu yoksa mantıklarıyla mı hareket ettiği ve bunun yanında karşıdakini anlayabilmek için kendisini onun yerine koyarak onun gibi düşünüp düşünemeyeceği ortaya konmaya çalışılmıştır. Literatürde Kişilerarası İlişki Boyutları Ölçeğini kullanan diğer çalışmalar da benzer sonuçlara ulaşmışlardır. Bazılarının ulaştığı sonuçlar şu şekildedir; Hoxha (2011) yaptığı çalışmada Arnavutluk ve Türkiye’deki üniversite öğrencilerinin kişilerarası ilişki ile problem çözme becerilerini karşılaştırmıştır. Araştırmanın sonucunda Arnavutluk Epoka Üniversitesi’ndeki öğrencilerin, Türkiye’deki Selçuk Üniversitesi’ndeki öğrencilere göre daha fazla onay bağımlılık davranışı gösterdikleri, daha az empati kurduklarını, güven ve duygu farkındalığı konusunda daha olumlu oldukları sonucuna varılmıştır. Ayrıca yaş ve cinsiyet faktörleri ile onay bağımlılık, empati, güven ve duygu farkındalığı boyutları arasında anlamlı farklılıkların çıkmadığı sonucuna da ulaşılmıştır. İmamoğlu (2008) yaptığı çalışmada genç yetişkinlikte kişilerarası ilişkileri cinsiyet, cinsiyet rolleri ve yalnızlık algısı açısından incelemiştir. Araştırmanın sonucunda empatinin cinsiyete göre anlamlı şekilde farklılaştığı, güven ve duygu farkındalığının cinsiyet ve cinsiyet rollerine göre farklılık olmadığı sonucuna ulaşmıştır. Aynı zamanda cinsiyet ve cinsiyet rollerinin birlikte ilişki boyutlarında bir farklılık yaratmadığı sonucu elde edilmiştir. Bunların yanında yaşın onay bağımlılık, empati, güven ve duygu farkındalığında anlamlı farklılıklar oluşturmadığı, eğitim düzeyinin onay bağımlılık, güven ve duygu farkındalığında farklılık yarattığı ve medeni halin onay bağımlılık, empati ve güven boyutlarında farklılık yaratmadığı duygu farkındalığında farklılık yarattığı sonucuna ulaşılmıştır.

4. BEŞ FAKTÖR KİŞİLİK MODELİNİ KULLANAN ÇALIŞMALAR

Yapılan araştırmalarda beş faktör kişilik modelini kullanan oldukça fazla çalışmaya rastlanılmıştır. Bu çalışmalarda beş faktör kişilik özellikleriyle çeşitli değişkenler karşılaştırılmış ve farklı sonuçlara ulaşılmıştır.

Church (1993)’ün batılı kültürler dışında diğer kültürlerdeki kişilik yapısını incelediği ve Filipinli kolej öğrencileri üzerinde yaptığı uygulamalı çalışmada beş faktör modelinin alt boyutlarından sorumluluk ve açıklığın Philippine Personality Inventory alt boyutlarından sosyal etki, duygusal kontrol, endişe, sorumluluk, geniş düşünce ile pozitif ilişkili, duygusal denge alt boyutu ile duygusal iyilik alt boyutunun pozitif ilişkili olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Bishop ve Fish (1997)’in aracılık etmede sokratik, çözüm odaklı ve tanısal soru sorma sitemlerini araştırdıkları çalışmada açıklık ve uyumluluk boyutlarıyla çözüm odaklı ve tanısal soru sorma sitemleri arasında negatif ilişki olduğu sonucuna ulaşmışlardır. Bu şu demektir; açıklık ve/veya uyumluluk kişilik özelliklerine sahip bir kişinin aracılık ederken çözüm odaklı ve tanısal soru sorma algıları daha düşüktür.

Antonioni (1998) çatışma yönetimiyle kişilik özelliklerini incelediği araştırmasında dışadönük, uyumlu, sorumlu ve açık insanların çatışmayı iyi yönettiğini ortaya koymuştur. Ayrıca alt boyut olarak dışadönüklük ile egemenliğin, sorumluluk ve duygusal dengenin hakimiyet ile pozitif ilişkili olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Caligiuri (2000)’nin çalışmasının sonucunda beş faktör kişilik özelliklerinden dışadönüklük, uyumluluk ve duygusal denge ile New Jersey’deki bir bilgi teknolojileri şirketinde çalışan gurbetçilerin görevlerini sona erdirmeye istekleri negatif ilişkili iken, sorumluluk ile firmadaki gurbetçilerin denetçiler tarafından performanslarının derecelendirilmesi arasında pozitif ilişki vardır.

Moberg (2001)’in Ohio’da 249 yönetici ve denetçiyle yaptığı çalışmada çatışma düzeylerini beş faktör kişilik envanteriyle ölçmeye çalışmış ve çalışmasının sonucunda dışadönüklük, açıklık ve uyumluluğun yüzleşmeyle, uzlaşmanın beş faktör modelinin tüm alt boyutlarıyla, duygusal denge ve dışadönüklüğün kontrol boyutuyla pozitif ilişkili olduğu, denge ile uygunsuzluk, açıklık ve uyumluluk ile kontrol negatif ilişkili olduğu sonucuna varmıştır.

Zhang (2002) çalışmasında öğrenmenin kişilik üzerine etkisini araştırmış ve sadece öğrenmenin açıklık ve sorumluluk ile arasında pozitif, dışadönüklük ile arasında negatif ilişki olduğu sonucuna varmıştır.

Barrick ve Mount (2005) 'un iş performans kriterleri envanterini kullanarak iş performansını inceledikleri çalışmalarında sorumluluğun tüm iş performansı kriterleriyle pozitif ilişkili olduğu, açıklık ve dışadönüklüğün iş performans kriterlerinin alt boyutu olan eğitim yeterliliğiyle pozitif ilişkili olduğu sonucuna varmışlardır.

Rogers (2005) akademik performanstaki kişilik özelliklerini incelemiş ve açıklık, sorumluluk, uyumluluk ve duygusal dengenin akademik performansla pozitif ilişkili, dışadönüklüğün negatif ilişkili olduğunu tespit etmiştir.

Yelboğa (2006)'nın kişilik özellikleri ve iş performansı arasındaki ilişkiyi incelediği çalışma sonucunda duygusal denge, uyumluluk ve sorumluluğun iş performansı değerlendirme ölçeğinin alt boyutları olan yönetsel yeterlilik, işe yönelik bilgi/beceri yeterlilikleri, davranışsal yeterlilikler ve kendini geliştirme yeterliliği ile pozitif ilişki olduğu sonucuna varmıştır.

Deniz ve Erciş (2008)'in algılanan risk ölçeğini kullanarak yaptıkları çalışmanın sonucunda uyumluluk, sorumluluk ve açıklık performans riski ve psikolojik risk arasında pozitif ilişki olduğu sonucuna varmışlardır.

Basım, Çetin ve Tabak (2009) çalışmasında kişiler ne kadar çok dışadönük ve açık olurlarsa çatışma sürecindeki davranışlarında o kadar rahat oldukları ve ayrıca çatışma sürecine yaklaşmaları veya çatışma sürecinden kaçınma algıları o kadar yüksek olmaktadır. Bunların yanında dışadönük, açık ve uyumlu kişilerin çatışma sürecinde tarafların amaç ve ihtiyaçlarını ortaya koyarken kendilerini açma derecelerinin yüksek olduğu tespit edilmiştir. Ayrıca dışadönük, uyumlu ve sorumluluk sahibi kişilerde duygularını gösterme derecelerinin de yüksek olduğu sonucuna ulaşılmıştır.

Puher (2009) kolej öğrencilerinin okulda gösterdikleri uyumluluğu incelediği çalışma sonucunda duysal dengenin adaptasyonla pozitif ilişki olduğu, dışadönük ve sorumluluk sahibi kişilerin sosyal olduğu ve sorumluluğun akademik alt boyutuyla pozitif ilişkili olduğu sonucuna ulaşmıştır.

Nelson (2011) çalışmasında kişiliğin satış performansı ile ilişkisini incelemiştir. Çalışmanın sonucunda beş faktör kişilik envanterinin tüm alt boyutlarının satış performansı ve nakit olmayan satış tahminleriyle arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.

Tekin vd. (2012) çalışmasında örgütsel çatışma yönetimi ile kişilik özellikleri arasındaki ilişkiyi incelemiş ve sonuç olarak dışadönük olan insanların örgütsel çatışma envanterinin alt boyutlarından biri olan kaçınma boyutuyla pozitif ilişkili olduğunu tespit etmişlerdir.

Merdan (2013) kişiliğin iş değerleri üzerine etkisini incelediği çalışmasında uyumlu olan insanların iş ilişkilerinde ve etkileme düzeylerinin daha yüksek olduğu ayrıca işte ilerleme düzeylerinin de arttığı sonucuna varmıştır. Bunun yanında sorumluluk sahibi kişilerin tıpkı uyumlu kişiliğe sahip olanlardaki gibi iş ilişkilerinde ve etkileme düzeylerinde ve ayrıca işte ilerleme düzeylerinde artış olduğu ve finansal ve çevre koşullarıyla da pozitif ilişkili olduğu sonucuna varmıştır. Son olarak da açıklık iş ilişkileriyle dışadönüklük iş değerleriyle pozitif ilişkide olduğu sonucuna varmıştır.

Develioğlu ve Tekin (2013) beş faktör kişilik özellikleriyle yabancılaşma arasındaki ilişkiyi inceledikleri çalışmalarının sonucunda sorumluluğun ve duygusal dengenin güçsüzlük, topluma yabancılaşma ve genel olarak yabancılaşma ile, sorumluluk, duygusal denge ve uyumluluğun kendine yabancılaşma ile pozitif ilişkili olduğu sonucuna varmışlardır.

Doğan (2013)'ın öznel iyi oluşu incelediği çalışmasında uyumluluğun, açıklığın ve sorumluluğun öznel iyi oluş ile pozitif ilişkili olduğu sonucuna varmıştır.

Çelebi ve Uğurlu (2014)'nin yaptıkları çalışma sonucunda sorumluluk, dışadönüklük, uyumluluk ve duygusal dengenin cinsiyetle, sorumluluk ve duygusal dengenin yaşla, sorumluluk ve uyumluluğun medeni durumla ve son olarak açıklık ve dışadönüklüğün branşla pozitif ilişkili olduğunu tespit etmiştir.

Zhou vd. (2017)'nin çalışmasında uyumluluk, sorumluluk, açıklık ve duygusal dengenin ilişki süresi ve ilişki kalitesi ile, dışadönüklüğün cinsiyet ve ilişki kalitesiyle pozitif ilişkili olduğunu saptamışlardır.

Tablo 1. Beş Faktör Kişilik Modelini Kullanan Uygulamalı Çalışmalar

Çalışmanın Yapıldığı Yıl	Yazar(lar)	Çalışmanın Kapsamı	Çalışmada Kullanılan Değişkenler	Çalışmada Kullanılan Ölçek	İlişki
1993	Church	Filipinler	Sorumluluk, Sosyal Etki, Duygusal Kontrol, Endişe, Geniş Düşünce, Duygusal İyilik	NEO Personality Inventory	Sorumluluk ve açıklık boyutları duygusal iyilik hariç diğerleriyle pozitif ilişkili, duygusal denge duygusal iyilik ile pozitif ilişkili.
1997	Bishop ve Fish	New York USA	Sokratik Soru Sorma, Çözüm Odaklı Soru Sorma, Tanısal Soru Sorma,	Therapeutic Questioning Scale (TQS)	Açıklık ve uyumluluk boyutları çözüm odaklı soru sorma ve tanısal soru sorma ile negatif ilişkili.
1998	Antonioni	Wisconsin USA	Egemenlik, Hakimiyet, Anlaşmazlık, Yardımsever, Kaçınma	Conflict Management Styles (CMS)	Dışadönüklük, uyumluluk, sorumluluk ve açıklık genel olarak CMS ile pozitif ilişkili, dışadönüklük egemenlik ile, sorumluluk ve duygusal denge hakimiyet ile pozitif ilişkili, duygusal denge anlaşmazlıkla negatif ilişkili.
2000	Caligiuri	New Jersey USA	Görevi sona erdirmeye, Denetçi otoritesinin performansı	Hogan Personality Inventory (HPI)	Dışadönüklük, uyumluluk ve duygusal denge ile gurbetçilerin atanmalarını sonlandırma istekleri negatif ilişkili, sorumluluk ile gurbetçilerin denetçiler tarafından derecelendirilmiş performansları pozitif ilişkili.
Çalışmanın Yapıldığı Yıl	Yazar(lar)	Çalışmanın Kapsamı	Çalışmada Kullanılan Değişkenler	Çalışmada Kullanılan Ölçek	İlişki

2001	Moberg	Ohio USA	Uygunsuzluk, Yüzleşme, Uzlaşma, Kontrol	Revised NEO Personality Inventory	Duygusal denge ile uygunsuzluk negatif ilişkili, dışadönüklük ve uyumluluk pozitif ilişkili, dışadönüklük, açıklık ve uyumluluk ile yüzleşme pozitif ilişkili, uzlaşma beş faktör kişilik modelinin tüm alt boyutlarıyla pozitif ilişkili, duygusal denge ve dışadönüklük ile kontrol ile pozitif ilişkili, açıklık ve uyumluluk ile kontrol negatif ilişkili.
2002	Zhang	Shanghai ÇİN	Öğrenme	The Study Process Questionnaire	Açıklık ve sorumluluk ile öğrenme pozitif ilişkili, dışadönüklük ile öğrenme negatif ilişkili
2005	Barrick ve Mount	Hollanda	İş Yeterliliği, Eğitim Yeterliliği, Personel Verileri	İş Performans Kriterleri Envanteri	Sorumluluk ile iş performans kriterlerinin tüm alt boyutları pozitif ilişkili, açıklık ve dışadönüklük ile eğitim yeterliliği pozitif ilişkili.
2005	Rogers	Knoxville USA	Akademik performans (GPA)	Broad Personality Measure	Açıklık, sorumluluk, uyumluluk ve duygusal denge ile GPA pozitif ilişkili, dışadönüklük ile GPA negatif ilişkili.
2006	Yelboğa	İstanbul Türkiye	İş Performansı (yönetmelik yeterlilik, işe yönelik bilgi/beceri yeterlilikleri, davranışsal yeterlilikler, kendini geliştirme yeterliliği)	Performans Değerlendirme Ölçeği	Duygusal denge, uyumluluk ve sorumluluk ile iş performansı pozitif ilişkili.
2008	Deniz ve Erciş	Erzurum Türkiye	Sosyal risk, performans riski, finansal risk, fiziksel risk, zaman riski, psikolojik risk	Algılanan Risk Ölçeği	Uyumluluk, sorumluluk ve açıklık ile performans riski ve psikolojik risk pozitif ilişki
2009	Basım, Çetin ve Tabak	Ankara Türkiye	Yüzleşme, Genel/Özel Davranış, Yaklaşma/Kaçınma, Kendini Açma, Duygusal İfade	Kişilerarası Çatışma Çözme Yaklaşımları Ölçeği	Dışadönüklük ve açıklık ile genel/özel davranış ve yaklaşma/kaçınma ile pozitif ilişkili, dışadönüklük, açıklık ve uyumluluk ile kendini açma pozitif ilişkili, dışadönüklük, uyumluluk ve sorumluluk ile duygusal ifade pozitif ilişkili
2009	Puher	Philadepia USA	Adaptasyon, Sosyallik, Akademik	Student Adaptation To College Questionnaire (SACQ)	Duygusal denge ile adaptasyon pozitif ilişkili, dışadönüklük ve uyumluluk ile sosyallik pozitif ilişkili, sorumluluk ile akademik alt boyutu pozitif ilişkili.

2011	Nelson	Minnesota USA	Nakit olmayan satış performansı, Nakit olmayan satış tahmini	Non-cash Sales Performance	Big five ile nakit olmayan satış performansı ve nakit olmayan satış tahminleri arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır.
Çalışmanın Yapıldığı Yıl	Yazar(lar)	Çalışmanın Kapsamı	Çalışmada Kullanılan Değişkenler	Çalışmada Kullanılan Ölçek	İlişki
2012	Yiğit ve Deniz	Konya Türkiye	İletişim Becerileri, Empati	Empatik Eğilim Ölçeği, İletişim Becerileri Envanteri	Dışadönüklük, sorumluluk, açıklık ve uyumluluk ile iletişim becerileri ve empati pozitif ilişkili
2012	Tekin, Turan, Özmen, Turhan ve Kökçü	Ankara Türkiye	Bütünleştirme, Uyma, Hükmetme, Kaçınma, Uzlaşma	Rahim Örgütsel Çatışma Envanteri (ROCI-II)	Dışadönüklük ile kaçınma pozitif ilişkili.
2013	Merdan	Kırıkkale Türkiye	İş İlişkileri, Etkileme ve İlerleme Düzeyi, Finansal Koşullar ve Çalışma Koşulları, Özerklik ve Yeteneklerin Kullanımı	İş Değerleri Ölçeği	Uyumluluk ile iş ilişkileri, etkileme ve ilerleme düzeyi pozitif ilişkili, sorumluluk ile iş ilişkileri, etkileme ve ilerleme düzeyi ve finansal koşullar ve çevre koşulları pozitif ilişkili, açıklık ile iş ilişkileri pozitif ilişkili, dışadönüklük ile tüm iş değerleri pozitif ilişkili.
2013	Develioğlu ve Tekin	Antalya Türkiye	Güçsüzlük, Anlamsızlık, Kuralızsızlık, Topluma Yabancılaşma, Kendine Yabancılaşma	Yabancılaşma Ölçeği	Sorumluluk ve duygusal denge ile güçsüzlük, topluma yabancılaşma ve yabancılaşma pozitif ilişkili, sorumluluk, duygusal denge ve uyumluluk ile kendine yabancılaşma pozitif ilişkili, uyumluluk ile kendine yabancılaşma pozitif ilişkili
2013	Doğan	Türkiye Geneli	Öznel İyi Oluş	Oxford Mutluluk Ölçeği	Uyumluluk, açıklık ve sorumluluk ile öznel iyi oluş pozitif ilişkili.
2014	Çelebi ve Uğurlu	İstanbul Türkiye	Cinsiyet, Yaş, Medeni Durum, Mesleki Deneyim, Branş,	Kişisel Bilgi Formu	Sorumluluk, dışadönüklük, uyumluluk ve duygusal denge ile cinsiyet pozitif ilişkili, sorumluluk ve duygusal denge ile yaş pozitif ilişkili, açıklık sorumluluk ve uyumluluk ile medeni durum pozitif ilişkili, açıklık ve dışadönüklük ile branş pozitif ilişkili
2017	Zhou, Wang, Chen, Zhang ve Zhou	Çin	Cinsiyet, İlişki Süresi, Aktör Etkisi, Arkadaşlık İlişkisi, Duygusal İstikrar, İlişki Kalitesi	Perceived Relationship Quality Component	Uyumluluk, sorumluluk, açıklık ve duygusal denge ile ilişki süresi ve ilişki kalitesi pozitif ilişkili, dışadönüklük ile cinsiyet

					ve ilişki kalitesi pozitif ilişkili.
--	--	--	--	--	--------------------------------------

5. ARAŞTIRMANIN METODOLOJİSİ

5.1. Araştırmanın Amacı

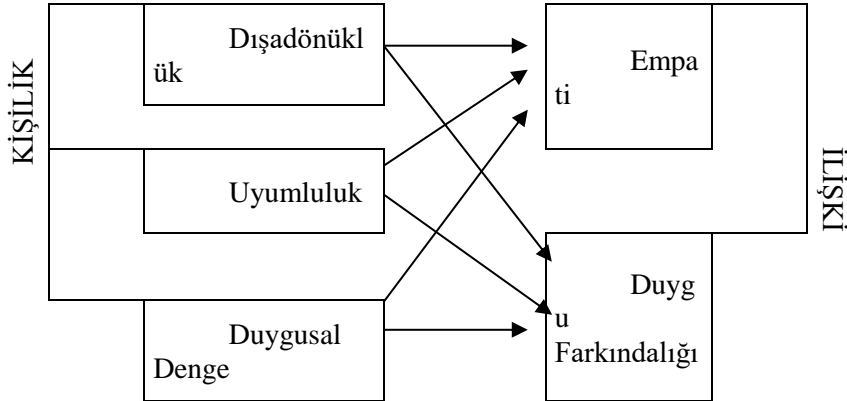
Yapılan çalışmanın amacı, bankada çalışan personelin müşterilerle olan ilişkisinde kişiliğin faktörlerinin etkili olup olmadığı; eğer etkiliyse hangi kişilik özelliklerinin etkili olduğunu tespit etmektir.

Bu kapsamda yapılan bu çalışmada, banka personelinin, banka müşterileriyle olan ilişkisinde personelin kişilik özellikleri, duygu durumu, olaylara bakış açısı, dışadönüklüğü, uyumluluğu gibi faktörlerin ilişkiye etki edip etmediği saptanmaya çalışılmaktadır.

5.2. Araştırmanın Modeli

Ağırlıklı olarak Gaziantep ilindeki ve bunun dışında İstanbul, Ankara, İzmir, Malatya, Diyarbakır, Mersin, Hatay ve Kahramanmaraş illerindeki banka çalışanlarının müşterilerle olan ilişkilerinde kişiliklerinin etkisini araştıran bu çalışma kapsamında ilişki boyutları (empati ve duygu farkındalığı) üzerinde kişilik faktörlerinin (dışadönüklük, uyumluluk ve duygusal denge) etki düzeyleri araştırılacaktır.

Şekil 1. Araştırma Modeli



5.3. Araştırmanın Evren ve Örneklemi

Araştırmanın evrenini Gaziantep, İstanbul, Ankara, İzmir, Malatya, Diyarbakır, Mersin, Hatay ve Kahramanmaraş illerindeki özel bankalarda ve kamu bankalarında çalışanlar oluşturmaktadır. Anketler bu illerdeki toplam 224 banka çalışanına gönderilmiş, ancak 92'si erkek, 111'i kadın olmak üzere 203 banka çalışanı olarak %90 oranında geri dönüş alınmıştır. Verilerin yanıtlarında bir hataya rastlanmamış ve araştırma 203 banka çalışanından oluşan örneklem grubuyla gerçekleştirilmiştir.

5.4. Araştırmanın Yöntemi

Araştırma banka çalışanlarının kişilik özelliklerinin müşteri ilişkilerine etkisini ölçmek ve araştırmak için tanımlayıcı bir çalışma yapılmıştır. Anket sonuçları nicel verilere dayanmaktadır. Araştırmanın örnekleme yöntemi olarak kolayda örnekleme yöntemi tercih edilmiştir. Araştırmada iki adet ölçek kullanılmıştır. Bunlardan ilki Erden İmamoğlu (2009) tarafından geliştirilen Kişilerarası İlişki Boyutları Ölçeği (KİBÖ), ikincisi McCrea ve Costa (1999) tarafından geliştirilen Beş Faktör Kişilik

Envanteri (BFKE)'dir. Kişilerarası İlişki Boyutları Ölçeği (KİBÖ) ile banka çalışanlarının empati kurma yetenekleri ve duygu farkındalıkları ölçülmüştür. Gelişen herhangi bir durumda banka personelinin kendisini müşterinin yerine koyması, onun gibi düşünmesi ve müşteriye karşı veya yine gelişen herhangi bir durum karşısındaki duygularının neler olduğu, nasıl değiştiği ölçülmüştür. Beş Faktör Kişilik Envanteri (BFKE) ile de banka çalışanlarının dışadönüklüğü, diğer insanlarla olan uyumlulukları ve duygusal dengeleri ölçülmüştür. Banka personelinin sosyalliği, ikna ediciliği, cana yakınlığı, güvenilirliği, sıcakkanlılığı, sempatikliği, gergin olup olmadığı, çekingen olup olmadığı, sınırlı olup olmadığı gibi faktörler değerlendirilerek ölçülmüştür.

Tablo 2. Duygu Farkındalığı KMO Değeri ve Bartlett's Testi

Toplam Varyans: 51,533			
Faktör 1. Duyguları Kontrol Edebilme (Açıklanan Varyans: 32,785)	Ortalama	Standart Sapma	Faktör Yükleri
Müşterilerle yaşadığım olumsuz bir durumda kendimi kolayca kaybedip, öfkelenebilirim	4,108	0,953	0,711
Benimle ters düşen müşterilerden öç almak isterim	4,685	0,776	0,573
Müşterilere öfkelendiğimde ağzıma geleni söylerim	4,803	0,536	0,617
Eleştirildiğim zaman otomatikman savunmaya geçerim	3,842	1,069	0,531
Bir müşteriyle geçmişte olumsuz bir olay yaşadıysam, o müşteri benim gözümde hep haksızdır	4,409	0,930	0,673
Kızgın olduğum müşteriye kolaylıkla affedemem	4,261	0,962	0,630
Duygularımı kontrol altında tutmak benim için oldukça zordur	4,261	1,007	0,703
Müşterileri olduğu gibi kabul etmekte güçlük yaşarım	4,369	0,932	0,711
Problemleri durumlarda müşterileri suçlama eğilimindeyim	4,522	0,816	0,571
Faktör 2. Objektif Olabilme (Açıklanan Varyans: 10,662)	Ortalama	Standart Sapma	Faktör Yükleri
Müşterilere duygularımı belli etmekte zorlanmam	2,567	1,197	0,789
Müşteriyle yaşadığım tartışma durumunda konuyu kişiselleştirmem	1,961	1,250	0,736
Faktör 3. Kendine Hakim Olabilme (Açıklanan Varyans: 8,086)	Ortalama	Standart Sapma	Faktör Yükleri
Müşterilerle sorun yaşadığımda sakin kafa ile düşünmeye, öfkelenmemeye çalışırım	2,030	1,038	0,381
Öfkemi kolaylıkla kontrol edebilirim	2,217	1,139	0,435
Başkasının haklı da olsa beni eleştirmesine dayanmam	4,138	1,005	0,462

6. ARAŞTIRMANIN BULGULARI

Toplanan verilere ilişkin istatistiksel veriler yer almaktadır. İlk olarak tamamlayıcı istatistikler, ikinci olarak da araştırmanın değişkenlerini test etmeye yönelik istatistiksel analizler yapılmıştır. Veriler analiz edilirken SPSS (Statistical Package for Social Sciences – Sosyal Bilimler İçin İstatistik Paketi) / Windows 22.0 Sürümü kullanılmıştır.

6.1. Faktör Analizi

Birbirleriyle ilişkili değişkenlerin bir araya getirilerek az sayıda kolay anlaşılabilir ve kavramsal olarak anlamlı, birbirinden bağımsız yeni değişkenler bulmayı amaçlayan çok değişkenli bir istatistik yöntemidir (Cengiz ve Kılınç, 2007:352).

6.1.1. Duygu Farkındalığına İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

Kişilerarası İlişki Boyutları Ölçeği (KİBÖ)’nde kullanılan ilk ölçek duygu farkındalığıdır. Duygu farkındalığının KMO değeri 0,839 ve Bartlett’s Testi değeri 783,179 ve anlamlılık değeri 0,000 ($p=0,00<0,05$) olduğundan dolayı anlamlı sonuç vermesi faktör analizinin geçerli olduğunu göstermektedir. Bu ölçekle ilgili faktör analizi sonucunda 14 değişken 3 faktör ile özetlenmiş ve bu 3 faktörün açıkladığı toplam varyans %51,533’dür. Bu faktörler Tablo 2’de verilmektedir.

Faktör analizi sonucunda duyguları kontrol etme boyutuna ilişkin en önemli değişkenlerin “Müşterilerle yaşadığım olumsuz bir durumda kendimi kolayca kaybedip, öfkelenebilirim” ve “Müşterileri olduğu gibi kabul etmekte güçlük yaşarım” olduğu görülmektedir. Duygularını kontrol edebilen çalışanların, müşterilerle yaşadıkları olumsuz bir durumda kendilerini kaybedip, öfkelenmedikleri ve müşterileri olduğu gibi kabul etmekte güçlük yaşamadığı ve objektif olabilen çalışanların müşterilere duygularını belli etmekte zorlanmadıkları, bunun yanında kendine hakim olan çalışanlarda ise başkasının haklı da olsa kendisini eleştirebileceği şeklinde yorumlanabilir.

Tablo 3. Empati KMO Değeri ve Bartlett’s Testi

Toplam Varyans: 66,030			
Faktör 1. İnsanlarla Yakınlık Kurabilme, Etkileyebilme (Açıklanan Varyans: 45,422)	Ortalama	Standart Sapma	Faktör Yükleri
Müşterileri önemseydiğimi kendisine ifade ederim	1,792	0,906	0,718
Müşterilerle konuşmalarım yapıcı olur	1,589	0,672	0,810
Müşterilerle yakınlık kurmakta zorluk çekmem	1,703	0,804	0,804
Müşterilerle ilgili olumlu duygularımı kendisiyle paylaşabilirim	2,000	0,987	0,761
Müşterilerle yakın ilişki kurduğumda kendimi iyi hissederim	2,030	0,935	0,672
Müşterilerin ihtiyaçlarını göz önüne alırım	1,653	0,745	0,622
Bir iş yaparken müşterilerin duygularını hesaba katarım	2,322	1,201	0,586
Faktör 2. İnsanlarla Karşılıklı Yaklaşım (Açıklanan Varyans: 11,863)	Ortalama	Standart Sapma	Faktör Yükleri
Müşterilerin bana dostça yaklaşması yakın ilişki kurmamı kolaylaştırır	2,327	1,168	0,681
Faktör 3. İnsanlara Bakış Açısı (Açıklanan Varyans: 8,744)	Ortalama	Standart Sapma	Faktör Yükleri

Müşterilerin bakış açısını anlamakta zorluk çekmem	1,807	0,885	0,615
----------------------------------------------------	-------	-------	-------

6.1.2. Empatiye İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

Kişilerarası İlişki Boyutları Ölçeği (KİBÖ)’nde kullanılan ikinci ölçek empatidir. Empatinin KMO değeri 0,857 ve Bartlett’s Testi değeri 625,900 ve anlamlılık değeri 0,000 ($p=0,00<0,05$) olduğundan dolayı anlamlı sonuç vermesi faktör analizinin geçerli olduğunu göstermektedir. Bu ölçekle ilgili faktör analizi sonucunda 9 değişken 3 faktör ile özetlenmiş ve bu 3 faktörün açıkladığı toplam varyans %66,030’dur. Bu faktörler Tablo 3’de verilmektedir.

Faktör analizi sonucunda empati boyutuna ilişkin en önemli değişkenlerin “Müşterilerle konuşmalarım yapıcı olur” ve “Müşterilerle yakınlık kurmakta zorluk çekmem” olduğu görülmektedir. İnsanlarla yakınlık kurabilen, onları etkileyebilen çalışanların müşterilerle yaptıkları konuşmalarda daha yapıcı oldukları, bunun dışında diğer faktörlere göre müşterilerin çalışanlara dostça yaklaştığında ilişki kurmanın kolaylaştığı ve müşterilerin bakış açısını anladıkları şeklinde yorumlanabilir.

6.1.3. Dışadönüklüğe İlişkin Faktör Analizi İlişkin Sonuçları

Beş Faktör Kişilik Envanteri (BFKE)’nde kullanılan ilk ölçek dışadönüklüktür. Dışadönüklüğün KMO değeri 0,823 ve Bartlett’s Testi değeri 521,764 ve anlamlılık değeri 0,000 ($p=0,00<0,05$) olduğundan dolayı anlamlı sonuç vermesi faktör analizinin geçerli olduğunu göstermektedir. Bu ölçekle ilgili faktör analizi sonucunda 8 değişken 2 faktör ile özetlenmiş ve bu 2 faktörün açıkladığı toplam varyans %70,735’dir. Bu faktörler Tablo 4’de verilmektedir.

Tablo 4. Dışadönüklük KMO Değeri ve Bartlett’s Testi

Toplam Varyans: 70,735			
Faktör 1. Girişken Olabilme (Açıklanan Varyans: 27,820)	Ortalama	Standart Sapma	Faktör Yükleri
Konuşkan olma özelliği	4,089	,939	,796
Enerjik olma özelliği	4,167	,856	,733
İddialı kişiliğe sahip olma özelliği	3,803	1,043	,608
Cana yakın ve girişken olma özelliği	4,222	,946	,690
Faktör 2. Çekingen Olma (Açıklanan Varyans: 51,196)	Ortalama	Standart Sapma	Faktör Yükleri
İçine kapanık biri olma özelliği	1,862	1,186	,272
Bir şeyler üretmeye hevesli olma özelliği	4,345	,783	,666
Sessiz olma eğilimi özelliği	2,335	1,204	,459
Utangaç ve çekingen olma özelliği	2,734	1,285	,639

Faktör analizi sonucunda dışadönüklük faktörüne ilişkin en önemli değişkenlerin “Konuşkan olma özelliği” ve Enerjik olma özelliği” olduğu görülmektedir. Girişken olan çalışanların daha fazla

konuşkan ve enerjilerinin daha yüksek olduğu, çekingen olan çalışanların ise bir şeyler üretmeye hevesli oldukları ve utangaç oldukları şeklinde yorumlanabilir.

6.1.4. Uyumluluğa İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

Beş Faktör Kişilik Envanteri (BFKE)'nde kullanılan ikinci ölçek uyumluluktur. Uyumluluğun KMO değeri 0,792 ve Bartlett's Testi değeri 375,606 ve anlamlılık değeri 0,000 ($p=0,00<0,05$) olduğundan dolayı anlamlı sonuç vermesi faktör analizinin geçerli olduğunu göstermektedir. Bu ölçekle ilgili faktör analizi sonucunda 8 değişken 2 faktör ile özetlenmiş ve bu 2 faktörün açıkladığı toplam varyans %59,055'dir. Bu faktörler Tablo 5'te verilmektedir.

Tablo 5. Uyumluluk KMO Değeri ve Bartlett's Testi

Toplam Varyans: 59,055			
Faktör 1. Pozitif Olabilme (Açıklanan Varyans: 35,258)	Ortalama	Standart Sapma	Faktör Yükleri
Başkalarına karşı yardımsever ve özveriliyimdir	4,399	,760	,699
Bağışlayıcı bir yapıya sahibimdir	4,074	,938	,631
Genelde insanlara güvenirim	3,586	1,154	,555
Herkese nazik ve düşünceli davranırım	4,158	,786	,769
Başkalarıyla işbirliği yapmayı severim	4,064	,896	,542
Faktör 2. İnsanlarla Uyumsuz Olma (Açıklanan Varyans: 23,797)	Ortalama	Standart Sapma	Faktör Yükleri
Kavgaları genelde ben başlatırım	1,665	,936	,301
Soğuk ve mesafeliyimdir	1,995	,997	,112
Bazen başkalarına kaba davranırım	2,123	,984	,629

Faktör analizi sonucunda uyumluluk faktörüne ilişkin en önemli değişkenlerin “Herkese nazik ve düşünceli davranırım” ve “Başkalarına karşı yardımsever ve özveriliyimdir” olduğu görülmektedir. Pozitif olan çalışanların herkese nazik ve düşünceli davrandığı, aynı zamanda yardımsever ve özverili bir kişiliğe sahip olduğu bunun yanında insanlarla uyumsuzluk içinde olan çalışanların diğer insanlara kaba davrandıkları şeklinde yorumlanabilir.

6.1.5. Duygusal Dengeye İlişkin Faktör Analizi Sonuçları

Beş Faktör Kişilik Envanteri (BFKE)'nde kullanılan üçüncü ölçek duygusal dengedir. Duygusal dengenin KMO değeri 0,751 ve Bartlett's Testi değeri 345,561 ve anlamlılık değeri 0,000 ($p=0,00<0,05$) olduğundan dolayı anlamlı sonuç vermesi faktör analizinin geçerli olduğunu göstermektedir. Bu ölçekle ilgili faktör analizi sonucunda 8 değişken 2 faktör ile özetlenmiş ve bu 2 faktörün açıkladığı toplam varyans %63,002'dir. Bu faktörler Tablo 6'da verilmektedir.

Tablo 6. Duygusal Denge KMO Değeri ve Bartlett's Testi

Toplam Varyans: 63,002			
Faktör 1. Olumsuz Duygular İçinde Olma (Açıklanan Varyans: 38,576)	Ortalama	Standart Sapma	Faktör Yükleri
Depresif olma özelliği	1,906	1,003	,640
Gergin olma özelliği	2,276	1,001	,838
Endişeli bir yapıya sahip olma özelliği	2,502	1,208	,543
Karamsar olma özelliği	2,158	1,069	,677
Kolayca sinirlenme özelliği	2,300	1,191	,625
Faktör 2. Sakinlik (Açıklanan Varyans: 24,426)	Ortalama	Standart Sapma	Faktör Yükleri
Rahat olma özelliği	3,443	1,254	,335
Gergin durumlarda sakin kalma özelliği	3,527	1,122	,620

Faktör analizi sonucunda duygusal denge faktörüne ilişkin en önemli değişkenlerin “Gergin olma özelliği” ve “Karamsar olma özelliği” olduğu görülmektedir. Çalışanların gergin ve karamsar olduğu, ayrıca gerilmiş oldukları gibi herhangi bir gerginlik durumunda sakin kalabildikleri şeklinde yorumlanabilir.

6.2. Kişilik Özelliklerinin İlişki Boyutlarına Bağlı Olarak Test Edilmesi

Küçük örnekleme ait verilerin değerlendirilmesinde Anova tercih edilmektedir (Kalaycı, 2005: 85). Bundan dolayı kişilik özellikleri (dışadönüklük, uyumluluk, duygusal denge), demografik faktörler (cinsiyet, yaş, medeni hal, gelir, toplam bankacılık süresi) ve ilişki boyutları (empati, duygu farkındalığı) Anova ile test edilmiştir.

Korelasyon analizi, iki farklı değişken arasındaki ilişkinin yönü ve şiddeti hakkında bilgi vermek için yapılır. Ancak korelasyon analizi değişkenler arasındaki neden-sonuç ilişkisini göstermez (Eymen, 2007:99).

6.2.1. Dışadönüklüğün İlişki Boyutlarına Bağlı Olarak Test Edilmesi

Tablo 7. Dışadönüklük ve Empatinin ANOVA Analizi (Varyans Analizi)

	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Karelerin Ortalaması	Frekans	Anlamlılık
Gruplar arasında	29,611	1	29,611	0,994	0,320
Gruplar içinde	5959,365	202	29,797		
Toplam	5988,975	203			

Dışadönüklüğün empatiyi farklılaştırıp farklılaştrmadığını tespit etmek amacıyla yapılan Anova testinde $0,011 \leq 0,05$ olması nedeniyle, Anova testinde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H₁: Dışadönüklük empatiyi farklılaştrmaktadır.

H₀: Dışadönüklük empatiyi farklılaştrmamaktadır.

(H_1 kabul, H_0 red)

Tablo 8. Dışadönüklük ve Duygu Farkındalığının ANOVA Analizi (Varyans Analizi)

	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Karelerin Ortalaması	Frekans	Anlamlılık
Gruplar arasında	92,369	1	92,369	3,274	0,072
Gruplar içinde	5670,597	202	28,212		
Toplam	5762,966	203			

Dışadönüklüğün duygu farkındalığını farklılaştırıp farklılaştrmadığını tespit etmek maksadıyla yapılan Anova testinde $0,320 \geq 0,05$ olması nedeniyle, Anova testinde anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

H_1 : Dışadönüklük duygu farkındalığını farklılaştrmaktadır.

H_0 : Dışadönüklük duygu farkındalığını farklılaştrmamaktadır.

(H_0 kabul, H_1 red)

6.2.2. Uyumluluğun İlişki Boyutlarına Bağlı Olarak Test Edilmesi

Tablo 9. Uyumluluk ve Empatinin ANOVA Analizi (Varyans Analizi)

	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Karelerin Ortalaması	Frekans	Anlamlılık
Gruplar arasında	43,964	1	43,964	1,479	0,225
Gruplar içinde	5945,012	202	29,725		
Toplam	5988,975	203			

Uyumluluğun empatiyi farklılaştırıp farklılaştrmadığını tespit etmek maksadıyla yapılan Anova testinde $0,225 \geq 0,05$ olması nedeniyle, Anova testinde anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

H_1 : Uyumluluk empatiyi farklılaştrmaktadır.

H_0 : Uyumluluk empatiyi farklılaştrmamaktadır.

(H_0 kabul, H_1 red)

Tablo 10. Uyumluluk ve Duygu Farkındalığının ANOVA Analizi (Varyans Analizi)

	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Karelerin Ortalaması	Frekans	Anlamlılık
Gruplar arasında	18,356	1	18,356	0,642	0,424
Gruplar içinde	5744,610	202	28,580		
Toplam	5762,966	203			

Uyumluluğun duygu farkındalığını farklılaştırıp farklılaştrmadığını tespit etmek maksadıyla yapılan Anova testinde $0,225 \geq 0,05$ olması nedeniyle, Anova testinde anlamlı bir ilişki bulunmamıştır.

H_1 : Uyumluluk duygu farkındalığını farklılaştrmaktadır.

H_0 : Uyumluluk duygu farkındalığını farklılaştrmamaktadır.

(H_0 kabul, H_1 red)

6.2.3. Duygusal Dengenin İlişki Boyutlarına Bağlı Olarak Test Edilmesi

Tablo 11. Duygusal Denge ve Empatinin ANOVA Analizi (Varyans Analizi)

	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Karelerin Ortalaması	Frekans	Anlamlılık
Gruplar arasında	226,758	1	226,758	7,871	0,006
Gruplar içinde	5762,217	202	28,811		
Toplam	5988,975	203			

Duygusal dengenin empatiyi farklılaştırıp farklılaştrmadığını tespit etmek maksadıyla yapılan Anova testinde $0,006 \leq 0,05$ olması nedeniyle, Anova testinde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H_1 : Duygusal denge empatiyi farklılaştrmaktadır.

H_0 : Duygusal denge empatiyi farklılaştrmamaktadır.

(H_1 kabul, H_0 red)

Tablo 12. Duygusal Denge ve Empatinin Korelasyon Analizi

		Duygusal Denge	Empati
Duygusal Denge	İlişki Korelasyonu	1	0,159
	Anlamlılık (2 Yönlü)		0,006
	Faktöriyel	203	203
Empati	İlişki Korelasyonu	0,159	1
	Anlamlılık (2 Yönlü)	0,006	
	Faktöriyel	203	203

Duygusal denge ve empati arasında pozitif yönlü bir ilişki olup, aralarındaki ilişkinin şiddeti çok zayıf düzeyde olduğu görülmektedir.

Tablo 13. Duygusal Denge ve Duygu Farkındalığının ANOVA Analizi (Varyans Analizi)

	Kareler Toplamı	Serbestlik Derecesi	Karelerin Ortalaması	Frekans	Anlamlılık
Gruplar arasında	254,313	1	254,313	9,279	0,003
Gruplar içinde	5508,652	202	27,406		

Toplam	5762,966	203			
--------	----------	-----	--	--	--

Duygusal dengenin duyg farkındalığını farklılaştırıp farklılaştrmadığını tespit etmek maksadıyla yapılan Anova testinde $0,003 \leq 0,05$ olması nedeniyle, Anova testinde anlamlı bir ilişki bulunmaktadır.

H_1 : Duygusal denge duyg farkındalığını farklılaştrmaktadır.

H_0 : Duygusal denge duyg farkındalığını farklılaştrmamaktadır.

(H_1 kabul, H_0 red)

Tablo 14. Duygusal Denge ve Duygu Farkındalığının Korelasyon Analizi

		Duygusal Denge	Duygu Farkındalığı
Duygusal Denge	İlişki Korelasyonu	1	0,210
	Anlamlılık (2 Yönlü)		0,003
	Faktöriyel	203	203
Duygu Farkındalığı	İlişki Korelasyonu	0,210	1
	Anlamlılık (2 Yönlü)	0,003	
	Faktöriyel	203	203

Duygusal denge ve duyg farkındalığı arasında pozitif yönlü bir ilişki olup, aralarındaki ilişkinin şiddeti çok zayıf düzeyde olduğu görülmektedir.

Duygusal dengenin, ilişki boyutlarıyla analiz edildiğinde, ilişki boyutlarından empatiyle ve duyg farkındalığıyla arasında anlamlı bir ilişkinin olduğu görülmektedir. Duygusal denge kişilik faktöründeki özelliklere sahip kişilerin bu özellikleri değiştiğinde empati yeteneğinde ve ilişki kurma sürecinde duygularıyla hareket etmesinde de değişiklik olabilir. Bu değişikliğin nedeni duygusal denge faktörü özelliklerine sahip kişilerdeki kırılma özelliğinden dolayı ilişki kurma süreçlerini duygularına göre belirlemeleri etkilenebilir. Yapılan korelasyon analizi sonuçlarına göre duygusal denge faktörü özelliklerindeki artış empati ve duyg farkındalığında da artışa neden olabilir. Fakat bu her iki boyutla arasındaki artışın şiddeti çok zayıf düzeyde olabilir.

Tablo 15. Duygusal Denge İçin Regresyon Analizi

Model	R ²	R ² Değişim	Sabit Değer	Katsayı
1a	0,519	0,482	1,961	0,287
2b	0,467	0,453	1,781	0,303

a. Empati

b. Duygu Farkındalığı

Model 1a'da empatinin 0,519'unun, model 2b'de duyg farkındalığının 0,467'sinin duygusal dengeye bağlı olduğu görülmektedir. Yani bu durumda duygusal denge faktörü, empatiye ait varyansı %52 oranında, duyg farkındalığına ait varyansı %47 oranında açıkladığı görülmektedir. Değerleri formüle ettiğimizde;

$$y = bx + a;$$

$$\text{Model 1a; Duygusal Denge} = 0,287x + 1,961$$

$$\text{Model 2b; Duygusal Denge} = 0,303x + 1,781$$

SONUÇ

Küreselleşme ve beraberinde getirdiği değişimler işletmelerde farklılıklara neden olmaktadır. Bundan dolayı “müşteri” kavramı işletmelerin merkezine yerleşmekte ve alınan her türlü kararın odak noktasını oluşturmaktadır. Pazar payından çok müşteri payının önemli hale gelmesi, müşteri memnuniyeti ve sadakatinin önem kazanması, mevcut müşterinin değerinin anlaşılması ve elde tutma çabaları, bireysel pazarlamayla kişiye özel ihtiyaçlara göre davranılması, yoğun rekabet ortamı ve teknolojiye yaşanan gelişmeler gibi nedenlerden dolayı müşterilerle sağlam ilişkilerin kurulması ve bu ilişkilerin doğru yönetilmesi önem kazanmıştır. Bunun sonucunda da işletmeler müşterileriyle arasında gelişen ilişkilere oldukça önem vermekte ve bu ilişkileri geliştirmek ve uzun vadeli yapmak için çaba harcamaktadır. Müşterilerle geliştirilen ilişkiler kolay olmamakla beraber, zaman ve özveri istemektedir.

Günümüzde bankacılık sektöründeki rekabet oldukça güçlüdür. Gerek mevcut bankalar gerekse yeni açılan yerli veya yabancı sermayeli bankaların sektöre dahil olmalarıyla bu bankalar pazar paylarını korumak ve/veya artırmak, varlıklarını devam ettirmek için farklı arayışlara girmişlerdir. Yapılan bu farklı arayışların belki de en etkili olanı müşterilerle kurulan sağlam ve uzun vadeli ilişkiler olabilmektedir. Müşterilere sunulan fiyat avantajı, banka bilinirliği, yapılan çeşitli kampanyalar ikinci planda kalabilmekte, kurulan ilişkiler ve bu ilişkilerin önemi ön plana çıkabilmektedir. Bankacılık sektöründeki ve finansal yapıdaki değişimler bankaları oldukça fazla etkilemiştir. Günümüz bankacılığında, diğerlerine göre daha iyi olabilmek ilk hedef haline gelmiştir. Bunun gibi durumlardan ve koşullardan dolayı bankalar ve banka çalışanları ikili ilişkilere daha çok önem vermişlerdir. Bunları yapmayan/yapamayan banka ve/veya banka çalışanları müşterilerini kaybetmiş, karlılığı düşmüş hatta zaman zaman banka müşteri kayıplarından dolayı zarara uğramıştır. Banka müşterileri ikili ve uzun vadeli ilişki kurabildiği banka personeline nerdeyse tüm kredilerini, nakit varlıklarını kısacası sahip olduğu tüm bankacılık ürünlerini emanet etmeye başlamışlardır. Artık müşteri, uzun vadeli ilişkiler geliştirdiği banka personelinin bankasını veya aynı banka içinde şubesini değiştirmesi durumunda, bankacıyla birlikte o şubeye/bankaya tüm bankacılık ürünlerini taşımaya başlamıştır. Bunlar her zaman banka personelinin müşteriyle kurduğu temelleri sağlam ilişkilerle, ilişki düzeyinin ve sürecinin yönetiminde olan başarıyla ilgili olmaktadır.

Bu ilişkilerin gelişmesinde elbette her iki tarafın da yani banka çalışanının da müşterinin de kişilik yapıları önemlidir. Bu kişilik yapılarında ilişkinin gelişmesi için karşılıklı frekansların tutması ön plandadır. Aynı işi yapan banka çalışanlarından biriyle ilişki geliştiremeyen banka müşterisi diğer çalışanla oldukça iyi ilişkiler geliştirebilir. Bu çok büyük oranda banka çalışanına bağlı olabilmektedir. Çünkü müşterinin gözünde banka çalışanlarının hepsi aynıdır ve aynı amaç peşinde koşmaktadırlar.

Yapılan çalışmada banka personelinin müşterilerle kurduğu ilişkide kişilik özelliklerinden hangisinin veya hangilerinin birbirleri üzerinde etkili olduğu araştırılmıştır. Elde edilen bulgular sonucunda, kişilik faktörlerinden dışadönüklük ve uyumluluk, ilişki boyutlarından empatiyi ve duygularını etkilemezken, duygusal dengenin her iki boyutu da etkilediği tespit edilmiştir. Bunun sonucunda içinde buldukları durumu abartmaya meyilli, hırslı, heyecanlı, arkadaş canlısı ve baskın tip olan banka personellerinin kendisini başka insanların yerine koyup koymamada bu özelliklerinin etkili olmadığı ve ilişkilerinde kendi duygularını temel almadıkları, ilişki sürecini duygularının belirlemediği sonucuna varılabilir. Aynı zamanda iş birliği içinde, nazik, sevecen olan ve rekabet etmekten kaçınan banka personellerinin de kendisini başka insanların yerine koyup koymamada bu özellikleri etkili olmamakla birlikte ilişkilerinin temelini duygularını yerleştirmedikleri ortaya çıkmaktadır. Duygusal denge faktörünün kişilik özelliklerini taşıyan banka personelinin müşterilerle empati kurabildiği ve müşterilerle ilişkilerini geliştirirken kendi duygularını ön plana çıkardığı tespit edilmiştir. Bunun sonucunda anlaşılmaktadır ki, kaygılı, depresif, sinirli duygusal ve güvensiz olan banka personelleri diğer insanlarla ilişki kurarken onlarla empati kurabildiği ayrıca ilişkilerini yönetirken duygularını ön planda tuttukları ve süreci buna göre yönettikleri ortaya çıkabilmektedir.

KAYNAKÇA

- Alver, B. (1998). "Bireylerin Uyum Düzeyleri İle Empatik Becerileri Arasındaki İlişkiler". Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Atatürk Üniversitesi, Erzurum.
- Antonioni, D. (1998). "Relationship Between The Big Five Personality Factors And Conflict Management Styles". *International Journal of Conflict Management*, 9 (4): 336-355.
- Barrick, M. R. and Mount, M. K. (1991). "The Big Five Personality Dimensions And Job Performance : A Meta-Anallysis". *Personnel Psychology*, 44: 1-26.
- Basım, H. N., Çetin, F. ve Tabak, A. (2009). "Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin Kişilerarası Çatışma Çözme Yaklaşımlarıyla İlişkisi". *Türk Psikoloji Dergisi*, 24(63): 20-34.
- Başak, S. (2010). "Genelleşmiş Güven Ve Toplumsal Cinsiyet". *Edebiyat Fakültesi Dergisi*, 27(1): 53-71.
- Berger D. (1984). "On The Way To Empathic Understanding". *American Journal of Psychotherapy*, 28 (1): 111-119.
- Bircan, S. ve Bacanlı, F. (2005). "Ergenlerin Duygusal Zekalarının Çatışma Eğilimlerine Ve Suç Davranışlarına Etkisi". *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 22: 61-82.
- Bishop, W. (1997). "Questions As Interventions; Big Five Personality Factors And Perceptions Of Socratic, Solution Focused And Diagnostic Styles". *Doctorate Dissertation St. Jhon's University, New York*.
- Caligiuri, P. M. (2000). "The Big Five Personality Characteristics As Predictors Of Expatriate's Desire To Terminate The Assignment And Supervisor-Rated Performance". *Personnel Psychology*, 53: 67-68
- Can, Y. (2007). "A Tipi Ve B Tipi Kişilikler Bakımından Mobbing Kişilik İlişkisinin İncelenmesi Ve Bir Uygulama". *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Kocaeli Üniversitesi, Kocaeli*.
- Church , M. K. (1993). "Investigation And Measurement Of Personality Structure In A Non-Western Culture: Relating Indigenous Philipinne Dimensions To The Big Five Model". *Doctorate Dissertation, Washington State University*.
- Çelebi, N. ve Uğurlu, B. (2014). "Resmi Liselerde Çalışan Öğretmenlerin Kişilik Özelliklerinin Demografik Değişkenlere Göre İncelenmesi". *Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 7(18): 537-569.
- Demircan, N. ve Ceylan, A. (2003). "Örgütsel Güven Kavramı: Nedenleri ve Sonuçları". *Yönetim ve Ekonomi*, 10(2): 139-150.
- Demirkan, S. (2006). "Özel Sektördeki Yöneticilerin Ve Çalışanların Bağlanma Stilleri, Kontrol odağı, İş Doyumu Ve Beş Faktör Kişilik Özelliklerinin Araştırılması". *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Ankara Üniversitesi, Ankara*.
- Deniz, A. ve Erciş, A. (2008). "Kişilik Özellikleri İle İlgili Algılanan Risk Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi Üzerine Bir Araştırma". *Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 22(2): 301-330.
- Develioğlu, K. ve Tekin, Ö. A. (2013). "Beş Faktör Kişilik Özellikleri Ve Yabancılaşma Arasındaki İlişki: Beş Yıldızlı Otel Çalışanları Üzerine Bir Uygulama". *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 18(2): 15-30.
- Doğan, T. (2013). "Beş Faktör Kişilik Özellikleri Ve Öznel İyi Oluş". *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 14(1): 56-64.
- Erden İmamoğlu, S. (2009). "Kişilerarası İlişki Boyutları Ölçeğinin (KİBÖ) Geliştirilmesi. *Marmara Üniversitesi, İstanbul*.

- Gençoğlu, C. (2012). “Duygu Odaklı Terapiye Dayalı Duygusal Farkındalık Eğitiminin Genç Yetişkinlerin İyimserlik Düzeylerine Etkisi”. Yayınlanmamış Doktora Tezi, Ondokuz Mayıs Üniversitesi, Samsun.
- Hasta, D. ve Güler, M. E. (2013). “Saldırganlık: Kişilerarası İlişki Tarzları Ve Empati Açısından Bir İnceleme”. Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, 4(1): 64-104.
- Hoxha, G. (2011). “Arnavutluk ve Türkiye’deki Üniversite Öğrencilerinin Kişilerarası İlişki İle Problem Çözme Becerilerinin Karşılaştırılması (Epoka ve Selçuk Üniversitesi Örneği)”. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.
- Koçak, R. (2002). “Aleksitimi: Kurumsal Çerçeve Tedavi Yaklaşımları Ve İlgili Araştırmalar”. Ankara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Fakültesi Dergisi, 35 (1-2): 183-212.
- Kuyumcu, B. (2012). “Türk Ve İngiliz Üniversite Öğrencilerinin Psikolojik İyi Oluş Duygusal Farkındalık Ve Duygularını İfade Etmelerinin Ülke Ve Cinsiyet Değişkenlerine Göre İncelenmesi”. Erzincan Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 14(2): 1-24.
- Lane, R. D., Sechrest, L., Riedel, R., Shapiro, D., Kaszniak, A. (2000). “Pervasive Emotion Recognition Deficir Common To Alexitymia And Repressive Coping Style”. Psychosomatic Medicine, 62: 492-501.
- McCrea, R.R. and Costa Jr., P. T. (1999). “The Five-Factor Theory Personality”. In O. P. Jhon, R. W. Robins L. A. Pervin (Eds.). Handbook of personality (pp. 159-185). New York: The Guilford Press.
- Merdan, E. (2013). “Beş Faktör Kişilik Kuramı İle İş Değerleri İlişkisinin İncelenmesi: Bankacılık Sektöründe Bir Araştırma”. Gümüşhane Üniversitesi Sosyal Bilimler Elektronik Dergisi, 7: 140-159.
- Moberg, P. J. (2001). “Linking Conflict Strategy To The Five Factor Model: Theoretical And Empirical Foundations”. International Journal of Conflict Management, 12 (1): 47-22.
- Nelson, K. W. (2011). “Motivation And Personality: An Examination of the Big Five Personality Trait Factors and Their Relationship with Sales Performance in a Non-Cash Incentive Program”, Doctorate Dissertation, Capella University, Minnesota.
- Özen Kutaniş, R. ve Elçi, M. (2006). “Psikoteknik Testlerin Birbirleri Ve Bireysel Özellikler İle Uyumu: Bir Geçerlilik Analizi”. Akademik İncelemeler Dergisi, 2(1): 1-18.
- Puher, M. A. (2009). “The Big Five Personality Traits As Predictors Of Adjustment To College”. Master Dissertation, Villanova University.
- Rogers, C. L. (2005). “An Investigation Of The Big Five And Narrow Personality Traits In Relation To Academic Performance”. Doctorate Dissertation, The University of Tennessee, Knoxville.
- Somer, O., Korkmaz, M. ve Tatar, A. (2002). “Beş Faktör Kişilik Envanterinin Geliştirilmesi-I: Ölçek ve Alt Ölçeklerin Oluşturulması”. Türk Psikoloji Dergisi, 17(49): 21-33.
- Tekin, Ö. A., Turan, S. N., Özmen, M., Turhan, A. A. ve Kökçü, A. (2012). “Beş Faktör Kişilik Özellikleri Ve Örgütsel Çatışma Yönetimi Arasındaki İlişkiler: Ankara’daki Beş Yıldızlı Otel İşletmeleri Üzerine Bir Uygulama”. Journal of Yaşar University, 27(7): 4611-4641.
- Türk Dil Kurumu (TDK), http://tdk.gov.tr/index.php?option=com_bilimsanat&view=bilimsanat&kategori=terim&kelimeget=empati&hngget=md (08/07/2018)
- Yanbastı, G. (1990). “Kişilik Kuramları”. İzmir: Ege Üniversitesi Basımevi.
- Yelboğa, A. (2006). “Kişilik Özellikleri Ve İş Performansı Arasındaki İlişkilerin İncelenmesi”. İş,Güç Endüstri İlişkileri ve İnsan Kaynakları Dergisi, 8 (2): 1303-2860.
- Yüksel, Ç. (2008). “Üniversite Öğrencilerinin Kişilerarası İlişkilerinde Yaşadıkları Problemleri Çözme Becerilerinin Belirlenmesi”. Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi, Selçuk Üniversitesi, Konya.

- Zhang, L. (2003). "Does The Big Five Predict Learning Approaches?". *Personality and Individual Differences*, 34: 1431-1446.
- Zhou, Y., Wang, K., Chen, S., Zhang, J. and Zhou, M. (2017). "The Actor, Partner, Similarity Effects Of Personality And Interactions With Gender And Relationship Duration Among Chinese Emerging Adults". *Psychology Journal*, 1-13.