

## DUYGUSAL ZEKÂ İLE İŞ DOYUMU İLİŐKİSİ: TR 64 BÖLGESİNDE MARKET ZİNCİRİ ÇALIŞANLARI ÜZERİNE ALAN ARAŐTIRMASI

Berna Çanga ÖNAL<sup>1</sup>  
Doç. Dr. Elif Hatun KILIÇBEYLİ<sup>2</sup>  
Derya Eteman KAYA<sup>3</sup>

### ÖZET

Bu çalışmanın amacı, TR 64 bölgesinde satış ve hizmet sektöründe çalışanlara ilişkin Duygusal Zekâ (DZ) ile iş doyumunu düzeyi arasındaki ilişkiyi araştırmaktır. İşletmelerde duygusal zekâ düzeyinin gelişimi, çalışanlar tarafından farkındalığı ve çalışma ortamında kullanılarak değerlendirilmesi, kurumsal gelişim boyutuna önemli katkılar yaratabilmektedir. İş doyumunu, kişinin kendisi ve işi arasında kurduğu duygusal bağ olarak tanımlanmasının yanı sıra, iş doyumunu etkileyen fazla sayıda farklı etmenler vardır. Çalışan personelin, çalışmakta olduğu iş ortamının fiziki ve psikolojik koşullarına göre duyguları, kişiliği ile yeniden şekillenerek, maddi ve manevi kazanım beklentilerini doğrudan etkileyebilmektedir. Çalışma süresi boyunca da iş doyumunu, hem bireysel hem de sosyal gelişmelere ve değişimlere göre yükselen yoğunlukla devam eden önemli bir faktördür. Araştırma, 2018-2019 yılları aralığında Türkiye'nin TR 64 bölgesini oluşturan Adana ve Mersin illeri merkez ve ilçelerinde bulunan bir market zinciri ve araştırmaya dâhil edilen beyaz yakalı çalışanları üzerine gerçekleştirilmiştir. Satış ve hizmet sektörlerini kapsayan bu market zincirinin kurumsal yapılanması incelenerek beyaz yakalı çalışanların görev tanımı, statü ve özlük hakları ölçeklendirilerek belirlenmiştir. Hedef evreni olan 206 beyaz yakalı çalışan, araştırmanın örneklem sayısıdır. Bu araştırmada duygusal zekâ düzeylerini saptamak için Schutte'nin Gözden Geçirilmiş Duygusal Zekâ Ölçeği, iş doyumunu düzeylerinin saptanması için ise Tezer İş Doyumu Ölçeği kullanılmıştır. Bulguların analizinde, Schutte Duygusal Zekâ Ölçeğinin alt boyutu olan iyimserlik/ruh halinin düzenlenmesi düzeyi ile iş doyumunu düzeyi arasında her düzeyde anlamlı bir ilişki tespit edilmemiş, ancak iyimserlik düzeyinin orta kategoride yüksekliği ile iş doyumunu düzeyi arasında anlamlı farklılığın varlığı tespit edilmiştir. Bulgular ilgili alanyazın dikkate alınarak tartışılmıştır.

**Anahtar Kelimeler:** Duygusal Zekâ, İş Doyumu, İyimserlik, Çalışma Performansı, TR64.

<sup>1</sup> Araştırmacı, ORCID: 0000-0002-7955-879X, bernacanga.onal@gmail.com

<sup>2</sup> Alparslan Türkeş Bilim ve Teknoloji Üniversitesi, ORCID: 0000-0001-8263-2009, ehkilibeyli@atu.edu.tr

<sup>3</sup> Araştırmacı, ORCID: 0000-0003-4068-6230, deryaeteman@hotmail.com

Araştırma Makalesi/Research Article, Geliş Tarihi/Received:05/07/2021–Kabul Tarihi/Accepted: 28/07/2021

## ASSOCIATING EMOTIONAL INTELLIGENCE WITH JOB SATISFACTION: FIELD RESEARCH ON GROCERY CHAIN EMPLOYEES IN TR 64 REGION IN TURKEY

### ABSTRACT

The aim of this study is to investigate the relationship between Emotional Intelligence (EI) and job satisfaction level of employees working in sales and service sector in TR 64 region. The development of the level of emotional intelligence in businesses, its awareness by employees and its use in the working environment can make significant contributions to the dimension of corporate development. In addition to being defined as the emotional bond that a person establishes between himself and his job, there are many different factors that affect job satisfaction. According to the physical and psychological conditions of the working environment, the emotions of the working personnel can be reshaped with their personality and directly affect their expectations of material and spiritual gain. During the working period, job satisfaction is an important factor that continues with increasing intensity according to both individual and social developments and changes. The research was carried out on the white-collar employees of a supermarket chain in the center and districts of Adana and Mersin, which constitute the TR 64 region of Turkey, between the years 2018-2019. The corporate structure of this market chain, which covers the sales and service sectors, was examined and the job description, status and personal rights of white-collar employees were determined by scaling. The target population of 206 white-collar workers is the sample number of the research. In this study, Schutte's Revised Emotional Intelligence Scale was used to determine the levels of Emotional Intelligence, and the Tezer Job Satisfaction Scale was used to determine the levels of Job Satisfaction. In the analysis of the findings, no significant relationship was found between the level of optimism/mood regulation, which is the sub-dimension of the Schutte Emotional Intelligence Scale, and the level of job satisfaction at all levels, but there was a significant difference between the high level of optimism in the middle category and the level of job satisfaction. Findings are discussed taking into account the relevant literature.

**Keywords:** Emotional Intelligence, Job Satisfaction, Optimism, Work Performance, TR64.

### GİRİŞ

Duygusal Zekâ (DZ), günümüzde gerek bilimsel alışmalarda, gerekse diğer alanlarda odaklanılan ve önemi vurgulanan evrensel bir kavramdır. En kısa tanımını ile, kişinin kendinin ve karşısındakinin duygularının farkında olmasıdır. Duygularının yönetimi olan DZ, 1990'lı yıllardan itibaren yaygın bir şekilde dikkatleri üzerinde toplamıştır (Goleman, 2011). Duygusal zekâ kavramının literatüre geçmesini sağlayan Salovey ve Mayer olmuştur. Salovey ve Mayer'e (1990:189) göre duygusal zekâ; bireylerin kendi duygularını ve diğer bireylerin duygularını algılaması, ifade edebilmesi, empati kurabilmesi; algıladığı duyguları, becerisi ile ayırt edip kullanabilmesi ve düzenleyebilmesidir (Avcı, 2018:207). DZ, hem akademik hem de günlük yaşamda farklı bağlamalarla çalışmalara konu olmaktadır.

DZ kavramı, çalışma hayatında müşteri odaklılık (Varinli, Yaraş ve Başalp, 2009), insan kaynakları gelişimi ve örgütsel verimlilik (Brooks ve Nafukho, 2005) alanındaki araştırmalara konu olmaktadır. DZ'nin eğitimle geliştirilebilmesi, önemi ve sonuçları üzerinde yapılan çok sayıda araştırma ve uygulama projeleri alanyazında yer almaktadır (Mattinly ve Kraiger, 2019). İletişimde, nüfus artışı ile oluşan yoğunluğun artması, iletişim kanallarının çeşitlenmesi ile kültürel etkileşimin yaygınlaşması, iletişim alanındaki çalışmalarında DZ bağlamında ele alınmasını teşvik etmiştir (Kaya, 2010). Çalışma hayatında önemli bir yer tutan “kurumsal örgütlenme” ve “iş psikolojisi”ndeki gelişmeler, alışanların DZ özelliklerinin fark edilerek odaklanılmasına destek sağlamıştır (Gerrig ve Zimbardo, 2015).

İlk kez 1920 yılında E. L. Thorndike zekâ kavramını, soyut (analitik), somut (mekanik) ve sosyal olmak üzere üç türde inceleyerek, DZ'nin içeriği ile örtüşen “Sosyal Zekâ” kavramını ifade etmiştir. Bu bağlamda E. L. Thorndike sosyal zekâyı, hem davranışsal hem bilişsel unsurlarla oluşan bir tür “insanları anlama ve yönetme” zekâsı şeklinde açıklamıştır (Aksoy, 2012). Salavoy ve Mayer (1993) geliştirdikleri ölçek ile DZ (Yelkikalan, 2006:42) üzerindeki ilk sistemli çalışmayı gerçekleştirmişlerdir. Belirtilen alışmada DZ, sosyal zekânın bir alt boyutu olarak tanımlanmış, fayda ve yetenek bazında ele alınmıştır. Salavoy ve Mayer DZ'yi duyguları anlamak, ifade etmek ve kullanmak üzere üçlü bir yapıda çalışmışlardır. 1990'lı yıllarla birlikte çok dikkat çeken DZ, entelektüel zekânın bilişsel yeteneklerle sınırlı yaklaşımından farklı olarak, duyguları “kişisel zekânın öz bilincin anahtarı” şeklinde ele alarak duygu ile düşüncenin bütünselliğinden hareketle kendinin ve karşısındakinin duygularını anlamak, farkında olmak ve davranışını buna göre yönlendirmek olarak tanımlanmıştır (akar, Arbak, 2004).

DZ'ye yüklenen önem, iş yaşamında da benzer bir gelişme göstermiştir. İş yaşamındaki başarının, sadece zekâ ve katsayısı ile değil; DZ ile birlikte elde edilebilirliğinin anlaşılması sonucu, karlılıklarda inişler ve ıkışlar, yeni satış kanallarının gelişmesi ile önlenemeyen değişim, piyasadaki rekabetlerin ortaya çıkışı, krizler, mevcut şirketlerin uyumu ve yenilik arayışları, iş yaşamında DZ'ye olan ilgi ve önemin artmasına yol açmıştır (Goleman, 2007). Bugünün iş dünyasında çalışanlarına ve özellikle yöneticilerine farklı kişisel beceriler kazandırarak, farklı artı katma değer yaratma hedefi örgüt kültürü ve stratejileri içerisinde yer almaktadır.

DZ'nin alt boyutları özbilinç, öz yönetim ve empatidir. Özbilinte kişi sahip olduğu içsel duyguları evre ile iletişimde kullanır. Özbilinte kişi duygularının farkındadır ve düzenleyebilir. evresi ile ilgili bilinçli değerlendirme yapan birey duygu ve düşüncelerine yön verir ve dış çevresine karşı olumlu davranışlar geliştirir (Weisinger, 1998:42). Özbilinç bilişsel zekâ ile de ilgilidir ve duygusal zekâ gelişiminde etkin rol oynar (Goleman vd, 2002: 16). Özbilinç kişide öz yönetim ile sonuçlanmaktadır. Öz yönetim, çevresel uyarıcılara karşı kişinin duygularını kontrol etmesi ve yönetmesidir (Uysal, Mammadov, 2021:35).

Bu alışmada, DZ düzeyleri ile iş doyumunu düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmıştır. Doğrudan nihai tketickiye satış ve hizmet sunan sektörü, rekabetin yüksek olduğu ve nihai mşteriyeye yoğun hizmet veren, mal tedariki ve personel yoğunluğu açısından kendine özgü Őartlara sahip bir sektördür (Giaccone, Nunzio, 2012). Perakende sektöründeki Őirketler, yenilikçi ve yaratıcı tedarik zinciri çözümleri, pazarlama ve satış modelleri, yönetim araçları, tüketiciler karar verme araçları ve yöntemleri, veri analizleri karlılık ve tüketiciler yönetimi üzerinde çalışmalar yapmaktadır (Grewal, 2017). Bu sektörde çalışanlar geniş bir müşteri kitlesi ile yoğun bir ilişki içerisinde. Buna ek olarak, hizmetin mşteriyeye aksamadan kaliteli ulaştırılması, gerekliliği ve zorunluluğu, rekabetçi Őartlarda oldukça zorlayıcı durumlardır. Beyaz yakalı alışanların DZ düzeyleri ve bunun iş süreçlerinde katma değer yaratmasıyla beraber, bu sektör çalışanlarının daha üretken ve doğgun iş ortamları sağlaması önem kazanmaktadır (Lopes, Grewal, Kadis, Gall ve Salovey, 2006). Bir başka ifadeyle, alışanların DZ düzeylerinin artması kendilerinin iş doyumunu ve Őirket açısından da iş üretkenliğini artırması olasılığını glendirebilir. Bu alışma satış ve hizmet sektöründe gerçekleştirilmiştir.

Bu bilgilerin temelinde, market zincirinin görev tanımı, yetki ve sorumluluğu ile mağazanın n yüzünü oluşturan ve Őirketin hedeflere ulaşmada öncelikli tanımladığı beyaz yakalı alışanların DZ durumları ile iş doyumunu arasındaki ilişkinin incelenmesi amaçlanmaktadır. Böylelikle bu araştırma ile Türkiye’de satış ve hizmet sektöründe aktif çalışanlar hakkında literatüre zgn bir katkı sağlanacağı düşünülmektedir.

## 1. KAVRAMSAL ÇERÇEVE

*a. Duygu.* Duygular, enerjinin, etkinliğin ve bilginin kaynağıdır (Mumcuoğlu, 2002). Duygularla ilgili ilk sistemli yaklaşım, C. Darwin tarafından 1872 yılında ortaya konmuştur. Darwin duyguların sınıflandırılmasını ve yüz ifadeleri ile yansıtılan duyguların tanımlamasını yapmıştır. Daha sonra duygusal etkilenirlik, duyuş Őiddeti veya duyguların güçlülüğü ve duyguları dışa vurma yollarındaki farklılıklar duyguları tanımlamakta kullanılan kriterler olarak varsayılmıştır (Burger, 2006). Bu ltlerle duyguların evrenselliği savı güçlenmiş ve duygu, fizyolojik uyarılmayı, hisleri, bilişsel süreçleri, gözle görülebilir ifadeleri ve kişisel olarak önemli görülen bir duruma karşılık olarak belirli davranışsal tepkileri içeren bedensel ve zihinsel değişimlerin karmaşık Őekli” olarak geniş kapsamlı tanımlanmıştır (Gerrig ve Zimbardo, 2015). Duygu kuramlarına önemli bir gelişme, duyguların biyolojik, bilişsel, fizyolojik ve nöronlarla ilişkili olarak ele alınmasını sağlayan yaklaşımların geliştirilmesidir. Bu sayede duyguların fizyolojik, biyokimyasal yapılarla ilişkilendirilebilmesi, duyguları bilimsel olarak tanımlayıp, kategorize edebilmeye imkn sağlamıştır. Başka bir ifade ile duyguları, bilimsel olarak daha iyi anlama, tanıma açıklama sürecindeki gelişmeler DZ kuramlarının, beynin işleyişinde var olan diğer yapılardan zekâ ile birlikte ele alınmasına bilimsel dayanak sağlamıştır.

*b. Zekâ.* Duygusal zekânın kavramsal bütünlüğü içerisindeki ikinci kavram, zekâdır. Zekânın güncel genel tanımı “Zekâ, öğrenme ve uyum davranışlarını biçimlendiren soyut akıl yürütme, sorun çözme ve bilgi edinme kapasitesi gibi yetenekleri belirlemede kullanılan genel kavram”dır (Zeidner vd., 2012). İçerik konusu ise, günümüzde dahi çok netlik kazanamamıştır (Masaroğulları ve Koçakgöl, 2011). Zekâ ilk olarak entellektüel zekâ boyutu ile ele alınmıştır. Thorndike’in sosyal zekâ kavramı, zekâ kavramına duygu boyutunu kazandırmaya yönelik öncü bir çalışma olarak kabul edilebilir. Daha sonra 1927 yılında Spearman kişilerin farklı zekâ test puanları arasında güçlü bir korelasyon olduğunu belirleyerek, bütün entelektüel performansların aslında tek bir genel zekâ ile bağlantılı olduğunu, ayrıca her alanın kendine özgü, ilgili becerileri içerdiğini ifade etmiştir (Gerrig ve Zimbardo, 2015). Sternberg 1999 yılında verimlilik performansına ilişkin soyut (analitik), yaratıcı ve uygulamalı zekâdan oluşan üçlü zekâ kuramını oluşturmuştur. Diğer yandan, Gardner “Çoklu Zekâ” kuramı ile zekâ kavramını; mantıksal, dilsel, doğa zekâsı, müzikal, uzamsal, bedensel kinestetik, kişilerarası ve kişiye ait olmak üzere 8 boyutlu bir model oluşturarak, kuramsal olarak en geniş içerikle tanımlamıştır (Goleman,1998). Çağdaş psikoloji çalışmaları, zekânın duygudan arındırılmış şeklinin tek başına hiçbir şey ifade edemeyeceğini, duygularını yönetemeyen bir bireyin, zekasını hiç yönetemeyeceğini ortaya çıkarmıştır (Avcı, 2019:54).

*c. İş Doymu Kavramı.* Kişilerin vaktinin çoğunu harcadığı iş yerindeki hoşnutsuzluğu ve memnuniyetsizliği, psikolojisini, sağlığını ve genel yaşamını olumsuz yönde etkileyebilmektedir. Çalışan için iş, fizyolojik ihtiyaçları karşılamadan ziyade sosyal ve psikolojik ihtiyaçların doymu için de önemlidir. Bundan dolayı çalışanların iş doyumlarını belirlemeye ve artırmaya yönelik çalışmalar hem kişisel hem de örgütsel ve toplumsal bir öneme sahiptir. Kişinin iş yerinde mutlu olması ve doymaya ulaşması psikolojik açıdan bir ihtiyaçtır (Eytmiş, Kaplan, 2021:76). İş doymu kişinin kendisi ve işi arasında kurduğu duygusal bağ olarak tanımlanır (Elias, 2001). Diğer bir tanım ise, işini yapanın işlerini yaparken işleri ve bununla ilgili yönleri nasıl hissettiği ile olarak ifade etmiştir (Aziri, 2011). İş doyumunu etkileyen birçok etmen vardır. Birey çalışma ortamına duyguları, kişiliği, beklentileri ile gelir; sonrasında ise, bulunduğu ortamda hem bireysel hem de sosyal süreçler yoğun olarak devam eder. İş doymu düşük düzeyde olan bireyler, işe güdülenmede zayıflıkları olan, diğer çalışanlarla sorun yaşama konusunda daha yüksek olasılıklı, işe devamsızlıkları daha yüksek ve işte olumsuz tutumları olan kişilerdir (Yağcı, 2016). Günümüzde çağdaş yönetim anlayışının gelişmesi ve çalışma yaşam kalitesinin artırılması çabaları ile yöneticilerden, işgörenlerin sağlık ve güvenliğini koruyucu şekilde çalışma koşulları sağlamaları beklenmektedir. Bu beklenti, hem yöneticilerin çalışanlara karşı yerine getirmesi gereken sorumluluğundan hem de iş doymu artırma amacından kaynaklanmaktadır. İş güvenliğinin sağlanması bireyin istenilen doğrultuda yönlendirilmesi ve belli bir amaç için harekete geçmesini sağlamaktadır (Eytmiş, Kaplan, 2021:80). Bireyin beklentileri, yaş, cinsiyet, eğitim ve duyguları, kişilik özellikleri, bilgi ve becerileri organizasyonun ondan bekledikleri ve bu örgütsel yapının sağladığı yönetsel modeller, maddi çalışma ortamı, sosyal ilişkileri, aldığı ücret gibi çok etmenli karmaşık ve çok kapsamlı süreçlerle ilişkilidir.

Bu nedenle iş doyumunu, öğrenme, motivasyon, bilişsel süreç, kişilik, stres, sağlık, iletişim, verimlilik gibi konular örgüt sosyolojisi, endüstriyel psikoloji, sosyal psikoloji alanlarında araştırmalara sıklıkla konu olmaktadır (Eğinli, 2009).

## 2. ARAşTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmanın amacı, TR64 bölgesinde satış ve hizmet sektöründe faaliyet gösteren market zincirinin beyaz yakalı çalışanlarının duygusal zekâ düzeyleri ile iş doyumunun düzeyleri arasındaki ilişkinin incelenmesidir. Sayılıtlar ise, araştırmanın örneklemine oluşturan çalışanların lme araçlarına verecekleri yanıtlar, onların gerçek görüş, duygu ve düşüncelerini yansıtmaktadır. Bu amaca yönelik olarak aşağıdaki sorulara yanıt aranmıştır:

1. Beyaz yakalı çalışanların iyimserlik/ruh halinin düzenlenmesi düzeyleri ile iş doyunluğu düzeyleri arasında ilişki var mıdır?
2. Beyaz yakalı çalışanların duygularının kullanım düzeyleri ile iş doyunluğu düzeyleri arasında ilişki var mıdır?
3. Beyaz yakalı çalışanların duygularını değerlendirme düzeyleri ile iş doyunluğu düzeyleri arasında ilişki var mıdır?

Bu alan alışması, TR64 bölgesini oluşturan Adana ve Mersin illerinin merkez ilçelerinde, satış ve hizmet sektöründe yer alan market zincirinin beyaz yakalı çalışanlarının duygusal zekâ düzeyleri ile iş doyumunu düzeyleri arasında ilişkiyi inceleyen betimsel araştırmadır.

*Evren ve rneklem Seçimi.* TR64 bölgesini oluşturan Adana ve Mersin illerinin merkez ilçelerinde, satış ve hizmet sektöründe faaliyet gösteren market zincirinin beyaz yakalı çalışan toplam 206 personeli bu çalışmanın hedef evrenini, örneklemine oluşturmuştur. Őirketin görev tanımı, statü, yetki ve sorumluluk ve özlük hakları kriterlerini esas alarak beyaz yakalı olarak tanımladığı çalışanlarından oluşan örneklem, market zincirinin Aralık 2018 tarihi itibarıyla toplam 1452 beyaz ve mavi yakalı çalışanı hali hazırda aktif olarak istihdam edilmektedir. 206 beyaz yakalı çalışandan 197 kişiye ulaşılmış; ancak eksik cevap nedeni ile 17 çalışanın ölçekleri değerlendirmeye alınmamıştır. Örneklem grubunun 18-38 yaş grubu 67,2; 39-47 yaş grubu %23,3 ve 48-68 yaş grubu %9,5'lik bir orana sahiptir. Cinsiyet dağılımı ise %42,3 kadın; %57,7 erkek şeklindedir. Katılımcıların %23,3 personel, %21,2 uzman, %13,8 müdür, %11,6, %19,1 Şef ve depo Şefi ve %11,1 kasa sorumlusu statsindedir. Eğitim dağılımı ise lise mezunu %33,9, lisans eğitimi alan %39,7, ön lisans mezunu %14,3, ilk ve ortaokul %10,6 ve yüksek lisans mezunu oranı %1,6'dır. Araştırma kapsamında çalışanların yaş, cinsiyet, eğitim düzeyi, çalışma ortamındaki statüleri tespit hakkında bilgi toplamak amacı ile araştırmacı tarafından geliştirilen kişisel demografik bilgi formu kullanılmıştır (Tablo 1).

**Tablo 1: Demografik Bilgiler**

		N	%
Cinsiyet	Kadın	80	42,3
	Erkek	109	57,7
	Toplam	189	100,0
Statü	Müdür	26	13,8
	Müdür Yrd	22	11,6
	Şef	17	9,0
	Depo Şefi	19	10,1
	Uzman	40	21,2
	Kasa Sorumlusu	21	11,1
	Personel	44	23,3
	Toplam	189	100,0
Eğitim	Okula Gitmemiş	1	,5
	İlkokul	12	6,3
	Ortaokul	7	3,7
	Lise	64	33,9
	Ön Lisans	27	14,3
	Lisans	75	39,7
	Yüksek Lisans	3	1,6
	Toplam	189	100,0

*Veri toplama araçları.* Bu araştırmada veriler, Schutte Gözden Geçirilmiş Duygusal Zekâ Ölçeği ve Tezer İş doyum Ölçeği olmak üzere iki ölçek kullanılarak toplanmıştır. Örneklem grubuna ölçekler, iş yerinin izni dâhilinde farklı zamanlarda olmak kaydı ile bizzat verilmiş ve cevaplandırılması sırasında bizzat bulunulmuştur.

*Schutte Gözden Geçirilmiş Duygusal Zekâ Ölçeği.* Schutte ve diğerleri tarafından geliştirilen Schutte Duygusal Zeka Ölçeği, kullanımı en yaygın olan duygusal zeka ölçüm araçlarından biridir. Schutte Duygusal Zeka Ölçeği ilk geliştirildiği şekliyle 33 madde ve tek faktörlü yapıdan meydana gelmektedir. Schutte Duygusal Zeka Ölçeği geçtiğimiz yıllarda Austin, Saklofese, Huang ve McKenney (2004) tarafından revize edilmiştir. Söz konusu çalışma çerçevesinde ölçek 33 maddeden 41 maddeye çıkarılmıştır (Filiz, Kaya, 2014:92). Schutte Duygusal Zekâ Ölçeği, Tatar, Tok ve Saltukoğlu (2011) tarafından Türkçeye kazandırıldıktan sonra geçerlilik ve güvenilirlik çalışmaları tamamlanmıştır. Ölçekte duygusal zekânın üç alt boyutu vardır; iyimserlik/ruh halinin düzenlenmesi, duyguların kullanılması, duyguların değerlendirilmesi. Beşli likert ile ölçülen bu alt boyutlardan iyimserlik/ruh halinin düzenlenmesi 12 soru ile; duyguların kullanılması 6 soru ile ve duyguların kullanımı ise 10 soru ile çalışanın kendi öz değerlendirmesini yaparak vereceği cevaplarla elde edilmektedir. İlgili alt boyutların doğrudan ifadelerin toplam puanından, tersine dönmüş ifadelerin toplam puanı çıkarılarak elde edilen değerler ölçek alt boyutlarının puanını oluşturmaktadır. Alt boyutlardan iyimserlik/ruh halinin düzenlenmesi ve duyguların değerlendirilmesi yanıtlara ilişkindir.

Ölçeğin Türkçe uyarlamasını sağlayan Tatar vd., (2011) tarafından yapılan çalışmada ölçeğin tutarlığı tespit edilmiştir. Ölçeğin Cronbach-Alpha iç tutarlık katsayısı bütünü için 0,82; alt boyutları için ise 0,75, 0,39 ve 0,76 olarak tespit edilmiştir. Ölçeğin bütünü için test-tekrar test güvenilirlik katsayısı bir hafta arayla (n=88)  $r=0,49$ , iki hafta arayla (n=85)  $r=0,56$  bulunmuştur. Ölçeğin ayırt edici geçerliliğini incelemek için ölçekle birlikte 100 kişiye Beş Faktör Kişilik Envanteri uygulanmıştır. Schutte Gözden Geçirilmiş Duygusal Zekâ Ölçeği ile kişilik özellikleri arasında -0,28 ile 0,34 arasında değişen anlamlı ilişkilere rastlanmıştır.

*Tezer İş Doyum Ölçeği.* Tezer tarafından (1991) yılında gerçekleştirilen İş Doyum Ölçeği ise, 10 sorudan oluşan bir ölçektir. Bu ölçekte yer alan sorulara verilen yanıtlar doyumsuzluk-doyum yönünde 1 ile 4 arasında puanlanmaktadır. Ölçekten alınabilecek en düşük puan 10, en yüksek puan 40'tır. Yüksek puan kişinin işinden sağladığı doyum düzeyinin yüksekliğine işaret etmektedir. Ölçeğin Spearman-Brown formülüyle hesaplanan güvenilirlik katsayısı 0.91'dir. İş Doyumu Ölçeğinin, araştırmanın örneklemini oluşturan 99 personelden elde edilen puanlar üzerinden Cronbach-Alpha formülü kullanılarak hesaplanan iç tutarlık katsayısı 0.81'dir. İş Doyumu Ölçeğinin geçerliliği, yapı geçerliği ve uyum geçerliği yöntemleri kullanılarak saptanmaya çalışılmıştır. İş Doyumu Ölçeğinin Yapı Geçerliği genel iş doyumunu ölçmek amacıyla geliştirilmiş olan İş Doyumu Ölçeğinin tek boyutlu bir yapıya sahip olup olmadığını saptamak amacıyla ölçeğin faktör yapısı Temel Bileşenler Faktör Çözümlemesi kullanılarak ve faktör sayısına herhangi bir sınırlama getirilmeksizin incelenmiştir.

#### 4. VERİLERİN ANALİZİ VE BULGULAR

Elde edilen verilerin analizi SPSS 23.0 aracılığı ile Anova, Tukey HSD testi Kruskal Wallis yöntemleriyle gerçekleştirilmiştir. İstatistik anlamlılık farkı =.05 olarak kabul edilmiştir.

**Tablo 2: Çalışanların Duyguları Değerlendirme Düzeylerine Göre İş Doyumu Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Düzeyleri**

İş Doyumu			
	N	$\bar{x}$	SS
Duyguların Değerlendirilmesi 1	30	35,83	4,69
Duyguların Değerlendirilmesi 2	133	33,20	4,71
Duyguların Değerlendirilmesi 3	26	30,38	5,75
Toplam	189	33,23	5,06

Tablo 2 incelendiğinde, duyguların değerlendirilmesi alt kategori için (1. kategori için) iş doyum ortalamasının 35,83, duyguların değerlendirilmesi orta kategori (2. kategori için) iş doyum ortalaması 33,20, duyguların değerlendirilmesi üst (3. kategori için) iş doyum ortalamasının 30,38 olarak hesaplandığı görülmektedir.



İş doyumunun duyguların değerlendirilmesine göre farklılık gösterip göstermediğini sınamak için Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) yürütülmüştür. ANOVA yürütülmeden önce duyguların değerlendirilmesi alt boyutunun her grubunda iş doyum puanlarının normal dağılıp dağılmadığı ve varyansların homojenliği incelenmiştir. Normallik sayıltısı incelenirken çarpıklık ve basıklık için, çarpıklık ve basıklık değerleri standart hatalarına bölünerek sonucun yani -3 ile +3 değerleri arasında anlamlı olup olmadığına bakılmış ve çarpıklık basıklık değerleri anlamlı bulunmuştur. Varyansların homojenliğini incelemek için yapılan Levene testi sonuçlarına göre varyanslar istatistiksel olarak anlamlı şekilde homojen tespit edilmiştir ( $p>0.05$ ).

**Tablo 3: Çalışanların İş Doyumunun Duygularının Değerlendirilmesi Düzeylerine Göre ANOVA Sonuçları**

	Kareler Toplamı	sd	Kare Ortalaması	F	P
Gruplar Arasında	413,917	2	206,959	8,757	0,000
Gruplar İçinde	4395,839	186	23,634		
Genel Toplam	4809,757	188			

Tablo 3 incelendiğinde, çalışanların iş doyum aritmetik ortalamalarının duyguların değerlendirilmesinin en az bir kategorisinde farklılık gösterdiği [ $F(1,186)=8,757$ ,  $P<0,05$ ] görülmektedir.

Hangi düzeyler arasında fark olduğunu görmek için Tukey's HSD testi kullanılmıştır. Alt kategorinin ( $n=30$ , ort.=35,83,  $SS=4,69$ ), orta ( $n=133$ , ort.=33,20,  $SS=4,71$ ) ve üst kategoriden ( $n=26$ , ort.=30,38,  $SS=5,75$ ) anlamlı düzeyde daha yüksek iş doyum düzeyine sahip olduğu görülmüştür. Ayrıca, orta kategorinin üst kategoriden anlamlı düzeyde daha yüksek iş doyum puanına sahip olduğu görüldü. İş doyum ile duyguların değerlendirilmesi toplam puanın arasındaki ilişkiye Pearson Korelasyon analizi ile bakıldı. Sonuçlar aşağıdaki tabloda verilmiştir.

**Tablo 4: İş Doyumu ile Duyguların Değerlendirilmesi Korelasyon Tablosu**

	Duyguların değerlendirilmesi	İş doyum
Duyguların değerlendirilmesi	-	-,280**

\*\* $p<0.01$

Tablo incelendiğinde iş doyum ile duyguların değerlendirilmesi arasında negatif yönde zayıf da olsa istatistiksel bakımdan anlamlı bir ilişki tespit edilmiştir ( $p<0.01$ ).

**Tablo 5: Çalışanların Duyguları Kullanma Düzeylerine Göre İş Doymu Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Düzeyleri**

İş Doymu			
	N	$\bar{x}$	SS
Duyguların Kullanımı 1	20	33	4,83
Duyguların Kullanımı 2	143	33,16	5,08
Duyguların Kullanımı 3	26	33,80	5,23
Toplam	189	33,23	5,06

Tablo 5 incelendiğinde, duyguların kullanımı alt kategori için (1. kategori için) iş doymu ortalamasının 33, duyguların kullanımı orta kategori (2. kategori için) iş doymu ortalaması 33,16, duyguların kullanımı üst (3. kategori için) iş doymu ortalamasının 33,80 olarak hesaplandığı görülmektedir

İş doymununun duyguların kullanımına göre farklılık gösterip göstermediğini sınamak için Tek Yönlü Varyans Analizi (ANOVA) yürütülmüştür. ANOVA yürütülmeden önce duyguların kullanımı alt boyutunun her grubunda iş doymu puanlarının normal dağılıp dağılmadığı ve varyansların homojenliği incelenmiştir. Normallik sayıtlısı incelenirken çarpıklık ve basıklık için, çarpıklık ve basıklık değerleri standart hatalarına bölünerek sonucun yani -3 ile +3 değerleri arasında anlamlı olup olmadığına bakılmış ve çarpıklık basıklık değerleri anlamlı bulunmuştur. Varyansların homojenliğini incelemek için yapılan Levene testi sonuçlarına göre varyanslar istatistiksel olarak anlamlı şekilde homojen tespit edilmiştir ( $p>0.05$ ).

**Tablo 6: Çalışanların İş Doymununun Duyguları Kullanma Düzeylerine Göre ANOVA Sonuçları**

	Kareler Toplamı	sd	Kare Ortalaması	F	P
Gruplar Arasında	10,417	2	5,209	0,202	0,817
Gruplar İçinde	4799,339	186	25,803		
Genel Toplam	4809,757	188			

Tablo 6 incelendiğinde, çalışanların iş doymu aritmetik ortalamalarının duyguların kullanılmasına göre farklılık göstermediği [ $F(2,186)=0,202$ ,  $P=0,817$ ] görülmektedir.

İş doymu ile duyguların kullanılması toplam puanın arasındaki ilişkiye Pearson Korelasyon analizi ile bakıldı. Sonuçlar Tablo 7’de verilmiştir.

**Tablo 7: İş Doymu ile Duyguların Kullanılması Korelasyon Tablosu**

	Duyguların kullanılması	İş doymu
Duyguların kullanılması	-	0,105

Tablo 7 incelendiğinde iş doyumunu ile duyguların değerlendirilmesi arasında istatistiksel bakımdan anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir ( $p>0.05$ ).

**Tablo 8. Çalışanların İyimserlik Düzeylerine Göre İş Doyumu Aritmetik Ortalama ve Standart Sapma Düzeyleri**

	İş Doyumu		
	N	$\bar{x}$	SS
İyimserlik 1	19	29,57	6,38
İyimserlik 2	147	33,74	4,62
İyimserlik 3	23	32,95	5,45
Toplam	189	33,23	5,06

Tablo 8 incelendiğinde, iyimserlik alt kategori için (1. kategori için) iş doyumunu ortalamasının 29,57, iyimserlik orta kategori (2. kategori için) iş doyumunu ortalaması 33,74, iyimserlik üst (3. kategori için) iş doyumunu ortalamasının 32,95 olarak hesaplandığı görülmektedir.

İyimserlik alt boyutunun her grubunda iş doyumunu puanlarının dağılımı ve varyansların homojenliği incelenmiştir. Normallik sayıtlısı incelenirken çarpıklık ve basıklık için, çarpıklık ve basıklık değerleri standart hatalarına bölünerek sonucun yani -3 ile +3 değerleri arasında anlamlı olup olmadığına bakılmış ve çarpıklık basıklık değerleri anlamsız bulunmuştur. Varyansların homojenliğini incelemek için yapılan Levene testi sonuçlarına göre varyansların homojen olmadığı sonucuna ulaşılmıştır ( $p<0.05$ ).

Çalışanların iyimserlik düzeylerine göre, iş doyumunun farklılık gösterip göstermediği Kruskal Wallis testi ile sınanmıştır. Kruskal Wallis testi sonucuna göre çalışanların iş doyumunun iyimserliğin en az bir kategorisinde farklılık [ $\chi^2(2, N=189) = 0,011$ ] gösterdiği görülmüştür. İkili karşılaştırmalarda orta kategorinin ( $n=147$ , ort.=33,74, SS=4,62) üst kategoriden ( $n=23$ , ort.=32,95, SS=5,45) anlamlı düzeyde daha yüksek iş doyum düzeyine sahip olduğu görülmüştür.

**Tablo 9: Çalışanların İş Doyumunun İyimserlik Düzeylerine Göre Kruskal Wallis Testi Sonuçları**

İş Doyumu	N	Sıra Ortalama	$\chi^2$	sd	p
İyimserlik 1	19	59,76			
İyimserlik 2	147	99,79	9,075	2	0,011*
İyimserlik 3	23	93,48			

\* $p<0.05$

İş doyumunu ile iyimserlik toplam puanı arasındaki ilişki Pearson Korelasyon analizi ile incelenmiştir.

**Tablo 10: İş Doyumu ile İyimserlik Korelasyon Tablosu**

	İyimserlik	İş doyumunu
İyimserlik	-	0,139

Tablo 10 incelendiğinde İş doyumunu ile iyimserlik arasında istatistiki olarak anlamlı bir ilişki tespit edilmemiştir ( $p>0.05$ ).

## TARTIşMA

Araştırmanın bulguları örnekleme grubunda, duygusal zekâ leğinin alt boyutları olan duyguların kullanılması, duyguların değerlendirilmesi ve iyimserlik/ruh hali düzeyleri ile iş doyumunu düzeyleri arasındaki ilişkide bir farklılık saptanmamıştır. Ayrıca DZ'nin bir alt boyutu olan duyguların kullanılması düzeyleri ile iş doyumunu düzeyleri arasında da anlamlı bir farklılaşma bulunmamıştır.

Ancak bulgular arasında anlamlı bir ilişkinin varlığını destekleyen; DZ'nin alt boyutu iyimserlik düzeyi orta kategoride olan grubun, st kategoriden daha yüksek düzeyde iş doyumunu düzeyine sahip olduğunu göstermektedir. İyimserlik düzeyinin düşük olanların iş doyumunu düzeyi arasında bir ilişki yokken, iyimserlik düzeyinin yüksek olması da iş doyumunda yüksek bir düzeyin varlığına işaret etmemektedir. Duyguların değerlendirilmesi alt boyutunda ise orta kategori, st düzey kategoriden ve alt kategori orta kategoriden daha yüksek iş doyumunu ilişkisini göstermiştir. Duyguların değerlendirilmesi alt boyutunda ise alt düzeyin ortada düzeyden orta düzeyin st düzeyden daha fazla iş doyumunun olduğu negatif bir farklılaşmanın olduğunu anlatmaktadır. Duyguların değerlendirilmesi düzeyi yükseldikçe, iş doyumunu düzeyi artış saptanmamaktadır. Sonucun yorumlanmasında ilk belirtilmesi gereken husus, için niteliği, çalışanlardan duygusal bir emek gerektirmesi, entellektüel zekânın etkisi, çalışma alanı, ücret, demografik veriler vb. birçok etmen DZ süreçlerini hem bireysel hem de sosyal ortam açısından etkileyebilmektedir. Bu nedenle araştırmanın sonucunu etkileyebilecek bu değerkenlerin göz önüne tutulması ve değerlendirmelere dâhil edilmesi, yordama gücünü artıracaktır (Matthews ve diğerleri, 2012: 259-267).

## SONUÇ

TR64 bölgesinde satış ve hizmet sektöründe faaliyet gösteren market zincir çalışanlarını kapsayan alan çalışmasında, DZ düzeyleri ile iş doyumunu düzeyi arasındaki olası ilişkinin incelenmesi sonucu, alan çalışmasına dahil edilen çalışan beyaz yakalı gruptan elde edilen bulgular; DZ'nin bir alt boyutu olan duyguların kullanılması ile iş doyumunu düzeyleri arasındaki ilişkide de istatistiki olarak anlamlı bir ilişki bulunmamıştır. Diğer bir alt boyutu olan iyimserlik/ruh halinin orta düzey kategorisi, st kategoride bulunan gruptan daha yüksek iş doyumunu düzeyini gösterirken, alt kategorinin orta ve st kategori ile ilişkisinde farklılaşma saptanmamıştır. DZ'nin bir alt boyutu olan duyguların değerlendirilmesinde ise orta düzey kategori, st düzey kategoriden ve alt düzey kategori de orta düzey kategoriden daha yüksek iş doyumunu ilişkisini göstermiştir.

İş doyumunu üzerinde duyguların kullanılması anlamlı bir farklılık yaratmazken; iyimserlik/ruh hali ve duyguların değerlendirilmesi farklı kategorilere göre ilişkide anlamlı bir farklılık getirebilmektedir. Çalışma hayatında iş doyumunu parametrelerini belirleyen DZ nitelikleri dışında da, başka birçok etmenin varlığından söz edilebilir.

Bu araştırma modeli DZ ile iş doyumunu etkileşimini tek yönlü bir ilişki yapısı içerisinde ele almıştır. Oysa, DZ düzeyleri ile iş üretimi, iş doyum düzeyleri arasında karşılıklı ve hatta bağımlı değişkenlerin kendi arasındaki ilişkinin anlamlı bir farklılık gösterebilecek çok yönlü etkileşim içerisinde olabileceği de varsayılabilir. Bu nedenle bulguların tartışılmasıyla yeniden değerlendirilmesi önemlidir. Çalışmanın sayıltılarını göz önünde tutulması önem kazanmaktadır. DZ'nin kuramsal savlarının farklı çalışma ve yaklaşımlara gerek olduğuna işaret edebilir. Psikolojide yeni bir çığır açan DZ zerindeki, bilimsel araştırmaların çoğalması ve birçok alanda yaygınlaşması sayesinde, bilimsel tabanından uzaklaşarak, neredeyse bir ticari nitelik kazanan ve bu nedenle de aşınmakta olan kavramın yeni boyutlarla kuramsal gözden geirilişine de katkısı sağlayabilecektir.

## KAYNAKÇA

- AKSOY, Z. (2012). Kültürlerarası İletişim ve Yönetimde Başarının Anahtarı: Kültürel Zekâ. New Communication Technologies, 1098.
- AVCI, . (2018). Öğrencilerin Duygusal Zekâ ile İletişim Becerileri Düzeylerinin Bağımlı Etkinliği zerine Bir Uygulama. Bartın Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi, 9 (18), 205-220.
- AVCI, . (2019). Duygusal Zekâ ve İletişim. Beta Basım Yayınevi. İstanbul.
- AZIRI, B. (2011). Job Satisfaction: A Literature Review Management. Research and Practice, 3(4), 77-86.
- BURGER, J. M., (2006). Kişilik. İstanbul: Kaktüs.
- BROOKS, K., Nafukho, M. F. (2006). Human Resource Development, Social Capital, Emotional Intelligence Any link to productivity?. Journal of European Industrial Training, 30(2), 117-128.
- ÇAKAR, U. ve Arbak, Y. (2004). Modern Yaklaşımların Işığında Değişen Duygu-Zekâ İlişkisi ve Duygusal Zekâ. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi, İzmir.
- FİLİZ, Z., Kaya, M. (2014). Doğrulayıcı Faktör Analizi ve Schutte Duygusal Zeka lğine Uygulaması. Sakarya Üniversitesi Eğitim Fakültesi Dergisi, 0(25), 86-103.
- EğİNLİ, A. T. (2009). Çalışanlarda İş Doyumu: Kamu ve zel Sektör alışanlarının İş Doyumuna Yönelik Bir Araştırma. Atatürk Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 23(3), 2009 35.
- ELIAS, E. (2012) Emotional Intelligence and Job Satisfaction: A Corralational Study. The International Journal Of Research Journal of Commerce and Behavioural Science, (01)4, 31-42.

- EYİTMİŞ, A., Kaplan, S. (2021). İş Güvenliği ile Motivasyon, İş Doyumu ve İşten Ayrılma İlişkilerinin Uluslararası Lojistik Firması Çalışanları Üzerine Etkisi. Akademik Yaklaşımlar Dergisi, 12 (1), 74-93.
- GERRIG, R. J. ve Zimbardo, P. G. (2015). Psikolojiye Giriş-Psikoloji ve Yaşam. Çeviren: Sart G. Nobel Akademik. Pearson. İstanbul. ISBN: 978-605-133-226-0.
- GIACCONE, M. ve Nunzio, D. D. (2012). Working Conditions in the Retail Sector. Dublin. Ireland. 2012.
- GOLEMAN, D. (2007a). Social Intelligence. Arrow Books, London. ISBN: 978009946921.
- GOLEMAN, D. (2007b). İşbaşında Duygusal Zekâ. Varlık Yayınları, İstanbul. ISBN 978-975-434-2246.
- GOLEMAN, D. (2011). Duygusal Zekâ. Varlık Yayınları, İstanbul. ISBN 978-975-434-196-6.
- GREWAL, D. et al, The Future of Retailing, Journal of Retailing (xxx, 2016).
- KAYA, A. (Editör), (2010). Kişilerarası İlişkiler ve Etkili İletişim. PEGEM Akademi. Ankara. ISBN: 978-605-364-064-6, 254.
- LOPES, P. L, Grewa, D., Kadis, J., Gall, M., Salovey, P. (2006). Evidence that emotional intelligence is related to job performance and affect and attitudes at work. Psicothema, año/vol. 18, suplemento Universidad de Oviedo Oviedo, España pp. 132-138.
- MATTHEWS, G., Zeidner, M., Roberts, R. D. (2012). Emotional Intelligence 101. Springer Publishing Co. NY. ISBN: 978-0-8261-05653.
- MASAROĞULLARI, G., Koçakgöl, M. (2011). Psikoloji Sözlüğü. İstanbul.
- MUMCUOĞLU, Ö., (2002). Bar-On duygusal zeka testi'nin Türkçe dilsel eşdeğerlik, güvenilirlik ve geçerlik çalışması, Yayımlanmamış Yüksek Lisans tezi, Marmara Üniversitesi Eğitim Bilimleri Enstitüsü, İstanbul.
- TATAR, A., Tok, S. ve Saltukoğlu, G. (2011). Gözden geçirilmiş Schutte Duygusal Zekâ ölçeğinin Türkçe'ye uyarlanması ve psikometrik özelliklerinin incelenmesi. Klinik Psikofarmakoloji Bülteni –Bulletin of Clinical Psychopharmacology. 21(4).325-338.
- UYSAL, G., Mammadov, O. (2020). Duygusal Zekâ ile Duygusal Emek Arasındaki İlişki: İşletmelerde duygu yönetimi. Avrasya Sosyal ve Ekonomi Araştırmaları Dergisi, 7 (2), 33-40.
- VARİNLİ, İ., Yaraş, E. ve Başalp, A. (2009). Satış Elemanlarının Duygusal Zekâsının Bir Göstergesi Olarak Algılanan Performans, Satış ve Müşteri Odaklılık, ÇÜ İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi, 10 (1), 159-174.
- WEISINGER, H. (1998). İş Yaşamında Duygusal Zekâ. MNS Yayıncılık, İstanbul.
- YELKİKALAN, N. (2006). 21. Yüzyılda Girişimcinin Yeni Özelliği: Duygusal Zeka, Girişimcilik ve Kalkınma Dergisi 1 (2), 39-51.
- YAĞÇI, M. (2016). Türkiye'de Kamu Kurumlarında ve Özel Sektörde Çalışan Psikologların İş Doyumu, Mesleki Tükenmişlik ve Duygusal Zekâ Düzeylerinin Karşılaştırılması Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.
- ZEIDNER, M., Matthews, G. ve Roberts, R. D. (2009). What We Know About Emotional Intelligence: How It Affects Learning, Work, Relationships and Our Mental Health. A Bradford Book. The MIT Press. Cambridge, Massachusetts, London, England. ISBN: 978-0-262-01260-7, XI.