

Yayın Geliş Tarihi: 14.11.2016
Yayına Kabul Tarihi: 19.04.2018
Online Yayın Tarihi: 05.06.2018
http://dx.doi.org/10.16953/deusosbil.279686

Dokuz Eylül Üniversitesi
Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi
Cilt: 20, Sayı: 1, Yıl: 2018, Sayfa: 85-107
ISSN: 1302-3284 E-ISSN: 1308-0911

Araştırma Makalesi

DUYGUSAL ZEKÂNIN İLETİŞİM BECERİLERİNE ETKİSİ: TURİZM ÖĞRENCİLERİ ÜZERİNDE BİR ARAŞTIRMA

Elbeyi PELİT*
Musa KARAÇOR**
İbrahim KILIÇ***

Öz

Bu araştırmada, lisans düzeyinde turizm eğitimi almakta olan öğrencilerin duygusal zekâ düzeylerinin iletişim becerileri üzerindeki etkisinin belirlenmesi amaçlanmıştır. Araştırmanın evreni Afyon Kocatepe Üniversitesi Turizm Fakültesi öğrencilerinden oluşmaktadır. Araştırma kapsamındaki öğrencilerin duygusal zekâ düzeyleri ile iletişim becerilerinin belirlenmesinde anket tekniğinden faydalanılmış olup, söz konusu fakültede kayıtlı olan öğrenciler içerisinde örneklem yöntemiyle seçilen 524 kişiye anket uygulanmış ve elde edilen bulgular araştırmanın amacı doğrultusunda yorumlanmıştır. Bu kapsamda ankete katılan öğrencilerin duygusal zekâ düzeylerinin ve iletişim becerilerinin genelde yüksek olduğu belirlenmiştir. Ayrıca araştırma kapsamındaki turizm öğrencilerinin duygusal zekâ düzeyleri ile iletişim becerileri arasında anlamlı düzeyde pozitif yönlü bir ilişki tespit edilmiştir. Diğer bir anlatımla araştırma kapsamındaki öğrencilerin, duygusal zekâ düzeyleri yükseldikçe iletişim becerileri de yükseldiği araştırmanın göze çarpan bulguları arasındadır. Ayrıca, araştırmada gerçekleştirilen regresyon analizi sonuçlarına göre, duygusal zekânın öğrencilerin iletişim becerilerini etkilediği ortaya konulmuştur. Duygusal zekâ alt boyutları ile iletişim becerileri arasındaki ilişkiyi belirlemek için yapılan çoklu doğrusal regresyon analizi sonuçlarına göre; duyguların değerlendirilmesi ve iyimserlik ruh halinin düzenlenmesi ile iletişim becerileri arasında kuvvetli bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. Yine kadın öğrencilerin erkek öğrencilere göre duygusal zekâ düzeylerinin daha yüksek olduğu araştırmadan çıkan sonuçlar arasındadır.

Anahtar Kelimeler: *Duygusal Zekâ, İletişim Becerileri, Turizm, Turizm Öğrencileri.*

* Doç. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Turizm Fakültesi, Turizm Rehberliği Bölümü, elbeyipelit@aku.edu.tr

** Bilim Uzmanı, Afyon Kocatepe Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü, Turizm İşletmeciliği Anabilim Dalı, mkaracor1@gmail.com

*** Doç. Dr., Afyon Kocatepe Üniversitesi, Veteriner Fakültesi, Biyoistatistik Anabilim Dalı, kilicibrahim@hotmail.com

THE EFFECT OF EMOTIONAL INTELLIGENCE ON COMMUNICATION SKILLS: A STUDY ON TOURISM STUDENTS

Abstract

In this study, it is aimed to determine the effect of undergraduate tourism students' levels of emotional intelligence on communication skills. The study population consisted students of Afyon Kocatepe University Faculty of Tourism. Within the scope of the research, questionnaire technique was used to determine students' communication skills and emotional intelligence. The questionnaire applied to 524 people selected by sampling method and the obtained data was reviewed within the purpose of the research. In this context, the surveyed students' emotional intelligence and communication skills were determined to be usually high. It was identified that there was also a significantly positive correlation between emotional intelligence and communication skills of tourism students. In other words among the findings it was found that when emotional intelligence of surveyed students rise, their communication skills also become higher. Furthermore, according to the results of the regression analysis conducted in the research, it was revealed that emotional intelligence affected the communication skills of the students. According to the results of multiple linear regression analysis to determine the relationship between emotional intelligence sub-dimensions and communication skills; it was found that there was a strong relationship between evaluation of emotions and optimism mood regulation and communication skills. Also it was identified that female students' emotional intelligence levels are higher than male students

Keywords: Emotional Intelligence, Communication Skills, Tourism, Tourism Students.

GİRİŞ

Günümüzde gerek mesleki gerekse sosyal yaşamda başarılı olabilmek için bireylerin yalnızca düşünsel zekâ düzeylerinin yüksek olması yeterli olmamaktadır. Bu bağlamda özellikle 1990'lı yıllardan itibaren araştırmacıların üzerinde durdukları duygusal zekâ kavramının önemi göze çarpmaktadır. Genel anlamda duygusal zekâ (EQ) bireylerin zihinsel düşünce faaliyetlerinin dışına çıkarak duygularını etkin olarak kullanabildikleri süreç olarak ifade edilebilir (Somuncuoğlu, 2005). Daniel Goleman (1998), duygusal zekâyı ‘‘kişinin kendi duygularını anlaması, başkalarının duygularına empati beslemesi ve yaşamı zenginleştirecek biçimde düzenlemesi’’ biçiminde tanımlamıştır. Dolayısıyla bireyler eğitim, iş, özel hayatlarında diğer bireylerle kurdukları ilişkilerde duygusal zekâyâ sahip oldukları ölçüde başarı sağlayacakları vurgulanmaktadır. Duyguların farkına varılması ve duyguların doğru biçimde yönetilmesi yaşma olumlu katkı sağlayacaktır. Bireylerin yaşantılarında geliştirecekleri empati, duygusal farkındalık, duyguları anlama ve duyguları yönetme becerileri sosyal ilişkilerin derinlik kazanmasına yardımcı olacaktır (Goleman, 1998: 40-57).

Bireylerin toplumsal hayatta var olabilmeleri, diğer bireylerle daha sağlıklı ilişkiler kurabilmeleri, iş yaşamında başarı elde etmeleri ve kişilerarası iletişim

çatışmaları en aza indirgemedi sadece düşüncesel zekâları yeterli olmamaktadır. Duygulardan yoksun olarak yaşam kalitesinin yükseltilmesi sosyal bir varlık olan insanın yapısına ters düşmektedir. Dolayısıyla duyguları iyi analiz edip duygulara yön verebilme becerilerinin geliştirilmesi sosyal hayatta ve iş yaşamında başarıyı beraberinde getirecektir. Bu husus özellikle kişinin gerek özel, gerekse sosyal ve mesleki yaşamındaki iletişim becerilerinin artırılmasına da olumlu yansıtacak gelişmelerden olacaktır. Duygular olmadan sürdürülebilecek bir yaşam söz konusu değildir. İnsan yapısı gereği duygusal bir varlıktır. Bu bağlamda sahip olunan duygular diğer bireylerle yaşanan iletişim sürecine olumlu veya olumsuz yansıtacaktır. Duyguları iyi tanımak ve duyguları kontrol altında tutmak bireyin daha başarılı bir iletişim süreci yaşamına olumlu etki yapacaktır.

Bu kapsamda bu çalışmanın amacı, lisans düzeyinde eğitim gören turizm öğrencilerinin duygusal zekâ düzeylerinin iletişim becerilerine etkisinin belirlenmesidir. Turizm öğrencilerinin duygusal zekâ düzeylerinin iletişim becerileri etkisinin araştırılması ile ilgili çalışmaların oldukça sınırlı olması, bu çalışmanın sonuçlarını; turizm sektöründe çalışacak öğrencilere faydalı olması açısından önemli hale getirmektedir. Bu kapsamda, çalışmada öncelikle duygusal zekâ ve iletişim becerileri üzerinde durulmuş, duygusal zekâ ile iletişim becerilerinin önemine dair bilgiler verilmiştir. Daha sonra turizm öğrencileri üzerinde uygulanan anket sonuçları değerlendirilmiş ve duygusal zekâ ile iletişim becerileri arasında ilişki/etki incelenerek, konuyla ilgili taraflara öneriler getirilmiştir.

DUYGUSAL ZEKÂ VE İLETİŞİM BECERİLERİ

Duygular ve duyguların birey yaşamındaki anlamı Antik Yunan filozoflarından günümüze değin tartışılmaya devam eden bir olgudur. Platon (1986) bütün öğrenme yetilerinin duygularla ilgili olduğunu savunmuştur. Öte yandan eski Yunan filozoflarından Aristoteles her bireyin kızabileceğini ve bunun kolay bir olay olduğunu ancak doğru insana doğru ölçüde ve doğru biçimde kızmanın zor olduğunu ifade etmiştir. Aristoteles duyguları kontrol etmenin önemine vurgu yaptığı bu ifadesinde duyguların önemine dikkat çekmiştir (Çakar ve Arbak, 2004; Aristoteles, 2014). Duygusal zekânın kaynağı 1920'li yıllarda Thorndike'ye kadar uzanmaktadır. Duygusal zekâyı ilk kavramsallaştıran Gardner (1983) olmuştur. Gardner (1983), duygusal zekâyı bireyin kendi hislerinin ve yeteneklerinin farkında olması ve uyum becerisi içerisinde hayatına yön verebilmek için kaynak olarak kullanılabilmesi olarak ifade etmiştir (Soylu, 2015; Akkoç, 2007; Maboçoğlu, 2006; Yüksel ve Gürbüz, 2008).

Thorndike (1920), duygusal zekâ kavramının teorik temellerini oluşturmuş olduğu sosyal zekâ modeli ile ortaya koymuştur. Thorndike (1920) geliştirdiği model ile bireylerin başkalarının duygularını anlama ve algılama yeteneklerini genel zekâda ayrı olarak ele almıştır. Sosyal zekâ kavramı adı altında duygusal zekânın tanımına yakın bir yapı oluşturulmuştur (Newsome, Day ve Catano, 2000; Maboçoğlu, 2006). Duygusal zekâ kavramının popülerliğe ulaşmasında Daniel

Goleman (1998), “Duygusal Zekâ” isimli kitabı ile büyük katkı sağlamıştır. Goleman duygusal zekâ kavramının gelecekte eğitim ile bütünleşeceğini ifade etmiş ve duygusal bilincin oluşturulması ile başarının elde edileceğini belirtmiştir. Goleman (1998), duygusal zekâ kavramını, bireyin kendisi ile çevresindeki diğer bireylerle olan ilişki olarak ifade etmiştir. Diğer bir tanıma göre duygusal zeka; duyguları doğru anlayıp doğru anlatabilme, duyguları bilişsel süreçlerle doğru biçimde entegre edebilme ve duyguların davranışlar üzerindeki etkisini anlama gibi duygusal yeteneklerin yönetilmesi olarak belirtilebilir (Tetik, Ökmen ve Bal, 2014: 18). Dulewicz ve Higgs (1999) ise duygusal zekâyı kendi duygularının farkında olmak ifadesinin ötesine taşıyarak değişen olayların karşısında mücadele gösterme, kısa ve uzun vadede belirlenmiş hedeflere bağlanma, diğer bireylerin beklenti ve ihtiyaçlarının farkında olma ve insan olmanın gerektirdiği doğrultuda duygulara yön verebilme yeteneklerine sahip olmak biçiminde ifade etmişlerdir. (Akkoç, 2007: 4). Genel olarak bakıldığında duygusal zekâ, duyguları tanımlamayı, duygu ve duygularla ilişkili bilgiler arasında neden-sonuç ilişkisi kurmayı ve duygusal bilgiyi genel problem çözme yeteneğinin bir parçası olarak yapılandırmayı içerir (Salovey ve Mayer, 1990; Maboçoğlu, 2006).

Duygularının farkında olan, duygularını iyi tanıyan ve duygularını yönlendirebilen bunun yanı sıra başkalarının duygularını iyi anlayıp onlarla etkili biçimde başa çıkabilen bireyler hem mesleki yaşamlarında hem de sosyal yaşamlarında başarı elde etme açısından avantajlı konumdadırlar. Duygularını kontrol etme alışkanlığını iyi geliştirmiş bireyler kendi yeterliliklerini arttırabilirler. Öte yandan kontrol altına alınmayan bir duygusal hayat yaşamın her anında bireyin sahip olduğu yeteneklerini açığa çıkarmasına engel olacaktır. Çünkü bireyler duygusal yönden sürekli bir savaş içinde olacaklardır ve bu durum belirlenen amaçlara odaklanma sürecini geciktirecektir (Goleman, 1998: 53).

Gardner (1983), kişilerarası ilişkilerde duygusal zekânın önemine dikkat çekmiş ve duygusal zekânın diğer insanları anlayabilmek olduğunu ifade etmiştir. Duygusal zekâ, kendi duygularını iyi tanıma, anlama ve kontrol etmeyi sağlarken aynı zamanda diğer bireylerle kurulacak ilişkilerde önem taşımaktadır (Acar, 2001). Sosyal bir varlık olan insan için iletişim vazgeçilemez bir olgudur. İletişim öncelikle bireyin var oluşunu gerektirmektedir. Var olan insan, kendi varlığının bilincine vardığı andan itibaren kendisiyle ve dış çevreyle olan ilişkisi için iletişim sürecini kullanacaktır. Bu bağlamda bireyin kendisi ile olan iletişim süreci duygularını yönetebilme olarak ifade edilebilir. Dolayısıyla birey duygularını anlamaya çalıştığı süre içerisinde iletişimi başlatmış olur (Erdoğan, 2002: 153).

Toplumsal yaşamda yer edinebilmenin ve örgütsel yaşamda başarı sağlamanın yolu etkili iletişim becerilerine sahip olunmasını gerektirmektedir (Pelit ve Karaçor, 2015: 835-860). Bu bağlamda etkili iletişim kurabilmenin ilk adımını kişisel gelişimin tamamlanmış olması ve bireyin kendini tanıması oluşturmaktadır. Duygularını tanıyıp ifade edebilen ve duygularını yönetebilen bireyler diğer bireylerle sağlıklı iletişim kurulmasında zorluk yaşamayacaklardır. Nitekim sosyal

ve mesleki yaşamda etkili ve doğru ilişkiler kurmak için iletişim vazgeçilmez bir zorunluluktur. Bunun için kendini tanıma, anlama ve değerlendirme olgunluğuna sahip bireyin duygusal zekâsının yüksek olması, geçmiş, şimdi ve gelecek ile ilgili düşünsel ve duygusal durum ve süreçleri objektif, tutarlı ve etkin bir şekilde değerlendirebilmektedir (Demir, 2009: 67-77).

Duygularını yönetebilmek bireyin sosyal ve mesleki yaşantısında kuracağı ilişkilerin daha sağlıklı olmasına yardımcı olacaktır. Sahip olunan duyguların yönetilmesi bireye karşılaştığı zor durumlarda düşünsel zekâsını kullanma yetisini elde tutmasında ve duyguların yoğun olarak yaşandığı iş yaşamında durumu kontrol edebilme becerisi kazandıracaktır. Duygusal birikimin iyi yönetilmesi sonucunda bireyin iletişim süreci çatışma anlayışı yerine uzlaşmacı anlayışın benimsemesini ve iletişim sürecinin bu biçimde yönlendirilmesini etkileyecektir. Bu yönüyle söz konusu bu eylemin kişilerin iletişim becerilerinde de önemli ölçüde etkin rol oynadığını/oynayacağını belirtmek mümkündür.

DUYGUSAL ZEKÂ VE İLETİŞİM BECERİLERİ İLİŞKİSİ - TURİZM SEKTÖRÜ VE ÖĞRENCİLERİ AÇISINDAN ÖNEMİ

Bireyin toplumsal yaşamlarında gerçekleştirdikleri etkileşim süreçlerinde kişilik özellikleri bu sürece önemli etki etmektedir. Bu nedenle işletmeler açısından işgörenlerin kişilik özelliklerinin araştırılması kaçınılmaz bir hale gelmektedir. (Pelit vd., 2012). Hizmet sektörü olan turizm işletmelerinde örgüt içi iletişimin başarılı olması, işletmenin verimliliğini doğrudan etkileyecektir. Bu nedenle insan ilişkilerinin taşıdığı önem işletmeler açısından geleceğe yönelik istenilen hedefe ulaşılmasında pay sahibidir (Mullins, 2006). Dolayısıyla bireylerin sahip oldukları düşünsel zekânın yanında duyguların yönetimi, işletme içi iletişimin sağlanmasında önem taşımaktadır. Duyguların yönetilmesinin taşıdığı önem günümüzde başarının anahtarı olarak ifade edilmektedir. Bireylerin sahip oldukları duygusal zekâ özellikleri işletme açısından işe alım, performans değerlendirme ve insan kaynakları yönetimi aşamalarında belirleyici bir ölçüt olarak kullanılmaktadır (Çetinkaya ve Alparşlan, 2011). Yüksek duygusal zekâ bireysel yaşamda ve örgütsel yaşamda başarı için oldukça büyük role sahiptir (Ashkanasy ve Daus, 2002). İşgörenlerin duyguları örgüt içindeki iletişime bakış açılarını pek çok yönden etkilemektedir. Bireylerin otoriteye bakış açıları, kariyer planlamaları ve örgüte olan bağlılık düzeyleri gibi birçok olaya duygulardan etkilenmektedir (Pelit ve Öztürk, 2010: 207-234). Kahn (1998), işgörenlerin mesleki ilişkileri bağlamında örgüt çatısı altında duygusal bağlılıklar ve duygusal değişimlerin her zaman olduğunu belirtmiştir. Dolayısıyla işgörenlerin sahip oldukları duygularının yönetim süreci örgütsel yapıyı olumlu veya olumsuz etkilemektedir (Fineman, 1993: 15). İşgörenlerin içinde buldukları duygusal durum iş arkadaşlarına, örgütsel verimliliğe ve etkinliğe yansımaktadır. Duyguların iyi öğrenilip, uygun biçimde kontrol edilmesi örgütsel başarıya katkı sağlayacaktır. Duygularını iyi tanıyan, duygularını kontrol edip, diğer bireylerinin duygularını doğru anlayabilen ve onları

doğru yönlendirebilen bireyler mesleki yaşamlarında daha üretken hale geleceklerdir. Bir diğer ifade ile duygusal zekâ düzeyi yüksek olan bireyler başarıya daha yakın bireyler olarak ifade edilebilir (Kervancı, 2008; Şahin ve Güler, 2009). Bireyin sahip olduğu duygular, davranışlarını etkilemektedir. Bu bağlamda işgören davranışlarını anlamak örgüt açısından önem taşır. Duygusal yaşam çevreyle güçlü bir etkileşim içindedir. Çalışma hayatı duygulardan bağımsız olarak düşünülemez. Hizmet odaklı insan ilişkilerinin ön planda olduğu turizm işletmelerinde duyguların yoğun olduğu daha fazla hissedilmektedir. Beşeri ilişkilerin fazla olduğu turizm sektöründe duyguların yönetilmesi hizmet kalitesini arttıracak ve iş doyumuna olumlu katkı yapacaktır (Özkalp ve Cengiz, 2003; Rafaeli ve Worline, 2001; Seçer, 2007; Akçay ve Çoruk, 2012).

Hizmet odaklı üretim gösteren turizm işletmelerinde sunulan ürünlerin istenilen kalitede müşterilere yansıtılmasında insan faktörü büyük önem taşımaktadır. Turizm işletmelerinde gerek mal ve hizmetlerin üretimi gerekse müşteriye sunumu aşamasında personelle müşteriler arasında yaşanan iletişim boyutu, o ürün veya hizmetin müşteri bakış açısından kalite değerlendirmesine etki etmektedir (Özkul, 2007; Emir vd., 2010). Sunulan mal veya hizmetlerin müşteri açısından kalite değerlendirmesinde hizmeti sunan işgörenin iletişim beceri düzeyi müşterinin sunulan hizmetten memnun olmasına önemli derecede etki edecektir. İletişimin oldukça yoğun kullanıldığı turizm sektöründe özellikle sözlü iletişim kullanım alanları açısından önemini hissettirmektedir. Müşteri ile yaşanan iletişim süreci müşteri algısının işletme bazında olumlu ya da olumsuz olmasına yön verecektir. Örgüt içinde oluşabilecek olumsuz durumlarda sektörün müşteri memnuniyeti odaklı olmasından dolayı sadece yüksek iletişim becerisine sahip olmak yeterli değildir. İşletme bazında yaşanan olumsuzlukların müşteriye yansıtılması iletişim sürecinin sektöre uğramasına neden olacaktır (Pelit ve Karaçor, 2015; Olcay, Giritlioğlu ve Çıkmaz, 2014). Nitekim turizm sektörü çalışanlarının sadece iletişim beceri düzeylerini geliştirmeleri örgüt hedeflerine ulaşılması noktasında beklenen etkiyi oluşturmayacaktır. İletişim beceri düzeyleri yanında bireylerin duygularına hâkim biçimde mesleki yaşamlarını sürdürmeleri işletmeye büyük katkı sağlayacaktır. Bu nedenle turizm sektörü çalışanlarının sahip olacakları iletişim beceri ve duygusal zekâ düzeyleri, hizmet kalitesine, müşteri memnuniyetine ve dolayısıyla turizm işletmelerinin karlılık oranlarına olumlu etki edecektir (Sigala, 2003; Heung ve Lam, 2003; Özkul, 2007; Olalı ve Korzay, 2004; Çıkmaz, 2013; Olcay, Giritlioğlu ve Çıkmaz, 2014).

Duygusal zekâ, mesleki yaşamda çalışanın ortama uyum sağlaması ve diğer bireylerle iyi ilişkiler kurmasına yardımcı olan bir kavramdır. Duygusal zekâ düzeyi yüksek olan işgörenlerin örgüt içi iletişim sürecinde daha etkin beceriye sahip olacakları söylenebilir. Duygularını iyi yöneten ve diğer bireylerin duygularını iyi ve doğru okuyabilen bireylerin örgüt verimliliğine katkı sağlayacağı ifade edilebilir. Öte yandan duyguların doğru biçimde yönetilmesi işgörenin iş doyumuna ulaşmasına katkı sağlayacağı gibi duygusal zekâ düzeyi yüksek

işgörenlerin örgüte olan bağlılıkları da artacak ve bu da işgören performansına olumlu etki yapacaktır (Ünsar ve Dinçer, 2013: 55-65).

Konuyla ilgili olarak Doğan ve Demiral (2007), kurum başarısında duygusal zekânın yeri ve önemini incelemişlerdir. Bu çerçevede yazarlar, bireylerde olduğu gibi kurumların da sahip olacakları yüksek duygusal zekânın onların performansının arttırılmasına yardımcı olacağını ifade etmişlerdir. Yine ilgili çalışmada, duygusal zekâ düzeyi yüksek liderlerin işletme için önemine vurgu yapılmış ve geliştirilecek duygusal zekânın işgören devir hızı, çalışanları örgüte bağlama, ekip çalışmasına istekli olma gibi konularda daha etkin çözümlerin elde edilebileceği vurgulanmış ve yüksek duygusal zekâyâ sahip çalışanların var olduğu kurumlarda, ilişkilerin ve iletişimin daha etkin hale getirilebileceği, takım ruhunun oluşturularak performansın arttırılabileceği, daha mutlu ve huzurlu bir çalışma ortamının yaratılabileceği ve bunların sonucunda da daha fazla kazanç elde edilebileceği üzerinde durulmuştur (Doğan ve Demiral, 2007: 209-230).

Goleman (1998), artık şirketler için duygusal zekânın önemli olmasının ve çalışanlarında bu niteliği geliştirmeye önem vermelerinin sebebi olarak rekabetçi sanayilerde yeni ürünlerle büyümenin kısıtlılığını gösterir. Şirketler sadece ürünlerini yarıştırmazlar, insanlarını iyi kullanma konusunda da rekabet halindedirler. Zorlu iş çevresinde bir şirketi ileri taşıyacak olan, duygusal zekâ becerileridir (Butter Bowdon, 2015: 130-135). Goleman (1998), sahip olduğumuz teknik becerileri duygusal zekâ sayesinde tam manasıyla kullanabileceğimize dikkat çekmektedir. Duygusal zeka, duygularını uygun zamanda uygun biçimde dile getirmeyi bilmek, başkalarıyla empati kurabilmek ve beraber çalışabilmektir.

Duygusal zekâ ve iletişim becerileri örgüt içi ve örgüt dışı başarının elde edilmesinde birbirinden ayrılmaz iki kavram olarak ifade edilebilir. Duygu yönetiminin doğru ve başarılı bir biçimde gerçekleştirildiği örgütlerde iletişim süreci de herhangi bir çatışma yaşanmadan devam edecektir (Weisinger, 1998: 228). Ayrıca yüksek duygusal zekâyâ sahip bireylerden oluşan örgütlerde açık bir iletişim ortamı sağlanacak ve başarı elde edilecektir (Doğan ve Demiral, 2007: 222). Hangi alanda faaliyet gösterdiğine bakılmaksızın bir örgütün iletişim olmadan varlığını devam ettirtmesi mümkün değildir. İletişim bir örgütün varlığının ve uzun vadede sürdürülebilirliğinin temelini oluşturan bir süreçtir (Uçkun, Latif ve Pelit, 2003). Nitekim emek yoğun sektör durumundaki turizm işletmelerinde hem örgüt içi çalışanlar ve yöneticiler arasında hem de örgüt dışında müşteriler arasında yoğun bir iletişim süreci yaşanmaktadır. Bundan dolayı iletişim süreci turizm işletmeleri açısından daha da önemli hale gelmektedir.

Turizm sektöründe çalışanlar ve müşteriler arasında mal-hizmet alışverişi yaşanmakla birlikte faaliyetlerinin büyük bölümünün hizmetin oluşturduğu turizm işletmelerinde stoklama söz konusu olmadığı gibi, üretim ve tüketim aynı anda gerçekleşmektedir. Üretim ve tüketim aynı anda gerçekleştiği için verilen hizmet kalitesinin müşteri bazında algılanmasında bazı değişkenler belirleyici etkiye sahiptir. Dolayısıyla hizmet alışverişinde meydana gelen eşzamanlılık bireylerarası

iletişimi ön plana çıkarmaktadır. Öte yandan küresel rekabet koşullarında işletmelerin ayakta kalabilmeleri ve geleceklerini devam ettirmeleri öncelikle gösterecekleri performansla yakından ilgilidir. Turizm işletmelerinin düşük performansa sahip olmalarının en önemli nedenlerinden biri örgüt içi-örgüt dışı iletişimin yetersiz olmasıdır. Bu nedenle turizm sektöründe çalışanlar, yöneticiler ve müşteriler arasında yaşanacak iletişim sorunlarının hem iş performansına hem örgüt performansına etki edeceği açıktır (Uysal, 2003; Ross, 1995; Matyushchenko, 2006; Tuna, 2004; Erkuş ve Günlü, 2009).

Turizm sektöründe yaşanan iletişim aksamaları sonucunda bu durum örgüt içine hizmet kalitesinin düşmesi, işgörenlerin örgütsel bağlılık düzeylerinin düşmesi, işgören devir hızının yüksek olması, işgören doyumunun sağlanamaması, işgören motivasyon eksikliği yaşanması ve işgören performansının yetersiz kalması biçiminde yansiyacaktır. Bu doğrultuda müşteri-işgören ilişkisinin yoğun olarak yaşandığı turizm sektöründe işgörenlerde var olan en ufak olumsuz düşünce veya tutumun müşteri memnuniyetini doğrudan etkileyeceği yönünde çalışma sonuçları mevcuttur (Ünsar ve Dinçer, 2014; Doğan ve Demiral, 2007; Erkuş ve Günlü, 2009; Gürbüz ve Yüksel, 2008). Çalışanların örgüte yönelik geliştirecekleri olumsuz tutumların ortadan kaldırılması işletmelerin devamlılığı açısından da son derece önemli olduğunu belirtmek mümkündür. Bunun için örgüt başarısı için çalışanlar arasında etkili bir iletişim süreci kurulmalıdır. İletişim süreci içinde yaşanabilecek olumsuz duygu aktarımlarının önüne geçmek bireylerin duygularını iyi tanımaları ve doğru yönetebilmeleri ile mümkün olacaktır. Nitekim örgüt içinde etkili iletişim kurulabilmesi için işgören duygularının iyi bilinmesi ve yönlendirilmesi gerekmektedir (Birdir, 2000; Yalçın ve İplik, 2005; Öney, 1998). Emek yoğun yapıya sahip turizm sektöründe müşteri ilişkileri yoğun olarak yaşanmaktadır. Örgütsel başarı elde edilebilmesi için öncelikle örgüt içinde kurulan iletişim süreci örgüt dışına da yansıtılmalıdır. İletişim becerilerini etkin kullanabilmek için öncelikle duygusal olgunluk yaratılmalı ve ardından duyguları yönetme kabiliyeti oluşturulmalıdır (Gürbüz ve Yüksel, 2008: 174-190).

Turizm işletmelerinin en önemli varlıklarından biri müşterilerdir. Sürekli değişimin ve rekabetin yoğun olarak yaşandığı dinamik bir pazarda müşterilerin devamlılığını sağlamak zordur. Dolayısıyla turizm sektörü çalışanları bağlı buldukları örgütün devamlılığını sağlayabilmek için müşteri ilişki sürecini iyi yönetmek zorundadırlar. Müşteri ile yaşanan iletişim sürecinin işletme lehine sonuçlanabilmesi için işgörenin iletişim beceri düzeyinin yüksek olması gerekmektedir. İletişim süreci işgörenlerin duygu yönetiminin iyi öğrenilmesi ve duyguların yönetilmesi ile birleştirildiği zaman müşteri tatmini de sağlanabilecektir (Timur ve Barış, 2013: 77).

Turizm eğitimi alan öğrencilerin geleceğin işgören/yönetici adayları olduğu düşünüldüğünde istenilen iletişim becerilerine sahip olmaları mesleki yaşamlarında başarılı olmalarını sağlayacaktır. Bu doğrultuda eğitim süresi boyunca iletişim olgusunun öğrenilmesi ve geliştirilmesi örgütsel yaşamda uyum

sürecini hızlandıracaktır. Öte yandan insanın duygulardan bağımsız düşünülmesi olanaksızdır. Duyguların gelişimi iletişim sürecine yön vermektedir. Dolayısıyla duyguları iyi tanımak, iyi yönetebilmek ve başkalarının duygularını iyi çözümlenebilmek diğer bireylerle kurulacak iletişime olumlu biçimde yansiyacaktır.

ARAŞTIRMANIN AMACI VE ÖNEMİ

Bu çalışmanın amacı, lisans düzeyinde turizm eğitimi alan öğrencilerin duygusal zekâ düzeylerinin iletişim becerileri üzerindeki etkisinin belirlenmesidir. Bu kapsamda araştırmada şu sorulara yanıt aranmıştır:

- Turizm alanında lisans düzeyinde eğitim alan öğrencilerin duygusal zekâ ve iletişim beceri düzeyleri nedir?
- Öğrencilerin duygusal zekâ ve iletişim beceri düzeyleri bazı bireysel özelliklerine (cinsiyet, yaş, öğrenim düzeyi, akademik not ortalaması, öğrencinin ekonomik gelir düzeyi, barınma yeri, aile ikametgâh yeri, öğrenim gördüğü lise) göre farklılık göstermekte midir?
- Öğrencilerin duygusal zekâ ve iletişim beceri düzeyleri arasında bir ilişki var mıdır?
- Öğrencilerin duygusal zekâ düzeylerinin öğrencilerin iletişim beceri düzeylerine etkisi nedir?

Turizm işletmelerinde beşeri ilişkiler yoğun olarak kullanılmaktadır. Sektörde faaliyet gösteren işgörenlerin iletişim beceri düzeylerinin yüksek olması örgüt başarısına katkı sağlayacaktır. Öte yandan iletişim beceri düzeyinin yüksek olması için bireylerin duygularını tanımaları ve duygularını doğru yönetebilme becerilerine sahip olmaları gerekmektedir. Örgütün başarısının gerçekleşmesi için işgörenlerin; çalışma ortamlarına uyum sağlamaları, diğer işgörenlerle iletişim düzeylerinin yüksek olması ve duyguların yönetilebilmesinde bilgi sahibi olmalarının payı yadsınamaz. Dolayısıyla sektörde faaliyet göstermeye hazırlanan turizm öğrencilerinin duygusal zekâ düzeyleri ve iletişim beceri düzeylerinin belirlenmesi önem taşımaktadır. Turizm öğrencilerinin duygusal zekâ düzeylerinin iletişim becerileri etkisinin araştırılması ile ilgili çalışmaların oldukça sınırlı olması ve buna ek olarak Afyon Kocatepe Üniversitesi'nde lisans eğitimi gören turizm öğrencilerinin duygusal zekâ düzeylerinin iletişim becerileri üzerine etkisini belirlemeye yönelik daha önce herhangi bir çalışma yapılmamış olması araştırmayı önemli kılan diğer etkenlerdendir. Söz konusu araştırma sonucunda elde edilecek bulgular bu alanda var olan eksikliği kapatmaya yönelik olumlu katkı sağlayacaktır. Turizm sektörünün işgören adayları olarak bu alanda üniversite eğitimi alan öğrencilerin iletişim becerileri ve duygusal zekâ düzeylerinin belirlenmesi, söz konusu yeterliliklerin geliştirilmesi noktasında konunun ilgili taraflarına (öğrenciler, üniversite, bölüm yönetimleri, sektör, işletme yöneticileri vb.) yönelik öneriler getirilmesi açısından da önem taşımaktadır.

ARAŞTIRMANIN YÖNTEMİ

Araştırmada, turizm eğitimi alan öğrencilerin iletişim beceri düzeyleri ve duygusal zekâ düzeylerinin belirlenmesinde anket tekniğinden yararlanılmıştır. Turizm öğrencilerinin iletişim beceri düzeylerinin tespitinde ‘‘İletişim Becerileri Envanteri’’ kullanılmıştır. İletişim Becerileri Envanteri (İBE), üniversite öğrencilerinin sahip oldukları iletişim beceri düzeylerini değerlendirmek amacıyla Ersanlı ve Balcı (1998) tarafından geliştirilen 5’li Likert tipi bir ölçektir. İlgili ölçek bilişsel (13), duygusal (14) ve davranışsal (14) olmak üzere toplam üç boyuttan oluşmaktadır. Ölçek 1=hiçbir zaman, 2= nadiren, 3= bazen, 4= genellikle, 5= her zaman biçiminde sıralanmıştır. Araştırmada kullanılan ‘‘İletişim Becerileri Envanteri’’ konuyla ilgili bir çok çalışmada (Tutuk vd., 2002; Bingöl ve Demir, 2011; Gaskar ve Özyazıcıoğlu, 2014; Pelit ve Karaçor, 2015 vb.) genelde ölçeğin geçerlilik ve güvenilirlik düzeyleri –alfa iç tutarlılık katsayıları- yüksek (0,70-0,90) çıkmıştır. Bununla birlikte bu çalışmadaki bulgulara dayanarak da ölçeğe ilişkin güvenilirlik testi yapılmış ve sonuçlar Tablo 3’de verilmiştir. Turizm öğrencilerinin duygusal zekâ düzeylerinin tespitinde ise Scutte, Malouff, Hall, Haggerty, Cooper, Golden ve Dornheim (1998) tarafından geliştirilen ve Austin, Saklofske, Huang ve Mckenney (2004) tarafından 41 madde olarak yeniden düzenlenen ‘‘Schutte Duygusal Zekâ Ölçeği’’ kullanılmıştır (Tatar, Tok ve Saltukoğlu, 2011). Araştırmada kullanılan ‘‘Duygusal Zekâ Ölçeği’’ konuyla ilgili birçok çalışmada (Tatar, Tok ve Saltukoğlu, 2011; Ak Sütlü, 2013 vb.) da kullanılmıştır.

Araştırmanın evreni Afyon Kocatepe Üniversitesi’nde lisans düzeyinde turizm eğitimi almakta olan hazırlık (42), 1.Sınıf (398), 2.Sınıf (75), 3.Sınıf (184) ve 4.Sınıf (201) olmak üzere toplam 900 öğrenciden oluşmaktadır. Bu çerçevede tabakalı örnekleme yöntemi kullanılarak örneklem seçme yoluna gidilmiştir. Buna göre $n = N \cdot s^2 \cdot Z^2 \cdot \alpha / [(N-1) \cdot d^2 + S^2 \cdot Z^2 \cdot \alpha]$ formülü (Ural ve Kılıç, 2005) kullanılarak N (Evren)=900; S (Standart Sapma)= 1; α (Anlamlılık Düzeyi)= 0,05; Z_α (Teorik Değer)= 1,96; d (Etki Büyüklüğü)= 0,06 değerlerine göre n (Örneklem Büyüklüğü)=489 olarak hesaplanmıştır. Örneklem büyüklüğünün evren büyüklüğüne oranı (n/N) %54 olup bu oran her bir tabakayı temsil eden sınıflara uyarlanmıştır. Bu kapsamda eksik/hatalı ve geri dönmeyen anketler de dikkate alınarak 550 anket dağıtılmış, hazırlık (23), 1.Sınıf (243), 2.Sınıf (58), 3.Sınıf (88), 4.Sınıf (112) olmak üzere 524 anket değerlendirmeye alınmıştır. Anket uygulanırken öğrencilerle görüşülmüş ve bizzat açıklamalar yapılmış, bundan dolayı anketlerde herhangi bir yanlış doldurma ve eksik bir veri olmamıştır. Araştırmada ankete yanıt veren turizm öğrencilerinin duygusal zekâ ve iletişim beceri düzeylerinin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri verilerek yorumlanmıştır. Araştırmada veri çözümleme yöntemi olarak, faktör analizi, t testi, varyans analizi, korelasyon ve regresyon analizlerinden faydalanılmıştır.

BULGULAR VE TARTIŞMA

Tablo 1’de araştırmaya katılan öğrencilerin bazı bireysel özelliklerine ilişkin dağılımlar verilmiştir.

Tablo 1’deki bulgulara göre, katılımcıların %49,4’ü erkek, %50,6’sı kadın, %42,9’unun yaş aralığı 20 ve/veya altı, %49,4’ünün yaş aralığı 21-23 yaş arası, %2,5’i 26 ve/veya üstü yaş aralığındadır. Anket katılımcılarının %4,4’ü hazırlık, %46,4’ü 1.sınıf, %11,1’i 2.sınıf, %16,8’i 3.sınıf, %21,4’ü 4.sınıf öğrencisidir. Turizm öğrencilerinin akademik ortalama değişkeninde %2,9’u 1.00-1.49 arası, %6,3’ü 1.50-1.99 arası, %26’sı 2.00-2.49 arası, %29,8’i 2.50-2.99 arası, %12,8’i 3.00-3.49 arası, %2,3’ü 3.50-3.99 arasındadır.

Tablo 1: Katılımcıların Bazı Bireysel Özelliklerine Göre Dağılımı

Değişkenler	Gruplar	f	%
Yaş	20 ve/veya altı	225	42,9
	21-23 yaş arası	259	49,4
	24-25 yaş arası	27	5,2
	26 ve/veya üstü	13	2,5
Cinsiyet	Erkek	259	49,4
	Kadın	265	50,6
Sınıf	Hazırlık Sınıfı	23	4,4
	1.Sınıf	243	46,4
	2. Sınıf	58	11,1
	3. Sınıf	88	16,8
	4. Sınıf	112	21,4
Akademik Ortalama	1.00-1.49 Arası	15	2,9
	1.50-1.99 Arası	33	6,3
	2.00-2.49 Arası	136	26,0
	2.50-2.99 Arası	156	29,8
	3.00-3.49 Arası	67	12,8
Aile İkametgâh Yeri	3.50-3.99 Arası	12	2,3
	Şehir Merkezi	286	54,6
	İlçe Merkezi	159	30,3
Aylık Ortalama Harcama	Köy	77	14,7
	0-300 TL	114	21,8
	301-599 TL	201	38,4
	600-899 TL	113	21,6
	900-1199 TL	55	10,5
Üniversitede Barınma Durumu	1200 TL Üzeri	34	6,5
	Evde Tek Başına	56	10,7
	Evde Arkadaşlarla	152	29,0
	Devlet yurdunda	145	27,7
Eğitim Görülen Lise Türü	Özel yurttta	156	29,8
	Düz Lise	225	42,9
	Turizm Lisesi	88	16,8
TOPLAM	Diğer	210	40,1
		524	100,0

Araştırmada kullanılan duygusal zekâ ve iletişim becerileri ölçeklerine ilişkin faktör analizleri (eigenvalues, varyansı açıklama oranı) ve güvenilirlik analizleri (Cronbach’s Alpha) sonuçları ile katılımcıların duygusal zekâ ve iletişim becerilerine ilişkin aritmetik ortalama ve standart sapma değerleri Tablo 2’de sunulmuştur.

Uygulanan faktör analizi sonucunda iletişim becerileri ölçeğinin özdeğeri 1'den büyük ve toplam varyansın %61,2'sini açıklayan üç faktör; duygusal zekâ ölçeğinin ise toplam varyansın %63,71'ini açıklayan üç faktör altında toplandığı tespit edilmiştir. İletişim becerileri ölçeğinde ilk faktör olan “zihinsel” boyutu toplam varyansın %37,19'unu, “duygusal” boyutu %17,72'sini ve “davranışsal” boyut ise %6,29'unu açıklamaktadır. Öte yandan duygusal zekâ ölçeğinde ilk faktör olan “iyimserlik” boyutu toplam varyansın %42,61'ini, “duyguların değerlendirilmesi” boyutu %17,42'ini ve “duyguların kullanımı” boyut ise %3,68'ini açıklamaktadır. Ölçekler için uygulanan faktör analizi bulgularından Bartlett's testi sonucu, faktör analizinin uygulanabileceğini ortaya koymuş olup, hesaplanan Kaiser-Meyer Olkin değerleri de örneklem hacminin yeterli düzeyde olduğunu göstermiştir. Ayrıca, ölçek ve alt ölçeklere yönelik hesaplanan Cronbach's Alpha değerleri göz önüne alındığında, ölçeklerin iç tutarlık düzeylerinin yeterli olduğu belirtilebilir.

Tablo 2: İletişim Becerileri Ve Duygusal Zekâ Ölçekleri İle Alt Ölçeklere İlişkin Bazı Tanıtıcı İstatistikler

Ölçekler/ Altölçekler	Madde Sayısı	Özdeğerler	Varyansı Açıklama Oranı (%)	Kümülatif Varyans	Cronbach's Alpha	$\bar{X} \pm SS$
Zihinsel	3	15,247	37,19	37,19	0,787	3,91±0,51
Duygusal	4	7,266	17,72	54,91	0,635	3,93±0,53
Davranışsal	4	2,579	6,29	61,20	0,735	3,91±0,55
Genel İletişim	1	-	-	-	0,868	3,92±0,46
İyimserlik	1	17,470	42,61	42,61	0,866	3,98±0,51
Duyguların Değerlendirilmesi	3	7,140	17,42	60,03	0,786	3,91±0,58
Duyguların Kullanımı	7	1,510	3,68	63,71	0,630	3,81± 0,60
Genel Duygusal Zekâ	1	-	-	-	0,915	3,92±0,49

Tablo 2'deki aritmetik ortalamalar incelendiğinde, araştırmanın örneklem grubunda yer alan turizm öğrencilerinin genel iletişim ($\bar{X}=3,92$) ve genel duygusal zekâ ($\bar{X}=3,92$) düzeylerinin yüksek değer olan 4 puan civarında olduğu görülmektedir. Bu değerler turizm öğrencilerinin iletişim becerileri ve duygusal zekâ düzeylerinin yüksek sayılabilecek bir düzeyde gerçekleştiği şeklinde yorumlanabilir. Hizmet odaklı ve emek yoğun yapıya sahip turizm sektöründe iletişim ve duyguların kullanımı süreci yoğun bir biçimde yaşanmaktadır. Araştırma sonucunda turizm öğrencilerinin sektör için gerekli becerilere sahip oldukları ifade edilebilir.

Diğer taraftan iletişim becerileri düzeylerinin alt boyutlarına ilişkin aritmetik ortalama değerleri incelendiğinde ise “zihinsel” ($\bar{X}=3,91$), “duygusal” (3,93), “davranışsal” ($\bar{X}=3,91$) boyutlarına ilişkin ortalama puanların yüksek olduğu görülmektedir. Pelit ve Karaçor (2015), turizm öğrencilerinin iletişim

beceri düzeylerini inceledikleri araştırmalarında benzer bulgulara ulaşmışlardır. Yine diğer bir ölçek olan duygusal zeka ölçeğinin boyutlarına ilişkin aritmetik ortalama değerleri 3,81 ile 3,98 aralığında ve yüksek sayılabilecek düzeyde gerçekleşmiştir. Buna göre turizm öğrencilerinin duygularının farkında olma, duyguları ifade edebilme düzeylerinin yüksek olduğu söylenebilir. Turizm sektörü yapısında yaşanan yoğun iletişim süreci düşünüldüğünde işgörenlerin örgüt işleyişini düzenleyebilmeleri için duygularını iyi tanımaları ve duygularını doğru biçimde yönlendirebilmeleri gerekmektedir. Duygusal zekâ kavramının iş hayatında önemli bir yere sahip olduğu söylenebilir. Müşterilere kaliteli bir hizmet sunabilmek ve işletme başarısını elde etmek için işgören davranışları ve iletişim süreci doğru yönlendirilmelidir. İşletmelerin en önemli sorunlarından birisi olan işgören devir hızının yüksek olması hizmet üreten turizm sektörü açısından kalitenin belirleyici olarak ifade edilebilir. Konuyla ilgili olarak, Ünşar ve Dinçer (2014) duygusal zekâ düzeyi yüksek işgörenlerin işten ayrılma eğiliminin kontrol edilebileceğini belirtmişlerdir. Yöneticiler üzerinde yürütülen benzer bir çalışmada duygusal zeka ile empati arasında bir ilişki olduğu ortaya konulmuştur. İyi bir yönetici olabilmek için işgören duygularını iyi okuyabilmek gerekmektedir. Başarılı bir işgören kontrol süreci örgütsel başarıyı beraberinde getirecektir (Ural, 2001: 209-219). Öte yandan Şen Demir ve Demir (2009), işgörenlerin sahip oldukları duygusal zekâ düzeylerinin örgütsel iletişim üzerinde etkili olduğunu ifade etmişlerdir. Örgüt içinde işgörenlerin sahip oldukları duygularını kontrol edip profesyonel biçimde yönetebilmeleri diğer işgörenlerle ve yöneticilerle olan iletişim süreçlerinin engelsiz işleyişine olumlu etki eder. Dolayısıyla turizm sektörü çalışanlarının örgütsel başarısı için önem taşıyan iletişim ve duygusal zekâ kavramlarının turizm öğrencilerine eğitim hayatları boyunca öğretilmesi önem taşımaktadır. Turizm öğrencilerinin eğitim süreleri boyunca öğretilecek iletişim becerileri ve duygusal zekâ kavramları sektörde üretilecek hizmet kalitesini arttıracak ve örgüt içi işleyişin engelsiz sürdürülmesine olumlu etki edecektir.

Araştırma sonucunda elde edilen bulgular arasında cinsiyet değişkeninde iki ölçek (iletişim becerileri ve duygusal zekâ) için de anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir ($p < 0,05$). Buna göre kadın turizm öğrencilerin ($\bar{X}=3,96$) erkek turizm öğrencilerine ($\bar{X}=3,87$) göre iletişim beceri ve duygusal zekâ düzeylerinin daha yüksek olduğu belirlenmiştir. Bu konuyla ilgili İşmen (2001), tarafından duygusal zekâ ile problem çözme becerisi arasındaki ilişkinin incelendiği araştırmada cinsiyet değişkeninde benzer bulgulara ulaşılmıştır. İlgili çalışmada kadınların duygusal zekâ düzeyleri erkeklere oranla daha yüksek değerde olduğu ifade edilmiştir. Aynı şekilde Gürbüz ve Yüksel (2008) de işgörenler üzerinde yürüttükleri araştırmalarında, kadın işgörenlerin erkek işgörelere oranla daha yüksek duygusal zekâ düzeyine sahip olduğu belirlenmiştir. Gerçekleştirilen söz konusu bu araştırma sonuçlarında da cinsiyet değişkeninde benzer bulgulara ulaşılmış olup, bu doğrultuda kadın öğrencilerin duygularını daha iyi tanıyıp daha iyi ifade edebildikleri söylenebilir. Araştırma sonucunda cinsiyet değişkeni dışında

diğer demografik değişkenler için ise istatistiki açıdan herhangi bir farklılık tespit edilememiştir.

Tablo 3'te araştırmaya katılan öğrencilerin duygusal zekâ ve iletişim becerileri düzeyleri arasındaki ilişkiye yönelik gerçekleştirilen "Pearson Korelasyon" analizi sonuçları yer almaktadır.

Tablo 3: Duygusal Zekâ Ve İletişim Becerileri Arasındaki İlişkiye Yönelik Korelasyon Katsayıları

Değişkenler	Pearson Korelasyon Katsayısı	İyimserlik Ruh Halinin Düzenlenmesi	Duyguların Değerlendirmesi	Duyguların Kullanımı	Genel Duygusal Zekâ
Zihinsel	r	0,560 (**)	0,466 (**)	0,325 (**)	0,548 (**)
	p	0,000 ***	0,000 ***	0,000 ***	0,000 ***
Duygusal	r	0,518 (**)	0,445 (**)	0,365 (**)	0,526 (**)
	p	0,000 ***	0,000 ***	0,000 ***	0,000 ***
Davranışsal	r	0,553 (**)	0,475 (**)	0,296 (**)	0,542 (**)
	p	0,000 ***	0,000 ***	0,000 ***	0,000 ***
Genel İletişim	r	0,633 (**)	0,538 (**)	0,383 (**)	0,627 (**)
	p	0,000 ***	0,000 ***	0,000 ***	0,000 ***

Tablo 3'te görüldüğü gibi duygusal zekâ alt boyutları ile iletişim becerileri alt boyutları arasında pozitif anlamlı bir ilişki vardır ($p < 0,001$). Değişkenler arasındaki Pearson Korelasyon katsayıları incelendiğinde, genel duygusal zekâ değişkeniyle genel iletişim becerileri arasında pozitif yönde yüksek kuvvette ($0,60 < r < 0,80$) bir ilişki olduğu tespit edilmiştir ($r = 0,627$; $p < 0,01$). Bu değer öğrencilerin duygusal zekâ düzeylerinin artmasıyla birlikte iletişim becerilerinin de (yüksek kuvvette) artacağını ortaya koymaktadır. Konuyla ilgili olarak, Çetinkaya ve Alparslan (2011) tarafından üniversite öğrencileri üzerinde yürütülen çalışma sonucunda da benzer bulgular elde edilmiştir. Ayrıca Ökmen, Tetik ve Bal (2014), duygusal zekâ düzeyi yüksek öğrencilerinin öfke düzeyi ve öfke ifade tarzı kontrollerinin daha başarılı olduğunu ifade etmişler ve üniversitelerde öğrencilere duygusal zekâyı geliştirmeye yönelik dersler verilmeli gerekliliğine vurgu yapmışlardır. Araştırma sonucunda elde edilen bulgular duygusal zekâ kavramının önemini ortaya koymaktadır. İletişim unsurunun yoğun olarak kullanıldığı hizmet odaklı faaliyet gösteren turizm işletmelerinde mesleki yaşamlarına devam etmek isteyen turizm öğrencilerinin duygusal zekâ düzeylerini yükseltmeleri bireyin başarısı ve örgütün başarısı için önem taşımaktadır. Turizm öğrencilerine eğitim sürecinde verilecek duygusal zekâ eğitimi mesleki yaşamlarında oluşabilecek iletişim çatışmalarının en aza indirilmesinde etkin rol oynayacaktır.

Turizm öğrencilerinin genel duygusal zekâ düzeylerine ilişkin alt boyutlar ile iletişim becerileri alt boyutları arasında orta kuvvette ($0.40 < r < 0.59$) bir ilişki olduğu tespit edilmiştir. İletişim becerileri alt boyutu olan ‘‘zihinsel’’ ($r=0,548$; $p < 0,01$) boyut duygusal zekâ düzeyinin alt boyutlar içinde en yüksek düzeyde ilişkili olduğu boyut olarak belirlenmiştir. Öte taraftan duygusal zekâ ölçeğinin alt boyutları ile iletişim becerileri alt boyutları arasındaki ilişkiler de anlamlı bulunmuştur ($p < 0,001$). Bu doğrultuda elde edilen bulgular arasında duygusal zekâ alt boyutlarından olan ‘‘iyimserlik ruh halinin düzenlenmesi’’ boyutu ile iletişim becerileri alt boyutu olan ‘‘zihinsel’’ boyut arasında en kuvvetli ilişkinin olduğu ortaya çıkmıştır. Bir diğer bulgu ise duygusal zekâ alt boyutu olan ‘‘duyguların kullanımı’’ ile iletişim becerileri alt boyutu olan ‘‘davranışsal’’ boyut arasındaki ilişkinin en düşük değere sahip olduğudur.

Araştırmada genel duygusal zekâ düzeyinin iletişim becerileri üzerindeki etkisini ortaya koymak amacıyla yapılan basit regresyon analizi sonuçları Tablo 4’de; duygusal zekâ alt boyutlarının iletişim becerileri üzerindeki etkisine yönelik uygulanan çoklu doğrusal regresyon analizi sonuçları ise Tablo 5’te verilmiştir.

Tablo 4: Duygusal Zekâ İle İletişim Becerileri Arasındaki İlişkiye Ait Basit Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişken	Standart Beta Katsayısı (β)	SH	t	p	Anlamlılık
Sabit	1,607	0,127	12,658	0,000	F=336,835 p=0,000
Genel Duygusal Zekâ	0,589	0,032	18,353	0,000	

Bağımlı Değişken: Genel iletişim; $R^2=0,393$

Tablo 4’teki bulgulara göre, değişkenler arasındaki doğrusal regresyon modelinin anlamlı olduğu tespit edilmiştir ($F=336,835$; $p < 0,01$). Hesaplanan $R^2=0,393$ değeri modelin açıklanma oranının diğer bir ifade ile turizm öğrencilerinin iletişim becerileri üzerindeki değişimlerin %39,3’ünün duygusal zekâ tarafından açıklandığını göstermektedir. Buna göre regresyon modeli şu şekilde kurulabilir:

$$\text{Genel İletişim Becerileri} = 1,607 + 0,589 \times \text{Genel Duygusal Zekâ}$$

Söz konusu bu model, duygusal zekâdaki bir birimlik artışın öğrencilerin iletişim becerileri üzerinde 0,589’luk bir artış sağladığını ortaya koymaktadır. Daniel Goleman’ın (1998) duygusal zekâ kavramının öğrenilebilir olduğunu ifade ettiği kitabında belirttiği gibi duygusal açıdan doyuma ulaşmak, bireylerin sosyal ve mesleki yaşamlarına büyük katkı sağlayacaktır. Araştırma sonucunda görüldüğü gibi duygusal zekâ ile iletişim arasında yüksek kuvvette bir ilişki olduğu görülmektedir. Dolayısıyla iletişim unsurunun yoğun olarak kullanıldığı turizm

sektöründe çalışacak işgören adayı turizm öğrencilerinin duygusal zekâ düzeylerinin yüksek olması hem örgütün başarısı için hem de mesleki başarı için belirleyici konumdadır.

Tablo 5: Duygusal Zekâ Boyutları İle İletişim Becerileri Arasındaki İlişkiye Ait Çoklu Doğrusal Regresyon Analizi Sonuçları

Bağımsız Değişken	Standart Beta Katsayısı (β)	SH	t	p	Anlamlılık
Sabit	1,628	0,126	12,878	0,000	
İyimserlik Ruh Halinin Düzenlenmesi	0,463	0,049	9,474	0,000	F=120,078
Duyguların Değerlendirilmesi	0,116	0,041	2,855	0,004	p=0,000
Duyguların Kullanımı	0,004	0,032	0,001	0,999	

Bağımlı Değişken: Genel İletişim

Tablo 5'teki bulgular, değişkenler arasındaki çoklu doğrusal regresyon modelinin anlamlı olduğunu göstermektedir (F=120,078; p<0,01). Bununla birlikte, duygusal zekâyâ ilişkin alt boyutlardan "iyimserlik ruh halinin düzenlenmesi-İRD-" ve "duyguların değerlendirilmesi-DD-" boyutlarına ilişkin katsayıların regresyon modeli üzerinde önemli bir etkiye sahip olduğu görülmektedir (p<0,05). "Duyguların kullanımı-DK-" boyutunun ise anlamlı bir etkisi olmadığı tespit edilmiştir (p>0,05). Model üzerinde etkisi bulunan değişkenlere ilişkin t değerleri incelendiğinde ise iletişim becerilerini etkileyen en önemli duygusal zeka boyutunun "iyimserlik ruh halinin düzenlenmesi" olduğu tespit edilmiş olup, bu sonuç korelasyon analizinden elde edilen bulguları destekler niteliktedir. Buna göre regresyon modeli şu şekilde kurulabilir:

$$\text{İletişim Becerileri} = 1,628 + 0,463 \times \text{İRD} + 0,116 \times \text{DD}$$

Bu modele göre DD'ki (Duyguların Değerlendirilmesi) 1 birimlik artış iletişim becerilerinde 0,116 birimlik artışa; İRD'deki (İyimserlik Ruh Halinin Düzenlenmesi) 1 birimlik artış ise iletişim becerilerinde 0,463 birimlik artışa neden olmaktadır.

Araştırma sonuçları genel olarak değerlendirildiğinde, turizm öğrencilerinin duygusal zekâ düzeyleri ve iletişim becerilerinin yüksek olduğu ve öğrencilerin duygusal zekâ düzeylerinin iletişim becerilerine pozitif yönde önemli ölçüde etki yaptığı ortaya çıkmıştır. Esba (2009), turizm işletmelerinde yöneticilerin ve işgörenlerin sahip oldukları duygusal etkinliğin örgüt içi iletişime ve örgütsel başarıya katkı sağladığını ifade etmiştir. Öte yandan Şen Demir ve Demir (2009), turizm sektöründe örgütsel iletişimin başarılı biçimde sağlanabilmesi için öncelikle işgörelere duygusal zekâ kavramının öğretilmesi

gerektiğini vurgulamışlar ve bunun sonucunda örgüt başarısının elde edileceğini belirtmişlerdir. Dolayısıyla turizm sektörü için iletişim olgusunun vazgeçilmez olduğu görülmektedir. Doğru bir iletişim işleyişi kurabilmek için duygusal farkındalığın elde edilmesi önem taşımaktadır. Turizm eğitimi alan gelecekte mesleki yaşamlarında başarıyı elde edebilmeleri için eğitim sürecinde iletişim becerileri ve duygusal zekâya yönelik derslerin verilmesi ve eğitim sürecinde bu olguların öğretilmesi mesleki başarının anahtarı olacaktır.

SONUÇ VE ÖNERİLER

Turizm sektörünün emek yoğun yapısı ve hizmet odaklı özellikleri düşünüldüğünde iletişime duyulan ihtiyacın önemi büyüktür. Öte yandan bireylerin hem mesleki hem de sosyal yaşamlarında engelsiz iletişim kurabilmeleri için duygusal zekâya duyulan bağımlılık ortaya çıkmaktadır. Çünkü iyi tanınan ve kontrol edilebilir duygusal yaşam iletişim sürecinde yaşanabilecek çatışmaları en aza indirecektir.

Araştırmanın bulgularına göre, turizm öğrencilerinin duygusal zekâ düzeyleri ve iletişim beceri düzeyleri puan ortalamalarının yüksek olduğu ve turizm öğrencilerinin duygusal zekâ düzeyleri ile iletişim beceri düzeyleri arasında pozitif yönde anlamlı bir ilişki olduğu belirlenmiştir. Yani, öğrencilerin duygusal zekâ düzeylerindeki artış/gelişme, iletişim beceri düzeyleri üzerinde de olumlu bir artış/gelişme ortaya çıkarmaktadır. Öte yandan turizm öğrencilerinin cinsiyet değişkeninde anlamlı bir farklılık olduğu tespit edilmiştir. Bulgulara göre kadın turizm öğrencilerinin duygusal zekâ ve iletişim beceri düzeyleri erkek öğrencilere daha yüksek olduğu gözlenmiştir. Diğer demografik değişkenler arasında anlamlı bir farklılık tespit edilememiştir.

Turizm öğrencilerinin iletişim beceri düzeylerinin geliştirilmesi sektör açısından büyük önem taşımaktadır. Çünkü turizm sektöründe iletişim olgusunun yoğun bir biçimde kullanıldığı bilinmektedir. Öte yandan örgütsel başarının elde edilmesi işgörenler arasında bir iletişim ağının kurulmasıyla elde edilebilir. Bu doğrultuda duyguların yönetimi bir kez daha önem kazanmaktadır. Bireylerin eğitim hayatı sürecinde duygularını doğru ifade edebilme ve duygularını yönetebilme becerisine sahip olmaları hem eğitim hayatı boyunca hem de eğitim sonrası mesleki yaşamlarında başarı elde etmelerine fayda sağlayacaktır.

Afyon Kocatepe Üniversitesi turizm öğrencileri üzerinde yürütülen bu araştırma, mesleki yaşamlarına sektörde devam edecek öğrenciler için duygusal zekâ ve iletişim beceri düzeylerinin belirlenmesi bireyin başarısı için önem taşımaktadır. İletişim olgusunun yoğun kullanıldığı turizm sektörü için eğitim sürecinde duygusal zekâ ve iletişim beceri düzeylerinin belirlenmesi bu alandaki eksikliklerin giderilmesine katkı sağlayacaktır. Bu alanda benzer çalışmalar yapmak isteyen araştırmacılara getirilebilecek en önemli öneri, duygusal zekâ düzeyinin ilişkili olduğu diğer olgular ile arasında bir bağlantı bulunup

bulunmadığının tespitine yönelik araştırmalarda bulunulmasıdır. Bireylerin duygularıyla yaşam süreleri boyunca iç içe oldukları düşünöldüğünde duygusal zekânın diğer olgularla bağlantılı olduğu ifade edilebilir. Duyguların bireyin yaşamı boyunca her anında var olduğu düşünöldüğünde duyguların öğrenilmesi ve duyguların kontrol edilmesi bireylerin yaşam kalitelerini artıracaktır. Çalışmanın sadece Afyon Kocatepe Üniversitesi turizm faköltesi öğrencileri üzerinde yürütölmesi araştırmanın bir kısıtı olmakla birlikte, konuyla ilgili diğer turizm okullarının da örnekleme dâhil edilerek araştırmaların yapılması sonuçların genellenebilmesine katkı sağlayacaktır. Yine bu çalışma, turizm sektöründe, bu işin mesleki eğitimini alan ve gelecekte muhtemel çalışacak/çalışma potansiyeli bulunan öğrenciler üzerinde gerçekleştirildiğinden, gelecek araştırmalarda bizzat turizm sektörü ve turizm sektörünün diğer kollarında çalışan işğörenler üzerindeki mevcut durumun ortaya konulmasına yönelik araştırmaların yapılması önerilebilir. Nitekim söz konusu bu çalışmalar turizm sektörü çalışanlarının üreteceğı hizmet kalitesinin artırılması için öneriler geliştirmek açısından önem taşımaktadır.

Söz konusu bu araştırma turizm öğrencilerinin duygusal zekâ düzeylerinin belirlenmesi ve iletişim becerilerine olan etkisinin ölçölmesi açısından yapılacak çalışmalara örnek teşkil etmesi açısından da önemli sayılabilir. İnsan odaklı faaliyet gösteren turizm işletmeleri açısından iletişim oldukça önemlidir. İletişim sürecine olan etkisi incelendiğinde duygusal zekâ kavramı da örgötsel başarı için etkin rol oynamaktadır. Dolayısıyla turizm öğrencilerine eğitim hayatları boyunca duygusal zekâ geliştirmeye yönelik eğitim müfredatı düzenlenmesi iletişim becerilerine olumlu katkı sağlayacaktır. Ayrıca duygularını iyi bilen ve diğer bireylerin duygularını iyi okuyabilen öğrenciler hem eğitim hayatında yaşanan iletişim süreçlerinde doyuma ulaşacak hem de turizm sektöründe mesleki yaşamlarında başarı elde edeceklerdir.

Turizm sektörü için iletişim olgusunun vazgeçilmez olduğu düşünöldüğünde örgüt içi işleyişi sağlayan ve örgötsel başarıyı getiren en önemli unsurlardan birisi iletişimdir. Dolayısıyla örgötsel iletişim kalitesinin artırılması örgötsel başarıyı beraberinde getirecektir. Duyguların bireylerin yaşam süreleri boyunca hep var olması neticesinde duyguların diğerini iletişimi etkilemektedir. Bu bağlamda turizm sektöründe duygusal zekâ olgusunun öğrenilmesi iletişim beceri düzeyine olumlu etki edecek unsurlardan olup bu konuda ilgili taraflara (öğrenciler, üniversite/bölüm yöneticileri, eğitimciler, sektördeki işletme ve yöneticileri vb.) önemli işler düşmektedir.

KAYNAKÇA

Acar, F.T. (2001). Duygusal zekâ yeteneklerinin göreve yönelik ve insana yönelik liderlik davranışları ile ilişkisi: Banka şube müdürleri üzerine bir alan araştırması. *Yayınlanmamış Doktora Tezi*. İstanbul Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Ak Sütü, S. (2013). Sağlık çalışanlarında duygusal zekâ ve tükenmişlik ilişkisi. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Beykent Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İstanbul.

Akçay C. & Çoruk A. (2012). Çalışma yaşamında duygular ve yönetimi: Kavramsal bir inceleme. *Eğitimde Politika Analiz Dergisi*, 1 (1): 3-25.

Akkoç, Z. (2007). Duygusal zekâ. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Kahramanmaraş Sütçü İmam Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Kahramanmaraş.

Ashkanasy, N. M. & Daus, C. S. (2002). Emotion in the workplace: The new challenge for managers. *Academy of Management Executive*, 16 (1): 76-86.

Bingöl, G. & Demir, A. (2011). Amasya Sağlık Yüksekokulu öğrencilerinin iletişim becerileri. *Göztepe Tıp Dergisi*, 26 (4): 152-159.

Bowdon, T. B. (2015). *50 Psikoloji klasiği*. Pegasus Yayınları: İstanbul.

Çakar, U. & Arbak, Y. (2004). Modern yaklaşımlar ışığında değişen duygu-zekâ ilişkisi ve duygusal zekâ. *Dokuz Eylül Üniversitesi, Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 6 (3): 23-48.

Çetinkaya Ö. & Alparslan M. (2011). Duygusal zekânın iletişim becerileri üzerine etkisi: Üniversite öğrencileri üzerinde bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, (16): 363-377.

Çıkmaz, E. (2013). Otel işletmelerinde çalışan personelin sahip olduğu iletişim becerisinin yükseköğretim mezunu müşteriler tarafından değerlendirilmesine yönelik Gaziantep'te bir uygulama. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Hasan Kalyoncu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Gaziantep.

Demir Şen Ş. & Demir, M. (2009). Örgütsel iletişimde duygusal zekânın rolü: konaklama işletmelerinde bir araştırma. *Selçuk İletişim Dergisi*, 6: 66-77.

Demir Şen Ş. (2011). *Turizm işletmelerinde halkla ilişkiler ve iletişim*. Detay Yayıncılık: Ankara.

Demirtaş, M. (2010). Örgütsel iletişimin verimlilik ve etkinliğinde yararlanılan iletişim araçları ve halkla ilişkiler filmleri örneği. *Marmara Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi Dergisi*, 28 (1): 411-444.

Doğan, S. & Demiral, Ö. (2007). Kurumların başarısında duygusal zekânın rolü ve önemi. *Yönetim ve Ekonomi Dergisi*, 14 (1): 209-230.

Emir, O., Kılıç, G. & Pelit, E. (2010). Üç yıldızlı otel işletmelerinde müşteri memnuniyeti üzerine bir araştırma. *Süleyman Demirel Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 15 (3): 291-310.

Erdoğan, İ. (1999). *İşletme yönetiminde örgütsel davranış*. İşletme Fakültesi Yayınları: İstanbul.

Erkuş, A. & Günlü, E., (2009). İletişim tarzının ve sözsüz iletişim düzeyinin çalışanların iş performansına etkisi: Beş yıldızlı otel işletmelerinde bir araştırma. *Anatolia: Turizm Araştırmaları Dergisi*, 20 (1) 7-24.

Ersanlı, K. & Balcı, S. (1998). İletişim becerileri envanterinin geliştirilmesi: Geçerlik ve güvenilirlik çalışması. *Türk Psikolojik Danışma ve Rehberlik Dergisi*, 2 (10): 7-12.

Esba, M. (2009). Turizm işletmelerinde yöneticilerin duygusal zekâlarının örgüt kültürü üzerindeki etkisi. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, İzmir.

Fineman, S. (1993). *Organizations as emotional arenas emotion in organizations*. London: Sage Publications.

Gardner, H. (1983). *Frames of mind*. New York: Basic Books.

Gaskar, S. & Özyazıcıoğlu, N. (2014). Anadolu sağlık meslek lisesi öğrencilerinin iletişim becerileri. *The Journal of Current Pediatrics*, 1: 20-25.

Goleman, D. (1998). *İşbaşında duygusal zekâ*. (Çeviren: Banu Seçkin). İstanbul: Varlık Yayınları.

Gürbüz, S. & Yüksel M. (2008). Çalışma ortamında duygusal zekâ: İş performansı, iş tatmini, örgütsel vatandaşlık davranışı ve bazı demografik özelliklerle ilişkisi. *Doğuş Üniversitesi Dergisi*, 9 (2): 174-190.

Gürüz, D. & Temel, A. (2011). *Kişilerarası iletişim*. Ankara: Nobel Yayıncılık.

Halis, M. (2000). Örgütsel iletişim ve iletişim tatminine ilişkin bir araştırma. *İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 14 (1): 217-230.

Heung, V. C. S. & Lam, T. (2003). Customer complaint behavior towards hotel restaurant services. *International Journal Of Contemporary Hospitality Management*, 15 (5): 283–289

Işık, M. (2004). *Sizinle iletişebilir miyiz?* Konya: Eğitim Kitapevi.

İşmen, E. (2001). Duygusal zekâ ve problem çözme. *Marmara Üniversitesi Atatürk Eğitim Fakültesi Eğitim Bilimleri Dergisi*, 13: 111-124.

Kervancı, F. (2008). Büro çalışanlarının duygu yönetimi yeterlilik düzeylerinin geliştirilmesinde duygu yönetimi eğitimi programının etkisi.

Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi. Gazi Üniversitesi, Eğitim Bilimleri Enstitüsü, Ankara.

Maboçoğlu, F. (2006). Duygusal zekâ ve duygusal zekânın gelişimine katkıda bulunan etmenler. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.* Ankara Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Ankara.

Mullins, J. L. (2006). *Essentials of organisational behaviour.* İngiltere: Pearson Education Limited.

Newsome, S., Day, L. A. & Catano, M. V. (2000). Assessing the predictive validity of emotional intelligence. *Personality and Individual Differences, 29:* 1005-1016.

Olalı, H. & Korzay, M. (2004). *Otel işletmeciliği.* İstanbul: Beta Basım Yayımcılık.

Olçay, A., Giritlioğlu, İ. & Çıkmaz, E. (2014). Otel işletmelerinde çalışan personelin iletişim yeterlilik düzeyi: Gaziantep bölgesinde bir araştırma. *İşletme Araştırmaları Dergisi, 6:* 385-403.

Öney, Ç. N. (1998). Otel işletmelerinde hizmet kalitesi ve Şile bölgesinde bir araştırma. *Yayımlanmamış Yüksek Lisans Tezi.* Anadolu Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü, Eskişehir.

Özkalp, E. & Cengiz, A. A. (2003). İşyerinde duygular ve yönetimi. *11. Ulusal Yönetim ve Organizasyon Kongresi.* Afyon: Afyon Kocatepe Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi.

Özkul, E. (2007). Müşteri ilişkileri yönetiminin otel işletmelerinde uygulanabilirliğine ilişkin bir değerlendirme. *Seyahat ve Otel İşletmeciliği Dergisi, 4 (1):* 14-16.

Pelit, E. & Karaçor, M. (2015). Turizm öğrencilerinin iletişim becerileri üzerine bir araştırma: Afyon Kocatepe Üniversitesi örneği. *Gaziantep University Journal of Social Sciences, 14 (4):* 835-860.

Pelit, E., Keleş, Y. & Kılıç, İ. (2012). Otel yöneticilerinin kişilik özellikleri ile çatışma yönetme yöntemleri arasındaki ilişki. *II. Disiplinlerarası Turizm Araştırmaları Kongresi, (ss.784-797).* Antalya.

Pelit, E. & Öztürk, Y. (2010). Kariyer tercihinde kişisel değişkenlerin rolü: Turizm ve öğretmenlik eğitimi alan öğrenciler üzerinde bir araştırma. *İstanbul Ticaret Üniversitesi Sosyal Bilimler Dergisi, 9 (17):* 207-234.

Rafaelli, A. & Worline, M. (2001). Individual emotion in work organization. *Social Science Information, 40 (1):* 95-123.

Ross, G. (1995). Work stress and personality measures among hospitality industry employees. *International Journal of Contemporary Hospitality Management*, 7 (6): 9-13.

Ruler, B. & Rob, L. (2003). Barriers to communication management in the executive suite. *Public Relations Review*, 29: 145-146.

Salovey P. & Mayer J. D. (1990). Emotional intelligence, imagination. *Cognition and Personality*, 9: 185-211.

Schutte, S. N., Malouff, M. J., Hall, E. L., Haggerty, J. D., Cooper, T. J., Golden, J. C. & Dornheim, L. (1998). Development and validation of a measure of emotional intelligence. *Personality and Individual Differences*, 25: 167-177.

Seçer, H. Ş. (2007). Çalışma yaşamında duygular ve duygusal emek: sosyoloji, psikoloji ve örgüt teorisi açısından bir değerlendirme. *Kocaeli Üniversitesi, İktisadi ve İdari Bilimler Fakültesi, Sosyal Siyaset Konferansları Dergisi*, 50: 813-834.

Sigala, M. (2003) The information and communication technologies productivity impact on the UK hotel sector. *International Journal of Operations & Production Management*, 23 (10): 1224 – 1245.

Somuncuoğlu, D. (2005). Duygusal zekâ yeterliliklerinin kuramsal çerçevesi ve eğitimdeki rolü. *Kazım Karabekir Eğitim Fakültesi Dergisi*, 11: 269-293.

Soylu, P. (2015). Psikiyatri kliniğinde çalışan hemşirelerin duygusal zekâ düzeyleri ve stresle baş etme tarzları arasındaki ilişki. *Yayınlanmamış Yüksek Lisans Tezi*. Mersin Üniversitesi Sağlık Bilimleri Enstitüsü, Mersin.

Tatar, A., Tok, S. & Saltukoğlu, G. (2011). Gözden geçirilmiş Schutte duygusal zekâ ölçeğinin Türkçe'ye uyarlanması ve psikometrik özelliklerin incelenmesi. *Klinik Psikofarmoloji Bülteni*, 21 (4): 325-338.

Thorndike, E. L. (1920). Intelligence and its uses. *Harper's Magazine*, 140: 227-235.

Timur, N. & Barış, G. (2013), *Müşteri ilişkileri yönetimi*. Ankara: Saray Matbaacılık.

Tuna, M. (2004). Konaklama sektöründe işgören ve yöneticilerin örgütsel stres faktörlerine göre karşılaştırmalı analizi. *Turizm Akademik Dergisi*, 1: 27-35.

Tutuk, A., Al, D. & Doğan, S. (2002). Hemşirelik öğrencilerinin iletişim becerisi ve empati düzeylerinin belirlenmesi. *Cumhuriyet Üniversitesi Hemşirelik Yüksek Okulu Dergisi*, 6: 36-41.

Uçkun, G., Latif, H. & Pelit, E. (2003). Örgüt içi sözlü iletişimin etkinliği ve İstanbul'da yerleşik 5 yıldızlı delüx otel işletmeleri yöneticilerinin sözlü iletişim davranışları üzerine bir uygulama. *Turizm Akademik Dergisi*, 1: 87-103.

Ural, A. (2001). Yöneticilerde duygusal zekânın üç boyutu. *Dokuz Eylül Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 2001; 3(2):209-219

Ural, A. ve Kılıç, İ. (2006). *Bilimsel araştırma süreci ve SPSS ile veri analizi (SPSS 10.00 - 12.0 For Windows)*. Ankara: Detay Yayıncılık.

Uysal, G. (2003). Rol farklılaşmasının iletişime etkisi ve Johari modeli. *Cumhuriyet Üniversitesi İktisadi ve İdari Bilimler Dergisi*, 4: (1): 137-148.

Ünsar S. & Dinçer D. (2014). Duygusal zekânın işten ayrılma eğilimine etkisi: Bir alan araştırması. *Yalova Sosyal Bilimler Dergisi*, 7: 55-66.

Weisinger, H. (1998). *İş yaşamında duygusal zekâ*. İstanbul: MNS Yayıncılık.

Yalçın, A. & İplik, F. N. (2005). Beş yıldızlı otellerde çalışanların demografik özellikleri ile örgütsel bağlılıkları arasındaki ilişkiyi belirlemeye yönelik bir araştırma: Adana ili örneği. *Çukurova Üniversitesi Sosyal Bilimler Enstitüsü Dergisi*, 4 (1): 395 – 412.