

KONAKLAMA SEKTÖRÜNDE DIZGINLEYİCİ KÜLTÜRÜN DUYGUSAL EMEK VE KÜLTÜREL DUYARLILIK İLİŐKİŐİ ÜZERİNDEKİ ETKİŐİ

THE INFLUENCE OF RESTRAINT ON EMOTIONAL LABOR AND INTERCULTURAL SENSITIVITY IN HOSPITALITY

*Müjde Aksoy**

*Nilüfer Altundal Biyan***

*Elif Koç****

Özet

Bu çalışmanın amacı Türkiye de konaklama sektöründe dizginleyici kültürde duygusal emek ve kültürel duyarlılığın önemi ve etkilerini incelemektir. Literatüre Minkov and Hofstede (2010) tarafından yakın zamanda hoşgörü-kısıtlama adı verilen yeni bir kültürel boyut eklenmiştir. Bu boyut özellikle turizm ve konaklama sektörüne daha uygundur. Bu bağlamda çalışmanın amacı kültürel bir boyut olarak hoşgörü – sınırlamanın turizm ve konaklama sektörü çalışanlarının duygusal emeği ve kültürlerarası duyarlılıkları üzerindeki etkisini araştırmaktır. Genel olarak, Türk kültürü hoşgörü kültüründen ziyade nispeten dizginleyici bir kültür olarak sınıflandırılabilir. Araştırma verileri, konaklama alanında, Edremit bölgesi, Burhaniye ilçesinde faaliyet gösteren 6 farklı otelden 117 otel çalışanından anket yöntemiyle toplanmıştır. Anketlerden elde edilen veriler, frekans, güvenilirlik, değişkenlerin dağılımının normalliği araştırılmıştır. İstatistiksel karşılaştırmalarda normal dağılım gösteren değişkenler için; Bağımsız örneklem T-testi ve tek yönlü varyans analizi, Pearson korelasyon testi, çoklu doğrusal regresyon analizleri hesaplanarak değerlendirilmiştir. Araştırma bulguları, duygusal emek ve kültürel duyarlılık ve boyutları arasında anlamlı ilişki olduğunu göstermiştir. Çalışmada duygusal emek stratejisi ile ilişkilendirilen kültürel duyarlılık hizmet sektörü açısından her ne kadar önemli olsa da bu alanda çalışma eksiği olduğu görülmektedir. Araştırma kapsamında, konaklama alanında çalışanları ve gelecekteki araştırmalar için bazı teorik ve pratik uygulamalar tartışılmıştır.

Anahtar Kelimeler: Kültür, Dizginleyici Kültür, Duygusal Emek, Kültürel Duyarlılık

Jel Kodu: M14,M30,M31.

Abstract

This study aims to explore the role and importance of emotional labour and intercultural sensitivity among Turkish hospitality employees. In general, Turkish culture can be classified as a relatively restraint culture, rather than an indulgence culture. Data have been gathered from 117 hospitality employees from 6 different hotels. The data obtained from the questionnaires, frequency, reliability, distribution of variables were investigated. For the statistical distributions; Independent samples T-test and one-way analysis of variance, Pearson correlation test, multiple linear regression analysis were evaluated. The findings of the study show that there is a statistically meaningful relationship between emotional intelligence and intercultural sensitivity and its dimensions. Based on the findings of the study a number of theoretical and practical implications have been offered.

Keywords: Culture, Restraint, Emotional Labor, Intercultural Sensitivity

JEL Classification Codes: M14, M30,M31.

* Öğretim Görevlisi, Bandırma Onyediy Eylül Üniv., Manyas Meslek Yüksekokulu, İş Güvelliği ve Sağlığı Programı, maksat@bandirma.edu.tr

** Doktora Öğrencisi, Uludağ Üniv., Sosyal Bilimler Enstitüsü, İşletme Bölümü, n_altundal@hotmail.com

*** Araştırma Görevlisi, Bandırma Onyediy Eylül Üniv., Denizcilik Fakültesi, Denizcilik İşletmeleri Yönetimi Bölümü, elifkoc@bandirma.edu.tr

1.GİRİŞ

Turizm ve konaklama sektörünün büyümesi, dünya ekonomisine oldukça önemli bir katkı sağlamaktadır. Örneğin, 2016'da turizm ve konaklama sektörünün dünya GSYİH'sine katkısı 2,3 trilyon ABD doları olmuş ve 109 milyon kişi için istihdam yaratmıştır. Turizm ve ağırlama sektörünün dünya GSYİH'ya ve istihdama katkısı doğrudan ve dolaylı olarak dikkate alındığında sırasıyla 7,6 trilyon ABD dolarına ve 292 milyon ABD dolarına yükselmiştir. Bu rakamlar dünya GSYİH'nin yaklaşık% 10,2'sini ve dünyadaki istihdamın yaklaşık% 10'unu temsil etmektedir . (WTTC, 2017).

Ayrıca, turizm ve konaklama sektörünün, önümüzdeki on yıl içinde dünya GSYİH'sine doğrudan katkısının, tüm dünya GSYİH'sinin yaklaşık % 23'ünü karşılayacak şekilde ortalama % 3,9 oranında artması beklenmektedir. 2027 itibariyle, turizm ve konaklama sektöründe çalışanların sayısı, dünyadaki çalışanların 9'da 1'ini temsil ederek, 380 milyonu aşması beklenmektedir. Buna ek olarak, uluslararası turistlerden kaynaklanan ihracat gelirlerinin de dünyadaki toplam ihracatın% 7.1'ini oluşturması beklenmektedir. (WTTC, 2017). Uluslararası turistlerin katılımıyla turizm ve konaklama faaliyetleri giderek uluslararası hale gelmeye başladığı için (Becket ve Brookes, 2012, s. 80 ; Mihalič ve Fennell, 2015, s. 9) kültür insanların sosyal iletişim ve etkileşimlerinin ağırlıkta olduğu turizm ve konaklama sektörü gibi alanlarda giderek daha önemli hale gelmiştir (Hofstede, 2011, s.8). Bu çerçevede, bu çalışma kültürel bir boyut olarak hoşgörü – sınırlamanın turizm ve konaklama sektörü çalışanlarının duygusal emeği ve kültürlerarası duyarlılıkları üzerindeki etkisini araştırmayı amaçlamaktadır.

2.KURAMSAL ÇERÇEVE

Kavramların doğru anlaşılması ve teorik altyapının bilinmesi açısından araştırmaya konu olan duygusal emek, kültür, kültürel duyarlılık değişkenleri hakkında öncelikle kuramsal çerçevenin çizilmesinin faydalı olacağı düşünülmektedir.

2.1.Hizmetlerde Kültürün Etkisi

Turizm ve konaklama sektörü yoğun iletişim ve etkileşim gerektirdiği için emek yoğun bir sektördür ve genellikle insan işi olarak adlandırılır (Koç, 2013, s. 3689). Turizm ve konaklama sektöründe hizmet karşılaşmalarında iletişim ve etkileşim, hizmet kalitesi ve müşteri memnuniyeti açısından çok önemlidir. Doyle'a (2008) göre, iletişim ve etkileşimin kalitesinin düşük olması müşterinin işletmeyi değiştirmesinde % 67 oranında etkili olurken, ürünlerin kalitesinden memnuniyetsizlik sadece % 14 oranında etkili olmaktadır.

Hizmet çalışanları ve müşteriler arasındaki iletişim ve etkileşim, çalışanın eğitilmesinden, kişiliklerine ve kültürlerine kadar çok çeşitli faktörlerden etkilenebilmektedir. İnsanların değerleri, tutumları, tercihleri ve davranışları üzerinde en etkili faktörlerden biri olarak (Mulvaney ve diğerleri, 2007, s. 118 ; Zeithaml ve diğerleri, 2013, s. 33) kültür, hem çalışan, hem de müşteri bakış açılarından, hizmet kalitesini ve müşteri memnuniyetini etkilemektedir. Yukarıda bahsedildiği gibi, turizm ve konaklama faaliyetleri giderek daha fazla uluslararası hale gelmektedir (Becket ve Brookes, 2012, s. 81; Mihalič ve Fennell, 2015, s. 10).

2.1.2.Turizm ve Konaklama Sektöründe Kültür Üzerine Yapılan Çalışmalar

Turizm ve konaklama alanında kültür ile ilgili yapılan çalışmaların ağırlıklı olarak Hofstede'nin kültürel değişkenleri olan, güç mesafesi, bireysellik-kolektivizm, riskten kaçınma, dişillik-erillik ve zaman oryantasyonluluk üzerine odaklandığı görülmektedir. Literatür incelemesi yapıldığında bu çalışmaların kültürü, müşterilerin hizmet kalitesi beklentileri (Li et al.,2011, s. 742 ; Pookulangara and Koesler 2011, s. 351), hizmet karşılaşmalarının gelişimi (Sizoo et al., 2005, s. 252; Sharma et al., 2009, s. 229, hizmet etkileşimlerinin doğası (Koc 2010, s. 90 ; Lin and Liang 2011, s. 362 ; Montoya and Briggs 2013, s. 361), müşteri ilişkileri (Gopalan and Narayan 2010, s. 106; Kokkranikal et al., 2011, s. 162) açısından ele aldığı tespit edilmiştir.

Literatüre Minkov and Hofstede (2010) tarafından yakın zamanda hoşgörü-kısıtlama adı verilen yeni bir kültürel boyut eklenmiştir. Bu boyut özellikle turizm ve konaklama sektörüne daha uygundur. Bu bağlamda çalışmanın amacı kültürel bir boyut olarak hoşgörü – sınırlamanın turizm ve konaklama sektörü çalışanlarının duygusal emeği ve kültürlerarası duyarlılıkları üzerindeki etkisini araştırmaktır.

2.1.3.Müsamahakarlık ve Dizginleyicilik

Bireylerin ya da örgütlerin kültürlerarası davranış farklılıklarını ölçmek için kullanılan, literatürde ilk kez kapsamlı şekilde bahsedilen çerçeve Hofstede' in geliştirdiği kültürel boyutlardır. Hofstede 1960-70' lerde IBM firmasının dünya genelinde farklı şubelerindeki çalışanları ile yaptığı geniş kapsamlı araştırmalarda kültürle ilgili

öncelikle dört boyut geliştirmiştir Bunlar; “güç mesafesi”, “bireyselliğe karşı kolektivizm”, “belirsizlikten kaçınma”, “maskülenliğe karşı feminenlik” tir (Hofstede, 1980, s. 47). Bu boyutlara ilerleyen yıllarda “uzun/kısa dönem odaklılık” eklenmiştir (Hofstede ve Bond, 1988, s. 12; Hofstede, 2001, s. 520). 2010 yılında ise Hofstede ve Minkov yaptıkları çalışmada “müsamahakarlığa karşı dizginleyicilik” i de kültürel bir boyut olarak eklemiş ve bu sayede kültürün altı boyutlu modeli oluşmuştur. Ayrıca Hofstede ve arkadaşları, bu modelin makro düzeyde, farklı milliyetten tüketiciler veya örgütler arası davranış farklılıklarını ölçmede kullanılması konusunda tavsiyede bulunmuşlardır (De Mooij ve Hofstede, 2002, s. 63 ; Huang ve Crotts, 2019, s. 238).

Yakın zamanda eklenmiş bir kültürel boyut olarak müsamahakarlık-dizginleyicilik, Hofstede'nin daha önceki beş boyut tarafından açıklanamayan bazı toplumsal farklılıkları ele almak için geliştirilmiştir. Bu boyut bir kültürdeki insanların dürtülerini ve arzularını kontrol etmeye çalışma dereceleri ile ilgilidir. Ulusal seviyedeki farklı kültürlerin önel mutluluk ve yaşam kontrolleri hakkında bilgi verir (Hofstede, ve Minkov, 2011, s. 8). Müsamahakarlık, bir toplumda hayattan zevk alma ve eğlenme ile ilgili temel insani dürtülerin nispeten daha özgür bir şekilde tatmin edilmesini sağlayan değerleri ifade eder. Yüksek müsamahakarlık seviyesi mutluluk eğilimini işaret ederken (Yaseen ve Omoush, 2012, s. 71 ; Yaşar, 2014, s. 26), daha düşük bir müsamahakarlık seviyesi karamsarlık ve kuşkuculuk eğilimini göstermektedir. Müsamahakarlık düzeyi yüksek olan toplumlar konuşma özgürlüğünü önemli gören, yaşamdan zevk alan, eğitilmiş ve hayata karşı olumlu duygulara sahip bireylerden oluşmaktadır. Başka bir deyişle, yüksek müsamahakarlığı olan toplumları iyimser olarak nitelenebilir (Mackintosh, 2013, s. 1448). Bu kültürden bireyler insani ihtiyaçlarını ve özellikle de hayattan zevk alma ve eğlenme odaklı tutkularını özgürce gerçekleştirirler. (Hofstede, 2014a, s.). Ayrıca bu toplumlarda tüketiciler alışveriş deneyimlerinden ve harcamalarından mutlu olduklarını ifade etmektedirler (Yaseen ve Omoush, 2012, s. 71 ; Korsakiene ve Gurina, 2012, s. 223; Yıldırım ve Barutçu, 2016, s. 1152). Öte yandan dizginleyicilik, ihtiyaçların tatmin edilmesini bastırarak ve katı sosyal normlar aracılığıyla düzenlenen bir toplumu temsil eder. Dizginleyici özellik sergileyen toplumlar çalışmaya daha fazla önem vermekte, kuralları ve daha katı yasal gereklilikleri ortaya koymaktadır. Toplumda bireyler karamsar olma eğilimindedir ve toplum ahlaki disiplini önemser (Hofstede, 2011, s. 8). Bugüne kadar pek çok yazar, Hofstede' in ilk beş kültür boyutu ile ilgili çalışma yapmıştır (Sondergaard, 1994, s. 451 ; Barkema ve Vermeulen, 1997, s. 849 ; Sivakumar ve Nakata, 2001, s. 560; Ng ve Burke, 2004, s. 611; Van der Vegt ve diğerleri, 2005, s. 75 ; Tsakumis et al., 2007, s. 139 ; López-Duarte ve Vidal-Suárez, 2013, s. 2257 ; Ng, 2013, s. 612 ; Samaha et al., 2014, s. 82. Matzler, 2016, s. 513). En son geliştirilen müsamahakarlık/dizginleyicilik boyutu ile ilgili daha kısıtlı sayıda çalışma mevcuttur (Beugelsdijk, Maseland ve Van Hoorn, 2015, s. 231). Dünya Değerler Araştırması (World Values Survey) 'nın verilerini kullanarak (100 farklı ülkeden, 340.000 bireyin 1981-2008 yılları arası verileri ile) Hofstede'nin boyutlarındaki ülke puanlarının zaman içinde nasıl farklılık gösterdiğini incelemiştir. Çalışmada ülkelerin önceki bulgulara nazaran önemli ölçüde daha bireyci, daha fazla müsamahakar, daha az dizginleyici, daha düşük güç mesafeli hale geldiği tespit edilmiştir. Stoermer, Bader ve Froese (2016, s. 297) çalışmalarında örgütlerde inovasyonların gerçekleştirilmesinde çeşitlilik ve dahiliyet yönetiminin olumlu etkisini ortaya koyacak; çeşitlilik ve dahiliyet yönetimi ile dahiliyet ortamı arasında Hofstede (2010)'in altı kültür boyutunun düzenleyici (moderator) etkisini inceleyebilecek bir model önerisinde bulunmuşlardır. Çalışmanın tartışma bölümünde düşük güç mesafesi, yüksek kolektivizm, düşük belirsizlikten kaçınma, düşük maskülenlik, yüksek uzun dönem odaklılık ve yüksek müsamahakarlık gibi kültürel değerlerin; çeşitlilik ve dahiliyet yönetimi uygulamalarını etkin bir şekilde uygulamak ve dahiliyet ortamı oluşturmak için elverişli bir bağlam sağlayacağı vurgulanmıştır.

Kedmenec ve Strašek (2017, s. 1467) ise kültürün alt boyutlarının farklı gelişme düzeylerinde yer alan ülkelerdeki sosyal girişimciliği nasıl etkilediğini incelemiştir. Ülkelerin güç mesafesi seviyesi ile sosyal girişimcilik faaliyetleri arasında negatif ilişki olduğu, düşük maskülenlik seviyesi olan ülkelerde genç sosyal girişimciliğin daha fazla olduğu, bireysellik ve belirsizlikten kaçınmanın sosyal girişimcilik faaliyetleri ile doğrudan ilişkili olmadığı tespit edilmiştir. Ayrıca faktör güdümlü ekonomilerde düşük maskülenliğin sosyal girişimciliği desteklediği, inovasyon güdümlü ekonomilerde ise kısa dönem odaklılık ve müsamahakarlığın sosyal girişimciliği destekleyen boyutlar olduğu vurgulanmıştır. Diğer bir çalışmada ise Huang ve Crotts (2019, s. 238), Hofstede'nin altı kültürel boyutu ile ziyaretçi memnuniyeti arasındaki ilişkileri Avustralya ve Hong Kong' ta ziyaretçi turistleri kapsayan iki geniş örneklem kullanarak incelemiştir. Bireysellik, güç mesafesi, uzun dönem odaklılık, müsamahakarlık ve bir dereceye kadar da belirsizlikten kaçınmanın; ziyaretçi memnuniyet ölçümleri ile ilişkili olduğu tespit edilmiştir. Bireysellik ve müsamahakarlık, ziyaretçi memnuniyeti ile pozitif yönlü korelasyon gösterirken; güç mesafesi ve uzun dönem odaklılık, ziyaretçi memnuniyeti ile negatif yönlü korelasyon göstermiştir.

3.Duygusal Emek

Öznesi insan olarak nitelendirilen hizmet sektöründe, müşteriye sunulan hizmetin kalitesi kadar, hizmet çalışanları ile olan iletişim ve etkileşim kalitesinde her geçen gün biraz daha önem kazanmaktadır. Bu nedenle hizmet sunumu sırasında, müşteri ile hizmet işletmesi arasındaki bağlantıyı kuran çalışanların müşteriye

yansıttıkları duygular kritik öneme sahiptir. Çünkü bu bireylerin yaptıkları işlerin büyük bir bölümünü örgüt tarafından “belirlenen” duyguların sergilenmesi oluşturmaktadır (Morris ve Feldman, 1996: s. 986). Hizmet sektörü çalışanlarının, duygularını yönetmesi ve işletme tarafından belirtilen standartlar çerçevesinde müşteriler ile iletişim ve etkileşim kurmaları gerekmektedir. Müşterilerle yoğun iletişim ve etkileşim gerektiren bu tür sektörlerde, müşterilere yansıtılması gereken duygular oldukça kritik öneme sahip olup, çalışanların belirlenmiş duygusal durumları yansıtarak duygusal emek harcamaları gerekmektedir (Hochschild,1983, s. 147).

Hizmet sektöründe duygulara verilen önemin artması ile beraber işletmelerin beklentileri ve çalışanların davranışlarıyla uyumlu duygu sergilemeleri konusunda duygusal emek kavramı ön plana çıkmaktadır. Çalışanlar ile müşteriler arasındaki iletişim ve etkileşim, müşterilerin o hizmet ile ilgili deneyimini oluşturmaktadır (Raman ve diğerleri, 2016, s. 26). Müşterilerle yoğun iletişim ve etkileşim halindeki çalışanların tutum ve davranışları, müşterilerin hizmet algılarında önemli bir rol oynamaktadır. Ayrıca müşterilerin bakış açısıyla duygusal emek, hizmet kalitesinin ve hizmetten memnuniyetin belirleyicisidir (Raman vd., 2016, s. 26). Turizm ve konaklama sektöründeki gibi emek yoğun işletmelerde başarı çalışanların zihinsel ve fiziksel performanslarının yanında, duygusal emek harcamalarını da gerektirmektedir (Sohn ve Lee, 2012, s. 116).

Duygusal emek kavramını ilk kez ele alan Hochschild’e (1983) göre duygusal emek, beklentileri karşılamak adına gerekli duygusal davranışları denetleyerek belirli kalıplar halinde sergilemek için harcanan çaba olarak ifade edilmiştir. Hochschild duygusal emeğin oluşması için gereken koşulları; (1) işin gereği olarak çalışanın yüz-yüze veya sesli iletişim kurması, (2) çalışanın müşteride duygusal bir durum oluşturması, (3) işverenin çalışanın duygusal aktivitelerini kontrol etme fırsatı vermesi olarak sıralamıştır (Pala ve Sürevgil, 2016, s. 777).

Morris ve Feldman (1996, s. 991), duygusal emeği; “çalışanların örgüt tarafından gösterilmesi istenen duyguları, kişilerarası etkileşimlerine yansıtmaları için harcadıkları bireysel çaba, planlama ve kontrol” şeklinde tanımlarken; Ashforth ve Humphrey (1993, s. 92) de, “bir hizmet karşılaşması boyunca örgüt tarafından istenilen duyguların yansıtılması” olarak açıklamıştır. Bu tanımların ortak noktası, çalışanların hissettikleri duyguları, örgüt tarafından gösterilmesi istenen duygular doğrultusunda düzenlemesi ve sergilemesidir.

Hochschild’in (1983) araştırmalarından bu yana, duygusal emekle ilgili yapılan çalışmalarda artış gözlenmektedir. Konuyla ilgili çalışan araştırmacılar, duygusal emeğin sonuçları ile ilgili farklı fikirler ileri sürmektedir. Duygusal emek ile ilgili alan yazın incelendiğinde duygusal emeğin tükenmişlik, iş tatmini, işten ayrılma niyeti, hizmet performansı, psikolojik sözleşme, stres, örgütsel sesizlik, iş-aile çatışması gibi çalışan tutum ve davranışları ile ilişkilendirildiği görülmektedir (Hochschild, 1983, s. 202 ; Morris ve Feldman, 1996, s. 1002.; Grandey, 2000, s. 99 ; Kim, 2008, 163 ; Karatepe ve Aleshinloye, 2009, s. 351; Başbuğ, Ballı ve Oktuğ, 2010, s. 264; Karatepe, 2011, s. 47; Yürür ve Ünlü, 2011, s. 190; Hülshager and Schewe, 2011, s. 378; Çelik ve Turunç, 2011, s. 236 ; Nixon et al., 2011, s. 297; Oral ve Köse, 2011, s. 478 ; Kaya ve Özhan, 2012, s. 122; Basım ve Beğenirbaş, 2012, s. 81; Lee ve Ok, 2012, 1117; Özbingöl, 2013, s. 89 ; Karatepe and Choubtarash, 2014, s. 185; Pala ve Tepeci, 2014, s. 28 ; Lee and Hwung, 2016, s. 142).

Duygusal emek, çeşitli araştırmacılar tarafından çok boyutlu olarak ölçülmektedir. Hochschild (1983, s. 198), duygusal emeği yüzeysel ve derin davranış olarak iki boyutlu bir yapıda kavramsallaştırırken; Ashforth ve Humphrey (1993), bu boyutlara samimi davranışı da ekleyerek duygusal emeği; yüzeysel, derin ve samimi davranış olarak üç boyutta ele almaktadır. (Diefendorff, Croyle ve Grosserand 2005, s. 340), Ashforth ve Humphrey 1993, s. 90) ile benzer şekilde samimi davranışında içinde bulunduğu duygusal emeğin üç boyutlu (yüzeysel, derin ve samimi davranış) bir kavram olduğunu ileri sürmüştür.

Grandey’e (2000) göre yüzeysel davranış, gerçek hissedilenlerin saklanması ve sahte duyguların gösterilmesidir; yani duygusal düzenlemenin sonuç odaklı biçimi olup; hissedilenlerden ziyade davranışların değiştirilmesi ile ilgilidir (Newnham, 2017, s. 193; Kim ve diğerleri, 2017, s. 1-13). Yüzeysel davranış negatif gösterim kuralları algısı (Diefendorff ve diğerleri, 2005) ve negatif duygulanma (Brotheridge ve Grandey, 2002, s. 102) ile ilişkilidir (Truta, 2014, s. 792). Yapılan araştırmalar incelendiğinde, yüzeysel davranışın iş stresini, tükenmişliği, işten ayrılma niyetini ve tatminsizliği pozitif yönde etkilediği, hizmet performansını ve müşteri memnuniyetini ise negatif yönde etkilediği görülmektedir (Morris ve Feldman (1996); Zapf vd., 1999, s. 17 ; Brotheridge ve Lee 2002, s. 76), Grandey 2003, s. 90; Grandey vd., 2005, s. 898; Kim, 2008, s. 167; Judge vd., 2009, s. 78; Lee vd., 2012, s. 1109; Hülshager ve Schewe, 2011, s. 379; Nixon vd., 2010, s. 301 ; Lee ve Ok, 2014, s. 145).

Derin davranış ise, hissedilen duyguların sunumundan önce bilişsel olarak değiştirilmesi sonucunda gösterilen duygularla hissedilen duygular arasında bir denge oluşturulmasıdır. Derin davranış sürecinde, duygular gösterilmeden önce düzenlenmesi, asıl önemli olan husustur (Neels, 2012, s. 17; Gelderen vd., 2016, s. 18; Polimeni, 2015, s. 9). Yüzeysel davranışın aksine derin davranış, içsel hislere odaklanmakta ve birey gerçekte gösterilen his veya duygulara başvurmayla çalışmaktadır (Wang vd.,2016, s. 540). Derin davranış, işgörenin

pozisyonu gereği kendisinden beklenen duyguları benimsemeye gayret göstermesi ile ilgili (Schaible ve Six, 2016, s. 17) olduğu için, ruhsal ve bedensel sağlık açısından faydalı bir duygusal düzenleme stratejisidir. Çünkü pozitif duyguların hissedilmesi, insan sağlığına faydalı olmaktadır. Yapılan araştırmalar incelendiğinde, derin davranışın iş stresini, tükenmişliği, işten ayrılma niyetini ve tatminsizliği negatif yönde etkilediği, hizmet performansını ve müşteri memnuniyetini ise pozitif yönde etkilediği görülmektedir (Morris ve Feldman 1996, s. 1006); Zapf vd., 1999, s. 25; Brotheridge ve Lee 2002, s. 61, Grandey, 2003, s. 98; Bono ve Vey, 2005, s. 229; Grandey ve ark. 2005, s. 898; Kim, 2008, s. 157); Judge vd., 2009, s. 81; Lee ve diğerleri, 2012, s. 1108; Hülsheger ve Schewe, 2011, s. 382; Nixon vd., 2010, s. 314; Lee ve Ok, 2015, s. 460).

Hissedilen duygular ile ifade edilmek zorunda olunan duyguların uyumlu olması durumunda ise samimi davranış ortaya çıkmakta ve bu da çalışanların gerçek duyguları ile gösterdiği duygularının uyumunu yansıtmaktadır (Chu ve Murrmann, 2006, s. 1182). Çalışanlar, işletmenin belirlemiş olduğu duygusal ifadeleri gösterirken, her zaman kendi duygularını değiştirmek zorunda kalmazlar; bazen istenen duyguyu doğal olarak hissederler ve yapmacık bir duygu göstermeden kendi duygularını ifade etmeleri yeterli olabilmektedir. Çalışanların çaba sarfetmeden, işletmenin istediği duyguları göstermesi, duyguları değiştirme yönünde enerji sarfetmeyi gerektirmediği için çalışmaları olumlu yönde etkiler (Woo, 2013, s. 43).

4.Kültürel Duyarlılık

Kültürlerarası duyarlılık kültürler arası iletişim becerisinin, duyuşsal alt boyutunu yansıtarak; bir kişinin kültürel farklılıkları bilme, tanıma ve beğenme gibi duygusal özelliklerini ifade etmektedir (Fritz, Mollenberg, Chen, 2001, s.170).

Hofstede (2003) kültürü bir grup insanı diğer insanlardan farklılaştıran zihinsel bir programlara olarak tanımlamış, kültürün algı, alışkanlık, davranış ve değerlere temel oluşturduğunu ifade etmiştir (Barutçugil, 2011, s. 79).

Hammer (2003, s. 422), kültürel farklılıklar konusunda tecrübelenme ve farkında olma yetisi olarak tanımladığı kültürler arası duyarlılık hususunda, işletmelerde istihdam edilen personelin de bu duyarlılığa sahip olması halinde özellikle ülke dışından gelen müşterilere çok daha kaliteli hizmet verdiğini ve dolayısıyla yönetimin de yüksek memnuniyete sahip olduğunu ifade etmiştir.

Chen ve Starasto (1996) tarafından yapılan çalışmada, global dünyada tek bir ülke haline gelen toplumu oluşturan bireylerin hayatta kalabilmeleri, anlamlı ve üretken hayatlarını sürdürebilmeleri için kültürler arası duyarlılığa neden ihtiyaç olduğunu şu nedenlere bağlayarak açıklamıştır (akt. Chen, 1997, s.3):

- . Birbirinden çok farklı kültürel geçmişler ile toplumlar arasındaki iletişim ve hemen her yerde varolan ulaşım teknolojisindeki paralel gelişmeler.
- . Global hale gelen ekonomi içinde rekabetin sürdürülebilirliği ve her bölge ile iletişim halinde olunması için iş hayatında çok uluslu bireylerin olması zorunludur ki bu da kültürlerarası duyarlılığı getirir.
- . Ulus devlet sınırlarını çoktan aşan göçlerin etkisiyle günümüz toplumlarının dokusunun yeniden biçimlenmesi çok daha etkileşim halin geçen bir kültürel farklılık ortaya çıkarmıştır.
- . Ulus Devlet kavramının ön planda tutulması, etnik ve cinsiyet farklılıklarının varolması gerektiği hususunda ülkelerin bölgesel olarak birleşmelerine neden olmuştur.

Konaklama sektöründe bilhassa zincir otellerin değişik ülkelerde hizmet sunmasıyla sınırları aşan ortaklıkların ortaya çıkmasına ve değişik ülke vatandaşlarının buralarda birbirleri ile uyum içinde çalışmak zorunda oldukları ortamlar oluşmasına neden olmuştur. Bu noktada kültürel etkileşim ve iletişim, farklı kültürlerin doğmasına neden olmuş ve daha alt kültürel yapılara vesile olmuştur. İşte bir disiplin olarak kültürlerarası iletişimin kavramsal çerçevesi ve kapsamı, zaman içinde bilhassa etnik ve ırk açısından farklılaşan iç alt kültürel grupları da içine alacak biçimde genişlemiştir (Kim 2008, s. 157).

Kültürel duyarlılıkla ilgili literatürdeki çalışmalara bakıldığında özellikle eğitim sektöründe öğretmen ve öğrenci adayları, sağlık personeli, tıp ve hemşirelik öğrencileri ve konaklama sektöründe çalışan ve müşteri ilişkileri üzerine odaklanıldığı görülmektedir. (Altshulera ve diğ., 2003, s. 395; Wang ve diğ., 2014, s. 219; Yılmaz ve Göçen, 2013, s. 384; Çoban ve diğ.,2010, s. 128). Ulusal yayınların kültürel duyarlılık konusunu işlemede yeterli olduğunu ifade etmek zordur.

Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğinin dilimize çevrilmiş halinin tutarlılığını ve güvenilirliğini ölçmek amacıyla; Bulduk, Tosun ve Ardic (2011: 25) hemşirelik bölümü okuyan öğrenciler üzerinde ele alınmıştır. Araştırma İstanbul'da bulunan bir üniversite hastanesinde görev yapan 186 hemşire 29 aday üzerinde yapılmıştır. Psikometrik açıdan uygunluğunu test edilmesi açısından ölçek 148 hemşire aday üzerinde test edilmiştir. 32

öğrenci üzerinde 14 gün aralarla tekrar tekrar uygulanan ölçeğin tutarlılığı test edilmiş ve olumlu sonuç alınmıştır. Bir bakıma ölçeğin zamanına göre değişmezliğinin olduğu ortaya çıkarılmıştır. Yapılan psikometrik analizler sayesinde ölçeğin geçerlilik ve güvenilirliği kanıtlanmıştır.

Alamur ve Bezirgan (2017), çalışmalarında otel çalışanlarının kültürel duyarlılıklarını ele almış, kültürlerarası duyarlılık düzeyinin demografik özellikler açısından farklılık gösterip göstermediğini ortaya incelemiştir. Araştırma sonucunda çalışanların demografik özelliklerine göre kültürlerarası duyarlılık düzeylerinde anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir. Yapılan analizler sonucunda, cinsiyet, medeni durum ve yabancı dil bilgisine göre anlamlı farklılıklar tespit edilmiştir.

Kültürlerarası duyarlılık bağlamında üniversite öğrencilerinin eğitimlerinin ve farklı ülkelerdeki yaşam deneylerine yönelik Penbek, Yurdakul ve Cerit'in (2009) çalışmalarında mevcuttur. Örneklem olarak; İzmir Ekonomi Üniversitesi ve Dokuz Eylül Üniversitesi öğrencilerinden seçilen 226 kişi arasında yapılan anket sonucunda, 200 anket formu elde edilmiştir. Elde edilen bulgular göre uluslararası etkileşimlerdeki sorumluluk seviyelerini üst seviye taşımak için öğrencilerin farklı kültürlerden bireylere karşı saygı duydukları ortaya çıkmıştır (Penbek ve Yurdakul, 2009: s. 467).

McMurray (2007), seyahat faktörünün kültürlerarası duyarlılığa etkisini incelemek amacıyla Kaliforniya Üniversitesi İletişim ve Haberleşme Bölümünden mezun olan 2804 ve henüz mezun olmayan 231 öğrenci ile bir araştırma yapmıştır. Araştırmasında Chen ve Starosta (2000) tarafından geliştirilen ‘‘Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğini’’ kullanarak uluslararası öğrenciler, yerel seyahat deneyimi olan öğrenciler ve yerel seyahat deneyimi olmayan öğrencilerin kültürlerarası duyarlılıklarını çeşitli değişkenler (cinsiyet, mezun olma durumu, yurt dışı çalışma programına katılım) açısından incelemiştir. Araştırma sonucunda yerel öğrenciler ve uluslararası öğrencilerin kültürlerarası duyarlılık düzeyleri arasında anlamlı bir farklılık bulunmamıştır, yerel seyahat deneyimi olan öğrencilerin ise seyahat deneyimi olmayanlara göre anlamlı bir biçimde kültürlerarası duyarlılığının daha yüksek olduğunu ortaya çıkarmışlardır. Cinsiyet değişkenine göre kültürlerarası duyarlılıklarında anlamlı bir farklılık ortaya çıkmamıştır.

Sizoo, Plank, Iskat ve Serrie (2004) yaptığı çalışmada, dört ve beş yıldızlı otellerdeki restoran departmanında çalışanların; kültürel duyarlılık düzeylerinin servis karşılaşmasının çıktılarına etkisinin nasıl olduğu ele alınmıştır. Kültürlerarası duyarlılık ile kişisel satış becerileri, (iş arkadaşlarıyla) kişilerarası etkileşimler, hizmet ilgisi, iş doyumu ve sosyal tatmin arasında ilişki olduğu ortaya konulmuştur. Kültürlerarası duyarlılığın anlamlı düzeyde yüksek olduğu çalışanlarda, hizmette daha fazla dikkat gösterilmesinin, yabancı müşterilerle anlamlı satış (gelir katkısı) teknikleri kullanılmasında daha etkili olduğu ve bu çalışanların kişilerarası etkileşimler için anlamlı daha yüksek puanlar aldığı görülmüştür. Daha yüksek kültürel duyarlılığa sahip çalışanların, yurt dışında yaşayan ve yabancı dil becerilerine sahip çalışanlar oldukları görülmüştür. Kültürel duyarlılık seviyesi yüksek olan çalışanların kültürel olarak kendilerinden farklı olan müşterilerle etkileşimden daha fazla sosyal tatmin elde ettikleri ortaya konulmuştur. Kültürlerarası duyarlı çalışanların, yabancı müşterilere daha iyi hizmet sundukları, diğer kültürlerden müşterilerin ihtiyaçlarına daha özenli yaklaşım sergiledikleri, kişisel satışlardan daha fazla yararlanarak yabancı müşteri başına daha fazla gelir elde etmek için fırsatlar yarattıkları ifade edilmektedir. Aynı zamanda bu kişilerin işlerinden daha memnun oldukları ve yabancı müşterilerle etkileşimden daha fazla memnuniyet yaşadıkları tespit edilmiştir.

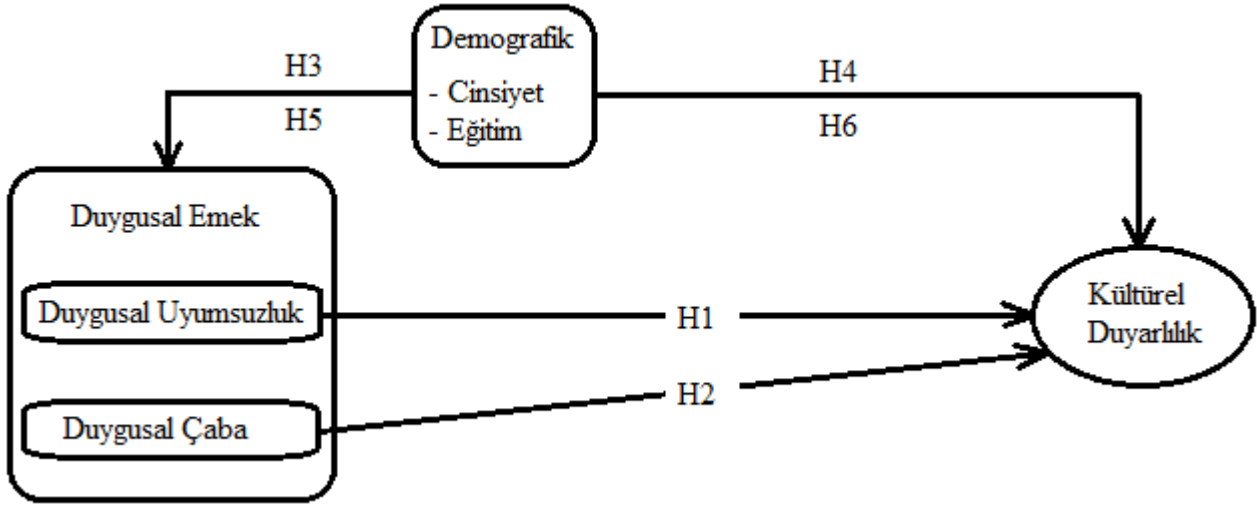
Şekil 1: Araştırma Modeli

Duygusal emek ve kültürel duyarlılık konularında yapılan alan yazın incelendiğinde, iki değişken arasındaki ilişkinin tespit edilebildiği kadarı ile araştırılmadığı görülmektedir. Çalışmanın bu açıdan literatüre katkı sağlayacağı düşünülmektedir. Bu bölümde araştırmanın modeli ve hipotezleri hakkında bilgi verilecektir.

Gerekli donanımına sahip, bilinçli, motivasyonu yüksek olan hizmet personeli etkin bir iletişim kurulabilir ve duygusal çaba harcayarak, iyi bir çalışan olunmasına katkı sağlayabilir. Bu anlamda duygusal çabaya sahip hizmet personeli hem kurum içi memnuniyeti hem de dış müşteri memnuniyetini hızlı ve etkin şekilde yakalar. Hizmet ve kültür ve emek ilişkisi bireylerin yaşam tarzları ile tutum ve davranışlarının bireysel olarak sahip olduğu çabayı doğrudan etkilemektedir. Kültür aynı zamanda hizmetlere bakış açısını da etkiler. Duygusal çabaya sahip turizm personeli verimli ve etkin şekilde hizmet sunacağından geleneksel anlamda müşterilerin bakış açısını olumlu etkiler ve hızlı bir şekilde hizmet almalarına neden olur.

Dolayısıyla hem duygusal emek hem kültürel duyarlılık için hizmet personeli ve müşteriler arasında iletişim ve etkileşim çok önemlidir bunun sonucunda da kaliteli hizmet ve müşteri memnuniyetiyle birlikte örgütün başarısı, devamlılığı ve prestiji sağlanacaktır. (Koç, 2015:s. 221).

Literatür kısmında tanımlanan değişkenlerin ilişkisini incelemeye yönelik olarak bir araştırma modeli ve hipotezler oluşturulmuştur.



H1: Dizginleyici Kültürlerde Duygusal Emeğin **Duygusal Uyumsuzluk** alt boyutu ile **Kültürel Duyarlılık** arasında anlamlı bir neden sonuç ilişkisi vardır.

H2: Dizginleyici Kültürlerde Duygusal Emeğin **Duygusal Çaba** alt boyutu ile **Kültürel Duyarlılık** arasında anlamlı bir neden sonuç ilişkisi vardır.

H3: Dizginleyici Kültürlerde duygusal emek düzeyleri cinsiyete göre farklılık gösterir.

H4: Dizginleyici Kültürlerde kültürel duyarlılık düzeyleri cinsiyete göre farklılık gösterir.

H5: Dizginleyici Kültürlerde duygusal emek düzeyleri eğitim durumuna göre farklılık gösterir.

H6: Dizginleyici Kültürlerde kültürel duyarlılık düzeyleri eğitim durumuna göre farklılık gösterir.

5.Yöntem

Bu bölümde sırası ile araştırmanın amacı veri toplama yöntemi ve aracı ve son olarak da verilerin analiz yöntemi hakkında bilgi verilecektir.

5.1.Araştırmanın Amacı

Bu çalışmanın amacı konaklama sektöründe çalışanların sahip olduğu duygusal emek ile kültürel duyarlılık düzeylerini belirlemek ve duygusal emek ve kültürel duyarlılık ilişkisini ortaya koymaktır. Alan yazın incelendiği düzeyde duygusal emek ve kültürel duyarlılık ile ilgili çalışmaya rastlanılmamıştır. Bu nedenle yazında rastlanılmayan bu konunun bilimsel açıdan ortaya konulmasının önemli olduğu düşünülerek inceleme konusu yapılmıştır.

5.1.1.Veri toplama Araçları

Araştırmada veri toplama yöntemi olarak anket uygulaması kullanılmıştır. Anket formunun birinci bölümü çalışanların demografik özelliklerini tespit etmeye yönelik toplam 6 sorudan oluşmaktadır (cinsiyet, yaş, medeni durum, eğitim durumu, kurumdaki çalışma süresi, toplam çalışma süresi). İkinci bölümde duygusal emek düzeyini ölçmeye yönelik, üçüncü bölümde ise kültürel duyarlılık düzeyini ölçmeye yönelik sorular yer almaktadır. Demografik değişkenler dışındaki tüm soruları cevaplamada 5’li Likert yönteminden (1=tamamen katılmıyorum; 5=tamamen katılıyorum) yararlanılmıştır.

Çalışanların duygusal emek düzeyini ölçmek amacıyla Chu ve Murrmann (2006) tarafından turizm işletmelerinde çalışanlar için geliştirilen 19 maddelik Turizm İşletmeleri Duygusal Emek Ölçeği (Hospitality Emotional Labour Scale-HELS) kullanılmıştır. Ölçeğin Türkçe’ye uyarlanması Pala ve Tepeci (2014) tarafından yapılmıştır. Ölçeğin 11 maddesi “duygusal uyumsuzluk” olarak tanımlanan yüzeysel ve samimi davranış boyutlarından, 8 madde ise “duygusal çaba” olarak tanımlanan derin davranış boyutundan oluşmaktadır.

Araştırmada çalışanların kültürel duyarlılık düzeylerini ölçmek üzere Chen ve Starosta (2000) tarafından kullanılan ve Türkçeye çevirisi Serap Bulduk tarafından yapılan Kültürlerarası Duyarlılık Ölçeğidir (Intercultural Sensitivity Scale -ISS) (Bulduk ve diğ., 2010: 25-31). Ölçeğin 7 maddesi kültürlerarası etkileşime katılım alt boyutunu, 6 maddesi kültürel farklılıklara saygı alt boyutunu, 5 maddesi kültürlerarası etkileşimde özgüven alt boyutunu, 3 maddesi kültürlerarası etkileşimden hoşlanma alt boyutunu, diğer 3 maddesi ise kültürlerarası

etkileşimde özen alt boyutunu ölçmektedir. Bu çalışmada kültürel duyarlılığın alt boyutları anlamsız sonuç verdiği için kullanılmamış tek boyut olarak ele alınmıştır.

Yapılan güvenilirlik analizi sonucunda Cronbach's Alpha güvenilirlik katsayıları, duygusal uyumsuzluk alt boyutu için 0,70, duygusal çaba alt boyutu için 0,72 olarak tespit edilmiştir. Ölçeklerin genel güvenilirliği duygusal emek ölçeği için 0,80, kültürel duyarlılık için 0,80 olarak bulunmuştur. Her iki ölçekten elde edilen genel güvenilirlik katsayılarına baktığımızda güvenilirlik seviyelerinin iyi düzeyde olduğu söylenebilir.

Tablo 1. Güvenilirlik Analizi Sonuçları

Ölçek	Alt Boyut	İfade Sayısı	Cronbach's Alpha
	Duygusal Uyumsuzluk	11	0,70
Duygusal Emek	Duygusal Çaba	8	0,72
Kültürel Duyarlılık		24	0,80

5.2.Örnekleme

Araştırmanın evrenini, Edremit Bölgesinde Burhaniye ilçesinde faaliyet gösteren 6 otelin 210 çalışanı oluşturmaktadır. Bölgedeki otellerin birçoğu anket yapılan tarihler içerisinde tadilatta olma sebebiyle yeterince çalışana ulaşamadığından tam kapasite çalışan 6 otel ile çalışmanın evreni oluşturulmuştur. Bu çerçevede p ve q değerleri 0.5 ve 0.5, hoşgörü miktarı $E=0.05$ ve %95 güven aralığında olmak üzere 210 kişiyi 117 kişinin temsil etme yeteneğine sahip olduğu hesaplanmıştır (Altunışık vd., 2016: 132). Gerçekleştirilen anket uygulaması sonucunda geri dönen anket sayısı 126'dır yani seçilen örneklem büyüklüğü evreni temsil etmektedir. Aynı zamanda 126 çalışan üzerinde yapılan araştırmanın gücü % 78,6 olarak bulunmuştur .(Parajapati vd., 2010: s. 1-9). Anket, 15 Ağustos-15 Eylül tarihleri arasında, kolayda örnekleme yöntemi ile araştırmacılar tarafından bizzat uygulanmıştır. Etik ilkeler gereği, firmaların isimleri gizli tutulmaktadır.

5.3.Verilerin Analizi

Anket yöntemi ile elde edilen veriler, SPSS 23 programında araştırma desenine uygun olarak analiz edilmiştir. Öncelikle demografik özelliklere yönelik sorulara ilişkin frekans analizleri yapılmıştır. Daha sonra araştırma değişkenlerinin alt boyutlarına ilişkin güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Değişkenlerin normal dağılımı test edildikten sonra parametrik testler yapılmıştır. Duygusal Emek ve alt boyutlarının Kültürel Duyarlılık ile arasındaki ilişkilerin varlığını tespit edebilmek için Pearson korelasyon analizi, neden sonuç ilişkisi için çoklu regresyon analizi yapılmıştır. Çalışanların duygusal emek ve kültürel duyarlılık düzeylerinin cinsiyete göre farklılık gösterimini ölçmek için bağımsız örneklem T testi ve eğitim durumlarına göre farklılık gösterimini ölçmek için tek yönlü varyans analizi, uygulanmıştır.

Anket yöntemi ile elde edilen veriler, hazır istatistik programında araştırma desenine uygun olarak analiz edilmiştir. Öncelikle demografik özelliklere yönelik sorulara ilişkin frekans analizleri yapılmıştır. Daha sonra araştırma değişkeninin alt boyutlarına ilişkin güvenilirlik analizleri yapılmıştır. Değişkenlerin normal dağılımı test edilmiştir, değişkenlerin normal dağılım ölçütü; basıklık ve çarpıklık değerleri, -1,5 ve +1,5 yer almaktadır bu durum sonucunda parametrik testler uygulanmıştır (Durmuş vd.,2013:s. 216).

Tests of Normality

	Kolmogorov-Smirnov ^a			Shapiro-Wilk		
	Statistic	df	Sig.	Statistic	df	Sig.
dyg_ortalama	,084	117	,040	,975	117	,031
kh_ortalama	,147	117	,000	,931	117	,000

a. Lilliefors Significance Correction

Descriptives

		Statistic	Std. Error	
dyg_ortalama	Mean	3,4485	,04219	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	3,3649	
		Upper Bound	3,5320	
	5% Trimmed Mean	3,4443		
	Median	3,4211		
	Variance	,208		
	Std. Deviation	,45631		
	Minimum	1,95		
	Maximum	4,79		
	Range	2,84		
	Interquartile Range	,55		
	Skewness	,177	,224	
	Kurtosis	1,354	,444	
kh_ortalama	Mean	3,2176	,03816	
	95% Confidence Interval for Mean	Lower Bound	3,1420	
		Upper Bound	3,2932	
	5% Trimmed Mean	3,2002		
	Median	3,1250		
	Variance	,170		
	Std. Deviation	,41277		
	Minimum	2,00		
	Maximum	4,42		
	Range	2,42		
	Interquartile Range	,40		
	Skewness	,782	,224	
	Kurtosis	,998	,444	

5.4.Araştırmanın Bulguları

Araştırmaya katılanlar demografik açıdan incelendiğinde, %42,7 'sinin kadın, %57,3' ünün erkek olduğu görülmektedir. Katılımcıların %33,3'ü evli, %65,8'i bekar. %5,1 oranında ilköğretim, %35,0 oranında lise, %56,4 oranında lisans, ve %8,5 oranında lisans üstü mezunu olan katılımcıların, %17,9'u 18-21 yaş aralığında, %29,9'unun 22-26 yaş aralığında, %16,2'sinin 26-30 yaş aralığında, %17,1'inin 31-35 yaş aralığında, %9,4'ünün 36-41 yaş aralığında, %5,1'i 41-45 yaş aralığında, %4,3'ü 46 ve üstü yaş aralığındadır. Kurumdaki çalışma süresi incelendiğinde ise, katılımcıların, %34,2' sinin 1 yıl ve altı arasında, %33,3'ünün 2-5 yıl arasında, %17,9'ünün 6-10 yıl arasında, %6,8'inin 11-15 yıl arasında, %7,7'sinin 16-20 yıl arasında çalışma süresine sahip olduğu görülmektedir. Turizm de toplam çalışma süreleri, %16,2'si 1 yıl ve altı, %39,3'ü 2-5 yıl, %24,8'i 6-10 yıl, %13,7'si 11-15 yıl, %6,0'ı 16-20 yıldır. Katılımcıların demografik özelliklerine ilişkin Frekans Analizi sonuçları Tablo 2' de sunulmuştur.

Tablo 2. Demografik Özellikler

Eğitim Seviyesi	Frekans	%	Yaş	Frekans	%
İlköğretim	6	5,1	18-21	21	17,9
Lise	41	35,0	22-26	35	29,9
Lisans	60	56,4	26-30	19	16,2
Lisansüstü	10	8,5	31-35	20	17,1
			36-41	11	9,4
			41-45	6	5,1
			46 ve üstü	5	4,3
Toplam	117	100,0	Toplam	117	100,0
Medeni Durum	Frekans	%	Cinsiyet	Frekans	%
Bekar	77	65,8	Bay	67	57,3
Evli	40	33,3	Bayan	50	42,7
Toplam	117	100,0	Toplam	117	100,0
Kurumdaki Çalışma Süresi	Frekans	%	Turizm de Çalışma Süresi	Frekans	%
1 yıl ve altı	40	34,2	1 yıl ve altı	19	16,2
2-5 yıl	39	33,3	2-5 yıl	46	39,3
6-10 yıl	21	17,9	6-10 yıl	29	24,8
10-15 yıl	8	6,8	11-15 yıl	16	13,7
15-20 yıl	9	7,7	16-20 yıl	7	6,0
Toplam	117	100,0	Toplam	117	100,0

Tablo 3 te katılımcıların duygusal emek ve kültürel duyarlılık düzeylerine ilişkin minimum, maksimum, ortalama ve standart sapma değerleri incelenmiştir. Duygusal emek ortalaması 3.45; kültürel duyarlılık ortalaması ise 3.21 olarak saptanmıştır. Duygusal emek ölçeği ortalamasının, kültürel duyarlılık ölçeği ortalamasından yüksek olduğu görülmektedir. Duygusal emek ve kültürel duyarlılık ölçeklerine ait standart sapmaların ise 0.45 ile 0.41 arasında değiştiği belirlenmiştir.

Duygusal emek boyutlarının ortalamaları incelendiğinde ilk göze çarpan genel olarak katılımcıların en yüksek duygusal uyumsuzluk boyutundan (5.00±1.55) puan aldıkları görülmektedir. Bu bulgu otel çalışanlarının kendi duygularını bastırma hususunda iyi olmadıklarını göstermektedir. Otel çalışanlarının kültürel duyarlılıkları söz konusu olduğunda (4.42±2.00) puan aldıkları görülmektedir.

Tablo:3 Duygusal Emek ve Kültürel Duyarlılık Değişkenlerine Ait Tanımlayıcı İstatistikler

	N	Minimum	Maksimum	Ortalama	Std. Sapma
Duygusal					
Emek	117	1,95	4,79	3,45	0,45

Duygusal Uyumsuzluk	117	1,55	5,00	3,58	0,51
Duygusal Çaba	117	2,00	4,50	3,26	0,53
Kültürel Duyarlılık	117	2,00	4,42	3,21	0,41

Değişkenlerin geneline ait korelasyon ilişkisini gösteren Tablo 4' te Pearson Korelasyon analizi bulgularından elde edilen sonuçlara göre, duygusal uyumsuzluk ve kültürel duyarlılık arasında ($r= 0,626$, $p<0,01$) pozitif yönlü istatistiki olarak anlamlı bir ilişki vardır. Duygusal çaba ve kültürel duyarlılık arasında ($r= 0,515$, $p<0,01$) pozitif yönlü istatistiki olarak anlamlı bir ilişki vardır.

Tablo 4: Duygusal Emek ile Kültürel Duyarlılık Arası Pearson Korelasyon

	1	2	3
1. Duygusal Uyumsuzluk	1	,491**	,626**
2. Duygusal Çaba	,491**	1	,515**
3. Kültürel Duyarlılık	,626**	,515**	1

Araştırma değişkenlerinin, bağımlı değişken üzerinde ne kadar etkili olduklarını tespit etmek üzere regresyon analizi yapılmıştır. Çoklu doğrusal regresyon analizinde, bağımsız değişkenler arasında, çoklu bağlantı durumunun olup olmadığı belirlenmelidir. Bağımsız değişkenler arasında çoklu bağlantının olması durumunda modelde belirli sorunlarla karşılaşılır (Durmuş vd.,2013: 155). Çoklu bağlantı olma riskine karşı VIF değerlerine bakılmış, değerlerin 10 değerinden küçük olması sebebi ile çoklu bağlantı olmadığına karar verilmiştir. Regresyon modelindeki R2 değerine göre konaklama sektör çalışanlarının genel kültürel duyarlılık düzeylerinde oluşan değişkenliğin yaklaşık olarak %45'i duygusal emeğin boyutları tarafından açıklanmaktadır (Tablo 5). Hesaplanan F değeri (46,466) de incelendiğinde modelin bir bütün olarak 0,05 anlamlılık düzeyinde geçerli olduğu tespit edilmiştir. Bağımlı değişken ve bağımsız değişkenler arasındaki tüm ilişkiler anlamlı bulunmuştur. H1 ve H2 hipotezlerinin desteklendiğini göstermektedir.

Tablo 5: Duygusal Emek Kültürel Duyarlılık Arası Çoklu Regresyon Analizi

Bağımlı Değişken: Kültürel Duyarlılık						
Değişken	B	Standart Hata	Beta	t değeri	p değeri	VIF
Sabit	1.205	0.219	-	5.506	0.000	-
Duygusal Uyumsuzluk	0.218	0.064	0.274	3.429	0.001	1.317
Duygusal Çaba	0.377	0.061	0.492	6.167	0.000	1,317

Not: R= 0.67, R²= 0.449, F= 46.466 p=0.000

Collinearity Diagnostics

Model	Dimension	Eigenvalue	Condition Index	Variance Proportions		
				(Constant)	yüzeysel_d	derin_d
1	1	2,976	1,000	,00	,00	,00
	2	,013	14,849	,38	,07	,94
	3	,010	17,182	,62	,93	,06

a. Dependent Variable: kh_ortalama

Tablo 6 daki Tek yönlü varyans analizi testi sonucuna göre; farklı eğitim seviyesine sahip kişilerin duygusal emek ortalamaları arasında fark olduğu (p= 0,132, p>0,05) görülmüştür. **H5: Çalışanların duygusal emek düzeyleri eğitim durumlarına göre farklılık gösterir** hipotezi desteklenmiştir.. Farklı eğitim seviyesine sahip kişilerin kültürel duyarlılık ortalamaları arasında fark olduğu (p= 0,992 p>0,05) tespit edilmiştir. **H6: Çalışanların kültürel duyarlılık düzeyleri eğitim durumlarına göre farklılık gösterir** hipotezi desteklenmiştir.. Eğitim seviyesi arttıkça duygusal emek seviyesi de artmıştır.. İlköğretim seviyesindeki çalışanlarda duygusal emek düzeyi daha düşük düzeyde, lisans ve lisansüstü seviyesindeki çalışanlarda duygusal emek düzeyi daha yüksek seviyede çıkmıştır.

Tablo 6: Tek Yönlü Varyans Analizi Testi Sonuçları

Duygusal Emek	Kültürel Duyarlılık
P > 0,132	P > 0,992

Farklılık yaratan grupları belirlemek için yapılan Tablo 7 de yer alan T testi sonuçlarına göre; yüzde 95 güven sınırları içerisinde cinsiyete göre duygusal emek düzeyleri arasında farklılık göstermemektedir. **H3:**

Çalışanların duygusal emek düzeyleri cinsiyete göre farklılık gösterir hipotezi desteklenmemiştir. Yine yüzde 95 güven sınırları içerisinde cinsiyete göre kültürel duyarlılık düzeyleri arasında farklılık göstermemektedir **H4: Çalışanların kültürel duyarlılık düzeyleri cinsiyete göre farklılık gösterir** desteklenmemiştir.

Tablo 7: T Testi Sonuçları

Duygusal Emek	Kültürel Duyarlılık
P > 0,85	P > 0,76

Tablo 8. Hipotez Sonuçları Çizelgesi

	Hipotez	Sonuç
H1	Duygusal emek ve kültürel duyarlılığın alt boyutu duygusal uyumsuzluk arasında anlamlı neden sonuç ilişkisi vardır.	DESTEKLENMİŞTİR
H2	Duygusal emek ve kültürel duyarlılığın alt boyutu duygusal çaba arasında anlamlı neden sonuç ilişkisi vardır.	DESTEKLENMİŞTİR
H3	Çalışanların duygusal emek düzeyleri cinsiyete göre farklılık gösterir	DESTEKLENMEMİŞTİR
H4	Çalışanların kültürel duyarlılık düzeyleri cinsiyete göre farklılık gösterir.	DESTEKLENMEMİŞTİR
H5	Çalışanların duygusal emek düzeyleri eğitim durumlarına göre farklılık gösterir.	DESTEKLENMİŞTİR
H6	Çalışanların kültürel duyarlılık düzeyleri eğitim durumlarına göre farklılık gösterir.	DESTEKLENMİŞTİR

6.SONUÇ

Çalışmada cinsiyet grupları arasında anlamlı bir fark tespit edilmemiştir. Literatürdeki çalışmalara bakıldığında da bazılarında cinsiyet ve kültürel duyarlılık ilişkisi bulunamamış; bazı çalışmalarda ise kadınların erkeklere oranla kültürel duyarlılık düzeylerinin daha yüksek olduğu gözlemlenmektedir (Altshulera ve diğ., 2003, s. 392; Wang ve diğ., 2014, s. 223 ; Yılmaz ve Göçen, 2013, s. 390 ; Çoban ve diğ.,2010, s. 129).

Diğer bir analiz sonucunda; eğitim düzeyinin kültürel duyarlılık düzeyini etkilediğini ortaya çıkarmıştır. Bir diğer çalışmada yine (Penbek ve Yurdakul, 2009, s. 464) benzer sonuca ulaşılmıştır. Yapılan benzer bir çalışmada ise kültürel duyarlılık bilinci ve akademik seviye arasında anlamlı bir ilişki bulunamamıştır (Wang ve diğ., 2014, s. 222).

Duygusal emek ve cinsiyet ilişkisi incelendiğinde anlamlı bir sonuç bulunamamıştır. İlgili literatür incelendiğinde duygusal emeğin cinsiyet değişkenine göre anlamlı bir farklılık gösterdiğini tespit eden araştırmalar bulunmaktadır (Morris ve Feldman (1996); Brotheridge ve Lee (2002), Grandey, 2003, s. 92; Grandey ve ark. 2005, s. 898; Kim, 2008, s. 157); Judge vd., 2009, s. 80 ; Lee ve Ok, 2015, s. 460, 2016, s. 145.).

Eğitim düzeyi ve duygusal emek ilişkisi incelendiğinde ise anlamlı bir sonuca ulaşılmıştır. Eğitim seviyesi yüksek olan çalışanların bilgi seviyelerinin ileri düzeyde olması, iş sürecini daha iyi analiz etmelerini ve daha kolay deneyimlemelerini kolaylaştırmaktadır. Buna bağlı olarak, eğitim seviyesi yüksek olan çalışanların derinlemesine davranış sergilemeleri ifade edilebilir.

Duygusal emek ve kültürel duyarlılık neden sonuc ilişkisi incelendiğinde ise duygusal emeğin kültürel duyarlılık üzerinde pozitif anlamlı bir etkisi söz konusudur. Konaklama sektör çalışanlarının genel kültürel duyarlılık düzeylerinde oluşan değişkenliğin yaklaşık olarak %45'i duygusal emeğin boyutları tarafından açıklanmaktadır. Çalışanlar da artan duygusal çaba, başkalarının duygularını anlayabilme, farklı kültürleri algılayabilme ve farkındalığı pozitif yönlü kuvvetlendirmektedir.

Hizmet sektöründe görev alan çalışanların duygusal emek, kültürel hassasiyet seviyelerinin ve buna etkisi olan hallerin tespit edilmesi, müşterilerle iletişimin kalitesini artırmak, çalışanların verimliliğini yükseltmek ve rekabet avantajı yaratabilmek açısından önemlidir. Aynı zamanda müşterilerle etkileşim sıklıca yapıldıkça çalışanların samimi olmayan davranışları gerçekleştirmesi ihtimali düşecektir. Diğer yandan şu da belirtilmelidir ki duygusal emek konusunda özel sektörün yeterince çalışma yapmadığı açıktır. Farklı işletmelerde araştırma yapılarak doktrinin zenginleştirilmesi gerekmektedir. Hizmet sektöründe farklı şirketlere yönelik bir çalışma yapılması ile işletmeler arası karşılaştırma yapmak mümkündür. Böylece duygusal emek ile kültürel farklılıkları daha iyi yansıtabilecek ölçekler geliştirilebilir. Globalleşmenin turizm sektöründe de hissedilmesi ile birlikte hem turist profilinde hem de işgücünde gözle görülür biçimde ortaya çıkan globalleşme eğilimi, farklı beklenti, amaç ve kültürel özelliklere sahip turistleri ve çalışanları dünya üzerinde çeşitli noktalarda bir araya getirmektedir. Bu bağlamda kültürel hassasiyetin çalışanlara eğitimle kazandırılması stratejik bir önem taşımaktadır.

Çalışmanın ortaya çıkarttığı bulgular çalışmanın kapsamı içinde dikkate alınmalıdır. Çalışmanın sonuc olarak ortaya çıkarttığı bulgular sadece çalışma kapsamındaki örnekle sınırlıdır. Dolayısıyla sonucaların genelleme yoluyla değerlendirilmesi sadece aynı konuda, farklı ve daha büyük örnekler ile yapılacak çalışmalarla mümkündür. Bu kısıt dikkate alınarak oteller ve yöneticiler için değerli görüşlerde bulunmak mümkündür. İlk olarak çalışanların bireysel duygularını anlayabilmesi ve öz eleştiri yapması sağlanarak diğer kişilerin duygularını anlamaya, onların gözü ile olayları değerlendirmeye çalışmaları gerekmektedir. Ayrıca rgtsel manada farklı programlar yoluyla çalışanların farkındalık bilinçlerinin geliştirilmesi, etkili iletişim, zaman ve çalışma yönetimi ile stresle mücadele gibi konularda personelin eğitilmesi yerine olacaktır.

Araştırmanın dar bir örneklemde yapılması araştırmanın en önemli kısıtıdır. Farklı coğrafi bölgelerde farklı işletme çalışanlarından elde edilecek daha fazla sayıdaki verilerle daha açıklayıcı sonucılara ulaşılması mümkün olabilecektir.

Gelecekte duygusal emek alanında ve kültürel duyarlılık alanında ele alınacak çalışmalar hizmet sektörünün başka alanlarında da yürütülebilir.. Araştırmanın rneklem büyüklüğünün, seyahat acentaları, yiyecek-içecek işletmeleri, diğer konaklama işletmelerin çalışanlarını da kapsayacak şekilde genişletilebilir. Ayrıca alışma koşullarına ilişkin değerlikenlerin de araştırmaya dahil edilmesi, konunun daha kapsamlı olarak irdelenmesini sağlayabilir.

KAYNAKA

ALTSHULERA, L., SUSSMANB, N.M.,KACHURA, E., (2003).“Assessing Changes In Intercultural Sensitivity Among Physician Trainees Using The Intercultural Development Inventory”, International Journal of Intercultural Relations, Sayı, 27, 387–401

ASHFORTH, B., and HUMPHREY, R. (1993). Emotional labor in service roles: The Influence of Identity. Academy of Management, 18(1), 88-115.

BARKEMA, H. G., & VERMEULEN, F. (1997). What differences in the cultural backgrounds of partners are detrimental for international joint ventures?. *Journal of international business studies*, 28(4), 845-864.

BARUTUGİL, İ. (2011). Kltrler Arası Farklılıkların Yönetimi, İstanbul

BASIM, N., ve BEĞENİRBAŞ, M. (2012). Çalışma Yaşamında Duygusal Emek: Bir lek Uyarlama alışması. Yönetim ve Ekonomi, 19(1), 77-90.

BAŞBUĞ, G., BALLI, E., OKTUĞ, Z.,(2010),‘ Duygusal Emeğin İş Memnuniyetine Etkisi: ağrı Merkezi alışanlarına Yönelik Bir Araştırma’, Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi, Sayı 58, Sayfa:253-274.

- BECKET, N., & BROOKES, M. (2012). Developing global competencies in graduates. *Journal of Hospitality, Leisure, Sport & Tourism Education*, 11, 79–82
- BEUGELSDIJK, S., MASELAND, R., & VAN HOORN, A. (2015). Are Scores on Hofstede's Dimensions of National Culture Stable over Time? A Cohort Analysis. *Global Strategy Journal*, 5(3), 223-240.
- BEZİRGAN, M.; Alamur, B. (26-27 Mayıs 2016). Turizm Çalışanlarının Kültürlerarası Duyarlılık Düzeylerinin Çeşitli Demografik Değişkenlere Göre İncelenmesi. Global Business Research Congress (GBRC), İstanbul, Türkiye, 79-87.
- BONO, J. E., & VEY, M. A. (2005). Toward understanding emotional management at work: A quantitative review of emotional labor research. In C. E. J. Hartel, W. J. Zerbe, & N. M. Ashkanasy (Eds.), *Emotions in organizational behavior* (213–233).
- BROTHERIDGE, C., and LEE, R. (2003). Development and validation of the Emotional Labour Scale. *Journal of Occupational and Organizational Psychology*, 76, 365-379.
- BULDUK, S., TOSUN, H., ARDIÇ, E., (2011). Turkiye Kültürleri Arası Duyarlılık Ölçeğinin Hemşirelik Öğrencilerinde Olumsuz Özellikleri, *Turkiye Klinikleri J Med Ethics*, Cilt:19 Sayı:1, 25-31.
- CHEN GM. (1997) A review of the concept of intercultural sensitivity. *Proceeding of the Biennial Convention of Pacific and Asian Communication Association*, Jan Honolulu, Hawaii. Bloomington: Eric, 509-28.
- CHEN GM, Starosta W. The development and validation of the Intercultural Sensitivity Scale. *Human Communication* 2000; 3(1): 2-14.
- CHU, K. H. ve Murrmann, S. K. (2006) “Development and Validation of the Hospitality Emotional Labor Scale” *Tourism Management* . 27: 1181-1191
- ÇELİK, M., TURUNÇ, Ö., (2011), Duygusal emek ve psikolojik sıkıntı: iş-aile çatışmasının aracılık etkisi, *İstanbul Üniversitesi İşletme Fakültesi Dergisi*, Cilt/Vol:40, Sayı/No:2, ss. 226-250.
- ÇOBAN, A.E., KARAMAN N.G., DOĞAN, T., (2010). “Öğretmen Adaylarının Kültürel Farklılıklara Yönelik Bakış Açılarının Çeşitli Demografik Değişkenlere Göre İncelenmesi”, *Abant İzzet Baysal Üniversitesi Dergisi* Cilt:10 Sayı:1, 125-131.
- DE MOOIJ, M., & HOFSTEDE, G. (2002). Convergence and divergence in consumer behavior: implications for international retailing. *Journal of retailing*, 78(1), 61-69.
- DIEFENDORFF, J., CROYLE, M., and GOSSERAND, R. (2005). The dimensionality and antecedents of emotional labor strategie. *Journal of Vocational Behavior*, 339-357.
- DURMUŞ, B., YURTKORU, S. VE ÇİNKO, M. (2013). *Sosyal Bilimlerde SPSS’le Veri Analizi*. 6.Baskı, İstanbul: Beta Basım Yayım.
- FRITZ, W., MOLLENBERG, A., & CHEN, G.(2001).. Measuring intercultural sensitivity in different cultural context. Paper presented at the Biannual Meeting of the International Association for Intercultural Communication Studies, July 24-29, Hong Kong. (ERIC Document Reproduction Service No. ED 456491). Cilt:20 Sayı:2, 307-313.
- GELDEREN, B., KONIJN, E., and BAKKER, A. (2016). Emotional labor among police officers: a diary study relating strain, emotional labor, and service performance. *The International Journal of Human Resource Management*, 1-28.
- GOPALAN, R., and NARAYAN, B. (2010), ‘Improving Customer Experience in Tourism: A Framework for Stakeholder Collaboration,’ *Socio-Economic Planning Sciences*, 44, 2, 100–112. 9
- GRANDEY, A. (2000) “Emotion Regulation In The Workplace: A New Way to Conceptualize Emotional Labor” *Journal of Occupational Health Psychology*, 5: 95–110.
- GRANDEY, A. (2003), “When The Show must go on: Surface Acting and Deep Acting as Determinants of Emotional Exhaustion and Peer-rated Service Delivery”, *Academy of Management Journal*, 46, S. 86-96.
- GRANDEY, A.A., FİSK, G.,M. and STEİNER, D.D. (2005). Must „Service With a Smile“ Be Stressful? The Moderating Role of Personal Control for American and French Employees. *Journal of Applied Psychology*. 90(5), 893-904.

- HAMMER, R. MITCHELL; BENNETT J. MILTON; WISEMAN, RICHARD (2003). Measuring Intercultural Sensitivity: The Intercultural Development Inventory. *International Journal Of Intercultural Relations*, 27, 421-443.
- HOCHSCHILD, A. R. (1983). *The Managed Heart*. University of California Press.
- HOFSTEDE, G. (1980). *Culture's Consequences: International Differences in Work-Related Values*. Beverly Hills, CA: Sage.
- HOFSTEDE, G., & Bond, M. H. (1988). *The Confucius connection: from cultural roots to economic growth*. *Organizational Dynamics*, 16, 4-21.
- HOFSTEDE, G. (1991). *Organizations and cultures: Software of the mind*. McGrawHill, New York.
- HOFSTEDE, G. (2001). *Culture's Consequences: Comparing Values, Behaviors, Institutions and Organizations across Nations*. Thousand Oaks, CA: Sage (co-published in the PRC as Vol. 10 in the Shanghai Foreign Language Education Press *SFLEP Intercultural Communication Reference Series*, 2008).
- HOFSTEDE, G., & MINKOV, M. (2010). *Cultures and Organizations: Software of the Mind* (Rev. 3rd ed.). New York: McGraw-Hill.
- HOFSTEDE, G. (2011). *Dimensionalizing cultures: The Hofstede model in context*. *Online Readings in Psychology and Culture*, 2(1): 8.
- HOFSTEDE, G (2014a). *Dimensions of National Cultures*. Retrieved from: <http://geerthofstede.nl/dimensions-of-national-cultures>.
- HUANG, S. S., & CROTTS, J. (2019). Relationships between Hofstede's cultural dimensions and tourist satisfaction: A cross-country cross-sample examination. *Tourism Management*, 72, 232-241.
- HULSHEGER, U.R. and SCHEWE, A.F. (2011). On the costs and beliefs of emotional labor: A meta analysis of three decades of research. *Journal of Occupational Health Psychology*, 16(3), 361-389.
- JUDGE, T. A., WOOLF, E. F., & HURST, C. (2009). Is emotional labor more difficult for some than for others? A multilevel, experience-sampling study. *Personnel Psychology*, 62, 57-88.
- KARATEPE, O.M. and ALESHINLOYE, K.D. (2009), "Emotional dissonance and emotional exhaustion among hotel employees in Nigeria", *International Journal of Hospitality Management*, Vol. 28 No. 3, pp. 349-58.
- KARATEPE, O. (2011). Do job resources moderate the effect of emotional dissonance on burnout? A study in the city of Ankara, Turkey. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 44-65.
- KARATEPE, O., and CHOUBTARASH, H. (2014). The effects of perceived crowding, emotional dissonance, and emotional exhaustion on critical job outcomes: A study of ground staff in the airline industry. *Journal of Air Transport Management*, 182191
- KAYA, U. ve ÖZHAN, Ç. K. (2012). Duygusal emek ve tükenmişlik ilişkisi: Turist rehberleri üzerine bir araştırma. *Çalışma İlişkileri Dergisi*.3(2), 109-130.
- KEDMENEK, I., & STRAŠEK, S. (2017). Are some cultures more favourable for social entrepreneurship than others?. *Economic research-Ekonomska istraživanja*, 30(1), 1461-1476.
- KİM, C.; Lee, S. (2000). Understanding The Cultural Differences In Tourist Motivation Between Anglo American And Japanese Tourist. *Journal Of Travel And Tourism Marketing*, 9(2), 153-170
- KİM, H. J. (2008) "Hotel Service Providers' Emotional Labor: The Antecedents and Effects on Burnout" *International Journal of Hospitality Management*, 27: 151-161.
- KİM, H. J., HUR, W.-M., MOON, T.-W., and JUN, J.-K. (2017). Is all support equal? The moderating effects of supervisor, coworker, and organizational support on the link between emotional labor and job performance. *Business Research Quarterly*, 1-13.
- KOC, E. (2010). Services and conflict management: Cultural and European integration perspectives. *International Journal of Intercultural Relations*, 34(1), 88-96.
- KOC, E. (2013). Power distance and its implications for upward communication and empowerment: Crisis management and recovery in hospitality service, *International Journal of Human Resource Management*, 24(19): 3681-3696.
- KOKKRANİKAL, J., WILSON, J., and CRONJE, P. (2011), *Human Empowerment, Management and Tourism*, in *Strategic Management in Tourism* (2nd ed.), Wallingford: CAB International, pp. 158-181.

- KORSAKIENĖ, R., & GURINA, O. (2012). Does national culture significantly impact organizational culture at SMEs. *Journal of security and sustainability issues*, 1, 219-228.
- LEE, J., and OK, C. (2012). Reducing burnout and enhancing job satisfaction: Critical role of hotel employees' emotional intelligence and emotional labor. *International Journal of Hospitality Management*, 1101-1112.
- LEE, J., and OK, C. (2015). Examination Of Factors Affecting Hotel Employees' Service Orientation. An Emotional Labor Perspective. *Journal of Hospitality and Tourism Research*, 437-468.
- LEE, J., OK, C., and HWANG, J. (2016). An emotional labor perspective on the relationship between customer orientation and job satisfaction. *International Journal of Hospitality Management*, 139-150.
- LÌ, X.R., LAÌ, C., HARRILL, R., KLÌNE, S., and WANG, L. (2011), 'When East Meets West: An Exploratory Study on Chinese Outbound Tourists' Travel Expectations,' *Tourism Management*, 32, 4, 741-749.
- LÌN, J.S.C., and LÌANG, H.Y. (2011), 'The Influence of Service Environments on Customer Emotion and Service Outcomes,' *Managing Service Quality*, 21, 4, 350-372
- LÓPEZ-DUARTE, C., & VÍDAL-SUÁREZ, M. M. (2013). Cultural distance and the choice between wholly owned subsidiaries and joint ventures. *Journal of Business Research*, 66(11), 2252-2261.
- MACKINTOSH, C. (2013), 'WEE1 accumulation and deregulation of S-phase proteins mediate MLN4924 potent inhibitory effect on Ewing sarcoma cells.' *Oncogene* 32, 1441-1451.
- MATZLER, K., STROBL, A., Stokburger-Sauer, N., Bobovnický, A., & Bauer, F. (2016). Brand personality and culture: The role of cultural differences on the impact of brand personality perceptions on tourists' visit intentions. *Tourism Management*, 52, 507-520.
- MCMURRAY, A. (2007). Measuring intercultural sensitivity of international and domestic college students: The impact of international travel. (Unpublished master's thesis), University of Florida, Florida, US
- MÌHALIČ, T.; FENNELL, D. (2014), 'In pursuit of a more just international tourism: the concept of trading tourism rights.' *J. Sustain. Tour.* 23, 1-19.
- MÌNKOV, M., & HOFSTEDÉ, G. (2010). Hofstede's fifth dimension: New evidence from the World Values Survey. *Journal of CrossCultural Psychology*, 0022022110388567.
- MONTOYA, D.Y., and BRIGGS, E. (2013), 'Shared Ethnicity Effects on Service Encounters: A Study Across Three U.S. Subcultures,' *Journal of Business Research*, 66, 13, 314-320.
- MORRIS, J., and FELDMAN, D. (1996). The Dimensions, Antecedents, and Consequences of Emotional Labor. *The Academy of Management Review*, 986-1010.
- MULVANEY, R., ALEMANY, O., POSSENTI, P., 2007. The Berkner Island (Antarctica) ice-coredrilling project. *Ann. Glaciol.* 47 (1), 115-124
- NEELS, V. (2012). *The Effects of Age and Emotional Labor on Decision Making*. Minneapolis: Walden University.
- NEWNHAM, M. (2017). A comparison of the enactment and consequences of emotional labor between frontline hotel workers in two contrasting societal culture. *Journal of Human Resources in Hospitality and Tourism*, 192-214.
- NIXON, A. E., YANG, L. Q., SPECTOR, P. E., & ZHANG, X. C. (2010). Emotional labor in China: Do perceived organizational support and gender moderate the process? *Stress & Health*, 27, 289-305
- NG, C. S. P. (2013). Intention to purchase on social commerce websites across cultures: A cross-regional study. *Information & management*, 50(8), 609-620.
- ORAL, L., ve KÖSE,S.(2011). Hekimlerin duygusal emek kullanımı ile iç doyum ve tükenmişlik düzeyleri arasındaki ilişkiler üzerinde bir araştırma. Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 16(2).463-492
- ÖZBİNGÖL, Z. B. (2013). Impact of Emotional Labor on Organizational Outcomes: A Comparative Study in Public And Private Universitiesİstanbul: Marmara Üniversitesi.
- PALA, T., ve TEPECİ, M. (2014). Otel İşletmelerinde Çalışanların Duygusal Emek Boyutlarının Belirlenmesi ve Duygusal Emek Boyutlarının İş Tatmini ve İşte Kalma Niyeti Üzerine Etkisi. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi*, 21-37.

PALA, T. ve SÜRGEVİL, O. (2016), Duygusal Emek Ölçeği: Ölçek Geliştirme, Güvenilirlik ve Geçerlilik Çalışması, Ege Akademik Bakış, Cilt 16, Sayı 4, SS. 773 / 787

PENBEK, Ş., YURDAKUL, D. & CERIT, A. G. (2009). Intercultural Communication Competence: A Study about the Intercultural Sensitivity of University Students Based on Their Education and International Experiences. A Paper Presented European and Mediterranean Conference on Information Systems 2009 (EMCIS2009). July 13-14 2009, Crowne Plaza Hotel, İzmir.

POLİMENİ A., (2015). The Impact of Social Support on Officer's Willingness to Report Suicidal Ideations Due to Emotional Labor. Chicago: The Chicago School of Professional Psychology.

POOKULANGARA, S., AND KOESLER, K. (2011), 'Cultural Influence on Consumers' Usage of Social Networks and its' Impact on Online Purchase Intentions,' Journal of Retailing and Consumer Services, 18, 4, 348-354.

RAMAN, P., SAMBASIVAN, M., AND KUMAR, N. (2016), "Counterproductive work behavior among frontline government employees: Role of personality, emotional intelligence, affectivity, emotional labor, and emotional exhaustion." Revista de Psicología del Trabajo y de las Organizaciones, 32(1), 25-37.

SAMAHA, S. A., BECK, J. T., & PALMATIER, R. W. (2014). The role of culture in international relationship marketing. *Journal of Marketing*, 78(5), 78-98.

SCHAÏBLE, L., AND SIX, M. (2016). Emotional Strategies of Police and Their Varying Consequences for Burnout. *Police Quarterly*, 3-31.

SHARMA, P., TAM, J.L.M., and KİM, N. (2009), 'Demystifying Intercultural Service Encounters Toward a Comprehensive Conceptual Framework,' Journal of Service Research, 12, 2, 227-242.

SIVAKUMAR, K., & NAKATA, C. (2001). The stampede toward Hofstede's framework: Avoiding the sample design pit in cross-cultural research. *Journal of international business studies*, 32(3), 555-574.

SIZOO, S., PLANK, R., ISKAT, W., and SERRİE, H. (2005), 'The Effect of Intercultural Sensitivity on Employee Performance in Cross Cultural Service Encounters,' Journal of Services Marketing, 19, 4, 245-255.

SONDERGAARD, M. (1994). Research note: Hofstede's consequences: a study of reviews, citations and replications. *Organization studies*, 15(3), 447-456.

STOERMER, S., BADER, A. K., & FROESE, F. J. (2016). Culture matters: the influence of national culture on inclusion climate. *Cross Cultural & Strategic Management*, 23(2), 287-305.

TRUTA, C. (2014). Emotional labor and motivation in teacher. *Procedia - Social and Behavioral Sciences*, 791-795.

TSAKUMİS, G. T., CURATOLA, A. P., & PORCANO, T. M. (2007). The relation between national cultural dimensions and tax evasion. *Journal of international accounting, auditing and taxation*, 16(2), 131-147.

ÜNLÜ, O., YÜRÜR, S., (2011), Duygusal Emek, Duygusal Tükenme Ve Görev/ Bağlamsal Performans İlişkisi: Yalova'da Hizmet Sektörü Çalışanları İle Bir Araştırma, Erciyes Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, Sayı: 37, ss.183-207.

VAN DER VEGT, G.S., VAN DE VLIERT, E., 2005. Effects of perceived skill dissimilarity and task interdependence on helping in work teams. *Journal of Management* 31 (1), 73-89.

WANG, K.T., CASTRO, A.J., CUNNINGHAM, Y.L., (2014), "Are Perfectionism, Individualism, and Racial Color-Blindness Associated With Less Cultural Sensitivity? Exploring Diversity Awareness in White Prospective Teachers", *Journal of Diversity in Higher Education*, Cilt:3 Sayı:7, 211-225.

WANG, X., WANG, G., AND HOU, W. C. (2016). Effects Of Emotional Labor and Adaptive Selling Behaviour on Job Performance. *Social Behaviour and Personality*, 801814.

WOO, V. (2013). The Perks and Pitfalls of Emotional Labor: A Conservation of Resources Approach. New York: Hofstra University.

WTTC, W. (2017). Travel & Tourism; Economic Impact 2017 Ecuador. Madrid: World Travel & Tourism Council.

YAŞAR YS. (2014). Dimensions of Culture: Indulgence and Restraint in Academic Life in Turkey. Master Thesis. Istanbul: The Republic of Turkey Bahçeşehir University.

YASEEN, S. G., & Al OMOUSH, K. S. (2012). Toward Developing a Model of Facebook Adoption Among Arab People. *Humanities and Social Sciences Review*, 1(2), 69-76.

YILDIRIM, E. VE BARUTÇU, M. T. (2016). How uncertainty avoidance, power distance and indulgence affect social commerce expenditure? An investigation based on Facebook. *International Journal of Science Culture and Sport*, 4(4), 2148-1148.

YILMAZ, F., GÖÇEN, S., (2013), “Sınıf Öğretmeni Adaylarının Kültürlerarası Duyarlılık Hakkındaki Görüşlerinin Farklı Değişkenlere Göre İncelenmesi”, Adıyaman Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, Cilt:15 Sayı:6, 373-392.

ZAPF, D., AND HOLZ, M. (2006). On the positive and negative effects of emotion work in organization. *European Journal of Work and Organizational Psychology*, 1-28.

ZEİTHAML, V., BİTNER, M. and GREMLER, D. (2013), *Services Marketing: Integrating Customer Focus Across the Firm* (6th ed.). McGrawHill, Boston, MA.